

**JALKAPALLOKULTTI SUOMALAISESSA URHEILUJOURNALISMIS  
Diskurssianalyttinen tutkimus Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien tavoista käyttää  
kultti-metaforaa jalkapallouutisoinnissa**

Joona Hannula

Liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma  
Liikuntatieteellinen tiedekunta  
Jyväskylän yliopisto  
Kevät 2024

## TIIVISTELMÄ

Hannula, J. 2024. Jalkapallokultti suomalaisessa urheilujournalismissa: Diskurssianalyttinen tutkimus Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien tavoista käyttää kultti-metaforaa jalkapallouutisoinnissa. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma, 101 s., 1 liite.

Tässä liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkimuksessa tarkastellaan kultti-ilmauksen käyttöä jalkapalloaiheisessa urheilu-uutisoinnissa. Kultti-ilmauksesta kuten muustakin uskonnollisesta kielestä on tullut tapa korostaa urheilun merkityksellisyyttä. Kulttia voivat olla vaikkapa urheilijat tai urheiluseurat. Tarkastelun kohteena ovat Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien jalkapalloaiheiset uutiset vuosilta 2011–2020 (n=189). Tutkimuksessa analysoidaan kultti-sanon muotoja ja merkityksenantoja. Lisäksi kultti-sanaa tarkastellaan metaforana, joka kuvaa uskonnollisen kielen vakiintumista urheilupuheeseen.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys nojaa liikuntasosiologiseen sekä kielitieteelliseen tutkimusperinteeseen. Aineiston analyysi pohjautuu Fairclough'n kriittisen diskurssianalyysin ja Lakoffin konstruktivistisen metafora-analyysin teorioihin. Tutkimusote on laadullinen. Tutkimuksen keskeisiä käsitteitä ovat kultti, uskonto, sekularisaatio ja fanius.

Tutkimustulokset osoittavat, että kultti-metaforalla kuvataan selkeästi eniten jalkapalloilijoita muiden käyttöyhteyksien, kuten kulttiseurojen, -valmentajien, -kannattajien, -selostajien ja -kappaleiden jäädessä marginaalisiksi. Aineistossa esiintyi myös merkittävä määrä yksittäisiä kultti-sanon muotoja, jotka kertovat paitsi metaforan käyttämisestä kielellisenä tehokeinona, myös kultti-ilmauksen toistaisesta vakiintumattomuudesta urheilupuheeseen. Kultti-sanon merkityksenantoja rakennettiin aineistossa epämääräisyyden, poikkeuksellisuuden, ansiokkuuden, fanituksen, julkisuus kuvan ja uskontoviittausten kautta. Tutkimus osoittaa, että kultti-metaforan käytöllä tuotetaan (urheilu)journalistista draamaa ja nostetaan alakulttuurisia ilmiöitä suuren yleisön tietoisuuteen, mutta myös ”ainoastaan” kirjavoitetaan kirjoitusasua.

Kultti-metaforan käyttöön urheilujournalismissa liittyy vielä epäselvyyttä ja epäjohtonmukaisuutta. Kultti-metaforan käyttötavoissa näkyy ristiriita kultti-sanon alkuperäis- ja arkipäiväismerkitysten välillä, minkä takia kultti-metaforaa käytetään urheilu-uutisoinnissa niin populaari- kuin alakulttuurisia ilmiöitä kuvattaessa. Kultti-metaforan yhteiskunnallinen merkitys kytkeytyy uskontokielen vakiintumisprosessiin urheilupuheessa, sekä toisaalta urheilusankaruuden muutosprosessiin. Jälkimmäinen näkyy eritoten kultti-ilmiön yhtäläisyyksinä urheilusankaruuden kanssa. Tutkimuksen perusteella voi muodostaa kolme jalkapallon kulttihahmon arkkityyppiä. Kuten jalkapallon populaari, myös nämä arkkityypit pohjautuvat vahvasti englantilaiseen työväenkulttuuriin.

Asiasanat: kultti, jalkapallo, fanius, uskonto, urheilujournalismi, metafora, diskurssianalyysi

## ABSTRACT

Hannula, J. 2024. Football cult in Finnish sports journalism: A discourse-analytic study on the ways of use of cult-metaphor in the football reporting of Helsingin Sanomat and Ilta-Sanomat. Faculty of Sport and Health Sciences, University of Jyväskylä, Master's thesis in Social Sciences of Sport, 101 pp., 1 appendice.

In this master's thesis in the social sciences of sport, the use of the expression of cult in football-related sports news is examined. The cult expression, like other religious language, has become a way to emphasize the meaningfulness of sports. A cult can be, for example, athletes or sports clubs. The subject of the review is Helsingin Sanomat's and Ilta-Sanomat's football-related news between 2011–2020 (n=189). The research analyzes the forms and meanings of the word cult. In addition, the word cult is examined as a metaphor that describes the establishment of religious language in sports talk.

The theoretical reference framework of the research is based on the research traditions of sports sociology and linguistics. The analysis of the data is based on the theories of Fairclough's critical discourse analysis and Lakoff's constructivist metaphor analysis. The research sample is qualitative. The central concepts of the research are cult, religion, secularization and fandom.

The research results show that the cult metaphor clearly describes football players most often, while other contexts of use, such as cult clubs, coaches, supporters, commentators and songs, remain marginal. The data also contained a significant number of single forms of use of the word cult, which indicates not only the use of a metaphor as a linguistic power tool but also the lack of establishment of the expression cult in sports speech. Meanings of the word cult were constructed in the material through vagueness, exceptionality, merit, fandom, public image and religious references. The study shows that using the cult metaphor produces (sports) journalistic drama and raises subcultural phenomena to the general public's awareness, but also "only" enriches spelling.

Cult metaphor use in sports journalism is still associated with ambiguity and inconsistency. The ways of using the cult metaphor involve a conflict between the original and everyday meanings of the word cult, which is why the cult metaphor is used in sports news to describe both popular and subcultural phenomena. The social meaning of the cult metaphor is connected to the process of establishing the language of religion in sports talk and on the other hand to the process of change in sports heroism. The latter can be seen especially in the similarities between the cult phenomenon and sports heroism. Based on the research, three archetypes of football's cult figure can be formed. Like the popularity of football, these archetypes are also strongly based on English working-class culture.

Key words: cult, football, fandom, religion, sports journalism, metaphor, discourse analysis

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1 JOHDANTO	1
2 KESKEISET KÄSITTEET .....	4
2.1 Kultti.....	4
2.2 Uskonto.....	6
2.3 Sekularisaatio .....	8
2.4 Fanius .....	10
3 PYHÄ URHEILU.....	16
3.1 Uskonto ja jalkapallo .....	17
3.2 Uskontometaforiikka jalkapallokielessä.....	20
4 URHEILUKULTTIEN MUUTOS .....	23
4.1 Paikallisista sankareista kulttipelaajiksi .....	23
4.2 Urheilujulkisuuden muutos .....	27
5 URHEILU JA MEDIA .....	31
5.1 Mediaurheilu.....	31
5.2 Mitä on urheilujournalismi? .....	33
5.3 Urheilujournalismin kieli.....	34
5.4 Tutkimuskohteina Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat.....	39
6 AINEISTO JA METODOLOGIA.....	42
6.1 Aineisto ja sen rajaus .....	42
6.2 Tieteenfilosofiset kytkennät .....	45
6.3 Kriittinen diskurssianalyysi ja metafora-analyysi .....	49
7 TULOKSET .....	53
7.1 Kulttien muodot.....	53
7.2 Aineistosta muodostuvat diskurssit .....	56

7.2.1	Epämääräisyysdiskurssi .....	57
7.2.2	Poikkeuksellisuusdiskurssi.....	59
7.2.3	Ansiokkuuden diskurssi .....	62
7.2.4	Fanitusdiskurssi.....	66
7.2.5	Julkisuuskuvan diskurssi .....	69
7.2.6	Uskontodiskurssi .....	72
7.3	Metafora-analyysin kysymyksenasettelut.....	76
8	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	79
8.1	Johtopäätökset .....	79
8.2	Keitä ne on ne kulttipelaajat? .....	84
8.3	Tutkimuksen arviointi .....	88
8.4	Jatkotutkimusehdotukset .....	91
	LÄHTEET .....	94

# 1 JOHDANTO

Urheilupuheessa esiintyvät aika ajoin *kultti*-alkuiset ilmaukset, kuten kulttipelaaja, kulttihyökkääjä ja kulttiseura. Sanavalinta ei enää särähtäne korvaan, sillä urheilupuheessa vilisee useampiakin uskontoviittauksia, joista on tullut tapa alleviivata urheilun suuria tunteita nostattavaa luonnetta. Kulttien alkuperäismerkitys on kuitenkin hyvin kaukana siitä, kuinka sitä urheilupuheessa tai urheilumediassa nykyisin käytetään. Mistä siis tarkalleen ottaen on kyse silloin, kun urheilupuheessa käytetään sanaa *kultti*?

Aro ja Jokivuori (2014, 150) kuvaavat, kuinka urheilu on saanut valtaosan siitä pyhästä, joka aiemmin kuului vain uskontoon. Nykymaailman urheilu- ja viihdeteollisuuden tähtien osakseen saama huomio on hyvin verrattavissa uskonnolliseen palvontaan (Aro & Jokivuori 2014, 150–151). Minua kiinnostaakin juuri tämä pyhän siirtymä uskonnosta urheiluun ja toisaalta se, kuinka kultti-ilmiö näkyy nykypäivän urheilussa ja tarkemmin ottaen jalkapallossa.

Pro gradu -tutkimukseni tavoitteena on syventyä tarkastelemaan kultti-sanankäyttöä urheilu-, tai tarkemmin sanottuna jalkapallopuheessa. Huomioni kohdistuu kahden suomalaisen uutistoimiston jalkapalloaiheisiin artikkeleihin ja siihen, mitä merkityksiä kultti-sanalle niissä annetaan. Yhtäältä tarkastelen erilaisia kultin saamia muotoja jalkapallopuheessa (esimerkiksi kulttipelaaja tai kulttisankari) ja toisaalta kullekin kultille annettuja merkityksiä. Toisin sanoen olen kiinnostunut siitä, miten, milloin ja miksi kultti-sanaa käytetään jalkapalloon liittyen. Tutkimuksen aihe on relevantti, sillä vastaavanlaista yksittäiseen sanaan tai metaforaan kohdentuvaa analyysiä, joka avaa urheilukielen käytänteitä liittäen ne laajempiin yhteiskunnallisiin muutosprosesseihin ei ole aiemmin tehty liikunnan yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa.

Kiinnostukseni aiheeseen heräsi arkipäiväisestä huomiosta, joka liittyi mielenkiintoni jalkapallon fanikulttuuria kohtaan. Huomasin miettiväni, miksi jotkut pelaajat saavat osakseen huomattavaa suosiota fanien keskuudessa, vaikka he eivät välttämättä ole edes joukkueensa parhaita pelitaidoiltaan. Tajusin, että kyseisiä pelaajia kutsutaan usein kulttipelaajiksi, tai heidän sanotaan olevan kulttiasemassa. Ymmärsin sanan alkuperän olevan varsin kaukana siitä, kuinka sana useimmiten kuulee nykypuheessa käytettävän, ja kiinnostuin oitis lisää. Kandidaatin tutkielmani syntyikin tältä pohjalta, ja huomasin ettei kultti-sanankäytölle urheilupuheessa löydy oikeastaan minkäänlaista jäsennystä, jolloin sitä voi heitellä ympäriinsä

melko häikäilemättömästi jättäen vastuun sen tulkitsemisesta lukijalle. Tutkimukseni aihe on hedelmällinen siinäkin mielessä, ettei kultti-ilmiötä urheilun tai jalkapallon viitekehyksessä ole aiemmin varsinaisesti tutkittu. Siihen on korkeintaan viitattu.

Suomalaiselta tutkimuskentältä aihealuetani maininnan arvoisesti taustoittavia väitöskirjoja löytyy muutamia. Mieleeni ensimmäiset ideanjyvät tutkimusaiheestani on mitä luultavimmin kylvänyt Harri Heinonen (2005) väitöskirjassaan *“Jalkapallon lumo: tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta”*, jossa tarkastelun kohteena on jalkapallofanius ja eritoten kaukokannattajuus. Faniuteen on syventynyt myös Irma Hirsjärvi (2009) väitöskirjassaan *“Faniuden siirtymiä: suomalaisen science fiction -fandomin verkostot”*. Vaikka tutkimuksen kohteena Hirsjärvellä (2009) ovat suomalaiset tieteisfiktiofanit, tarjoaa teos kattavaa näkökulmaa faniuden teoriasta. Jalkapallokirjoitusten kieltä, mikä sekin sivuaa aihealuetani, on puolestaan tutkinut Marianne Roivas (2009) väitöskirjassaan *“Jalkapalloa kirjoittamassa: jalkapallon merkityksiä uudessa englantilaisessa jalkapallokirjoituksessa”*. Teos piirtää kuvaa uuden englantilaisen jalkapallokirjoituksen välittämistä merkityksistä. Lisäksi väitöskirjatasolla on tarkasteltu myös urheilun sankaruutta. Kalle Virtapohjan (1998a) teoksen *“Sankareiden salaisuudet: journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä”* tavoitteena on selvittää, kuinka urheilujournalismi osallistuu urheilusankareiden tuottamiseen. Väitöskirja taustoittaa aihealuetani oivallisesti siinä mielessä, että sankaruus on jossakin määrin rinnakkainen ilmaus kulttihenkilölle tai -hahmolle. Tämän ohella teos tarjoaa katsauksen suomalaiseen journalismin kieleen, jota käsittelen luvussa 5.3. Urheilumedian tutkimuksesta kokonaisvaltaisemman katsauksen tarjoaa sen sijaan Antti Laineen (2011) väitöskirja *“Urheilujournalismin Suomi–Ruotsi-maaottelu: vertaileva tutkimus suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 ja Torinon 2006 olympia uutisoinnista”*. Teos sisältää muun muassa kattavan katsauksen suomalaisen ja ruotsalaisen urheilulehdistön historiasta, mikä on toiminut verrattomana tietopankkina työlleni.

Kuten jo mainitsin, kultti-sanon käyttöä ei jalkapallon kontekstissa ole aiemmin tutkittu. Kulteista ilmiönä on sen sijaan jonkin verran tutkimuskirjallisuutta, pääosin uskontoihin liittyen (ks. Dawson 2006). Lisäksi muutamissa uskontososiologian teoksissa kulteja on tutkittu erilaisten populaarikulttuurien, kuten urheilun, musiikin ja taiteen konteksteissa (ks. esim. Kovala & Saresma 2003; Stein 1977). Uskontososiologista tutkimusta kulteista ja uskonnoista löytyykin yllin kyllin, mutta niistä vain pieni osa kohdistaa tarkasteluaan populaarikulttuurin ilmiöihin. Näin ollen jouduin tai pääsin etsimään tutkimusaiheeni tukevaa taustatutkimusta

hieman syvemmältä uskontososiologisista teoksista (ks. esim. Aro & Jokivuori 2014; Durkheim 1980; Ketola ym. 2018; McGuire 1992).

Tutkimukseni kohdistuu liikuntasosiologiseen tutkimusperinteeseen, mutta myös kielitieteellinen tutkimusperinne on tutkimuksessani näkyvillä. Liikuntasosiologista puolta tutkimuksessani edustavat faniutta, urheilua ja uskontoa, urheilujulkisuutta sekä urheilua ja mediaa tarkastelevat osuudet. Kielitieteellistä tutkimusperinnettä puolestaan edustaa tutkimuksen metodologinen osuus, jossa hyödynnän metafora-analyysiä aineistotekstieni analysointiin. Tieteenfilosofisesti tutkimukseni nojaa konstruktivistiseen perinteeseen kuuluvaan ajatukseen, jossa todellisuus rakentuu sosiaalisesti ja kielellisesti.

Tutkimukseni tekoa ohjaavat seuraavat tutkimuskysymykset:

- 1) Miten *kultti*-sanaa käytetään urheilujournalismissa?
- 2) Millaisia merkityksenantoja urheilujournalismissa annetaan *kultti*-sanalle?

Tavoitteenani on siis avata urheilujournalismin tapaa käyttää kultti-sanaa metaforisesti jalkapalloaiheisessa urheilu-uutisoinnissa. Käsittelen myös uskonnollisen metaforiikan soluttautumista urheilukirjoituksiin. Tutkimusotteeni on laadullinen, ja pyrin avaamaan uutisoinnin sisällöllisiä piirteitä.

Tutkimukseni etenee johdannon jälkeen siten, että luvussa kaksi esittelen tutkimukselleni keskeiset käsitteet *kultti*, *uskonto*, *fanius* ja *sekularisaatio*. Luvuissa kolme ja neljä taustoitan tutkimukseni kohdetta tarkemmin aiemman kirjallisuuden pohjalta. Pääluke kolme keskittyy urheilun pyhiin aspekteihin ja asetan siinä urheilun ja uskonnon rinnakkaisiksi ilmiöiksi. Pääluvussa neljä puolestaan avaan yhteiskunnallisten kehityskulkujen avulla kultti-ilmiön muodostumista jalkapallossa. Pääluvussa viisi taustoitan aineistoani kuvaamalla urheilun ja median tiivistä suhdetta sekä käsittelen urheilujournalismin kieltä aiemman tutkimuskirjallisuuden avulla. Lisäksi esittelen tutkimukseni kohteet Helsingin Sanomat ja Iltasanomat. Kuudennessa pääluvussa havainnollistan yksityiskohtaisesti tutkimukseni aineiston ja sen valinnan perusteet sekä aineiston analysoinnin metodologian. Viimeisissä pääluvuissa seitsemän ja kahdeksan valotan tutkimukseni tuloksia sekä niistä tekemiäni johtopäätöksiä. Lisäksi reflektoin tutkimustyötäni ja muotoilen sopiviksi katsomiani jatkotutkimusaiheita.



## 2 KESKEISET KÄSITTEET

Tässä luvussa esittelen työni keskeisimmät käsitteet *kultti*, *uskonto*, *sekularisaatio* ja *fanius*. Tutkimukseni keskiössä on urheilujournalismin taajaan käyttämä *kultti*-sana, joten aloitan käsitteenmäärittelyn itseoikeutetusti siitä. Uskonnon käsitteeseen tartun toisena, sillä näen havainnollistavaksi avata kulttien alkuperäistä ilmenemisympäristöä. Tällöin voidaan ymmärtää, mistä kultit ovat alun perin peräisin. Kolmantena avaan sekularisaation käsitteen, sillä se kuvaa lukijalle parhaiten niitä yhteiskunnallisia kehityskulkuja, joita kulttipuheen siirtyminen uskontomaailmasta urheilumaailmaan on vaatinut toteutuakseen. Viimeiseksi määrittelen faniuden käsitteen tarjotakseni lukijalle tarttumapintaa kulttien ilmenemiseen modernin urheilun kontekstissa. Rakenteeltaan luvun voi ajatella noudattavan ajatuskulkua, jossa vastataan järjestyksessä kysymyksiin mitä, mistä, miten ja mihin.

### 2.1 Kultti

Kovalan ja Saresman (2003) mukaan sana ”kultti” on johdettu kulttuuri-sanasta, joka tarkoitti alun perin uskonnollisia menoja, jumalanpalvelusmenoja tai palvontaa. Sittemmin käsite on arkipäiväistynyt ja nykyisin sitä käytetäänkin pääosin populaari-ilmiöiden ”palvonnasta” puhuttaessa. Käsite voidaan nähdä kielteisessä tai myönteisessä valossa kontekstista riippuen. Kultti-sanalla voi olla kielteinen kaiku, mikäli valtakulttuurin jäsenet arvostelevat jotakin alakulttuurista, kenties vallitsevaa järjestystä haastavaa ilmiötä. Päinvastoin myönteisessä valossa kultti-sana esiintyy usein juuri alakulttuureissa, joissa jotakin ei-valtakulttuurista kohdetta, kuten urheilijaa, kirjaa tai bändiä, ihailaan pienessä, asiaan vihkiytyneessä piirissä. Tällöin kulttileima voi viestiä epäkaupallisuudesta, aitoudesta ja kapinallisuudesta. Alakulttuuri voidaan tällöin kokea ikään kuin suvaitsemattoman yhteiskunnan keskellä uivaksi suvaitsevaisuuden saarekkeeksi. (Kovala & Saresma 2003.)

Katselukulmista johtuvien erojen lisäksi vaikuttaa siltä, että kultteihin voidaan liittää hyvin vastakkaisia konnotaatioita riippuen siitä, missä yhteydessä kulteista puhutaan. Esimerkiksi urheilupuheessa kultit nähdään useimmiten positiivisena ilmiönä, joilla pyritään korostamaan aiheeseen liittyvän fanikulttuurin merkitystä. Historiallisessa ja uskonnollisessa kontekstissa puolestaan kultit voivat näyttäytyä pahamaineisina ja pelottavina, sillä ne liitetään usein vahvoihin aatteellisiin ryhmiin, joista mieleen voi tulla vaikkapa aivopesu, raakalaismaisuus tai

äärimmäiset johtamiskeinot. Dawson (2006) arvelee negatiivisen kaiun olevan peruja 1900-luvun alkupuolen Amerikasta, jossa puhe kulteista liitettiin ryhmiin, joiden pelättiin tekevän vaarallista pesäeroa ortodoksisesta kristillisyydestä. Ketola ym. (2018) puolestaan toteavat, että uskontososiologinen tutkimus kiinnostui laajalti negatiivisessa valossa nähdystä kulteista ja lahkoista 1900-luvun loppupuolella. Tämä tutkimuksellisen kiinnostuksen kasvu vaikutti siihen, että uskontososiologit alkoivat käyttää näistä yhteisöistä nimitystä ”uudet uskonnolliset liikkeet” (Ketola ym. 2018). Urheilupuheessa nimenomaan kultti-sana onkin luultavasti säilynyt juuri siihen liittyvän mystiikan ja sanan aiheuttamien vahvojen reaktioiden vuoksi.

Durkheim (1980) antaa negatiivisille kulteille omanlaisensa merkitykset. Negatiivisilla kulteilla viitataan monista uskonnoista tuttuihin kieltojärjestelmiin, joissa jotkut asiat, esineet tai ruuat eristetään kielloin tai rajoituksin. Tällaisten kieltojärjestelmien eli negatiivisten kulttien avulla pyhiä asioita on pyritty pitämään erillään profaanista eli arkisesta, estämään kahden tyystin vastakkaisen luokan sekoittuminen. Negatiiviset kultit ja niissä pitäytyvät uskovaiset ovat olleet luomassa varhaisia elämänohjeita ja ensimmäisiä hygieenisiä sekä lääketieteellisiä ohjenuoria. (Durkheim 1980, 269–287.)

Aron ym. (2014) mukaan näiden negatiivisten kulttien positiivisena sosiologisena tarkoituksena on erottaa tiettyyn kulttiin kuuluvat siihen kuulumattomista ja vahvistaa kulttiin kuuluvien yhteisöllisyyden tunnetta. Kultti-ilmiössä keskeistä on sen sosiaalinen aspekti. Kulttiin kuuluville on olennaista sosiaalinen yhteenkuuluvuus, kuten me-henki, tunne samaistumisesta sekä selkeä rajanveto kulttiin kuuluvien ja kuulumattomien välillä. Kultti toimiikin usein yhteisöllisyyden luoja. (Kovala & Saresma 2003.) Vaikka yhteisön sisällä kaikilla yksilöillä on henkilökohtainen suhteensa kulttiin, tarvitsee kultti yhteisöä toteutumiseensa ja olemassaolonsa jatkumiseen. Yhteisö ja sen ylläpitämä ilmiö on täten luonteeltaan holistinen; enemmän kuin siihen osallistuvat yksilöt sellaisenaan.

Ketola ym. (2018) avaavat puolestaan sosiologi Colin Campbellin tekstejä, joissa Campbell nostaa kulteissa keskeiseksi tekijäksi mystiikan. Mystiikalla ja mystisillä kokemuksilla tavoitellaan tässä yhteydessä välittömän ja sisäisen uskonnollisen kokemuksen etsimistä, siis eräänlaista arjen yläpuolelle nousemista. Campbell on myös kuvaillut ”mystisiksi kollektiiveiksi” sellaisia yhteisöjä, joiden jäsenten välillä ei ole sosiaalista vuorovaikutusta, eikä toisaalta myöskään muodollista järjestörakennetta. Sen sijaan tällaisilla kollektiiveilla vuorovaikutus syntyy yhteisistä kiinnostuksen kohteista, kuten yhteisten urheilujoukkueiden,

kirjojen tai viestinnän välineiden seuraamisesta. (Campbell 1977, Ketolan ym. 2018 mukaan.) Tällaisella Campbellin mystisellä kollektiivisuudella voidaan nähdä huomattavan paljon yhteyksiä muun muassa nykyaikaiseen jalkapallofaniuteen. Ihmiset ympäri maailmaa voivat fanittaa esimerkiksi englantilaisia suurseuroja ja identifioitua faneiksi, vaikkei mitään maantieteellistä tai konkreettista yhteyttä seuraan olisi. Tällöin yhteisöllisyyden tunne ei välttämättä muodostu konkreettisesta yhteisöstä, jota nähdään säännöllisesti. Sen sijaan yhteisöllisyyden tunne voi syntyä esimerkiksi kotisohvalla pelejä seuraten tai sosiaalisen median välityksellä tietäen, että tuhannet muut fanit ympäri maailmaa jakavat intohimon.

Tutkimuksessani kultti-sana vilisee tiuhaan, ja kirjoitan välillä kultti-sanana lisäksi kultti-ilmauksesta tai kultti-metaforasta. Kaikissa tapauksissa puhun samasta ilmiöstä, kuitenkin eri puolia siitä korostaen. Suurin ero on kultti-sanana ja kultti-metaforan välillä. Sanaan viittaan käsitellessäni kultti-sanana käyttöä yleisesti, kun taas kultti-metaforaa käytän halutessani korostaa sanana metaforista luonnetta jalkapallokielessä. Kultti-sana ja kultti-ilmaus puolestaan ovat melko lailla synonyymejä ja esiintyvät ajoittain vuorottelevina sanapareina tekstin jouhevuuatta ajatellen.

## **2.2 Uskonto**

McGuiren (1992, 9–10) mukaan uskonnon määrittelemine on hyvin haastava, miltei mahdoton tehtävä. On kuitenkin tapoja asettaa raameja uskonnon kaltaiselle ilmiölle, jotta voimme ymmärtää mitkä asiat sisällyttää uskontoon, ja mitkä rajata sen ulkopuolelle. Uskontososiologisia määritelmiä uskonnonle on lukuisia. Osa niistä sisällyttää uskonnon käsitteeseen kaikki uskonnot alkuperäisuskonnoista lähtien, osa yliluonnollisiksi mielletyt elementit, kuten noituuden tai spiritualismin ja osa taas viihteenalat, kuten urheilun tai musiikin. Toiset määritelmät taas rajaavat nämä kaikki uskontojen ulkopuolelle. (McGuire 1992.) Näin ollen voidaan ymmärtää, että on hyvin vaikeaa löytää uskonnonle määritelmää, joka sisällyttäisi sen kaikki muodot, mutta toisaalta rajaisi määritelmän koherentilla tavalla. Selkeyden ja lukijajystävällisyyden nimissä jonkinlainen ymmärrys siitä, mitä uskonnonle tämän tutkimuksen puitteissa tarkoitetaan, on kuitenkin hyvä saavuttaa. Tämän valitsemani määritelmän esittelen seuraavaksi.

McGuire (1992, 10–15) esittelee ajatuksen, jonka mukaan uskonnon käsitteen määrittelyä on mielekkäämpää lähestyä strategiana kuin totuutena. Tällöin voidaan nähdä kaksi erilaista tapaa määrittellä uskontoa: tiedollinen ja toiminnallinen. Karkeasti ilmaistuna tiedollisessa määrittelytavassa pyritään yleisesti ottaen vastaamaan siihen, mitä uskonto on, ja toiminnallisessa siihen, mitä uskonto tekee. Tiedollinen määrittelytapa pyrkii yleisesti ottaen rajaamaan sitä, mikä on uskontoa ja toisaalta mikä jää uskonnon ulkopuolelle ei-uskonnoksi tai epäuskonnoksi. Toiminnallinen määrittelytapa puolestaan käsittelee sitä, mitä uskonto tekee ihmisille ja yhteisöille, eli mitä sosiaalisia funktioita uskonnolla on. (McGuire 1992, 10–15.) Tämän tutkimuksen puitteissa en näe mielekkääksi valita jompaakumpaa näistä määrittelytavoista, vaan pikemminkin ymmärtää niiden olemassaolon, jolloin ymmärrys uskonnosta yhteiskunnallisena ilmiönä kirkastuu.

Durkheimin (1980, 95–96) mukaan uskonnot eivät perustu sumutukseen tai valheeseen, vaikka ne ovatkin lopulta erehtyneet asioiden oikeasta luonteesta kuten tiede on osoittanut. Tätä voi todentaa vaikkapa kysymällä, miksi ihmiset olisivat vuosisatoja puuhailleet ”joninjoutavuuksien” parissa kirkkoja rakentaen ja uskonnon sanomaa levittäen, mikäli se olisi vain ’huuhaata’. Toisin sanoen uskonnot ovat sidoksissa todellisuuteen ja täten myös ilmentävät sitä. Durkheim (1980) onkin vahvasti sitä mieltä, että uskonnot pohjautuvat perustavanlaatuisen kahtiajakoon, pyhään ja profaaniin, jossa kaikki ajattelun kohteena oleva kuuluu jompaankumpaan näistä vastakkaisista ryhmistä. Pyhiin asioihin ja seikkoihin liittyy uskovien joukossa alituisesti varauksellisuutta, kunnioitusta tai jopa pelkoa (Aro ym. 2014). Lisäksi pyhää voidaan sanoa olevan kaiken sen, mitä suojellaan ja eristetään erilaisin kielloin ja rangaistuksin. Profaania puolestaan ovat ne asiat ja seikat, joihin kieltoja ja rangaistuksia usein sovelletaan. (Aro ym. 2014; Durkheim 1980.) Käytännössä pyhää voi siis olla esimerkiksi islamin uskossa kielletty sianliha ja profaania eli ”ei-pyhää” ihmiset, joita kielto koskee.

Durkheimin (1980, 64) mukaan uskonnon määritelmä tulisi kuulua seuraavasti: ”Uskonto on pyhiä, toisin sanoen erityisiä ja kiellettyjä, asioita koskevien uskomusten ja tapojen solidaarinen järjestelmä – uskomusten ja tapojen, jotka yhdistävät kaikki niihin uskovat moraaliseksi yhteisöksi, jota kutsutaan kirkoksi”. Aro ym. (2014) myötäilevät Durkheimin tapaa määrittellä uskonto toteamalla, että sosiologiassa uskonto ei ole vain yliluonnollisiin olentoihin keskittyvä uskomusjärjestelmä. Sen sijaan uskonto kiteytyy ”pyhän” käsitteeseen, joka niin kutsutussa durkheimilaisessa tulkinnassa on uskonnon perimmäinen luonne ja olemus (Aro ym. 2014, 164). Tutkimukseni puitteissa nojaan uskonnosta puhuessani durkheimilaiseen määritelmään.

Koen sen tiivistävän hyvin yhtäältä pyhyden ja toisaalta kirkon eli yhteisöllisyyden aspektin, jotka ovat kumpikin hyvin olennaisia asioita kulttiutta käsitellessä. Lisäksi Durkheimin ”*Uskontoelämän alkeismuodot*” (1980), jossa määritelmä esitellään, on laajalti tunnustettu sosiologian klassikkoteos, jonka soveltaminen vielä nykyäänkin on varsin hedelmällistä.

### 2.3 Sekularisaatio

Aron ym. (2014) mukaan esiteollisissa eurooppalaisissa yhteiskunnissa vallalla oli pitkälti kristilliseen traditioon pohjautuva maailmankatsomus, jossa ihmisten moraalia ohjailivat vahvasti uskonnolliset kepit ja porkkanat, joista näkyvimpiä olivat taivas ja helvetti. Modernisaation läpikäyneissä nyky-yhteiskunnissa tilanne on sen sijaan täysin erilainen. Maallistuneissa yhteiskunnissa uskontojen rooli on pienentynyt, ja uskontojen tarjoamat vastaukset ovat vain vastauksia muiden joukossa. Näin yksilöt voivat ikään kuin valita uskonsa sen mukaan, mikä sopii kulloiseenkin elämäntilanteeseen. Sekularisaatiosta puhutaankin, kun tarkoitetaan uskontojen roolin heikkenemistä. (Aro ym. 2014; Dawson 2006.) Kallunki (2018) täsmentää sekularisaation lähtökohtana olevan ajatuksen, jossa yhteiskunnalliset murrokset vaikuttavat uskonnon ja sen instituutioiden asemaan sekä uskonnon rooliin yksilöiden elämässä.

Sekularisaation teesin perusteet ovat peräisin sosiologian klassikoista erityisesti Durkheimin ja Weberin ajatuksista ja teoksista (Ketola ym. 2018). Aro ym. (2014) kuvaavat, kuinka Durkheim ajatteli uskonnon eräänlaisena yhteisön kuvastimena siinä mielessä, että se on olemassa ennen yksilöä ja se myös jatkaa toimintaansa yksilön jälkeen. Lisäksi uskonto rakentaa yksilöllisen tietoisuuden, mikä voi tapahtua vain vuorovaikutuksessa kollektiivitajuntaan (Aro ym. 2014). Durkheimin ajattelu uskonnosta kiteytyy kenties parhaiten, kun hän ehdottaa, että yhteisön palvoessa pyhää, se tulee itseasiassa palvoneeksi itseään (Durkheim 1980). Täten uskonto Durkheimin käsityksen mukaan on jotakin pysyvää ja ikuista, sillä tämän ajattelutavan mukaan niin kauan kuin on yhteisöllisyyttä, on myös pyhää.

Weberin ajatuksista perustana sekularisaation teesin kehitykselle toimi hänen näkemyksensä protestanttisen uskonnon vaikutuksesta kapitalismin syntyyn. Weber kuvasi kapitalisoitumisen, rationalisoitumisen ja maallistumisen aiheuttavan uskonnon lumon katoamista, minkä seurauksena uskonto muuttui aiempaa yksityisemmäksi asiaksi. (Hjelm 2018.) Tässä mielessä,

kuten Aro ym. (2014) kuvasivat, yksilö voi valita itselleen kulloiseenkin elämänvaiheeseen sopivan uskon, sillä uskonnolla ei ole enää entisaikojen kaltaista auktoriteettia selitysten perimmäisenä totuutena.

Durkheimin (1980) teksteissä on myös esillä hänen esittämänsä huoli modernisaation ja eritoten kapitalismin aiheuttamasta yhteiskunnallisesta hajaannuksesta, juurettomuudesta ja maallistumisesta. Sekularisaatioajattelua uumoillen Durkheim on kirjoittanut seuraavasti: “Menneisyyden suuret tapahtumat, jotka täyttivät isiemme mielen innostuksella, eivät saa meissä samaa aikaan joko siksi, että ne ovat muuttuneet niin yleisiksi käytännöiksi, ettemme ole niistä tietoisia tai siksi että ne eivät enää vastaa todellisia pyrkimyksiämme; mutta toistaiseksi niiden sijalle ei ole tullut mitään.” (Durkheim 1980, 21–22.) Täten Durkheimin voidaan tulkita ajattelevan, että uskonto itsessään ei ole välttämätöntä, ja että sen merkitys voi vähentyä, mutta tällöin sen tilalle astuu jokin muu yhteisöllisyyden ja sosiaalisten merkitystenantojen muoto.

Aro ym. (2014) ovat tulkinneet edelleen Durkheimin käsitystä uskonnollisesta pyhästä. Koska uskonnollisen pyhän lähde on heidän mukaansa aina sosiaalinen, voi yhteisön jäsenille voimaa ja turvaa antavia kokemuksia löytää myös muilta osa-alueilta kuin vain uskonnosta ja sen rituaaleista. Täten voi siis kärjistäen ilmaista, että siellä missä on rituaaleja ja symboliikkaa, on myös pyhää. (Aro ym. 2014.) Tämä selittää sängen mainiosti esimerkiksi urheiluseurojen vaakunoita, tunnuksia sekä logoja ja niihin liitettyä pyhyyttä. Urheilumaailmassa tunnetaan esimerkiksi käytäntö, jossa pukuhuoneen lattiaa usein koristavan joukkueen logon päältä ei kävellä, sillä se olisi eräänlainen häväistys. Aro ym. (2014) ovat myös sitä mieltä, että symbolien ja riittien tarkoituksena on kiihottaa ja saattaa ihmisiä tietynlaiseen kiihkoon ja hurmion tilaan, mikä on helppo nähdä esimerkiksi jalkapallofanien toimintaa seuraamalla. Pyhän tarkoitus on olla kuin ”sosiaalista kittiä, joka yhdistää tiettyä sosiaalista ryhmää”. Loppujen lopuksi yhteisö määrittelee sen, mikä kulloinkin on pyhää ja mikä profaania. Uskonto itsessään sen sijaan ei ole välttämättömyys pyhälle, vaan uskonnon paikan voivat ottaa myös ”maalliset” instituutiot. (Aro ym. 2014.)

## 2.4 Fanius

“Ensisilmäyksellä näyttää siltä, että ’sosiaaliset ikonit’ nauttivat arvostusta, joka on heistä peräisin. Säteily ei kuitenkaan ole heissä itsessään, vaan sen alkuperä ja luoja on yhteisö, joka suorittaa eräänlaisen pyhittämisen eli pyhän transfiguraation yksilöön.” (Aro ym. 2014). Tutkimuksessani edellä mainitun sitaatin ’sosiaaliset ikonit’ voidaan käsittää ikään kuin kulttipelaajina ja yhteisö puolestaan fanijoukkona. Fanius linkittyykin kultti-ilmiöön urheilupuheessa vankasti, sillä kuten Aro ym. (2014) esittävät, yhteisö eli fanit ovat varsinaisen kultin luoja ja ylläpitäjiä. Fanius vaikuttaa kuuluvan ilmiönä erityisesti urheiluun ja laajemmin koko populaarikulttuuriin (Heinonen 2005, 28). Näin ollen faneiksi voidaan mieltää juuri ne ”populaari-ilmiöiden palvojat”, joita kultti-sanaa määriteltessäni kuvasin.

Faniuden määrittely on haastavaa ja ongelmallista, sillä se aiheuttaa monesti joko stereotypisointeja tai vaihtoehtoisesti faniuden pinnan tarpeetonta kiillottamista. Faneista on puhuttu esimerkiksi viitattaessa koko urheilukatsomon täyttävään yleisöön, ja toisaalta taas aktiiviset mediaurheilun kuluttajat jäävät määrittelyissä herkästi toiminnallisten fanien varjoon, passiivisiksi penkkiurheilijoiksi. (Turtiainen 2008.) Fanius on ilmiönä verrattain monisyinen, minkä vuoksi sitä on vaikea tiivistää. Määritelmiä faniudelle ja faneille on silti historian saatossa esitetty, joskin monia niistä on sittemmin myös kritisoitu (Hirsjärvi 2009, 53; Turtiainen 2008). Hirsjärven (2009, 53) mukaan ainoa faniuden määrittelyssä saatavilla oleva konsensus voidaan saavuttaa vain fani-sanana etymologista taustaa kuvaamalla. Suomeen fani-sana on tullut englannin kielestä, jossa ilmaus ”fan” on lyhenne sanasta ”fanatic”, joka tarkoittaa innokasta ja ihailijaa sekä toisaalta myös ääri-intoilua. Englannissa faneista puhuttiin ensi kerran 1800-luvulla lehtikirjoituksissa viitaten ainakin urheilujoukkueen kannattajiin. Sanan alkuperä on kuitenkin latinan kielessä, jossa termi ”fanaticus” tarkoitti muun muassa jumalan ihailijaa ja temppelein palvontaa. (Heinonen 2005, 28; Oxford English Dictionary, Hirsjärven 2009, 53 mukaan.)

Heinosen (2005, 28–29) mukaan fanaticus-ilmauksella oli jo latinan kielessä hieman negatiivista kaikua, mikä on kenties myöhemmin johtanut koko fani-ilmiön näkemiseen patologisena poikkeavuutena ja arkisuuden yli kuohuvana äärimmäisyytenä. Onpa faniutta kuvattu myös eräänlaiseksi minän strategiaksi (post)modernissa maailmassa, sillä faniuden kautta yksilö voi kiinnittyä ”reflektiivisesti kulttuuriseen materiaaliin, maailmaan ja itseensä” (Heinonen 2007).

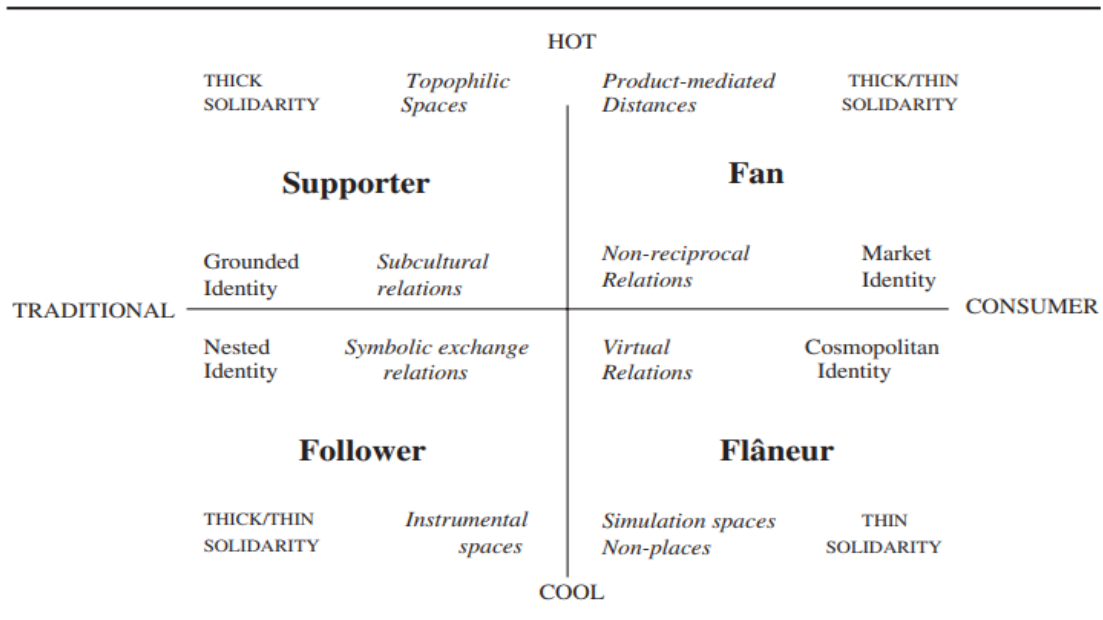
Fanius voidaan myös yhdistää etenkin urheilun seuraamisesta puhuttaessa helposti penkkiurheiluksi. Heinonen (2005) kuvaa väitöskirjassaan, kuinka penkkiurheilua on aikojen saatossa luonnehdittu muun muassa urheilun vastakohtaksi, loisilmiöksi ja ”epäaidoksi lumetodellisuudeksi”. Näihin vertauksiin kiteytyy penkkiurheilun ja sellaisena usein nähdyn faniuden käsittäminen aikuisten miesten passiivisuutena, eräänlaisena todellisuuden ja aikuisuuden velvollisuuksien pakoiluna. (Heinonen 2005, 22–25.) Sitten tarkastelukulma urheilun kuluttamiseen on hieman muuttunut. Nykyisin faniyhteisöjä tarkastellaan pikemmin uudenlaisena osallistuvana kulttuurina, jolloin tuotteen kuluttaja itse asiassa tulkitessaan ja merkityksellistäessään vastaanottamaansa informaatiota toimii aktiivisena kulttuuristen merkitysten tuottajana ja käyttäjänä, toisin sanoen fanina. (Nikunen 2008; Heinonen 2003.) Esimerkiksi monien jalkapalloseurojen faniryhmien tuottamat epäviralliset lehtijulkaisut, *fanzinet*, ilmentävät oivalla tavalla katsojien aktiivista ja merkityksiä tuottavaa luonnetta (ks. esim. Heinonen 2005, 159–165).

Nikunen (2008) esittelee toimittamansa kokoomateoksen johdannossa Jenkinsin jaottelun fanitutkimuksen kolmesta vaiheesta. Fanitutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa, noin 1980-luvulla, fanitutkimusta tehtiin faneista etäältä, ulkopuolelta käsin. Kuitenkin jo ensimmäisessä Jenkinsin nimeämässä fanitutkimuksen vaiheessa faneja ja yleisöä pyrittiin ymmärtämään aktiivisina merkityksentuottajina. Toinen fanitutkimuksen vaihe ajoittui noin 1990-luvulle. Tässä fanitutkimuksen vaiheessa, johon Jenkins koki myös itse kuuluvansa, faniutta tutkittiin ensimmäisestä vaiheesta poiketen sisältäpäin. Myös tässä vaiheessa faniuden aktiivista ja tuottavaa aspektia korostettiin, ja fanius pyrittiin erottamaan sitä leimanneista patologisista yhteyksistä. Kolmas vaihe sen sijaan ajoittuu 2000-luvulle ja siinä faniutta ei enää ole tarpeen puolustella tutkimuskohteena. Tämä mahdollistaa faniuden kriittisemmän tarkastelun sekä faniuden ongelmakohtien ja rakenteellisten ristiriitojen tarkastelun. (Nikunen 2008; Hills & Jenkins 2001.)

Giulianotti (2002) esittelee artikkelissaan ”*Supporters, Followers, Fans and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football*” yhden tunnetuimmista jalkapallofaniuden teorioista. Giulianotti tarkastelee jalkapallofaniutta peilaten fanien sitoutumisastetta erityisesti modernin jalkapallon kaupallistumiseen. Kaupallistumisen vaikutukset näkyvät paitsi pelaajien, organisaatioiden ja median, myös jalkapallokannattajien joukossa muokaten näiden kaikkien toimintaa. Tarkastelun pohjalta Giulianotti on luonut neljä jalkapallokatsijan



ideaalityyppeä: kannattaja (*supporter*), seuraaja (*follower*), fani (*fan*) ja flanööri (*flâneur*). Nämä ideaalityypit voidaan nähdä nelikentällä, jonka akselit ovat kuuma – kylmä (*hot – cold*) ja traditionaalinen – kuluttaja (*traditional – consumer*) (kuva 1).



KUVA 1. Giulianottin nelikenttä jalkapallokatsojan ideaalityypeistä (Giulianotti 2002)

Vaakasuunnassa oleva traditionaalinen – kuluttaja -akseli kuvaa jalkapallokatsojan sitoutumista seuraamaansa joukkueeseen. Traditionaalisilla katsojilla on usein pitkäaikainen ja paikallinen suhde joukkueeseen, kun taas kuluttajien puolella olevat fanit ja flanöörit ovat muodostaneet suhdetta joukkueeseen kaupallisemmista lähtökohdista; oman joukkueen valinta voi olla kuin vierailu supermarketissa ja fanius näkyy esimerkiksi fanituotteiden kuluttamisena. Kuuma – kylmä -pysty akseli puolestaan kuvaa astetta, jolla jalkapallon seuraaja rakentaa identiteettiään seuraamansa joukkueen kautta. Kuumen lojaliteetin kannattajuus viittaa voimakkaaseen identifioitumiseen ja tukeen joukkuetta kohtaan. Sitä vastoin kylmä kertoo heikosta lojaalisuudesta ja pinnallisesta identifioitumisesta. (Giulianotti 2002.)

Kaikista vahvinta sitoutumista joukkueeseensa näyttävistä jalkapallon seuraajista Giulianotti (2002) käyttää nimitystä kannattaja. Kannattajilla on paikallinen, henkilökohtainen ja voimakkaan emotionaalinen suhde kannattamaansa joukkueeseen. Giulianotti rinnastaa tämän suhteen samankaltaiseksi, mitä koetaan oman perheen kanssa; elämäntilanteet ja ympäröivät ihmiset (jalkapallossa joukkueen pelaajat) voivat vaihtua, mutta perhe ja koti ovat pysyviä.

Joukkueet edustavat tietyllä tapaa aina paikallisia yhteisöjä, joiden kulmakiviä ovat nimenomaan kannattajat. Tämänyyppinen yhteisön edustaminen voi näkyä paitsi joukkueen arvoissa, myös aina jalkapallokentällä asti, jossa joukkueen pelityylin (esim. harmoninen, kovaotteinen tai tehokas) voidaan nähdä kuvaavan yhteisön ja kannattajien arvoja. Kannattajat kokevatkin saavansa palkkionsa vahvasta sitoutumisestaan yhteisöllisyyden kokemusten sekä luonnollisesti esimerkiksi tärkeiden voittojen ja pokaalien myötä. (Giulianotti 2002.)

Sitoutumiseltaan toiseksi vahvinta jalkapallon katsojakuntaa Giulianottin (2002) mukaan ovat seuraajat. Heidät erottaa voimakkaammin sitoutuvista kannattajista erityisesti se, ettei heidän identifioitumisensa joukkueeseen synny maantieteellisistä lähtökohdista, vaan pikemminkin mediavälitteisesti. Seuraajilla ei välttämättä ole vain yhtä kiinnostavaa joukkuetta, vaan kiinnostus voi jakautua useampien joukkueiden, pelaajien tai ilmiöiden kesken. Seuraajien lojaalisuus fanituksen kohdetta kohtaan ei siis perustu paikalliseen yhteisöllisyyteen kuten kannattajilla, vaan esimerkiksi ideologisiin seikkoihin tai välilliseen yhteyteen joukkuetta kohtaan. Vaikkapa saksalaisjoukkue FC St. Pauli kerää faneja ympäri maailman vasemmistolaisien arvojensa vuoksi. Seuraajilla voi olla myös suhteita paikallisiin kannattajiin, jolloin välillisen yhteyden avulla voi luoda suhdetta joukkueeseen. (Giulianotti 2002.)

Kaupallisempaa puolta Giulianottin (2002) fanitypologiassa edustavat fanit, joiden fanitus kohdistuu usein suursuosiota nauttiviin joukkueisiin tai pelaajiin. Fanisuhdetta luodaan nimenomaan kaupallisuuden ehdoilla, usein kuluttamalla fanitavaraa, ostamalla seuran osakkeita, tai nykypäivänä mediavälitteisesti ostamalla katseluoikeuksia joukkueen otteluihin. Kuluttamisen avulla fani oikeuttaa identifioitumisensa joukkueeseen, mutta usein paikallisuuden kaltaista läheistä suhdetta joukkueeseen ei ole, jolloin fanitus tapahtuu useimmiten etäältä. (Giulianotti 2002). Giulianottin fanitus on myös meille suomalaisille varsin tuttu ilmiö, sillä 1970-luvulla Englannin Valioliigan televisioinnin alkamisen myötä monet suomalaisista jalkapallon katsojista päätyivät kannattamaan jotakin englantilaista seuraa – vaikkapa siitä riippuen, mikä peli satuttiin televisioimaan juuri sinä lauantaina, kun television ääreen kukin sattui (ks. esim. Heinonen 2005, 58–71; Melan 2014, 145).

Jalkapallon katsojien kaupallinen olomuoto on Giulianottin (2002) mukaan flanööri; eräänlainen postmodernin jalkapallomaailman kuljeksija tai shoppailija. Flanöörit ikkunashoppailevat jalkapallomaailmassa kohdentaen mielenkiintoaan aina sinne, missä tapahtuu jotakin mielenkiinnon arvoista. Flanöörin kulta-aikaa ovat arvokisavuodet ja kauden päätöskierrokset,

jolloin on yleisesti hyvä pysyä selvillä siitä, mitä tapahtuu. Identifioituminen jopa läheisimpiin joukkueisiin on pinnallista, ja siitä osoituksena toimivat fanituotteet, jotka nekin ostetaan vain, jos ne sopivat sen hetkisiin trendeihin. (Giulianotti 2002.) Jalkapallon suosion kasvaessa jatkuvasti suurin osa jalkapallon katsojista lieneekin juuri flanööreja, joille jalkapallon nopea kaupallistuminen tekee ”faniuteen” mukaan loikkaamisen helpoksi.

Kuten aiemmin luvussa 2.1 kirjoitin, jalkapallon kultit ovat tietynlaista pelaajien ja joukkueiden palvomista fanien toimesta. Giulianotti (2002) fanitypologiasta esiin nostamisen arvoisia palvojaryhmiä ovat erityisesti kuuman lojaliteetin kannattajat ja fanit. Kulttiasemaan nousseiden pelaajien palvonta on eittämättä yleisintä kultin määritelmän mukaisesti pienessä, asiaan voimakkaasti omistautuneessa piirissä (Kovala & Saresma 2003), toisin sanottuna kannattajien joukossa. Kannattajien suorittama palvonta on näkyvillä erityisesti ottelutapahtumissa erilaisin rituaalein ja symbolein, jotka luovat tapahtumalle seremoniallista luonnetta (Giulianotti 2002). Durkheim (1980) on esittänyt yhteisön, tässä tapauksessa kannattajien, palvovan näillä rituaaleilla itse asiassa itseään.

Giulianotti (2002) fanit ovat vahvimmin sitoutuneita kannattajia laajempi ihmisjoukko, jonka toiminnassa voidaan myös nähdä kulttipalvonnan merkkejä. Jalkapallomaailman fanit muistuttavatkin toiminnaltaan Giulianottiin mukaan muiden viihdealojen, kuten musiikki- tai elokuva-alan, fanikuntia. Kaikilla viihdealoilla löytyy esimerkkejä niin sanotuista tähtistatuksen julkimoista, joiden yksityiselämää perataan läpikotaisin niin lehtien etusivuilla kuin kahvipöydissäkin. Näiden suurtähtien palvontaa kuvataan monesti juuri *kultin* käsitteellä, onhan kyse populaari-ilmion palvonnasta. Jalkapallomaailman esimerkkeinä tällaisesta tähtikultista toimivat Englannissa ensimmäisenä George Best ja myöhemmin David Beckham, jotka molemmat aikanaan muuttivat kuvaa jalkapalloilijan saaman julkisuuden mahdollisesta mittaluokasta. (Giulianotti 2002; Itkonen ym. 2007; ks. myös Bernstein & Blain 2002; Roivas 2009.)

Nykymaailman tuoreimpien urheilun fanisukupolvien, 1990-luvulla syntyneen Y-sukupolven ja etenkin 2000-luvulla syntyneen Z-sukupolven, urheilun seuraaminen eroaa huomattavasti aiemmista sukupolvista. Tuoreemmille sukupolville eivät urheilussa riitä ainoastaan voitot tai tappiot, vaan he hakevat pikemminkin elämyksiä ja tarinoita, liki ylikuonnollisia kokemuksia. Keskiössä ovat seurojen sijaan yhä useammin urheilun tähdet, jotka saavuttavat tyyliinsä ja ulkoisen habituksensa avulla yhtä suurta vetovoimaa kuin kenttällä tapahtuvilla suorituksilla.

Lisäksi ei ole enää tavatonta, että tähtipelaajat vaihtavat edustamaansa seuraa aiempaa herkemmin, itseasiassa juuri 2010-luvun jälkeen yleistyneet megaluokan siirrot näyttävät vain lisäävän yleisön mielenkiintoa. Tähtien seuraaminen on nykyisin ympärivuorokautista, sillä elleivät tähdet itse päivitä tekemisiään johonkin sosiaaliseen mediaan, spekuloiivat muut tähtien tekemisiä podcasteissa ja makasiiniohjelmissa, joista on tullut uuden sukupolven ”urheiluruutuja”. (The Future Of Sports 2016.)

### 3 PYHÄ URHEILU

Urheilu ja uskonto vaikuttavat ensisilmäykseltä olevan yhteiskunnallisina osa-alueina erillisiltä ja melko etäällä toisistaan sijaitsevilta. Sosiologiseen kirjallisuuteen nojautuen voidaan kuitenkin esittää, että urheilussa ja uskonnossa on nähtävissä yhtäläisyyksiä. Urheiluun on vaikuttaisi siirtyneen tiettyjä osia siitä pyhydestä, joka aiemmin voitiin nähdä vain uskonnossa. Tämä näkökulma, jossa tietty populaarikulttuuri nähdään ikään kuin uskontona, on saanut osakseen myös kritiikkiä ja siitä on käyty vilkasta keskustelua (Lynch 2007, 129–134). Esimerkiksi Hirsjärvi (2009, 90–97) argumentoi väitöskirjassaan, että kulttisuhteen ja uskonnollisen elämyksen yhdistämisessä faniuteen tulisi olla varovainen, sillä tällöin voi esimerkiksi huomaamattaan sisällyttää faniuteen siihen juurikaan kuulumattomia yliluonnollisia ja uskonnollisia merkityksiä. Hän päätyykin irrottamaan kultti-sanankokonaan uskonnollisista kytköksistä ja käyttämään sitä ”vain” kielellisenä ilmauksena, jolla ilmaistaan latautuneisuutta jotakin asiaa kohtaan. (Hirsjärvi 2009, 90–97.) Toisaalta esimerkiksi Stein (1977) argumentoi eri urheilulajeissa käytettyjen sotaan tai uskontoon liittyvien metaforien viestivän nimenomaan, että kyseessä on enemmän kuin vain peli. Käyttämällä uskonnollisia kielikuvia viestitään urheilun (kuten uskonnonkin) luovan yhteistä identiteettiä, yhteenkuuluvuutta, arjesta irtautumista ja pelastusta. (Stein 1977.)

Sovittelevaa näkökulmaa keskusteluun tarjoaa Lyyra (2014), joka filosofisessa esseessään ehdottaa, että jalkapallon pyhyys olisi kenties parhaiten rinnastettavissa nimenomaan entisaikojen pakanauskontoihin jumaluuksineen, kultteineen ja rituaaleineen. Jalkapallon uskonnollisuus ja pyhyys poikkeavat sen sijaan varsinaisten uskontojen armollisuuteen ja henkisyysliittävistä vastineistaan. Pakanauskontojen jumaluudet, kultit, rituaalit ja niiden tuoma ylitsepursuava vapautumisen kokemus luovat paremmat lähtökohdat jalkapallon ja uskonnon pyhyden vertailuun ja analysointiin. (Lyyra 2014.)

Eritoten Hirsjärven (2009, 90–97) vinkeistä viisastuneena olen tarkastellut uskonnon ja jalkapallon yhtäläisyyksiä pelkkää fanitus-näkökulmaa laajemmalla otteella. Nevanlinna (2020) tekee selväksi, että ”Jos jalkapallon vertaaminen uskontoon tarkoittaa vain fanatismia, jalkapallosta sanotaan vähän ja uskonnosta sanotaan liikaa”. Käsittelen tässä luvussa ensin uskonnon ja jalkapallon yhtäläisyyksiä Brombergerin (1995) jaottelua mukailien, tavoitteenani osoittaa edellä mainittujen instituutioiden keskinäisen tarkastelun hedelmällisyys. Tämän jälkeen tartun tarkemmin jalkapallon ja uskonnon metaforisiin risteyskohtiin.

### 3.1 Uskonto ja jalkapallo

Lähden tutkimuksessani siitä, että liikuntasosiologisessa valossa urheiluun ja uskontoon liittyviä ilmiöitä ja instituutioita voidaan vertailla ja osittain myös rinnastaa keskenään. Bromberger (1995) on tarkastellut jalkapalloa rituaalisena ilmiönä pohtimalla kysymystä siitä, missä määrin jalkapallo ja uskonto voidaan nähdä keskenään homologisina ilmiöinä. Tarkastelun konkreettisena tuloksena jalkapallosta voidaan löytää useita eri uskonnollisia аспекteja, jotka eivät ole ainoastaan retorista kikkailua, vaan nimenomaan jalkapallon luontoon kuuluvia ominaisuuksia.

Ensimmäinen näistä jalkapalloa ja uskontoa yhdistävistä аспекteista on tietty tilallinen muoto tai paikka, jossa toiminta ilmenee. Jalkapallossa tämä pyhä paikka on stadion, joita myös pyhätöiksi kutsutaan. Stadionit ovat nimenomaan niiden herättämien merkityksenantojen sekä emotionaalisten tunneskaalojen puolesta rinnastettavissa uskontojen pyhiin paikkoihin, kirkkoihin. Lisäksi stadioneja koskevat usein tietyt säännöt tai koodistot. Ympäri maailman monesti tapana on esimerkiksi ollut, ettei stadioneja käytetä harjoitteluun, vaan ainoastaan viikoittaiseen ottelutapahtumaan – kuin jumalanpalvelukseen konsanaan. (Bromberger 1995.) Beck ja Bosshart (2003, 21–22) lisäävät uskollisten fanien tekevän ikään kuin pyhiinvaelluksia tunnetuille jalkapallostadioneille, joilla voi palvoa virtuoosimaisia yksilöitä.

Toiseksi uskonnon ja urheilun väliseksi yhteiseksi nimittäjäksi Bromberger (1995) nimeää katsojien jakautumisen pyhissä tapahtumissa, kuten seremonioissa tai otteluissa. Katsojien sijainti katsomossa kuvastaa usein tietyllä tapaa heidän asemaansa eri viitekehyksissä. Näitä viitekehyksiä voivat olla esimerkiksi asema yhteiskunnassa (korkeassa asemassa olevat VIP-katsomoissa), asema jalkapallomaailmassa (tietyt varatut paikat eri ryhmille, kuten lehdistölle, liittojen edustajille tai kausikorttilaisille) tai asema fanien keskuudessa (esimerkiksi kaikista intohimoisimmille faneille, eli ”ultrille”, oman katsomonlohkon sijoittaminen). Ottelutapahtuman osallistujien johdonmukainen järjestys on rinnastettavissa uskonnollisiin seremonioihin täsmällisine järjestelyineen. (Bromberger 1995.)

Kolmantena yhteneväisyytenä Bromberger (1995) mainitsee tapahtumakalenterin syklisen luonteen, jolla tarkoitetaan tapahtumien ja sarjojen säännöllistä vuosittaista kiertoa. Yleensä Euroopassa jalkapallosarjat ja monet turnausmuotoiset kilpailut alkavat syksyllä, kulkevat läpi

talven ja lopulta huipentuvat kevääseen, jolloin pelataan sarjojen ratkaisevia kierroksia sekä turnausten loppuotteluita. Tapahtuma- tai ottelukalentereihin on lisäksi syntynyt tiettyjä pyhiä pelipäiviä, kuten Englannin Valioliigaan helposti assosioituvat lauantain ottelukierrokset tai Italian pääsarjan Serie A:n sunnuntai-iltapäivän ottelut. Tietyllä tapaa nämä säännölliset ja pyhät pelipäivät ovat faneille arkea rytmittäviä ja merkityksellistäviä tapahtumia, aivan kuten erilaiset jumalanpalvelusseremoniat uskovaisille ja kirkkoon kuuluville. (Bromberger 1995.) Heinonen (2005, 135) tosin toteaa, että ulkopuolisille tästä ei välttämättä välity erityistä huumaa tai hohtoa, mutta faneille kyseessä on riitti, jossa ”ollaan hetkellisesti kosketuksissa niiden jumalien kanssa, jotka jokainen on valinnut palvottavakseen” (Heinonen 2005, 135). Lisäksi jalkapallokalenteriin on syntynyt tiettyjä joulun tai pääsiäisen kaltaisia ”juhlapyhiä”, kuten tapaninpäivän tai sarjakauden viimeisen ottelupäivän kierrokset, jolloin ainakin Englannin Valioliigassa on muodostunut perinteeksi pelata kokonainen ottelukierros päivässä. Valioliigan päätöskierroksella kaikki joukkueet tapaavat pelata ottelunsa samanaikaisesti, jotta jännitys ja sarjataulukon lopullinen järjestys pysyvät yllätyksellisinä otteluiden päätösvihellykseen saakka.

Neljäs uskontoa ja urheilua yhdistävä aspekti Brombergerin (1995) mukaan on tapahtuman osallistujien roolitus, jolla on kiistatta seremoniallisia piirteitä. Jalkapallofanit osallistuvat ottelun aikana lukuisiin rituaalimaisiin ilmauksiin, kuten fanilauluihin, huutoihin ja eleisiin, joihin kaikkiin on sisäänkoodattu laaja kattaus erilaisia merkityksiä. Lisäksi kannattajat, etenkin fanaattisimmat heistä, luovat pukeutumisellaan ja lisävarusteillaan, kuten asusteillaan, rummuillaan ja bannereillaan karnevaalimaisista tunnelmaa katsomoon. Vastaavasti ottelun tuomarit ja viralliset ottelunjärjestäjät ovat se taho, jotka ylläpitävät tapahtuman pyhää luonnetta ja ikään kuin toimittavat rituaalisen uhrauksen – tässä tapauksessa ottelutapahtuman. (Bromberger 1995.) Näiden ottelutapahtuman roolitusten voi nähdä mukailevan uskonnollisen toimituksen luonnetta, jossa ihmiset saapuvat pyhään paikkaan palvomaan jumalaansa, kun palveluksen virallisena toimittajana toimii vaikkapa pappi tai pastori. Nevanlinna (2020) esittää itse palvonnan kohteiden olevan virtuoosimaisia mestareita, jotka ainoina laatuaan osaavat tuoda tahoillaan niin uskonnon kuin jalkapallonkin ytimen kaikkien nähtäville.

Viidenneksi Bromberger (1995) kuvaa jalkapallon ja uskonnon samankaltaisia organisaatorakenteita. Uskontojen organisaatiomallia mukailleen myös jalkapallossa autonomista valtaa säädellään hierarkkisesti ylätason kansainvälisestä kattojärjestö FIFA:sta kansallisiin järjestöihin ja lopulta ruohonjuuritasolle seuroihin. Järjestöt ja vallanpitäjät pitävät

huolta muun muassa siitä, että samat säännöt pätevät ympäri maailmaa. (Bromberger 1995.) Uskonnon maailmassa puolestaan Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kansainvälisenä kattojärjestönä toimii Luterilainen maailmanliitto (eng. Lutheran World Federation) ja paikallistasolla toimintaa taas järjestävät kunnittain jakautuvat seurakunnat (Lutheran World Federation s.a.; Suomen evankelis-luterilainen kirkko s.a.).

Kuudenneksi jalkapallon ottelutapahtumalla on usein varsin rituaalinomainen ja jatkumomainen luonne, aivan kuten uskonnollisilla tapahtumillakin (Bromberger 1995). Rituaalinomaisina tapahtumina voidaan nähdä esimerkiksi ottelua edeltävät valmistelut ja pelipäivän rutiinit, pelaajien esittely ja kentälle saapuminen, itse ottelun toimintamallit ja lopulta ottelun päättyminen mahdollisine pelipaitojen vaihtoineen ja fanien poistumisineen (Bromberger 1995). Ottelutapahtumien rituaaliset piirteet koskevat siis paitsi pelaajia, myös katsojia, tuomareita ja kaikkia tapahtumaan osallistujia. Esimerkiksi pelipäivän rutiinien suhteen eri toimijoilla voi olla hyvinkin omanlaisensa toimintatavat taikauskaisista rituaaleista aina ruokavalioon saakka. Heinonen (2005, 145) on kuvannut väitöskirjassaan, kuinka eräs Everton-fani uskoi kykenevänsä tietyllä tapaa vaikuttamaan ottelun lopputulokseen pukemalla Evertonin paidan ylleen kotisohvallaan Suomessa. Myös Nevanlinna (2020) on nimennyt taikauskon yhdeksi uskonnon ja jalkapallon yhteiseksi nimittäjäksi, vaikka hän kummeksuukin sitä, että taikauskoon suhtaudutaan urheilun parissa suopeammin kuin uskontopuheessa.

Seitsemäntenä ja viimeisenä Bromberger (1995) nimeää tietynlaisen jalkapallon rituaalisen luonteen muodostaman ”mielellisen yhteyden” fanien joukossa. Tällä tarkoitetaan sitä, kuinka ennestään tuntemattomat fanit jakavat yhteisiä tarkoituksia ja merkityksiä katsomossa ottelun aikana (Bromberger 1995). Uskonnolliset elementit, kuten kiihko, kulttuurinen palvonta ja hurmio ovat osa yhteisöllisyyden tunnetta urheilun ystävien keskuudessa, minkä lisäksi joukkomediat ovat aina valmiita ja halukkaita varmistamaan, että faneilla on aina jotain juhlistavaa (Beck & Bosshart 2003, 21–22). Tällainen estoton yhteisöllisyys on vain harvoin läsnä arjessa, mutta ottelun aikana ”kuten uskontokin, myös jalkapallo voi korottaa meidät aika ajoin mitään sanomattoman arjen yläpuolelle” (Heinonen 2005, 17).

Nevanlinna (2020) avaa jalkapallon rituaalista luonnetta lisäämällä, että jalkapallokenttä on tietyllä tapaa tosi- tai arkielämästä ulosrajattu alue. Jalkapallokentällä vallitsevat sen omat, poikkeavat sääntönsä, jotta tapahtuman rituaalinen luonne pysyy yllä, eikä ajatusmaailma lipsu vahingossa arkielämän puolelle. Rituaalin kautta yksilö voi tavallaan paeta omia tunteitaan,



ottamalla tilalle yhteisön jaetun tunnemaailman. Jalkapallofanin on myös ottelutapahtuman tiimellyksessä lupa kadottaa itsensä näihin kollektiivisiin tunteisiin, antaa rituaalin viedä mennessään. Toisaalta vastuu tunteista ja niiden aiheuttamista teoista kuuluu myös yhteisölle, eli ei varsinaisesti kenellekään. Yksilötasolla rituaali ikään kuin antaa vapauden ilman vastuuta. (Nevanlinna 2020.)

Siispä jalkapallo, aivan kuten mikä tahansa urheilulaji, tuo esiin huomattavia yhteisöllisiä piirteitä edistäen ihmisten kommunikaatiota ja esittäen yhteisiä symboleita ja kollektiivista identiteettiä (Heinonen 2005, 18). Heinonen viittaa Durkheimiin kuvatessaan, kuinka urheiluun ja jalkapalloon liittyvä intohimo synnyttää uskonnon kaltaisen voimakkaan kollektiivisen kokemuksen, mikä voidaan kokea uskonnollisena voimana. Durkheimin mukaanhan tuo voima on lähtöisin yhteisöstä itsestään. (Heinonen 2005, 18; Durkheim 1980, 202–209.) Heinosen (2005, 18) mukaan jalkapallofaniuden voikin tähän yhteisöllisyyteen ja durkheimilaiseen uskontokäsitykseen nojaten nähdä modernina analogiana uskonnollisille rituaaleille.

### **3.2 Uskontometaforiikka jalkapallokielessä**

Urheilupuheessa harvoin analysoidaan jalkapallon ja uskonnon yhteyksiä kuten Brombergerin (1995) listauksessa. Viittaukset uskontoon ovat pikemmin metaforisia ilmaisuja, joilla pyritään jäsentämään jalkapallollista ilmiötä jonkin uskontoon liittyvän ilmiön tai asian termein (Taira 2015, 223). Yhtä lailla metaforiikkaa voidaan hakea myös muilta elämän osa-alueilta, kuten sodasta tai talousmaailmasta. Tämän tutkimuksen puitteissa pitäydyn kuitenkin uskonnollisten ilmausten käsittelyssä, jotta vältetään turhalta rönsyilyltä.

Uskonnollisen sanaston käyttö osana jalkapallokieltä on yleistä ainakin Englannissa (Knott ym. 2013) ja aineistoni pohjalta samaa voi sanoa myös suomalaisesta urheilumediasta. Kultti-sanankäyttö on toki ilmennyt jo tämän tutkimuksen myötä, mutta urheilumediassa käytettäviä uskonnollisia termejä on itseasiassa useita. Kulttipelaajien ohella voidaan puhua esimerkiksi ikoneista, legendoista, pyhimyksistä, talismaaneista tai verrata pelaajaa jopa jumalaan. Eri sanavalintoihin sisältyy erilaisia merkityksiä, vaikka niitä kaikkia yhdistää pelaajan merkityksen korostaminen ja jopa hehkutus. Ikoneiksi tai legendoiksi luonnehditaan monesti pelaajia, joilla on jo uraa ja saavutuksia takanaan, kun taas talismaani voi olla nuorempikin pelaaja, joka toimii joukkueelleen nimensä mukaisesti onnenkalun tavoin tehden esimerkiksi

tärkeitä, ottelut voittavia maaleja. Ei ole myöskään tavatonta, että uskonnollista sanastoa käytetään ivaamismielessä niitä pelaajia kohtaan, jotka ovat pettäneet joukkueen luottamuksen. Esimerkiksi Tottenhamissa kapteeninnauhaa kantanutta Sol Campbellia ilkuttiin Juudakseksi hänen siirryttyään paikallisvastustaja Arsenaliin (Oakley 2012, 151) ja saman kohtalon ovat kokeneet myös lukuisat muut fanien luottamuksen pettäneet jalkapalloilijat. Jalkapallostadioneille löytyy myös omat uskontoon viittaavat metaforansa. Stadioneita voi kuulla kutsuttavan pyhätöksi tai temppeliksi, jolloin tuodaan 'pyhän' elementti jalkapallomaailmaan. Jalkapallokannattajien toimintaa on fanituksen lisäksi usein pelaajien tai joukkueen palvonta, ja onpa yksittäisen fanin ensimmäistä käyntiä kannattamansa joukkueen stadionilla luonnehdittu pyhiinvaellukseksikin.

Muita jalkapallomaailmassa esiintyviä uskonnolliseksi miellettyjä sanontoja ovat myytti, kirous, paholainen ja pyhimys. Myytti eli jumalaistaru voi esiintyä muun muassa kuvattaessa jotakin tarunhohtoista uskomusta tai suuresti ihailtua henkilöä (Kotimaisten kielten keskus 2022a). Kirousta puolestaan voi kuulla käytettävän, mikäli jokin joukkue tai pelaaja on jatkuvassa epäonnistumisten putkessa. Taira (2015, 223) esittää keräämästään aineistosta esimerkin, jossa englantilaisjoukkue Derby Countyn kirjoitettiin 1980-luvulla olevan kirottu ja noiduttu seuran edellisen managerin Brian Cloughin alaisuudessa (Living under the Clough curse, The Sun 6.2.1982, Tairan 2015, 223 mukaan). ”Paholainen” on puolestaan käytössä niin englantilaisjoukkue Manchester Unitedin kuin Belgian maajoukkueen lempinimissä; molemmat ovat Punaisia Paholaisia (eng. Red Devils). Päinvastaisesti ”pyhimyksiksi” kutsutaan englantilaista Southampton FC:tä (eng. Saints), ja löytyy pyhään viittaava etuliite useamman seuran kuten skotlantilaisten St. Johnstone FC:n sekä St. Mirren FC:n nimistä (Oakley 2012, 149).

Taira (2015, 224) kuvaa teoksessaan yhtä jalkapallomaailman tunnetuimmista uskontoviittauksista. Vuoden 1986 MM-kisojen puolivälierässä Argentiinan ja Englannin kohdatessa Diego Maradonan onnistui tehdä 1–0 maali kädellään niin, että tilanne meni tuomarilta ohi ja maali hyväksyttiin. Argentiina eteni ottelusta jatkoon 2–1 voittonsa myötä, ja vaikka Maradonan ottelun toinen maali oli yksi MM-historian hienoimmista, pelin jälkeen puheenaiheeksi nousi luonnollisesti Maradonan ensimmäinen; kädellä tekemä maali. Maradona myönsi myöhemmin haastattelussa, että kyseessä oli käsimaali, Maradonan sanoin ”Jumalan käsi”. Ilmaisua jäi elämään, ja on tänä päivänäkin yksi jalkapallohistorian tunnetuimpia yksittäisiä hetkiä, johon viitataan säännöllisesti. (Taira 2015, 224.) Nevanlinna (2020, 79)

pohtii kuinka ”Jumalan käden” kielikuvaa tulisi tulkita ja mikä oikeastaan nähdään jumalan osuutena tapahtumassa. Jumalan osuudeksi voi nähdä esimerkiksi tuomarin silmien sulkemisen juuri oikealla hetkellä tai kenties Jumala siirsi osan jumaluuttaan Maradonaan pieneksi hetkeksi. (Nevanlinna 2020, 79.) Joka tapauksessa kielikuvan yleinen tulkinta on, että jumalalla oli maalissa niin sanotusti kätensä pelissä, toisin sanoen maali syntyi jumalan myötävaikutuksella.

Kuvaamieni esimerkkien tarkoituksena oli luoda esiyymmärrystä erilaisten uskonnollisten metaforien käyttötavoista urheilupuheessa, johon tulen pureutumaan vielä tarkemmin tutkimustuloksissani. Tairan (2015, 225) mukaan uskonnollisella metaforiikalla voidaan osoittaa lukijalle pelaajan, valmentajan, tai vaikka kokonaisen seuran erityislaatuisuutta, oli se sitten myönteistä tai kielteistä. Uskonnollinen kieli on myös kulttuurillinen keino välittää jalkapallon merkitystä lukijalle. Uskonnolliset sanavalinnat voivat nostaa jalkapallon ajoittain niin suuriin mittakaavoihin, että lukija voi rivien välistä lukea kyseessä olevan itseironista naureskelua sille vakavuudelle, jolla jalkapalloon usein suhtaudutaan. Toisaalta uskonnollista kieltä käytetään intertekstuaalisesti, eli toisiin teksteihin viitaten, sillä se on paras ja ehkä jopa ainoa tapa kuvata ihmisille merkityksellisiä asioita. Uskonnollinen kieli otetaan käyttöön, kun muut puhetavat tuntuvat riittämättömiltä. (Taira 2015, 225–230.)

## 4 URHEILUKULTTIEN MUUTOS

Jalkapallossa – kuten urheilussa ylipäänsä – huippuyksilöitä on kautta aikain nostettu tavalla tai toisella esiin muusta joukosta. Yhteiskunnallisena ilmiönä urheilujulkisuus on kiinnittynyt aikaan ja sosiaaliseen tilaan (Itkonen ym. 2008, 33). Urheilujulkisuuden ilmenemismuodot ovat siis tiukasti sidoksissa yhteiskunnallisiin muutoksiin, vaikkapa teollistumiseen ja sen vauhdittamaan viestintävälineistön kehitykseen. Nykypäivän globalisoituneessa maailmassa urheilujulkisuus on kansalliset rajat ylittävää kansainvälistä viihdettä. (Itkonen ym. 2008, 33.) Tässä luvussa avaan näiden yhteiskunnallisten kehityskulkujen vaikutusta ensin modernin jalkapallon kehitykseen ja toiseksi urheilujulkisuuden muutoksiin. Edellinen auttaa hahmottamaan tutkimusaineistossani esiintyvien jalkapallon kulttipelaajien syntyprosessia, kun taas jälkimmäinen kuvaa sankarikultin ilmenemistä suomalaisessa kontekstissa. Näiden muutosprosessien avaamisen myötä tavoittelen ymmärrystä siitä, millaisia urheilijoita aikojen saatossa on nostettu esiin ja palvottu, sekä kuinka heitä on arvostettu.

### 4.1 Paikallisista sankareista kulttipelaajiksi

Jalkapallon historiallista kehitystä ovat erilaisten kehitysvaiheiden kautta kuvanneet tahoillaan esimerkiksi Giulianotti ja Robertson (2009, 1–30) sekä Itkonen ja Nevala (2007). Jalkapallon sitominen historiallisiin kehityskulkuihin, kuten globalisaatioon ja yhteiskunnan muutokseen yleisemminkin on varsin hedelmällistä, sillä niin kuin Giulianotti ja Robertson (2009) valottavat, voidaan jalkapallo ymmärtää esimerkiksi globalisaation mittarina, peilinä, moottorina tai metaforana. Pyrin kuitenkin keskittymään kuvauksessani kirjallisuuskatsauksen kannalta olennaisiin tekijöihin eli jalkapallon yhteiskunnalliseen kehitykseen ja kultti-ilmiöön sekä siihen liittyviin tekijöihin.

Giulianottin ja Robertsonin (2009, 1–30) mukaan jalkapallon kansainvälistymisen ensimmäinen vaihe oli aika ennen 1870-lukua. Tässä vaiheessa suuri rooli jalkapallossa oli englantilaisilla sisäoppilaitoksilla, jotka ottivat tehtäväkseen sivilisoida kaduilla ja toriaukioilla pelattua kovaotteista jalkapalloa luomalla erilaisia sääntöjä ja rangaistuksia pelin siistimiseksi. Samalla englantilaiset kauppiaat ja merimiehet alkoivat levittää peliä maailmalle kauppamatkojensa mukana, etenkin meriteitse. Jalkapallo saatiin myös erotettua omaksi urheilulajikseen sen sisarlajeista, kuten rugbystä, kun ensimmäinen kansallinen lajiliitto,

Englannin jalkapalloliitto, perustettiin vuonna 1863. (Giulianotti & Robertson 2009, 1–30; Itkonen & Nevala 2007.) Tulee kuitenkin muistaa, että vaikka modernin jalkapallon synty yhdistetään usein Brittein saarille, ulottuu jalkapallon historia tuhansia vuosia taaksepäin. Jo 1500-luvulta on tarinoita, joiden mukaan naapurikylät pelasivat toisiaan vastaan jalkapallo-otteluita, joissa pallo tuli saada vietyä naapurikylän pyhimpiin paikkoihin, yleensä kirkkoon tai toriaukiolle, mitkä toimivat pelin maaleina (McAllister 2010, 121).

Jalkapallon kansainvälistymisen toinen vaihe, niin kutsuttu lentoon lähtö, tapahtui noin 1870-luvulta maailmansotien väliseen aikaan saakka. Tämän vaiheen aikana jalkapallon voidaan sanoa laajentuneen sisäoppilaitoksissa kehitetystä sivistyneistön lajista suureksi massailmiöksi. Tämän taustalla on juuri lajin sosiaalisen pohjan laajeneminen: aiemmin eliitin lajia alkoivat harrastaa laajamittaisesti myös muut yhteiskuntaluokat, varsinkin työväenluokka pyrki ottamaan lajin omakseen. (Giulianotti & Robertson 2009, 1–30; Itkonen & Nevala 2007.) Työväenluokka toi eittämättä jalkapalloon myös omaa arvopohjaansa: maskuliinisuutta, aggressiivisuutta, fyysistä luonnetta ja vahvaa kansallisidentiteettiä (Cricher 1979). Tämän työväenluokkaisen arvopohjan vaikutus näkyy tänä päivänäkin paitsi siinä, minkälaisia pelaajia jalkapallokentillä arvostetaan, myös lieveilmiöinä kuten rasismina tai huliganismina katsomoissa.

Jalkapallon kansallinen organisoituminen näkyi eritoten kansallisten kilpailujen järjestämisenä; aluksi turnausmuodossa ja myöhemmin edelleen sarjamuodossa. Pelaajille säännöllinen kilpailutoiminta toi uudenlaista julkisuutta ja ihailua. Parhaita pelaajia alettiin kunnioittaa paikallisina sankareina, ja myöhemmin lehdistön myötä myös kansallisen tason suurmiehinä. (Giulianotti & Robertson 2009, 1–30; Itkonen & Nevala 2007.) Nämä paikalliset sankarit olivat ikään kuin aikansa kulttipelaajia omissa paikallisissa yhteisöissään (ks. esim. Itkonen & Knuutila 1992, 145–161). He tulivat samoista sosioekonomisista ja kulttuurisista lähtökohdista kuin katsojatkin ja parhailaankin he liikkuivat vain marginaalisesti ulos niistä luokista (Cricher 1979).

Kolmas vaihe ajoittui noin 1920-luvulta aina 1960-luvulle saakka. Tänä aikakautena jalkapallon kansainvälinen kilpailujärjestelmä otti harppauksia, ja esimerkiksi jalkapallon miesten MM-kisat veivät olympialaisilta aseman lajin suurimpana kansainvälisenä turnauksena. Jalkapallon MM-kisojen myötä lajin suosio kasvoi, ja kansainvälisten otteluiden radiosta seuraamisen rinnalle nousi uusi kulutusmuoto, televisio. Vaikka televisiot eivät vielä

1950- ja 1960-luvuilla olleet yleistyneet joka kodin hyödykkeiksi, voidaan Sveitsin vuoden 1954 kisoja pitää ensimmäisinä ”tv-kisoina”. Televisiointi loi jalkapallolle uusia ulottuvuuksia mahdollistaessaan otteluille maailmanlaajuiset yleisöt, jotka kykenivät löytämään kilpailuista maailmanluokan pelaajia ja joukkueita. Pelaajien maine saattoi kiiriä aiempaa pidemmälle ja nopeammin, ja kansalliset sankarit tunnettiin yhä paremmin. Aikakauden loppupuolelle tultaessa ensimmäiset suurpelaajat pääsivät nauttimaan populaarikulttuurin mukanaan tuomasta julkisuudesta ja tähtistatuksesta. Pohjois-Irlannin ja Manchester Unitedin tähtihyökkääjä George Best oli yksi ensimmäisistä ”jalkapallojulkiksista”, jonka liikkeitä seurattiin nyt paitsi kentällä, myös sen ulkopuolella. (Giulianotti & Robertson 2009, 1–30; Itkonen & Nevala 2007.) Pienten paikallisten yhteisöjen lisäksi kulttipelaajien maine kiiri nyt myös kansallisille, tai jopa kansainvälisille yhteisöille (ks. esim. Itkonen & Knuutila 1992, 145–161).

Jalkapallon kansainvälistymisen neljäs ajanjakso näki jalkapallon muuttuvan jokseenkin populaarikulttuurin osaksi. Ajanjakso ajoittui noin 1960-luvulta vuosituhannen vaihteeseen saakka. Tänä aikana television merkitys korostui valtavasti, ja monissa maissa Englannin liigan otteluiden säännöllinen seuraaminen kasvatti lajin yleisömääriä. Yleisömäärien kasvaessa myös medianäkyvyys otti harppauksia, jolloin jalkapallo alkoi kiinnostaa globaalisti myös taloudellisesta näkökulmasta. Tämä näkyi esimerkiksi sponsorintisopimusten yleistymisenä sekä tehostuneena markkinointina. Populaarikulttuurin mukanaan tuoma viihteellisyys liitti huippupelaajat lopullisesti osaksi julkkismaailmaa, jolloin tiettyjen pelaajien ympärille voidaan sanoa muodostuneen eräänlaisia ”tähtikultteja”. Tällä ilmauksella kuvataan nimenomaan pelaajien fanituksen ja palvomisen saamia uusia mittasuhteita. (Giulianotti & Robertson 2009, 1–30; Itkonen & Nevala 2007.) Jalkapallojulkisten ja suuren yleisön sankareiden lisäksi kulttisuosiota nauttivat eräänlaiset antisankarit, kenttien konnat ja kanaljat (eng. villains) (Cricher 1979). Stereotyyppisesti he ovat keinoja kaihtamattomia, jopa kauhukakaroiksi parjattuja pelaajia, joita etenkin heidän edustamansa seuran kannattajat arvostavat. Lisäksi tällaisilla konnilla saattoi kirjaimellisesti olla kentän ulkopuolellakin tietynlaista lurjuksen vikaa. Esimerkkeinä 1900-luvun lopulta voisi nimetä vaikkapa Diego Maradonan ja Paul Cascoignen, joiden ”jumalainen” lumo kentällä yhdistyi traagiseen ihmiskohtaloon kentän ulkopuolella (Lyyra 2014).

Tähän ajanjaksoon sijoittui myös ilmiö, jota Dave Russell (2007) on kutsunut yhteiskunnan jalkapalloistumiseksi. Tällä Russell tarkoittaa jalkapallon saavuttamaa asemaa nyky-yhteiskunnassa, missä jalkapalloon voidaan viitata siitä etäisissäkin asiayhteyksissä, kuten

tieteessä, taiteessa tai taloudessa. Tämä tilanne eroaa rutkasti jalkapallon historian ensimmäisestä vuosisadasta, jolloin jalkapallo pysyi Russellin mukaan vielä jokseenkin rajattuna alueena yhteiskunnassa. Ilmiö näkyi varsinkin Englannissa, jossa olennaista jalkapallon yhteiskunnalliselle murrokselle oli laatulehdistön jalkapallolle antama laaja huomio erityisesti vuoden 1966 voitollisten MM-kotikisojen jälkeen. Jalkapallon yhteiskunnallistuminen voidaan ilmiönä liittää laajempaan populaarikulttuurin lumoon nyky-yhteiskunnissa. Russellin mukaan voidaan puhua jopa modernin kulttuurin popularisoitumisesta, mikä tarkoittaa kulttuurituotteiden roolin korostumista arkielämässä. (Russell 2007.)

Nykyisin jalkapallon globalisaation kehityskulusta on tunnistettu myös viides vaihe, joka ajoittuu 2000-luvulle. Tämän niin sanotun milleniaalin vaiheen aikana jalkapallo on muuttunut globaaliksi viihdeteollisuudeksi, jolloin jalkapallo on paitsi kentällä pelattava joukkuelaji, myös kansainvälistä bisnestä ja viihdettä, eräänlaista jalkapalloteollisuutta. Tämä jalkapalloteollisuus on muuttanut jälleen lajin työväenluokkaisuuteen nojannutta sosiaalista pohjaa. Jalkapallon viihteellistyminen ja kaupallistuminen ovat houkutelleet niin katsomoihin kuin seurojen johtoportaisiin aiempaa yläluokkaisempaa väkeä. Vaikka ”yläluokkaistuminen” on kiistatta lisännyt lajin näkyvyyttä, ovat työväestöön kuuluvat ja seuransa sosiaaliseen yhteisöön kiinnittyneet fanit voineet kokea viihteellisyyden rapauttavan alkuperäistä ja siten ’aitoa’ jalkapallokulttuuria kaupallisine toimintaperiaatteineen. (Itkonen & Nevala 2007.) Toisaalta yläluokkaistuminen on myös laajentanut jalkapalloa koko kansan lajiksi 2000-luvulla hieman samoin kuin 1800-luvulla brittiläinen työväenluokka laajensi lajin sosiaalista pohjaa innostuessaan sisäoppilaitoksissa kehitetystä sivistyneistön lajista (Giulianotti & Robertson 2009, 1–30; Itkonen & Nevala 2007; Russell 2007).

Jalkapallo on muuttunut monella tapaa ylikansalliseksi. Pelaajien liikkuvuus eri maiden seurajoukkueiden välillä on helpompaa kuin koskaan. Ylikansalliset sarjat, kuten Mestarien liiga Euroopassa tai Copa Libertadores Etelä-Amerikassa, ovat luoneet uudenlaista kilpailua jalkapallon seuraajien huomiosta. Nykyisin seura- tai edes maajoukkueiden kannattaminen rajoitu enää vain tiettyyn maantieteelliseen sijaintiin (Itkonen & Nevala 2007). Lisäksi nykypäivänä jalkapalloa voi seurata mistäpäin maailmaa ja minä hetkenä tahansa internetin välityksellä. Samoin pelaajat, yksilöityneen fanituksen kohteet, löytyvät sosiaalisesta mediasta jakaen arkipäiväistä elämäänsä faneille ja luoden samalla uudenlaista suhdetta heihin. Nykypäivän huippujalkapalloilijat ovat megaluokan viihdetähtiä ja palvottuja pop-idoleita,

joiden yksityiselämän pitäminen yksityisenä on jo sula mahdottomuus. Lehdistön kynsissä jalkapallon supertähdet ovat nimenomaan viihdetähtiä, jolloin heidän yksityisasiotaan perataan ajoittain jopa tirkistelyn mitat täyttävin käytäntein. Herääkin kysymys, onko tällöin supertähdistä puhuttaessa kyse enää kulttipelaajista siinä mielessä, ettei palvonta ole vain ja ainoastaan pienten ja aiheeseen paneutuneiden joukkojen toimintaa.

## 4.2 Urheilujulkisuuden muutos

Yhteiskunnallisena ilmiönä urheilujulkisuus on sidoksissa yhteiskunnan kulloiseenkin kehitysvaiheeseen sekä erityisesti niihin viestimiin, joilla ja joissa urheilujulkisuutta tuotetaan (Itkonen ym. 2008, 33). Niin kauan kuin urheilua on edes jossain määrin seurattu, on menestyneet urheilijat nostettu muun joukon yläpuolelle eri tavoin. Kielellisesti urheilu on liitetty urheuteen, ja urheilukenttien kovimmat kamppailijat ovat olleet urheita sankareita, joiden ympärille muodostunut sankari-, tähti- ja urhokultti on säilynyt urheilussa vallan hyvin. Aluksi kylän sankareita saattoivat olla etevimmät shamaanit, parantajat ja metsästäjät, myöhemmin antiikin olympialaisissa voittajia palvottiin jumalten alttarilla tai temppelissä. Sankaruuden ja urheilun tärkein yhteinen nimittäjä on julkisuus, joka on sekin muovautunut yhteiskunnan muutoksessa ja viestintälaitteiden kehittyessä. (Itkonen & Knuutila 1992, 145–148.)

Itkonen (2021, 150–156) sekä Itkonen ja Knuutila (1992, 145–161) hahmottavat kuvaa urheilijoista julkisuuden kohteina suomalaisen urheilujulkisuuden muutoksen kuuden vaiheen kautta. Ensimmäisessä urheilujulkisuuden vaiheessa nostettiin esiin paikallisia kykyjä. Nämä paikalliset kyvyt olivat ennen kaikkea maatalousyhteiskunnan poikkeuksellisia kykyjä, joiden saavutukset liittyivät usein työntekoon ja arkisten ongelmien ratkomiseen erityisominaisuuksiinsa turvaten. Työntekoon liittyvissä ominaisuuksissa pääsi mitteleämään tupaurheilun merkeissä, missä voittajat jäivät elämään paitsi perinteenkerääjien dokumentteihin, ennen kaikkea myös kyläläisten tarinoin. Paikallisyhteisöjen voimakkaimmat, nopeimmat, kestävimmat tai notkeimmat kasvoivat kertomuksissa myyttisiin mittoihin. Koska saavutukset koskivat kuitenkin konkreettisia arkipäivän askareita, pystyivät kuulijat omaksumaankin helposti käsityksen paikallisten kykyjen erinomaisuudesta. Paikalliset kyvyt ovatkin luoneet sen maaperän, jolta kilpaurheilu alkoi ponnistaa 1900-luvun vaihteen molemmin puolin. (Itkonen 2021, 150–156; Itkonen & Knuutila 1992, 145–161.)



Urheilujulkisuuden toisen vaiheen sankareita olivat areenoiden mestarit. Tuolloin elettiin aikaa, jolloin kamppailtiin herruudesta amatööri- ja ammattilaisurheilun välillä. Kilpaurheilu etsi nimenomaan ”puhtaita lahjakkuuksia”, jolloin esimerkiksi liikunnanopettajat suljettiin automaattisesti kilpailuista ja harjoittelua pidettiin paheena. Areenoiden mestarit edustivat kilpaurheilun ensimmäistä varsinaista julkisuussukupolvea ja he hankkivat elantonsa nimenomaan erikoisominaisuuksillaan. Suomeen varsinainen areenoiden kansainvälinen mestari tuli kylään jo 1830-luvulla, kun taitojuoksija Carl Gisé esitteli näytösjuoksussa nopeuttaan Esplanadin ja Espoon tullinpuomin välisellä matkalla Töölössä. Gisé oli valinnut areenakseen tapahtumanomaiset ”näytännöt”, kun vaihtoehtoisesti jotkin muut areenoiden mestarit saattoivat esitellä taitojaan esimerkiksi sirkuksissa tai iltamissa erilaisissa liikuntalajeissa, kuten tynnyriinsukelluksessa ja notkeustaiteilussa. (Itkonen 2021, 150–156; Itkonen ym. 2008, 33–37; Itkonen & Knuutila 1992, 145–161.)

Kolmannessa urheilujulkisuuden vaiheessa esillä olivat maailmankartalle juoksijat. Ajallisesti tämä jakso sijoittuu 1900-luvun ensimmäisiin vuosikymmeniin ja Suomessa erityisesti kansallisidentiteetin muodostumisen ja maan itsenäistymiseen. Maailmankartalle juoksussa viitataan vuoden 1912 olympialaisiin ja etenkin juoksija Hannes Kolehmaiseen, joka ”juoksi Suomen maailmankartalle” kolmen kultamitalinsa myötä. Kolehmaisen lisäksi monet muut suomalaiset 1910- ja 1920-lukujen huiput urheilivat itsensä kansainväliseen tietoisuuteen; esimerkiksi Paavo Nurmen myötä suomalaisia kestävyysurheilijoita alettiin kutsua ”lentäviksi suomalaisiksi”. Maailmankartalle juokseminen voidaan käsittää uutena urheilujulkisuuden vaiheena, jolloin suomalaisten sankareiden kansainvälisestä menestyksestä ja ansioista uutisoitiin mediassa. Maailmankartalle ei tokikaan ainoastaan juostu; suomalaiset ovat epäilemättä myös hiihtäneet, painineet, keihäänheittäneet ja kuulantyohtäneet itsensä maailmankartalle. (Itkonen 2021, 150–156; Itkonen ym. 2008, 33–37; Itkonen & Knuutila 1992, 145–161.)

Neljännän urheilujulkisuuden vaiheen sankarit olivat radion taistelijoita. Vuoden 1936 Berliinin olympialaiset olivat ensimmäiset, jotka lähetettiin suorana radion välityksellä. Sankareiden kuten Paavo Nurmen suorituksia jännitettiin kollektiivisesti radiolähettimien ääressä, kun kansan tuntemat selostajat tekivät ”sinivalkeisin äänenpainoin” myyttisestä suomalaisesta sisusta koko kansan omaisuutta. Radioselostuksissa suomalaiset urheiluhuiput nousivat koko kansan tietoisuuteen, ja se vasta varsinainen täyttymys oli, jos selostajan

kuvaileman sankarin sattui näkemään elävänä luonnossa. (Itkonen 2021, 150–156; Itkonen & Knuutila 1992, 145–161.)

Televisioiden saapuminen muutti olennaisesti urheilujulkisuutta 1960-luvulla. Television tuomien urheilulähetyksen myötä voidaan puhua viidennestä urheilujulkisuuden vaiheesta, jossa loistivat television tähdet. Paitsi että suomalaiset pääsivät nyt useammin näkemään urheilusankarinsa tositoimessa, vaikutti televisiokameroiden ilmestyminen urheilukentille myös esimerkiksi urheilijoiden ulkoiseen olemukseen. Urheilijoista tuli laajan kansainvälisen mediahuomion kohteita ja olemus muuttui entistä enemmän pop-idolien kaltaiseksi. Suomessa alettiin kansallisten menestyjien ohella – tai puutteessa – seurata myös kansainvälisiä tähtiä. Kuvallisen viestinnän laajetessa myös perinteisten menestyslajien asema kyseenalaistui. Joukkuelajit, kuten jalkapallo ja jääkiekko alkoivat murentaa kansallisesti perinteisempien yleisurheilun ja hiihdon valta-asemaa. Tultaessa 1990-luvulle mediassa keskeiseen asemaan olivat nousseet joukkuelajit suurine kansainvälisine turnauksineen ja television tähtineen. (Itkonen 2021, 150–156; Itkonen ym. 2008, 33–37; Itkonen & Knuutila 1992, 145–161.)

Nykyisiä huippu-urheilijoita voidaan pitää urheilujulkisuuden kuudentena sukupolvena, median taitajina. Jos ensimmäiset television tähdet eivät vielä päässeet nauttimaan suurista rahoista, niin urheilun ammattimaistuminen ja markkinallistuminen on totisesti tuonut median taitajille mahdollisuudet rikastumiseen. Uudenlaisessa julkisuudessa urheilijoiden on paitsi tehtävä tulosta kentillä, myös hallittava koko mediapeli esiintymisineen ja tuotteiden mainostamisineen. Jälkimodernin ajan julkisuudessa urheilun, sankaruuden, talouden, politiikan, uskonnon ja viihteen merkitykset ja toimijoiden intressit kietoutuvat mediajulkisuuden maailmanlaajuisella näyttämöllä kokonaismarkkinoinnin suureksi sikermäksi. Tässä monimutkaisessa yhtälössä urheilijan on sankariroolinsa lisäksi hallittava myös moninaiset sivuroolit ja osattava vaihtaa teatteria olosuhteiden vaatimusten mukaisesti. (Itkonen 2021, 150–156; Itkonen ym. 2008, 33–37; Itkonen & Knuutila 1992, 145–161.)

Lisäksi median taitajien tulee olla enemmän ja enemmän etenkin sosiaalisen median taitajia, jolloin vuorovaikutus fanien kanssa on jatkuvaa. Uudet alustat mahdollistava uudenlaista vuorovaikutusta ja julkisuutta, jolloin esimerkiksi Instagramissa ja TikTokissa erilaiset urheilutähdet voivat kerätä keskenään varsin erilaista julkisuutta ja kannattajakuntaa. Sosiaalisten medioiden hallitseminen onkin nykypäivän urheilijoille elintärkeä osa oman julkisuuskuvan hallintaa, sillä näiden alustojen avulla urheilutähdet voivat rakentaa ainutlaatuisia julkisuutta ja lisätä näkyvyyttään. On myös tärkeää huomata, että sosiaalisen

median hallinta ei ole tärkeää ainoastaan urheilijoille, vaan myös urheilujoukkueille ja -organisaatioille. Kaikkien näiden toimijoiden on nykypäivänä tärkeää pystyä strategisesti hyödyntämään eri alustoja vaikuttaakseen fanikuntaansa ja säilyttääkseen vetovoimansa alati muuttuvassa mediaympäristössä.

## 5 URHEILU JA MEDIA

Urheilu ja media ovat nykypäivänä erottamattomia toisistaan. Rowe (2003, 1–4) kuvaa urheilumedian tai pikemmin mediaurheilun roolia ihmisten arkipäivässä kirjoittaen, että urheilun merkityksen ymmärtää, veden ja sähkön tavoin, usein vasta silloin kun sen toiminta ja jakelu keskeytyy. Kuitenkin itse urheilun aktio, fyysinen toiminta kentillä ja kaukaloissa, on vain jäävuoren huippu urheilun valtavassa ilmiökokonaisuudesta, johon kuuluu muun muassa urheilun katsomista, representointia, markkinointia, myyntiä, sponsorointia ja keskustelua. Tämä käytäntöjen kokoelma näkyy ihmisten arkipäivässä jatkuvasti, sillä urheilun "dataa" on kaikkialla. Aamiaispöydässä urheilu on läsnä sanomalehdessä ja radiossa, olohuoneessa televisiossa urheilumakasiinina, vesiklosetin puolella erilaisina tuotteina, joita edustavat urheilun supertähdet, tai jopa iholla tatuointeina. Myös kodin ulkopuolella urheilua on joka puolella: mainostauluilla, ihmisten vaatteissa, keskusteluissa ja tietenkin ihmisten puhelimissa lukuisissa eri muodoissa sovelluksina, tekstinä, kuvana tai äänenä. Näin ollen huolimatta siitä, kuinka urheiluun suhtautuu ja kuinka paljon se rytmittää elämää, tulee ymmärtää medioituneen urheilun läsnäolo jokapäiväisessä elämässä ja yhteiskunnassa. (Rowe 2003, 1–4.)

Seuraavaksi esittelen urheilun ja median suhdetta tarkemmin mediaurheilun käsitteen avulla. Lisäksi käsittelen urheilujournalismia ja sen kieltä, jota on kuvattu muun muassa kritiikittömäksi ja viihteelliseksi. Lopuksi esittelen tutkimukseni kohteet Helsingin Sanomat ja Iltä-Sanomat, tarkastellen niiden historiaa niin tiedotusvälineinä kuin urheilujournalismin tuottajina.

### 5.1 Mediaurheilu

Urheilun ja median kahdenvälistä suhdetta kuvataan nykyisin useimmiten mediaurheilun käsitteellä. Suhde on itseasiassa niin molemminpuolinen ja vakiintunut, että on oikeastaan mahdotonta kuvitella vaikkapa sanomalehteä ilman urheilusivuja tai tv-uutisia ilman erillistä urheilulle pyhitettyä osiota (Wenner 1998). On kuitenkin mainittava, että mediaurheilua ei ole ”vain” median ja urheilun suhde, vaan myös sen ympärille kietoutuneet monitahoiset ilmiöt ja verkostot (ks. esim. Turtiainen 2012, 15–19) Mediaurheilua ei liioin ole ainoastaan perinteisissä tiedotusvälineissä julkaistut urheilu-uutiset, vaan myös alati kasvava osa mediaurheilusta on verkossa, esimerkiksi lukuisten uutismedioiden digisisältöinä tai vaikkapa urheilijoiden ja

urheilun seuraajien sosiaalisen median alustoille lataamina sisältöinä. Lisäksi mediaurheilun maailmaan voidaan lukea urheilua koskevat kirjat, elokuvat ja median alustoilla jaetut kuvat, toisin sanoen kaikki median välityksellä representoidut urheilutuotokset (Rowe 2003).

Mediaurheilun koko käsite perustuu siihen, että urheilu tarvitsee mediaa ja media tarvitsee urheilua. Median antama näkyvyys on ammattiurheilulle elinehto (Laine 2011, 44), sillä ilman näkyvyyttä se jäisi auttamatta muiden valtion ja markkinoiden rahoittamien yhteiskunnan osaluokkien jalkoihin. Itkosen ym. (2008, 10–11) mukaan urheilutuotteen tulee täyttää tietyt uskottavuusvaatimukset kelvataksaan medialle. Ensinnä urheilun tulee sisältää menestystä saadakseen näkyvyyttä mediassa. Toiseksi urheilulla tulee olla yleisöä myös paikan päällä, ei vain mediavälitteisesti. Kolmantena urheiluun saattaa kohdistua median omista lähtökohdista tehtyjä arvovalintoja; esimerkiksi skandaalin jälkimainingeissa jokin media saattaa lopettaa tilapäisesti näkyvyyden antamisen urheilulajille. (Itkonen ym. 2008, 10–11.) Media puolestaan saa urheilulta myyntivaltteja (Laine 2011, 44). Urheilulla on takanaan valtava kohdeyleisö, jonka media tietysti haluaa lukijoikseen, kuulijoikseen ja katsojikseen. Lisäksi urheilu tarjoaa medialle jatkuvasti uutisoimisen aihetta ympäri vuoden pyörivine sarjoineen ja toisaalta säännöllisesti järjestettävine suurtaapahtumineen. Itkonen ym. (2008, 10–11) kuvaavat urheilun ja median tuotteistumisen johtaneen kolmiyhteyteen urheilun, median ja sponsoroinnin välillä. Sponsorointi täydentää kaksikon saamalla näkyvyyspintoja urheilusta ja mediasta tarjoten resursseja vastineeksi (Itkonen ym. 2008, 10–11). Konkreettisen esimerkin ilmiöstä tarjoaa nykypäivän huippujalkapallo-ottelu, jossa pelipaidat, kentän laidat ja tv-lähetykset täyttyvät mainoksista, ottelut kuvataan lukuisilla erilaisilla kameroilla niin video- kuin kuvamuodossa ja pelaajat ansaitsevat tähtitieteellisen mittaluokan tv-sopimusten ansiosta valtavia palkkioita.

Mediaurheilun synnyn ajankohta liittyy urheilun televisioinnin lisääntymiseen ja ajoittuu hieman maasta riippuen 1900-luvun jälkipuoliskolle (Laine 2011, 44). Virtapohja (1998a, 37–38) esittää mediaurheilun ajan alkaneen Suomessa vasta aivan 1900-luvun lopussa, jolloin suomalainen televisiokenttä koki uudistuksia muun muassa MTV3:n aloittaessa uutistoimintaansa ja Neloskanavan syntyessä. Wennerin (1998) mukaan perinteiset televisioyhtiöt ovat menettäneet jalansijaansa urheilun välittäjänä uudentilaisille verkkoon kytketyille ja eri medioita yhdisteleville maksukanaville, mutta mediaurheilun näkökulmasta käsillä on kaikkien aikojen korkein huippu. Mediaurheilu on historiansa aikana ollut jatkuvassa muutoksessa, jota etenkin digitalisaation ja kaupallistumisen nopea kehitys ovat ajaneet. (Wenner 1998). Nykyisin mediaurheilu on helposti saavutettavien internetalustojen ansiosta

entistä nopeampaa, jopa reaaliaikaista. Lisäksi kun urheiluaiheista sisältöä syntyy urheilun seuraajien, erikoismedioiden ja jopa itse urheilijoiden toimesta ympäri vuorokauden, kiihtyy mediaurheilun kokonaisuus aivan uusille kierrosluvuille. (McDaniel & Sullivan 1998.)

## 5.2 Mitä on urheilujournalismi?

Urheilujournalismi voidaan hahmottaa yhtenä journalismin lajeista (Virtapohja 1998a, 63). Mielekäs lähestymistapa urheilujournalismin käsitteen purkamiselle on jakaa yhdyssana keskeltä kahtia; *urheiluun* ja *journalismiin*. Aloitan määrittelyn journalismista, sillä se toimii ikään kuin urheilujournalismin yläkäsitteenä.

Journalismi tarkoittaa ajankohtaisina ja faktapohjaisina esitettyjen sanomien joukkoviestintää, joka sananmukaisesti kohdentuu suurille joukoille. Tätä joukkoviestintää toteutetaan erilaisten viestintävälineiden, kuten radion, television, sanoma- ja digilehtien kautta. Toisaalta journalismiksi voidaan kutsua joukkoviestinnän työprosessin ohella myös tämän prosessin lopputuotetta, eli journalistisen sisällön ja muodon yhteensulaumaa: tekstiä, kuvia, ääniä ja videoita. (Kuutti 2012, 68; Virtapohja 1998a, 63.)

*Urheilun* käsitteen yleismaailmallisen määrittelyn sijasta nojaan Laineen (2011, 42–43) ja Koljosen (2000, 4–7) ajatukseen, jossa tärkeämpää on ymmärtää, mitä on urheilujournalismin urheilu. Asiaa voidaan lähestyä esittäen urheilujournalismia tarkastelevassa kirjallisuudessa toistuvia kuvailuja urheilujournalismin urheilusta. Urheilujournalismin urheilua on kuvattu muun muassa viihteelliseksi, kaupalliseksi, kilpaurheiluorientoituneeksi, maskuliiniseksi, henkilökeskeiseksi ja nationalistiseksi. (Koljonen 2000, 5–7.) Kilpaurheilukeskeisyyttä voi selittää esimerkiksi sillä, että urheilusta puhuttaessa viitataan yleisesti juuri liikunnan kilpailulliseen, menestykseen ja voittoihin tähtäävään osa-alueeseen (Itkonen & Laine 2015).

Pänkäläinen (1998a) kuvaa suomalaisen urheilujournalismin juurten ulottuvan 1900-luvun alkuun, jolloin siitä vastasi kansallinen urheilulehdistö, Suomessa ensisijaisesti Urheilulehti ja Työväen Urheilulehti. Urheilu tarvitsi tuohon aikaan ”puhemiestä”, joka parantaisi ihmisten ja yhteiskunnan kuvaa urheilusta ja oikeuttaisi urheilun asemaa muiden yhteiskunnallisten asioiden joukossa. Siihen aikaan suuresta auktoriteetista nauttinut kirkko esimerkiksi puhui urheilusta ”maallistavana humpuukina” (Pänkäläinen 1998a), mikä näyttäytyy varsin

mielenkiintoisena lausuntona ottaen huomioon kuinka luvussa 4.2 esittelemääni sekularisaatioparadigmaa voidaan pitää yhtenä tekijänä uskontopuheen siirtymässä urheiluun. Urheilu ei toki ollut sekularisaation aiheuttaja kuten kirkko pelkäsi, mutta urheiluun on epäilemättä siirtynyt paljon sellaista, mikä aiemmin kuului uskonnolle (ks. Aro & Jokivuori 2014, 150–151). Siinä mielessä kirkon taannoisen pelon urheilun maallistavasta luonteesta voidaan sanoa olleen aiheellinen.

Journalismin tehtävänä on yleisesti nähty faktapohjaisen ja oleellisen tiedon välittäminen sekä yhteiskunnallisen kritiikin esittäminen (Kuutti 2012). Urheilujournalismia on kuitenkin perinteisesti kuvailtu esimerkiksi viihteelliseksi, pinnalliseksi ja kritiikittömäksi, joista erityisesti kaupallistumista on syyttämisen (ks. esim. Heinilä 2000; Laine, 2011; Itkonen ym. 2008, 26). Viihteellistä puolta edustavat vaikkapa tarinavetoiset henkilöjutut ja populaarikulttuuriin liittyvä urheilijoiden kuvaaminen julkisuuden henkilöinä, jolloin ollaan kiinnostuneita nimenomaan urheilijoiden yksityiselämästä (Itkonen ym. 2008). Pinnallisuudella on puolestaan viitattu nimenomaan urheilujournalismin kritiikittömyyteen ja urheilun yhteiskunnallisten asioiden käsittelyn puutteeseen (Heinilä 2000). Urheilujournalismi luoviikin ikään kuin fakta- ja viihdeuutisoinnin välimaastossa ottaen piirteitä molemmista journalismin lajeista, kuulumatta kuitenkaan tiukasti tai yksinomaan kumpaankaan (Laine 2011, 43).

### **5.3 Urheilujournalismin kieli**

Urheilujournalismilla on historiansa aikana ollut vaikeuksia tulla otetuksi tosissaan journalismin kentällä huolimatta sen tavoittamasta suuresta lukija-, kuulija- tai katsojakunnasta (Itkonen ym. 2008, 26–27). Rowe (2003) on jopa luonnehtinut urheiluosastoja mediatalojen leluosastoiksi viitaten erityisesti ristiriitaan urheilutoimittajien saaman laajan näkyvyyden ja toisaalta heidän saamansa arvostuksen (tai pikemminkin sen puutteen) välillä. Beck ja Bosshart (2003, 15) luettelevat urheilujournalismin heikon aseman syiksi muun muassa toimittajien matalan koulutusasteen sekä toimittajien poikkeuksellisen läheisen suhteen uutisoinnin kohteisiinsa. Lisäksi urheilujournalismia on arvosteltu sen laajasta kohdeyleisöstä, jonka on perinteisesti nähty koostuvan alempien sosiaaliluokkien edustajista (Beck & Bosshart 2003, 15). Pänkäläisen (1998b, 161) mukaan urheilujournalismista tekee leluosaston erityisesti toimittajien likinäköinen katsantotapa tarkastelemaansa ilmiöön, urheilun hyveellisen luonteen

ottaminen annettuna sekä kriittisten näkökulmien puute. Cassidy (2017) mukaan merkkejä leluosasto -termin jäämisestä elämään ainoastaan urheilujournalismin historiaa kuvaavana jälkenä on kuitenkin jo olemassa. Niin ikään Beck ja Bosshart (2003, 15) kuvaavat urheilujournalismin pienentäneen kuilua muihin journalismin osastoihin.

Yksittäisiä urheilijoita ja heidän suorituksiaan kritisoivia lausuntoja urheilujournalismissa esiintyy tuon tuosta, joten urheilujournalismin 'kriitikki' tulee eritellä tarkemmin. Pänkäläinen (1998b, 164–167) jakaa (urheilu)journalistisen kriittisyyden kolmeen seikkaan. Ensimmäiseksi urheilutoimittajan tulee arvioida tarkasti, tutkivasti ja arvostellen urheiluun liittyviä toimijoita ja ilmiöitä, mikäli siihen on perusteltua tarvetta. Toiseksi urheilutoimittajan tulee arvioida työprosessinsa vaiheita tarkastellen muun muassa aiheen merkittävyyttä, lähteiden luotettavuutta ja relevanttiutta sekä lopputulosta suhteutettuna käytettävissä oleviin resursseihin. Urheilutoimittajan on siis arvioitava kriittisesti urheilun eri toimijoiden asemia sekä myös motiiveja ja urheiluilmiöiden merkittävyyttä kaikissa journalismin tuottamisen vaiheissa. Ilmiöiden merkittävyys on erityisen tärkeä aspekti, sillä Pänkäläisen (1998b, 165) mukaan kriittisyys toteutuu sitä paremmin, mitä merkittävämmästä ilmiöstä on kyse. Kolmanneksi kriittisen urheilutoimittajan työhön kuuluu oman työn arviointi katsoja-, kuulija- tai lukijakunnan näkökulmasta, sillä loppujen lopuksi ”journalisti on yleisönsä asialla”. (Pänkäläinen 1998b, 164–167.)

Laine (2011, 236–237) on puolestaan eritellyt urheilujournalismin kritiikin viideksi tyyppiä. Ensimmäinen kritiikin tyyppi on urheilun suorituskritiikki, joka käsittää toimittajien esittämät arvostelut urheilun toimijoiden suorituksista sekä menestyksestä, ja jossa jaetaan usein urheilijat onnistujiin ja epäonnistujiin. Tämä kritiikin muoto on yleisin, ja urheilujournalismia on moitittu nimenomaan kritiikin suoritus- ja tuloskeskeisyydestä, sekä toisaalta laajempien, yhteiskunnallisten näkökulmien puutteesta (ks. esim. Laine 2011; Pänkäläinen 1998b, 167–177). Toinen kritiikin tyyppi puolestaan on urheilutapahtumiin ja -ilmiöihin kohdistuvaa kritiikkiä, jossa toimittajat arvioivat esimerkiksi urheilutapahtumien tunnelmaa, olosuhteita ja järjestelyjen toimivuutta. Kolmantena on urheilun sääntökritiikki, joka sisältää uutisoinnin sääntörikkomuksista ja rangaistuksista. Useimmiten tämän kritiikkityypin uutisten aihepiirit keskittyvät dopingiin ja sopupeleihin, jotka herättävät laajaa kiinnostusta yleisössä. Lisäksi tarkastelun kohteena voivat olla urheilun sisäiset koodistot tai 'kirjoittamattomat säännöt' ja niiden toteutuminen. Neljäs kritiikin tyyppi on urheiluorganisaatioihin kohdistuvaa kritiikkiä, jossa tarkastellaan urheiluorganisaatioiden ja -seurojen toimintaa ja siihen vaikuttavia tekijöitä.



Usein kritiikki kohdistuu seurojen ja organisaatioiden talouteen, politiikkaan tai henkilöihin. Viides ja viimeinen urheilun kritiikkityyppi on urheilun yhteiskunnalliseen asemaan ja urheilussa vallitseviin uskomuksiin kohdistuva kritiikki, jossa urheilua katsellaan aiemmista kritiikin tyypeistä poiketen ulkoapäin. Neljä ensimmäistä kritiikin tyyppiä kuvaavat siis urheilun sisäisen kritiikin muotoja, kun taas viides kritiikin tyyppi käsittää kaiken urheilun ulkoisen kritiikin. (Laine 2011, 236–237.) Vaikka urheilujournalismin kritiikki voidaan luokitella viiteen kategoriaan, on se saanut silti osakseen moitteita hampaattomuudesta kritiikkinsä suhteen (ks. esim. Laine & Turtiainen 2018; Laine 2011; Heinilä 2000, 280).

Mistä tämä kritiikkittömyys johtuu? Pänkäläinen (1998b, 161–164) on nimennyt kolme urheilujournalismin kritiikitöntä luonnetta selittävää tekijää. Ensimmäinen näistä on urheilutoimittajien poikkeuksellisen läheinen suhde tarkastelunsa kohteeseen; urheiluun. Läheinen suhde juontaa juurensa urheilujournalismin syntyyn Suomessa, sillä alan ensimmäisen polven toimittajat olivat itse osa urheiluliikettä tehtävänänsä urheilun puolesta puhuminen (Pänkäläinen 1998a; 2021). Läheinen suhde on nähty ongelmallisena eritoten siitä syystä, ettei urheilutoimittajille ole edullista ryhtyä ravistelemaan oksia, joilla he itsekkin istuvat (Pänkäläinen 1998c, 59). Tällä tarkoitetaan erityisesti huolta siitä, että kriittisemmällä otteella urheilua tarkastellessaan urheilutoimittajat saattaisivat tulla heikentäneeksi urheilun julkikuvaa ja samalla vaarantaneeksi toimeentuloaan. Itkonen ym. (2008, 69–73) lisäävät urheilutoimittajien myös tiedostavan urheilun, median ja sponsoreiden välisen tiiviin kolmiyhteyden (ks. luku 5.1), mikä takuulla vaikuttaa toimittajien mahdollisuuksiin määrittää itsenäisesti viestintänsä sisältöä. Urheilulla ja medialla onkin hyvin pitkälti yhdensuuntaiset intressit (Heinilä 2000, 280), minkä vuoksi urheilujournalismia on kutsuttu ivallisesti ”maailman parhaaksi mainostoimistoksi” (Schultz-Jorgensen 2005).

Toinen Pänkäläisen (1998b, 161–164) urheilujournalismin tyyliä selittävistä tekijöistä on yleisön ja toimittajien yleinen suhtautuminen urheiluun. Urheilujournalismissa urheilua on perinteisesti pidetty itseriittoisena ilmiönä (Heinilä 2000, 280), johon on sisäänkoodattu “yhteiskunnan kannalta myönteisiä ja kannatettavia arvoja, kuten (kansan)terveys, suomalaisen osaamisen (menestys) näkyvyys maailmalla sekä kasvatukselliset tekijät (kuten pitkäjäteisyys, tavoitteellisuus ja yhteisöllisyys)” (Pänkäläinen 2021). Tämä yleisesti myönteinen suhtautuminen urheiluun on nostanut kritiikkikynnystä (Pänkäläinen 1998b, 163). Toisin sanoen urheilutoimittajalle on helpompaa myötäillä urheilun hyvää kertomusta kuin kajota siihen kritiikin keinoin.

Kolmas Pänkäläisen (1998b, 161–164) nimeämistä urheilun kritiikittömyyttä selittävistä tekijöistä koskee itse urheilutoimittajuutta; työn luonnetta ja alalle rekrytoitumista. Työn luonnetta on kuvattu muun muassa kiireiseksi ja rutiininomaiseksi. Digitalisaatiolla on ollut kiihdyttävä vaikutuksensa urheilujournalismin työn kiireellisyyteen, sillä nykyään uutisen ei tule ehtiä ainoastaan painettavaksi seuraavan päivän lehteen, vaan se pitäisi saada verkkoon luettavaksi pikimmiten, mieluiten ennen muita uutistoimistoja. Varsinkin suurimmissa uutistoimistoissa uutisten julkaisemisessa korostuu nopeus ja yksinoikeudella tehdyt sisällöt, jolloin syvemmille analyyseille tai pohdiskelulle ei jää aikaa. (Boyle 2006, 87, 134–136; Pänkäläinen 2021.) Rutiininomaisuus puolestaan näkyy siten, että suuri osa urheilutoimittajien ajasta kuluu joka tapauksessa toistuvien sarjojen ja pakollisten kilpailujen seuraamiseen (Pänkäläinen 1998b, 163). Lisäksi Rowe (2017, 256) peräänkuuluttaa rutiineista vapautumisen tärkeyttä urheilujournalistien tukeutumisessa vakiintuneisiin lähteisiinsä. Urheilujournalistien tulisi suhtautua kriittisemmin heille suoraan suunnattuun informaatioon ja perehtyä asioiden taustoihin monipuolisempia lähteitä sekä tutkivan journalismin käytäntöjä hyödyntäen (Rowe 2017, 256). Urheilujournalismin alalle rekrytoituminen taas selittää kritiikittömyyttä siinä mielessä, että monet urheilutoimittajista ovat perinteisesti löytäneet alalle urheilun harrastamisen kautta niin kutsuttuina “lajiniiloina”, eikä niinkään varsinaisina journalisteina (Pänkäläinen 1998b, 165–166; Pänkäläinen 2021).

Rowe (2003, 37–38) lisää urheilujournalistien elävän kiireen tuoman paineen lisäksi myös erilaisten odotuksien ristipaineessa. Urheilujournalisteilta odotetaan objektiivista kerrontaa, kriittistä tutkintaa, fanien edustamista ja urheilun eetoksen puolustamista, minkä lisäksi olisi hyvä, että journalistilla olisi myös omaa urheilutaustaa (Rowe 2003, 37–38). Omanlaistaan painetta urheilujournalisteille luovat puolestaan liiketoimintaperiaatteella toimivat mediatilat, joissa uutisten näkökulmiin ja kielivalintoihin vaikuttaa arvioitu yleisökysyntä ja voiton maksimointi (Kolamo 2018, 97). Tällaisen markkinahakuisen ja useimmiten viihteellisyyteen panostavan journalismin yleistymisestä on käytetty termiä tabloidisaatio (Laine 2011, 49–53).

Viihteellinen ja tunteellinen tarinallisuus on toinen urheilujournalismin kieltä leimaavista piirteistä. Heinilän (2000, 276) mukaan huippu-urheilu elää yleisöstään ja yleisö elää huippu-urheilun luomasta draamasta ja jännityksestä, joka toimii monille vastapainona arjen harmaudesta. Urheilujournalismi on vastannut tähän tarpeeseen vahvistamalla suuren yleisön kiinnostusta urheiluun ja täyttämällä ihmisten tajuntaa voimakkailta tunne-elämyksillä (Heinilä

2000, 276). Urheilujournalismi rakastaa kertoa tarinoita sankaruudesta ja 'katujen kasvateista', jotka ovat nousseet vaikeuksien kautta voittoon. Heinilä (2000, 278–279) kuvaa myös hersyviä symbolimerkityksiä, joita media käyttää hyväkseen kuvatessaan urheilun tapahtumien loistoa. Ei ole jäljellä montaa inhimillistä tai hyvää arvoa, johon urheilua ei olisi aikojen saatossa liitetty: urheilu tunnetaan muun muassa rauhanliikkeenä, kansainvälisten suhteiden rakentajana, nuorison ihanteiden luojana, kansallisen identiteetin vahvistajana ja monien muiden hyveellisinä pidettyjen arvojen edustajana (Heinilä 2000, 278).

Hemánus (1974, 144) on arvioinut urheilujournalismin viihteellisyyden perustuvan 1) urheilun helppotajaisuuteen moniin muihin ilmiöihin verrattuna, 2) urheilun dramaattisuuteen ja 3) urheilun seuraamisen tarjoamiin erilaisiin purkautumisväyliin. Viimeksi mainitulla tarkoitetaan nimenomaan tunnereaktioiden purkautumisia, joita urheilun seuraaminen tarjoaa jopa enemmän kuin muu televisioviihde (Hemánus 1974, 144). Virtapohja (1998a, 84–93; 1998b) puolestaan tarttuu laajemmin nimenomaan urheilun draamalliseen perusluonteeseen, jota hän käsittelee journalistisen draaman käsitteen kautta. Journalistinen draama tarkoittaa sitä draamallista vetovoimaa, joka saa joukkoviestinnän tuotteiden kuluttajat kiinnostumaan jostakin uutisaiheesta. Tämä draamallinen vetovoima syntyy uutisen kohteena olevien henkilöiden ja heidän luonteensa, ulkonäkönsä, pukeutumisensa, käyttäytymisensä, tavoitteensa ja toimintansa kautta. Draaman kolme peruselementtiä ovat nimenomaan henkilöt ja heidän tekonsa, sekä kolmantena elementtinä vastakkainasettelu. Urheilussa ja urheilujournalismissa tämä vastakkainasettelu on aina läsnä: ihminen ihmistä vastaan, me vastaan ne, Suomi vastaan Ruotsi tai Daavid vastaan Goljat. Journalistinen draama pääseeikin kliimaksiinsa juuri silloin, kun päähenkilö joutuu altavastajaan asemaan ja nousee lopulta vaikeuksien kautta voittoon. (Virtapohja 1998a, 84–93; 1998b.)

Tuomi ja Pyykkönen (1995, 105–106) väittävät, että urheilukieli on tietoisesti liioittelevaa. Urheiluun vihkiytynyt yleisö jopa odottaa tarinallista kieltä, jolloin oletus on, että sanoman lähettäjä ja vastaanottaja ymmärtävät ilmaisutavan samalla tavalla. Tilannetta voi verrata vaikkapa pakinan kirjoittajaan, jolta lukija odottaa jo lähtökohtaisesti tietynlaista kieltä. (Tuomi & Pyykkönen 1995, 105–106.) Toisaalta Virtapohja (1998a, 84) muistuttaa hyvän journalistisen käytännön mukaisesta pyrkimyksestä totuudenmukaiseen, olennaiseen ja monipuoliseen tiedonvälitykseen, jolloin tietoiselle asioiden suurentelulle ja dramatisoinnille ei tulisi antaa sijaa. Tuomi ja Pyykkösen (1995, 104–108) mukaan tarinallinen ja liioittelevakin urheilukieli on elinehto urheilulle: ”Sen avulla urheilu pysyy omana, todellisuutta ihmeellisempänä

elämänalueena”. Tässäkin tapauksessa kyseessä on tietynlainen ristiriita urheilujournalismin odotusten suhteen. Yhtäältä urheilujournalismilta odotetaan liioittelua ja dramaattisuutta, jotta saadaan ilmaan ’urheilujuhlan tuntua’, kun taas toisaalta journalismin pitäisi olla laadukasta, objektiivista ja totuudenmukaista.

#### **5.4 Tutkimuskohteina Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat**

Helsingin Sanomat on perustettu vuonna 1889, alun perin nimellä Päivälehti. Päivälehdien syntyyn ajoi nuorten tarve omalle äänitorvelleen, jonka avulla he saisivat ilmaistuksi ajatuksensa julkisesti, tai kuten Helsingin Sanomien historiikissa kuvataan: ”Päivälehti syntyi nuoren mielen sanelemana, ikään kuin välttämättömyyden pakosta. Nuorten mieli ei enää suostunut mukautumaan vanhoillisuuden pakkopaitaan”. (Sanoma Osakeyhtiö 1949, 8–9.) Tavoitteekseen Päivälehti nimesi näyttenumerossaan suomen kielen saattamisen sivistys- ja valtakieleksi ja sen avulla kansallisen tietoisuuden herättämisen ja sivistyksen kohottamisen (Henning 2003, 6). Helsingin Sanomat -nimen lehti sai vuonna 1904, kun Päivälehdien suurimmat saamamiehet perustivat Helsingin Uuden Kirjapaino Oy:n ja ostivat Päivälehdien kirjapainon omaisuuksineen. Uuden lehden rinnalle perustettiin sisaryhtiö Sanoma Oy, joka toimi muodollisena tapana erottaa lehti ja paino toisistaan epävakaiden paino-olosuhteiden aikoina. (Tommila ym. 1988.) Seitsenpäiväiseksi lehti muuttui vuonna 1914, ja samana vuonna arkilevikin noustessa 28 000 kappaleeseen julistettiin mainostekstissä Helsingin Sanomien olevan ”Suomen enin levinyt lehti” (Henning 2003, 16–17). Helsingin Sanomat kasvatti suosiotaan edelleen 1920- ja 1930-lukujen vaihteessa lisäämällä lehden viihdeainesta, mukaan lukien urheilu-uutisointia ja kasvattaen näin lehden houkuttelevuutta (Tommila ym. 1988). Levikin mittapuulla Pohjoismaiden suurimmaksi aamulehdeksi Helsingin Sanomat puolestaan kasvoi vuonna 1981 ohitettuaan ruotsalaisen Dagens Nyheterin (Henning 2003, 36; Tommila 1988). Helsingin Sanomat pitää edelleen hallussaan Pohjoismaiden suurimman tilattavan sanomalehden titteliä (Sanoma.fi 2022).

Urheilu-uutisointi yleistyi suomalaisessa sanomalehdistössä 1900-luvun ensimmäisen kolmanneksen aikana (Laine 2011, 109–112). Helsingin Sanomat oli suomalaisista sanomalehdistä ensimmäinen, joka perusti oman urheilutoimituksensa vuonna 1931 (Arponen 1991, 18–19). Urheilusta kirjoittamiselle löytyi kysyntää, sillä esimerkiksi päivälehtien seitsenpäiväistymisen yhteydessä urheilu tarjosi käyttökelpoista aineistoa, joka oli myös

lukijakunnalle kiinnostavaa (Laine 2011, 109–112). Digitalisaatio alkoi vaikuttaa Helsingin Sanomien toimituskäytäntöihin 1980-luvulla, jolloin urheilutoimitus oli ensimmäinen uutta sähköistä toimitusjärjestelmää testaava osasto Helsingin Sanomissa. Näin ollen uutistoimistojen, kirjeenvaihtajien ja aluetoimitusten uutiset saatiin entistä nopeammin muokattavaksi ja lähetettäväksi sivutaittoon. Myöhemmin 1990-luvun lopulla Helsingin Sanomat aloitti verkkoliitteen julkaisemisen internettiin, minkä myötä uutisia oli mahdollista julkaista ympäri vuorokauden ”webortaseina”. (Henning 2003, 36, 46–47.) Verkkoliite oli askel kohti nykypäivän internetkeskeistä urheilujournalismia, jossa jokaisen tapahtuman raportoinnissa kilpaillaan uutisvoitoista. Näin ollen uutisen deadline ei enää ajoitu iltaan, vaan on läsnä ympärivuorokautisesti.

Ilta-Sanomien syntyä vuonna 1932 talvella, kun Helsingin Sanomien päätoimittaja Eljas Erkkö totesi normaalin Helsingin Sanomien lisälehdessä olleen liian pieni kertomaan valloillaan olleesta Mäntsälän kapinasta. Ilta-Sanomien oli siis tarkoitettu alun perin vain tarpeen vaatien ilmestyväksi Helsingin Sanomien lisäkkeeksi, mutta jo samana vuonna se alkoi ilmestyä säännöllisesti kuutena päivänä viikossa. Irtonumeroina myytävälle iltapäivälehdelle oli tilausta pääkaupunkiseudulla, ja Ilta-Sanomien varsinaisena tarkoituksena olikin kertoa uutissähkeiden viimeisimmät tiedot, jotka eivät aamun lehteen olleet ennättäneet. Ilta-Sanomien jakoi toimituksensa Helsingin Sanomien kanssa vuoteen 1949 saakka, jolloin lehdet eriytettiin. Samalla Ilta-Sanomien muutettiin tabloidikokoon ja sitä alettiin painaa tavaramerkiksi muodostuneelle punertavalle paperille. Sisällöltään Ilta-Sanomien on aina ottanut lajityyppinsä mukaisesti aamulehtiä kevyemmän uutisointityylin, tosin viihteellistyminen kiihtyi vasta 1960-luvun lopulta alkaen. Vaikka Ilta-Sanomien omaksui keskieurooppalaisilta ja amerikkalaisilta lajityyppinsä edustajilta esimerkiksi ulkomuotonsa ja aamulehtiä viihteellisemmän kasantotapansa, on Ilta-Sanomien uutisointi silti pysynyt ”siistimmin sensaatiohakuksena”. (Ekman-Salokangas & Salokangas 1988.) Tästä käy kiittäminen erityisesti Ilta-Sanomien ensimmäistä päätoimittajaa Eljas Erkköä, joka oli nähnyt eurooppalaisten iltapäivälehtien muuttuvan skandaalilehdiksi, eikä Erkkö halunnut Suomeen tällaista (Saari 2007, 74). Erkkö ei myöskään erityisemmin pyrkinyt edistämään Ilta-Sanomien asemaa, sillä lehti nautti pitkään jopa monopoliasemasta, kunnes ensin Iltaset ja myöhemmin Iltalehti perustettiin luomaan kilpailua iltapäivälehtikentälle (Ekman-Salokangas & Salokangas 1988).

Urheilusta kirjoittaminen on kuulunut Ilta-Sanomien sisältöön jo lehden varhaisista liikkeistä saakka. Kuten sanottu, Ilta-Sanomien ensimmäiset kuusi numeroa julkaistiin Helsingin

Sanomien lisäpainokseksi, jossa raportointiin Mäntsälän kapinasta. Mäntsälän kapinan laannuttua lisälehti lakkasi ilmestymästä, joskin mahdollisuus lehden ilmestymiselle jossakin muussa suurta raportointimäärää vaativassa tapahtumassa jätettiin auki. Tämä tapahtuma ilmaantui jo samana vuonna, ja urheilujournalistisesta näkökulmasta raportoinnin kohde oli kiintoisa: Los Angelesin vuoden 1932 kesäolympialaiset. (Kilpi 2007, 33–45.) Ilta-Sanomien vakiinnuttua kuudesti viikossa ilmestyväksi iltapäivälehdiksi on urheilu ollut vakioaihe lehden sivuilla. Iltapäivälehdistä tyypilliseen kevyempään raportointi- ja kirjoitustapaan sopivat oivasti urheilu-uutiset, joilla on ollut vankka seuraajakuntansa läpi historian.

Myös 1970-luvun jälkeen lisääntyneellä kilpailulla on ollut roolinsa iltapäivälehdistön urheilusivuihin, sillä 1981, vain vuosi Iltalehden synnyn jälkeen, Ilta-Sanomien alkoi julkaista maanantaisin erillistä urheiluliitettä (Koljonen 2000, 84). Sanoma-konserni onkin pitänyt repertuaarissaan merkittävimpien urheilusarjojen ja -tapahtumien aikaan julkaistavat urheilun erikoislehtensä, esimerkiksi Urheilulehden Veikkausliigan ja Brittifutiksen kausioppaat. Laine (2011, 119) toteaaakin aamulehtien urheilusivujen tulleen osaksi lehtien kokonaisuutta, kun taas iltapäivälehtien urheilusivuista on muodostettu tiuhemmin erillisiä urheilulehtiä. On kuitenkin huomionarvoista, että urheiluaineiston määrä ja suhteellinen osuus on iltapäivälehdistä huomattavasti muita sanomalehtiä suurempi sekä asema myyntivalttina merkittävämpi (Laine 2011, 22). Helsingin Sanomilla ja Ilta-Sanomilla on molemmilla omat verkkolehtensä, jotka sisältävät erilliset urheiluosionsa ([www.hs.fi/urheilu/](http://www.hs.fi/urheilu/) & [www.is.fi/urheilu/](http://www.is.fi/urheilu/)). Lisäksi Sanoma-konserniin kuuluu urheilun erikoislehti Urheilulehti (ja sen edeltäjä Veikkaaja), jonka artikkeleita julkaistaan satunnaisesti Ilta-Sanomien verkkosivujen urheiluosastolla. Esittelen seuraavassa luvussa aineistoni tarkemmin.

## 6 AINEISTO JA METODOLOGIA

Tässä pääluvussa esittelen tutkimukseni toteuttamiseen liittyvät aihealueet. Aloitan tutustuttamalla lukijan tutkimuksen aineistoon ja sen valintaperusteisiin. Seuraavaksi esittelen niitä tieteenfilosofisia lähtökohtia, jotka osaltaan vaikuttivat tutkimuksen metodologisiin valintoihin ja tulosten tulkintaan. Lopuksi havainnollistan käyttämäni aineiston analyysitapaa, eli metafora-analyysia.

### 6.1 Aineisto ja sen rajaus

Tutkimukseni aineisto koostuu kahden suomalaisen sanomalehden, Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien urheilu-uutisista. Aineistoni kattaa kaikki ne Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien urheilu-uutiset vuosilta 2011–2020, missä kultti-sana esiintyy jalkapallon kontekstissa. Näin pääsen käsiksi kultti-sanon käyttöön urheilu-uutisoinnissa ja tarkastelemaan paitsi sen käyttömuotoja, myös sanalle annettuja merkityksiä.

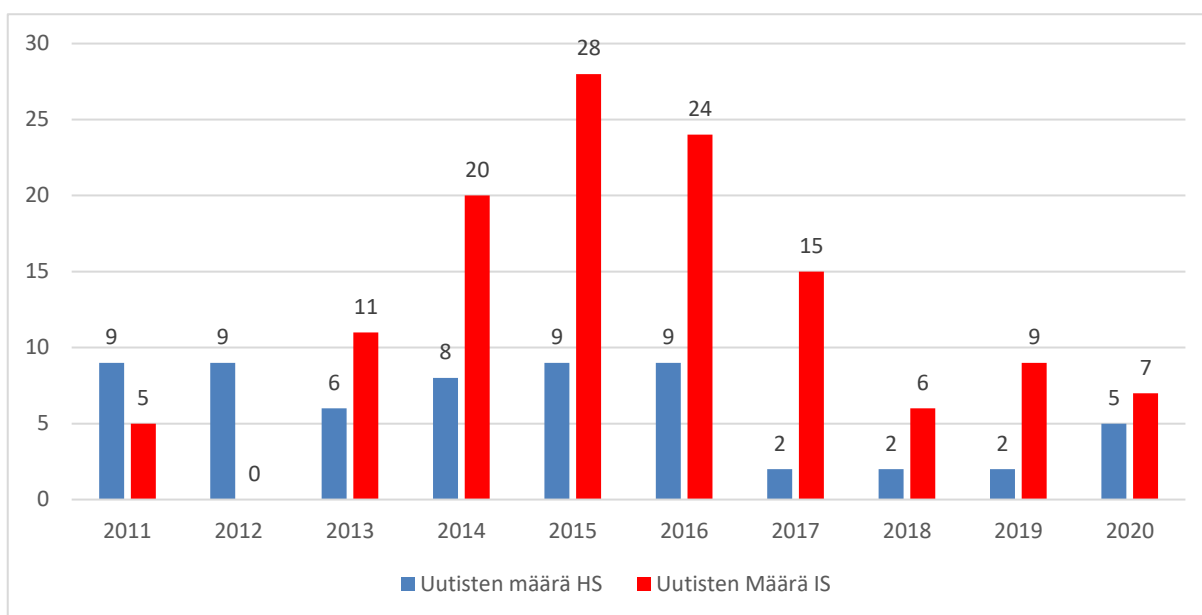
Aineiston keräämisessä mediateksteistä on otettava huomioon, että uutiset eivät kuvaa todellisuutta sellaisenaan, vaan pikemminkin kuvaavat sitä omista lähtökohdistaan (Fairclough 1997, 136). Näin ollen ne todellisuuden kuvaamisen sijaan paremminkin uudelleentuottavat ja merkityksellistävät todellisuutta. Roivas (2009, 8–12) muistuttaa tekstien muodostavan eräänlaisen representaation kentän, jossa käsityksiä todellisuuden luonteesta, asioiden merkityksistä ja arvoista testataan ja muotoillaan. Tämä tarkoittaa, että tutkimuksessani on mahdollista tuottaa tietoa ennen kaikkea journalististen tuotteiden välittämistä representaatioista, ei todellisten ihmisyyksilöiden ajatuksista, intentioista, motiiveista tai toiminnasta (ks. Roivas 2009, 15).

Kävin aineistonkeruuseen ryhtyessäni pohdintaa erityisesti siitä, tulisiko tutkimuskohteeni rajata ainoastaan jalkapalloa koskevaan urheilu-uutisointiin, vai käsittelisinkö mieluummin kultti-sanon käyttöä koko urheilun kontekstissa. Alustavaa aineiston kartoitusta tehdessäni selvisi kuitenkin varsin nopeasti, että rajaamalla uutiset ainoastaan jalkapalloa koskeviin, tulee aineistosta varmasti riittoisa. Kaikkia urheilulajeja koskeva kultti-sanon tarkastelu olisi ollut sikäli kiintoisaa, että se olisi kenties tarjonnut laajempaa näkemystä kultti-sanon käytöstä. Mielenkiintoista olisi etenkin ollut tarkastella mihin lajeihin kultti-sanon käyttö painottuu, ja minkä lajien “kulteista” suomalainen urheilumedia eniten kirjoittaa. Toisaalta pro gradu -

tutkielman puitteissa aineiston hallittavana pitäminen tarkoin rajauksin on usein suositeltavaa, jotta tutkimus ei päädy kurottelemaan joka suuntaan tarttumatta varsinaisesti mihinkään. Rajaamalla aineistoni vain jalkapallon kontekstissa esiintyvään kultti-sanan käyttöön sain pidettyä aineiston sopivan kokoisena ja toisaalta säilytettyä pidemmän ajanjakson, jolta aineisto on kerätty. Hellsten (1998) painottaakin metaforatutkimuksessa aineiston huolellisen rajauksen olevan keskeistä, jottei tutkimus ala rönsyillä epäselvästi. Tärkeää on myös valita, mitä metaforien tutkimisen kautta haluaa tarkastella, sillä metaforatutkimus tarjoaa työvälineitä esimerkiksi metaforajärjestelmien, metaforien käyttötapojen, journalismin, tieteen ja ilmiöiden tarkasteluun (Hellsten 1998). Tässä tutkimuksessa tarkastelu kohdistuu kultti-metaforan käyttötapoihin ja ilmiöön metaforan ympärillä.

Aineistoni koostuu nimenomaisesti Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien nettisivuilta kerätyistä urheilu-uutisista, sillä näiden uutismedioiden verkkosivujen hakuominaisuus tarjosi resurssiviisaimman vaihtoehdon aineistonkeruulle. Koska aineisto koostuu urheilu-uutisista kymmenen vuoden ajalta, oli aineistonkeruu järkevintä toteuttaa hakusanan avulla kaikkien uutisten läpikäynnin sijaan. Hakusana ”kultti” tuotti yhteensä 520 osumaa Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien urheiluosastoista. Tutkimuskohteeni ollessa kultti-sanan käyttö nimenomaan *jalkapallo*puheessa tai -kirjoituksissa, tuli aineiston ulkopuolelle rajata kaikki ne uutiset, jotka koskivat muita urheilulajeja kuin jalkapalloa. Lisäksi Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien verkkosivuilla oli julkaistu muutamia identtisiä uutisia. Välttääkseni niiden aiheuttaman tiettyjen artikkelien ”tuplaantumisen” aineistossa, päätin pudottaa aineiston ulkopuolelle identtisistä uutisista myöhemmin julkaistun. Näin ollen tutkimuksen lopulliseksi aineistoksi rajautui 186 uutista, joista 61 oli Helsingin Sanomien ja 125 Ilta-Sanomien uutisia. Kuvassa 2 on nähtävillä, kuinka uutiset jakautuivat vuositasolla Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien välillä.





KUVA 2. Aineiston jakautuminen Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien uutisten välillä. n=186

Kuten kuvassa 2 on nähtävillä, Ilta-Sanomien uutisia esiintyy aineistossani Helsingin Sanomien uutisia enemmän useimpina vuosina. Helsingin Sanomien uutismäärät aineistossani pysyvät kuitenkin verrattain tasaisina läpi otantajakson, kun taas Ilta-Sanomien uutismäärät vaihtelevat enemmän ja kasvavat voimakkaasti 2010-luvun puolivälissä. Hienoinen kummajainen aineistossani on vuosi 2012, jolloin Ilta-Sanomissa ei julkaistu ainoatakaan aineistoni kannalta relevanttia uutista, vaikka kyseessä oli jalkapallon miesten EM-kisavuosi. Toki kymmenen vuoden tarkastelujaksoon ei ole missään nimessä ennenkuulumatonta sisältyä tällaista, tarkastelenhan varsin tarkoin rajattua osaa urheilu-uutisista. Ilta-Sanomien uutisten painottumista aineistossani voi selittää esimerkiksi iltapäivälehtien urheilusivujen suuri määrä aamulehtiin verrattuna sekä näillä urheilusivuilla tyypillisesti käytetty lennokka ja tarinallinen kirjoitustyyli (ks. esim. Laine 2011; Laine & Kotilainen 2020). Siinä missä iltapäivälehtien urheilujournalismilta sallitaan ja jopa odotetaan lennokasta tekstiä, aamulehtien uutisten voidaan odottaa olevan luonteeltaan vakavampia ja virallisia. Tässä mielessä kultti-metaforan käytön ymmärtää painottuvan iltapäivälehtien sivuille.

Aineiston rajaaminen ei ollut joka hetkessä aivan yksioikoista, sillä eteen sattui myös rajatapauksia, joiden kohdalla tuli erikseen pohtia sisällyttääkö artikkeli aineistoon vai ei. Useimmissa tapauksissa kyse oli siitä, käytetäänkö kultti-sanaa nimenomaan jalkapallon kontekstissa. Joissakin jalkapalloa käsittelevissä uutisissa kultti-sanalla saatettiin viitata johonkin täysin jalkapallon ulkopuoliseen asiaan. Esimerkiksi Suomen ja Liechtensteinin

välisen, ja Suomen kannalta ratkaisevan, jalkapallon EM-karsintaottelun ennakkotunnelmissa Ilta-Sanomat leikitteli vertaamalla tulevaa ottelua YLE:n animaatiosarja Pasilan jaksoon, jossa Suomi hävisi Liechtensteinille (Ilta-Sanomat 16.11.2019). Vaikka uutisen innoittajana oli tietenkin Suomen tuleva karsintaottelu ja siten aihealueena jalkapallo, käytettiin uutisessa kultti-sanaa kuvaamaan tv-sarja Pasilaa, kutsumalla sitä kulttisarjaksi. Näin ollen jätin kyseisen uutisen sekä muut vastaavat tapaukset aineistoni ulkopuolelle, sillä kultti-sanalla ei kyseisissä tapauksissa viitattu mihinkään jalkapalloaiheiseen. Päinvastoin joistakin uutisista taas oli käytetty jalkapalloon viitaten kultti-sanaa, vaikka muuten uutisessa jalkapallo olisi ollut vain sivuroolissa. Nämä artikkelit päätin sisällyttää aineistooni, olihan kyse näissä tapauksissa urheilu-uutisista, jossa jotakin jalkapallon ilmiötä kuvattiin kultti-sanaa käyttäen.

## 6.2 Tieteenfilosofiset kytkennät

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusaineistoa tarkastellaan kokonaisuutena. Tutkimusaineiston ajatellaan valottavan jonkin yksittäiseksi ymmärretyn kokonaisuuden rakennetta. Tämä tapahtuu usein kysymällä aineistolta miten ja miksi, sen sijaan että kysyttäisiin miten monta tai kuinka usein. Laadullisia tutkimusmenetelmiä leimaavia piirteitä ovat muun muassa tekstuaalinen aineisto, harkinnanvarainen ja tarkoin rajattu otanta, hypoteesittomuus, tutkijan usein poikkeuksellinen asema ja narratiivisuus eli kerronnallisuus. (Alasuutari 2012, Luku 1; Eskola & Suoranta 1998, Luku 1.) Giulianottin (2016) mukaan varsinkin laadullisten tutkimusmenetelmien avulla voidaan muodostaa syvempää yhteiskuntatieteellistä ymmärrystä liikunnan ja urheilun estetiikasta, viestintäjärjestelmistä, konflikteista, merkityksistä, rooliodotuksista ja rituaaleista.

Laadullisen tutkimuksen kohdistuessa mediateksteihin nähdään tekstit tapoina tulkita todellisuutta ja puhutella vastaanottajiaan. Ajatus siitä, että viestinnässä voitaisiin yksinkertaisesti lähettää sanomia vastaanottajille sellaisenaan ymmärrettäväksi, on nykyisin kyseenalaistettu. Tekstien laadullisen analyysin keskiössä on kieli, jonka kautta asioista, ajatuksista ja samalla koko kulttuurista tulee jaettua ja yhteistä siinä mielessä, että ymmärrämme osapuulleen sen, mitä toiset meille viestivät. Tämä liittyy tiiviisti sosiaalisen konstruktionismin ajatukseen siitä, että kaikki tieto on sidoksissa kieleen ja kulttuuriin. (Väliaverron 1998.) Berger ja Luckmann (1994) tarkentavat sosiaalisen konstruktionismin ideana olevan, että sosiaalinen todellisuus rakentuu ja uusiintuu kielenkäytössä.

Tutkimukseni tieteenfilosofisiin lähtökohtiin liittyvät keskeisesti käsitteet *konteksti*, *intertekstuaalisuus*, *representaatio*, *diskurssi* ja *metafora*, joten esittelen ne seuraavaksi. Väliiverroksen (1998) mukaan *kontekstit* ovat kuin viestijälkiä, joita teksteihin on jäänyt niiden tekijöistä, instituutioista, toisista teksteistä, lajityypeistä tai oletetuista lukijoista. Näiden viestintäprosesseista jääneiden jälkien avulla voimme seurata ja tutkia tekstien taustalla olevia merkityksenannon prosesseja. Jälkien seuraaminen eli kontekstin määrittely vaatii tulkintaa, sillä mitään ainoa oikeaa reittiä ei ole tarjolla. Kontekstien tulkintaan vaikuttavat ratkaisevasti tutkijan lähtöoletukset, tutkimusongelma ja näkökulmien rajaus. (Väliverronen 1998.)

Tämän tutkimuksen puitteissa määritettävät ja tulkittavat kontekstit liittyvät eritoten aineiston analyysiin sekä käsitykseen tekstin kontekstista. Aineiston analyysissä konteksti liittyy siihen, kuinka kiinteästi analyysi kytketään joihinkin taustateorioihin. Tässä tutkimuksessa aineiston analysointi perustuu taustateorioista vapaaseen tekstin tulkintaan, jolloin aineistosta itsestään nousee erilaisia luokkia, joiden pohjalta aineistoa voidaan jäsentää. Tätä lähestymistapaa kutsutaan aineistolähtöiseksi analyysiksi (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.2). Tutkimani tekstin konteksti puolestaan kytkeytyy nimenomaan yhteiskunnallisiin ilmiöihin, esimerkiksi modernisaatioon, maallistumiseen ja tabloidisaatioon, joita metaforiset puhuvat kuten juuri kultti-sanana – ja laajemminkin uskontometafiikan – käyttö urheilujournalismissa omalla tavallaan ilmentävät.

Kontekstien tulkinnassa yksi yleisimmin käytettyjä käsitteitä on *intertekstuaalisuus*. Konstruktionistisen näkemyksen mukaan tekstejä ei voi suoraan verrata kielen ulkopuolella olevaan todellisuuteen, mutta voimme toki tehdä päätelmiä ulkopuolisesta todellisuudesta kielen ja tekstien avulla. Intertekstuaalisuuteen kuuluu voimakas ajatus siitä, etteivät tekstit ole koskaan suljettuja ja itseriittoisia kokemuksia. Sen sijaan tekstit ja kieli sisältävät niihin ladattuja viittauksia ja ajatuksia muista teksteistä niin tekstien tuottajan kuin lukijankin toimesta. (Väliverronen 1998.) Tätäkin pro gradu -tutkimusta luettaessa tehdään enemmän tai vähemmän tietoisia vertailuja muihin, kunkin lukijan aiemmin lukemiin teksteihin ja tulkitaan tutkimustekstiä niiden pohjalta. Toisaalta intertekstuaalisuus on erityisen tärkeä käsite tutkimani aiheen kannalta, onhan uskontoperäisen kultti-sanana käyttö urheilun kontekstissa osaltaan esimerkki intertekstuaalisesta viittauksesta.

Ajatus kielestä merkitysten tuottamisen välineenä nojautuu *representaation* ideaan. Representaatio viittaa esittämiseen ja edustamiseen, sillä se on asian uudelleenesittämistä. (Väliaverronen, 1998). Pietikäisen ja Mäntysen (2019, luku 2.2) mukaan voidaan sanoa, että kieli representoi maailmaa. Kielen representaatioluonne koskee juuri sitä, kuinka maailma esitetään ja kuvataan. Asiat voidaan esittää monella tavalla ja aina kun asiat esitetään uudelleen, hyödynnetään yhtäältä aiempia esityksiä, mutta toisaalta jokainen representaatio on uusi ja ainutlaatuinen. Representaatiota tutkimalla päästään kiinni sellaisiin kysymyksiin kuin miten todellisuutta esitetään, millaisesta näkökulmasta ja millaisin keinoin. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, luku 2.2.) Esimerkiksi kun urheilutoimittaja kuvaa ottelusta tekemiensä havaintojen perusteella yleisön nostaneen tietyn pelaajan jopa kulttiasemaan, toimittaja itseasiassa representoi eli uudelleenesittää havaintojaan lukijalle. Valitessaan käyttää kultti-sanaa kuvaamaan pelaajan asemaa yleisön silmissä, valitsee toimittaja uskonelämästä tutun ilmiön edustavan parhaiten niitä ajatuksia ja tunteita, joita hänelle ottelutapahtumasta heräsi. Samalla toimittaja rakentaa ja uusintaa urheilumaailman kieltä ja ilmiöitä. Jotta totuus ei kuitenkaan unohtuisi: tässä tutkimuksessa analyysin kohteena ovat loppujen lopuksi tekstiaineistot. Tutkimukseen omaksumistani lähtökohdista on mahdollista tuottaa tietoa kulttuurituotteiden välittämistä representaatioista, ei suoranaisesti todellisten ihmisyksilöiden ajatuksista, tarkoituksista tai motiiveista.

Representaation käsite esitellään usein parina *diskurssin* käsitteelle, jonka voi alustavasti suomentaa puhetavaksi (Jokinen ym. 2016, 49–50; Väliaverronen 1998). Diskurssi ja representaatio saattavat käsitteinä välillä mennä sekaisin keskenään, mutta ne eivät kuitenkaan tarkoita samaa asiaa. Representaatioilla käsitellään usein sitä “kuvaa”, joka tapahtumasta, ilmiöstä tai asiasta esitetään ja pidetään totuutena. Diskurssin käsite puolestaan keskittyy näiden merkitysten muodostumisen prosessiin, niiden muovautumiseen ja rakentumiseen vallitsevaksi “totuudeksi”. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, luku 2.2.)

Pietikäisen ja Mäntysen (2019, luku 2.1) mukaan diskursseihin sisältyy kielellinen ja sosiaalinen puoli; ne materialisoituvat kielenkäytössä, mutta ne ovat myös osa sosiaalisia ja yhteiskunnallisia käytänteitä. Diskursseilla on kielellinen ilmiasu, mutta käyttövoimansa ne saavat sosiaalisesta puolestaan, eli siitä että diskursseilla on vaikutuksensa siihen mitä esitetään ja pidetään totuutena. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, Luku 2.1; ks. myös Fairclough, 1997, 31) Diskurssin käsite palautuu myös sujuvasti sosiaalisen konstruktionismin ajatukseen kielen sosiaalista todellisuutta rakentavasta luonteesta. Sosiaalinen todellisuus ja merkitykset ovat siis

diskursiivisen toiminnan tulosta. Tällaisia diskursiivisen toiminnan tulosta, eli merkityksiä tarkastelevaa tutkimusta kutsutaan usein yleisnimityksellä diskurssitutkimus tai diskurssianalyysi. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, luku 1.3.)

Tutkimukselleni erityisen tärkeänä käsitteenä esiintyy *metafora*, jonka voidaan tiivistäen sanoa tarkoittavan kielikuvaa. Aristoteleen “*Runousopin*” (2012) mukaisesti metafora syntyy, kun asialle annetaan nimi, joka varsinaisesti kuuluu jonnekin muualle. Toisin sanoen sanaa tai lausetta käytetään tällöin kuvaamaan jotain aivan toista kuin mitä se ensisijaisesti kuvaa. Juuri tällaisesta tilanteestahan on kyse, kun kultti-sanaa käytetään urheilupuheessa. Ricœur (2000, 91–92) kuitenkin tähdentää, että metafora ei koske ainoastaan yhden sanan, vaan pikemminkin koko lauseen semantiikkaa. Metaforan muodostavat vuorovaikutuksessa kahden lausuman tulkinnat, joiden välillä on jännite (Ricœur 2000, 91–92). Metaforaa voi siis ajatella prosessina, joka saa koko lauseen liikkeeseen (Krappe 2007). Metaforat ovat yleisiä inhimillisen ajattelun käsitteellisten alueiden välisiä jäsennyksiä. Metaforan ydin ei itse asiassa ole kielessä, vaan siinä tavassa, jolla näitä mentaalisia alueita keskenään käsitteellistetään (Lakoff 1998). Aro (1999, 139) tarjoaa esimerkiksi metaforan “elämä on matka”, joka tekee mahdolliseksi ajatella elämää hyödyntäen sitä tietoa, mitä on jo valmiiksi jaamme matkoista. Samalla logiikalla voimme ymmärtää, mitä tarkoitetaan kun puhutaan “joutumisesta umpikujaan elämässä” (Aro 1999, 139).

Aron (1999, 140) mukaan metaforien tutkimuksessa painotetaan monesti sitä, että metafora toimii ajattelua ohjaavana tekijänä valikoimalla ja suodattamalla miellelyhtymiä. Metaforalla on ikään kuin kaksi päinvastaista tehtävää: tuntemattoman tekeminen tutuksi ja toisaalta tutun tekeminen tuntemattomaksi. Ensinnäkin metaforinen jäsenitys määrittää jotakin vielä tuntematonta tiedon tai kokemuksen aluetta osoittamalla samankaltaisuuksia jonkin muun tutun aihealueen kanssa. Usein samalla tapahtuu myöskin niin, että jotain ennestään tuttua ilmiötä tai asiaa ryhdytään jäsentämään uudella metaforalla, jolloin tuosta ilmiöstä tai asiasta paljastuu uusia ja ennen näkemättömiä piirteitä. Tähän metaforien ominaisuuteen syventymällä on mahdollista tehdä tietynlaista kriittistä analysointia, missä osoitetaan tietyn metaforisoinnin systemaattisesti tuottavan erityistä vaikutelmaa tai puhetapaa jonkin asian kohdalla. Esimerkiksi talouspolitiikan metaforien analysointi on osoittanut, kuinka talouden metaforinen määrittely eräänlaiseksi koneistoksi on osallisena neutralisoimassa taloudellisen toiminnan luonnetta ja siirtämässä samalla syrjään kysymyksiä taloudellisten päätösten arvo- ja moraaliaspekteista. (Aro 1999, 140.) Tässä onkin yksi syy, miksi tutkimuksessani nostan

kriittisen diskurssianalyysin keskiöön metaforat: niiden avulla on mahdollista tarkastella mitä puolia korostetaan ja mitä puolestaan jätetään korostamatta. Seuraavassa alaluvussa esittelen tarkemmin tutkimuksessa käyttämäni analyysitavat: kriittisen diskurssianalyysin ja sen sukulaisen metafora-analyysin.

### **6.3 Kriittinen diskurssianalyysi ja metafora-analyysi**

Diskurssianalyysiä voisi kuvailla teoreettis-metodologiseksi viitekehykseksi, joka tarjoaa mahdollisuuden tarkastella erilaisia kielen käyttöön liittyviä kysymyksiä. Diskurssianalyysi ei siis ole varsinaisesti yhtenäinen tutkimusmenetelmä, vaan oikeastaan tietyn suuntaisiin kysymyksenasetteluihin ohjaava viitekehys. Diskurssianalyysistä puhuttaessa puhutaankin usein melkoisesta käsitteiden sekamelskasta. Näin ollen tutkijan omien määritelmien ja metodisten ratkaisujen merkitys korostuu. (Valtonen 1998.)

Kriittisessä diskurssianalyysissä huomio keskittyy vallan ja kielen käytön keskinäisiin suhteisiin sekä seurauksiin. Diskurssit ovat kielenkäyttöä sosiaalisena käytäntönä. Ne toimivat ikään kuin välineinä, joiden avulla erilaiset eturyhmät käyvät eräänlaista kamppailua todellisuuskäsitystensä puolesta. Lisäksi diskurssit kilpailevat keskenään hegemonisesta asemasta, mikä voi lopulta jopa johtaa tietyn diskurssin muuttumiseen yleisesti hyväksytyksi arkitodellisuudeksi. Juuri tähän valtasuhteisiin keskittymiseen liittyy läheisesti kriittisen diskurssianalyysin kriittisyys. Kriittinen diskurssianalyysi on siis kiinnostunut paitsi itse kielestä, myös siitä miten valta jakautuu erilaisten diskurssien kesken ja mitä siitä seuraa. (Valtonen 1998.)

Journalististen tekstien metafora-analyysi on erityisen lähellä kriittistä diskurssianalyysia, onpa sitä kutsuttu diskurssianalyysin sukulaiseksikin (Hellsten 1998; Väliverronen 1998). Molemmat jakavat muun muassa sosiaalisen konstruktionismin lähtöoletuksen siitä, että kieli todellisuuden rakentajana ja kielen käyttö sosiaalisena toimintana on yhteydessä yhteiskunnallisten ja kulttuuristen prosessien muutokseen (Fairclough 1997). Myös ajatus toiminnan kontekstisidonnaisuudesta, eli teksteistä löytyvistä muihin teksteihin viittaavista viestijäljistä (ks. luku 6.2) yhdistää kriittistä diskurssianalyysia ja metafora-analyysia (Hellsten 1998; Väliverronen 1998).

Metaforatutkimus avaa journalististen tekstien tutkimukseen näkökulman, josta tarkasteltavaksi avautuvat esimerkiksi diskursiivinen kamppailu merkitysten määrittelystä, kulttuuriset arvostukset ja arkitodellisuutena pidettyjen asiayhteyksien rakennusaineekset. Metaforatutkimus myös mahdollistaa journalismikritiikin tavalla, jossa yhdistyy useampia keskeisiä kritiikin aineksia. Metaforien erittelyllä voidaan esimerkiksi kiinnittää huomiota siihen, mitä vakiintuneilla metaforisoinneilla journalismissa tuodaan ilmi ja mitä niillä puolestaan suljetaan pois. (Hellsten 1998.) Millaisia sitten ovat metafora-analyysin kysymyksenasettelut ja millaisia työkaluja analyysi tarjoaa? Hellstenin (1998) mukaan metafora-analyysissä tulisi paitsi pyrkiä kuvaamaan ja kartoittamaan metaforien käyttöä, myös pohtia mitä metaforilla ajetaan takaa ja mikä on metaforien yhteiskunnallinen merkitys tilanteessa. George Lakoffin konstruktivistinen metaforateoria, jonka mukaan “metaforassa on kyse asian ymmärtämisestä toisen asian termein” (Lakoff & Johnson 1980, 5) sopii erityisen hyvin journalismin metaforien erittelyyn (ks. Hellsten 1998). Lakoffin konstruktivistinen metaforateoria käsittää metaforat inhimillisen käsitejärjestelmän ominaisuuksiksi ja määrittelee näin metaforan todellisuutta konstruoivaksi ja konstituivaksi (Lakoff 1998; Lakoff & Johnson 1980).

Aineistoni analyysi koostuu aineiston taustakartoituksesta, kriittisestä diskurssianalyysistä ja konstruktivistisen metaforateorian ohjaamasta analyysistä. Aineiston taustakartoituksessa tarkoitukseni on kartoittaa aineistostani kaikki kultti-sanan eri muodot, eli toisin sanoen kartoittaa mistä kulteista urheilumedia puhuu jalkapallon kontekstissa. Avaan edelleen kultti-metaforan kohdetta niissä tapauksissa, missä sanamuoto ei itsessään kerro, mitä tai ketä kultti koskee (kulttihahmo voi tarkoittaa esimerkiksi pelaajaa tai valmentajaa). Varsinainen aineiston laadullinen analyysi puolestaan pyrkii selvittämään mitä urheilumedia haluaa kertoa käyttäessään kultti-sanaa. Kriittistä diskurssianalyysia hyödynnän tarkastellessani mitä diskursseja kultti-sanana ympäriltä löytyy. Edelleen selvitän metafora-analyysin keinoin, mihin laajempiin kokonaisuuksiin kerrottava tarina halutaan liittää kultti-metaforaa käyttämällä. Analyysini jäsenyykin näiden kahden menetelmän – kriittisen diskurssianalyysin ja metafora-analyysin lävitse. Tietyllä tapaa tavoitteenani on etsiä aineistostani jälkiä toisista puhetavoista ja lajityypeistä. Tätä tarkastelua on luonnollista tehdä metafora-analyysiin tukeutumalla. Eskolan ja Suorannan (1998) mukaan eri tekstianalyysitavat kietoutuvat usein toisiinsa, eivätkä ole usein kovinkaan selvärajaisia, mikä tekee vain yhden analyysitavan soveltamisesta jopa harvinaista.

Nojaudun tutkimuksessani Fairclough'n (1997) viestintätilanteiden kriittisen diskurssianalyysin kolmivaiheiseen malliin. Ensimmäisessä vaiheessa huomio kiinnittyy itse tekstiin, tarkemmin sanoen sen muotoon ja merkitykseen. Analyysin osalta tämä tarkoittaa tekstin tuottamiin representaatioihin syventymistä. Toinen vaihe puolestaan tarkastelee niin sanottua diskurssikäytäntöä, joka koostuu tekstin tuottamisen ja kuluttamisen aspekteista. Tässä vaiheessa pyrkimyksenä on selvittää, millaisia genrejä ja diskursseja tekstin taustalla on ja mitä jälkiä niistä on tekstissä jäljellä. (Fairclough, 1997, 78–86.) Tässä vaiheessa hyödynnän erityisesti metafora-analyysia, sillä siihen kuuluu olennaisesti aineiston kontekstisidonnaisuuden kartoittaminen (Hellsten 1998; Väliverronen 1998). Kolmas vaihe on sosiokulttuurisen käytännön vaihe, jossa siirretään huomiota tekstin laajempaan yhteiskunnalliseen kontekstiin (Fairclough, 1997, 78–86). Tämä analyysin laajempaan yhteiskunnalliseen kontekstiin liittäminen kuuluu myös hyvin vahvasti metafora-analyysin tavoitteisiin (Hellsten 1998).

Analyysiprosessini ei ollut kaikilta osin suoraviivainen, mikä kuuluu usein laadulliseen tutkimukseen. Kuvailisin analyysiprosessiani enemmän monivaiheiseksi ja spiraalimaiseksi, missä prosessin eri vaiheet ovat osittain lomittaisia ja sekoittuneet keskenään. Pietikäisen ja Mäntysen (2019, luku 5.2) mukaan diskurssianalyttiseen tutkimusprosessiin kuuluu tietty tutkimuksen eri vaiheiden toisiinsa limittyminen, jopa ajoittainen epäjohtonmukaisuus tai epäloogisuus. Tämän tunnistan myös omassa tutkimusprosessissani, minkä takia seuraavaksi raportoinkin analyysiprosessini mahdollisimman avoimesti peilaten analyysiani Fairclough'n kolmivaiheiseen diskurssianalyysin malliin että metafora-analyysin vaiheisiin.

Esittelen seuraavaksi analyysiprosessini vaiheet tarkemmin. Analyysini ensimmäisessä vaiheessa kiinnitän huomioni Fairclough'n (1997) mallin mukaisesti tekstiin. Tässä analyysin ensivaiheessa tarkastelen aineistoani aineistolähtöisesti. Tulkitsen tekstin tuottamia merkityksiä havainnoimalla aineistoa ja sen representaatioita. Havainnoin siis kultti-sanalle annettuja merkityksiä, eli sitä millaisin representaatioin kultti-metaforaa käytetään. Käytyäni aineistoni huolellisesti läpi, sain muodostettua esiymmärryksen aineistossa toistuvista representaatioista. Ensimmäisellä aineiston lukukierroksella en kuitenkaan tehnyt vielä järjestelmällisiä jäsennyksiä. Kiinnitin huomiota paitsi tekstin merkityksiin, myös sen muotoon ja kartoitin siten aineistosta kaikki kultti-sanat eri muodot. Tämän jälkeen kävin aineiston vielä uudelleen läpi, keräten järjestelmällisesti merkityssysteemejä, joihin aineistoni kirjoittajat tukeutuivat. Näiden



aineistossa toistuvien representaatioiden pohjalta muodostin diskursseja. Diskurssit muodostuivat siis useammista saman aihealueen alle luokitelluista representaatioista.

Analyysini seuraavassa vaiheessa kiinnitän huomiota aineiston kontekstisidonnaisuuteen. Tässä analyysivaiheessa hyödynsin erityisesti metafora-analyysia. Kysymyksenä on siis, mitä jälkiä muodostamissani diskursseissa on yhtäältä toisista diskursseista ja toisaalta urheilujournalismin perinteestä. Toisin sanoen tarkastelin tässä analyysivaiheessa sitä, kuinka linjassa kultti-metaforan käyttö on eri uutisartikkeleiden välillä ja laajemmassa kuvassa suhteessa urheilujournalismin tyypillisiin käytäntöihin.

Viimeisessä analyysivaiheessa huomioin Fairclough'n (1997) mallin kolmannen vaiheen mukaisesti aiheeseen liittyvän laajemman, yhteiskunnallisen kontekstin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että peilaan aineistoni uutistekstejä aiemmin esittelemääni tieteelliseen tutkimustietoon. Samalla pohdin myös metaforien merkityksiä journalismissa, mikä vastaa osaltaan esimerkiksi Hellstenin (1998) peräänkuuluttamaan metaforien käyttötarkoitusten ja ideologian tunnistamiseen journalistisia tekstejä tutkittaessa. Etenkin nämä kaksi jälkimmäistä vaihetta nivoutuivat tiiviisti toisiinsa, sillä tietyllä tapaa molemmissa niissä on esillä kontekstien huomioiminen.

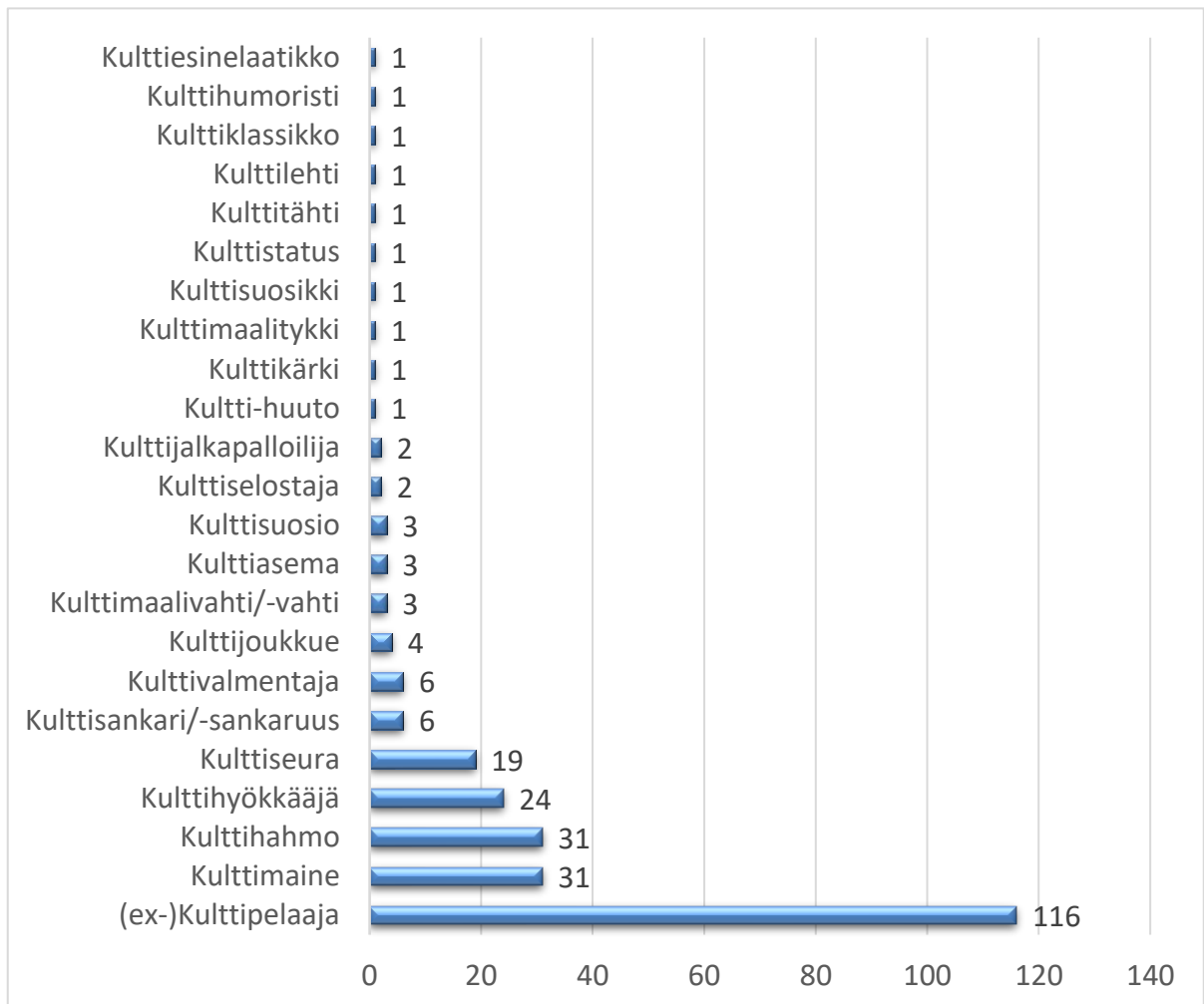
## 7 TULOKSET

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni keskeiset tulokset. Luvun rakenne on seuraavanlainen. Ensin käyn läpi kaikki aineistossa esiintyneet kultti-sanat muodot muutamia huomionarvoisia nostoja tehden. Seuraavaksi esittelen aineistossa esiintyneitä kultti-sanat representaatioita ja niistä muodostamiani diskursseja, joita on kuusi kappaletta. Viimeiseksi täydennän diskurssianalyysiani metafora-analyysillä, jonka avulla kiinnitän huomiota erityisesti kultti-metaforan kontekstointiin.

### 7.1 Kulttien muodot

Aineistossani kultti-sanaa käytettiin sen eri muodoissaan yhteensä 259 kertaa. Aineistoni uutisissa kultille annettiin aina jokin kohde, johon sanalla viitattiin. Yhdessäkin tapauksessa ei puhuttu pelkästä ”kultista” sellaisenaan. Näitä kultti-sanat muotoja esiintyi aineistossa yhteensä 23 kappaletta ja erittelen ne kuvassa 3. Käytännössä eri sanamuodot ovat siis muotoa kultti+toimija, esimerkiksi kulttipelaaja, kulttivalmentaja tai kulttiselostaja. Toimija ei välttämättä ole kuitenkaan aina ihminen, vaan kultilla viitattiin aineistossani myös seuraan, joukkueeseen tai jalkapallolehteen. Kaikissa tapauksissa tämä kultin kohde ei liioin ollut suoraan pääteltävissä yhdyssanasta. Tällaisia tapauksia olivat esimerkiksi kulttihahmo, kulttimaine tai kulttisuosikki, joiden sanamuoto ei vielä kerro, että mihin tai keneen viitataan. En toki tyydy vain toteamaan tätä, vaan Ricœurin (2000, 91–92) oppien mukaisesti katson tekstiä yksittäistä sanaa pidemmälle, ja avaan kaikki persoonattomaksi jääneet kultti-sanat muodot jäljempänä taulukossa 1.

Kuvassa 3 olen eritellyt kultti-sanat eri muodot koko aineiston osalta. Huomattavasti eniten aineistossa kirjoitettiin kulttipelaajista, joiden joukkoon luin myös yhden kirjoitusasultaan ex-kulttipelaajan. Kulttipelaajat kattoivat lähes puolet kultti-sanat kokonaiskäytöstä. Muita yli kymmenen kertaa aineistossa käytettyjä ilmauksia olivat kulttimaine, kulttihahmo, kulttihyökkääjä ja kulttiseura. Yleisesti voidaan sanoa, että vähemmän käytettyjen ilmausten joukosta löytyvät ehdottomasti lennokkaimmat sanamuodot, joiden selittäminen vaatii tarkempaa tutustumista kontekstiin.



KUVA 3. Kultti-sanan eri muodot lukumäärineen aineistossa.

Kuten aiemmin mainitsin, osa kultti-metaforan kohteista jää sanamuodon puitteissa määrittämättömiksi. Tällaisia muotoja, joista kultin kohde tai persoona ei suoraan selviä, ovat muun muassa kulttimaine, kulttihahmo tai kulttisuosikki. Kohdistamalla tarkastelua aineistossa kultti-sanaa ympäröiviin lauseisiin ja kappaleisiin, voidaan kullekin kultille kuitenkin määrittää tarkka kohde. Taulukossa 1 on nähtävillä kaikki “persoonattomien” kulttien kohteet. Objekteiltaan kirjavin kultti-sanan muoto oli ’kulttimaine’, jolla aineistossa viitattiin kuuteen jalkapallomaailman toimijaan. Kolme näistä kuudesta muodosta viittasi jalkapalloilijaan (pelaaja, hyökkääjä, varamaalivahti), minkä lisäksi fanijoukko, valmentaja ja kokonainen seura voivat myös nauttia kulttimainetta. Pelaajat, valmentajat, kannattajat ja seurat olivatkin yleisimpiä kulttien kohteita “persoonattomissa” kultti-sanan muodoissa. Mielenkiintoisena huomiona voi pitää valmentajien ja kannattajien mainitsemista kulttien kohteina useammin persoonattomissa kultti-ilmauksissa kuin kultti-sanan muodoissa suoraan. Esimerkiksi ilmausta

kulttikannattaja tai kulttifani ei ilmennyt aineistossa lainkaan, vaan tällaisissa tapauksissa puhuttiin vaikkapa kulttimaineesta olevasta fanijoukosta.

TAULUKKO 1. Persoonattomien kulttien kohteet (kpl).

<b>Kulttimaine</b> (yht. 27)	<b>Kulttisankari</b> (5)	<b>Kulttisuosio</b> (3)	<b>Kulttiumoristi</b> (1)	<b>Kulttiklassikko</b> (1)
Pelaaja (16)	Pelaaja (3)	Joukkue (1)	Valmentaja (1)	Kappale (1)
Hyökkääjä (3)	Pallopoika (1)	Pelaaja (2)		
Fanijoukko/kannattajat (2)	Valmentaja (1)			
Valmentaja (2)				
Seura/joukkue (3)				
Varamaalivahti (1)				
<b>Kulttihahmo</b> (27)	<b>Kulttiasema</b> (3)	<b>Kulttisuosikki</b> (1)	<b>Kulttistatus</b> (1)	<b>Kulttitähti</b> (1)
Pelaaja (19)	Joukkue (1)	Selostaja (1)	Pelaaja (1)	Pelaaja (1)
Valmentaja (4)	Kappale (1)			
Kannattaja (2)	Pelaaja (1)			
UEFA:n pääsihteeri (1)				
Maalivahti (1)				

Mielenkiintoisena yksityiskohtana taulukossa voi pitää etenkin silloisen UEFA:n pääsihteerin, nykyisen FIFA:n puheenjohtajan Giovanni Infantinon nimittämistä kulttihahmoksi (IS 27.10.2014). Artikkelin kirjoittamisen jälkeen jalkapallon kansainvälinen kattojärjestö FIFA on nähty hyvin kyseenalaisessa valossa varsinkin korruptioskandaalisensa takia, ja luonnollisesti myös Infantino on saanut osansa kritiikistä. Hänen kulttihahmoutensa voikin nykyvalossa nähdä enemmän diktatuurimaisten ja autoritäärisen johtajuuden piirteiden kautta ja vähemmän artikkelissa esitellyn hieman avoimeksi jätetyn, mutta hassuttelijana esiintyneen hahmon kautta. Lisäksi pallopojalle annettua ‘kulttisankarin’ viittaa sekä Liverpool FC:n valmentaja Jürgen Klopin ‘kulttiumoristin’ statusta on syytä ruotia tarkemmin, sillä ne ovat kulttinimityksiä aineiston erikoisemmasta päästä. Tässä tapauksessa 12-vuotias pallopoika ansaitsi toimittajalta ‘kulttisankarin’ viitan vinkkaamalla jalkapallon Aasian mestaruuskilpailussa menestyksekkäästi Kiinan joukkueen maalivahdille, mihin Saudi-Arabian pelaaja aikoo laukaista rangaistuspotkunsa (IS 22.1.2015). Kulttius syntyi siis pallopojan tekemästä yksittäisestä erityisestä teosta, mutta sitä kuinka syvälle kiinalaisten jalkapallofanien

mieleen tämä tapahtuma on todellisuudessa lopulta painunut ja millaiseen kulttisankarin asemaan pallopoika on Kiinassa noussut, on vaikea arvioida. ‘Kulttisankari’ -käsitteessä vaikuttaisikin olevan väljyyttä sen suhteen, kenelle titteliä sovitetaan ja millä ansioin. Nimettäköön vastaesimerkeiksi vaikkapa valmentajat Markku Kanerva ja Marcelo Bielsa, joiden meriitit ovat vielä jokseenkin suurempia, ja mikä tärkeintä, otettu aineiston uutisissa esille (HS 1.1.2020; HS 30.10.2020). Jürgen Kloppille annetun oudolta kuulostavan ‘kulttiumoristin’ arvonimen takaa sen sijaan löytyy syvempiäkin merkityksiä kuin hänen ajoittaiset vitsailunsa median edessä. Uutisessa Kloppille haettiin vertailua lisäksi muun muassa jumalallisuudesta ja poikkeuksellisista kyvyistä, jotka ovat lähempänä kulttien alkuperäisiä merkityksiä. (IS 7.4.2013.)

Yhteenvedona näistä aineistosta kokonaiskuvaa maalaavasta taulukosta on nähtävillä ennen kaikkea kultti-metaforan eri muotojen ja kohteiden moninaisuus. Vaikuttaakin, että yksittäisessä metaforassa ja sen ympärille kietoutuvassa ilmiökentässä riittää varsin paljon analysoitavaa. Seuraavassa alaluvussa siirryn käsittelemään tarkemmin aineistossa esiintyneitä kultti-sanon representaatioita ja niistä muodostamiani diskursseja.

## **7.2 Aineistosta muodostuvat diskurssit**

Aineistostani muodostuu yhteensä kuusi diskurssia. Avaan kunkin diskurssin merkityksiä esimerkein omissa alaluvuissaan. Huomionarvoista on, että seuraavissa alaluvuissa esittelemissäni aineistokatkelmassa ei välttämättä esiinny kultti-metaforaa. Näissä tapauksissa kultti-metafora löytyy artikkelin muusta tekstistä, mutta katkelma otoksena osoittaa diskurssin rakentumista, eli kulttiuden merkityksellistämistä. Lisäksi mainitsen, että yksittäisessä uutisartikkelissa on voinut olla useampaakin diskurssia tai toisaalta useampia samaa diskurssia muodostavia representaatioita. Kunkin diskurssin loppuun olen lisännyt taulukon, josta on nähtävillä diskurssia tuottaneet representaatiot, kultti-sanon muodot ja diskurssin esiintymismäärä aineistossa. Aineistostani muodostuneita diskursseja ovat 1) epämääräisyysdiskurssi, 2) poikkeuksellisuusdiskurssi, 3) ansiokkuuden diskurssi, 4) fanitudiskurssi, 5) julkisuuskuvan diskurssi ja 6) uskontodiskurssi.

### 7.2.1 Epämääräisyysdiskurssi

Aineistossa muodostuu kultti-metaforan käytön kontekstit avoimeksi jättävää diskurssia, jonka olen nimennyt *epämääräisyysdiskurssiksi*. Näissä tapauksissa kultti-sanana merkitys jää epämääräiseksi ja tulkinnanvaraiseksi, sillä artikkeleissa ei tarjota lainkaan kontekstia kulttiuden tulkitsemiseen. Metaforan tulkitseminen pohjautuu näin ollen kunkin lukijan omiin käsityksiin kultti-sanana käytöstä ja merkityksistä, jotka eivät varsinaisesti ole yksitulkintaisia kuten luvussa 2.1 osoitin. Epämääräisyysdiskurssin erityispiirteenä on, että mikäli jutussa esiintyy epämääräisyysdiskurssi, jutussa ei tällöin voi esiintyä mitään muuta tulososiossa esittelemääni diskurssia. Syy tähän on tietenkin se, että epämääräisyysdiskurssi perustuu kultti-metaforan jättämiseen epämääräiseksi eli selittämättömäksi, jolloin sitä ei selitetä myöskään millään muulla diskurssilla.

Esimerkeiksi nostan ensin kaksi Ilta-Sanomien uutista, joissa kummassakin käydään läpi englantilaisten jalkapalloseurojen otteluita otteluraporttien muodossa. Molemmissa uutisissa lontoolaisen Watford FC:n hyökkääjä Troy Deeney nostetaan esiin, ja häntä tituleerataan niin kulttipelaajaksi kuin kulttivyökkääjäksikin.

*“Ottelu kulki pitkälti Palacen komennossa, mutta toisella jaksolla Watfordin kulttivyökkääjä Troy Deeney tasasi puntit niin ikään puskumaalilla. Osuman alusti Jose Manuel Jurado.”* (IS 24.4.2016.)

Katkelmassa kulttivyökkääjän titteli annetaan Deeneylle sen kummemmin tämän taustoja avaamatta. Otteluraporttien luonteeseen kuuluu jokseenkin aiheessa eli itse ottelussa pitäytyminen, mutta jo Deeneyn kutsuminen kulttivyökkääjäksi voidaan tässä tapauksessa nähdä pelaajan eräänlaisena taustoittamisena. Myös toisessa esimerkkitapauksessa Deeneyn kulttius kuitattiin ainoastaan ohimennen: *“M’Baye Niang sekä kulttipelaaja Troy Deeney vastasivat osumista.”* (IS 4.4.2017). On toki ymmärrettävää, että joissakin tapauksissa samaa aihetta koskevia uutisia on lyhyeen aikajaksoon paljon, eikä jokaisessa uutisessa ole välttämättä tarpeen selostaa erikseen ilmiön taustoista juurta jaksain. Tässä tapauksessa nämä kaksi artikkelia olivat kuitenkin 10 vuoden aineiston ainoat, joissa Deeneyyn liitettiin kulttistatus. Näin ollen artikkelien asettaminen laajempaan kontekstiin ei tarjoa kulttiudelle sen enempää merkityksiä kuin kyseiset artikkelitkaan. Kontekstin puute nousee kuitenkin esille vielä selkeämmin toisessa artikkelissa:

*“Wiganin hyökkääjä Will Grigg teki ottelun ainoan maalin 79. minuutilla. Griggistä tuli vuoden 2016 EM-turnauksen aikaan jonkinlainen kulttipelaaja ja nyt hän johtaa Englannin cupin maalipörssiä.” (HS 20.2.2018.)*

Katkelmassa huomionarvoista on toimittajan valinta käyttää hyökkääjä Will Griggistä kuvausta *jonkinlainen kulttipelaaja*. Tällä sanavalinnalla toimittaja ei ainoastaan passiivisesti jätä kultti-metaforaa epämääräiseksi, vaan itseasiassa aktiivisesti tekee siitä epämääräisen. Kultti-metaforaa edeltävässä ja seuraavassa lauseessa esitetyt meriitit eivät myöskään millään tapaa tarjoa kontekstia kulttiudelle, sillä ne ovat tapahtuneet katkelmassa mainitun vuoden 2016 EM-turnauksen jälkeen.

Eräissä artikkeleissa kultti-metafora esitetään eräänlaisena anekdoottina tai täkynä, johon lukijan ei ole tarviskaan takertua, ellei satu olemaan erityisen kiinnostunut aiheesta. Tällaisia ovat esimerkiksi ainoastaan kerran koko aineistossa mainitut “...*kulttilehti The Blizzardiin ja Sportdayhin kirjoittava jalkapallotoimittaja Antonis Oikonomidis*” (IS 26.2.2014) sekä “*Kojon 1990-luvun alussa levyttämä RoPS ’n’ Roll on kulttiklassikko*” (IS 24.9.2013). Otteissa kultti-metafora esitetään ohimennen, artikkeleiden pääaiheisiin mielenkiintoista nippelitietoa lisäten. Huolimatta toimittajan valitsemasta tietäjät tietää -linjasta, peruslukijalle metafora ei artikkelin tietojen pohjalta aukene.

Epämääräisyysdiskurssia sisältävistä artikkeleista on mahdollista paikantaa kultti-metaforan käyttöä ainoastaan kielellisenä tehokeinona, jollaisia metaforat eivät kuitenkaan varsinaisesti ole. Esimerkiksi Lakoff ja Johnson (1980) esittävät metaforien päinvastoin rakentavan ajattelumalleja ja siten todellisuutta. Tämän diskurssin tapauksessa metaforista puuttuvat kielellisessä muodossaan Ricœur'n (2000, 91–92) mainitsemat metaforiikkaan kuuluvat jännitteet kahden kielellisen lausuman välillä. Edellä mainitun kaltainen metaforien käyttö voi toki toimia aihepiireissä, joista kaikilla ihmisillä on kokemusta (esim. aiemmin esittelemäni “elämä on matka” -metafora), mutta kulttiutta ei voi kutsua tällaiseksi – etenkin jalkapallon kontekstissa. Epämääräisyysdiskurssin representaatioita yhdistääkin oletus kulttiuden jaetuista merkityksenannoista, jolloin niitä ei tarvitse erikseen avata lukijalle.

TAULUKKO 2. Epämääräisyysdiskurssin yleispiirteet

Diskurssia tuottavat representaatiot	Ei syytä kultti-sanankäytölle
Kultin muodot	kulttihyökkääjä, -seura, -pelaaja, -valmentaja, -suosio, -maine, -sankari, -hahmo, -lehti, -klassikko, -maalivahti
Diskurssin esiintymismäärä aineistossa	40 artikkelissa

### 7.2.2 Poikkeuksellisuusdiskurssi

Aineistosta nousee esiin useita kultin kohteiden poikkeuksellisuuteen, erityiseen rooliin, tyyliin tai luonteenpiirteisiin liittyvää diskurssia, jonka nimitän *poikkeuksellisuusdiskurssiksi*. Tämä diskurssi koostuu representaatioista, joissa kultin kohteen jokin piirre nostetaan syyksi kulttiudelle. Kyse on nimenomaan erikoislaatuisista piirteistä, kyvyistä tai tavoista, jotka erottavat kulttien kohteet tavanomaisesta ja normaalin käytännön mukaisesta. Jalkapallomaailmassa poikkeuksellisuutta on esiintynyt aina, joskin The Future Of Sports (2016) -raportin mukaan nuoremmat fanisukupolvet tavoittelevat enenevässä määrin pelkkien voittojen sijaan elämyksiä ja tarinoita, joissa olennaisena osana ovat urheilun tähdet poikkeuksellisilla kyvyillään tai erottuvilla ulkoisilla habituksillaan. Muihin diskursseihin verrattuna *poikkeuksellisuusdiskurssi* koostuu hyvin useista eri representaatioista, sillä poikkeuksellisuutta voi olla erittäin monenlaista. Representaatioita löytyi esimerkiksi kohdistuen poikkeukselliseen ulkonäköön, kykyihin, tyyliin, tapoihin, ominaisuuksiin, lukuisiin eri luonteenpiirteisiin, sekä ylipäänsä vain poikkeuksellisuuteen tai omintakeisuuteen. Eräässä Ilta-Sanomien artikkelissa poikkeuksellisuuden diskurssin monimuotoisuus nousee erityisen hyvin esiin:

*”Union Berliini, faniensa omistama seura Saksan kakkosliigassa, on erilainen. Se pitää kiinni yhteisöllisyydestään ja seisomakatsomoista, vastustaa futiksen kehittymistä kohti kaupallista viihdetuotetta.”* (IS 25.10.2016.)

Katkelman artikkelissa saksalaista jalkapalloseura Union Berliiniä kuvataan kulttiseuraksi, mikä representoidaan lukijalle esimerkiksi katkelman johtoajatuksella: *Union Berliini on erilainen*. Katkelmassa on kirkaasti havaittavissa erilaisuuden tai poikkeuksellisuuden monimuotoisuus. Tässä tapauksessa poikkeuksellisuus kiteytyy erityisvahvaan



yhteisöllisyyteen, nyky maailman jalkapalloseurojen toiminnasta poikkeaviin ominaisuuksiin sekä jopa arvomaailmaan. Sekä Union Berliinin omistusrakenne, jossa seuran kannattajat omistavat seuran, että seuran stadionin koostuminen valtaosin seisomapaikoista eroavat eurooppalaisten ammattilaisjalkapalloseurojen enemmistön käytännöistä. Seuraava esimerkki puolestaan edustaa poikkeuksellisen ulkonäön representaatioita.

*“Eikö hän saa sydänkohtauksen? Liian iso jalkapalloilijaksi. Ylipainoinen. Nuo kaikki lauseet ovat tuttuja englantilaiselle jalkapalloilijalle Adebayo Akinfenwalle, joka on noussut vuosien saatossa saarella kulttimaineeseen. Ulkonäkö poikkeaa kentillä totutusta, mikä taatusti pönkittää [kultti]mainetta. 35-vuotias hyökkääjä on 180 senttiä pitkä ja painaa 104 kiloa.” (IS 30.10.2017.)*

Poikkeuksellinen ulkonäkö nousee otteessa varsin selvästi esille. Uutisen kohde, englantilaisyökkääjä Adebayo Akinfenwa, on nimenomaan poikkeuksellisen kokoinen ja näköinen jalkapalloilija. Tämä muista pelaajista erottava seikka nostaa hänet helposti tietynlaiseksi silmätikuksi otteluissa kuten katkelman alku antaa ymmärtää. Omien fanien joukossa poikkeuksellisuus kuitenkin ainoastaan vahvistaa kulttiutta. Muut aineistossa esiin nostetut ulkonäölliset poikkeuksellisuudet, joilla kulttipelaajat erottuivat muista, liittyivät erityisesti poikkeukselliseen tyyliin. Esiin nostettiin esimerkiksi *“tärkeilevästä puketiketistä vähät välittävä”* kulttivalmentaja Marcelo Bielsa (HS 30.10.2020) sekä Unkarin entinen maajoukkuemaalivahti Gabor Kiraly, joka *“saavutti kulttimaineen pelaamalla harmaissa collegehousuissa”* (HS 22.5.2019). Huomionarvoinen seikka aineistossa on, että monet ulkonäön ja ominaisuuksien poikkeuksellisuuden representaatiot painottuivat nimenomaan voimakkuutta ja vahvuutta kuvaaviin ulkoisiin piirteisiin. Sellaiset kuvailut kuin isokokoinen, 135-kiloinen, maailman vahvin, väkivahva, raamikas, romuluinen ja härkämäinen esiintyivät kaikki aineiston uutisissa. Myös pienikokoisuus nostetaan yhdessä uutisessa esiin poikkeuksellisuutena, mutta tällöinkin kyseessä on *“pienikokoinen ja vahvarakenteinen jässikkä”* (IS 13.5.2015).

Poikkeuksellisten ominaisuuksien suhteen aineistossa painottuu fyysisen voimakkuuden ja vahvuuden lisäksi henkinen vahvuus ja työteliäs asenne. Erityisesti Suomen entisestä maajoukkuehyökkääjästä Shefki Kuqista kirjoitettaessa painotetaan moneen otteeseen Kuqin hankkineen kulttipelaajan statuksensa *“asenteellaan ja osumillaan”* sekä *“periksi antamattomalla asenteella ja nöyrällä työnteolla”* (ks. esim. HS 16.8.2012; HS 10.8.2017).

Useissa artikkeleissa kulttiutta määrittävätkin nimenomaan maskuliinisuuteen perinteisesti yhdistetyt piirteet kuten työteliäisyys, periksiantamattomuus ja sisukkuus. Erityisesti englantilaisen jalkapallon on katsottu heijastelevan työväenluokkaista kulttuuria, jossa kovuus ja peräänantamattomuus tulkitaan maskuliinisuuden symboliseksi vastikkeeksi (Heinonen 2005, 105–109). Yhdenlainen kulttipelaajan arkkityyppi vaikuttaisikin olevan niin asenteeltaan kuin pelityyliltään vahva taistelija ja joukkuepelaaja.

Aineistosta löytyi myös toisenlaista kuvastoa kulttiutta rakentavista poikkeuksellisista piirteistä. Tähän kuvastoon kuuluvat representaatiot, kuten luovuus, kyky näyttää tunteita, sulokasvot ja kiharat hiukset, sosiaaliset taidot ja sympaattisuus, olivat vähemmän tyypillisiä piirteitä perinteisesti maskuliiniseksi kuvatulle jalkapallomaailmalle. Lisäksi tietynlaiset ‘outolinnut’, luonnonlapset tai kenttien väriläiskät vetivät aineistossa kulttiutta puoleensa. Toisenlainen poikkeuksellisten piirteiden pohjalta rakentunut kulttipelaajan malliesimerkki voisikin olla eräänlainen sympaattinen ja värikäs supliikkimies, jonka piirteitä voidaan rinnastaa jopa artistiuteen.

Kahta toisistaan eroavaa ja poikkeuksellisuuden kautta rakentuvaa kulttipelaajan kuvaa voi selittää jalkapallon kulttuurisilla representaatioilla. Esimerkiksi englantilaisessa jalkapallokulttuurissa, joka on varsin hyvin edustettuna aineistossani, nämä kulttuuriset representaatiot rakentuvat työväenluokkaisen kulttuurin välityksellä (Heinonen 2005, 105–109). Erityisesti englantilaisen jalkapallon on katsottu edustavan niitä piirteitä, joita työväenluokkaiset miehet töissään arvostavat, eli esimerkiksi ammattimiesmäistä taidokkuutta ja periksiantamatonta luonnetta raskaan työn kesellä. Jalkapallossa nämä piirteet esiintyvät tietyllä tapaa puhtaassa muodossaan ilman palkkatyön rasitteita. (Heinonen 2005, 105–109.) Toisaalta Giulianotti (1999, 156) huomauttaa, että työväenluokkaisten seurojen kannattajat ovat aina osoittaneet mieltymystään myös taitavien ja artistimaisten pelaajien juonikkaalle pelitavalle. Tämä on näyte toisenlaisesta “ammattimaisuudesta”, johon liittyy olennaisesti ammatillinen osaaminen ja käytännöllinen taitavuus (Heinonen 2005, 105–109). Tämä hyvin perinteinen ja maskuliininen kuva jalkapallosta on kuitenkin hiljalleen mukautumassa ja saamassa rinnalleen uusia tulkintoja, vaikka kurottavaa riittääkin vielä. Jalkapallossa uudenlaista miestyyppeä esiintuoneiden pelaajien, kuten pop-idoliin verrattavissa olleen David Beckhamin julkisuuskuvan on kutsuttu heijastavan uudenlaista lädikulttuuria (“new-laddism”)(Cashmore & Parker 2003). Nykyisin tähän uudenlaiseen lädikulttuuriin voisi kenties liittää edelleen jalkapalloilijan mieskuvaa päivittäneitä pelaajia, kuten Hector Bellerinin

tai Marcus Rashfordin, joiden tunnettavuus on lisääntynyt esimerkiksi muotimaailmaa, ilmastonmuutosta ja yhteiskunnallisia asioita koskevien kannanottojen myötä.

TAULUKKO 3. Poikkeuksellisuusdiskurssin yleispiirteet

Diskurssia tuottavat representaatiot	Poikkeuksellisuus, poikkeava ulkonäkö ja tyyli, poikkeavat ominaisuudet ja kyvyt, poikkeukselliset piirteet
Kultin muodot	Kulttimaalivahti/-vahti, -pelaaja, -seura, -hahmo, -maine, -hyökkääjä, -sankari/sankaruus, -valmentaja, -humoristi, -selostaja, -joukkue, -kärki[pelaaja], -suosio
Diskurssin esiintymismäärä aineistossa	84 artikkelissa

### 7.2.3 Ansiokkuuden diskurssi

Ansiokkuuden diskurssin johtoajatuksena on kulttiaseman ansaitseminen erilaisilla teoilla ja meriiteillä. Diskurssi koostuu representaatioista, joissa kuvataan kulttiuden syntymistä ansioiden eli menestyksen kautta. Menestystä voi olla monenlaista, joten tarkoitan sillä tässä yhteydessä nimenomaan aineistosta löytyneitä representaatioita, kuten mestaruuksien ja palkintojen voittamista sekä pelillisiä ansioita, pitkää uraa, yksittäisiä mieleenpainuvia tekoja tai tärkeää roolia joukkueessa. Menestykseksi en puolestaan ole lukenut sitä, että artikkelissa mainitaan ainoastaan jonkin pelaajan otteluiden ja maalien määrä, eikä lukemaa ole sen kummemmin korostettu. Sen sijaan tilanteissa, joissa pelaajan maalimäärää kuvataan kunnioitettavaksi tai kerrotaan maalien “mättämisestä” tai “latomisesta”, olen lukenut otteet pelillisten ansioiden representaatioiksi. Ansiokkuusdiskurssi on siinä mielessä looginen kulttiuden rakentaja, että ansioituneet pelaajat tai valmentajat luonnollisesti keräävät fanien huomiota ja heidän ympärilleen voi näin ollen syntyä fanikuntia, mitä urheilujournalismissa kuvataan usein kultti-sanalla.

*“Yksinkertaisin selitys Kloppin suosiolle on menestys. Hän johdatti Borussia Dortmundin kaksinkertaiseksi Saksan mestariksi ja cup-voittajaksi. Menestyjät huomataan. Se on selvää – mutta myös liian ohut selitys.” (IS 7.4.2013.)*

Yllä esitetyssä katkelmassa kuvataan mainiosti, millainen representaatio yleinen menestys on ansiokkuuden diskurssin tai ylipäänsä kulttiuden rakentajana. Se on eittämättä yksinkertaisin selitys, mutta samalla melko ohut sellainen. Artikkelin ansioksi on todettava, että tämä katkelma toimii ainoastaan johdatteluna valmentaja Jürgen Kloppin suosion avaamiseen ja artikkelissa avataan suosiota ja sen syntyä useammasta eri näkökulmasta. Esimerkkinä tämä katkelma ja eritoten sen ensimmäinen virke kuitenkin esittelee osuvasti mitä tarkoitan käsitellessäni ansiokkuuden diskurssia. Menestyksen nähdään aineiston perusteella monesti johtavan suosioon, jota kuvataan kultti-metaforan avulla.

Toinen esimerkki esittelee pelillisiä ansoita, jotka ovat johtaneet kulttiuteen. Esimerkkinä toimii Norwich Cityn suomalaishyökkääjä Teemu Pukki, jonka saavutuksista uutisoitiin ahkerasti etenkin aineistoni loppupuolelle ajallisesti sijoittuvissa artikkeleissa.

*“Teemu Pukin loistokas kausi brittikentillä jatkui sunnuntaina, kun hän mätti kaksi maalia Norwich Cityn 3–0-kotivoitossa Ipswich Townista. Osumat olivat erityisen makeita kahdesta syystä. Maalit ensinnäkin sinetöivät Norwichille voiton Itä-Anglian derbyssä, mikä teki rakastetusta Pukista entistä suuremman kulttihahmon kaupungissa. Toiseksi, Pukki teki kauden 20. osumansa ja rikkoi Shefki Kuqin suomalaispelaajien maaliennätyksen Englannin toiseksi korkeimmalla sarjatasolla Championshipissä.” (IS 10.2.2019.)*

Katkelmassa kuvataan Pukin tekemien maalien kasvattaneen entisestään Pukin kulttihahmon asemaa Norwichissa. Huomionarvoista katkelmassa on kuitenkin, että maalien määrä itsessään ei ole ratkaisevassa asemassa kulttiuden kannalta, vaan myös maalien tärkeys merkitsee. Tässä tapauksessa kyse oli Pukin tekemistä kahdesta maalista paikallisvihollista vastaan, joiden merkitys luonnollisesti on faneille suuri. Maalien merkitys oli katkelman mukaan suuri myös, sillä niiden avulla Pukki rikkoi suomalaispelaajien maaliennätyksen Englannin toiseksi korkeimmalla sarjatasolla. Tässä tapauksessa en kuitenkaan tulkitse suomalaispelaajien ennätyksen rikkomisen vaikuttavan varsinaisesti Pukin kulttisuosioon nimenomaan Norwichin kaupungissa, mihin artikkelissa viitataan.

Aiempaa Jürgen Kloppein menestyksestä esittämäni katkelmaa mukaillen muistutan, että pelkkä menestys yksinään on melkoisen hatara selitys kulttiudelle. Jos menestys implikoisi suoraan

kulttiutta, niin kaikki menestyneet pelaajat olisivat myös kulttipelaajia, eikä tällaista yleistystä ole arkikielessäkään mielekästä tehdä. Kattavampana selityksenä pidän esimerkiksi seuraavan katkelman kuvailemaa tilannetta, jossa jotkin erityiset teot ovat jääneet ihmisten mieleen ja toimivat siten kulttiutta synnyttävinä ansioina.

*“Tuote on itse Tuomas Virkkunenkin. Kulttselostajan historiasta löytyy niin pelin tiimellyksessä kerrottuja ikimuistoisia tarinoita kuin käsittämätöntä heittäytymistä ottelutapahtumiin.” (IS 5.6.2018.)*

Katkelmassa mainitut ikimuistoiset tarinat edustavat erityisiä ja mieleenpainuvia tekoja tai tässä tapauksessa sanoja, joiden kautta Virkkusen kulttselostajuus rakentuu. Kulttselostajuus on itsessäänkin mielenkiintoinen ilmiö. Se kuvastaa varsin selvästi, kuinka kultti ei rajoitu jalkapallossa ainoastaan pelaajiin tai seuroihin, vaan ulottuu myös moniin muihin jalkapallon parissa toimiviin tahoihin. Kulttselostajuus toimii kuitenkin samalla periaatteella kuin vaikkapa kulttipelaajuus siinä mielessä, että molempia tahoja fanitetaan tietyssä ihmisjoukossa. Sen sijaan eroavaisuuksia syntyy fanituksen kohteeksi päätymisessä, sillä selostajalla ei suoraan sanottuna ole samanlaisia lähtökohtia fanituksen kohteena olemiselle kuin vaikkapa pelaajilla. Esimerkiksi menestystä on suhteellisen helppo arvioida, kun puhutaan jalkapallon pelaajista, mutta selostajien kohdalla arviointi on huomattavasti haastavampaa. Näin ollen kulttiuden rakentumisen täytyy nojautua muihin aspekteihin; Virkkusen tapauksessa erityisiin ja mieleenpainuviin tekoihin. Enroth (2023) kuvaa esseessään kansan suosiota nauttivan selostajista heidän, jotka antavat tapahtumien vaikuttaa kuuluvasti tunteisiinsa ja sekoittavat asiantuntijuuden surutta omiin, välillä villedinkin miellelyhtymiinsä. Näin juuri urheiluselostajat määrittävät monien henkilökohtaisia ja kulttuurisia muistoja pelitapahtumista vuosikymmeniksi eteenpäin (Enroth 2023).

Menestyksen, pelillisten ansioiden ja mieleenpainuvien tekojen ohella pitkä ura oli representaatio, joka aineistossa rakensi ansiokkuuden diskurssia. Kuten aiemmin totesin, pelkästään otteluiden tai pelattujen kausien määrän listaamisesta artikkelissa en yksinään ole tehnyt johtopäätöstä, että pelaajan ura olisi pitkä ja siten merkittävä. Jos näitä määriä kuitenkin korostetaan artikkelissa erikseen tai kerrotaan näiden tekijöiden nimenomaan vaikuttaneen pelaajan asemaan fanien keskuudessa, niin olen tulkinnut nämä otteet pitkän uran representaatioiksi.

*“Kuopion Palloseuran laitahyökkääjä Miikka Ilo, 33, jättää sunnuntaina jäähyväiset kuopiolaiselle jalkapalloväelle. Kahdeksan kautta, 210 Veikkausliigaottelua ja 32 liigamaalia ovat jättäneet jälkensä Kuopioon. Turkulaisesta Ilostä tuli vuosien aikana kannattajien arvostama kulttipelaaja Kuopiossa.” (HS 22.10.2015.)*

Tärkein osa tätä katkelmaa on sen päättävä virke, jossa todetaan erityisesti Ilon Kuopion Palloseurassa viettämän ajan olevan syy hänen saamalleen kulttipelaajan statukselle KuPS-fanien keskuudessa. Lojaalius yhtä seuraa kohtaan vaikuttaisikin olevan yksi kulttiutta voimakkaasti rakentavista tekijöistä. Heinosen (2005, 119–128) mukaan ammattijalkapalloilijoiden siirtyessä seuroihin nykyisin useimmiten muilta paikkakunnilta tai jopa eri maista, on heidän lunastettava paikka kannattajien sydämissä suorituksillaan ja sitoutumisellaan. Yllä olevassa katkelmassakin mainitaan Ilon olevan syntyjään turkulainen, jolloin kuopiolaiseen seurayhteisöön sulautuminen ei ole itsestään selvää, vaan fanit vaativat pelaajalta todisteita, että pelaaja on kannattamisen arvoinen. Heinonen (2005, 119–128) jatkaa vielä toteamalla, että kannattajat arvostavat tällaista “imaginaarista naapurinpoikamaisuutta”, jossa pelaaja saa kannattajat vakuutetuksi siitä, että seura yhteisöineen merkitsee tälle yhtä paljon kuin tavallisille kausikorttilaisille. Aineistosta parhaaksi lojaaliuden kautta kulttiuttaan rakentaneeksi esimerkiksi nousi HIFK:n keskikenttäpelaaja Jukka Halme, josta nostettiin useassa artikkelissa esiin hänen edustaneen joukkuettaan usean vuoden ajan aina kolmannelta divisioonasta Veikkausliigaan saakka (IS 19.10.2018; IS 30.1.2016; HS 24.4.2015; IS 24.4.2015; IS 22.4.2015). Tämän tyyppinen seurassa pysyminen sarjatasosta riippumatta lieneekin parasta lääkettä rauhoittamaan kannattajien pelkoa siitä, että pelaajat lähtisivät houkuttelevien tarjouksien perässä muualle pelaamaan esimerkiksi sarjasta putoamisen osuessa kohdalle. Halme on onnistunut lojaaliudellaan viestittämään seuran olevan hänelle yhtä tärkeän kuin kannattajillekin, minkä vuoksi hän on saanut osakseen kultinomaista ihailua.

Viimeisenä ansiokkuuden diskurssia tuottaneena representaationa otan käsittelyyni tärkeän roolin representaation. Tärkeällä roolilla viitataan nimenomaan pelaajien tärkeään rooliin joukkueessaan, minkä takia pelaaja on saavuttanut erityistä suosiota seuran kannattajien joukossa. Esimerkiksi eräässä entisen Newcastle FC:n tsekkiläismaalivahti Pavel Srnicekiä käsitelleessä artikkelissa kerrotaan Srnicekin “nauttineen Newcastlessa kulttimainetta oltuaan olennainen osa seuran menestysvuosien joukkuetta” (HS 22.12.2015). Jäljempänä uutisessa avataan vielä Srnicekin olleen osana valioliigan mestaruudesta taistellutta (ja lopulta ilman mestaruutta jäänyttä) Newcastle'n joukkuetta. Srnicekin tapauksessa tärkeä rooli rakentui

oletettavasti hänen pelipaikastaan ‘joukkueen viimeisenä lukkona’ eli maalivahtina sekä hänen haastavista lähtökohdistaan sen suhteen, ettei hän puhunut lainkaan englantia saapuessaan Newcastleen. Kannattajien näkökulmasta joukkueen luotto- tai avainpelaajana toimiminen ja siten heidän luottamuksensa ansaitseminen vaikeista lähtökohdista huolimatta on ilman muuta ollut avainasemassa kulttiuden rakentumisessa.

Ansiokkuuden diskurssin eri representaatioita yhdistää kulttiasemaan nostetun toimijan meritoituminen siten, että toimija on meriteillään ansainnut erityislaatuista kunnioitusta kohdeyleisössään. Yllä otin jo kantaa siihen, kuinka menestyminen ainoastaan pokaalien voittamisen näkökulmasta on auttamatta liian kapeakatseinen syy sille, miksi jokin toimija on noussut erityiseen kulttiasemaan. Vaikuttaisikin, että menestys tässä merkityksessään on nimenomaan median, eikä niinkään kannattajien toimijalle rakentamaa kulttiutta. Sen sijaan menestyksen tai meritoitumisen laajemmat merkitykset, kuten yksilölliset onnistumiset tärkeissä tilanteissa, ikimuistoiset tarinat tai lojaaliutta osoittava pitkä ura ovat tekijöitä, jotka kohdeyleisöissä merkitsevät enemmän kuin pokaalit. Esimerkiksi tsekkimaalivahti Pavel Srnicekin tapauksessa kulttiaseman rakentumisessa ei varmasti ollut kyse menestyksestä pokaalien mittapuulla, sillä hänen edustamansa Newcastle FC ei voittanut pokaaliakaan kaudella 1995–1996, jonka aikana Srnicek nousi artikkelin mukaan kulttimaineeseen (HS 22.12.2015).

TAULUKKO 4. Ansiokkuuden diskurssin yleispiirteet

Diskurssia tuottavat representaatiot	Menestys, pelilliset ansiot, pitkä ura, lojaalius, mieleenpainuvat teot, tärkeä rooli joukkueessa
Kultin muodot	Kulttipelaaja, -valmentaja, -hahmo, -sankari, -hyökkääjä, -seura, -humoristi, -maine, -selostaja, -suosikki, -maalivahti/-vahti, -huuto, -asema, -jalkapalloilija, -suosio, -kärki, -maalitykki, -status
Diskurssin esiintymismäärä aineistossa	75 artikkelissa

#### 7.2.4 Fanitusdiskurssi

Fanitusdiskurssin keskiössä ovat kulttiuden representaatiot, jotka kuvaavat fanituksen kohteen suhdetta kannattajiin. Tietyllä tapaahan kultti-ilmiössä – ainakin siinä määrin kuinka se

mediassa näyttäytyy – on kyse nimenomaan jonkin kohteen fanituksesta sen palvovaa luonteenpiirrettä korostaen. Siten jo lähtöoletus on, että kun puhutaan kulteista urheilukontekstissa, puhutaan fanituksesta. Ei kuitenkaan liene mielekäästä sanoa kaikkia fanitusten kohteita kulteiksi. Tällöinhän enemmän tai vähemmän jokainen ammattijalkapalloilija, jonka seuralla on kannattajia, saa osansa joukkueen kannatuksesta ja olisi siten automaattisesti kulttipelaaja. Aineistossa kultti-metaforan fanitusdiskurssia käytettiin kuvaamaan toimijoita, joita ei ainoastaan fanitettu, vaan jotka olivat erityisellä tavalla kannattajien suosikkeja. Esimerkiksi HJK:n entisen puolustajan Aki Riihilahden kuvattiin suoraan olevan “fanien rakastama” (HS 1.2.2012) tai Pasi Rautiaisen olleen saksalaisseura Bielefeldissä “fanien suosikki ja kulttihahmo, joka muistettaisiin vielä vuosikymmeniä myöhemminkin” (IS 24.12.2016). Osoituksena erityisestä fanaattisesta suhteesta jotakin tiettyä pelaajaa kohtaan fanit saattavat esittää otteluiden aikana omia fanilaulujaan pelaajille. Esimerkkeiksi aineistossa nousivat HIFK:n Jukka Halme ja pohjois-irlantilainen Will Grigg, joille fanit ovat kunnianosoituksena kehittäneet omat fanilaulunsa (IS 22.4.2015; IS 23.6.2016). Tämänkaltaiset fanien erityissuosikit ovatkin usein urheilumediassa juuri heitä, joita kuvataan kultti-ilmausta käyttäen.

Yllä mainitsemani Pasi Rautiaisen kuvattiin samaisessa artikkelissa olevan “sellainen luova tyyppi, jolla oli karismaa” (IS 24.12.2016). Karisma on käsite, jota käytetään usein kuvaamaan yksilön voimakasta taipumusta kyetä viehättää toisia ihmisiä tai vaikuttaa heihin (Forsell 2017, 29–32). Takala (2013, 3–4) arvioi määritelmältään haastavan karisman viittaavan erityisesti ihmisiin, jotka saavat osakseen helposti huomiota ja ihailua. Karisman representaatiot kuvaavat nimenomaan pelaajia, jotka ovat luontaisella olemuksellaan onnistuneet synnyttämään ympärilleen ihailua. Näin ollen he ovat myös otollisia kohteita fanien erityissuosikeiksi tai kulttipelaajiksi.

Mielenkiintoisia fanitusdiskurssin tapauksia aineistossa olivat yksittäiset fanit tai fanijoukot, jotka nostettiin kulttiasemaan. Esimerkiksi HJK:n vieraspeliin Kazakstaniin yksin joukkuettaan kannustamaan matkustanutta fania kuvaillaan aineistossa kulttihahmoksi seurassa (IS 5.8.2015). Samoin suomalaisen fanijoukon kuvailtiin keränneen “pientä kulttimainetta” Norwichissa Teemu Pukkia kannustaen (IS 17.8.2019). Asetelma on siinä mielessä erikoinen, että yleensä fanituksesta vastaavat kannattajat, ja fanituksen kohteina ovat seurat pelaajineen ja valmentajineen. Näissä erityistapauksissa fanituksen kohteita olivatkin itse kannattajat, mutta sitä ketkä heitä fanittavat ja kuinka, ei artikkeleissa kerrottu suoraan. HJK:n fani tunnettiin



artikkelin mukaan kulttihahmona seurassa, kun taas suomalainen fanijoukko nautti kulttimainetta Norwichissa. Nämä “huippufanit” vaikuttavat tulleen tunnetuiksi omissa ympäristöissään, jolloin heidän kannatustoimintansa on vastavuoroisesti saanut kannatusta muualta toimintaympäristöstä.

Toinen aineistossa selkeästi esiin noussut fanitusdiskurssin representaatio liittyi lempinimiin. Lempinimet kohdistuivat aineistossa nimenomaan pelaajille annettuihin lisänimiin, jotka ovat käytössä etenkin fanien toimesta. Aineistossa esiin nousseita lempinimiä olivat muun muassa “Bragun Gattuso” (Jukka Halme), “Kosovon härkä”, “flying Finn” tai “sheriffi” (Shefki Kuqi), “kirottu prinssi” (Heleno de Freitas) ja “beast” (Adebayo Akinfenwa). Lempinimien voidaan nähdä olevan selvästi linjassa pelaajien saavuttaman erityisfanituksen kanssa. Toisaalta vaikuttaisi myös, että tällaiset lempinimet rakentavat entisestään pelaajien erityisasemaa fanien keskuudessa.

Myös tunnettavuus tai näkyvyys yhdistettiin aineistossa useampaan otteeseen kulttiuteen, vaikka määritelmällisesti se on hieman ristiriidassa kultti-sanan alkuperäismerkityksen kanssa. Kovalan ja Saresman (2003) mukaan kulteilla kuvataan etenkin alakulttuureissa tapahtuvaa jonkin ei-valtakulttuurista kohteen ihailua pienen, asiaan vihkiytyneen piirin sisällä. Aineistossa kuitenkin nousi useampaan otteeseen esille tilanteita, joissa kulttiuden representaatiota rakennettiin laajan tunnettavuuden tai jopa populaarikulttuuriin kuulumisen kautta. Esimerkiksi kulttipelaajaksi tituleeratun Adebayo ”Beast” Akinfenwan kerrotaan olevan Englannin alasarjojen tunnetuimpia pelaajia (IS 30.10.2017) ja aiemmin esillä olleen jalkapallovalmentaja Jürgen Kloppista sanotaan suoraan, että ”*Klopp on pop. Hän on mainosikoni, kulttihumoristi, haluttu esitelmöijä.*” (IS 7.4.2013). Kyseessä onkin Kovalan ja Saresman (2003) kuvaama ilmiö, jossa kultin käsite on arkipäiväistynyt, jolloin sitä käytetään nykyisin pienten piirien fanituksen sijaan populaari-ilmiöistä puhuttaessa.

Raja pienten piirien fanituksen ja populaarikulttuurin huomion välillä vaikuttaa hämärtyneen nykyisellä internet-aikakaudella. Tieto pienten piirien verrattain organisoimattomastakin toiminnasta leviää nykyisin varsin nopeasti internetissä, jolloin toiminta voi saavuttaa hyvinkin nopeaa huomiota ja suosiota. Ilmiö näkyy myös jalkapallon parissa, kun esimerkiksi paikallisen seurayhteisön toiminta herättää huomiota mediassa, minkä seurauksena ilmiöstä aletaan puhua myös laajemman yleisön toimesta. Ilta-Sanomien (25.10.2016) kolumnissa kerrotaan fanien omistuksessa olevasta Union Berliinistä: ”*Kulttiseura unelmoi Bundesliigasta. Siitä on*

*muutenkin tullut niin suosittu, että lippukysyntää riittää.*” Seura on siis samanaikaisesti paitsi paikallisyhteisönsä omistama ja fanittama myös oman kuplansa ulkopuolella niin kiinnostava, että ilmiötä täytyy päästä todistamaan omin silmin.

Tietyllä tapaa fanitus kerrostuu eri tasoille, joita voi jäsentää oivasti Giulianottin (2002) jalkapallokatsojan ideaalityyppeihin palaamalla. Tässä tapauksessa korkeimman tason ”kuumaa lojaliteettia” esittävät kannattajat ovat seuran paikallisyhteisö (Giulianotti 2002). Esimerkiksi saksalainen jalkapallojärjestelmä on rakennettu siten, että intensiivisimmin seuran toiminnassa mukana olevat kannattajat voivat seuran jäseninä olla jopa mukana omistamassa seuraa (Bundesliga.com 2023). Heitä yhdistää paikallinen, henkilökohtainen, voimakkaan emotionaalinen ja jopa perhemäinen suhde seuraan (Giulianotti 2002). Yhteisöllistä ilmiötä ulkopuolelta seuraamaan saapuvat ovat puolestaan toimintansa pitkäjänteisyydestä hieman riippuen Giulianottin (2002) ideaalityyppien mukaisesti joko seuraajia, faneja tai flanöörejä. Seuraajat voivat olla toiminnassa mukana yhtä intohimoisesti kuin kannattajatkin, mutta heidän suhteensa seuraan on muodostunut paikallisuuden sijaan mediavälitteisesti. Fanit ja flanöörit puolestaan ovat mukana kaupallisin toimintaperiaattein; he ovat jalkapalloturisteja, jotka tulevat paikan päälle katsomaan ottelun ohella tai sijasta ottelutapahtumaa ja muita faneja. (Giulianotti 2002.) Huomionarvoista kuitenkin on, että paikallista yhteisöllisyyttä huokuvan ilmiön nimeäminen kultiksi vaikuttaa tapahtuvan nimenomaan yhteisökuplan ulkopuolisten, eikä itse ilmiötä luomassa olevien toimesta.

#### TAULUKKO 5. Fanitusdiskurssin yleispiirteet

Diskurssia tuottavat representaatiot	Fanitus, karisma, kannattajien fanitus, lempinimet, tunnettavuus
Kultin muodot	Kulttipelaaja, -maine, -hahmo, -sankari, -seura, -suosio, -maalivahti/-vahti, -humoristi, -kärki, -hyökkääjä, -valmentaja, -tähti, -suosikki
Diskurssin esiintymismäärä aineistossa	66 artikkelissa

#### 7.2.5 Julkisuuskuvan diskurssi

Julkisuuskuvan diskurssi rakentui representaatioista, joissa kultti-metaforalle luotiin merkityksiä kuvaamalla metaforan kohteen julkisuuskuvaa, mainetta tai taustoja.

Representaatioissa keskityttiin kuvaamaan erityisesti sitä, miten kuvattu kultin kohde näyttäytyy ulospäin. Julkisuuskuvan, maineen ja taustojen representaatiot koskivat erityisesti vaikeuksien kautta voittoon -tarinoita, pelikenttien ulkopuolisia asioita ja erilaisia jalkapallomaailman brändejä. Erityisesti tässä diskurssissa näkyi urheilujournalismin tarinallisuus, jota pohjustin aiemmin luvussa 5.3.

Urheilujournalismin tarinallisuus näkyi eritoten artikkeleissa, joissa kultin kohdetta kuvattiin altavastaajaksi, piskuiseksi tai sympaattiseksi. Representaatioiden tarinallisuutta rakennettiin Virtapohjan (1998a, 84–93; 1998b) kuvaaman mukaisesti draaman ja vastakkainasettelun keinoin. Esimerkiksi Ilta-Sanomat (30.8.2014) kertoo kulttiseuraksi nousemassa olleesta espanjalaisesta SD Eibarista, joka ”*piskuisesta*” maantieteellisestä ja taloudellisesta koostaan huolimatta haastoi Espanjan suurseuroja korkeimmalla sarjatasolla. Asetelma on oppikirjaesimerkki kaikkien tuntemasta Daavid vastaan Goljat -vastakkainasettelusta, jossa vastakkain ovat pieni mutta piskuinen altavastaaja sekä suuri ja mahtava ennakkosuosikki. Eräs toinen artikkeli puolestaan esittelee ”*Britannian huonoimman jalkapallojoukkueen*”, jonka ”*taistelu tuulimyllyjä vastaan on nostanut sympaattisen altavastaajan suosittuun asemaan kotimaassaan*” (IS 9.7.2019). Vaikuttaisi, että kulttiaseman saavuttamiseen eivät riittäisi ainoastaan pelitaidot ja pelin taso, vaan niiden ohella myös samaistuttavuus, sympaattisuus ja kenties jopa pelitaidottomuus voivat olla omiaan luomaan kulttiutta. Eräessä artikkelissa pelitaidottomuus nousee erityisen hyvin esiin:

*”Kulttiyhökkääjän avoin tunnustus: ”Taitojeni puolesta minun ei pitäisi pelata ehkä edes Suomen liigassa”, sanoo Shefki Kuqi.”* (HS 11.9.2012)

Toinen urheilujournalismin tarinallisuuteen nojaava representaatio oli eräänlainen vaikeuksien kautta voittoon -narratiivi. Tämä representaatio näkyi esimerkiksi kuvauksina, joissa uraa jalkapallossa oli rakennettu haastavista oloista vaikeuksia selättäen. Aineistosta löytyi otteita kuten ”*Shefki Kuqin tie Suomeen alkoi pakomatalla sodan jaloista*” (HS 10.8.2017) tai ”*Petteri Forsell on edennyt kovan tien huipulle*” (IS 13.5.2015). Tässäkin tapauksessa representaatiot vahvistavat kuvaa, jossa työteliäisyyden merkitys korostuu kulttiudesta puhuttaessa (ks. luku 7.2.2). Jalkapalloa onkin historiallisesti kuvattu usein työväenluokkaisena lajina (ks. esim. Heinonen 2005, 85–133). Eritoten englantilaista jalkapalloa on pidetty työväenluokan eetosta mukailevaksi, jolloin myös kannattajakunnat ovat perinteisesti koostuneet työväenluokan edustajista. Sittemmin nykyjalkapallon etäännyttyä työväenluokkaisista juuristaan ja liittyttyään

entistä enemmän osaksi modernia viihdebisnestä, ovat fanit riemuissaan löytäessään satunnaista samaistumispintaa pelaajiin, joista on yleisesti tullut aiempaa etäisempiä ja tavoittamattomampia. Kultti-metafora voikin merkitä faneille eräänlaista porttia vanhaan hyvään aikaan, jolloin pelaajat olivat kuin yksiä kannattajista.

*”Voi vain kuvitella, millaiset fiilikset HIFK:n kulttipelaajalla, alasarjapelejä vuosikausia tahkonneella Jukka Halmeella on ollut marssiessaan kentälle. Takavuosina hän oli kannattajien joukossa, nyt itse kentällä.”* (HS 24.4.2015.)

Katkelma kuvaa sitä, kuinka HIFK:n kulttipelaajaksi tituleerattu Jukka Halme on itse ollut aikaisemmin fanin roolissa. Juuri se tekee Halmeesta kannattajien silmissä erityisen, kuin yhden heistä. Eritoten nyky maailman viihteistyneessä jalkapallobisneksessä monet kannattajista toivovat löytävänsä samaistumispintaa pelaajiin, jotka voivat tuntua alati etäisemmiltä joko tähteyden tuomien valtaviin palkkakuittien vuoksi tai joidenkin pelaajien suhtautuessa jalkapalloon ”vain” elantona. Kannattajille tärkeänä näyttäytyy se, että pelaajat sekä muutkin seuratoimijat osoittavat toiminnan olevan heille tärkeää ja merkityksellistä samoin kuin se on merkityksellistä kannattajille. Kannattajien suosikkeja eivät aina ole edes joukkueen taidokkaimmat yksilöt, vaan pikemminkin he, joiden kannattajat näkevät antavan kaikkensa seuralle. HIFK:n Halmeestakin on aineistossa kirjoitettu, että *”Lähes kulttimaineessa oleva Halme ei ole maailman taitavin pelaaja, mutta hän on sitäkin ilkeämpi vastustaja”* (HS 6.7.2015).

Kiinnostusta fanien ja jalkapallon seuraajien silmissä voi herättää myös pelikenttien ulkopuolisilla asioilla. Aineistosta nousivat esiin muun muassa videopelien kautta kulttimaineeseen nousseet jalkapalloilijat (IS 12.8.2014; IS 11.8.2013) sekä ennen valmentajapestejään hauskana futiskommentaattorina tunnettu Jürgen Klopp (IS 7.4.2013). Myös erilaiset jalkapallomaailman ulkopuolella tunnetut brändit tai symbolit rakensivat aineiston mukaan kulttiutta. Esimerkkinä tästä esiin nousi saksalaisseura FC St. Pauli, jolla on sekä tunnettu merirosvohenkinen pääkallologo, että poliittisesti kantaaottava maine.

*”Vaikka seuran kannattajien keskuudessa eittämättä vierastetaan brändiajattelua, on seura samaan aikaan itsessään kenties maailman tunnetuin antifasistinen brändi.”* (HS 3.11.2019.)

FC St. Paulin kohdalla kulttileima on selvästi annettu nimenomaan seuran ulkopuolelta. Seuraa on luonnehdittu siihen liitettävien symbolien ja arvojen vuoksi kiinnostavaksi, omaleimaiseksi ja kaupallisuutta vastustavaksi, mikä luonnollisesti herättää huomiota myös jalkapallokulttuurin ulkopuolella. Kulttimetafora on kuitenkin ymmärrettävä siinä mielessä, että jalkapalloseura FC St. Pauliin yhdistetään usein sen tiivis kannattajayhteisö, jotka voivat paikallisuuden lisäksi koostua seuran vahvan arvomaailman jakavista ihmisistä. Kyseessä on siis nimenomaan yhteisö tai pieni piiri, joka on helposti tunnistettavissa siihen liitettyjen symbolien ja brändin vuoksi, ja jonka fanitus kohdistuu yksittäisen pelaajan sijasta koko seuraan.

TAULUKKO 6. Julkisuuskuvan diskurssin yleispiirteet

Diskurssia tuottavat representaatiot	Maine, taustat, vaikeuksien kautta voittoon - tarinat, pelikenttien ulkopuoliset tekijät, brändi
Kultin muodot	Kulttipelaaja, -hahmo, -maine, -joukkue, -seura, -hyökkääjä, -asema, -sankari/-sankaruus, -humoristi, -suosio
Diskurssin esiintymismäärä aineistossa	30 artikkelissa

### 7.2.6 Uskontodiskurssi

Aineistosta muodostuu yksi diskurssi, joka erottuu muista selkeästi liittymällä kultti-sanana alkuperäisiin merkityksenantoihin, nimittäin uskonnollisiin seikkoihin. Olen nimennyt tämän diskurssin *uskontodiskurssiksi*. Diskurssissa representoidaan kultteja uskontoon liittyvien selitysten, selvennysten ja vertausten kautta. Uskonnon ja urheilun yhdistävää kultti-metaforaa ikään kuin viedään vielä kultti-sanaa pidemmälle, sitä jatkojalostaen.

Puhuttaessa uskonnoista polveilee puheenaihe yleensä jossakin vaiheessa jumaliin. Myös kultti-metaforan uskontodiskurssin representaatioista löytyi kulttiuden rakentamista jumaluuden tai jumaloinnin kautta.

*”Shefki Kuqilla oli pelaajanakin puutteensa, mutta ne hyväksyttiin. Kuqia ja hänen intohimoaan suorastaan jumaloitiin.” (IS 30.10.2016)*

Katkelman alkuosa vahvistaa aiemmin muodostamaani käsitystä, minkä mukaan kulttipelaaja ei ole välttämättä joukkueensa paras tai taitavin jalkapalloilija. Loppuosa puolestaan on puhdas esimerkki siitä, kuinka käsitteenmäärittelyn ja kirjallisuuskatsauksen pohjalta olin muodostanut esiyymmärryksen kultti-metaforan käyttöön. Oteessa puhutaan yksittäisen pelaajan *jumaloinnista*, siis tietyllä tapaa palvomisesta kuin pelaaja olisi jumala. Ote tarkoittaa edelleen, että paitsi itse pelaajaa, myös yhtä hänen luonteenpiirteistään, intohimoa, jumaloitiin. Tämä on huomionarvoista siinä mielessä, että selvästi intohimoisuus on erityispiirre, joka puhuttelee kannattajia ja jonka avulla voi siten rakentaa kulttiutta. Intohimostahan ei ole pitkä matka merkityksellisyyteen, johon väitän koko urheilun ja uskonnon yhteisen aineksen liittyvän.

Uskontodiskurssi rakentui aineistossa myös muutamien käsitteellistä perkuuta vaativien representaatioiden kautta. Näitä olivat ilmaukset ikoni, legenda ja myytti, joilla kaikilla on käsitteellisiä juuria uskontokieleen liittyen. Sana *ikoni* esiintyi aineistossa kuvaamassa yksittäisiä pelaajia tai valmentajia, kuten HIFK:n ”seuraikoni” Jukka Halmetta tai ”intohimon ikoni” Jürgen Kloppia. Kielitoimiston sanakirjan mukaan ikoni voi merkitä muun muassa 1) ortodoksisessa kirkossa ja kirkkotaiteessa esimerkiksi pyhimystä tai raamatullisia tapahtumia esittävää kuvaa, 2) jonkin aikakauden tai aatteen tärkeää symbolia tai 3) kultinomaisen ihailun kohdetta, eli idolia (Kotimaisten kielten keskus 2022b). *Ikoni* -sanan uskonnolliset juuret ovat siis varsin selvät. Kulttien representaatioita kuvaavimmin selittävät sanakirjan kohdat 2 ja 3, jotka kertovat hyvin selvästi, kuinka *ikoni* -sanan käyttö syventää ja avaa kulttiutta. Esimerkiksi Iltä-Sanomien kirjoittaessa ”*harva suomalaispelaaja pääsee koskaan samanlaiseksi seuraikoniksi kuin Halme HIFK:ssa*” (22.4.2015), voi tulkita Halmeen olevan jopa eräänlainen symboli silloiselle HIFK:n joukkueelle sekä idoliasemassa oleva intohimoisesti ihailtu pelaaja.

*Legenda* -sana on mielenkiintoinen, sillä ensiajattelemalta sen ei välttämättä ajattelisi liittyvän uskontoon. Ilmauksella on kuitenkin uskonnollinen alkuperäismerkityksensä; katolilaisittain legenda tarkoittaa pyhimyksen tai marttyyrin elämästä kertovaa tarinaa eli pyhimystarua tai epäuskottavan ja kaunistellun tarinan kerrontaa, jossa myyttisiä aineksia yhdistellään historiallisiin seikkoihin (Heikkinen 2022, 26–27; Kotimaisten kielten keskus 2022c). Jalkapallosta kirjoitettaessa legenda -ilmausta käytetään usein *jalkapallolegenda* -muodossa, kuten Helsingin Sanomat teki kirjoittaessaan ”HJK:n entisestä kulttipelaajasta” ja jalkapallolegendasta Jari Rantasesta (8.11.2014).

*”Rantanen oli peliurallaan iltapäivälehtien rakastama. Hän oli erinomainen ja temperamenttinen pelaaja, jonka tempauksista sai otsikoita.”*

Yllä esitetystä katkelmasta käyvät ilmi ne tekijät, jotka artikkelin mukaan rakensivat Rantasen kulttiutta ja legendastatusta. Rantasen kulttiudessa merkittävää lienee katkelman mukaisesti juuri se seikka, että Rantasesta kirjoitettiin paljon iltapäivälehdissä. Urheilun kulttiuttahan rakennetaan erityisesti paitsi fanipuheessa, myös mediassa. Kulttipelaajat tai jalkapallolegendat nousevatkin suuren yleisön tietoisuuteen usein juuri urheilujournalismista, jonka kielen kuvasin aiemmin luvussa 5.3 olevan luonteeltaan tarinallista ja ajoittain liioittelevaa. Erityisen kiinnostava yhteys löytyy urheilujournalismin luonteesta ja legendan määritelmästä, sillä molemmissa esiintyvät kaunisteltu tarinan kerronta ja myyttisten ainesten sekoittaminen faktatietoon. Näin ollen urheilujournalismin voi ajatella olevan erityisen hedelmällinen alusta legendojen synnyttämiselle.

Viimeisenä käsitteenmäärittelyä vaativana terminä *myytti* -sanaa käytettiin aineistossa aiempien ikonien ja legendojen tapaan kuvaamaan yksittäisiä, tarunhohtoisia henkilöitä. Helsingin Sanomat kirjoitti Leedsin hyökkääjän todenneen haastattelussa joukkueen ”kulttivalmentaja” Marcelo Bielsasta ”*puhuttavan, että hän on pelkkä myytti*” (30.10.2020). Toisessa esimerkissä rovaniemeläisen jalkapalloseura FC Santa Clausin ”pienimuotoista kulttimainetta” avataan kertomalla, että ”*Joulupukki on myyttinen hahmo*” (HS 12.1.2011). Kielitoimiston sanakirja kertoo myytin tarkoittavan 1) jumalia, yliluonnollisia olentoja, maailman syntyä tms. käsittelevä tarua tai jumalaistarua, 2) tarunomaista asiaa, kuvitelmaa tai uskomusta, sekä 3) suuresti ihailtua, legendaarinen henkilöä (Kotimaisten kielten keskus 2022a). Ensimmäinen, valmentaja Marcelo Bielsaa käsittelevä sitaatti on mielenkiintoinen siinä mielessä, että siinä myytti- ilmausta käytetään ikään kuin vähättelevässä tarkoituksessa – Bielsan valmentajuus on pelkkä myytti, ainoastaan tarunomaisia uskomuksia ja kuvitelmaa. Sitaatista voi kuitenkin päätellä, että Bielsasta puhutaan yleisesti myyttisenä hahmona, siis jumalaisena, tarunomaisena, suuresti ihailtuna ja legendaarisena. Lisäksi on syytä huomauttaa, että kyseisessä sitaatissa joukkueen hyökkääjä siteerasi Bielsan arvostelijoita tarkoituksenaan osoittaa heidän mielipiteensä vääriksi. Jälkimmäinen katkelma puolestaan pyrkii selittämään FC Santa Clausin kulttimainetta Joulupukin myyttisyydellä. Näkisin kuitenkin, että tässä tapauksessa rovaniemeläisseuran kulttimaine on ainoastaan välillistä, sillä Joulupukki nauttinee kulttimainetta nimikkoseuransakin edestä. Joka tapauksessa Joulupukki on malliesimerkki

myytin määritelmän mukaisesta yliluonnollisesta olennosta, tarunomaisesta uskomuksesta ja legendaarisesta henkilöstä.

Aineistosta löytyi paljolti yksittäisiä henkilöitä kuvanneiden ikonien, legendojen ja myyttien lisäksi uskontometafora, joka kuvaa edellä mainittujen palvontaan tarkoitettua pyhää paikkaa: *temppeli*. Urheilumaailmassa temppeleillä tai pyhätöillä viitataan usein urheiluareenoihin tai -stadioneihin. Määritelmällisesti temppeli puolestaan on kirkon synonyymien lisäksi jumaluudelle pyhitetty rakennus uskonnollisen kultin harjoittamista varten (Kielitoimiston sanakirja 2022d). Aineistossani temppeliksi tai tarkemmin sanoen ”seisomapaikkatemppeliksi” kuvattiin Union Berliinin stadiona, joka koostuu poikkeuksellisesti edelleen suurimmaksi osin seisomapaikoista (HS 7.5.2014). Union Berliini oli aineistossa muutenkin kosolti esillä ja sitä käsiteltiin uskonnollisista vertauksista myös pyhyiden kautta kuvaamalla sen ottelutapahtumia seuraavasti:

*”käsite ”pyhästä pelitapahtumasta”, siitä, ettei 90 minuutin aikana yksikään mainos saa keskeyttää otteluun syventymistä. Yksikään sponsori ei esittele kulmapotkua tai katsojamäärää, tauolla ei pidetä mainostajan leikkimielistä kilpailua eikä tulostaulua käytetä mainostamiseen.”* (IS 21.1.2016)

Katkelma kuvaa Union Berliinin olevan omalaatuinen erityisesti välttämällä jalkapallon romantisointipuheissa usein pahana nähtyä ylikaupallisuutta. Mielenkiintoisen katkelmasta tekee kuitenkin sen käyttämä viittaus pyhyyteen. Tässä yhteydessä pyhyys on nimenomaan eräänlaista puhtautta profaanin ja tahraavan kaupallisuuden sijasta. Juuri epäkaupallisuus ja kapinallisuus ovat kultin määritelmään kuuluvia kuvauksia, joten siinä mielessä Union Berliinistä kulttiseurana puhuminen on varsin perusteltua. Lisäksi samassa artikkelissa on Unionia kuvattu vieläpä myös kultin määrittelyssä käytetyn saareke -kuvauksen kautta, mikä tekee siitä tietyllä tapaa kulttiseuran representoinnin malliesimerkin.

*”Saareke onkin hyvä kuva Unionille. Seura on eskapistinen pako modernista, ylikaupallisesta huippu-urheilusta nostalgiseen, yhteisölliseen aikaan.”* (IS 21.1.2016)



## TAULUKKO 7. Uskontodiskurssin yleispiirteet

Diskurssia tuottavat representaatiot	Jumalointi, ikoni, legenda, myyttisyys, temppelit, pyhyys
Kultin muodot	(ex) Kulttipelaaja, -valmentaja, -suosio, -asema, -humoristi, -sankari/-sankaruus, -maine, -seura, -hahmo
Diskurssin esiintymismäärä aineistossa	16 artikkelissa

### 7.3 Metafora-analyysin kysymyksenasettelut

Metafora-analyysin avulla aineistoa voidaan jäsentää diskurssien lisäksi myös metaforien taustoittamisen, kontekstoinnin ja merkitysten näkökulmista. Kontekstoin kultti-metaforaa tässä luvussa erityisesti urheilujournalismin historiallisiin käytänteisiin sekä laajemmin yhteiskunnallisesti aiempaan tutkimuskirjallisuuteen sekä journalismiin yleensä peilaten.

Yksi metafora-analyysin kysymyksenasetteluista syventyy selvittämään mitä vakiintuneilla metaforisoinneilla journalismissa tehdään ja mitä niillä suljetaan pois (Hellsten 1998). Kirjallisuuskatsaukseni sekä diskurssianalyysini osoittaa, että kultti-metafora on yksi urheilujournalismin kuuluvan journalistisen draaman tuottamisen tavoista. Virtapohja (1998a, 239–242) kirjoittaa, kuinka urheilu on jo itsessään luonteeltaan draamaa tuottavaa ja monenlaisia sankareita synnyttävää, jolloin se tarjoaa hedelmälliset lähtökohdat myös journalistisen draaman tuottamiseen. Urheilun draamasta toimittajat luovat urheilumytologian avulla dramatisoituja kertomuksia, joiden päähenkilöitä ovat urheilusankarit, tai oman tutkimuskohteeni puitteissa kulttipelaajat. (Virtapohja 1998a, 239–242.) Kultti-metaforalla muiden uskonnollisten metaforien tapaan siis pyritään puhuttelemaan lukijoita, harjoitetaan eräänlaista median mahdollistamaa julkista juhlintaa ja merkityksellistetään urheilukertomuksia uskontokielen avulla. Kaikki nämä kultti-metaforan käyttötavat noudattavat urheilujournalismin piirteitä, joita kuvasin aiemmin luvuissa 5.3 ja 7.2.5.

Uskonnollisen metaforiikan vakiintuessa urheilujournalismi tulee sulkeneeksi pois muita tapoja alleviivata merkityksellisyyttä urheilun tuottamassa draamassa. Valitsemalla kultti-metaforan jonkun muun kirjoitustavan sijaan myös korostetaan aihealueen merkityksellistä puolta jättäen sen sijaan pimentoon esimerkiksi arkisia ja koneistomaisesti toistuvia piirteitä sekä myös

kaupallisia piirteitä, joita jalkapalloon voi eittämättä myös yhdistää. Samalla kyseessä on valinta kuvailla jalkapalloa vahvaa uskonnollisuutta muistuttavan intohimon, eikä esimerkiksi sodan ja kamppailun, elämän ja kuoleman tai numeroiden ja tilastojen kautta.

Eräs diskurssianalyysin paljastama merkittävä huomio on eri artikkelien ja uutistoimistojen välinen johdonmukaisuus kultti-metaforan representaatioissa ja sitä kautta diskurssien rakentumisessa. Tällä tarkoitan sitä, kuinka samat representaatiot saattoivat esiintyä aineistossa eri artikkeleissa, vaikka artikkelien julkaisuajankohdat ja artikkelin julkaissut uutistoimisto vaihtelevat. Kuten diskurssianalyysini tuloksia esitelleistä alaluvuistakin huomaa, voivat varsin usein samat henkilöt tai seurat olla esillä kulteista kirjoitettaessa. Vaikkapa jalkapalloilijoista Shefki Kuqi sekä Jukka Halme ja jalkapalloseuroista Union Berliini olivat rakentamassa useampaa eri diskurssia siten, että samat representaatiot esiintyivät aineistossa eri artikkeleissa. Esimerkiksi Shefki Kuqin erityislaatuista asennetta ja periksiantamatonta työmoraalia käsiteltiin useissa artikkeleissa, joissa Kuqi ja hänen kulttiutensa esiintyivät (ks. esim. HS 10.8.2017; IS 9.8.2017; HS 11.9.2012; HS 3.6.2012; IS 10.11.2011). Havaintona tämä kertoo ajoittaisesta johdonmukaisuudesta eri toimittajien ja jopa kahden tarkasteleman uutistoimiston välillä sen suhteen, keihin tai mihin kaikkeen kulttipuhetta suunnataan ja toisaalta mitä sillä tarkoitetaan. Toisaalta aineistosta löytyi myös yksittäistapauksia, joista kultti-metaforaa käytettiin ainoastaan kerran ja vieläpä avaamatta metaforan merkitystä. Yksi tällainen esimerkki oli aiemmin jo luvussa 7.1 mainitsemani “Mestarien liigan arvontojen kulttihahmo” UEFA:n silloinen pääsihteeri Gianni Infantino. Nämä aineiston sisältämät yksittäistapaukset puolestaan kuvaavat sitä, että kultti-ilmaus on edelleen vasta vakiintumassa urheilu- ja jalkapallopuheeseen, jolloin sen käyttöyhteys ja merkitys ei aina ole täysin selvä.

Metafora-analyysi auttaa myös tarttumaan metaforien diskursiiviseen kamppailuun merkitysten määrittelystä, kulttuurisista arvostuksista ja arkitodellisuutena pidettyjen asioiden rakennusaineksista (Hellsten 1998). Kirjallisuuskatsaukseni pohjalta miellän jalkapallon kulttiuden rakentuvan urheilusankaruuden ja -julkisuuden luoman perustan päälle, mutta toisaalta myös niiden välimaastoon. Virtapohjan (1998a, 239–242) mukaan *“urheilusankareiden syntyminen ja erityisesti se, kuinka urheilusankarit puhuttelevat suurta yleisöä, on paljolti sidoksissa yhteiskunnalliseen tilanteeseen.”* Vaikka entisaikojen tapaisten kansallissankarien aika on ohi, voi Virtapohjan (1998a, 239–242) mukaan ajoittain edelleen löytyä yhteiskunnallista tilausta urheilusankareille vastaukseksi yhteiskunnan epäkohtiin. Kirjallisuuskatsaukseni ja analyysini perusteella kulttiuus vaikuttaa nykyisin olevan jonkinlaista

urheilusankaruuden rinnalla tai varjossa kytevää merkityksenantoa, jolla vastataan esimerkiksi urheilun voimakkaaseen kaupallistumiseen. Kulttipelaajat ovat ikään kuin alakulttuurisia vastineita valtavirran urheilusankareille. Pelkän urheilujournalismin perusteella näin ei kuitenkaan aina ole, vaan kulttipelaaja-ilmausta voidaan ajoittain vielä käyttää synonyyminä menestykselle tai suosiolle.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tässä luvussa vedän yhteen tutkimusaiheeseeni liittyviä keskeisiä päätelmiä ja pohdintoja. Kokoan ensin yhteen merkittävimmät tutkimustulokset ja asetan ne yhteiskunnalliseen kontekstiin. Lisäksi pyrin muodostamaan diskurssianalyysistäni johdettuna muutamia kulttihahmon arkkityyppejä, ikään kuin vastauksena tutkimuskysymyksiäni arkisempaan pohdintaan siitä, ketkä ja millaiset ihmiset näitä paljon puhuttuja kulttipelaajia ja -valmentajia oikeastaan ovat. Tämän jälkeen reflektoin opinnäytetyöni sekä siihen johtaneen tutkimusprosessini vahvuuksia ja heikkouksia. Viimeiseksi esitän opinnäytetyöhön liittyviä mahdollisia jatkotutkimusehdotuksia kytkemällä tutkimukseni osaksi liikunnan yhteiskuntatieteellisen tutkimusperinteen jatkumoa.

### 8.1 Johtopäätökset

Tutkimuksessani olen tulkinnut median välityksellä omaksuttua jalkapallomaailmaa omana (ala)kulttuurinaan sekä laajemminkin nykykulttuurisessa kontekstissa kultti-metaforan ilmenemismuotojen lävitse. Analyysini onnistui vastaamaan asettamiini tutkimuskysymyksiin kultti-metaforan käyttötavoista ja merkityksistä jalkapalloon liittyvässä urheilujournalismissa. Päättökysymysten lisäksi metafora-analyysi rikastutti tutkimustuloksia omilla konteksteihin ja todellisuuden rakentumiseen syventyvillä kysymyksenasetteluillaan. Aineistossani kultti-metaforalla kuvataan selkeästi eniten jalkapalloilijoita muiden useamman kerran esiintyneiden käyttöyhteyksien, kuten kulttiseurojen, -valmentajien, -kannattajien, -selostajien ja -kappaleiden jäädessä marginaalisiksi. Aineistossa esiintyi myös merkittävä määrä kultti-metaforan yksittäisiä käyttöyhteyksiä, jotka kertovat paitsi metaforan käyttämisestä kielellisenä tehokeinona, myös kultti-ilmauksen toistaisesta vakiintumattomuudesta urheilupuheeseen. Vielä ei ole täysin selvää, missä tilanteissa ja mitä ilmiötä kuvaamaan metaforaa käytetään.

Kriittisen diskurssianalyysin kultti-metaforan representaatioista tuottamien kuuden diskurssin avulla pääsin kiinni kulttien merkityksenantoihin aineistossani. Diskurssit kertoivat kulttiuden rakentuvan epämääräisyyden, poikkeuksellisuuden, ansiokkuuden, fanituksen, julkisuuskuvan ja uskontoviittausten kautta. Jokainen diskurssi toi ilmi arvokasta lisätietoa kulttiuden

rakentumisesta, joten kokoaan seuraavaksi yhteen keskeiset tutkimustulokset kunkin diskurssin osalta.

Epämääräisyysdiskurssi osoitti kultti-metaforan vakiintumattomuuden siinä mielessä, että metaforan representaatiot olivat tässä diskurssissa ainoastaan kielellisiä ja siten vailla toimittajan luomaa merkityksenantoa. Sen sijaan epämääräisyysdiskurssissa oletettiin toimittajan ja lukijan jakavan yhteinen käsitys kultti-metaforan merkityksestä jalkapallon kontekstissa. Kultti-metaforan ollessa vielä vaiheessa, jossa sille annetut merkityksenannot varioivat edelleen kosolti, jättää metaforan epämääräisyys erityisen paljon tilaa lukijan omille tulkinnoille. Näin ollen lukijan kultille antamat merkityksenannot voivat olla oikeastaan mitä tahansa sankaruuden ja joukkoitsemurhien väliltä. Heinonen (2005, 241–246) kuvaa tietyllä kulttuurisella kentällä tuotetun kulttuurisen tuotteen muotoutuvan viime kädessä aina sitä vastaanotettaessa. Kultti-metafora, joka tuotetaan ja vastaanotetaan tietyssä kulttuurisessa kontekstissa, on siis yhtä lailla kannattajien, median ja tämän diskurssin kontekstissa erityisesti median lukijoiden tuottama.

Poikkeuksellisuusdiskurssi avasi kulttiutta rakentavia erikoispiirteitä ja niistä johdettavissa olevia kahdenlaisia kulttipelaajia: fyysisiä taistelijoita ja taitavia artisteja. Molempia kulttipelaajan arkkityyppejä selitti erityisesti englantilainen työväenkulttuuri, jossa näitä piirteitä on perinteisesti nostettu jalustalle. Poikkeuksellisuuteen kulttien rakentajana sisältyy myös kompleksisuutta. Tässä diskurssissa kulttiutta rakennettiin erikoisuuksien ja erityisyyksien avulla, vaikka historiallisesti jalkapallon muotti on ollut varsin kapea vaikkapa vähemmistöjen asemaa jalkapallokentällä tai -katsomossa ajatellen. Kultti-metaforan avulla kuvatuilla pelaajilla onkin hyvä mahdollisuus osaltaan raivata tietä ja laventaa muottia erilaisuudelle jalkapallossa normaalista poikkeavaa ulosantiaan osoittamalla. Tätä tukee erityisesti havainto siitä, että poikkeuksellisuuden diskurssi ei rakentunut ainoastaan perinteisesti maskuliiniseksi nähtyjen piirteiden, kuten voimakkuuden ja sisukkuuden varaan. Sen sijaan diskurssi rakentui myös toisenlaisia taitoja, esimerkiksi sosiaalisia kykyjä, taitavuutta ja sympaattisuutta, viestivien kulttipelaajan representaatioiden kautta.

Ansiokkuuden diskurssi esitteli kulttiuden rakentumista menestyksen, mieleenpainuvien tekojen, pitkän ura sekä tärkeän roolin kautta. Mielenkiintoisin jako näistä representaatioista syntyi pitkän aikavälin ansioihin viittaavan menestyksen ja yksittäisten mieleenpainuvien tekojen välille. Argumentoin, että pelkkä menestys kulttiuden rakentajana ontuu pahasti, mutta

yksittäiset menestyksekkäät tai mieleenpainuvat teot sen sijaan ovat vahvempia kulttiuden rakentajia. Päädyin tähän johtopäätökseen siksi, että menestyjiä jalkapallon, saati kaiken urheilun parissa on valtava määrä, jolloin he eivät välttämättä edes jää ihmisten muistiin. Yksittäisessä mieleenpainuvassa teossa onnistuneet ovat puolestaan kirjaimellisesti mieliin painuvia, jolloin he nousevat herkästi ”perusmenestyjän” yläpuolelle lajipiireissä. Lisäksi menestys voidaan nähdä valtakulttuurin ulkopuolella, missä kulttimainen ihailu versoaa, liian populaarina ja kaupallisena ihailun kohteena, mikä sotii ylipäänsä kulttiuden määritelmää vastaan (ks. luku 2.1).

Fanitusdiskurssi avasi kulttiuden rakentumisessa keskeisessä roolissa olevan faniuden erilaisia representaatioita. Kultinomaisessa fanituksessa keskiöön nousivat fanien erityissuosikit, jotka nousevat esiin populaarin faniuden valtavasta massasta. Populaarilla faniudella tarkoitan sitä faniuden muotoa, jota Giulianotti (2002) käytti kuvatessaan kaupallisesti orientoinutta intohimoa johonkin urheilumaailman kohteeseen. Fanien erityissuosikit puolestaan paikantuivat aineistossani paitsi niin suoraan ilmaisevien representaatioiden, myös kannattajien antamien lempinimien ja fanilaulujen kautta. Fanien erityissuosikkien syntymisessä vaikuttaisi olevan kyseessä tietynlainen fanien ”kulttuurinen maku” ja intohimoisten faniyhteisöjen kirjoittamattomat säännöt. Jenkins (1992) on kirjoittanut fanien erilaisista toiminnallisista aktiviteeteista kuvaten fanien tapaa konstituoida oma alakulttuurinen makunsa, jossa vallitsee erityinen esteettinen normisto. Abercrombie ja Longhurst (1998, 140–142) puolestaan jatkavat ajatusta kuvaamalla faniuden kulttuurituotteiden suurkuluttajia ’kultisteiksi’, joiden suhde heidän kuluttamaansa kulttuuriin on muita erikoistuneempaa. Terminä ’kultisti’ kuvaakin oivasti sitä osaa faneista, joka rakentaa kulttiutta toiminnallaan.

Julkisuuskuvan diskurssin keskeinen tutkimustulos koski kultti-metaforan käyttöä urheilujournalistisen draaman rakentamisessa. Urheilujournalistista draamaa esiintyi aineistossa eritoten klassisen Daavid vastaan Goljat -asetelman muodossa, jolloin monesti pieneksi ja piskuiseksi kuvattua altavastajaa kuvattiin kultteihin viitaten. Toinen aineistossa esiintynyt urheilujournalistisen draaman ilmenemismuoto oli niin ikään klassinen vaikeuksien kautta voittoon -asetelma, jossa vaikeudet selättäneyttä toimijaa kuvattiin kultti-metaforan avulla. Urheilujournalistisen draaman päähenkilö on usein jonkinlainen sankarihahmo, minkä vuoksi julkisuuskuvan diskurssin urheilijakulteilla oli ehdottomasti yhteneväisyyksiä urheilusankaruuteen. Virtapohja (1998a, 242) kirjoittikin urheilusankarin henkilökohtaisilla ominaisuuksilla, perheellä ja lähipiirillä, siis taustoilla, olevan suurta vaikutusta siihen,

millainen sankarikuva merkittävään saavutukseen yltäneestä urheilijasta mediassa syntyy. Analyysini tukee voimakkaasti tätä väittämää osoittamalla sen pätevän yhtä lailla myös urheilusankareita astetta tuntemattomampien kulttipelaajien kohdalla. Yhteiskunnallisista ja journalistisista kehityskuluista ilmiö linkittyy erityisesti tabloidisaatioon, joka tarkoittaa journalismin kehitystä markkinahakuisempaan ja viihteellisempään suuntaan (Laine 2011, 49–53).

Lähimpänä kulttien alkuperäismerkityksiä liikkunut uskontodiskurssi puolestaan avasi kultti-metaforiikkaa rakentanutta uskonnollista kieltä. Analyysini vahvisti uskontokielen olevan edelleen taajaan käytössä jalkapalloa koskevassa urheilujournalismissa ja toisaalta käytettyjen ilmausten olevan juuri niitä, jotka olin paikantanut jo analyysiä ennen muodostaneeni esiyymmärryksen pohjalta. Uskontokieli lieneekin yksin urheilupuheessa laajimmin käytössä olevista intertekstuaalisten, eli tekstienvälisten, viittausten kohteista sotakielen lisäksi. Tairan (2015, 225–230) kuvaaman mukaisesti uskontokieltä käytettiin alleviivaamaan kuvatun erityislaatuista ja merkityksellisyyttä, sillä historiallisesti juuri uskontokieli on ollut ihmisten apuna merkityksellisistä kokemuksista kirjoitettaessa.

Tutkimukseni kirjallisuuskatsaus ja aineistoanalyysi osoittavat, että kultti-metaforan käyttämisellä tuotetaan (urheilu)journalistista draamaa ja nostetaan alakulttuurisia ilmiöitä suuren yleisön tietoisuuteen, mutta ajoittain myös ”ainoastaan” kirjavoitetaan kirjoitusasua. Tutkimustulos on siinä mielessä odotettu, että jo tutkimusprosessin alussa olin havainnut kultti-metaforan esiintyvän ajoittain melko löyhästi urheilu-uutisoinnissa. Diskurssianalyysissä muodostunut epämääräisyysdiskurssi kuvastaa juuri tämän havainnon olleen oikea, tosin ainoastaan osa totuutta. Diskurssianalyysini toi ilmi myös tiettyä johdonmukaisuutta kultti-metaforan käytössä osoittaen, että samoja representaatioita on käytetty eri ajankohdissa ja uutistoimistoissa. Kaikki tämä viestii siitä, että metaforana kultti-ilmaus on jalkapallouutisoinnin kontekstissa edelleen vasta vakiintumassa käyttöön.

Hellsten (1998) painotti erityisesti metaforien yhteiskunnallisen kontekstin tärkeyttä metafora-analyysiä tehtäessä. Tämän tutkimuksen aihealueiden puitteissa esitän kultti-metaforan kytkeytyvän yhteiskunnalliseen kontekstiin kahden muutosprosessin kautta. Nämä muutosprosessit ovat kielellinen muutos ja urheilujulkisuuden sekä -sankaruuden muutos. Kielellisen muutoksen suhteen ensinnä on todettava, että kieli elää aina jatkuvassa muutoksessa, minkä vuoksi siihen kytkeytyminen on varsin hedelmällistä. Kielellinen muutos

kultti-metaforan tapauksessa näkyy juuri metaforan vakiintumisprosessin muodossa. Hellstenin (1998) mukaan media on keskeisessä roolissa metaforien vakiintumisessa, sillä juuri viestinten kautta valtaosa metaforista tulee laajalti tunnetuiksi, muokatuiksi ja lopulta vakiintuneiksi. Analyysini osoittaa kulttiuden alkuperäisten uskonnollisten ja analysoimieni urheilumerkitysten välillä olevan ajoittain edelleen melko suuriakin kuiluja. Siinä mielessä argumentoin kultti-metaforan tulleen jalkapalloutisoinnissa ehdottomasti tunnetuksi ja kenties jonkun verran muokatuksikin, muttei missään nimessä vielä vakiintuneeksi. Hellstenin (1998) ehdottaman vaihtoehtoisten metaforisointien esittämisen sijasta nimeän johtopäätökseni tarpeen kultti-metaforan ja ylipäänsä uskontokielen vakiinnuttamistyön jatkamiselle peräänkuuluttaen aiempaa johdonmukaisempaa ja perustellumpaa metaforan käyttöä jalkapalloutisoinnissa.

Toinen urheilujulkisuuteen ja -sankaruuteen kytkeytyvä muutosprosessi näkyy eritoten suhteessa kultti-ilmiön yhtäläisyyksiin urheilusankaruuden kanssa. Jalkapalloilijoiden ja urheilijoiden julkisuuden muutosta esittelin tarkemmin luvussa 4 jalkapallon globalisoitumisen sekä urheilujulkisuuden muutosvaiheiden kautta. Julkisuuden kohteina olevat urheilijat muuttuivat asteittain paikallisista sankareista lopulta kansainvälisiksi median taitajiksi (Itkonen 2021, 150–156; Itkonen ym. 2008, 33–37; Itkonen & Knuutila 1992, 145–161). Urheilussa kulteista puhuminen puolestaan astui kuvaan 1960-luvulla televisioiden yleistymisen ja populaarikulttuurin nousun kautta. Tähtikulteilla kuvattiin kansainvälisten tähtien osaksi saamaa ennennäkemättömän mittakaavan fanitusta, mikä rinnastettiin pop-tähtien fanitukseen (Giulianotti & Robertson 2009, 1–30; Itkonen & Nevala 2007). Kultti-sanaa määritelleet Kovala ja Saresma (2003) kuitenkin kytkevät sanan vahvasti osaksi alakulttuurisia, populaarikulttuurista erottautumista hakevia ilmiöitä. Toisaalta sanan kuvataan arkipäiväistyneessä merkityksessään kuvaavan populaari-ilmiöiden palvomista (Kovala & Saresma 2003). Vaikuttaisikin, että kultti-sana on niin määritelmältään kuin käyttötavoiltaan jakautunut, mikä aiheuttaa ongelmallisuutta sen tulkinnassa. Tästä johtuen pidän tärkeänä, että kultti-metaforan käytössä kiinnitettäisiin huomiota ainakin siihen, mikä on kuvatus kultin viiteryhmä tai ”asiaan vihkiytynyt piiri” kuten kulttia määritelleet Kovala ja Saresma (2003) asian ilmaisivat. Täten lukijalle valkenee, viitataan ko kulteilla sen arkipäiväistyneeseen merkitykseen, jossa suuri yleisö palvoo jotakin populaarikulttuurista kohdetta, vai sittenkin sanan alkuperäismerkitykseen, jossa jotakin ei-valtakulttuurista kohdetta palvotaan pienessä piirissä.



Yhteen vedettynä kultti-metaforan yhteiskunnallinen merkitys kiteytyy uskontokielen metaforiseen vakiintumisprosessiin urheilupuheessa, sekä kultti-sanan jakautuneisiin merkityksenantoihin urheilumediassa. Ensin mainittu kumpuaa luvussa 2.3 kuvaamastani sekularisaatioparadigmasta, jonka seurauksena uskonnollisuus ja uskontokieli on valunut muille elämän osa-alueille, mutta sen metaforisen luonteen takia käyttötavat eivät vielä ole täysin vakiintuneet. Jälkimmäisenä mainittu puolestaan liittyy ristiriitaan kultti-sanan alkuperäis- ja arkipäiväistymismerkitysten välillä, minkä takia kultti-metaforaa viljellään niin populaari- kuin alakulttuurisia ilmiöitä kuvattaessa. Oman mausteensa kultti-metaforan käyttöön jalkapallokirjoituksissa tuo urheilujournalismin taipumus luoda journalistista draamaa ja sitä kautta niin kutsuttua jalkapalloteollisuutta.

*”Jalkapallo on tekstinä kompleksinen. Se on toisaalta aito, ”todellisessa” elämässä seuraajien silmien edessä kehittyvä draama, mutta samalla se on taloudellisen hyödyn tavoittelemiseksi laskelmoiden tuotettua viihdettä, joka kaudesta toiseen toistaa ja uusintaa samoja draaman rakenteita.” (Heinonen 2005)*

## **8.2 Keitä ne on ne kulttipelaajat?**

Luvun otsikko viittaa tietenkin tunnettuun J. Karjalaisen Sankarit -kappaleeseen, jossa kysellään “Keitä ne on ne sankarit; Sellaiset sankarimiehet; Joita koko kansakunta rakastaa”. Urheilusankareita on liikunnan yhteiskuntatieteellisessä tutkimusperinteessä tarkasteltu ja nimetty, eikä vähiten taajaan viittaamani Virtapohjan (1998a; 1998b) toimesta. Tässä tutkimuksessa huomioni on kuitenkin kiinnittynyt koko kansan sankareiden sijaan niin sanottuihin kulttipelaajiin tai kulttihahmoihin, minkä vuoksi ajattelen heidän nimeämiseensä keskittyvän luvun olevan paikallaan. Yksittäisten henkilöiden lisäksi nimeän myös aineistossani esiin nousseita kulttiseuroja ja -joukkueita. Luvun tarkoituksena on ennen kaikkea tuoda konkretiaa ja sitä kautta lisää ymmärrystä tieteelliseen kommunikointiin tiiviisti kuuluvan abstraktin tason keskustelun lisäksi.

Kulttihahmojen jonkinlaisia arkkityyppejä sivusin jo aiemmin luvuissa 7.2.2 ja 8.1 nimeämällä toisistaan poikkeavat kulttipelaajat: fyysiset taitelijat ja taitavat artistit. Täydennän tässä luvussa aiemmin esittämäni jaottelua vielä kolmannella kulttihahmon arkkityypillä; supliikkimiehillä. Fyysisiä taistelijoita, joita kuvattiin aineistossa fyysisen voimakkuuden, henkisen vahvuuden ja

periksiantamattomuuden kautta, edustivat aineistossa erityisesti jalkapalloilijat Shefki Kuqi, Adebayo Akinfenwa, Aki Riihilahti, Eero Markkanen ja Jukka Halme. Mainittakoon tässä välissä, että myös muita jalkapalloilijoita mainittiin aineistossa, mutta ainoastaan yksittäistapauksina, jotka valitsin tässä yhteydessä olla luetteloimatta. Huomionarvoista on myös se, että samoista henkilöistä saattoi aineistossa nousta toki esiin useampia piirteitä, mutta arkkityypittelyssä olen ryhmitellyt henkilöitä eniten esillä olleiden piirteiden mukaan. Yllä mainitsemiani kulttipelaajia kuvattiin aineistossa muun muassa väkivahvaksi, romulaiseksi, härkämäiseksi, peräänantamattomaksi ja keskinkertaiset tekniset jalkapalloilijan kykynsä maksimoineeksi jääripääksi (Kuqi); järeästä fysiikastaan tunnetuksi ja raamikkaaksi (Akinfenwa); työmyyräksi, taistelijaksi, räiskyväksi persoonaksi ja ärsyttäväksi sukille potkijaksi (Riihilahti); kolossiksi ja poikkeuksellisen kasvutarinan tehneeksi (Markkanen) sekä tulieluiseksi taistelijaksi, periksiantamattomaksi, keskikentän moottoriksi ja ei maailman taitavimmaksi, mutta sitäkin ilkeämmäksi (Halme). Kuvauksista on nopeasti nähtävillä, kuinka niin fyysisiä kuin henkisiä voimakkuutta kuvaavia piirteitä pidetään korkeassa arvossa kulteista puhuttaessa.

Taitavia artisteja puolestaan yhdistivät piirteet, kuten luovuus, värikkyys ja luonnonlapsimaisuus. Ennen kaikkea he erosivat yllä kuvaamistani fyysisistä taistelijoista aineiston representaatioiden osalta, sillä siinä missä fyysisiä taistelijoita kuvattiin perinteisesti maskuliinisina nähtyjen voimakkuutta korostavien representaatioiden kautta, taitavia artisteja kuvattiin heidän poikkeuksellisten pelitaitojensa sekä kenties vähemmän perinteisesti maskuliinisina nähtyjen piirteiden, kuten luovuuden tai sympaattisuuden kautta. Aineistossa esiintyneitä taitavia artisteja olivat eritoten Petteri Forsell, Pasi Rautiainen ja Tommi Kari. Heitä kuvattiin aineistossa esimerkiksi väriläiskäksi, armoitetuksi artistiksi, taiturimaiseksi kaukolaukojaksi ja potkuihmeeksi (Forsell); sulokasvoillaan ja kihara-hiuksillaan muista erottautuneeksi, pelityyliltään taitavaksi pelintekijäksi, spontaaniksi ja vähän kaoottiseksi, ‘bunter hundiksi’ eli värikkääksi tyypiksi, sympaattiseksi, avoimuutta ja sympaattisuutta säteileväksi, luovaksi ja helposti lähestyttäväksi (Rautiainen) sekä tyylillään huomiota herättäväksi ja väriläiskäksi (Kari). Forsellin kohdalla maininnan arvoista on, että häntä kuvattiin myös pienikokoiseksi, mutta vahvarakenteiseksi jässikäksi, minkä avulla häntä tavallaan yhdistettiin myös kuvaamaani perinteisempään kulttipelaajan muottiin. Kuvauksessa näkyvillä on erityisen hyvin jalkapallossa totutun ihannoitu mieskuva, josta liian kauas ei parane joutua. Esimerkiksi Kolamo (2014) on kuvannut ilmiötä hegemonisen maskuliinisuuden

käsitteen kautta, millä hän viittaa erityisesti urheilevien (mies)ruumiiden kontrolloimiseen ja normittamiseen.

Näiden kahden selkeän kulttipelaajan arkkityypin välimaastosta löytyy myös kolmas arkkityyppi, jota määrittävät sosiaaliset taidot. Kutsun tähän arkkityyppiin kuuluvia henkilöitä supliikkimiehiksi. Heidän kulttiutensa esitettiin aineistossa pääosin sosiaalisten ja kommunikaatioon liittyvien seikkojen kautta. Arvossa pidettiin erityisesti eräänlaista helposti lähestyttävyyden tai samaistumispuoleisuuden kokemusta julkisuuden henkilöiden ja “tavallisten kansalaisten” välillä. Supliikkimiehiä aineistossa olivat Neven Subotic, Jürgen Klopp ja Harry Redknapp. Kyseisiä henkilöitä kuvattiin aineistossa esimerkiksi maailmanparantajaksi, idealistiksi, lojaaliksi ja rehelliseksi (Subotic); kyvykkääksi näyttämään tunteensa aidosti ja häpeilemättä, verbaaliseksi erityislahjakkuudeksi, hauskaksi ja charmantiksi, isähahmoksi ja lapsenomaiseksi, aidoksi, humoristiseksi ja karismaattiseksi (Klopp) sekä nokkelaksi kansanjätkäksi, ‘wheeler-dealeriksi’ eli keplottelijaksi ja supliikkimieheksi, välittömällä tavalla toimittajiin suhtautuvaksi, sanavalmiiksi katujen kundiksi ja kansankieliseksi (Redknapp). Huomionarvoista tässä joukossa on, että kaksi kolmesta henkilöstä on itse asiassa pelaajien sijaan jalkapallovalmentajia. Tämä on loogistakin siinä mielessä, että aiemmat kaksi arkkityyppiä muodostuivat enemmän jalkapalloilijoille tärkeiden ominaisuuksien ympärille, kun taas hyvät sosiaaliset taidot ovat tärkeämpiä valmentajille kuin pelaajille. Lisäksi argumentoin, että aiemmin esittelemieni arkkityyppien tapaan myös supliikkimiesten arvostetut ominaisuudet kumpuavat englantilaisesta työväenkulttuurista (ks. Heinonen 2005, 105–109). Kuten yllä esittelemistäni ilmauksista on nähtävillä, korostuvat supliikkimiesten kuvauksissa tietynlainen kansaan vetoavuus ja samaistuminen nimenomaan “kansan syvien rivien” kanssa. Ilmiönä kyse on luvussa 7.2.3 kuvaamastani “imaginaarisesta naapurinpoikamaisuudesta”, jossa kuuluisuus onnistuu kaventamaan hänen ja hänen seuraajiensa välistä sosiaalista etäisyyttä samaistamalla itseään seuraajiinsa (ks. Heinonen 2005, 119–128).

Yksi ominaisuuksista, joka nousi esiin useiden henkilöiden kohdalla, oli ristiriitaisuus. Ristiriitaisuuden representaatio ei kuitenkaan muodostanut omaa arkkityyppiään, sillä henkilöiden erottelun sijaan se ennemminkin yhdisti suurta joukkoa muihin arkkityyppisiin kuuluvista henkilöistä. Ristiriitaisuutta kuvattiin aineistossa ristiriitaisina nähtyjen luonteenpiirteiden, mielipiteiden jakamisen tai ylipäänsä vain persoonan ristiriitaisuuden kautta. Ristiriitaisiksi kuvattuja henkilöitä olivat Shefki Kuqi, Eero Markkanen, Jukka Halme, Petteri Forsell, Jürgen Klopp sekä kulttipelaajan arkkityyppittelyyn kuulumattomista henkilöistä

Arto Tolsa. Huomionarvoista ristiriitaisuudesta kulttiuden rakentajana tekee paitsi sen esiintyminen aineistossa taajaan, myös sanan merkitykseen sisältyvä kahtia jakava voima. Ristiriitaisuus tai mielipiteiden jakohan merkitsee jonkinlaista erottelua kahden ryhmän välillä: pitää tai olla pitämättä, puolesta tai vastaan, me ja he. Jalkapallokenttien kulttien kuvailuun ristiriitaisuus soveltuukin erinomaisesti, sillä samankaltainen erottelu on myös kulttien alkuperäismäärittelyn ytimessä. Kovalan ja Saresman (2003) mukaan kulteilla tarkoitetaan pienessä, usein alakulttuurisessa joukossa tapahtuvaa palvontaa, jota saatetaan valtakulttuurissa paheksua. Jalkapallokenttien ristiriitaisiin persooniin tämä pätee suoraan siinä mielessä, että heidän vedotessa tiettyyn osaan lajin seuraajista, toisissa seuraajissa he herättävät negatiivisia reaktioita. Näin ollen rajanveto “meihin” ja “heihin” vahvistuu, mikä osaltaan taas vahvistaa kultinomaista palvomista heidän ympärillään.

Kulttipelaajien ja -valmentajien ideaalityyppien lisäksi aineistossa nousi esiin muutamia kulttiasemassa olevia jalkapalloseuroja ja -joukkueita. Erottelu seurojen ja joukkueiden välillä on tärkeä mainita siksi, että seuroilla viitataan yleensä koko urheiluorganisaatioon ja sen ympärillä olevaan yhteisöön, kun taas joukkueella viitataan yleensä seuran tietyn ajankohdan kokoonpanoon. Kulttiseuroja aineistossa olivat jo taajaan aiemmin esiin nousseet saksalaisseurat Union Berliini ja FC St. Pauli. Seurojen jakamia kulttiuden rakentumisen representaatioita olivat poikkeuksellisuus, vahva arvopohja, tietyn ihmisjoukon edustaminen ja niin sanottu vaihtoehtoisuus. Kummankin seuran seurakulttuuria kuvattiin poikkeukselliseksi sekä omintakeiseksi, ja seuroja kuvattiin vaihtoehtoseuran käsitteellä, millä viitataan varmasti siihen, kuinka seurat ovat tapana yhdistää vahvasti tiettyihin arvoihin ja ihmisryhmiin. Union Berliinin arvoiksi nimettiin aineistossa erityisesti yhteisöllisyys ja kaupallisuuden vastustaminen, kun taas FC St. Paulin tapauksessa esillä olivat poliittiset arvot, kuten antifasismi sekä homofobian ja syrjinnän ehkäiseminen. Unionin edustaessa kaupallisuuden vastaisuutta oli mielenkiintoista, kuinka St. Paulista esiin nostettiin voimakkaasti sen vahva brändi, joka yhdistyy seuran pääkallologoon. Siinä missä Union Berliinin kulttiutta rakensi sen epäkaupallisuus, FC St. Paulin kulttiutta puolestaan vahvisti siihen yhdistetty kaupallinen symboliikka eli brändi.

Lopuksi mainitsen vielä aineistossa esiin nousseet kulttijoukkueet, jotka viittaavat siis johonkin seuraan ja sen kokoonpanoon tietyissä ajankohdassa. Näitä kulttijoukkueita olivat Valioliigan yllättäen kaudella 2015–2016 voittanut Leicester City FC, Valioliigaan kaudeksi 2011–2012 noussut Blackpool FC ja vuoden 2016 jalkapallon miesten EM-kisoissa yllättänyt Islannin

maajoukkue. Islannin maajoukkueesta kertova uutinen niputti kulttiuden rakentumisen osuvasti muotoon: *“Usein pienemmät joukkueet, joilla on kiinnostavia pelaajia, tulevat suosituiksi”*. Kaikkia näitä joukkueita yhdistää nimenomaan altavastaja-asema, mutta Leicesterin ja Islannin kulttiut on rakentunut yllättävästä menestymisestä altavastajuudesta huolimatta, kun taas Blackpoolin kulttiutta kuvattiin paremminkin sympaattisuuden ja ennakkoluulottomuuden kautta seuran Valioliigassa kohtaaman tappiokierteen seurauksena. Ilmiö on siten samankaltainen kuin pelaajienkin tapauksessa, eli altavastajan kulttiut voi rakentua kahta reittiä: yllättävän menestyksen tai sympaattisen mutta kärsimyksellisen korpivaelluksen seurauksena.

### 8.3 Tutkimuksen arviointi

Luotettavuus laadullisen tutkimuksen monenkirjavassa piirissä on aina yksittäisen tutkimuksen kontekstissa arvioitava seikka. Tutkimusta arvioidaan kuitenkin aina kokonaisuutena, jolloin korostuu erityisesti tutkimuksen sisäinen johdonmukaisuus. Johdonmukaisuutta edesauttaa tutkimusprosessin ja siinä tehtyjen valintojen avaaminen yksityiskohtaisesti ja systemaattisesti. Tutkija on lukijoilleen uskottavan selityksen velkaa aineiston kokoamisesta ja analysoinnista. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 6.) Tutkimukseni luvussa 6 pyrin parhaani mukaan toteuttamaan tätä ”uskottavaa selitystä” avaamalla seikkaperäisesti muodostamaani tutkimusmetodologista viitekehystä, joka koostui Fairclough’n kriittisen diskurssianalyysin ja Lakoffin konstruktivistisen metaforateorian johtaman metafora-analyysin pohjalta. Vaikka koen avanneeni tekemiäni valintoja ja analyysistä johtamiani päätelmiä, laadullisen tutkimuksen luonteeseen kuuluu tulkintojen subjektiivisuus. Siten on mahdollista, että toinen tutkija – kuten lukijatkin – voivat tehdä tutkimuksestani aivan erilaisia johtopäätöksiä.

Hellsten (1998) on listannut ylös metafora-analyysin sudenkuoppia, joita olen tutkimuksessani pyrkinyt väistelemään. Tärkeintä metaforatutkimuksessa on kysymyksenasettelu ja aineiston rajaus, sillä journalististen tekstien ollessa täynnä metaforisia ilmauksia kurottaminen niihin kaikkiin voi pirstoa tutkimuksen varsin rönsyileväksi (Hellsten 1998.) Yksi haasteistani onkin liittynyt tutkimuskohteen rajaukseen; halusin tarkastella urheilujournalismia nimenomaan retorisen ilmiön – jota kultti-sanankäyttö urheilun kontekstissa edustaa – näkökulmasta. Käsittelin kuitenkin samalla myös uskontometaforiikkaa urheilujournalismissa yleisesti, mikä lavensi osaltaan näkökulmaani. Koen valintani olleen perusteltu erityisesti siinä mielessä, että

uskontometaforiikan tarkastelu laajemminkin kuin vain kultti-metaforan osalta auttoi taustoittamaan tarkastelemani ilmiötä.

Hellstenin (1998) mukaan yksi metaforatutkimuksen suuri haaste piilee metaforien monitulkintaisuudessa. Metaforilla, erityisesti uusilla ja innovatiivisilla, voidaan tarkoittaa aivan erilaisia asioita käyttökontekstista riippuen. Juuri metaforien tulkinnanvaraisuus tekee niiden käytöstä esimerkiksi journalisteille hyvin houkuttelevaa, sillä vastuu metaforan tulkinnasta jää aina lukijalle. Tällainen monitulkintaisuus yhdistettynä siihen, että metaforat ovat jatkuvassa muutoksen tilassa aiheuttaa sen, että metaforista on miltei mahdotonta saada pitävää otetta. (Hellsten 1998.) Metaforatutkimus toimii ikään kuin loogisuuden ja mielikuvituksen rajapinnalla, jolloin ”oikeista” tulkinnoista voi käydä loputonta debattia. Kuten yllä kirjoitin, laadullisessa tutkimuksessa ei varsinaisesti ole oikeita vastauksia, jolloin tutkimieni metaforien kohdalla on täysin mahdollista tulkita ne toisella tapaa tai vastata kritiikkiini kultti-metaforan käytön löyhyydestä vetoamalla vaikkapa juuri metaforien tulkinnanvaraiseen luonteeseen.

Laadullisessa tutkimuksessa myönnetään, että tutkijan esiyymmärrys ja tausta vaikuttavat näkökulmaan, josta tutkija tutkimustaan tekee, koska tutkija on tutkimusasetelman luoja ja tulkitsija (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 6). Tutkijan on kuitenkin hyvä tiedostaa esiyymmärryksensä, ja tämän tutkimuksen puitteissa tasapainoilu aineistosta tehtyjen havaintojen ja esiyymmärryksen sisältämän hiljaisen tiedon välillä osoittautui ajoittain haastavaksi. Kultti-ilmaukseen törmää nykyään varsin säännöllisesti esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, podcasteissa ja arkipuheessa, joten olen pyrkinyt osoittamaan erityistä tarkkuutta siihen, mistä kerään tietoa ja mikä kaikki vaikuttaa esiyymmärrykseeni. Turtiainen (2012, 45–55) varoittaa erityisesti internet-aineistoja hyödyntäviä tutkijoita kultakaivokselta tuntuvien loputtomien verkkoaineistojen helposti sokaisevasta vaikutuksesta. Verkkoympäristöstä haltioituminen voi johtaa helposti saatavilla olevan aineiston haalimiseen pysähtymättä miettimään vastaako se edes tarkoitukseensa (Turtiainen 2012). Tutkimuksessani aineiston rajaus on varsin selkeä, mutta haaste liittyi pikemminkin sosiaaliseen mediaan, joka algoritmeineen on kykeneväinen tarjoamaan todistusaineistoa ilmiöön kuin ilmiöön, erityisesti vähän tutkittuihin sellaisiin.

Tutkimukseni – kuten laajemminkin diskurssintutkimuksen – taustalla vaikuttaa ajatus sosiaalisesta konstruktionismista, eli todellisuuden rakentumisesta kielen ja vuorovaikutuksen

kautta. Tutkimuksessani olen tarkastellut urheilumediaa urheilun merkityksellistäjänä ja uudelleentuottajana. Kyse on nimenomaan uudelleentuottamisesta, eikä urheilun todellisuuden kuvaamisesta siinä mielessä, että urheilu-uutiset ovat toimittajan tulkintaa urheilusta. Samalla tapaa tämä tutkimus on perusteltua tulkintaani toimittajien kirjoittamista teksteistä, eikä suinkaan sen enempää todellisuutta kuvaavaa kuin tutkimani tekstit. Palonen (2013) muistuttaa osuvasti, että lähellä tutkijaa ja tämän intressejä sijaitsevat päivänpolitiikan puheenaiheet ovat haastavimpia analysoitavia juuri niiden tuttuuden vuoksi. Olenkin saanut olla tarkkana käsitellessäni aihetta, joka kumpusi omista mielenkiinnon kohteistani, sillä olisi helppoa tyytyä tulkitsemaan aineistoa vain oman esiyymmärryksen pohjalta. Tutkijan tulee kyetä etäännyttämään itseään tutkimusaiheestaan esimerkiksi näkökulman tai tutkimusmetodien huolellisen valinnan avulla (Palonen 2013).

Tutkimuksessani pyrin etäännyttämään itseäni jo jonkun verran tuntemastani aiheesta erityisesti tutkimusmetodologiani avulla. Samalla koen tämän tutkimuksen tarkoituksiin räätälöimäni metodologian olevan yksi tutkimukseni keskeisimmistä vahvuuksista. Kriittisen diskurssianalyysin ja metafora-analyysin yhdistäminen mahdollisti eittämättä hedelmällisemmän analyysin kuin analyysitavoista ainoastaan jommankumman valitseminen. Pyrin ajattelemaan valitsemani tutkimusmenetelmät ennen kaikkea eräänlaisina työvälineinä tulkintojen tekemiseen, en niinkään kahlitsevina ohjekirjoina. Karkeasti jaettuna diskurssianalyysi auttoi vastaamaan päätutkimuskysymyksiini, kun taas metafora-analyysi rikasti tekemiäni sinällään jo päteviä havaintoja yhteiskunnalliseen kontekstiin liittäväillä kysymyksenasetteluillaan. Ilman metafora-analyysiosuutta tutkimus olisi helposti voinut jäädä diskurssianalyysin tulosten pyörittelyksi ilman niiden yhteiskunnallisen merkityksen kuvaamista. Metaforatutkimukseen tutustuminen auttoi myös kuvaamaan tarkastelemaani ilmiötä laajemmin lisäämällä tietopohjaa syistä metaforiikan ja laajemminkin kielen käytön taustalla.

Tutkimukseni keskeiset puutteet puolestaan liittyvät etenkin tutkimuskohteeni hyvin sukupuolittuneeksi jääneeseen käsittelyyn. Läpi tutkimuksen käsittelyssäni on ollut ainoastaan miesjalkapallo ja miesjalkapalloilijat, mikä varmasti kumpuaa paljolti kirjallisuuskatsauksessa käyttämästäni kirjallisuudesta sekä tutkimusaineistostani, joissa naisjalkapallon käsittely loisti poissaolollaan. Tietyllä tapaa tutkimukseni on siis osaltaan vahvistamassa jalkapallon vahvasti sukupuolittunutta kulttuuria, mutta toisaalta tutkimukseni myös osoittaa naisjalkapallon poissulkemisen jalkapallon kuvaamisesta uskontokielen avulla urheilumediassa vuosina 2011–

2020. Toinen tutkimukseni puutteista puolestaan on oikeastaan kauneusvirhe ja liittyy nimenomaan aineiston rajauksen vuosilukuihin: jälkeinpäin ajateltuna rajaus vuosiin 2010–2019 olisi ollut huomattavasti loogisempi siinäkin mielessä, että tällöin olisi voinut puhua yleistäen 2010-luvusta. Pro gradu -tutkimukseksi hieman pitkäksi – reilun kahden vuoden mittaiseksi – venähtänyttä tutkimusprosessia sen sijaan pidän sekä vahvuutena että heikkoutena. Pitkä tutkimusprosessi on antanut aikaa keskeisten tematiikkojen uudelleenjäsentymiselle useampaankin otteeseen, kun taas haasteena on ollut säilyttää tutkimuksen johdonmukaisuus uusien ja monesti aiempaa käsittelyä syventävien ajatusten ja lähteiden ilmetessä.

#### **8.4 Jatkotutkimusehdotukset**

Niin sanottua urheilukieltä tai -puhetta on liikunnan yhteiskuntatieteissä tutkittu runsaasti ja varsin monista eri näkökulmista (ks. esim. Laine & Särkivuori 2023). Urheilun metaforiikkaan ja retoriikkaan kohdistuvaa tutkimusta puolestaan on jonkun verran, tosin leijonanosa siitä kohdistuu urheilujournalismin värikkääksi todetun kielen tarkasteluun. Metafora- ja retoriikantutkimuksen mahdollisuudet liikunnan yhteiskuntatieteissä ulottuvat vielä urheilujournalismia kauemminkin. Erityisesti retoriikantutkimus yhdistetään usein politiikkaan ja politiikantutkimukseen, jolloin liikunnan yhteiskuntatieteiden näkökulmasta oivallinen kiinnittymiskohta voisi löytyä liikuntapolitiikan kielen tutkimisesta.

Toinen mielenkiintoinen näkökulma liittyy siihen, kuinka kielen kautta olisi mahdollista tarkastella liikunta- ja urheilukulttuuria ja niiden rakentumista. Tutkimusprosessini herätti ajatuksen esimerkiksi urheilu- ja liikuntakulttuurin sukupuolittuneisuuden tutkimisesta kielen kautta. Jäin pohtimaan muun muassa sitä, minkä vuoksi aineistooni ei osunut yhtäkään naisjalkapallosta kirjoitettua uutista. Onko syy siinä, että naisjalkapallosta kirjoitetaan niin vähän ja suppeasti, että yksinkertaisesti uutisia ei ole, vai onko pikemminkin niin että naisjalkapallosta kirjoitetaan eri tyylillä kuin miesjalkapallosta? Kultti-sanana ja uskontometaforiikan suhteen olisi erityisen mielenkiintoista vertailla metaforien ilmenemismuotoja ja merkityksiä naisjalkapallossa verrattuna miesten jalkapalloon. Onko eroja esimerkiksi siinä, kuinka pelaajia ja joukkueita kuvataan, ja millaisia kulttimaisia piirteitä korostetaan. Toisin sanoen laajemmassa kuvassa kiinnostavaa on se, onko urheilukieli jollakin tavalla sukupuolittamassa jalkapalloa.



Ajankohtaisena esimerkkinä kielestä urheilukulttuurin rakentajana mieleen nousee jääkiekkoasiantuntija Topi Nättisen kolumni, jossa jääkiekkokulttuurin viime aikoina paljon puhututtaneiden ongelmien rakentuminen nähdään lajin piirissä yleistyneen kielenkäytön ja keskustelukulttuurin seurauksena (Yle Urheilu 20.10.2023). Yksittäisestä kolumnista ei voi vetää vahvoja johtopäätöksiä, mutta kolumni sisältää eittämättä tärkeän viestin sosiaalisen todellisuuden ja siten lajikulttuurin rakentumisesta kielellisessä kommunikaatiossa. Sosiaalisen konstruktionismin ajatusta kielen avulla rakentuvasta todellisuudesta voisikin soveltaa niin muihin lajikulttuureihin kuin urheilu- ja liikuntakulttuuriin ylipäänsä.

Kultti- ja uskontometaforiikan ilmenemismuotoihin liittyy tutkimieni aihealueiden lisäksi muutamia mielenkiintoisia seikkoja, joihin ei yhden pro gradu -tutkimuksen puitteissa ollut mahdollista pureutua. Esitin tutkimuksessani sekä median että fanien olevan osallisina kultti-metaforalla kuvatun fanikulttuurin ja pelaajien ihannoinnin rakentamisessa. Olisikin mielenkiintoista tarkastella miten media ja fanit yhdessä luovat narratiiveja pelaajien ja seurojen kulttiudesta. Ovatko molempien tahojen tulkinnat kulttiudesta linjassa keskenään, ja tunnistavatko ja hyväksyvätkö esimerkiksi fanit median kultti-sanalle antamat merkitykset. Myös vertailu eri medioiden välillä olisi kiinnostavaa. Onko esimerkiksi sanomalehtien, verkkolehtien ja sosiaalisten medioiden välillä eroja kultti-sanana käytössä ja ilmenemismuodoissa. Sosiaalisen median kautta tarkasteluun voisi ottaa myös urheilutahojen brändäyksen; käytetäänkö kultti-metaforaa joissakin yhteyksissä pelaajien tai joukkueen brändäykseen ja onko sitä kautta mahdollista luoda esimerkiksi vahvempaa fanisidettä.

Fanikulttuurin ja sitä kuvastavan kultti-käsitteen tutkiminen tuottaa liikunnan yhteiskuntatieteellisesti tärkeää tietoa lisäten ymmärrystä urheilun ja liikunnan linkittymisestä laajempiin yhteiskunnallisiin ilmiöihin. Toivonkin onnistuneeni havahduttamaan lukijoita usein vaille huomiota jääneiden kielikuvien suhteen ja lisäksi luomaan pohjaa jatkotutkimuksille, jotka voivat tuoda esiin uusia näkökulmia urheilun ja fanikulttuurin dynamiikasta. Kultti-metaforan edustaessa varsin tarkkaan rajattua ilmiötä urheilukielen sisällä, aiheen tarkastelu osoittautui varsin mielenkiintoiseksi. Yksittäinen metafora osoittautui otolliseksi portiksi sängen monen yhteiskunnallisen ilmiön maailmaan. Nykymaailmassa urheilulajit kilpailevat alati kiihkeämmin ihmisten ajasta ja huomiosta paitsi toistensa, myös muiden elämän osa-alueiden kanssa. Näin ollen kielen avulla sosiaalisen todellisuuden ja

mielikuvien rakentaminen tuskin menettää suosiotaan. Sen sijaan kielen jatkuvasti muuttuvaa luonnetta on toden totta mielenkiintoista jäädä seuraamaan.

## LÄHTEET

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences: Sociological theory of performance and imagination*. E-kirja. Lontoo: SAGE. Viitattu 10.10.2023.
- Alasuutari, P. (2012). *Laadullinen tutkimus 2.0*. E-kirja. Tampere: Vastapaino. Viitattu 27.9.2022
- Aristoteles. (2012). *Retoriikka*. [Ῥητορική, n.300eaa.] Suomentaneet P. Hohti, P. Myllykoski & J. Sihvola. Helsinki: Gaudeamus.
- Aro, J. (1999). *Sosiologia ja kielenkäyttö: Retoriikka, narratiivi, metafora*. Tampereen yliopisto. *Acta Universitatis Tamperensis* 654. Väitöskirja. Viitattu 14.10.2022. <https://urn.fi/urn:isbn:951-44-5590-8>
- Aro, J. & Jokivuori, P. (2014). *Klassinen sosiologia ja moderni maailma*. E-kirja. Jyväskylä: Docendo Finland Oy. Viitattu 24.3.2022.
- Arponen, A. O. (1991). *Amatööreistä ammattilaisiksi: Urheilutoimittajain liitto 1931–1991*. Helsinki: Urheilutoimittajain liitto.
- Beck, D. & Bosshart, L. (2003). *Sports and Media*. *Communication Research Trends* 22 (4), 1–43. Viitattu 14.5.2022. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.134.9999&rep=rep1&type=pdf>
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1994). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen: Tiedonsosiologinen tutkielma*. [The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge, 1966]. Suomentanut ja toimittanut V. Raiskila. Helsinki: Gaudeamus.
- Bernstien, A. & Blain, N. (2002). *Sport, media, culture: Global and local dimensions*. E-kirja. Lontoo: Routledge. Viitattu 22.4.2022.
- Boyle, R. (2006). *Sports journalism: Context and issues*. E-kirja. Lontoo: SAGE. Viitattu 19.5.2022.
- Bromberger, C. (1995). *Football as World-View and as Ritual*. *French Cultural Studies* 6 (18), 293–311. Viitattu 24.3.2022. <https://doi.org/10.1177/095715589500601803>
- Cashmore, E. & Parker, A. (2003). *One David Beckham? Celebrity, Masculinity, and the Soccerati*. *Sociology of Sport Journal*, 3 (20), 214–231. Viitattu 25.1.2023. <https://doi.org/10.1123/ssj.20.3.214>

- Cassidy, W. P. (2017). Inching Away From the Toy Department: Daily Newspaper Sports Coverage of Jason Collins' and Michael Sam's Coming Out. *Communication & Sport*, 5 (5), 534–553. Viitattu 14.5.2022. <https://doi.org/10.1177/2167479516642205>
- Critcher, C. (1979). Football since the war. Teoksessa J. Clarke, C. Critcher & R. Johnson (toim.) *Working Class Culture: Studies in history and theory*. Lontoo: Hutchinson, 161–184.
- Dawson, L. L. (2006). *Comprehending cults: the sociology of new religious movements*. 2. painos. Don Mills, ON: Oxford University Press.
- Durkheim, É. (1980). Uskontoelämän alkeismuodot: Australialainen toteemijärjestelmä [Les formes élémentaires de la vie religieuse, 1912]. Suomentanut S. Randell. Helsinki: Tammi.
- Ekman-Salokangas, U & Salokangas, R. (1988). Ilta-Sanomat. Teoksessa U. Ekman-Salokangas, E-L. Aalto & R. Salokangas (toim.) *Suomen lehdistön historia: sanoma- ja paikallislehdistö 1771–1985*. 5: Hakuteos Aamulehti-Kotka nyheter. Kuopio: Kustannuskiila, 184–185.
- Enroth, P. (2023). Pelipaidassa punainen yksitoista. *Nuori Voima*. Essee. Viitattu 16.3.2023. <https://nuorivoima.fi/lue/essee/pelipaidassa-punainen-yksitoista>
- Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. E-kirja. Tampere: Vastapaino. Viitattu 27.9.2022.
- Explaining the Bundesliga's 50+1 rule. (2023). Bundesliga.Com - the Official Bundesliga Website. Verkkosivu. Viitattu 5.10.2023. <https://www.bundesliga.com/en/faq/what-are-the-rules-and-regulations-of-soccer/50-1-fifty-plus-one-german-football-soccer-rule-explained-ownership-22832>.
- Fairclough, N. (1997). Miten media puhuu. [Media discourse, 1995]. Suomentaneet V. Blom & K. Hazard. Tampere: Vastapaino.
- Forsell, M. (2017). *Karisma ja kultit*. Helsinki: BoD - Books on Demand.
- Giulianotti, R. (1999). *Football: A sociology of the global game*. Cambridge, UK: Polity Press ; Oxford ; Malden, MA : Blackwell Publishers. <http://archive.org/details/footballsociolog0000giul>
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport and Social Issues* 26 (1), 25–46. Viitattu 4.4.2022. <https://doi.org/10.1177/0193723502261003>
- Giulianotti, R. & Robertson, R. (2009). *Globalization and football*. E-kirja. Los Angeles, CA; Lontoo: SAGE. Viitattu 4.4.2022.

- Giulianotti, R. (2016). *Sport: A critical sociology*. 2. painos. E-kirja. Cambridge; Malden, MA: Polity. Viitattu 12.9.2022.
- Heikkinen, V. (2022). *Sopukopu: Esseitä*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.
- Heinilä, K. (2000). Millainen rooli urheilujournalismilla on yhteiskunnassa? Teoksessa M. Miettinen (toim.) *Haasteena huomisen hyvinvointi: Miten liikunta lisää mahdollisuuksia?: Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu II: tutkimuskatsaus*. Jyväskylä: Likes, 273–284.
- Heinonen, H. (2003). *Kaukokannattajat ruudun äärellä*. Teoksessa U. Kovala & T. Saresma (toim.) *Kulttikirja: Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 55–84
- Heinonen, H. (2005). *Jalkapallon lumo: Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta*. Jyväskylä: Atena. Väitöskirja.
- Heinonen, H. (2007). *Jalkapalloa katsomassa – karnevalismia, vastarintaa ja performatiivisuutta*. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) *Kuningaspelin kentät: Jalkapalloilu paikallisena ja globaalina ilmiönä*. Helsinki: Gaudeamus, 131–146.
- Hellsten, I. (1998). *Monistettu Dolly: Johdatusta metafora-analyysiin*. Teoksessa A. Kantola, I. Moring, & E. Väliaverronen (toim.) *Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan*. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 64–92.
- Hemánus, P. (1974). *Urheilu tiedotusvälineissä: Viihdyttäjät ja vaikuttajat*. Teoksessa K. Heinilä & J. Wuolio (toim.) *Huippu-urheilu & yhteiskunta*. Jyväskylä: Jyväskylän kesä r.y, 143–146.
- Henning, C., Hillo, K., Kolari, K., Korkkula, L., Lamminpää, K., Lassila, R., Mikkonen, I. & Pulkkinen, S. (2003). *Päivälehti – Helsingin Sanomat*. Helsinki: Helsingin Sanomat.
- Hills, M. & Jenkins, H. (2001). *Intensities interviews Henry Jenkins*. *Intensities: The Journal of Cult Media* 2. Viitattu 24.3.2022. <https://intensitiescultmedia.files.wordpress.com/2012/12/intensities-interviews-jenkins.pdf>
- Hirsjärvi, I. (2009). *Faniuden siirtymiä: suomalaisen science fiction -fandomin verkostot*. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 98. Väitöskirja. Viitattu 21.3.2022. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-4238-0>
- Hjelm, T. (2018). *Sosiologian klassikot ja uskonto*. Teoksessa K. Ketola, T. Martikainen & T. Taira (toim.) *Uskontososiologia*. Turku: Eetos, 36–48.
- Itkonen, H. (2021). *Liikkumisen sosiologia*. Tampere: Vastapaino.

- Itkonen, H., Ilmanen, K., Matilainen, P. & Jaskari, L. (2008). Media urheilun tulkkina ja tekijänä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteiden laitos. Tutkimuksia 1/2008.
- Itkonen, H. & Knuutila, S. (1992). Sankareista mediatähtiin – Urheilujulkisuuden muodonmuutos. Teoksessa K. Olin, H. Itkonen & E. Ranto (toim.) Liikunnan muutos, murros vai kaaos? Helsinki: Suomen Työväen Urheiluliitto TUL ry, 145–161.
- Itkonen, H. & Laine, A. (2015). Suuntana liikunnan käsitteet ja käytännöt. Teoksessa H. Itkonen & A. Laine (toim.) Liikunta yhteiskunnallisena ilmiönä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntakasvatuksen laitos. Tutkimuksia 1/2015, 7–15.
- Itkonen, H. & Nevala, A. (2007). Jalkapallo, maailma ja Suomi. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) Kuningaspelin kentät: Jalkapalloilu paikallisena ja globaalina ilmiönä. Helsinki: Gaudeamus, 11–20.
- Jenkins, H. (1992). ”Strangers No More, We Sing”: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. Teoksessa L. Lewis (toim.) The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media. Lontoo, New York: Routledge, 208–236.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (2016). Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö. E-kirja. Tampere: Vastapaino. Viitattu 7.10.2022.
- Kallunki, V. (2018). Sekularisaatioparadigma. Teoksessa K. Ketola, T. Martikainen & T. Taira (toim.). Uskontososiologia. Turku: Eetos, 49–62.
- Ketola, K., Martikainen, T. & Taira, T. (2018). Johdanto. Teoksessa K. Ketola, T. Martikainen & T. Taira (toim.) Uskontososiologia. Turku: Eetos, 10–15.
- Kilpi, T. (2007). Uutisia, historiaa ja puheenaiheita: Ilta-Sanomat 75 v. Helsinki: WSOY.
- Knott, K., Poole, E. & Taira, T. (2013). Media portrayals of religion and the secular sacred: Representation and change. E-Kirja. Burlington: Routledge. Viitattu 25.3.2022.
- Kolamo, S. (2014). FIFAn valtapeli: Etelä-Afrikan jalkapallon MM-kisat 2010 keskitettynä mediaspektaakkelinä. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 48. Väitöskirja. Viitattu 9.11.2023. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/44920>
- Kolamo, S. (2018). Mediaurheilu: Tunnetalouden dynamo. Tampere: Vastapaino.
- Koljonen, K. (2000). Asiamiesten selostuksista ammattilaisten analyysiin: Helsingin Sanomien urheilujournalismi vuosina 1973–1998. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Julkaisuja: Sarja A 95.
- Kotimaisten kielten keskus. (2022a). Kielitoimiston sanakirja: Myytti. Viitattu 7.7.2023. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/myytti?searchMode=all>

- Kotimaisten kielten keskus. (2022b). Kielitoimiston sanakirja: Ikoni. Viitattu 7.7.2023.  
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/ikoni?searchMode=all>
- Kotimaisten kielten keskus. (2022c). Kielitoimiston sanakirja: Legenda. Viitattu 18.9.2023.  
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/legenda?searchMode=all>
- Kovala, U. & Saresma, T. (2003). Kulttikirja: Tutkimuksia nykyajan kultti-ilmiöistä. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Krappe, J. (2007). Monimerkityksinen metafora. Teoksessa S. Kainulainen, K. Kesonen, & K. Lummaa (toim.) *Lentävä hevonen: Välineitä runoanalyysiin*. Tampere: Vastapaino, 145–165
- Kuutti, H. (2012). *Mediasanasto*. E-kirja. Jyväskylä: Media Doc. Viitattu 27.4.2022.
- Laine, A. (2011). *Urheilujournalismin Suomi–Ruotsi-maaottelu: vertaileva tutkimus suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 ja Torinon 2006 olympia uutisoinnista*. Helsinki: Edita. Väitöskirja.
- Laine, A. & Kotilainen, S. (2020). Painetun sanomalehden urheilu-uutisointi ennen internetiä ja monikanavajulkaisemisen aikakaudella: Määrällinen tarkastelu Iltalehden Calgaryn 1988 ja Pyeongchangin 2018 talviolympia uutisoinnista. *Kulttuurintutkimus*, 37 (3–4), 47–68. Viitattu 8.11.2022. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202012297400>
- Laine, A. & Särkivuori, J. (2023). *Suomalaisen urheilujournalismin bibliografia*. Verkkosivu. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 15.11.2023. <https://doi.org/10.17011/jyustudies/2>
- Laine, A. & Turtiainen, R. (2018). Urheilujournalismin vallan vahtikoirana? Tapauskohtaisessa tarkastelussa huippu-urheilun muutostyötä käsittelevä uutisointi suomalaisissa sanomalehdissä. *Media & viestintä* 41 (4), 280–301. Viitattu 18.5.2022. <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/77461>
- Lakoff, G. (1998). The contemporary theory of metaphor. Teoksessa A. Ortony (toim.) *Metaphor and thought*. 2. painos. Cambridge: Cambridge University Press, 202–251
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago, Ill.: The University of Chicago Press.
- Lynch, G. (2007). *Between sacred and profane: researching religion and popular culture*. Lontoo: I.B. Tauris.
- Lyyra, P. (2014). Mikä tekee jalkapallosta erityistä? Teoksessa J. A. Saarinen & M. Melan (toim.) *Sokrateen syöksypusku–Jalkapallon filosofiaa*. Jyväskylä: Docendo, 72–94
- McAllister, P. (2010). *Manthropology: The Science of Why the Modern Male Is Not the Man He Used to Be*. New York: St. Martin's Publishing Group.

- McDaniel, S. & Sullivan, C. (1998). Extending the Sports Experience: Mediations in Cyberspace. Teoksessa L. Wenner (toim.) MediaSport. E-kirja. Lontoo: Taylor & Francis Group, 266–281. Viitattu 10.5.2022.
- McGuire, M. B. (1992). Religion: The social context. 3. painos. Belmont, CA: Wadsworth.
- Melan, M. (2014). Ihmiset jotka rakastavat jalkapalloseuroja. Teoksessa J. A. Saarinen & M. Melan (toim.) Sokrateen syöksypusku – Jalkapallon filosofiaa. Jyväskylä: Docendo, 142–169.
- Nevanlinna, T. (2020). Uskonto ja jalkapallo. Teoksessa T. Melender & K. Hämäläinen (toim.) Kentänvaltaajat: Rakkautena jalkapallo. Helsinki: WSOY, 73–96.
- Nikunen, K. (2008). Johdanto. Teoksessa K. Nikunen (toim.) Fanikirja: tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 96, 5–16.
- Oakley, C. (2012). Football Delirium. E-kirja. Lontoo: Routledge. Viitattu 26.7.2022.
- Palonen, K. (2013). Taking distance as a condition of the study of politics. Teoksessa T. Vaarakallio & T. Haapala (toim.) The distant present. E-kirja. Jyväskylän yliopisto, 12–27. Viitattu 14.11.2023.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2019). Uusi kurssi kohti diskurssia. E-kirja. Tampere: Vastapaino. Viitattu 6.10.2022.
- Pänkäläinen, S. (1998a). Suomalainen urheilujournalismi. Liikuntatieteellisen seuran impulssi XV. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura.
- Pänkäläinen, S. (1998b). Urheilujournalismiko kritiikitöntä. Teoksessa T. Perko & R. Salokangas (toim.). Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena, 161–181.
- Pänkäläinen, S. (1998c). Urheilujournalismin musta aukko. Teoksessa E. Vettenniemi (toim.) Piikki lihassa: Unelma puhtaasta urheilusta. Tampere: Akilles, 52–93.
- Pänkäläinen, S. (2021). Urheilujournalismi ja median muutos: Vähemmällä väellä enemmän juttuja useammalle kanavalle. Liikunta & Tiede 1/2021. Viitattu 18.5.2022. <https://www.lts.fi/liikunta-tiede/artikkelit/urheilujournalismi-ja-median-muutos-vahemmalla-vaella-enemman-juttujauseammalle-kanavalle.html>
- Ricœur, P. (2000). Tulkinnan teoria: Diskurssi ja merkityksen lisä. E-kirja. Helsinki: Tutkijaliitto. Viitattu 14.10.2022.
- Roivas, M. (2009). Jalkapalloa kirjoittamassa: Jalkapallon merkityksiä uudessa englantilaisessa jalkapallokirjoituksessa. Joensuu: Joensuun yliopiston kirjasto. Joensuun yliopiston humanistisia julkaisuja 56. Väitöskirja.



- Rowe, D. (2003). *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity*. 2. painos. E-kirja. Maidenhead: McGraw-Hill Education. Viitattu 10.5.2022.
- Rowe, D. (2017). Sports Journalism and the FIFA Scandal: Personalization, Co-optation, and Investigation. *Communication & Sport* 5 (5), 515–533. Viitattu 19.5.2022. <https://doi.org/10.1177/2167479516642206>
- Russell, D. (2007). Englantilaisen yhteiskunnan ”jalkapalloistuminen”. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.) *Kuningaspelin kentät: Jalkapalloilu paikallisena ja globaalina ilmiönä*. Helsinki: Gaudeamus, 27–34.
- Saari, H. (2007). *Isku tajuntaan! Suomen iltapäivälehdistön lyhyt historia*. Helsinki: Johnny Kniga.
- Sanoma.fi. (2022). Maan monipuolisin mediaportfolio: Helsingin Sanomat. Viitattu 27.5.2022. <https://www.sanoma.fi/mita-teemme/tuotteet-ja-brandit/>
- Sanoma Osakeyhtiö. (1949). *Helsingin Sanomat (Päivälehti) 1889–1949*. Helsinki: Sanoma Osakeyhtiö.
- Schultz-Jorgensen, S. (2005). *The world’s best advertising agency: The sports press. International Sports Press Survey 2005*. Kööpenhamina: House of Monday Morning: Play the Game.
- Taira, T. (2015). *Pehmeitä kumouksia: Uskonto, media, nykyaika*. Turku: Eetos.
- Takala, T. (2013). *Tutkimuksia karismasta eri konteksteissaan*. Lapin yliopisto. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. Acta Universitatis Lapponiensis. Väitöskirja. Viitattu 3.10.2023. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-484-619-6>
- The Future of Sports. (2016). Raportti. Viitattu 3.8.2022. <https://futureof.org/wp-content/uploads/TheFuture-of-Sports-2016-Report.pdf>
- Tommila, P. (1988). *Helsingin Sanomat*. Teoksessa U. Ekman-Salokangas, E-L. Aalto & R. Salokangas (toim.) *Suomen lehdistön historia: Sanoma- ja paikallislehdistö 1771–1985*. 5: Hakuteos Aamulehti-Kotka nyheter. Kuopio: Kustannuskiila, 130–133.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tuomi, T. & Pyykkönen, T. (1995). *Kaikki tieto ei mahdu urheiluruutuun*. Teoksessa T. Pyykkönen (toim.) *Kevyt alkusoitto liikuntauralle*. 2. uudistettu painos. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura, 99–110.
- Turtiainen, R. (2012). *Nopeammin, laajemmalle, monipuolisemmin: Digitalisoituminen mediaurheilun seuraamisen muutoksessa*. Turun yliopisto. Kulttuurituotannon ja

- maisemantutkimuksen julkaisuja 37. Väitöskirja. Viitattu 24.3.2022.  
<https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-5176-5>
- Valtonen, S. (1998). Hyvä, paha media: Diskurssianalyysi kriittisen mediatutkimuksen menetelmänä. Teoksessa A. Kantola, I. Moring & E. Väliverronen (toim.) Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 93–121
- Virtapohja, K. (1998a). Sankareiden salaisuudet: Journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä. Jyväskylä: Atena. Väitöskirja.
- Virtapohja, K. (1998b). Onko journalismi draamaa? Teoksessa T. Perko & R. Salokangas (toim.) Kymmenen kysymystä journalismista. Jyväskylä: Atena, 127–160.
- Väliverronen, E. (1998). Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa A. Kantola, I. Moring, & E. Väliverronen (toim.) Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 13–39
- Wenner, L. (1998). Playing the MediaSport Game. Teoksessa L. Wenner (toim.) MediaSport. E-kirja. Lontoo: Taylor & Francis Group, 3–13. Viitattu 9.5.2022.
- Yle Urheilu (20.10.2023). Jääkiekon rikostapaukset eivät ole sattumaa, vaan seksillä ja naisilla kerskailevan keskustelukulttuurin lieveilmiö, sanoo asiantuntija. Uutinen. Viitattu 15.11.2023. <https://yle.fi/a/74-20056182>

LIITE 1. Aineistoluoettelo.

<b>Lähde</b>	<b>Julkaistu</b>	<b>Jutun otsikko</b>
HS	12.1.2011	Joulupukki vie suomifutista maailmalle
<i>IS</i>	15.1.2011	Tämän vuoksi Juho Mäkelä on "Kirurgi" - katso video!
HS	17.1.2011	"Täällä on muuten kylmä"
HS	22.1.2011	Maalivahdinvaihto Matti Vanhasen tyyliin
HS	20.2.2011	Dortmundin ylivoima kestää Bundesliigassa
HS	15.4.2011	Blacpoolin kohtalon §
<i>IS</i>	1.7.2011	Veikkausliigan kulttipelaaja vaihtaa seuraa
HS	27.9.2011	Jari Litmanen ratkaisi myös Diilissä
HS	10.10.2011	Futismaajoukkueessa hämmentävän iso muutos
<i>IS</i>	9.11.2011	Ajax-pomon kulttiesinelaatikossa on Jari Litmasen kengät
<i>IS</i>	10.11.2011	Shefki Kuqista tuli ikämies - katso synttäreiden kunniaksi parhaat videot uran varrelta!
HS	15.11.2011	Maalijanon sammuttaja
HS	14.12.2011	Kulttihyökkääjä Kuqi testaa Liverpoolin puolustuksen
<i>IS</i>	15.12.2011	Chelsea-manageri jyrähti: Tähtihyökkääjä ei kaupan mistään hinnasta
HS	16.1.2012	Valioliigan ex-tähti kertoi vaikeasta masennuksesta
HS	1.2.2012	Lukuisat loukkaantumiset synkensivät komeaa peliuraa
HS	1.2.2012	Ägä pani nappikset nurkkaan
HS	29.3.2012	Kulttipelaaja Kuqi jatkaa Oldhamissa
HS	3.6.2012	Njazi Kuqi selätti vastoinkäymiset
HS	29.6.2012	Shefki Kuqi kävi seuralleen liian kalliiksi
HS	16.8.2012	Kulttihyökkääjä Kuqin ura jatkuu Skotlannin liigassa
HS	11.9.2012	Kulttihyökkääjän avoin tunnustus
HS	30.10.2012	Shefki Kuqi: Tuomareiden virheet ovat suosineet meitä
HS	4.4.2013	Jalkapallopomo: On katastrofi, jos Zlatan lähtee PSG:stä
<i>IS</i>	4.4.2013	Jalkapallopomo: "Katastrofi, jos Zlatan lähtee"
<i>IS</i>	7.4.2013	Veikkaaja: Jürgen Klopp - intohimon ikoni
<i>IS</i>	22.5.2013	ManUn ja RoPSin kulttipelaaja menehtyi 60 vuoden iässä
HS	11.6.2013	Kulttihyökkääjä Kuqi haluaa valmentaa Valioliigassa
<i>IS</i>	28.6.2013	Forssell on tyytyväinen ja tyytynyt – "Lähes noloa"

HS	11.7.2013	Hampurin jalkapalloseura St. Pauli nostaa sateenkaarilipun salkoon
IS	11.8.2013	Tuleva Veikkausliigan kulttipelaaja debytoi tänään
IS	14.8.2013	Shefki Kuqi jatkamassa uraansa? "Olen fyysisesti hyvässä kunnossa"
HS	7.9.2013	Schüller huomasi espanjalaisista: Ovat maailmanluokan pelaajia
IS	24.9.2013	Mestaruus meni, Honka voitti silti
IS	5.11.2013	Atik Ismail ahmi nakkeja valmentajan selän takana
IS	25.11.2013	Brittifutiksen kauhukakara lyttää Manchester Unitedin nykyjoukkueen
HS	14.12.2013	Kuiva kausi päättyi – Teemu Pukkiä juhliittiin sankarina
HS	23.12.2013	Cityn faneilla uusi suosikki – vuohi vaihtui Vallecasin petoon
IS	24.12.2013	Tässä on Timo Soinin joululahjalista suosikkijoukkueelleen!
IS	25.12.2013	Siirtomarkkinoiden suurimmat voittajat ja häviäjät
IS	14.1.2014	Tässä on Vuoden sykähdyttävvin urheiluhetki!
IS	9.2.2014	Vinkki Hongalle – visiitti Swanseaan
HS	16.2.2014	Kuqi haluaa Hongan hyökkäävän
HS	20.2.2014	Kuqi valmensi debyytissään joka solullaan
IS	26.2.2014	Tämän vuoksi Huuhkajilla on mahdollisuus napata arvokisapaikka
HS	5.4.2014	Riittävätkö rahat?
HS	7.5.2014	Seisomakatsomo
HS	9.5.2014	Lehti: Teemu Pukki kiinnostaa Bundesliigassa
HS	2.6.2014	Frank Lampard jättää Chelseaa
IS	8.6.2014	MM-analyysi: Kolumbia
IS	21.6.2014	Marouane Fellaini on Belgian kulttihahmo
IS	21.6.2014	Brasilian "kirottu prinssi" kuoli yksinäisenä
IS	2.7.2014	Casillasista jälleen Realin ykkösvahti?
IS	13.7.2014	"Argentiinan Chuck Norris" saa osakseen ylistystä - "Hänellä on sisua ja korkea kipukynnys"
IS	16.7.2014	Manchester Cityn kärki: En mene minnekään
IS	18.7.2014	Valioliigan kulttipelaaja palaamassa Englantiin?
IS	26.7.2014	Furuholmin valmistautuminen tänään alkavaan kauteen ollut lyhyt
IS	12.8.2014	Käsittämätön ennätys - pelaaja teki 21 maalia yhdessä ottelussa
IS	30.8.2014	Ihmeseura haastaa Espanjan mestarin - kaikki kaupungin asukkaat mahtuisivat stadionille

<i>IS</i>	6.9.2014	Muistatteko Färsaarten pipopäisen maalivahdin? IS tavoitti kulttipelaajan kalatehtaalta
<i>IS</i>	10.9.2014	Huuhkajilla mainiot asetelmat EM-karsinnoissa
<i>IS</i>	13.9.2014	Jättimäinen, mutta lempeä peto
<i>IS</i>	30.9.2014	Näin vastustaja scoutataan: Marcelo Bielsa tilasi HJK:lta 12 ottelunauhaa
HS	15.10.2014	Huuhkajien hyvä peli muuttui kahdessa minuutissa painajaiseksi
<i>IS</i>	27.10.2014	Michel Platini ja Mestarien liigan arvontojen kulttihahmo saapuvat Suomeen
<i>IS</i>	2.11.2014	Aatteen puolesta: poliisit sekä hipsterit saivat kyytiä Lontoon eksoottisessa futisderbyssä
HS	9.11.2014	Jalkapallolegenda Jallu Rantasen sisällä kiehuu
<i>IS</i>	4.12.2014	Suomalaishyökkääjä erikoisessa tilanteessa: ”Ensimmäinen kerta moneen vuoteen”
<i>IS</i>	1.1.2015	Arto Tolsan jäljillä Belgiassa
<i>IS</i>	4.1.2015	Fernando Torres palasi kotiin - Katso kuinka täysi stadion juhli ”El Niñon” paluuta
<i>IS</i>	22.1.2015	12-vuotiaalta pallopojalta arvokas vinkki – maalivahti torjui pilkun
<i>IS</i>	14.2.2015	Millainen on suomalaisten mentaliteetti? Hannu Tihinen esitteli mustaa huumoriaan Zürichissä
<i>IS</i>	10.3.2015	Kulttipelaaja nousi Liverpoolin johtajaksi
HS	19.3.2015	Kulttiseurun taaperrus käy raskaaksi kannattajille – Kuolema "helpotus"
<i>IS</i>	16.4.2015	HIFK:n kulttipelaajan partakarvat myytiin netissä – näin paljon niistä maksettiin
<i>IS</i>	22.4.2015	HIFK:n kulttipelaajan ainutlaatuinen tie
HS	24.4.2015	Helsingissä pelattiin kaikkien aikojen derby
<i>IS</i>	24.4.2015	Veikkausliigan kierroskolumni: HIFK:n sankarien karu paluu arkeen
<i>IS</i>	4.5.2015	Kulttipelaajaksi noussut italialaistaituri jättämässä Juventuksen?
<i>IS</i>	13.5.2015	Petteri Forsell ei välitä huuteluista – ”Pikemminkin saan siitä energiaa”
<i>IS</i>	14.5.2015	SJK vei derbyn, Tampereella tarvittiin poliisia – näin kävi Veikkausliigan iltapäivän otteluissa

IS	15.5.2015	Juti ei ole ainoa – Veikkausliigan ykköstähti ei säästele lihassa
IS	16.5.2015	Sunnuntaina kuuden ottelun Veikkausliigakerros – lue ennakot täältä!
IS	19.5.2015	Eremenko juniorin ura jatkumassa Aasiassa
IS	20.5.2015	Seuraa näitä tänään – 3 pointtia Veikkausliigan kierroksesta
IS	13.6.2015	IS seurasi: Unkari kaatoi heikon Suomen
IS	1.7.2015	Tästä syystä suomalainen jalkapallon kulttihahmo näyttää vuosi vuodelta oudommalta pelaajakuvisaan
HS	6.7.2015	Hurja taistelu Helsingin futisherruudesta jatkuu
IS	21.7.2015	Valioliigan kulttitähti kertoi eläinkauhustaan – ei ole koskenut omaan koiraansa vuosiin
HS	1.8.2015	Liverpool on vain varjo suuruuden ajoistaan
IS	5.8.2015	Tässä on HJK:n yksinäisin kannattaja – vastassa 30 000 Astanan fania
IS	17.8.2015	”Olen ylpeä, kun fanit kutsuvat minua jalkapallojumalaksi”
IS	10.9.2015	”Kumma heppu” – Juha Kanerva arvioi Litmasen elämäkerran
IS	18.9.2015	Tämän takia HIFK:n putoaminen olisi katastrofi Veikkausliigalle
IS	30.9.2015	Kolmessa vuodessa Vihtavuoren Pamauksesta Real Madridiin – kuka ihme on Eero Markkanen?
IS	19.10.2015	Euforia kävi taas kylässä – silti Bundesliigan tunteikkain seura haluaa muuttua järkevämmäksi
HS	22.10.2015	Ilolla suru puserossa ennen viimeistä KuPS-peliä
IS	25.10.2015	Veikkausliigan kultamitalisti SJK mestari mestarilta
HS	27.10.2015	Shefki Kuqin johtama PK-35 Vantaa tavoittelee nousua Veikkausliigaan: ”Paljon riippuu siitä, miten pääkoppa kestää”
IS	5.11.2015	Fifa-skandaali levisi Saksaan: Franz Beckenbauer, Bayern München ja Adidas ovat nyt tulilinjalla
IS	25.11.2015	Viiden vuoden oikeustaistelu tuotti tulosta – Saksan kulttiseura sai takaisin oikeudet tunnettuun logoonsa
IS	5.12.2015	”En pysty piiloutumaan missään” – ostaisitko kuvan jenkkimieheltä asunnon?
HS	22.12.2015	Valioliigan entinen tähtivahti taistelee hengestään – lyyhistyi kesken juoksulenkin kotikaupungissaan

HS	31.12.2015	Valioliiga-seura Newcastle'n rakastettu maalivahti kuoli vain 47-vuotiaana
IS	21.1.2016	Union Berlin on todellinen vaihtoehtoseura: kannattajat rakensivat seuralle stadioninkin
IS	21.1.2016	Valioliigalegenda tuli valmentajaksi Suomeen ja hämmästeli pakkasta – ”50 asteen ero!”
IS	25.1.2016	Kaatuuko Bayern lihasvammoihinsa – hyvästit triplahaaveille?
IS	30.1.2016	HIFK:n kulttipelaaja Pallokerhossa: ”Suhde faneihin on se juttu tässä seurassa”
IS	18.2.2016	Liiganousijan uusi vahvistus loukkaantui pahasti – kausi ei onneksi vaarassa
HS	4.4.2016	HSTV:n Kottilat: Mitä Barcelonan pitää oppia El Clásicosta
IS	14.4.2016	HIFK:n kulttipelaaja ylistää kotiottelujen tunnelmaa: ”Tämä on niin iso juttu monille”
IS	15.4.2016	PS Kemi purki kärkihyökkääjänsä sopimuksen
IS	23.4.2016	Leicesterin menestys yllätti omatkin
IS	24.4.2016	Crystal Palace FA-cupin loppuotteluun – luvassa klassisen finaalin uusinta
IS	25.4.2016	Irokeesipäinen ”soturi” nousi Bayernin johtajaksi – vastoin Guardiolan tahtoa
HS	14.5.2016	Suomen huippufutaajilla pian ehkä edessä vaikea valinta – Suomen vai Kosovon maajoukkue?
HS	6.6.2016	Sky: Shefki Kuqi neuvottelee brittiseuran valmentamisesta
IS	10.6.2016	Suomalaisten tutun arkiruuuan taustalta paljastui yllättävä tarina
IS	23.6.2016	EM-kisojen korvamato piinaa – selvitimme Will Grigg -renkutuksen tarinan
HS	25.6.2016	Oma maali toi synkän ratkaisun – Pohjois-Irlannista EM-kisojen ensimmäinen brexit
IS	29.6.2016	Suomalaisille tuttu kulttipelaaja siirtyi Ranskan liigaan
IS	29.6.2016	Suomessa pelanneen hyökkääjän maalimäärät paisuivat oudosti Wikipediassa – sai pestin huippusarjaan
HS	18.7.2016	Kulttipelaaja Will Grigg on yhtä hyvä kuin Paul Pogba – ainakin Uefan äänestyksen mukaan

<i>IS</i>	29.7.2016	Antti Muurinen hauskuutti tiedotustilaisuuden kuumimmasta puheenaiheesta: ”Ei se kyllä oikein maistunut”
<i>IS</i>	3.8.2016	Suosikkiselostaja vaihtoi MTV:ltä Viasatille – näin hän tunnelmoi uuden kauden alla
<i>HS</i>	10.8.2016	Klubin nollanneen Antti Muurisen taika pitää – ”Voitto olisi tänään kuulunut meille”
<i>HS</i>	11.8.2016	Stadin herruus tasattiin
<i>IS</i>	14.9.2016	Joel Pohjanpalon maalivyöry pohjautuu määrätietoisuuteen ja sokerisyöttöihin
<i>HS</i>	20.9.2016	Islannin kulttimaineeseen noussut maajoukkue ei ole mukana uusimmassa Fifa-pelissä – ”Emme hyväksy huonoa kohtelua”
<i>IS</i>	22.9.2016	Juha Malinen paljasti Pallokerholle, mikä ajoi legendaariseen purkaukseen
<i>IS</i>	27.9.2016	Pääseekö Joel Pohjanpalo tänään kentälle? Kilpailutilanne Leverkusenessa on erittäin kova
<i>IS</i>	23.10.2016	Kenestä Veikkausliigan mestari? 6 pointtia huippujännittävältä päätöskierrokselta
<i>IS</i>	25.10.2016	Remontti uhkaa romantiikkaa
<i>IS</i>	30.10.2016	Kommentti: Shefki Kuqi rinnasti itsensä Jose Mourinhoon – eikä se ole huono vertaus
<i>IS</i>	24.12.2016	Entinen Valioliigatähti avautui pelikiellon aiheuttamasta kiirastulestaan: ”Yhtenä päivänä halusin tappaa itseni”
<i>IS</i>	24.12.2016	Pasi Rautiainen dominoi Bundesliigassa ja toi Kirkan saksalaiseen diskoon
<i>HS</i>	29.12.2016	Argentiinalainen kulttipelaaja Juan Sebastián Verón tekee paluun jalkapallokentille
<i>IS</i>	8.1.2017	Jalkapallomiljonäärille tärkeintä on köyhien auttaminen
<i>IS</i>	11.1.2017	Valioliigassa ja Real Madridissa pelannut ”Pikajuna” yrittää Veikkausliigaan – ”Enpä olisi aikoinaan uskonut”
<i>HS</i>	14.1.2017	Leeds United selvisi kaaoksesta – ”Haluamme tarjota verta, hikeä ja kyyneleitä”
<i>IS</i>	21.2.2017	135-kiloinen maalivahti söi piiraan vaihtopenkillä – seurauksena skandaali ja potkut



IS	11.3.2017	Bundesliigan idyllinen kääpiö tekee asiat omalla tavallaan
IS	4.4.2017	Viime hetken rankkari pelasti ManUn – Everton lähellä yllätystä
IS	17.5.2017	Kääpiökävelyä mäessä ja tupakkaa alkulämmittelyssä – musiikkilegenda Gösta Sundqvist oli omalaatuinen jalkapallovalmentaja
IS	17.5.2017	Putoaminen on futiksen julma suola – pallon varassa on unelmia ja työpaikkoja
IS	23.5.2017	Kulttipelaajan kivinen tie Suomen huipulle – ”Tulin usein itku kurkussa kotiin”
IS	30.6.2017	Jalkapallon Suomen cupin perinne uhkaa rapistua – ”Se on kuvottava asia”
IS	6.7.2017	HJK:n eurovastustajan valmentaja oli kulttipelaaja, joka ajautui vaikeuksiin – ”on ihme etten ole tappanut ketään”
IS	25.7.2017	Kottilat iskevät kulttipelaajan volleymaalien kimppuun – ja onnistuvat vihdoin!
IS	9.8.2017	Kulttipelaajasta tuli valmentajahylkiö – pitäisikö Shefki Kuqin luovuttaa?
HS	10.8.2017	Shefki Kuqin tie Suomeen alkoi pakomatalla sodan jaloista, sittemmin hänestä tuli jalkapallon kulttipelaaja ja kohuvalmentaja
IS	6.9.2017	Suomalaisfanit yhdistivät upeasti voimansa islantilaisten kanssa – katso video sykähdyttävästä hetkestä Hartwall-Areenassa
IS	30.10.2017	Tämä yli 100-kiloinen kulttipelaaja nostaa penkiltä 180 kiloa – jalkapallo pelasti vankilalta
IS	26.12.2017	Huipulta pohjalle ajautunut Valioliigan ex-tähti pelkää poliisia joka päivä – kertoi myös ikävästä lapsiinsa
HS	8.1.2018	Nyt kölniläiset pelattiin kebabkioskille – jalkapallotähden ravintolaan jonotettiin viisi tuntia
HS	20.2.2018	Sekasortoa sokkitappion jälkeen: City hävisi cupissa Wiganille, kannattajat valtasivat kentän ja Cityn tähtihyökkääjä huitaisi kentälle rynnännyttä kannattajaa
IS	22.4.2018	Ruotsalainen kulttipelaaja putosi 18 metriä hississä – jalat murskaantuivat täysin: ”Pyysin lääkäriä amputoimaan toisenkin jalan”

IS	5.6.2018	Tuomas Virkkunen selostaa jatkossakin Mestarien liigaa – suosikkiselostaja pääsee nyt uuteen tilanteeseen: ”En ollut edes ajatellut, että se olisi mahdollista”
IS	19.10.2018	Ykkösen nousija ratkeaa lauantaina – HIFK:n kulttipelaaja itsevarmana: ”Meillä ei mene p**kat housuun”
IS	18.11.2018	Kolumni: Väitöskirja vahvistaa suomalaisten kiintymisen urheilussa koettuihin tappioihin – ”Tarvitaan ääripääkokemuksia”
IS	28.11.2018	Urheilulehti rankkasi maailman 20 parasta jääkiekkoilijaa, ykkönen oli selvä – ”Vieläkin parempi kuin yleisesti ymmärretään”
IS	25.12.2018	Britannian googlatuin mies sulatti viidakon tosi-tv-ohjelmassa miljoonien sydämet – humoristin luultiin kuolleen 1990
IS	10.2.2019	Kommentti: Huiman maaliennätyksen takonut Teemu Pukki mykisti epäilijänsä – huippukauteen on selvät syyt
HS	22.5.2019	Kulttimaineen harmaissa collegehousuissa pelaamalla saavuttanut jalkapallomaalivahti Gábor Király lopetti uransa
IS	9.7.2019	Tässä on ”Britannian huonoin jalkapallojoukkue”: ei ole voittanut ottelua yli kahteen vuoteen, jäi sarjassa miinuspisteille
IS	11.7.2019	Urheilulehti 28: Miten naisten pika-aidoista kasvoi Suomen uusi menestyslaji?
IS	17.8.2019	Teemu Pukki ja railakas pelityyli voivat auttaa Norwichin pääsyä suomalaisten sydämiin – ”Aikamoista sexy footballea”
IS	8.9.2019	Söpö, velmu, laulava luonnonlapsi... IS esittelee Huuhkajien sankarijoukkueen pelaaja pelaajalta
IS	11.10.2019	Huuhkajien vastustajan valmentajan ei pitäisi edes olla pelissä – dramaattinen täyskäännös vain muutamaa viikkoa ennen Suomen kohtaamista
HS	3.11.2019	Homojen, punkkarien ja Ari Hjelmin seura
IS	7.11.2019	Urheilulehti 45: Miksi urheilijoiden elämäkertoja julkaistaan niin paljon?
IS	18.11.2019	Kuulitko hirveää älämölöä Huuhkajien pelin tv-lähetyksessä? Ääni lähtee tunnetusta Kreikan kannattajasta Yannis Matzouranisista
IS	4.12.2019	Urheilulehti 50: Kenet luuta lakaisee? Markku Kanervalla alkoi nyt elämänsä tärkeimmän 23 palan palapelin kokoaminen

HS	1.1.2020	Kaikkien aikojen valmentaja
IS	17.1.2020	Huippuvalmentajat lyömässä viisaat päät yhteen – Kanerva paljasti suunnitelmista Jalosen kanssa: ”Jukan kanssa on jo juteltu”
IS	12.5.2020	Vakio 1: Bundesliiga palaa koronatauolta
IS	15.5.2020	Vakio 1: Saksassa pelataan koronatauon jälkeen tyhjille katsomoille – Ruhrin alueen derby kallistuu Dortmundille
IS	5.7.2020	Vankilatuomio, dopingkäry ja tuttavana huumeparoni Pablo Escobar – kulttimaalivahti Rene Higuitan elämä hakee vertaistaan
HS	14.7.2020	Wycombe Wanderers nousi ensimmäistä kertaa 130 vuoden historiansa aikana mestaruussarjaan: kulttihyökkääjä Akinfenwa suitsutti joukkuettaan
HS	3.8.2020	KPV esitti vuoden odottamattomimman valmentajauutisen: uusi päävalmentaja on jalkapallokenttien kulttihahmo Miika Juntunen
IS	4.8.2020	Uutuuskirja: Shefki Kuqin vaimo vetäisi avokämmenellä kulttihyökkääjää pilkannutta katsojaa, mutta siitä sotku vasta alkoi
HS	5.9.2020	Sivurajaheittojen erikoismies
IS	5.10.2020	Joel Pohjanpalo kertoo, miksi itäberliiniläinen kulttiseura on hänelle nyt oikea paikka – ”Paras tapa hyökkääjälle päästä sisään”
IS	29.10.2020	Joel Pohjanpalon ”maalikirous” nostettiin esiin saksalaislehdessä – erikoinen tilastofakta ihmetyttää
HS	30.10.2020	”Voi Viduka” on muisto vain – kulttivalmentaja Bielsa nosti Leedsin kukoistukseen Valioliigassa