

Samuli Rasila
Jukka Salasuo

TAPAUSTUTKIMUS JALKAPALLON SUOMEN CUPIN FINAALISTA
TAMPEREELLA 2001

Jyväskylän Yliopisto
Liikunnan sosiaalitieteiden laitos
Liikuntasuunnittelun ja -hallinnon
Pro gradu –tutkielma
Kevät 2002

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Liikunnan sosiaalitieteiden laitos/Liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta

Rasila, Samuli & Salasuo, Jukka:

Tapaustutkimus jalkapallon Suomen cupin
finaalista Tampereella 2001

Pro gradu –tutkielma, 81 s.
Liikuntasuunnittelu ja -hallinto
2002

Tässä Pro gradu –tutkimuksessa selvitetään jalkapallon Suomen cupin finaalin yleisön rakennetta sekä pohditaan tekijöitä, jotka saavat ihmiset tulemaan otteluun sekä viihtymään tapahtumassa. Tapaustutkimuksena työ painottuu pitkälti cup-kilpailuun ja sen pohdintaan, mutta tästä huolimatta siitä saatuja tuloksia ja pohdintaa voidaan soveltaa koko kotimaiseen jalkapalloon. Urheiluyleisön tutkimus on perinteisesti keskittynyt lähes ainoastaan häiriökäyttäytymiseen ja sen sosiaalisiin selityksiin. Vasta 1990-luvulla alkoivat sosiologit tutkia yleisöä laajemmin. Tässä tutkimuksessa ei häiriökäyttäytymistä varsinaisesti käsitellä, vaikka ilmiö on suomalaisenkin urheiluyleisön keskuudessa noussut ajankohtaiseksi.

Varsinainen aineiston keruu oli tarkoitus suorittaa Helsingin Finnair Stadiumilla, mutta jäisen kentän takia cupin finaali siirrettiin Tampereelle Tammelan Stadionille. Yleisölle jaettiin sisääntuloporteilla kyselylomakkeita koskien ottelutapahtumaa. Lomakkeita jaettiin kaikkiaan 600, joista 484 palautettiin täytettyinä. Vastausprosentti oli yllättävän korkea, joka mahdollisti luotettavan analysoinnin tapahtuman yleisöstä.

Kyselytutkimuksesta nousi esille se, että katsojilla, jotka toimivat jalkapallon parissa (seurajalkapallo, puulaaki, oma lapsi pelaa, huoltaja, valmentaja ja fanit), on vahva sidos lajiin. Nämä toimijat tulevat myös katsomaan pelejä useammin kuin ns. satunnaiskatsojat, joilla ei ole niin vahvaa suhdetta lajiin kohtaan. Yhdistykseen sitoutuminen on merkittävä tekijä tulevaisuudessa. Seurojen yhdistystoimintaan pitäisikin panostaa ja saada yhdistysten jäsenmäärät nousuun. Näin myös yleisömäärät kasvaisivat. Suomessa urheilu on kytketty voimakkaasti kansallisen identiteetin kertomukseen. Jalkapallossa usein pääkiinnostuksen kohteena on maajoukkue, kansallisen jalkapallon jäädessä sivuosaan. Syy vähäiseen suosioon ei kuitenkaan ole itse lajissa, vahvuus pitäisi löytyä yhdessä kokemisen ilosta ja yhteisöllisyyden tunteesta katsomossa.

Suomalainen jalkapalloyleisö on ottamassa vaikutteita muualta Euroopasta, minkä yksi ilmenemisen muoto on kannattajayhdistysten syntyminen 1990-luvulla. Kannattajayhdistykseen kuuluvat ihmiset eivät määrällisesti muodosta kovin merkittävää osaa koko yleisöstä. Tämänkin tutkimuksen yleisöstä kannattajayhdistykseen kuului ainoastaan kuusi prosenttia. Yhdistysten toiminta kuitenkin kasvaa ja ne saattavat tulevaisuudessa olla ohjaamassa katsomokulttuurin kehitystä positiivisesti tai negatiivisesti. Tästä johtuen tutkimuksessa käsitellään myös tällaista yleisön alakulttuuria.

Avainsanat: jalkapallo, Suomen cup, penkkiurheilu, fani, yleisö, tapahtuma

SISÄLLYS

1	ALKUVIHELLYS	5
2	YLEISÖTUTKIMUS	7
	2.1 Kannattajatyypit	13
	2.2 Jalkapallon kannatus Skandinaviassa	14
3	CUP KILPAILUT	17
	3.1 Englannin cup	17
	3.2 Suomen cup	18
	3.3 Suomen cupin finaali 2001	20
4	PENKKIURHEILU	22
	4.1 Penkkiurheilun historiaa	24
	4.2 Penkkiurheilun kasvava suosio	25
5	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA MENETELMÄT	27
6	JALKAPALLOYLEISÖN RAKENNE	31
	6.1 Sukupuolijakauma	31
	6.2 Ikäjakauma	33
	6.3 Ammattiasema	35
	6.4 Koulutus	38
7	URHEILUN KIINNOSTUS	40
	7.1 Kansalliset ottelut	41
	7.2 Kansainväliset ottelut	42
	7.3 Katsojien suhde jalkapalloon	43
	7.4 Kiinnostus muihin yleisötapahtumiin	45

8	MIKÄ CUPIN FINAALISSA KIINNOSTI?	47
8.1	Yhdessäoloa	48
8.2	Viihteen tarve	49
8.3	Kilpailu me-kokemuksena	51
8.4	Jännitys	52
8.5	Oheistapahtumat ja -palvelut	53
8.6	Mitä joukkuetta kannatettiin?	58
9	KANNATTAJAYHDISTYKSEEN KUULUMINEN	60
10	CUPIN FINAALIN JÄRJESTELYT	67
10.1	Paikka ja ajankohta	67
10.2	Turvallisuus luo viihtyisyyttä	69
11	LOPPUVIHELLYS	72
	LÄHDELUETTELO	77
	LIITTEET	

1 ALKUVIHELLYS

Suomalainen jalkapallo elää murrosvaihetta. Kesällä 2002 pelattavat jalkapallon MM-kilpailut pelataan vielä ilman Suomea, mutta tulevaisuudessa tilanne saattaa hyvinkin olla toinen. Viime vuosina Suomen maajoukkue on pelannut loistavia otteluja taistellen tasavertaisesti maailman huippujoukkueiden kanssa. Maajoukkueemme ja Euroopassa menestyneiden yksittäisten pelaajien otteista ovat innostuneet myös suuret ihmismäärät kotimaassa. Suomen maajoukkueen ottelut ovat usein loppuunmyytyjä, mutta kansallisissa otteluissa katsomot ovat tyhjillään. Veikkausliiga ja Suomen cup eivät ole pystyneet herättämään ihmisten kiinnostusta monien muiden Euroopan maiden kansallisten jalkapallokilpailujen tapaan. Euroopassa cup-kilpailujen suosio vaihtelee merkittävästi maasta riippuen. Joissain suurissa jalkapallomaissa, kuten Italiassa, ei cup-kilpailu pysty kilpailemaan suosiossa maan pääsarjan kanssa. Toisaalta esimerkiksi Englannissa ja Norjassa cup-mestaruus arvostetaan usein jopa sarjamestaruuden yläpuolelle.

Tämä tutkimus perustuu jalkapallon Suomen cupin finaalissa suoritettuun yleisökyselyyn. Tutkimuksessa selvitetään yleisön rakennetta, sekä sen mielenkiintoa ottelutapahtumaa kohtaan. Suomalainen jalkapalloyleisö saa vaikutteita muualta Euroopasta, joten katsomokulttuurikin elää muutoksessa. Tästä esimerkkinä ovat 1990-luvulla toimintansa aloittaneet kannattajayhdistykset. Jo monissa otteluissa pienet kannattaja- ja faniryhmät luovat stadioneille uudenlaista tunnelmaa. Näiden ryhmien kehitys saattaa hyvinkin olla ratkaisevassa asemassa suomalaisen jalkapallon imagon muutoksessa. Yhdistysten jäsenmäärien kasvaessa alkaa myös media kiinnostua niistä entistä enemmän. Jalkapalloväen on syytä toivoa kannattajaryhmien toiminnan pysyvän tulevaisuudessa positiivisena, jotta häiriökäyttäytymiseltä välttyttäisiin.

Aikaisemmat urheiluyhteisöä koskevat tutkimukset ovat keskittyneet lähinnä häiriökäyttäytymisen tutkimiseen (Dunning & Murphy & Williams 1988; Dunning, 1999; Giulianotti 1994; Critcher, 1991; Redhead, 1991). Etenkin englantilaiset sosiologit tekivät ennen 1990-lukua useita jalkapalloyleisöä käsitteleviä tutkimuksia, jotka keskittyivät lähes yksinomaan ”huliganismiin”. 1990-luvulla sosiologit ja yhteiskuntatieteilijät kiinnostuivat kuitenkin yleisötutkimuksesta yleisörakenteen muuttuessa. Myös suomalainen

yleisötutkimus on nostanut päätään 1990-luvun lopussa ja 2000-luvun alussa. Suomalaisen katsomokulttuurin eläessä tietynlaisessa murrosvaiheessa on tulevaisuudessa selkeä tarve lisätutkimukseen. Suomalainen yleisö saa vaikutteita muualta Euroopasta ja erilaisten virtausten seurauksena alakulttuurien syntyminen suomalaisiin katsomoihin tulevaisuudessa on todennäköistä. Näiden alakulttuurien toiminta ja käyttäytyminen tarjoavat jatkossa mielenkiintoisia tutkimuskohteita kannattajakulttuurien ympärillä.

Tutkimuksessa käydään läpi esille tulleita asioita ja tuloksia teemoittain. Neljä pääteemaa tutkimuksessa ovat penkkiurheilun suosio, yleisön kiinnostuksen kohteet, yleisön rakenne ja jalkapallokannattajat. Jokaisen teeman yhteydessä käydään läpi hieman aikaisempaa tutkimusta ja kirjallisuutta sekä yritetään pohtia saatuja tuloksia yhteiskunnallisessa valossa. Suomen Cupin finaalissa tehdyn yleisökyselyn perusteella selvitetään tapahtuman yleisön demograafista rakennetta ja finaalia paikanpäälle seuraamaan tulleiden katsojien perusteluja sille, mikä heitä ottelutapahtumassa kiinnosti.

2 YLEISÖTUTKIMUS

Yleisö kuuluu nykypäivän huippu-urheiluun elimellisenä osana. Huippu-urheilu elää yleisöstään. Suomessa penkkiurheilua huippu-urheilun osajärjestelmänä on tutkittu jonkin verran (Vuolle 1986; Heinonen & Godenhjelm 2001a & 2001b). Viimeiset 25 vuotta jalkapalloyleisöä koskeva tutkimus on pääosin keskittynyt kuitenkin huliganismiin. Etenkin 1990-luvulla on Englannissa vallinnut jonkinasteinen tutkimusbuumi (Dunning & Murphy & Williams 1988; Dunning, 1999; Giulianotti 1994; Critcher, 1991; Redhead, 1991). Syynä tälle 1990-luvun tutkimusbuumille on jalkapallohuliganismin muodostuminen useissa Euroopan maissa merkittäväksi sosiaalisesti ongelmaksi, joka aiheuttaa häiriötä yleiselle yhteiskuntajärjestykselle. Vaikkakin yleisön häiriökäyttäytyminen on globaali ilmiö, se on kuitenkin enemmän ”englantilainen tauti” (Pearton 1990). Urheiluväkivalta ja yleisön häiriköinti vaarantavat myös Heinilän mukaan urheilun yleistä yhteiskunnallista uskottavuutta (Heinilä, 2000) ja ne ovat näin ilmiöinä kiinnostaneet yhteiskuntatieteilijöitä. Tutkimuksissa on haluttu selittää, ennakoida ja ehkäistä katsojien väkivaltaista käyttäytymistä. Vaikka huliganismi on negatiivinen ilmiö, voisi myös väittää, että huliganismi houkuttaa yleisöä paikanpäälle ottelutapahtumaan ja myy esim. sanomalehtiä ja kirjoja. Huliganismi on kuitenkin vain pieni osa yleisökäyttäytymistä. Sitä voidaan pitää eräänlaisena katsomokulttuurin alakulttuurina. Seurauksena tästä on, että suurin osa jalkapalloyleisöstä on jäänyt tutkimuksen valtavirran ulkopuolelle (Waddington & Horak 1998). Toki on tehty myös tutkimuksia, jotka ovat selvittäneet katsojien sosiaalista rakennetta, arvoja sekä asenteita (Guttman 1986, Giulianotti & Williams 1994).

Yleisön häiriökäyttäytymistä on esiintynyt maassamme vain satunnaisesti ja ilman vakavia seuraamuksia. Urheilutapahtumat Suomessa ovat keränneet suhteellisen pieniä yleisömääriä kenttien laidoille muutamaa yksittäistä massatapahtumaa lukuun ottamatta. Vaikka yleisön käyttäytyminen ja katsomoturvallisuudesta huolehtiminen eivät meillä olekaan olleet ongelmia, velvoittavat mm. kansainväliset sopimukset ottamaan yleisöväkivallan ja häiriökäyttäytymisen ehkäisemisen tosissaan (Opetusministeriö 2000, 5). Jalkapallon miesten maajoukkueen menestyminen viime aikoina on kerännyt Olympiastadionille useasti yli 30 000 katsojaa. Urheilun kansainvälistyessä Suomeen on

rantautunut urheilun seuraamisen malleja ja tapoja muualta maailmalta. Näin yleisön käyttäytymisen tutkimus on alkanut kiinnostaa myös Suomessa. Viime vuosisadan vaihteessa on ilmestynyt myös kotimaisia jalkapallon yleisötutkimuksia: (Koski & Latonen 1999), kannattajakulttuurista ja faniudesta (Heinonen 2000; Heinonen & Godenhjelm 2001b), sekä suomalaisesta urheiluyhteisöstä ja alkoholista (Heinonen & Godenhjelm 2001a). Ajankohtaiseksi tutkimuksen tekee jo edellä mainitun lisäksi fanikulttuurin syntyminen.

Ehkäpä tunnetuin yleisön käyttäytymistä selittävä teoria on ns. katharsis-hypoteesi. Sen mukaan kilpailu tarjoaa keinon jännitysten ja aggressioiden purkamiseksi yhteiskunnallisesti harmittomalla tavalla. Havainnot viittaavat kuitenkin siihen että kilpailutapahtumat voivat päinvastoin lisätä konflikteja ja aggressioita (Heinilä 1975, Heinonen & Godenhjelm 2001a). Jalkapallo on suurten joukkojen massaviihdettä ja sen seuraamisesta on tullut yhteiskunnallinen järjestysasia – toisinaan myös ongelma. Kun ottelussa varsinainen kilpailutapahtuma on tiukasti kontrolloitu sääntöjen, normien ja tuomarien avulla, yleisö edustaa sitä osapuolta, jolle sallitaan käyttäytymisessä eniten vapauksia. Monissa maissa jalkapalloyleisön lieveilmiöt kuten häiriköinnit, väkivaltaisuuDET ja äärimmillään huliganismi ovat johtaneet julkisen vallan puuttumiseen näiden ilmiöiden syntymiseen ja torjumiseen. Katsoja vie turhautumat, aggressiot ja huolet katsomoon, jossa ne pelin tapahtuman laukaisemina voivat purkautua häiriökäyttäytymisenä. Urheilu on läheisesti sidoksissa yhteiskuntaan ja se tarjoaa myös näkyvän ja kuuluvan kanavan yhteiskunnallisten pulmien, epäkohtien ja protestien esittämiseksi. Kosken (1999) mukaan urheilu mahdollistaa mustavalkoajattelun, joka välillä huojentaa nykyisessä kaotillisessa maailmassa, jossa musta ei olekaan mustaa eikä valkoinen välttämättä valkoista. Urheilussa voi selkeästi valita puolensa ja olla toisia vastaan. Kyse on eräänlaisesta hetkellisestä irrottautumisesta sivilisaation ja sen käyttäytymismuotojen kahleista. (Koski & Latonen 1999, 10). Suuressa joukossa käyttäytymisen itsekontrolli heikkenee ja joukon vastuu ei toimi. Syntyy normittomuuden tila, joka sallii riehakkaan, arkijärjestyksestä poikkeavan käyttäytymisen erilaisine ympäristöhäiriöineen (Heinilä 2000, 289). Suomen cupin finaalissa tehdyn tutkimuksen perusteella ei aggression purkua voitu tutkia, sillä kyselylomakkeiden perusteella tämä olisi ollut vaikeaa. Suomeen on mahdollista syntyä myös oma katsomokulttuuri eurooppalaisen yleisö- ja kannattajakulttuurien perässä. Yleisön häiriökäyttäytyminen ja väkivaltaisuuDET saattavat myös nykyistä näkyvämmiin olla osa jalkapallo-ottelun

arkipäivää. Yhteiskunnan järjestysviranomaisten onkin entistä enemmän tultava väliin ja toimenpiteillään huolehdittava asianmukaisen järjestyksen säilymisestä katsomoissa ja katsomoiden ympäristössä. Tämä merkitsee samalla yhteiskunnan kontrollin lisääntymistä urheilussa ja järjestyskustannusten kasvua (Heinilä 2000, 304).

Jalkapalloa pelataan ja seurataan lähes joka puolella maailmaa. Lajin seuraajat voidaan jakaa moniin eri kategorioihin. Tutkimuksessa käydään läpi eri yleisöryhmiä, satunnaiskatsojista faneihin. Lähes jokaisella jalkapallojoukkueella on omat kannattajansa, joiden sitoutuminen ja samastuminen vaihtelevat satunnaisseuraamisesta fanaattiseen palvontaan. Tosin Suomessa vielä kovin vahvaa fanatismia esiinny. Suomalaiset jalkapalloseurat kamppailevat jatkuvasti katsojista muiden tapahtumien ja urheilulajien kanssa. Ne yrittävät luoda pysyviä asiakaskontakteja houkuttelemalla ihmiset peliin kerran ja saamaan heidät palaamaan uudelleen. Heinilän mukaan valtaosa yleisöstä hakee urheilukatsomosta viihdettä, arjesta irtaantumista, hauskaa yhdessäoloa perheen ja kavereiden kanssa, kilpailun jännitystä ja huippusuoritusten antamia elämyksiä (Heinilä 2000, 294). Tätä keskivertoyleisöä, joka ajankuluksi tai paremman tekemisen puutteessa seuraa urheilutapahtumia, voidaan kutsua satunnaiskatsojiksi. Satunnaiskatsojiksi voidaan luokitella sellaiset henkilöt, jotka käyvät muutamissa otteluissa kauden aikana. Satunnaiskatsojalla voidaan sanoa olevan joitakin jalkapallo-ottelun kanssa tasapäisesti kilpailevia vapaa-ajan viettotapoja. Satunnaiskatsojalla on tapahtumasta lievästi positiivinen kuva, ja olosuhteiden (esim. sää, varallisuus ym.) ollessa sopivat hän on valmis lähtemään otteluun. Aikaisemmin hän ei ole kokenut suuria negatiivisia eikä positiivisia yllätyksiä. (Keisala, 1999) Satunnaiskatsojissa lajia harrastaneiden määrä saattaa olla suuri, mutta lajia vähemmän tuntevia saattaa olla tässä joukossa enemmän kuin aktiivisesti lajia seuraavien joukossa. Voidaan olettaa, että lajin tuntemuksen ollessa heikompaa, tämä katsojaryhmä ei pysty arvostamaan niin paljon ottelun pelillisiä puolia kuin aktiiviset katsojat, ja tätä kautta he kiinnittäisivät suurempaa huomiota ottelun ympärillä tapahtuviin asioihin, kuten oheisohjelmiin sekä –palveluihin.

Satunnaiskatselijoiden osuus katsomoyleisön osana on viimeaikaisen markkinoinnin kehityksen seurauksena merkittävästi kasvanut (Heinilä 2000, 292). Liike-elämän väliintulon seurauksena katsomoon on tullut ns. kahden kerroksen väkeä (herrat – työläiset). Näiden ryhmien muodostamat VIP – katsomot merkitsevät samalla sitä, että yleisön joukossa on yhä enemmän ryhmiä, joiden urheilukiinnostus voi jäädä hyvinkin

pinnalliseksi ja saattaa heikentää passiivisuudellaan tavallisen katsomoyleisön tunnelmaa ja viihtymistä (Heinilä 2000, 293). Kun katsojan sidonnaisuus seuraan kasvaa, alkaa hän käydä otteluissa aktiivisemmin. Tällöin puhutaan aktiivikatsojasta. Aktiivikatsojalle ei pystytä tapahtumista välttämättä saamaan suuria positiivisia yllätyksiä, mutta toisaalta myöskään suuria pettymyksiä ei synny, sillä katsoja tietää mitä tapahtumalta voi odottaa ja on siihen tyytyväinen. Aktiiviset katsojat ovat yleensä lajia hyvin tuntevia, ja saavat pelistä enemmän irti kuin satunnaiskatsojat. He ovat myös niitä, jotka samastuvat kiinteämmin seuraan. Aktiivikatsojille itse peli on merkittävämpää, kuin sen ympärillä tapahtuva oheisohjelma. (Keisala 1996, 43-44)

Osalle urheiluyleisöstä urheilun seuraaminen on puhtaasti virkistysmuoto. Ihmiset haluavat päästä hetkeksi irti arjesta ja sen yksitoikkoisuudesta. Urheilun luoma keinotodellisuus tarjoaa mahdollisuuden hetkelliseen rentoutumiseen. Urheilun hyvänä puolenä on se, ettei katsojan tarvitse sitoutua vastoinkäymisissä, esimerkiksi häviön kohdatessa. Kosken ja Latosen mielestä katsoja voikin sitoutua halutessaan vain voittamiseen. Katsojan ei myöskään tarvitse itse kokea kipua eikä ottaa todellisia riskejä. Vaikka järjestelmän kannalta on yhdentekevää, kuka voittaa, voi yksittäisen katsojan elämysten ja viihtymisen kannalta erittäin tärkeätä olla se, että oma suosikki voittaa. (Koski & Latonen 1999, 10)

Heinilä (2000) vertaa penkkiurheilua eräänlaiseen virtuaalitodellisuuteen, koska kokemus perustuu myötäelämiseen eikä omakohtaiseen aktiiviseen osallistumiseen. Moni ns. fani elää ja rakentaa itsetuntonsa myötäelämällä suosikki-joukkueensa mukana, hän kokee menestymistä todellisessa elämässä jos oma joukkue menestyy ja kokee yhteisyyttä joukkueen kanssa ja päinvastoin tappion kohdatessa, oma itsetunto ja menestyminen heikkenee. Penkkiurheilun suosio laajenevine faniliikkeineen on oire yhteiskuntakehityksen vinosuuntauksesta: nyky- yhteiskunta ei pysty tarjoamaan kaikille aitoja osallistumismahdollisuuksia (Heinilä 2000, 304). Saksalainen sosiologi Gerhard Schulze puhuu elämysyhteiskunnasta, jossa kaikille on tarjolla osallistumismahdollisuuksia. Ihminen toimii eräänlaisena valitsijana, joka tyydyttää halut ja tarpeet valitsemalla. Valintoihin ohjaa yhteiskunta. Hyvän elämän on tarkoitus olla kiinnostavaa, kiehtovaa, jännittävää ja miellyttävää. (Schulze 1997, 47-48) Sijaismenestyminen eli menestyksen myötäeläminen on varmasti yksi penkkiurheilijan keskeisimmistä selityspenusteista. Oman joukkueen voitto kasvattaa hetkellisesti

itsetuntoa. Urheiluun liittyvän sankaripalvonnan ja fani-ilmiön juuret ovat osaltaan lähtöisin nimenomaan tästä myötäelämisen kokemuksesta (Koski & Latonen 1999, 10).

Kaikkein sitoutuneimpia kannattajia kutsutaan faneiksi. Mikä sitten on fani? Sana fani tulee englannin kielen sanasta fanatic, joka tarkoittaa innokasta ihailijaa tai intoilijaa. Fanaatikon etymologinen kantasana on latinan kielen fanaticus, joka tarkoittaa ”jumalallisen innostuksen vallassa olemista”. Tämä määritelmä vastaakin hyvin arkikokemusta faneista (Heinonen & Godenhjelm 2001b, 7). Fanit jakavat suosikkijoukkueensa ilot ja murheet ja kannustavat äänekkäästi ja näkyvästi suosikkijoukkuettaan sekä koti- että vierasotteluissa. Fanit ovat osallistumisaktiivisuudessaan, urheilutietämyksessään ja katsomoviihtymisessään muuta yleisöä edellä (Latonen & Koski 1999). Katsomokäyttäytymistä tutkineiden mukaan faniuteen voi liittyä piirteitä, jotka voivat lisätä konfliktialttiutta yleisössä, esim. huliganismia. Parhaimmillaan fanius voi luoda katsomoon viihtyisän karnevaalitunnelman, josta on monia esimerkkejä; tanskalaiset jalkapallofanit eli roligaanit, skotlantilainen Tartan Army ja hollantilaiset fanit ovat tunnettuja iloisuudestaan ja viattomasta hauskanpidosta.

Fanit eroavat toisistaan esimerkiksi erilaisten sitoutumisten, investointien, attribuointien ja menestysodotusten sekä keskinäisten ystävyysiteiden suhteen. Vahvemmin joukkueeseen ja johonkin pelaajaan samastuneet käyvät useammin kannustamansa seuran kotiotteluissa, kannustavat enemmän ja pitävät seuraamaansa lajia tärkeämpänä elämässään kuin heikommin samastuneet fanit. Joukkueeseen vahvasti samastuneet fanit ovat valmiita investoimaan suosikkijoukkueensa seuraamiseen suurempia summia rahaa kuin vähemmän samastuneet. Vahvasti joukkueeseen samastuneet uskovat suosikkijoukkueensa menestyvän tulevaisuudessa paremmin kuin heikommin samastuneet sekä uskovat enemmän pelaajien taitojen vaikuttavan otteluiden lopputulokseen. Vahvemmin joukkueeseen samastuneet pitävät muita saman suosikkijoukkueen faneja erityisempinä ja heidän ystävänsä ovat useammin myös saman suosikkijoukkueen faneja kuin heikommin samastuneiden fanien. Fanius voi siten jäsentää heidän sosiaalista elämäänsä hyvinkin paljon. Maitten välisissä kilpailuissa, kuten olympialaisissa, suosikit ovat ihmisten kiinnostuksen kohteina aika ajoin, mutta suhde seurajoukkueeseen taas voi kestää jopa läpi koko elämän ja olla yksi merkittävimmistä ihmisen ryhmäjäsenyyksistä. (Heinonen & Godenhjelm, 2001a)

Nykypäivänä oman suosikkijoukkueen tärkeys ihmisen elämässä vaihtelee paljonkin. Osa urheilua seuraavista faneista kuuluu oman suosikkijoukkueensa fan clubiin, joka seurasta riippuen tarjoaa jäsenilleen erilaisia etuisuuksia ja yhteistoimintaa. Viiden suomalaisen jääkiekkoujoukkueen ja kolmen jalkapallojoukkueen fan clubiin rekisteröityneille jäsenille tehtiin keväällä 1997 postikysely samastumisesta suosikkijoukkueeseen ja -pelaajaan. Faneista naisia oli 55 prosenttia ja miehiä 45 prosenttia. Faneista neljä prosenttia oli alle 12 -vuotiaita ja kolme prosenttia yli 50 -vuotiaita. Eniten fanien joukossa oli 16 - 17 -vuotiaita. (Godenhjelm 1998). Jalkapallon sekä jääkiekon yleisöstä yli 70 prosenttia on miehiä, ja silti edellä mainitun tutkimuksen mukaan yli puolet Fan clubien jäsenistä oli naisia. (Heinonen & Godenhjelm, 2001a) Tästä tuskin voidaan kuitenkaan vetää johtopäätöstä siihen suuntaan, että naiset olisivat enemmän samastuneita suosikkijoukkueisiinsa kuin miehet. Koska Fan clubeissa suurin ikäryhmä on 16-17-vuotiaat, voitaneen päätellä, että usein niihin kuulumisen liittyy tiettyyn nuoruuden vaiheeseen, jossa haetaan tietynlaista sosiaalista yhteenkuuluvuutta. 16-17-vuotiaat tytöt eivät kuitenkaan useimmin liene niin sanottuja ”tosi faneja”, jotka ovat kaikkein eniten suosikkijoukkueisiinsa samastuneita.

Lawrence Grossbergin (1992) mukaan löytyy sekä aktiivisia että passiivisia populaarikulttuurin kuluttajia. Urheiluyhteisöt voidaan jakaa ainakin kahteen laadullisesti toisistaan erottuvaan ryhmään. Suurempi ryhmä on se, joka vastaa kuvaa perinteisestä suomalaisen jalkapallon kannattajasta. He ovat hiljaa katsomoissa, ja seuraavat urheilua joskus paikan päällä, joskus televisiosta ja tietysti myös sanomalehdistä. Toinen ryhmä, jota Grossberg kutsuu ”todellisiksi faneiksi” on määrältään pienempi, mutta esimerkiksi jalkapallostadionilla huomattavasti näkyvämpi. Tämä ryhmä omaksuu aktiivisesti kulttuurillisia tekstejä, antaen niille uuden merkityksen. Näin fanit muodostavat populaarikulttuurin yleisön sisällä oman elitistisen ryhmän. (Grossberg 1992, 52-53) Eduardo Galeano tekee erotuksen vielä fanin ja fanaatikon välille. Hänen mukaansa fani menee kerran viikossa stadionille heiluttamaan lippuaan sekä eläytymään otteluun. Hän muuttuu osaksi suurempaa joukkoa stadionilla ollessaan. Ottelun aikana hän käyttää kannattamastaan joukkueesta nimitystä me, mutta ottelun jälkeen hän palaa takaisin joukosta omaksi itsekseen. Fanaatikoksi Galeano kuvailee ihmisen joka ei saa ajatuksiaan pois suosikkijoukkueestaan. Hänellä ei ole suhteellisuudentajua. Hän pukeutuu

joukkueensa väreihin, ja tapahtumat katsomossa ylittävät hänelle usein tapahtumat kentällä. Pelloissaan oleva mies muuttuu pelottavaksi. (Galeano 1997, 35)

2.1 Kannattajatyypit

Heinonen ja Godenhjelm jaottelevat jalkapallokannattajat viiteen luokkaan. Vaikka heidän tutkimuksensa perustuukin Suomen maajoukkueen otteluun Englannissa, voidaan luokitusta soveltaa myös kansallisiin otteluihin, vaikkakin yhden luokan olisi tähän voinut ainakin kotimaisen jalkapallon katsojien kohdalla lisätä; Tavalliset katsojat jotka tulevat yksinkertaisesti seuraamaan jalkapalloviihdettä. Tässä tutkimuksessa jätetään kuitenkin yksi osa Heinosen ja Godenhjelmin luokituksesta käsittelemättä, sillä se liittyy liian keskeisesti Englanti- Suomi maaotteluun. Käsiteltäväksi jää siis neljä luokkaa.

Tavalliset jalkapallo-fanit. – Tämän ryhmän jäsenet ovat todella sitoutuneita nimenomaan jalkapallon seuraamiseen. Heillä on suosikkijoukkue Suomessa ja usein myös Englannissa. He tuntevat hyvin kansainvälisen katsomokulttuurin merkitykset. He myös pitävät itseään kannattajien ja fanien eliittinä. He ovat seurallisia ja nauttivat jalkapallon seuraamiseen liittyvästä jännityksestä nimenomaan stadionilla. Edellä kuvatun luokan jäsenet tulevat siis katsomoon vaikka stadionilla sataisi räntää ja ilman lämpötila olisi pakkasen puolella. Heidän motiivinsa stadioneille tulemiseksi ovat jalkapallo ja seuraamansa joukkueet. (Heinonen & Godenhjelm 2001b, 28)

Hard core – kannattajat ja virtuaalihuligaanit. – Nämä kannattajat ihailevat huligaaneja ja aggressiivista uhoamista. Heitä jalkapallossa kiinnostaa erityisesti siihen liittyvä huliganismi, itse peli on vain veruke ”hauskalle”. Toisaalta he eivät välttämättä ole edes paikan päällä, vaan seuraavat ottelua televisiosta turvallisesti kotimaassa. (Heinonen & Godenhjelm 2001b, 28)

Elämys fanit – Nämä kannattajat ovat kiinnostuneita yleensä suurista urheilutapahtumista. He seuraavat urheilua laidasta laitaan, jalkapalloa, jääkiekkoa, formuloita jne. Heillä ei ole varsinaista suosikkilajia tai –joukkuetta, jonka faneja he olisivat. Yleensä he käyvät vain

suurissa urheilutapahtumissa ja esimerkiksi veikkausliiga ei heitä vähäisen yleisön ja suosion takia kiinnosta. (Heinonen & Godenhjelm 2001b, 29)

Tunnelman pilaajat. Tähän ryhmään kuuluu erilaisia jalkapallon kvasi-tietäjiä ja nojatuolimanagereita, jotka ovat aina perusnegatiivisia oman joukkueen menestyksen suhteen, eivätkä uskalla nauttia katsomon tunnelmasta, vaan pikemminkin pilaavat myös muiden tunnelman. (Heinonen & Godenhjelm 2001b, 29). Kyseinen ryhmä antaa perinteisen kuvan suomalaisesta jalkapallokatsomosta. Stadioneille tullaan usein nauttimaan muiden epäonnistumisista ja suomalaisen ”potkupallon” haukkumisesta

Näihin edellä mainittuihin neljään ryhmään ei kuitenkaan kannata suhtautua turhan kriittisesti. Etenkin kaksi ensin mainittua ryhmää sisältävät jalkapalloon vahvasti sitoutuneita ihmisiä ja muodostavat eräänlaisen alakulttuurin yleisön joukossa. Näihin ryhmiin kuuluvat ihmiset kansallisessa jalkapallo-ottelussa voidaan laskea kahden käden sormin. Varsinkin virtuaalihuligaanit ovat todella marginaalinen ryhmä. Elämysfanit ja tunnelmanpilaajat voidaan jakaa tavallisiin katsojiin jotka tulevat hakemaan katsomaan peliä erinäisistä syistä ja muodostavat valtaosan yleisöstä. Tunnelmanpilaajia löytyy varmasti lähes jokaisesta suomalaisesta urheiluyhteisön joukosta.

2.2 Jalkapallokannatus Skandinaviassa

Jalkapallo saapui pohjoismaista ensimmäisenä Tanskaan, johon laji oli tullut pysyäkseen jo selvästi ennen 1900-luvun vaihdetta. Tanskalaista jalkapalloa arvostettiin tuolloin esimerkiksi Englannissa sekä pelillisesti, että yleisön käyttäytymiseltään. Katsojat osoittivat otteluissa suosiotaan, mutta tekivät sen arvokkaasti pitäen suurimmat tunnekuohut sisällään. Ottelutapahtumia kuvaa hyvin se, että paikalla oli myös paljon naisia, ja jopa kuninkaallinen perhe kävi seuraamassa lajia paikan päällä. Tanskalaista yleisöä kuvattiin asiantuntevaksi, herrasmiesmäiseksi sekä reiluksi. Järjestyshäiriöitä otteluissa syntyi erittäin harvoin. Englannissa pohjoismainen jalkapallo yleisöineen edusti lajin ”hyvää” puolta, kun vastaavasti Keski- ja Etelä-Euroopan peliä kammoksuttiin. Toisaalta jo 1900-luvun alkupuolella Britanniassa huomioitiin pohjoismaalaisten vaisu eläytyminen peliin. Vuonna 1918 brittiläisessä sanomalehdessä ihmeteltiin, missä

stadioneilla oli katsojien äänekkäs kannustaminen joka yhdistää yleisön sekä pelaajat 90 minuutin ajaksi. Englantilaisten mielestä eri katsomonosien vitsailu kuului osana jalkapallon todelliseen olemukseen, ja oli ”pelin hengen” vastaista kieltää fanien kannustushuudot katsomoissa, mitä esimerkiksi Tanskassa joskus tapahtui. (Andersson & Radmann 1996)

Tanska pelasi vuosia kansainvälistä jalkapalloa ilman suurempaa menestystä. Lopulta 1980-luvulla alkoi maalle tulla menestystä, ja vuonna 1992 maa voitti sensaatiomaisesti jalkapallon Euroopan mestaruuden. Kentän ulkopuolella Tanskan jalkapallo sai myös jatkuvasti positiivista julkisuutta iloisen kannatuksensa johdosta. Tanskalaiset fanit ovatkin kulkeneet 1980-luvusta lähtien nimellä Ruligaanit. Nimi juontaa sanasta huligaani, jota pidetään jalkapallossa katsomokulttuurin suurimpana vitsauksena. Ruligaanit ovat siis huligaanien vastakohta, ja heidän tavaramerkkinään on juhliminen ilman väkivaltaa. Vuonna 1988 Saksassa järjestettyjen Euroopan mestaruuskilpailujen aikana tanskalaisia ja englantilaisia katsojia verrattiin toisiinsa, ja huomattiin, että ryhmien sosio-ekonomisessa asemassa oli huomattavia eroja. Englantilaisista suuri osa oli työttömiä ja vähän koulutettuja, kun tanskalaiset olivat keskimäärin hyvin koulutettuja ja työllistettyjä. Tanskalaiset olivat myös keskimäärin noin kahdeksan vuotta vanhempia kuin englantilaiset, ja käyttivät noin puolet enemmän rahaa. Naisia tanskalaisten joukossa oli myös huomattavasti enemmän.

Ruotsin kansallisessa sarjassa pelattiin 1900-luvun alkupuolella paljon paikallisotteluita, joissa tunnelma nousi usein kiihkeäksi. Maan lehdistö alkoi aluksi osoittaa huolestuneisuutta yleisön käyttäytymisestä, sillä sitä pidettiin liian äänekkäänä sekä yksipuolisena. Osa lehdistöstä oli sitä mieltä, että kannustamisen täytyy tapahtua puolueettomasti molemmille joukkueille pelaajien onnistuessa hyvissä suorituksissa. Suurin osa lehdistöstä alkoi kuitenkin vähitellen hyväksyä omien suosikkien kannustamisen. Nuorten katsojien innokkuutta alettiin pitää arvokkaana ottelutapahtumille, mutta edelleen kannustamisessa tuli muistaa ”hyvä maun” rajat. Yleisesti ottaen 1900-luvun alun Ruotsin katsomoissa tunnelma kohosi usein erittäin kiihkeäksi, ja jo vuodesta 1913 stadioneilla esiintyi usein ”huutosakkeja”. Maassa kuuluisaksi nousi ensimmäiseen Tanska-maotteluun kehitetty kannatuslaulu: ”*Heja grabbar, friskt humör, det är som susen gör. Sverige, Sverige, Sverige*”. (Andersson & Radmann 1996)

Ruotsalaiseen jalkapallokulttuuriin kuului siis jo 1900-luvun alkupuolella kannattajaryhmien laulu, joka on vasta lähes vuosisata myöhemmin ilmaantunut Suomen kansallisen tason otteluihin. Myös muualla Euroopassa ihasteltiin, ja toisaalta usein myös kauhisteltiin ruotsalaisten kannattajien äänekkästä käyttäytymistä. Ruotsissa maaotteluiden lisäksi myös kansallisen tason ottelut ovat perinteisesti vetäneet yleisöä. Parhaimmillaan Ruotsissa pelattujen Maailmanmestaruuskilpailujen aikoina 1958, ruotsin pääsarjan katsojakeskiarvot nousivat jopa 13000 tuhanteen. Tämän jälkeen alkoi kuitenkin laskusuhdanne, ja 1970-luvulla pelattiin usein jo lähes tyhjille stadioneille. Maassa alkoi myös uudenlainen fanikulttuuri, kun englantilaisia otteluita alettiin lähettää suorana televisiosta. 1990-luvulla Ruotsissa alkoi jälleen uusi jalkapallobuumi, ja useat seurat ovat tekemässä kaudelle 2002 uusia kausikorttien myyntiennätyksiä. (Lindmark, 2002)

Suomalaisessa seurajalkapallossa ei ole syntynyt vastaavanlaista kannattajakulttuuria kuin esimerkiksi Ruotsissa. Myöskään tutkimuksia ei aiheesta ole Ruotsin ja Tanskan lailla tehty. Suomalaisia jalkapallokannattajia ei pidetä yleisesti kovin seura-samastuneina, ja kannattajia ei olla usein kuvattu sanalla fani. Suomalaisen kannattajan kuvaksi ei siis ole yleisellä tasolla muodostunut intohimoista jalkapalloseuran ”fania”, vaan pikemminkin henkilö, joka tulee seuraamaan ”oman kylän” joukkuetta. Fanit ja fanius ilmiönä ovat Suomessa vasta viime vuosina saavuttaneet joukkueurheilussa sellaisen kehitysasteen että myös kilpailutoiminnasta vastaavat seurat ja liitot ovat alkaneet kiinnittää ilmiöön huomiota. (Heinilä 2000, 295) Suomessa fan clubit ovat hyvinkin tuore ilmiö. Muutamalla jääkiekkjoukkueella oli oma fan clubinsa jo 1980-luvulla, mutta vasta 1990-luvulla ja varsinkin vuoden 1995 Suomen jääkiekon maailmanmestaruuden jälkeen fan clubeja syntyi yhä useamman seuran ympärille. Jalkapallon kohdalla fan clubeja on ollut selvästi vähemmän ja vuoden 1996 Veikkausliigan joukkueista vain kolmella oli oma fan clubinsa. Tämän jälkeen on jalkapallojoukkueiden fan clubeja tullut lisää, myös alempien sarjojen joukkueiden pariin. (Godenhjelm 1998) Fan club toiminta on siis kasvamaan päin Suomessa, ja tulevana vuosina niiden suosio tulee varmasti kasvamaan nykyisestään. Suomessakin on potentiaalista jalkapalloyleisöä, mutta usein pääkiinnostuksen kohteena on maajoukkue ja jokin Euroopan huppuseura esimerkiksi Englannista. Suomessa urheilu on kytketty varsin voimakkaasti kansallisen identiteetin kertomukseen. Kansallisen identiteetin kertomus selittää osaltaan maajoukkueemme viime aikaiset katsojaluvut. Suomen cupissa kilpailevat kuitenkin seurat, joten kansallisen itsetunnon hakeminen ei kuulu kilpailun ideologiaan.

3 CUP KILPAILUT

Lähes jokaisessa Euroopan maassa pelataan kansallisesta jalkapallomestaruudesta. Mestaruus ratkaistaan vuosittain sarjajärjestelmällä. Tämä tarkoittaa sitä, että mukana on maasta riippuen 10- 20 joukkuetta, jotka pelaavat kukin vähintään kerran vastakkain. Tästä erillään pelataan myös lähes jokaisessa Euroopan valtiossa cup kilpailu, johon saa osallistua periaatteessa mikä tahansa rekisteröity jalkapallojoukkue. Esimerkiksi Suomen cupissa oli vuonna 2001 mukana 274 joukkuetta. Cupin hienoutena pidetään usein juuri sitä, että alemmalla sarjatasolla pelaavat joukkueet pääsevät pelaamaan ylemmän tason joukkueita vastaan. Jalkapallon cup-ottelut pelataan yleensä yksiosaisena. Joukkueen kerran hävitessä se on ulkona kilpailusta. Joskus, kuten esimerkiksi eri Euroopan maiden seurajoukkueiden välisissä kilpailuissa, pelataan kahdesti vastakkain, jolloin kahden ottelun yhteistulos ratkaisee voittajan. Suomen cupin järjestelmä noudattaa kuitenkin yksiosaista pelitapaa. Jokaisen ottelun jälkeen on kilpailussa mukana yksi joukkue vähemmän. (Suomen Palloliitto 2001) Cup järjestelmä sopii hyvin jalkapalloiluun. Jalkapalloilussa tasoerot eivät eri sarjoissa pelaavien joukkueiden välillä muodostu kovin suuriksi ja sattuma sekoittaa usein todennäköisyyslaskelmat, jolloin alemman sarjataso joukkueillakin on menestysmahdollisuus.

3.1 Englannin cup

Englannin cupin juuret juontavat 1800-luvun lopulle Lontooseen. Ensimmäinen cup kilpailu järjestettiin Englannissa vuonna 1871. Viisitoista vuotta aikaisemmin oli laadittu jalkapallon ensimmäiset säännöt Cambridgen yliopistossa (Eskola 1998, 22). Mukana oli kaikkiaan viisitoista joukkuetta, ja marraskuun yhdestoista päivä 1871 pelattiin historian ensimmäiset Englannin cupin ottelut. Otteluja pelattiin Lontoossa ja Berkshiressä. Kyseisen kilpailun huipennus, eli finaali, pelattiin 16 maaliskuuta 1872 Kensingtonissa. Tuolloin paikalle saapui noin 2000 katsojaa, eli määrä joka vastaa lähes Suomen pääsarjan katsojakeskiarvoja nykypäivänä (Suomen Palloliitto 2001, 265). Englannin cupin pitkää

historiaa tarkasteltaessa voi helposti ymmärtää, miksi cup kilpailu on noussut erittäin merkittävään asemaan maan kulttuurissa. (Collett 1993, 1-4)

Vuonna 1923 Englannin cupin finaali pelattiin ensimmäistä kertaa Wembleyn stadionilla Lontoossa. Tapahtumasta muodostui pysyvä traditio, sillä vuoteen 2000 asti cupin finaali pelattiin joka kevät tuolla kuuluisalla stadionilla. Vuonna 2001 stadionia alettiin remontoida, mikä tiesi tapahtuman siirtämistä väliaikaisesti Cardiffiin, Walesiin. (Krysstal 2001) Nykyään Englannin cupin finaali tunnetaan lähes joka puolella maailmaa, ja pääsylippujen kysyntä on valtaisa. Huolimatta siitä, ketkä finaalissa ovat vastakkain, on ottelu Englannin jalkapalloliiton mukaan suurin vuosittain pelattava yksittäinen jalkapallo-tapahtuma Englannissa yleisömäärien noustessa yli 50 000. (Englannin Jalkapalloliitto 2001)

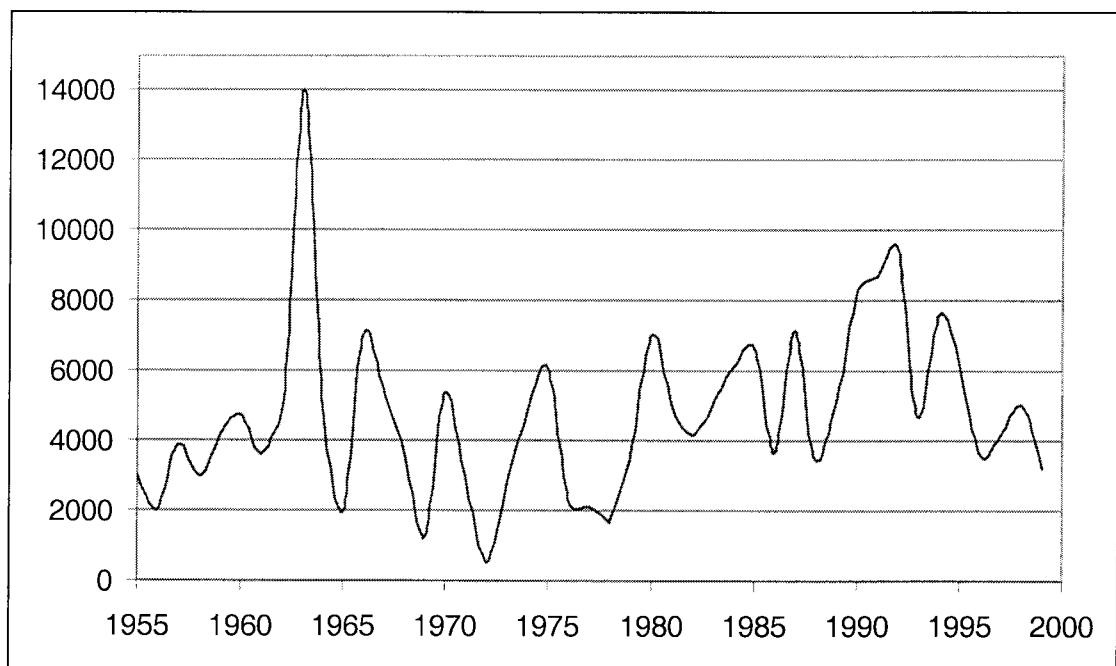
Tutkimus ei varsinaisesti käsittele Englannin jalkapalloa tai sen cup kilpailua. Tästä huolimatta Englannin cupin historian käsitteleminen on olennaista, sillä juuri Englannista Suomen-, ja monen muun maan jalkapalloliitot ovat ottaneet mallin cup kilpailua perustettaessa. Suomen ja Englannin cup kilpailujen vertaaminen olisikin turhaa, sillä Englannissa jalkapallo on olennainen osa nyky-yhteiskuntaa, kun se Suomessa on vain peli muiden joukossa (Eskola 1998, 16). Englannissa esimerkiksi kirkko ja koululaitos ovat olleet merkittäviä vaikuttajia jalkapallon kehityksessä yhteiskunnassa ja päinvastoin myös jalkapalloa on käytetty kasvatusmetodinä kouluissa ja monet seurat ovat kirkkojen perustamia.

3.2 Suomen cup

Suomen jalkapallomaajoukkue on pelannut jo noin kaksi vuotta lähes poikkeuksetta loppuunmyydyille katsomoille. Voidaan siis syystäkin asettaa kysymys, onko Suomen cupilla, tai ainakin sen finaalilla, mahdollisuuksia nousta maassamme nykyistä merkittävämmäksi yleisötapahtumaksi. Maaottelut osoittavat, että potentiaalista jalkapallo-yleisöä Suomessa löytyy. Ongelma onkin siinä, miten nämä ihmismassat löytäisivät myös kansallisen tason tapahtumiin. (Suomen Palloliitto 2001, 68-69) Suomessa maan jalkapallomestaruudesta on pelattu vuodesta 1908. Vaikkakin

ensimmäiset 21 kertaa vuoteen 1930 (1914 ei maailmansodan takia pelattu) Suomenmestaruudesta pelattiin cup-systeemillä, ei kilpailua kuitenkaan pidetä Suomen cupin edeltäjänä. Itse Suomen cup pelattiin ensimmäisen kerran vuonna 1955, eli vasta 47 vuotta sen jälkeen, kun maamme mestaruus ratkaistiin ensimmäisen kerran cup-systeemillä. Ensimmäisessä cup-finaalissa 20.11.1955 pelasivat Juuso Waldenin lahjoittamasta Antero Nymanin nimeä kantavasta cup-kannusta Valkeakosken Haka ja Helsingin Palloseura. Katsojia Helsingissä pelatussa ottelussa oli 3021, ja mestaruuskannu matkasi Hakan mukana Valkeakoskelle. (Suomen Palloliitto 2001, 351)

Vuoden 1955 jälkeen cup-finaali on pelattu vuosittain. Katsojamäärät ovat vaihdelleet rajusti. Vuonna 1972 cup-finaalia seurasi paikanpäällä 528 ihmistä, kun vuonna 1963 paikalla oli 14 052 katsojaa. Keskimäärin Suomen cupin finaaleita on vuodeta 1955 seurannut paikanpäällä 4680 katsojaa. (Suomen Palloliitto 2001, 351) (Kuvio 1)



Kuvio 1. Jalkapallon Suomen Cupin finaalin katsojamäärät vuosina 1955-1999

3.3 Suomen cupin finaali 2001

Suomen cupin finaali oli tarkoitus pelata Helsingin Finnair Stadiumilla 10.11. Ottelupäivänä jäinen kenttäpinta osoittautui pelaajille vaaralliseksi, joten ottelu peruttiin. Suomen Palloliiton samana päivänä pitämän kokouksen jälkeen ottelu päätettiin järjestää Tampereella vain kaksi päivää edellisestä. Finaalissa pelasivat vastakkain helsinkiläinen Atlantis FC ja Suomen mestaruuden vain kaksi viikkoa aikaisemmin varmistanut Tampere United.

Molemmat seurat nousivat jalkapallon Veikkausliigaan kaudeksi 2001, ja myös Suomen cupin finaali oli seuroille ensimmäinen. Tampere United syntyi 1998 kahden perinteikkään tamperelaisseuran yhdistyessä. Tampereen Palloveikkojen ja Tampereen Ilveksen johtohenkilöt perustivat seuran, joka kahdessa vuodessa nousi ensimmäisestä divisioonasta Veikkausliigaan. Siten seuran historia on lyhyt. Tästä huolimatta joukkueen ensimmäisellä Veikkausliigakaudella sen otteluiden katsojakeskiarvo oli liigajoukkueista toiseksi suurin. Myös Atlantis FC perustettiin 1990-luvulla. Seura ei noussut pääkaupunkiseudulla yhtä suosituksi kuin United Tampereella. Tähän suurimpana syynä lienee se, että Tampere United on Tampereen ainoa pääsarjaseura, kun vastaavasti Helsingistä pelasi kaudella 2001 kolme seuraa Veikkausliigassa. Siten Tampere Unitedilla oli helpompi luoda suhteita faneihin ja sponsoreihin kuin Atlantiksella, joka talousongelmiensa seurauksena menetti paikkansa kauden 2002 Veikkausliigassa.

Suomen mestaruuden yllättäen voittanut Tampere United herätti kotikaupungissaan kiinnostusta, sillä heillä oli mahdollisuus harvinaiseen ”tuplaan” (samalla kaudella Veikkausliigan mestaruus ja Suomen cupin voitto). Suomen cupin finaaliin oli saapunut yli kolme tuhatta Unitedin kannattajaa. Myös Atlantikselta oli paikalle saapunut kannattajaryhmä, mutta selvä enemmistö yleisöstä kannatti tamperelaisjoukkuetta. Helsingissä pelattuun otteluun oltiin myyty etukäteen satoja pääsylippuja, jotka kelpasivat myös Tampereelle. Kaiken kaikkiaan Tampereen Tammelan stadionille saapui 3820 katsojaa. Ilmanlämpötila oli Tampereella edelleen vain hieman yli nolla astetta, mutta tällä kertaa kenttä oli pelikelpoinen. Tammelan stadion jakautuu neljään eri katsomoon. Pääkatsomoon, jossa istuivat myös monet Palloliiton vapaakorttilaiset sekä kutsuvieraat, saapui noin 1600 katsojaa. Siellä vallitsi varsin perinteinen suomalainen urheilukatsomon tunnelma; ihmiset istuivat hiljaa ja taputtivat ainoastaan hyvälle suoritukselle tai maalin

synnyttyä. Loput kolme katsomoa Tammelan stadionilla olivat numeroimattomia. Kyseisiin katsomoihin lipun ostaneet saivat valita istumapaikkansa sieltä, mistä tilaa löytyi. Ainoastaan molempien joukkueiden kannattajayhdistyksiin kuuluville oli osoitettu erilliset osat katsomoista. Näissä katsomonosissa kannustettiin joukkueita melko äänekkäästi, mutta kaikkiaan tapahtuman tunnelma ei eronnut merkittävästi Tampere Unitedin Veikkausliigan kotiotteluista. Suomen A-maaotteluihin verrattuna tunnelma oli vaisu.

4 PENKKIURHEILU

Suomalaisten ajankäyttöä tutkii tilastokeskuksen tekemä ajankäyttötutkimus, jossa otoshenkilöiden vuorokautista ajankäyttöä on seurattu varsin tarkasti (Niemi & Pääkkönen 2001). 20 vuoden aikana tilastokeskus on tehnyt kolme vastaavanlaista tutkimusta, joiden viesti on varsin selvä: muutokset vuorokautisessa ajankäytössä ovat varsin pieniä. Ansiotyöhön, kotityöhön, lepoon ja vapaa-aikaan on vuonna 1979 käytetty likimain yhtä paljon aikaa kuin vuonna 1999. Suurimmat muutokset löytyvät vapaa-ajan puolelta. Television katselu on 1990-luvulla lisääntynyt 19 minuutilla, ja muuhun vapaa-aikaan käytetty aika on vähentynyt 30 minuutilla. Myös lepoon ja ruokailuun käytetty aika on lisääntynyt. Muut muutokset menevät sukupuolten osalta ristiin. Kotityöhön käytetty aika on lisääntynyt miehillä ja vähentynyt naisilla. Vastaavasti ansiotyöhön käytetty aika on lisääntynyt naisilla ja vähentynyt miehillä. Muutokset ovat kuitenkin varsin pieniä, alle 10 minuutin suuruisia. Vapaa-ajan määrä on kasvanut tunnin viikossa 1980-luvun lopusta. Miehillä on kolme tuntia enemmän vapaa-aikaa viikossa kuin naisilla.

Television katsomisen lisääntymisen myötä myös urheilun katsomiseen käytetty aika on lisääntynyt. Prosentuaalisesti urheilun tarjonta ei ole muuhun ohjelmistoon verrattuna merkittävästi kasvanut. Tästä huolimatta televisiolähetysten kokonaismäärän lisääntymisen, sekä uusien televisiokanavien ja satelliittiyhteyksien myötä urheilun tarjonnan volyyymi on lisääntynyt. (Vainikka 2002) Tässä luvussa käsitellään penkkiurheilua syvemmin, sekä pohditaan televisiourheilun ja paikanpäällä seuratun urheilun välistä suhdetta.

Urheilukilpailuissa yleisöllä on usein suuri rooli. Huippu-urheilun ei olisi mahdollista toimia nykyisessä muodossaan ilman kenttien sekä television äärellä seuraavia ihmisiä. Urheilukilpailuihin osallistumista katsojana kutsutaan penkkiurheiluksi, jota on perinteisesti pidetty lähinnä vain ajankuluna. Yleisön roolin kasvaessa urheilumaailmassa on penkkiurheilukin alettu mieltää uudella tavalla. Pauli Vuolle käsittelee penkkiurheilua passiivisena harrastuksena ja luonnehtii aktiiviseksi liikuntaharrastukseksi vain omakohtaisen liikunnan (Vuolle 1986). Toisaalta hyvässä jalkapallokatsomossa passiivisen todistamisen sijasta katsoja voi toimia aktiivisena osallistujana kannustamalla

omaa joukkuetta. Vuolle jakaa penkkiurheilun kahteen kategoriaan sen mukaan, tapahtuuko seuraaminen paikan päällä itse kilpailutapahtumassa, vai joukkotiedotusvälineiden välityksellä jossain muualla. Paikan päällä tapahtumaa seuraava harrastaa ”ulkopenkkiurheilua” huolimatta siitä, tapahtuuko itse kilpailu sisä- vai ulkotiloissa. Kotisohvalla tai esimerkiksi Internetin ääressä urheilua seuraavat harrastavat sisä- tai kotipenkkiurheilua. (Vuolle 1986)

Koska koti- ja ulkopenkkiurheilu ovat osittain keskenään kilpailevia viihteen muotoja, ei ole todennäköistä, että jälkimmäinen laajentuisi kovinkaan helposti tarjonnan kasvaessa. Jo 1980-luvulla huolestuttiin sisäpenkkiurheilun laiskistavan ihmiset television ääreen ja autioittavan urheilukatsomot paikan päällä (Vuolle 1986). Urheilujärjestöjen kokemukset ovatkin osoittaneet, että televisio-penkkiurheilu verottaa helposti yleisöä kilpailukatsomoista. Ongelma kuitenkin vaihtelee urheilulajeittain (Heinilä 2000, 289). Pasi Kosken ja Henri Latosen suomalaisen jalkapalloyleisön keskuudessa tehdyn tutkimuksen mukaan kolme neljästä jalkapalloa paikanpäällä seuraavasta viihtyy huomattavasti paremmin paikan päällä kuin televisiota katsoen. Eroja syntyi hieman kuitenkin väestöryhmittäin, ja vahvimmin television ääressä viihtyvät ikääntyneemmät katsojat (Koski & Latonen 1999, 48). Tämän perusteella voidaan ajatella, että televisio autioittaa Suomessa katsomoita perinteisissä suomalaislajeissa, kuten hiihdossa sekä yleisurheilussa, sillä niissä katsojat ovat keskimäärin huomattavasti vanhempia kuin esimerkiksi palloilulajeissa (Heinonen & Godenhjelm 2001a, 54). Tehokkaan tiedonvälityksen ansiosta urheilutapahtumat ovat kuitenkin kasvaneet entistään suuremmiksi ja suuren yleisön kiinnostus niitä kohtaan on lisääntynyt (Heinilä 2000, 302).

Urheilua seuraavasta yleisöstä on tullut huippu-urheilun elinehto. Urheilujohtajille tehdyssä tutkimuksessa kysyttiin yleisön merkitystä urheiluun. Yli 90 prosenttia vastanneista piti yleisön kannatusta ja tukea liikunnalle ja urheilujärjestöille välttämättömänä elinehtona. Lisäksi yli 70 prosentin mielestä yleisö tekee itse urheilun mielekkääksi ja ilman sitä urheilu olisi kuollutta. Kuitenkin 47 prosenttia vastaajista suhtautui kielteisesti ajatukseen ”yleisön pyyteiden ja odotusten” huomioonottamisesta urheilujärjestöjen toimintaperiaatteissa. (Heinilä & Kiviaho1970, 23)

4.1 Penkkiurheilun historiaa

Penkkiurheilun historiaa on tukittu jonkin verran. Penkkiurheilu kytkeytyy erittäin läheisesti yhteen muun urheilun kanssa, sillä niin kauan kuin urheilukilpailuja on järjestetty, paikalla on myös ollut katsojia. Heinilän mukaan varsinainen penkkiurheilu kehittyi jo muinaishelleenien kisoissa antiikin Kreikassa (Heinilä 2000, 287). Tässä yhteydessä ei tosin voida puhua penkkiurheilusta. Urheilun seuraaminen oli enemmänkin uskonnollinen rituaali (Heinonen 2000)

Useat nykyaikaiset urheilulajit alkoivat kehittyä 1800-luvun Englannissa. Alussa yleisötapahtumat urheilussa olivat vielä harvinaisia varsinkin Lontoon ulkopuolella. Vaikka hevoskilpailuja, rahastatappeluja ja kriketti-otteluita järjestettiin, ei mitään säännöllistä urheilutapahtumaa ollut yleisölle tarjolla. Varsinkin työväenluokan keskuudessa penkkiurheilu kasvoi hitaasti, sillä vaikka 1820-luvulta lähtien teollisuustyöntekijät alkoivat ansaita jonkinlaista toimeentuloa, tarvittiin lisää taloudellista kasvua sekä enemmän kulutuspääomaa, ennen kuin säännöllinen penkkiurheilu alkoi kehittyä. Lopulta 1830-luvulla nähtiin englantilaisessa urheilussa suuri muutos. Syinä tähän pidetään rautatieverkoston laajenemista, sekä työväenluokan tulotason parantumista. Urheilutapahtumista tuli työväenluokan keskuudessa nopeasti suosittuja vapaa-ajanviettotapahtumia, ja paikan päälle matkustettiin usein tarkoitusta varten järjestetyillä erikoisjunilla. Työväenluokan tulotason paraneminen mahdollisti sen, että rahaa voitiin käyttää myös vapaa-ajan harrastuksiin. Vielä 1800-luvun puolivälissä ei urheilutapahtumissa yleensä peritty pääsymaksuja, mutta matkustaminen, vedonlyönti sekä virvokkeet kuluttivat urheilua seuraavan yleisön varoja. (Dunning 1996)

Englannissa penkkiurheilu alkoi saavuttaa suurta suosiota 1800-luvun lopulla. Urheilukilpailuihin ei enää välttämättä päässyt ilmaiseksi, mutta silti tapahtumat houkuttelivat kymmeniätuhansia katsojia. Esimerkiksi jalkapallon sarjaotteluita tai tärkeitä cup-otteluita saapui seuraamaan usein 20 000 - 30 000 ihmistä. Yleisöurheilusta tulikin eräs myöhäis-viktoriaanisen ajan taloudellisista menestystarinoista saarivaltakunnassa. Joka puolella Englantia alettiin rakentaa stadioneita eri urheilulajeja varten, ja rahaa kerättiin sisäänpääsymaksuilla. Rautatieverkostojen leviämisen, ja tulojen kasvun lisäksi tärkeimmät syyt muutoksille olivat kaupungistuminen sekä lauantai-iltapäivän

muuttuminen vapaaksi työstä. Kaupungistumisen myötä urheilua tarjoavat saivat keskittyneemmän markkinointikohteen, samalla myös rautatieverkostojen kehitys kohensi penkkiurheilun asemaa. (Vamplev 1988) Ihmisten vapaa-aika kasvoi, kun lauantai-iltapäivät pyhitettiin vapaa-ajan toiminnoille. Lauantaista tuli päivä, jota työmiehet odottivat innolla, sillä silloin heillä oli ”mahdollisuus nauttia vapaa-ajasta”. Monien ihmisten lauantaivapaita hallitsi talvikuukausina jalkapallo (Walvin 1991, 53). Lauantaista muodostuikin jalkapallossa yleinen pelipäivä jo 1900-luvun alussa, samalla osaa työväestö pidettiin poissa pubeista ja monilta sosiaalisilta konflikteilta vältyttiin. (Heinonen 2000) .

4.2 Penkkiurheilun kasvava suosio

Penkkiurheilun suosion kasvu ja huippu-urheilun muuttuminen viihdeteollisuudeksi ovat olleet osaltaan muuttamassa koko nykyurheilun luonnetta. (Heinilä 2000) Yleisöä pidetään usein jo tärkeämpänä kuin itse urheilijoita, sillä sen olemassaolo on huippu-urheilulle elintärkeää. Ilman yleisöä eivät esimerkiksi MM-kisat tai Olympialaiset olisi lähellekään nykyisen kaltaisia spektaakkeleita. Heinosen mukaan urheilun muuttuessa median ylittäväksi kansanjuhlaaksi, huomattiin että on todellakin olemassa yleisöä, jolla on keskeinen osa urheilussa. (Heinonen & Godenhjelm 2001b, 11.) Nykyään puhutaankin jo yleisesti, että ”vanhan hyvän ajan urheilu” on lähes väistynyt nykyaikaisen ja markkinointihenkisen urheilun alta. Tämä ei koske ainoastaan yleisöurheilua, vaan koko urheilun kirjoa on alettu kaupallistamaan. Urheilusta on tullut kauppatavaraa, viihdettä sekä bisnestä, jossa urheilijat ovat myyviä mainosnukkeja. Urheilutuotteita on alettu kehittää muiden kaupallisten tuotteiden tapaan, ja sillä on oma markkina-arvonsa. Urheilu tarjoaa tuhansia ja tuhansia erilaisia tuotteita, joiden kirjo vaihtelee lasten hiihtokilpailuista jalkapallon MM-kisoihin. (Alaja 1999, 17)

Kun penkkiurheilu alkoi Suomessakin kasvaa merkittäväksi osaksi urheilua, monet pelkäsivät sen vieroittavan ihmisiä aktiivisista, omakohtaisista liikuntaharrastuksista. Heinilän (1986) mukaan tutkimukset ovat kuitenkin osoittaneet pelon turhaksi. Aktiiviset urheilun harrastajat käyttävät aikansa myös penkkiurheiluun, mutta se ei vaikuta merkittävästi heidän omaan urheiluaktiivisuuteensa. (Heinilä 1986, 33-42) Jo vuonna 1959 Heinilä kirjoitti, että omakohtaisen urheiluharrastuksen voimistuminen ja leviäminen

kaikkiin väestökerroksiin saattaa olla edellytyksenä penkkiurheilun suosion kasvulle, sillä ne elämykset, kokemukset ja eri lajien tuntemus, joita saadaan omakohtaisesta urheiluharrastuksesta, saattavat olla juuri perustana penkkiurheilun nautittavuudelle ja puoleensavetävyydelle. (Heinilä 1959, 75)

Nykypäivänä penkkiurheilijalla alkaa olla lähes rajattomat mahdollisuudet seurata urheilua, niin paikanpäällä kuin televisiosta. Varsinkin suurimmissa lajeissa tapahtumia on jatkuvasti, ja jos ei kotikylän ottelut kiinnosta, voi mennä kotisohvalle television ääreen seuraamaan tapahtumia, jotka tulevat eri puolilta maailmaa. Vuonna 1986 Suomen Palloliitto ilmoitti, että sen alaisuudessa pelataan vuosittain noin 7000 ottelua, eli keskimäärin kaksikymmentä päivässä (Vuolle 1986). 2000-luvulla ovat ottelumäärät kasvaneet tästä huomattavasti. Tapahtumista on myös tullut kansainvälisesti kiinnostavampia. Yhä useammin Suomeenkin saapuu kansainvälisen tason huippunimiä, joiden kasvot ja urheilutaidot ovat tulleet tutuiksi lajia seuraaville penkkiurheilijoille televisioruudun välityksellä. Urheilun kansainvälistymisen myötä myös penkkiurheilu on kansainvälistynyt, sillä tiettyjen kansainvälisten urheilun seuraamisen mallien on havaittu rantautuneen myös suomalaisen urheiluyhteisön kannattajakulttuureihin. (Heinonen & Godenhjelm 2001a, 11)

5 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA MENETELMÄT

Tutkimuksen aiheena on jalkapallo-ottelu yleisötapahtumana. Kyseessä on tapaustutkimus Suomen cupin finaalista. Päättutkimusongelmiksi muodostui kolme kysymystä. Ensimmäiseksi pääongelmaksi nousi kysymys miksi cupin finaali kärsii yleisön kiinnostuksen puutteesta. Ovatko syyt vähäisiin katsojamääriin itse lajissa tai tapahtumassa? Toisena päättutkimusongelmana on selvittää minkälainen Suomen cupin finaalin yleisö on sosiodemografisilta tekijöiltään. Keitä ovat ne ihmiset, jotka tulevat seuraamaan tapahtumaa paikan päälle? Kolmantena päättutkimusongelmana on saada selville mitkä ovat ne syyt jotka saavat ihmiset tulemaan otteluun, ja mikä saa heidät viihtymään tapahtumassa? Kuinka tärkeä on tapahtuma pelin ympärillä? Tulevatko ihmiset seuraamaan itse ottelua vai nousevatko puitteet ja oheispalvelut itse jalkapalloa tärkeämmiksi? Euroopassa faneihin ja kannattajaryhmiin on kohdistunut paljon huomiota. Tutkimuksessa selvitetään jonkin verran kannattajayhdistystoimintaa ja sitä, miten tämä ryhmä eroaa muusta yleisöstä.

Tutkimuksen aineisto koostuu Suomen cupin finaalisissa Tampereen Tammelan stadionilla suoritetusta yleisökyselystä. Yleisökysely sisälsi saatekirjeen lisäksi kuusi sivua kysymyksiä, jotka olivat pääasiassa monivalintakysymyksiä sekä muutamassa lisänä avoin perustelumahdollisuus. Saatu aineisto ajettiin SPSS PC+ tietokoneohjelmalle, jonka jälkeen tulokset taulukoitiin Microsoft Exel ohjelmalla. Tuloksia taulukoitiin suorista jakaumista ja verrattiin keskenään. Tavoitteena oli 50 prosentin palautus yleisölle jaetuista lomakkeista. Tavoite ylittyi reilusti, sillä 600 lomakkeesta palautettiin 484, jolloin palautusprosentiksi saatiin 81. Lopulliseksi otokseksi tuli siis 484, joka oli 13 prosenttia paikalla olleesta yleisömäärästä. Kaikkiaan Tammelan stadionilla ottelua seurasi Palloliiton ilmoituksen mukaan 3820 henkilöä. Näyte mahdollistaa hyvinkin luotettavien analyysien tekemisen aineistosta.

Kyselylomaketta testattiin pilottina Jyväskylän Yliopiston Liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen Pro gradu seminaarissa 30.10.2001. Paikalla oli 14 opiskelijaa täyttämässä kyselyjä ja arvioimassa lomakkeen toimivuutta. Tämän perusteella kyselylomakkeeseen tehtiin vielä muutamia muutoksia ja lisäyksiä. Itse kysely oli tarkoitus suorittaa

10.11.2001 Helsingin Töölössä sijaitsevalla Finnair Stadiumilla Suomen cupin finaalin yhteydessä. Olosuhteista johtuen ottelu siirrettiin pelattavaksi 12.11.2001 Tampereelle Palloliiton edustajien päätöksen mukaisesti.

Tammelan stadion jakautuu neljään katsomon-osaan. 1600 paikkaiseen pääkatsomoon mahtuu hieman alle kolmasosa koko stadionin kapasiteetista (n. 5000). Liput pääkatsomoon maksoivat 70 markkaa (~12 Eur) ja muualle ilman alennuksia 40 markkaa (~7 Eur). Tämän perusteella pääkatsomoon jaettiin 180 lomaketta, eli hieman alle kolmasosa koko lomakemäärästä. Lomakkeet jaettiin pääkatsomoon valmiiksi joka kolmannelle penkille ennen yleisön saapumista. Lomakkeiden mukana penkeille jaettiin täyttöä varten myös kuulakärkikynät. Katsomoon oli järjestetty kaksi palautuspistettä sekä yksi henkilö keräämään täytettyjä lomakkeita.

Loput kyselylomakkeet (420) jaettiin pääkatsomon vastaiseen katsomoon tuleville ihmisille satunnaisesti. Katsomoon oli kaksi sisäänkäyntiä joissa kummassakin oli kaksi henkilöä jakamassa kyselylomakkeita. Kyselylomakkeisiin oltiin valmiiksi kiinnitetty kynät. Portit stadionille avautuivat tuntia ennen ottelun alkua, jolloin lomakkeiden jakaminen aloitettiin. Ihmiset suhtautuivat kyselyyn myönteisesti ja kieltäytyneitä ei juuri ollut. Aineistokadoksi tuli noin 19 prosenttia. Tiedossa oli että katsomoon oli myyty lippuja sekä Tampere Unitedin Tampuriini kannattajaryhmälle, että Atlantis FC kannattajaryhmälle. Helsingistä oli saapunut yksi linja-autollinen Atlantiksen kannattajia. Tämä mahdollisti myös ns. fanien mukaan saamisen otantaan. Palautuspisteet oli järjestetty katsomon päätyihin joista lomakkeet jaettiin, näin ollen ihmisten poistuessa puoliajalle tai ottelun päättyttyä lomakkeiden takaisin kerääminen oli helppoa. Lisäksi ennen ottelua ja puoliajan aikana sekä ottelun jälkeen yksi henkilö kiersi yleisön joukossa palautuslaatikon kanssa. Ottelua ennen ja sen aikana tapahtuman kuuluttaja kuulutti katsomoissa järjestettävästä katsojakyselystä useaan otteeseen. Kyselyn vastanneiden kesken arvottiin Suomen maajoukkueen pelipaita Sami Hyypiän nimikirjoituksella, joka mainittiin kyselylomakkeen saatekirjeessä. Tämä vaikutti osaltaan ihmisten kiinnostukseen osallistua kyselyyn ja näin ollen korkeaan palautusprosenttiin. Pelipaidan arvonnalla ei ollut vaikutusta tutkimuksen luotettavuuteen. Lomakkeet, joihin oltiin täytetty vain tiedot arvontaan osallistumista varten, jätettiin käsittelemättä. Toisaalta on vaikea arvioida kuinka suuri osa vastaajista täytti koko kyselyn osallistuakseen arvontaan.

Survey-tutkimus tarkoittaa sellaista kyselyn muotoa, jossa aineisto kerätään standardoidusti ja jossa kohdehenkilöt muodostavat otoksen tai näytteen tietystä perusjoukosta. Standardisuus tarkoittaa sitä, että jos haluaa esimerkiksi saada selville, mikä koulutus vastaajilla on, tätä asiaa on kysyttävä kaikilta vastaajilta täsmälleen samalla tavalla. Aineisto, joka kerätään surveyn avulla, käsitellään yleensä kvantitatiivisesti. Tutkimusta suunniteltaessa on tarpeellista pohtia, miten paljon antaa tilaa avoimille vastausvaihtoehdoille, milloin taas on järkevää käyttää strukturoidumpia kysymyksiä. Avoimen vaihtoehdon avulla ajatellaan saatavan esiin näkökulmia, joita ei etukäteen osata ajatella. Surveyn tekeminen edellyttää sitä, että tutkijat kykenevät etukäteen tekemään ymmärrettäviä ja vakiomuotoisia kysymyksiä. Tästä seuraa survey-tutkimukselle ominainen piirre, että valmiiden vastausvaihtoehtojen tekeminen vaatii tutkittavien asioiden luokittelua ja käsitteellistä kategorisointia etukäteen. Survey-aineistoihin liittyy aina virheen riski. Ihmisillä ei aina ehkä ole kiteytyneitä käsityksiä asioista, joita kysytään, mutta siitä huolimatta he usein valitsevat jonkin vastausvaihtoehdon. Etuna jalkapalloyleisön joukossa tehdyssä kyselyssä on se, että katsojilla on jonkinlaista tietoa ja kiinnostusta itse lajista, jolloin satunnaisvirheet vähenevät. Paras keino saada luotettavaa aineistoa on aineiston keruun hyvä etukäteissuunnittelu ja kunnollinen toteutus. Otannalla pyritään saamaan aikaan otos, joka kuvaa edustavasti perusjoukkoa, niin että esimerkiksi iän, sukupuolen, koulutuksen, ammatin ja asuinpaikan jakaumat ovat siinä samat kuin perusjoukossa. Tällaiseen otosaineistoon perustuvan tutkimuksen avulla on kuitenkin viime kädessä tarkoitus tehdä päätelmiä koko perusjoukosta, joka tässä tutkimuksessa koostuu Suomen cupin finaalia seuraamaan tulleesta yleisöstä.

Survey tutkimuksella kerätyn aineiston etu on se, että tutkimukseen voidaan saada mukaan paljon henkilöitä ja voidaan kysyä monia asioita. Tärkeimmät hyvän aineiston kriteerit ovat mahdollisimman hyvä luotettavuus ja toisaalta se, että saadaan juuri sitä empiiristä tietoa, jota ajatellaan tarvittavan. Jos lomake on suunniteltu huolellisesti, aineisto voidaan nopeasti käsitellä tallennettuun muotoon ja analysoida se tietokoneen avulla. Kyselytutkimukseen liittyy myös heikkouksia. Tavallisimmin aineistoa pidetään pinnallisena ja tutkimuksia teoreettisesti vaatimattomina. Tutkijan ei ole mahdollista varmistua siitä, miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen: ovatko he pyrkineet vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti. Ei myöskään ole selvää, miten onnistuneita annetut vastausvaihtoehdot ovat olleet vastaajien näkökulmasta. Väärinymmärryksiä on vaikea kontrolloida. Kyselytutkimuksessa vastaamatta jättämistä

kutsutaan aineiston kadoksi. Suomen cupin finaalissa tehdyssä yleisökyselyssä aineistokadoksi tuli noin 19 prosenttia. Suurin kato tuli pääkatsomoon jaetuista lomakkeista, johon lomakkeet oli valmiiksi jaettu. Syynä tähän oli luultavasti tapa, jolla lomakkeet jaettiin. Niillä menetelmillä, joissa ollaan suorassa vuorovaikutuksessa tutkittavien kanssa, saadaan kerätyksi täydellisempää aineistoa kuin niillä, joissa tällaista välitöntä kontaktia ei ole. (Alkula & Pöntinen & Ylöstalo 1995). Pääkatsomon vastaisessa katsomossa kyselylomakkeet jaettiin henkilökohtaisesti katsojille ja aineiston kato oli vähäisempää. Tällä on varmasti psykologinen merkitys vastaajalle hänen ollessa henkilökohtaisesti tekemisissä kyselyn suorittajan kanssa. Vastaaminen tulee persoonallisemmaksi. Kyselyn suorittajan tulisi antaa hyvä ja miellyttävä ensivaikutelma. Valmiiksi jaetut lomakkeet koetaan helposti mainoksina tai esitteinä, jolloin ensivaikutelmasta tulee kyselyn saajalle varmasti negatiivisempi kuva kuin kädestä käteen annetusta lomakkeesta.

6 JALKAPALLOYLEISÖN RAKENNE

Suomen cupin finaalin yleisön rakenteen kuvaajiksi valittiin seuraavat muuttujat: Sukupuoli, ikä, koulutus, ammattiasema sekä kotikunta. Muuttujissa on osittain käytetty tilastokeskuksen luokituksia ja osittain niitä on muokattu tämän tutkimuksen tarkoituseriaatteita vastaaviksi. Sukupuoli- ja ikäluokitus ovat helppoja kategorisoida sekä niistä saatuja tietoja yksinkertaista analysoida ja taulukoida. Koulutusta selvitettiin kysymällä ylintä käytyä koulutustasoa. Peruskäsitteenä oli koulutustasot, jotka olivat luokiteltu koulutusasteen mukaisessa hierarkiassa (kansakoulu/peruskoulu, ammattikoulu, ylioppilas, opisto/ammattikorkeakoulu, yliopisto/korkeakoulu). Ammattiasemaa kysyttiin senhetkisen päätoimen mukaan. Tarkoituksena oli jakaa väestö sosiaalisilta ja taloudellisilta asemilta suhteellisen homogeenisiin luokkiin (palkansaaja, yrittäjä, opiskelija/koululainen, eläkeläinen, työtön). Yleisön ammattirakennetta tutkimalla voidaan saada tietoa cupin finaalin yleisön sosioekonomisesta asemasta. Yleisöltä kysyttiin myös heidän kotikuntaa. Kotikuntia ei ole kuitenkaan taulukoitu tässä tutkimuksessa, koska valtaosa, eli 90 prosenttia Suomen cupin finaalin yleisöstä tuli Tampereen alueelta ja loput 10 prosenttia hajanaisesti ympäri Suomea.

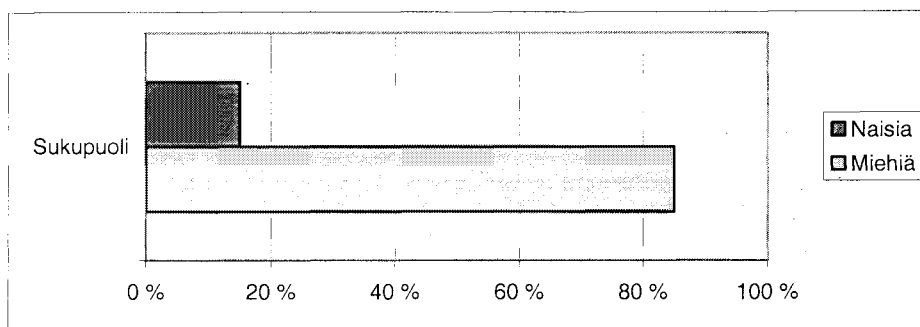
6.1 Sukupuolijakauma

Englannissa tehtiin 1980-luvulla kolme yleisötutkimusta, joissa selvitettiin naiskatsojien määrää. Kyseisten tutkimusten tulosten mukaan naiskatsojien määrä koko yleisöstä oli tuolloin 11-13 prosenttia (Waddington & Malcolm & Horak 1998). Myöhempien tutkimusten perusteella luvut eivät ole 1980-luvun jälkeen huomattavasti nousseet, vaikkakin ne vaihtelevat huomattavasti seuroittain. Esimerkiksi englantilaisen Newcastle Unitedin katsojista noin viisi prosenttia on viimeisten tutkimusten mukaan naisia, kun taas Derby Countylla vastaava luku on 22 prosenttia. Kaiken kaikkiaan tutkimuksista voi kuitenkin päätellä, että naiskatsojien osuus ei Englannissa ole 1980-luvulta huomattavasti muuttunut, ja on edelleenkin keskimäärin noin 10 prosenttia. (Malcolm 2000) Myös muualla Länsi-Euroopassa luvut ovat melko samankaltaisia. Esimerkiksi Ranskassa sekä

Italiassa tehdyt tutkimukset antavat vastaavia tuloksia kuin Englannissakin, joten voidaan karkeasti sanoa, että kyseisissä maissa jalkapalloyleisöstä noin 90 prosenttia koostuu miehistä ja kymmenen prosenttia naisista. (Waddington & Malcolm & Horak 1998)

Suomessa yleisön sukupuolijakauma eroaa huomattavasti edellä mainituista Euroopan maista. Suomessa naisten osuus urheilua paikanpäällä seuraavasta yleisöstä vaihtelee luonnollisesti lajeittain, mutta lähes poikkeuksetta naiskatsojien osuus on Euroopan jalkapallokatsomoihin verrattuna huomattavasti suurempi. Heinosen ja Godenhjelminkin tekemässä tutkimuksessa yhdeksästä mukaan valitusta urheilulajista ainoastaan moottoriurheilussa naiskatsojien osuus oli alle 20 prosenttia. Jalkapallossa luku oli peräti 29 prosenttia, eli noin 20 prosenttia suurempi, kuin Englannissa, Ranskassa tai Italiassa. Vastaavasti kun jalkapallon katsojista miehiä on muualla peräti 90 prosenttia, on luku Suomessa noin 70 prosenttia. Lajikohtaisessa vertailussa on Suomessa havaittavissa melkoisia eroja sukupuolijakaumassa. Jalkapallossa, jääkiekossa sekä salibandyssä prosenttiluvut ovat hyvin samankaltaisia, mutta miesten osuus on huomattavasti suurempi kuin esimerkiksi pesä-, lento- tai koripallossa. Ainoastaan edellä mainitussa moottoriurheilussa, sekä hiihdossa miesten osuus on suurempi kuin jääkiekossa, jalkapallossa ja salibandyssä. Toisaalta tutkimukseen ei ole otettu mukaan esimerkiksi kamppailulajeja, joita pidetään perinteisesti hyvin miehisinä lajeina niin harrastajapohjaltaan, kuin yleisöltäänkin. (Heinonen & Godenhjelm 2001a)

Suomen cupin finaali on yleisöltään hyvin miehinen. Miehiä yleisön joukossa oli 85 prosenttia. Naisten osuus oli cupin finaalissa noin 15 prosenttia (kuviokuva 2), eli lähes puolet pienempi kuin edellä mainitussa tutkimuksessa. Kun muualla Euroopassa tehtyjen tutkimusten mukaan naiskatsojien osuus on keskimäärin noin kymmenen prosenttia, voidaan huomata, että tässäkin tapauksessa paikan päällä oli eurooppalaisen mittapuun mukaan keskiarvoa enemmän naiskatsojia.



Kuvio 2. Suomen Cupin finaalin yleisön sukupuolijakauma (n=481)

6.2 Ikäjakauma

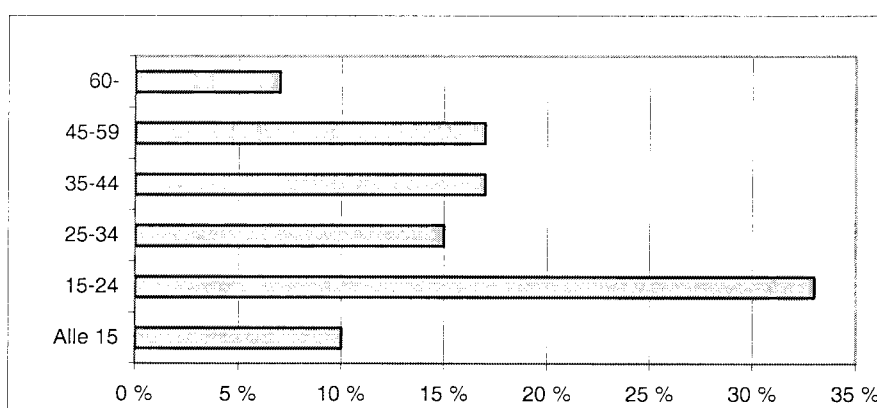
Jalkapallon seuraamista pidetään siis yleisesti miesten harrastuksena. Vielä tarkemmin kuvailtuna tyypillisenä jalkapallokatsojan prototyyppinä pidetään nuorta miestä. Englannissa jalkapalloyleisö on kuitenkin alkanut tutkimusten mukaan ikääntyä, sillä kun vielä 1990-luvun alkupuoliskolla alle 31-vuotiaat muodostivat noin 41 prosenttia katsojista, niin viisi vuotta myöhemmin (1999) vastaava luku oli 26 prosenttia. Yli 50-vuotiaita oli 1993/1994 kaudella 14.1 prosenttia, kun vuodelle 1999 luku oli kasvanut jo 22 prosenttiin. (Malcolm 2000) Waddingtonin ym. (1998) tutkimuksessa eri Euroopan maiden jalkapalloseurojen yleisöissä oli havaittavissa huomattavia eroja ikäjakaumissa. Ranskalaisseura Lensin yleisöstä peräti 54 prosenttia muodostui alle 31-vuotiaista, eli peräti 28 prosenttia enemmän kuin Englannissa. Toisaalta kyseisessä tutkimuksessa mukana olleiden englantilaisjoukkueidenkin kohdalla alle 31-vuotiaiden prosentuaaliset luvut olivat huomattavasti aiemmin mainittujen tutkimusten tuloksia korkeampia. Espanjassa jalkapalloa seurataan tutkimuksen mukaan kaikkein tasaisimmin lapsesta eläkeikään. Barcelonalaisseura Espanolin yleisöstä alle 18-vuotiaita oli 13.4 prosenttia, ja yli 60-vuotiaita 16.1 prosenttia. (Waddington, Malcom, Horak, 1998) Kyseisten tutkimusten perusteella ei voida tehdä yleistäviä johtopäätöksiä jalkapalloyleisön ikäjakaumista. Luvut vaihtelevat melkoisen paljon sekä maittain, että maiden sisällä seuroittain. Näissä Euroopassa tehdyissä tutkimuksissa otoksien koko on vaihdellut 500 ja 2000 välillä. Tutkimukset ovat koostuneet kotiin lähetetyistä kyselyistä sekä stadioneilla suoritetuista haastatteluista ja kyselyistä

Edellä mainituista tutkimuksista ei voida tehdä kovinkaan yhteneviä johtopäätöksiä jalkapalloyleisön ikärakenteesta. Merkityksellisempää onkin verrata suomalaisen jalkapalloyleisön ikärakennetta muihin lajeihin. Godenhjelm ja Heinosen mukaan jalkapalloyleisöstä 24 prosenttia on 15-24-vuotiaita, 22 prosenttia 25-34-vuotiaita, 22 prosenttia 35-44-vuotiaita, 17 prosenttia 45-54-vuotiaita, sekä 15 prosenttia yli 54-vuotiaita. Lajia seurataan siis melkoisen tasaisesti eri ikäluokkien kesken, eikä mitään selviä huippuja luvuissa esiinny. Toisen suuren palloilulajimme, jääkiekon ikäjakauma on lähes samanlainen jalkapalloyleisön kanssa, lukuun ottamatta yli 54-vuotiaiden osuutta, joka jääkiekossa on kahdeksan prosenttia jalkapalloa pienempi. Muutamissa muissa lajeissa on havaittavissa yleisön ikäjakaumissa selviä piikkejä. Esimerkiksi salibandyssä peräti 53 prosenttia yleisöstä on 15-24-vuotiaita. Muissa palloilulajeissa kyseisen ikäluokan osuus on hieman yli 20 prosentin luokkaa, paitsi lentopallossa, jossa luku on ainoastaan 14 prosenttia. Perinteiset suomalaislajit, kuten hiihto ja yleisurheilu eivät nuorta yleisöä nykyään suuresti houkuttele, sillä yleisurheilussa kuusi prosenttia, ja hiihdossa seitsemän prosenttia yleisöstä oli 15-24-vuotiaita. Näiden kahden lajin yleisön ikärakenne onkin muita kyseisessä tutkimuksessa tutkittuja lajeja huomattavasti vanhempaa. Toisena ääripäänä toimivat aiemmin mainittu salibandy sekä moottoriurheilu, joiden yleisöstä ainoastaan neljä prosenttia kuuluu ryhmään yli 54-vuotiaat. Vastaavanlaisia huippuja ei jalkapalloyleisössä esiinny, eli lajia seurataan tasaisesti paikan päällä iästä riippumatta. (Heinonen & Godenhjelm 2001a)

Suomen Cupin finaalissa kaikkein nuorimpien osuus nousi korkeammaksi, kuin muiden Euroopan maiden yleisötutkimuksissa. Paikan päällä olleista noin kymmenen prosenttia oli alle 15 vuotiaita, kun esimerkiksi Malcolmin Englannin Valioliigan tutkimuksessa (2000) oli alle 20-vuotiaita vain yhdeksän prosenttia. Ainoastaan Birminghamissa päästiin kyseisessä tilastossa lähelle Suomen Cupin finaalin lukuja, mutta sielläkin kaikkein nuorimpien osuus oli hieman alhaisempi. Muita kovin merkittäviä havaintoja ei Suomen Cupin finaalin ikärakenteesta löytynyt verrattuna muihin maihin, sillä kuten aikaisemmin mainittiin, vaihtelivat luvut Euroopassa huomattavasti sekä maittain, että seuroittain. Esimerkiksi yli 60-vuotiaiden osuus oli Suomen Cupin finaalissa huomattavasti suurempi kuin Itävallassa, mutta toisaalta lähes kymmenen prosenttia pienempi kuin Espanjassa.

Aiemmin Suomessa tehtyyn yleisötutkimukseen verrattuna cupin finaalin suurin ero löytyy 15-24 vuotiaiden osuudesta, joka nousi selvästi suurimmaksi ryhmäksi. Peräti 33

prosenttia vastanneista kuului kyseiseen ryhmään (kuvio 3), kun esimerkiksi Heinosen ja Godenhjelmin tutkimuksessa (2001a) vastaava luku oli lähes kymmenen prosenttia pienempi. 15-24 vuotiaiden suuren lukumäärän selittänee osaksi pelin siirtyminen maanantaiksi. Tämä ikäryhmä sisältää varmasti paljon opiskelijoita, joiden on kenties helpompi muuttaa suunnitelmiaan pelin siirryttyä. Seuraava ryhmä, eli 25-34-vuotiaat muodostivat tutkimuksessa aiempaa pienemmän osuuden. Suomen Cupin finaalissa heidän osuutensa oli ainoastaan 15 prosenttia, kun se aiemmassa tutkimuksessa oli 22 prosenttia. Muita selviä eroavaisuuksia aiempaan tutkimukseen ei Suomen cupin finaalista löytynyt.



Kuvio 3. Suomen Cupin finaalin yleisön ikäjakauma (N=481)

6.3 Ammattiasema

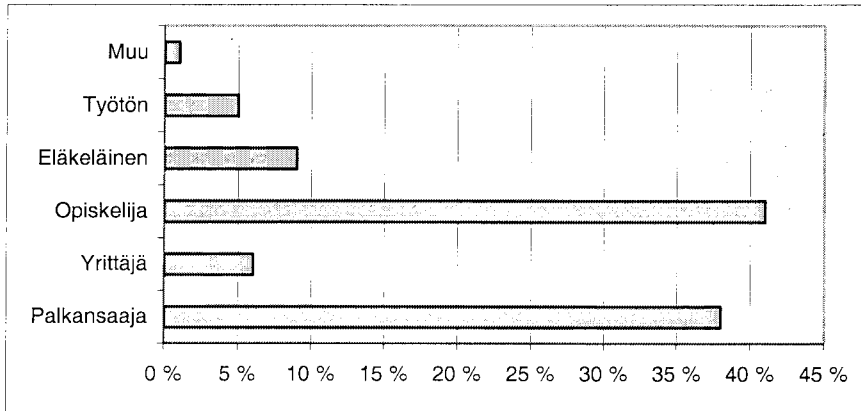
Englannissa ollaan 1990-luvulla syntyneiden muutosten myötä alettu huolestua "todellisten fanien" asemasta jalkapallostadioneilla. Jalkapalloa on perinteisesti pidetty Englannissa työväen huvina, mutta kun lippujen hinnat ovat alkaneet kohota, pelätään otteluiden muuttuvan keskiluokkaisten, sekä puvut päällä istuvien rikkaiden yksinoikeudeksi. Malcolmin (2000) tutkimuksen mukaan näin ei ole kuitenkaan aivan käynyt. Eniten muutoksista lukujen perusteella ovat kärsineet opiskelijat, joiden prosentuaalinen osuus vähentyi englantilaiskatsomoissa 1990-luvulla. Syynä tähän ei kuitenkaan voida ainoastaan pitää stadion olosuhteiden sekä lippujen hintojen muutosta, sillä myös yleisesti opiskelijoiden taloudellinen tilanne on samanaikaisesti muuttunut heikommaksi. Opiskelijoiden lisäksi myös työttömien määrä pieneni lievästi

englantilaisissa jalkapallokatsomoissa 1990-luvulla. Tätäkään ilmiötä ei voida Malcolmin mukaan selittää pelkästään muutoksilla lippujen hinnoissa, sillä myös yleinen työttömyys on Englannissa vähentynyt kyseisellä aikavälillä. Merkittäviä perusteita englantilaisjalkapallon muuttumisesta rikkaiden huviksi, tai köyhien ajamisesta pois stadioneilta lippujen korkeilla hinnoilla ei siis tutkimuksesta löydy. (Malcolm 2000, 136)

Yleisön ammatillisessa rakenteessa on havaittu löytyvän huomattavia eroja eri eurooppalaisseurojen katsojakunnan välillä. Työssä käyviin kuuluvia oli Waddingtonin, Malcolmin ja Horakin tutkimuksessa eniten brittien saarten katsomoissa, sillä Glasgowssa 75.8 prosenttia, Lontoossa (Arsenal) 72.2 prosenttia, ja Birminghamissa (Aston Villa) 69.2 prosenttia kuuluivat kyseiseen ryhmään. Vähiten tähän ryhmään kuuluvia löytyi katsomoista Barcelonassa, jossa Espanolin yleisöstä 53.3 prosenttia, sekä Lenssissä, jossa ainoastaan 41.2 prosenttia oli työssä käyviä. Syyt näihin eroihin eivät ole täysin selkeitä, mutta yleisön ikärakenteella lienee melkoinen vaikutus myös yleisön ammattiaseman rakenteeseen. Kuten tutkimuksessa aiemmin mainittiin, oli Barcelonassa yleisö keskimäärin vanhempaa kuin muualla, ja siellä peräti 14.1 prosenttia oli jo eläkkeelle jääneitä. Tämä ryhmä luonnollisesti laskee työssä käyvien prosentuaalista osuutta yleisöstä. Vastaavasti Lenssissä peräti 54 prosenttia kuului ikäryhmään alle 31-vuotiaat, ja opiskelijoiden määrä oli 30 prosenttia eli suurin tutkituista kohteista. Esimerkiksi Glasgowssa opiskelijoita oli tutkimuksessa ainoastaan 9.5 prosenttia, jossa koulussa käyviä lapsia ei laskettu tutkimukseen mukaan, toisin kuin Ranskassa. Työssä käyvien määrään yleisöstä vaikuttaa myös eri maiden työllisyystilanteet. Itävaltalaisesta yleisöstä tehdyssä tutkimuksessa ainoastaan 1.8 prosenttia oli työttömiä, joka johtuu ainakin osaltaan maan hyvästä taloudellisesta tilanteesta. Muissa maissa luvut olivat huomattavasti suurempia. Englannissa luvut olivat Arsenalilla 5.4 (Lontoo) ja Aston Villalla 5.9 prosenttia (Birmingham). Skotlannissa Glasgow Rangerssin ottelussa luku oli brittien saarten suurin, eli 7.1 prosenttia. Espanjassa ja Ranskassa yleisön työttömyysluvut olivat kaikkein suurimmat, sillä Barcelonassa Espanolin ottelussa 9.4, ja Lenssissä peräti 10.5 prosenttia yleisöstä oli tutkimuksen mukaan työttöminä. (Waddington & Malcom & Horak 1998)

Suomalaisen jalkapalloyleisön keskuudessa tehdyn tutkimuksen mukaan työssäkäyviä on 65 prosenttia. Tähän lasketaan työntekijöiden osuus (60 prosenttia) sekä yrittäjien osuus (viisi prosenttia). Työssäkäyvien osuus on tämän perusteella hieman englantilaiskatsomoita pienempi, mutta muita tutkittuja kohteita suurempi. Englantilaisyleisöä pienempi osuus työssä käyvien määrässä selittynee sekä opiskelijoiden, että eläkeläisten muita maita keskimääräistä suuremmalla osuudella. Työttömänä suomalaisesta jalkapalloyleisöstä oli tutkimuksen mukaan ainoastaan kolme prosenttia, ja Itävaltaa lukuun ottamatta muissa tutkituissa maissa kyseisen ryhmän osuus oli jonkin verran suurempi. Suomessa myös lajeittain löytyy yleisön ammattillisesta rakenteesta huomattavia eroja. Koska salibandya käyvät seuraamassa kaikkein nuorimmat ryhmät, on opiskelijoiden osuus heidän keskuudessaan luonnollisesti suuri. Eläkeläisiä ei salibandykatsomoista löydy käytännössä katsoen lainkaan, kun esimerkiksi jalkapalloyleisöstä eläkeläisten osuus on yli kymmenen prosenttia.

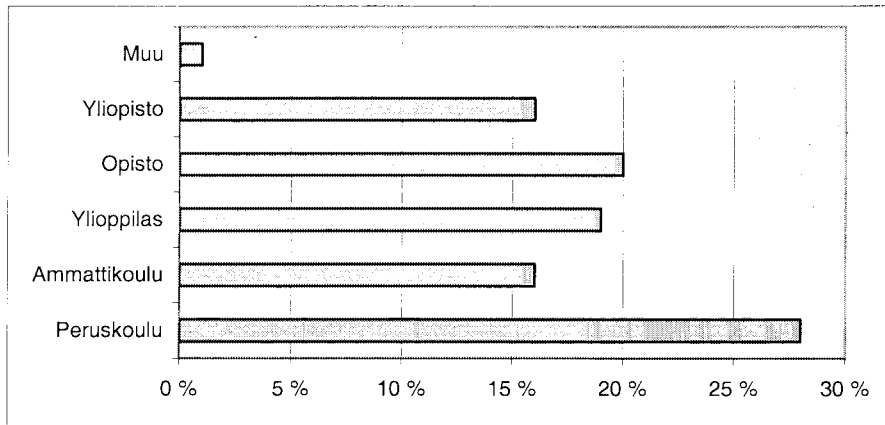
Suomen Cupin finaalin yleisöstä työssäkäyviä palkansaajia ja yrittäjiä oli kyselyn perusteella ainoastaan 44 prosenttia (Kuvio 4). Luku on muihin Euroopan maihin verrattuna erittäin alhainen, ja ainoastaan Lenssissä (41.2 prosenttia) määrä oli pienempi. Syy työssä käyvien määrän vähäisyyteen lienee sama kuin Ranskassa, sillä Cupin finaalissa opiskelijoiden määrä oli huomattavasti suurempi kuin muualla. Peräti 41 prosenttia kyselyyn vastanneista ilmoitti päätoimiseksi ammattiasemakseen opiskelija/koululainen. Cupin finaalissa opiskelijoiden osuus oli siis yli kymmenen prosenttia suurempi kuin Lenssissä, joka oli muista Euroopan maista tämän tilaston kärjessä. Vastaavasti Glasgowssa opiskelijoiden osuus oli yli 30 prosenttia pienempi kuin Suomen Cupin finaalissa. Eläkeläisten osuus yleisöstä oli noin yhdeksän prosenttia, eli muutaman prosenttiyksikön pienempi kuin aikaisemmin Suomessa tehdyssä tutkimuksessa. Työttömänä Cupin finaalin yleisöstä oli noin viisi prosenttia, eli hieman enemmän kuin aikaisemmassa suomalaisen jalkapallon yleisötutkimuksessa. Eurooppalaisiin yleisöihin verrattuna työttömien osuus on kuitenkin keskimääräistä vähäisempi.



Kuvio 4. Suomen Cupin finaalin yleisön ammatillinen rakenne (N=481)

6.4 Koulutus

Suomen Cupin finaalissa yleisöltä kysyttiin aiemmin käsiteltyjen taustamuuttujien lisäksi myös ylintä suoritettua tutkintoa. Koska yleisöstä erittäin suuri osa ilmoitti tämän hetkiseksi ammattiasemakseen opiskelun, lienee melkoisen luonnollista, että suurimman osuuden muodostivat ainoastaan peruskoulun käyneet (28%) (Kuvio 5). Tilastokeskuksen (1998) mukaan perusasteen jälkeisen tutkinnon suorittaneita on Suomessa 58 prosenttia ja keskiasteen tutkinnon(1-3 vuotta kestävä tutkinto esim. ylioppilastutkinto tai ammatillinen perustutkinto) suorittaneita 43 prosenttia väestöstä. Korkeakoulututkinnon suorittaneita väestössä on 13 prosenttia. Suomalainen jalkapalloyleisö ei juuri poikkea normaalista koulutusrakenteesta. Mitään merkittäviä piikkejä ei prosenttiluvuista pystytä havaitsemaan.



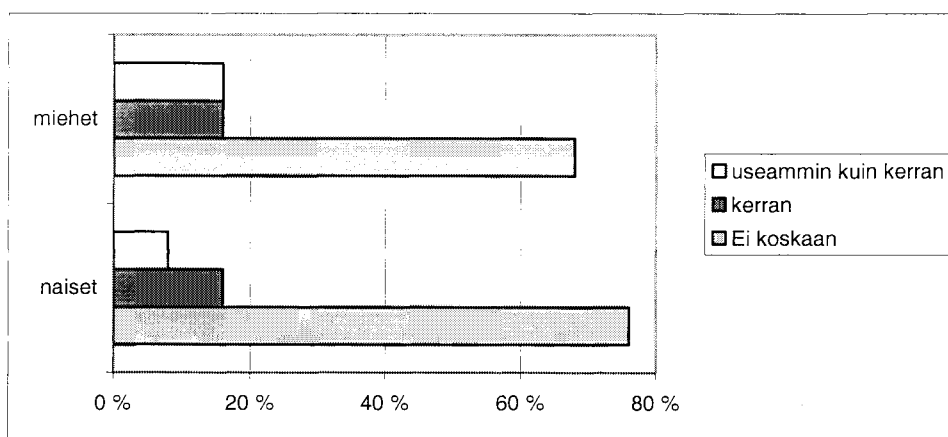
Kuvio 5. Yleisön koulutuksellinen rakenne (ylin käyty koulutustaso) (N=481)

7 URHEILUN KIINNOSTUS

Tutkimuksessa selvitettiin Suomen cupin finaalin yleisön aikaisempaa osallistumista paikan päällä vuoden 2001 jalkapallo-otteluihin (veikkausliiga ja kansainväliset ottelut) sekä aikaisempaa Suomen cupin finaalin seuraamista. Lisäksi osallistumista jääkiekon SM-liigan otteluihin sekä urheilun ulkopuolisiin pääsymaksullisiin tapahtumiin selvitettiin tutkimuksessa.

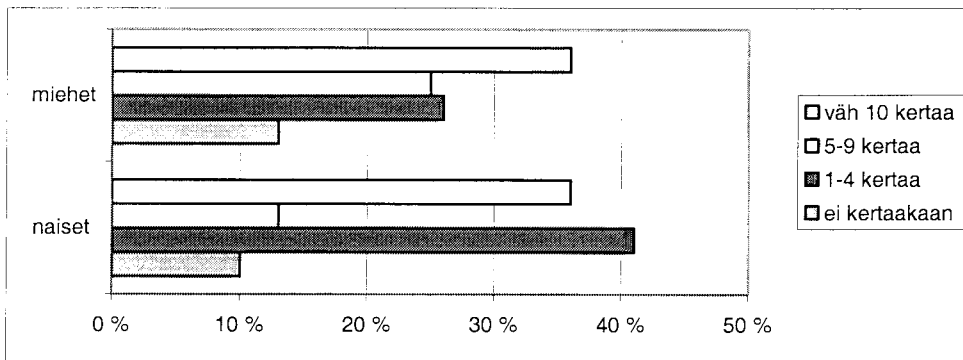
7.1 Kansalliset ottelut

Ottelua seuranneista katsojista 69 prosenttia ei ollut koskaan aikaisemmin seurannut Suomen cupin finaalia paikan päällä. Suuria eroja ei syntynyt sukupuolten välillä (naiset 76 prosenttia, miehet 68 prosenttia). Miehistä 16 prosenttia oli seurannut paikan päällä cupin finaalia useammin kuin kerran, naisista yhdeksän prosenttia. (Kuvio 6)

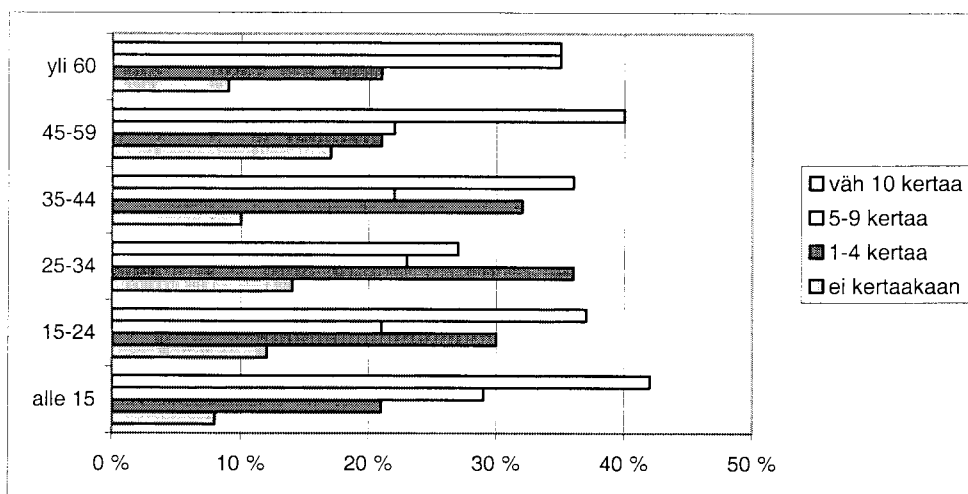


Kuvio 6. Suomen Cupin finaalin aikaisempi seuranta paikanpäällä (N=479)

Suomen Cupin finaalin yleisö käy seuraamassa paikan päällä myös Veikkausliigan otteluita melko ahkerasti. Vain 12 prosenttia vastaajista ilmoitti, ettei käynyt ainoassakaan Veikkausliigan ottelussa kaudella 2001. Naisista peräti 41 prosenttia oli niin sanottuja satunnaiskatsojia, jotka kävivät liiga-otteluissa 1-4 kertaa. Miehillä vastaava luku oli 26 prosenttia. Vastaavasti naisista ainoastaan 13 prosenttia kävi liiga-otteluissa 5-9 kertaa, kun miehillä vastaava luku oli 25 prosenttia. Aktiivikatsojia eli vähintään kymmenen kertaa liiga-otteluissa käyneitä oli kaikista vastanneista 36 prosenttia, eikä sukupuolten väliltä löytynyt eroja käytännössä lainkaan. (Kuvio 7). Ikäluokkien välillä ei löytynyt merkittäviä eroja. Veikkausliigan otteluita säännöllisesti seuraavat eniten nuoret ja vanhemmat ikäluokat. 25-44 -vuotiaiden ikäryhmässä on eniten ns. satunnaiskatsojia. (Kuvio 8)



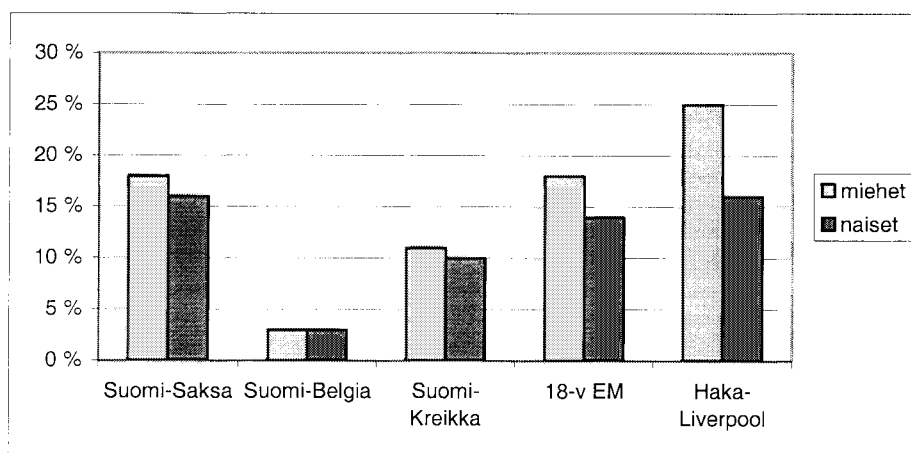
Kuvio 7. Osallistuminen Veikkausliigan ottelutapahtumiin sukupuolittain (N=479)



Kuvio 8. Osallistuminen Veikkausliigan ottelutapahtumiin ikäryhmittäin (N=479)

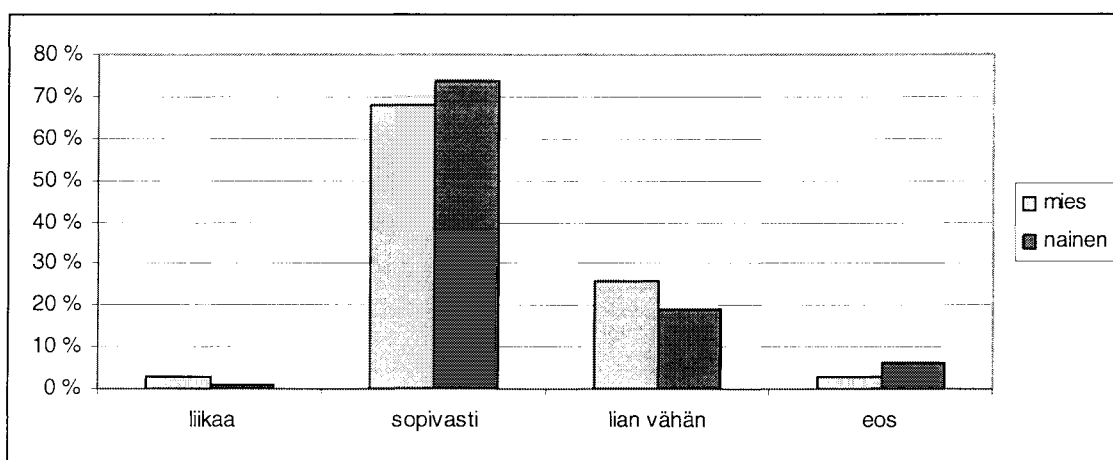
7.2 Kansainväliset ottelut

Suomessa järjestettiin vuonna 2001 monta kansainvälistä jalkapallo-tapahtumaa, jotka keräsivät suuren määrän yleisöä. Kyselyyn valittiin viisi suurinta yleisötapahtumaa, ja tällä kartoitettiin Suomen Cupin finaalissa olleiden katsojien osallistumista näihin yleisötapahtumiin. (Kuvio 9) Taulukossa mainituista tapahtumista 18-vuotiaiden EM-turnauksen melko suuri prosentti selittynee sillä, että kyseisen turnauksen otteluita pelattiin sekä Tampereella, että Valkeakoskella, joka sijaitsee Tampereelta lyhyen ajomatkan päässä. Haka - Liverpool ottelua oli kyselyyn vastanneista miehistä seuraamassa peräti 25 prosenttia, ja naisistakin lähes 16 prosenttia siitä huolimatta, että ottelu pelattiin Helsingissä. Tämänkin tapahtuman suuri suosio selittynee ainakin osittain Tampereen ja Valkeakosken lyhyestä välimatkasta. Tampereella lienee myös Valkeakosken Hakan kannattajapohjaa, josta osa olisi seuraamassa myös Cupin finaalia. Suomi – Saksa ja Suomi – Kreikka maaottelut olivat MM-karsinta otteluita joiden kiinnostus yleisön keskuudessa oli muutenkin suuri. Suomi – Belgia ottelu oli harjoitusmaaottelu, jonka katsojamäärä oli edellä mainittuja huomattavasti pienempi. 56 prosenttia Suomen cupin finaalissa olleista ei ollut käynyt missään näistä ottelutapahtumista.



Kuvio 9. Osallistuminen Suomessa pelattaviin kansainvälisiin ottelutapahtumiin (N=479)

Kuviosta voidaan havaita jalkapalloyleisön suhtautuminen Suomessa pelattavan jalkapallon nykytarjontaan. 69 prosenttia cupin finaalin katsojista piti tämän hetkistä tarjontaa sopivana. Lisää tarjontaa kaipasi 25 prosenttia, ja kolmen prosentin mielestä sitä on liikaa. Sukupuolten välillä ei suuria eroavaisuuksia esiinny. Tulokset osoittavat, että vaikka jalkapallon tarjonta penkkiurheilijalle on kasvanut viime vuosina, ei yleisön keskuudessa ole syntynyt kyllästymistä. Toisaalta voidaan ajatella tarjonnan lisääntyessä myös valinnan mahdollisuuden kasvavan. Tämä tarkoittaa, että katsoja voi vapaammin valita missä tapahtumassa haluaa käydä.

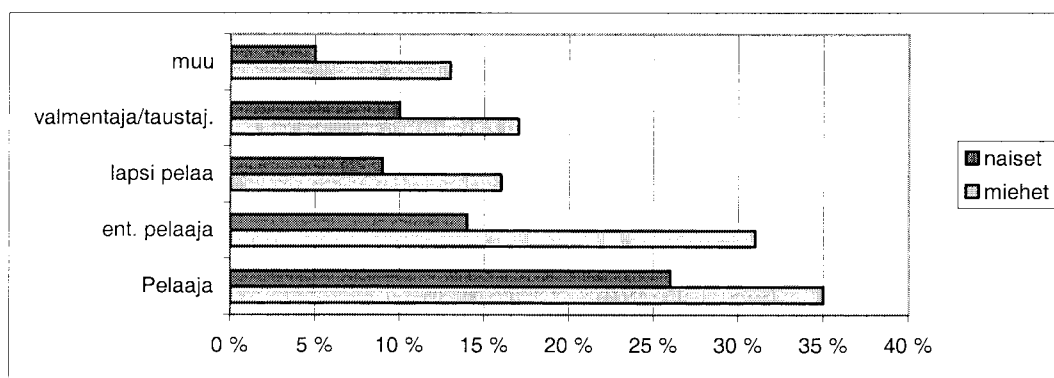


Kuvio 10. Tarjonta suomalaisessa kansallisen ja kansainvälisen tason jalkapalloilussa. Sukupuolen mukaan (N= 470)

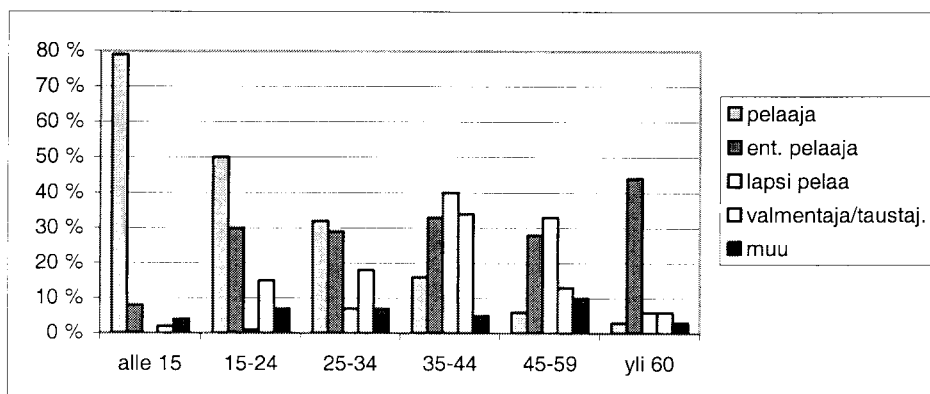
7.3 Katsojien suhde jalkapalloon

Jalkapalloaiheisen tutkimuksen yksi oleellisista kysymyksistä on tiedustella katsojien omakohtaisia kokemuksia jalkapallon maailmasta. "Voidaan puhua esimerkiksi taiteen, tieteiden, liike-elämän tai vaikka jalkapallon maailmasta. Olemme enemmän tai vähemmän sisä- tai ulkopuolisia näissä maailmoissa. Jos olemme ja toimimme jonkin maailman sisällä, tiedämme ja tunnemme sen kieltä ja merkityksiä ja myös ymmärrämme sitä. Jos taas meillä ei ole kokemuksia jostain tietystä sosiaalisesta maailmasta, meidän on vaikea ymmärtää ja tuntea kyseisen maailman sisältöjä" (Koski & Latonen, 1999). Suurin osa

Suomen Cupin finaalin yleisöstä toimii tai on toiminut jalkapallon parissa. Naisista heitä oli 60 prosenttia ja miehistä peräti 77 prosenttia. Katsojilta kysyttiin pelaavatko he seurajoukkueessa tai puulaakisarjassa, ovatko he pelanneet, pelaako lapsi, toimivatko he valmentajana, erotuomarina tai taustajoukoissa. (Kuvio 11) Nykyiset ja entiset pelaajat muodostivat suurimman osan jalkapallon kanssa tekemisissä olevasta ryhmästä, heitä oli yhteensä 62 prosenttia. Ikäryhmittäin tarkasteltaessa nuoremmissa ikäluokissa oli luonnollisesti prosentuaalisesti enemmän pelaajia ja vanhemmissa enemmän entisiä pelaajia. Alle 15-vuotiaista 79 prosenttia oli nykyisiä pelaajia. (Kuvio 12)



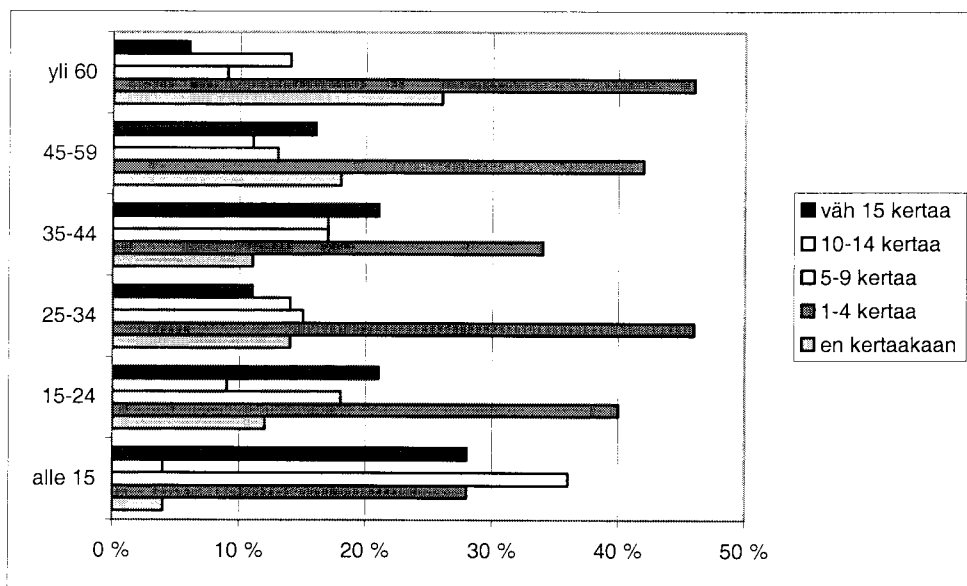
Kuvio 11. Katsojien toimiminen jalkapallon parissa. Sukupuolen mukaan (N=479)



Kuvio 12. Katsojien toimiminen jalkapallon parissa. Ikäryhmien mukaan (N=479)

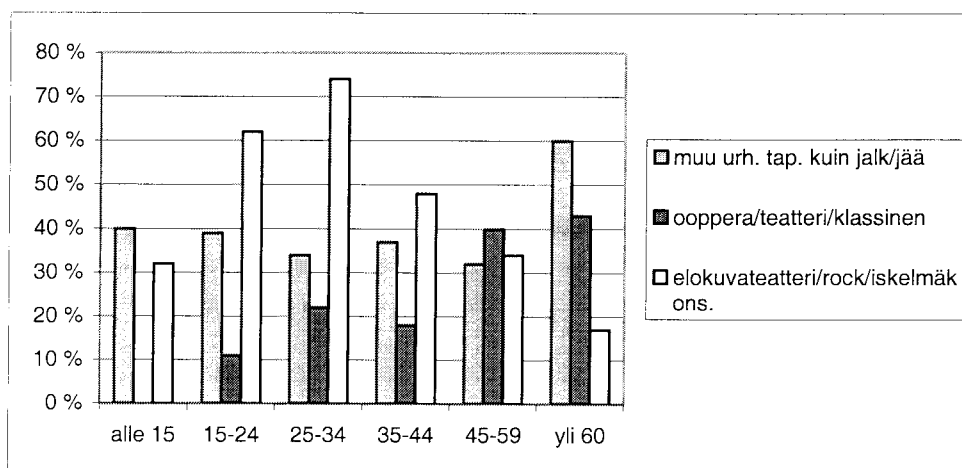
7.4 Kiinnostus muihin yleisötapahtumiin

Suomessa jääkiekko kilpailee jalkapallon kanssa katsojamääristä. Suomi onkin varmasti yksi ainoita Euroopan maita, jossa jääkiekko ohittaa katsojamäärissä jalkapallon. Kyselyssä kartoitettiin myös katsojien arvioitua osallistumista ja jääkiekon SM-liigan otteluiden seuraamista paikanpäällä kaudella 2001-2002. Huomattavaa on, että peräti 87 prosenttia Suomen Cupin finaalin katsojista käy seuraamassa jääkiekkoa paikan päällä. Peräti 18 prosenttia arvioi käyvänsä vähintään 15 kertaa paikanpäällä seuraamassa jääkiekon SM-liigaa. Ikäryhmittäin kuvattuna (Kuvio 13), erot ovat pienehköjä eri ryhmien välillä, vanhemmat ikäluokat käyvät vähemmän aktiivisesti seuraamassa jääkiekkoa. Jalkapallon ohella myös jääkiekon seuraamisessa 25-34 vuotiaat muodostavat suuren satunnaiskatsojien joukon (1-4 kertaa kaudessa)

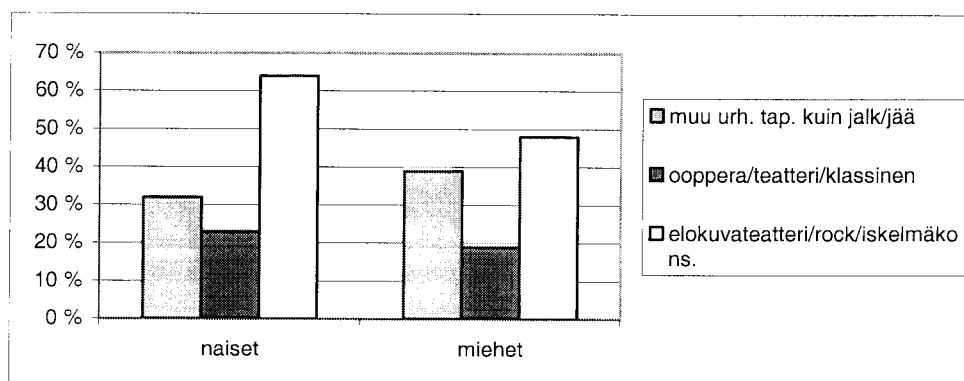


Kuvio 13. Katsojien käyminen jääkiekon SM-liigan otteluissa kaudella 2001-2002 (N=476)

Yleisötapahtumat kuten konsertit, ooppera, teatteri, elokuvat ja myös muut urheilutapahtumat kuin jalkapallo tai jääkiekko kiinnostivat kuluttajia. Katsojien joukosta 78 prosenttia kävi seuraamassa säännöllisesti näitä tapahtumia paikanpäällä. Muita urheilutapahtumia kuin jääkiekko tai jalkapallo kävi seuraamassa säännöllisesti 38 prosenttia. Näistä mainittuja olivat koripallo, salibandy, lentopallo ja ravit. Oopperan, teatterin tai klassisen musiikin konsertteja seuraavia oli 20 prosenttia. Elokuvateattereissa, rock- tai iskelmäkonserteissa säännöllisesti kävijöitä oli 50 prosenttia. Kuviossa 14 näkyvät erot ikäryhmien välillä. Sukupuolten välillä löytyi joitakin eroja (kuvio 15). Miehet olivat innokkaampia muissa urheilutapahtumissa kävijöitä, kun taas naiset kävivät miehiä ahkerammin kulttuuri- ja musiikkitapahtumissa.



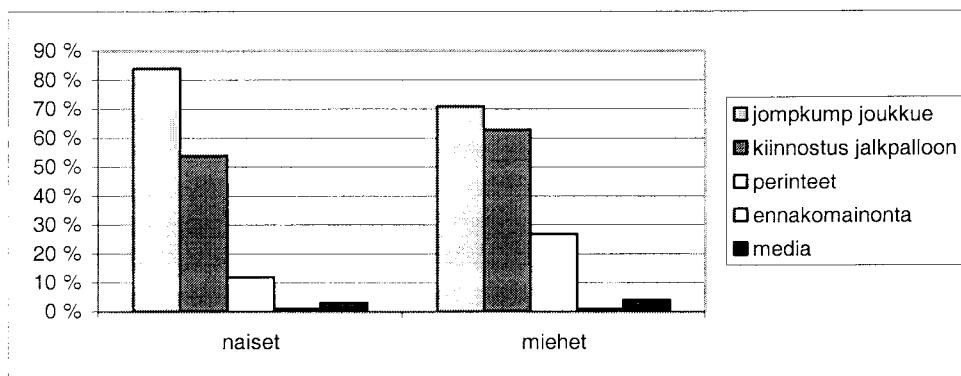
Kuvio 14. Muiden yleisötapahtumien suosio ikäryhmittäin (N=476)



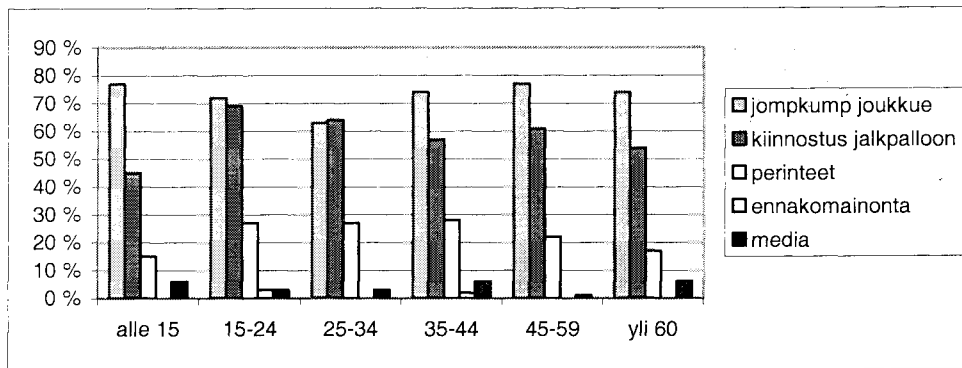
Kuvio 15. Muiden yleisötapahtumien suosio sukupuolittain (N=476)

8 MIKÄ CUPIN FINAALISSA KIINNOSTI?

Kannatus toista finaalissa pelaavaa joukkuetta kohtaan oli suurin mielenkiinnon herättäjä katsojien keskuudessa (73 prosenttia) Suomen cupin finaalissa. Naisilla prosenttiluvut olivat hieman suurempia kuin miehillä (Kuvio 16). Miehillä yleinen kiinnostus jalkapalloa kohtaan oli tärkeämpi mielenkiinnon herättäjä kuin naisilla. Myös perinteet vaikuttivat miesten mielenkiintoon enemmän kuin naisten. Perinteillä tarkoitetaan cupin asemaa monivuotisena tapana päättää jalkapallokauden ja toimien eräänlaisena huipennuksena liigan päätyttyä. Ennakkomainonta tai otteluennakot mediassa eivät herättäneet monen katsojan mielenkiintoa ottelua kohtaan. Otteluennakoilla tarkoitetaan esimerkiksi lehdistössä tapahtuvaa kirjoittelua ja ennakoasetelmien tekoa ottelua edeltävinä päivinä. Ikäryhmittäiset erot eivät olleet suuria (Kuvio 17) Jos samaa kysymystä kysyttäisiin Veikkausliigan ottelussa tai vaikka maajoukkueen pelissä, vastaukset olisivat varmasti toisenlaisia. Suomen cupin finaali on kertaluontoinen tapahtuma, jossa oman joukkueen menestyminen on tietysti tärkeää, mutta myös yleinen kiinnostus jalkapalloa kohtaan näkyy selvästi. Samoin maaotteluissa jo kansallinen identiteetti vaatii oman joukkueen kannattamista. Isojen kansainvälisten turnausten, kuten MM-kisojen, EM-kisojen tai mestareiden liigan pelejä seuraavien ihmisten joukosta löytyy eniten niitä, jotka katsovat otteluita yleisen kiinnostuksen vuoksi.



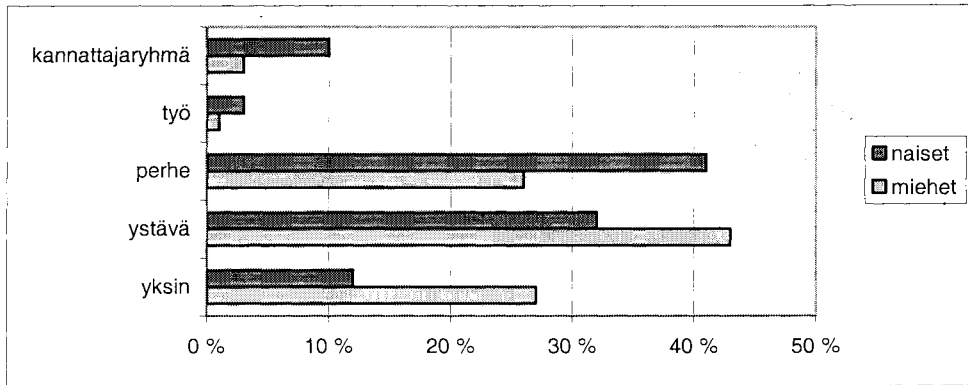
Kuvio 16. Ottelua kohtaan tunnettu mielenkiinto. Sukupuolen mukaan.(N=476)



Kuvio 17. Ottelua kohtaan tunnettu mielenkiinto. Ikäryhmien mukaan (N=476)

8.1 Yhdessäoloa

Jalkapallo-stadioneille saavutaan erilaisten ryhmien kanssa. Vain pieni osa katsojista saapuu paikalle yksin. Kyse on siis sosiaalisesta tapahtumasta. Kosken ja Latosen mukaan tärkeää on kokea tapahtuma yhdessä muiden kanssa. Urheilun katsomiskokemus on sosiaalinen tapahtuma aivan kuten nauru. Ihminen nauraa hyvin harvoin ääneen, jos on yksinään. Sen sijaan ryhmässä ääneen nauraminen on tavallista. Useimmiten urheilukatsomoon mennäänkin yhdessä ystävien tai sukulaisten kanssa. Urheilukatsomossa oleminen on jo sinällään yhteisöllinen kokemus, jolla on merkitystä paitsi ihmisen psykelle myös hänen identiteetilleen. (Koski & Latonen 1999, 11) Suurin osa Suomen cupin finaaliin saapuneista tuli paikalle yhdessä muiden kanssa. Tämä tukee edellä mainittua selitystä urheilun seuraamisen sosiaalisesta merkityksestä. Varsinkin naiset hakevat tapahtumasta yhteisöllistä ajanvietettä, sillä ainoastaan 12 prosenttia naisista saapui paikalle yksin (miehet 27 prosenttia), (Kuvio 18). Tästä voitaneen päätellä, että naisille ottelutapahtuma on enemmän sosiaalinen yhdessäolon muoto, jossa tärkeintä on yhdessäolo esimerkiksi muun perheen kanssa. Tutkimukseen vastanneista naisista ylivoimaisesti suurin ryhmä oli perheen kanssa paikalle saapuneita (41 prosenttia). Miehistä taas 70 prosenttia saapui paikalle yksin tai ystävän kanssa.



Kuvio 18. Kenen kanssa otteluun sukupuolen mukaan (N=474)

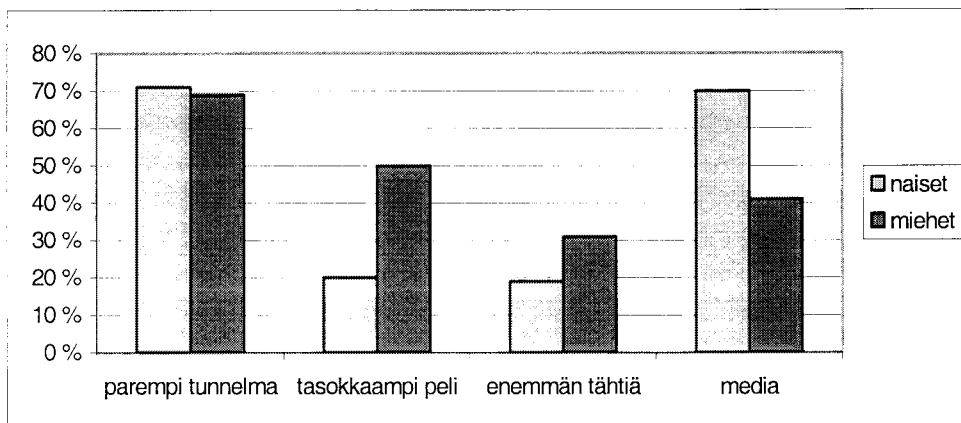
8.2 Viihteen tarve

Selitystä penkkiurheilun lisääntyvään suosioon voidaan muun muassa Heinilän mukaan hakea yhteiskunnan rakennemuutoksista. Näiden muutosten seurauksena elämästä on katoamassa kaikki jännittävyys. Kun arki ja työnteko teknologian kehityksen myötä muuttuu yksitoikkoiseksi rutiiniksi, vaihtelua ja jännittävyyttä etsitään lisääntyvästi vapaa-ajan harrastuksista ja ajanvietteistä. Tajuntateollisuus ja penkkiurheilu kukoistavat (Heinilä 1985)

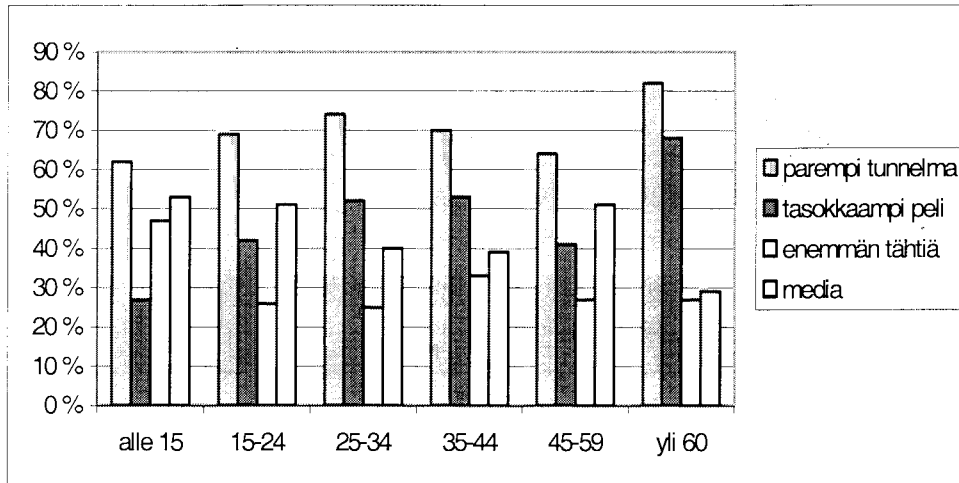
Suomessa jalkapallo on kaikkien yhteiskuntaluokkien laji. Jalkapalloyleisön joukossa on kaikkia yhteiskuntaluokkia melko tasaisesti (opiskelijoiden ovat hyvin näkyvillä). Ainoita mahdollisia eroja voi syntyä eri hintaluokan pääsylipun ostaneiden kesken. Suomalaisesta katsomosta löytyy lisäksi keskimäärin enemmän naiskatsojia kuin eurooppalaisesta katsomosta. Myös aikaisemmin mainittu sosiaalinen merkitys näkyy kotimaisessa jalkapallokatsomossa, sinne tullaan yhdessä ystävien ja perheen kanssa kuten tutkimuksessa on aikaisemmin todettu. Katsojien muuttoliike paikkakunnalta toiselle ja seurojen pelaajahankinnat muilta paikkakunnilta johtaa tietynlaisen paikallisuuden häviämiseen. Urheiluseurat pystyvät kuitenkin yhä edelleen keräämään tiiviin yhteisön ja kannattajakunnan ympärillensä. Seuran ympärillä syntyy jatkuvasti vahvoja elämyksiä, joilla on suoria ja suuria yhteyksiä paikalliseen identiteettiin. Urheiluseuroilla on tärkeä

osuus ja merkitys paikallisen identiteetin kannalta. Tunnettu urheiluseura luo paikallista imagoa ja arvostusta. Urheiluseurojen vahvuus, ja miksei niiden määräkin, luovat paikkakunnasta aktiivisuuden ja energisyyden kuvaa. (Turner 1999, 48)

Kysyttäessä katsojilta miten suomalaisen jalkapalloilun kiinnostavuus lisääntyisi, peräti 70 prosentin mielestä suurempi määrä ihmisiä ja parempi tunnelma lisäisi kiinnostavuutta. (Kuvio 19) Sukupuolten välillä ei ollut eroja. Tasokkaampi peli ja ns. tähtipelaajien mukanaolo jakoi mielipiteet naisten ja miesten välillä. Miehistä 50 prosenttia oli sitä mieltä, että tasokkaampi peli lisäisi kiinnostavuutta ja 31 prosentin mielestä suomalaisessa jalkapallossa tulisi olla enemmän tähtipelaajia mukana. 42 prosenttia miehistä oli taas sitä mieltä, että kotimaisen jalkapallon tulisi olla enemmän näkyvillä mediassa. Naisilla vastaavat luvut olivat 20, 19 ja 70 prosenttia. Naisille tärkeää jalkapallossa ei suoranaisesti ole siis itse ottelu vaan sen ympärillä tapahtuvat asiat kuten tunnelma ja ottelun näkyminen mediassa. Ikäryhmien välillä ei ollut suuria eroja. (Kuvio 20) Nuorille tähtipelaajien mukanaolo pelissä on hieman tärkeämpää kuin muilla ikäryhmillä ja vanhemmille pelin taso oli tärkeä elementti. Muita kommentteja kotimaisen jalkapallon kiinnostavuuden lisääntymiselle olivat: *laadukkaammat katsomot, lämmitetyt katsomot, katsomot lähellä kenttää ilman juoksuratoja, vain jalkapalloa varten suunnitellut stadionit, enemmän kameroita ja ammattimaisempi kuvaus, ”mestareiden liigan pelikin näyttäisi tyhmältä jos kuvattaisiin kentän laidalta”, suuret näytöt kuten jääkiekossa,*



Kuvio 19. Jalkapalloilun kiinnostuksen lisääntyminen. Sukupuolen mukaan (N=472)



Kuvio 20. Jalkapalloilun kiinnostuksen lisääntyminen. Ikäryhmien mukaan (N=472)

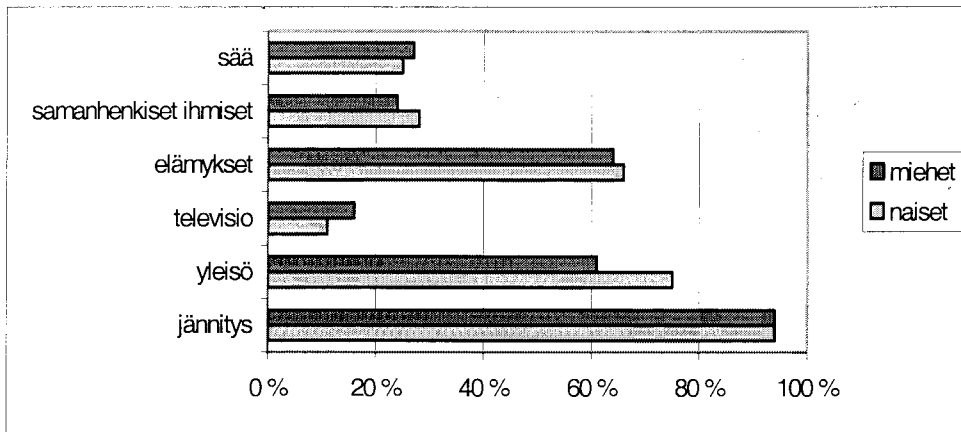
8.3 Kilpailu me-kokemuksena

Nykyajan yhteiskunta on sekä yksilöllinen että ”massayhteiskunta”. Heinilän mukaan eriarvoisuuden ja työnjaon yhteiskunnassa samankaltaisuuden, yhteisyyden ja ryhmäsamaistumisen kokemukset näyttävät jäävän riittämättömiksi: ollaan irrallisia, juurettomia, vailla me – siteitä ja yhteisjäsenyyttä. Kilpailukatsomosta löydämme kuitenkin yhteenkuuluvuutta, samaistumista yleisön kanssa ja väkeviä me elämyksiä (Heinilä 1974). Heinilä jatkaa, että katsomossa ei ole eriarvoisuutta eikä luokkajakoa; kaikilla on samat oikeudet ja velvollisuudet, siellä vallitsee anonyymi veljeys ja yhteysvastuu – ’omien’ menestys. Fyysinen läheisyys, kyynärpääntuma ja joukkojäsenyyden kokemus herkistävät joukon tunteet ja turruttavat yliminän: ollaan yhtä ja yhden asian puolesta. ”Erilaisuuden ja työnjaon yhteiskunta tarjoaa kansalaisilleen yhteisyyttä ja yhteenkuuluvuutta” (Heinilä 1974). Heinilän näkökulma vuodelta 1974 on eräänlainen ihannekuvaus katsomosta. Kuvaus on makrososiologinen näkökulma, jossa ihmiset muutetaan massaksi. Tutkimuksen perusteella suurin osa katsojista tulee yksikertaisesti vain katsomaan peliä.

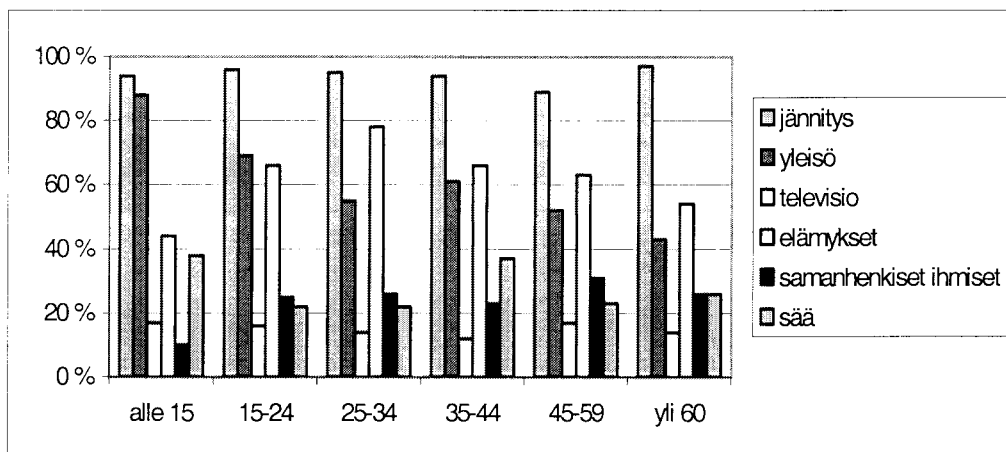
8.4 Jännitys

Kilpailun jännittävyys ja dramaattinen kamppailu voitosta ja tappiosta ovat penkkiurheilun keskeisiä kiinnostavuuden lähteitä. Norbert Eliaksen ja Eric Dunningin mukaan urheilun harrastamisesta ja seuraamisesta haetaan jännitystä (Elias & Dunning 1986). Elämänmenon mekaanistuminen ja rutiininomaisuus ovat hävittäneet elämästä jännittävyyden momentit ja siksi niitä pitää etsiä vapaa-ajan käytöstä ja erityisesti urheilun kilpailutapahtumista (Elias & Dunning 1970, 31-51).

Jännitys oli myös tärkein seikka katsojien mielestä Suomen Cupin finaalissa. 94 prosenttia sekä miehistä että naisista vastasivat jännityksen olevan tärkeää. Tiukka kamppailu voitosta tarjoaa yleisölle jännitystä ja luo ottelun seuraamiselle mielenkiintoa. Yleisön kannustus, elämykset ja rentoutuminen olivat 64 prosentin mielestä tärkeitä (Kuvio 21). Ottelussa viihtymiseen vaikuttaa yleisömäärä ja tunnelma jonka yleisö pystyy luomaan. Hyvä tunnelma riippuu siitä kuinka intensiivisesti katsojat ovat mukana seuraamassa peliä ja osallistumassa pelin kulkuun. 24 prosentin mielestä samanhenkisten ihmisten tapaaminen oli cupin finaalissa tärkeää. Muiden ihmisten seurassa oleminen koetaan mukavaksi ja tuttujen ja tuntemattomien kanssa seurusteleminen on kivaa. Jalkapallo-ottelun olosuhteet ovat katsojan näkökulmasta hyvin riippuvaisia säästä. Usein katsomoiden antama suoja on vähäinen, jos sataa tai tuulee. Neljäsosa Suomen Cupin finaalin katsojista vastasi hyvän sään olevan tärkeää. Tämän suuren prosentin selittää ottelun pelaaminen myöhään syksystä, alkutalvesta. Ottelu oli tarkoitus pelata 10.11.2001 Finnair Stadiumilla Helsingissä. Se jouduttiin kuitenkin peruttamaan jäätyneen kentän takia. Peli siirrettiin Tammelan Stadionille Tampereelle pelattavaksi 12.11.2001. Myös silloin oli muutama aste pakkasta. Ottelun esittäminen televisiossa oli 15 prosentin mielestä tärkeää. Myös ikäryhmien kesken jännitys oli selvästi tärkein elementti. Nuorten ikäryhmässä yleisön kannustus oli tärkeämpää kuin vanhemmissa ikäryhmissä (Kuvio 22). Eniten elämyksiä hakivat 25-34 vuotiaat. Samoin myös muualla yhteiskunnassa nämä ikäluokat elävät elämishakemuksellista aikaa matkustelemalla, työskentelemällä ulkomailla ja harrastamalla ns. elämislajeja. Jalkapallo-ottelusta saatuja elämyksiä ja esimerkiksi matkustelemisesta saatuja kokemuksia on huono verrata keskenään suoranaisesti. Taustalla vaikuttaa siitä huolimatta samantapainen elämysten etsiminen. Varsinkin suurista urheilun massatapahtumista saadut elämykset voivat olla merkittäviä.



Kuvio 21. Suomen Cupin finaalissa seuraavat seikat ovat tärkeitä. Sukupuolen mukaan. (N=480)



Kuvio 22. Suomen Cupin finaalissa seuraavat seikat ovat tärkeitä. Ikäryhmien mukaan. (N=480)

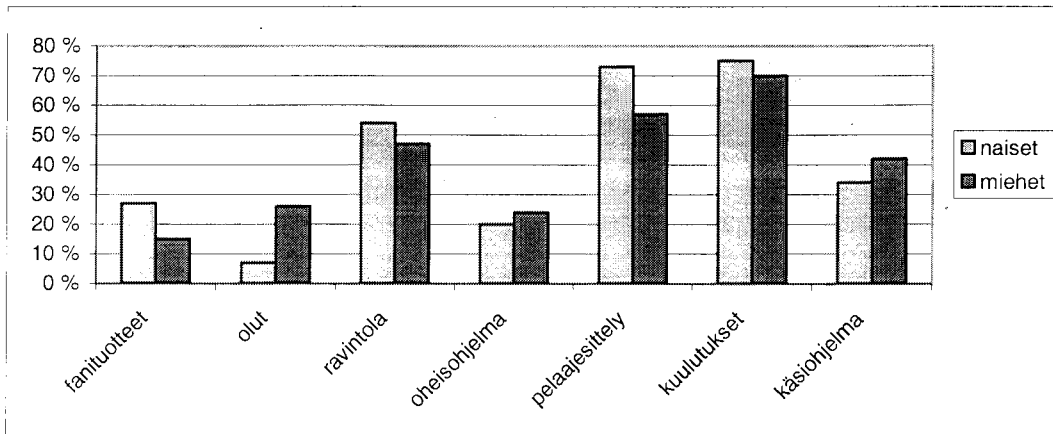
8.5 Oheistapahtumat ja -palvelut

Ottelutapahtumaan liittyvät palvelut ovat myös tärkeitä katsojille. Oheispalvelut, kuten ravintola- ja kioskipalvelut, oluen ja fanituotteiden myynti ovat katsojille tärkeitä. Kahvi, virkistysjuomat, makkara ja makeiset sekä Veikkausliigan otteluissa olut ovat

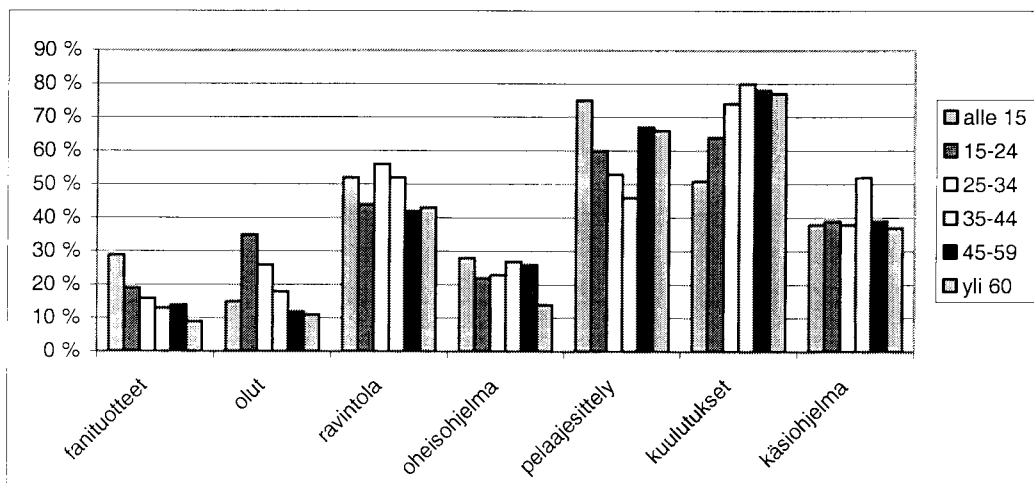
tyypillisimpiä myyntituotteita. Suomen Cupin finaalissa ei myydy olutta eikä alkoholia muutenkaan. Osa katsojista pitää käsiohjelmaa, kuulutuksia ottelun aikana, sekä pelaajaesittelyä tärkeinä. Otteluiden yhteydessä järjestetään usein monipuolista ohjelmaa, musiikki ja tanssiesitykset ennen ottelua ja puoliajalla ovat yleisiä. Myös erilaiset kilpailut ja arvonnat ovat suosittuja.

Vaikka Cupin finaalissa ei olutta myydykään, on alkoholin anniskelu kuitenkin asia, joka on syytä ottaa huomioon. Alkoholin käytöllä ja urheilun seuraamisella on samankaltaisia vaikutuksia, ja siksi ne näyttävät sopivan hyvin yhteen. Kummankin parissa rentoudutaan ja vietetään vapaa-aikaa. Niiden parissa viihdytään ja huvitellaan. Molemmat tuovat mielihyvää ja synnyttävät voimakkaita yhteisöllisyyden kokemuksia. Alkoholi ja erityisesti olut liittyvät kulttuurisen merkityksen tasolla vahvasti miehiseen vapaa-aikaan. Alkoholi ja urheilu ilmentävät kumpainkin tahoillaan miehiseen kulttuuriin liittyvää kovuutta ja ovat osa miehistä elämäntapaa (Heinonen & Godenhjelm 2001a, 26). Häiriökäyttäytyminen ja järjestyshäiriöt urheilutapahtumissa ovat usein lähtöisin alkoholin käytöstä ennen tapahtumaan saapumista ja tapahtuman yhteydessä. Toisaalta Heinosen ja Godenhjelmin mukaan muutaman oluen voimalla kannustava yleisö voi olla jopa tapahtuman tunnelman kannalta ihanteellinen, tämä ryhmä on usein näkyvin ja äänekkäin osa yleisöä, luoden karnevalistista ilmapiiriä. Alkoholin käyttö ei varmastikaan ole ainoa syy yleisön häiriökäyttäytymiselle, siitä huolimatta alkoholin käytön tutkiminen on tärkeä osa yleisötutkimusta (Emt. 105).

Suomen Cupin finaalissa pelaajaesittelyt ja laadukkaat kuulutukset olisivat katsojien mielestä tärkeitä (Kuvio 23). 71 prosenttia (naiset 75 prosenttia, miehet 57 prosenttia) vastasi laadukkaiden kuulutusten olevan tärkeitä. 73 prosenttia naisista ja 57 prosenttia miehistä vastasi pelaajaesittelyn ennen ottelua olevan tärkeä. Tämä tukee ajatusta, että katsojat olisivat paremmin mukana ottelutapahtumissa, jos he tietäisivät enemmän pelaajista (nimi, ikä jne.) ja pelin kulusta kuulutusten myötä. Kuuluttaja voisi toimia eräänlaisena selostajana ja tunnelman kohottajana. Käsiohjelma oli 41 prosentille katsojista tärkeä, fanituotteiden myynti 17 prosentille. Oheisohjelma oli 24 prosentille yleisöstä tärkeä. Naisille ravintola- ja kioskipalvelut olivat lähes yhtä tärkeitä kuin miehille (naiset 54, miehet 47 prosenttia), kun taas oluen myynti olisi selvästi tärkeämpää miehille kuin naisille (miehet 26, naiset 7 prosenttia). Ikäryhmittäin erot olivat samankaltaisia.(Kuvio 24).



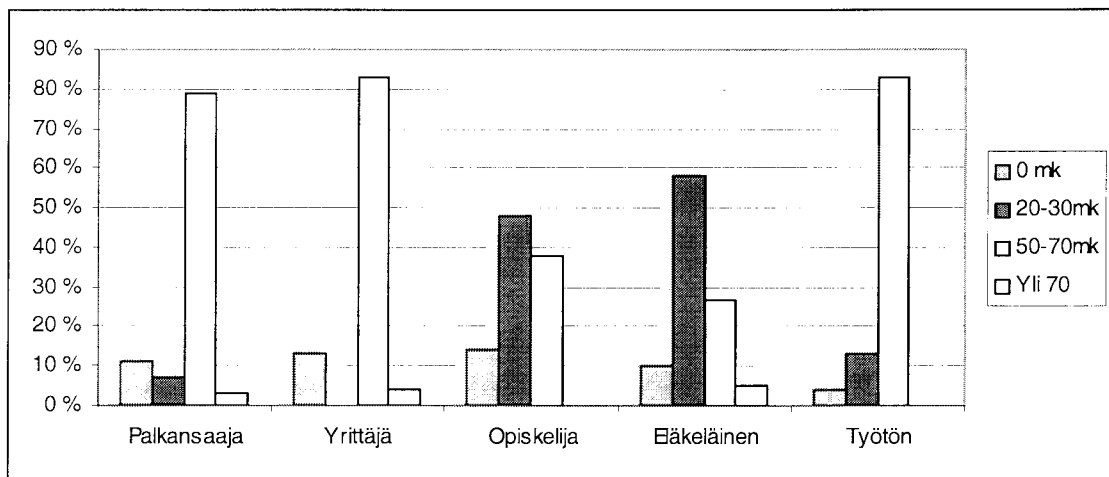
Kuvio 23. Tärkeäksi koetut oheispalvelut. Sukupuolen mukaan (N=478)



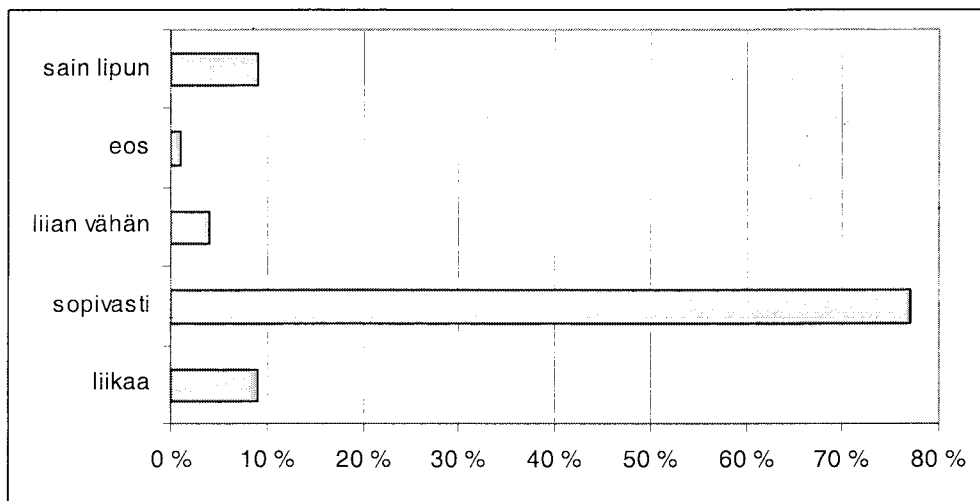
Kuvio 24. Tärkeäksi koetut oheispalvelut ikäryhmien mukaan (N=478)

Cupin finaalin Helsingistä Tampereelle siirtymisen johdosta lippujen hintoihin tuli muutoksia. Helsinkiin ostetut liput kävivät myös Tampereella. Finnair Stadiumilla liput maksoivat alempaan pääkatsomoon 100mk (16.8 €) ja alempaan 80mk(13.4€). Sivukatsomoon sai lipun 60 markalla (10.1 €) ja päätykatsomoihin 40 markalla (6.7 €). Lisäksi päätykatsomoihin oli mahdollista saada 20 markan (3.4 €) alennus Fair Play passilla. Tampere United noudatti ottelussa oma hintapolitiikkaa. Pääkatsomoon pääsi 70 markalla (11.8 €), B, C ja D katsomoihin täytyi ostaa 50 markan (8.4 €) arvoinen lippu.

Tampereella lapset, opiskelijat, eläkeläiset ja varusmiehet saivat lipun 20 markalla (3.4 €), lukuun ottamatta pääkatsomoa. Suomen Cupin finaalin katsoja maksoi pääsylipustaan keskimäärin 42mk (7 €). Yleisin hintaluokka oli 50 – 70 mk (8 –12 €). Kuviossa 25 näkyy selvästi opiskelijoiden ja eläkeläisten pienempi maksettu lipun hinta. Myös moni alennusryhmiin kuulumaton pelaa jalkapalloa seurassa ja näin ollen omistaa alennuksiin oikeuttavan Fair Play passin. Katsojista 76 prosenttia piti ostamaansa lipun hintaa sopivana (Kuvio 26). Yhdeksän prosentin mielestä lipun hinta oli liian kallis ja neljä prosenttia katsojista olisi valmis maksamaan enemmän. Yhdeksän prosenttia katsojista oli saanut lipun ilmaiseksi jostain muualta.

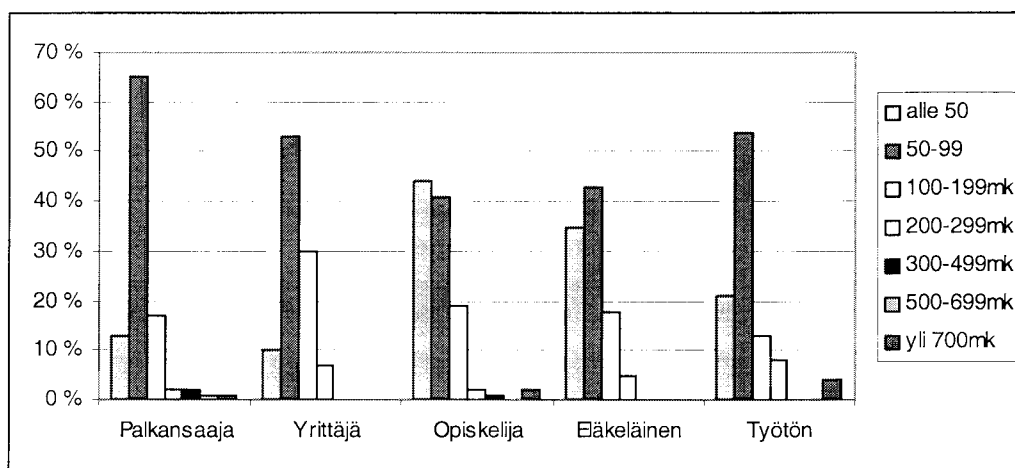


Kuvio 25. Pääsylipusta maksettu hinta ammattiryhmittäin (N=474)



Kuvio 26 Lipun hinta (N=471)

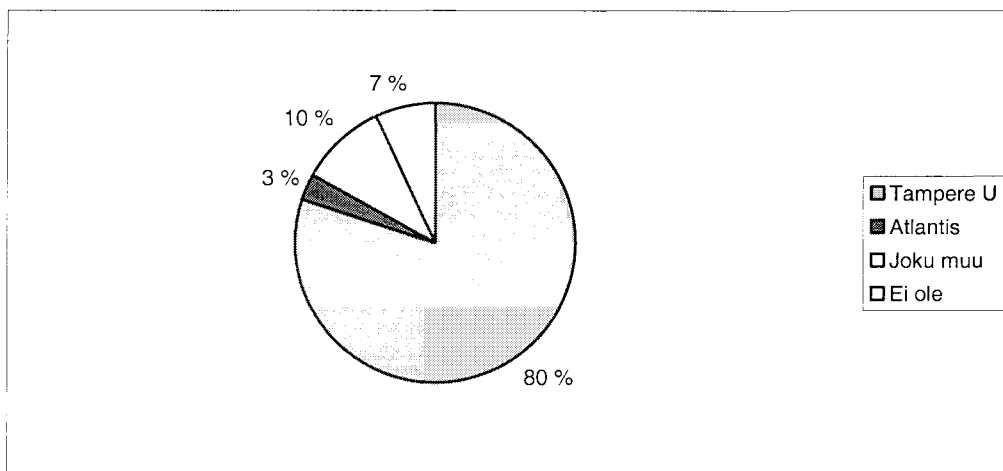
Ottelutapahtumiin (matkat, pääsyliput, oheispalvelut) suurin osa katsojista (52 prosenttia) kulutti rahaa 50-99mk (8-16 €) (Kuvio 27). Ainoastaan neljä prosenttia katsojista kulutti rahaa koko tapahtumaan 200 (34 €) markkaa tai enemmän. Eläkeläisten ja opiskelijoiden joukossa oli huomattava osa alle 50 markkaa (8 €) kuluttaneita.



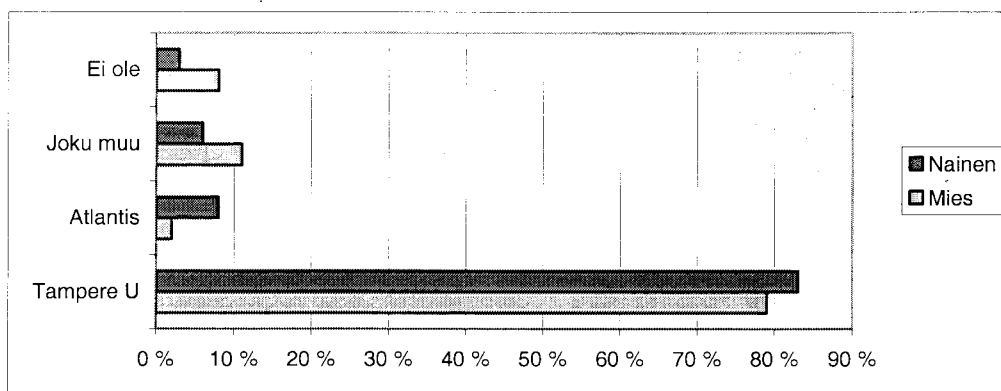
Kuvio 27. Koko ottelutapahtumaan ja matkaan käytetty rahamäärä ammattiryhmittäin (N=475)

8.6 Mitä joukkuetta kannatettiin

Suomen Cupin finaalin yleisöstä lähes kaikki kannattivat jotain tiettyä kotimaista jalkapallojoukkuetta. (Kuvio 28) Ainoastaan seitsemän prosenttia yleisöstä ilmoitti, ettei heillä ole suosikkijoukkuetta. Suomalaisesta kannattajakulttuurista kertoo paljon se, että Vantaalla kotiottelunsa pelaavaa Helsinkiläistä Atlantista kyselyn mukaan kannatti ainoastaan kolme prosenttia yleisöstä. Koska Tampereelle ei Helsingistä saapunut enempää Atlantiksen kannattajia, voidaan päätellä että joukkueella ei ole suurta määrää vahvasti joukkueeseen samastuneita kannattajia. Tampere Unitedia puolestaan kannatti peräti 80 prosenttia finaalin katsojista. Luvun suuruus johtuu luonnollisesti ottelupaikasta, eikä tämän perusteella voida vetää johtopäätöksiä kannattajien samastuneisuudesta joukkueeseen. Yleisöstä kymmenen prosenttia ilmoitti kannattavansa jotain muuta kuin finaalissa pelanneita Tampere Unitedia tai Atlantista. Näistä ylivoimaisesti suurimman ryhmän muodostivat FC Hakaa kannattavat, joiden määrä oli suurempi kuin Atlantista kannattavien (neljä prosenttia). Yhteensä yleisön joukossa kannatettiin 12 eri joukkuetta. Sukupuolen mukaan löytyi jonkin verran eroja. Naiset tulivat otteluun miehiä enemmän seuraamaan omaa joukkuettaan, sillä 92 prosenttia naisista kannatti jompaakumpaa finaali-joukkuetta. Miehillä vastaava luku oli 82 prosenttia. (Kuvio 29)

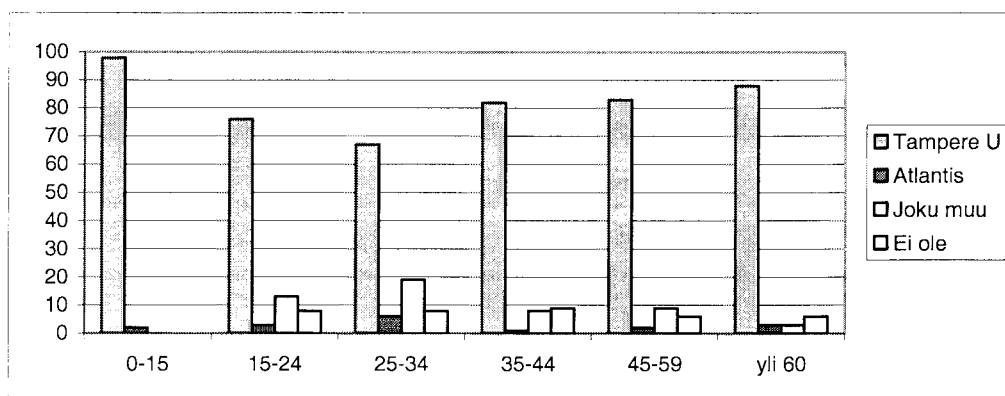


Kuvio 28. Suomen Cupin finaalin yleisön kotimaisten jalkapalloseurojen kannatus (N=479)



Kuvio 29. Suomen Cupin finaalin joukkueiden kannatus sukupuolen mukaan (N=479)

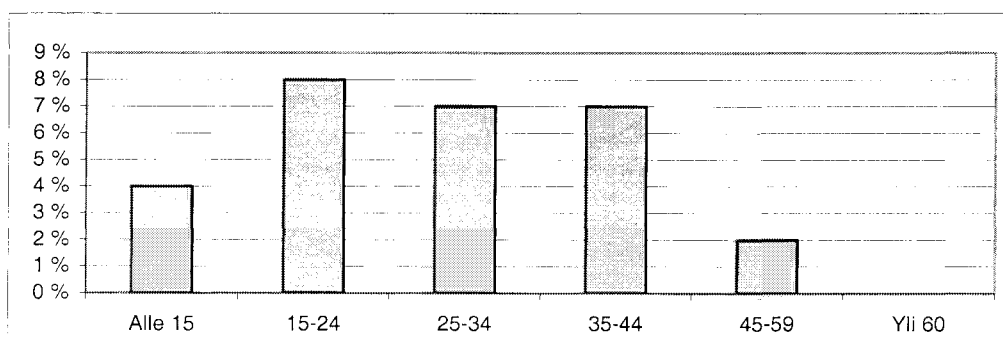
Myös iän mukaan kannatus vaihteli jonkin verran. ”Kotijoukkue” Tampere Unitedin kannatus oli kaikkein suurinta alle 15-vuotiaiden, sekä kaikkein vanhimpien ikäryhmien keskuudessa. Näiden kahden ryhmän välissä olevien ikäryhmien keskuudesta löytyi sen sijaan eniten jonkun ei finaalisissa pelaavan joukkueen kannattajia, tai heitä joilla ei ole suosikkia lainkaan. (Kuvio 30)



Kuvio 30. Finaalijoukkueiden kannatus ikäryhmien mukaan (N=479)

9 KANNATAJAYHDISTYKSEEN KUULUMINEN

Kyselyyn vastanneista kuusi prosenttia kuului kannattajayhdistykseen. Lukumäärällisesti kannattajayhdistykseen kuuluvia oli 29, eli sen perusteella ei voida vetää todella luotettavia johtopäätöksiä kannattajayhdistyksistä. Sukupuolen mukaan ei löytynyt eroavaisuuksia, mutta iän mukaan erot olivat melko suuria (Kuvio 31). Kysely ei täysin tue aiempaa oletusta, että kannattajaryhmään kuulumisen kuuluu pitkälti tiettyyn nuoruuden ikävaiheeseen, sillä vielä 35-44 -vuotiaiden keskuudessa kannattajaryhmään kuulumisen oli lähes yhtä yleistä kuin 15-24 -vuotiailla. Alle 15-vuotiailla ja yli 44-vuotiailla prosentit ovat huomattavasti alhaisempi kuin ikäryhmillä siltä väliltä.

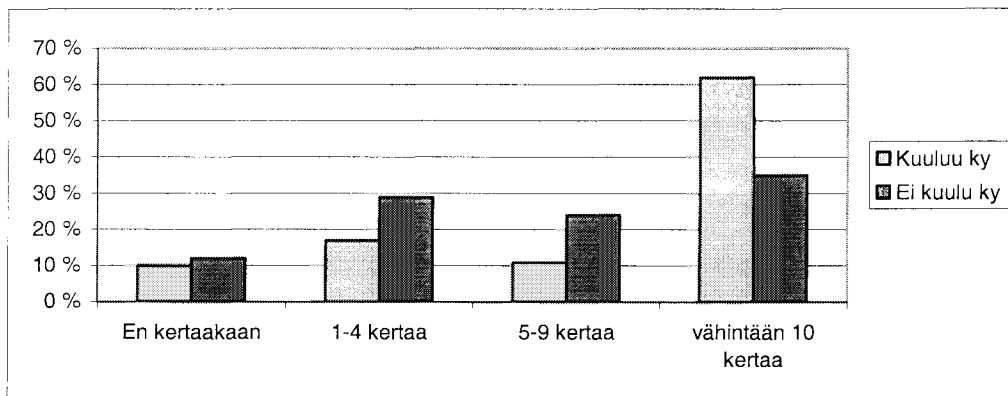


Kuvio 31. Suomen Cupin finaalin yleisön kuulumisen kannattajayhdistykseen (N=484)

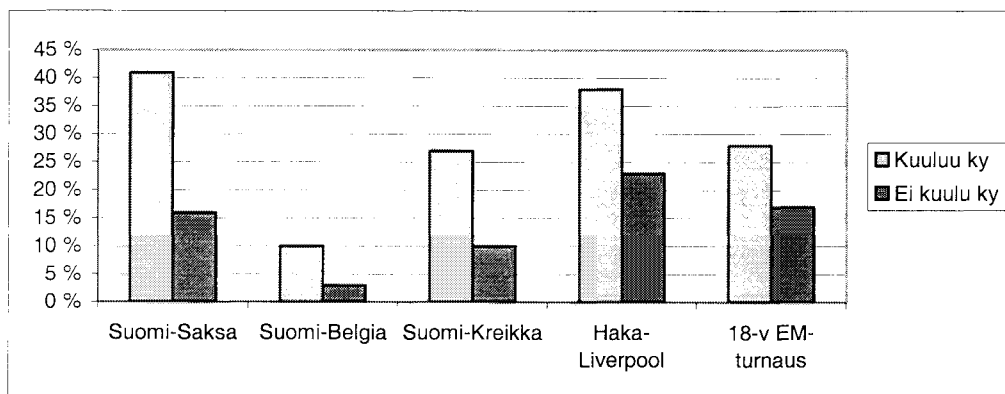
Aikaisemmin tutkimuksessa mainitaan eroja vahvasti joukkueeseen samastuneiden ja muiden katsojien kesken. Eri joukkueiden kannattajayhdistykseen kuului siis Suomen Cupin finaalin yleisöstä kuusi prosenttia. Vaikka kannattajayhdistykseen kuuluvien lukumäärä ei sinänsä ollut määrältään kovin suuri, voidaan heitä vertaamalla muuhun yleisöön saada selville heidän samastuneisuutensa suosikkijoukkueeseen.

Kuviosta 32 voidaan havaita kannattajayhdistykseen kuuluvien käyvän huomattavasti muuta yleisöä enemmän Veikkausliigan otteluissa. 62 prosenttia kannattajayhdistykseen kuuluvista ilmoitti käyvänsä otteluissa vähintään kymmenen kertaa. Vastaava luku ei-

kuuluville oli 35 prosenttia. Kannattajayhdistyksiin kuuluvien joukosta 10 prosenttia ei ollut käynyt kertaakaan Veikkausliigan ottelussa edellisellä kaudella, joka johtunee siitä, että kaikki eivät kuuluneet Veikkausliiga joukkueiden yhdistyksiin. Mukana oli myös esimerkiksi FC Liverpoolin, Englannin liigan sekä 1.divisioonassa tuolloin pelanneen FC Hämeenlinnan kannattajayhdistyksiin kuuluvia. Kuvio 33 puolestaan osoittaa, että kannattajayhdistykseen kuuluvat käyvät myös muissa merkittävässä Suomessa järjestetyissä jalkapallotapahtumissa muita ahkerammin. A-maajoukkueen otteluissa kannattajayhdistykseen kuuluvat kävivät lähes kolminkertaisesti muihin verrattuna.

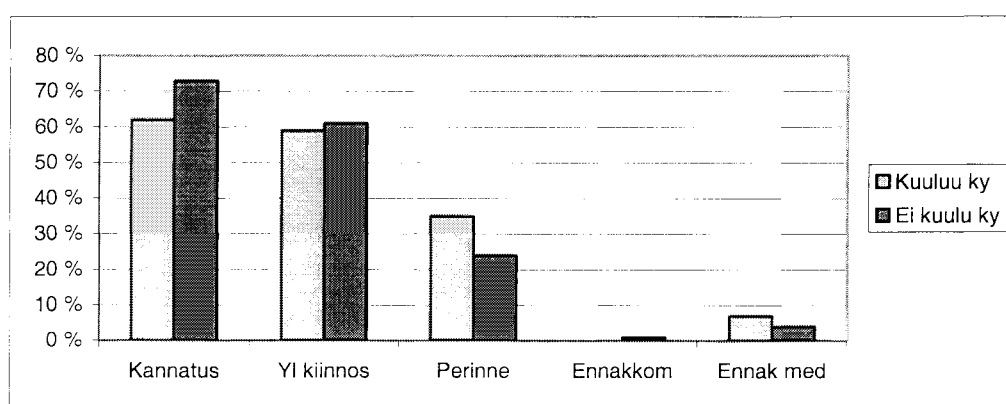


Kuvio 32. Käynti Veikkausliigan (2001) otteluissa kannattajayhdistykseen kuulumisen mukaan



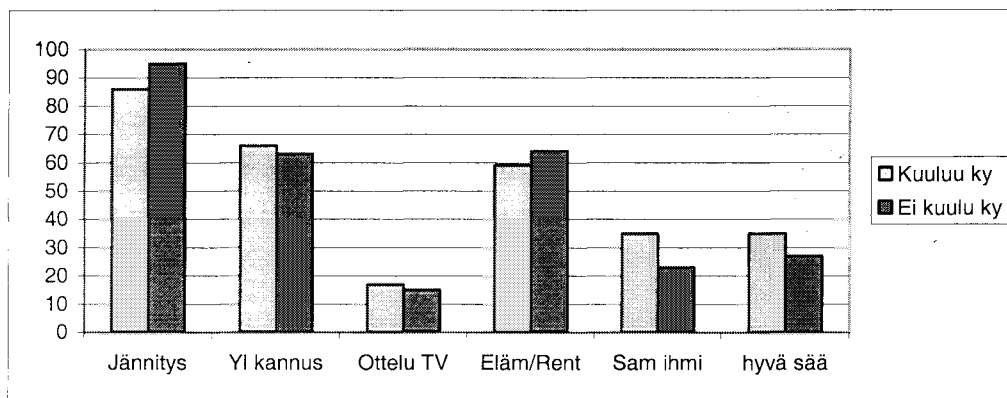
Kuvio 33. Merkittävässä jalkapallotapahtumissa käyneet kannattajayhdistykseen kuulumisen mukaan

Kyselyssä kysyttiin mikä herätti mielenkiinnon Suomen cupin finaalia kohtaan. Vastauksista löytyi mielenkiintoinen tulos, jonka mukaan ei-kannattajayhdistykseen kuuluvat kiinnostuivat tapahtumasta enemmän siinä pelaavien joukkueiden kannatuksen perusteella. (Kuvio 34) Vaikka kaikki kannattajayhdistykseen kuuluvat eivät kuuluneet finaalissa pelaavien joukkueiden yhdistykseen, oli tulos yllättävä. Ainoastaan 62 prosenttia kannattajayhdistykseen kuuluvista ympyröi kyseisen kohdan, kun muilla vastaava luku oli 73 prosenttia. Kannattajayhdistykseen kuuluvat puolestaan olivat muita kiinnostuneempia tapahtuman perinteisyydestä. Heistä 35 prosenttia ympyröi kyseisen kohdan, kun muilla luku oli 24 prosenttia.



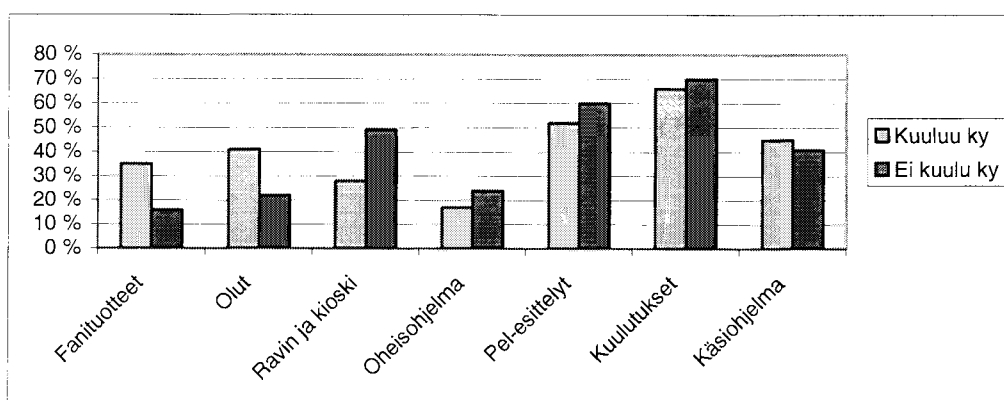
Kuvio 34 Kiinnostus Suomen cupin finaalia kohtaan kannattajayhdistykseen kuulumisen mukaan.

Yleisökyselyssä pyydettiin kahdessa eri kysymyksessä merkitsemään, mitkä seikat ovat Suomen cupin finaalissa itselle tärkeitä. Kuvioista 35 ja 36 voidaan havaita eroavaisuuksia kannattajayhdistykseen kuuluvien ja muiden välillä. Kuviossa 35 voidaan havaita, että kannattajayhdistykseen kuulumattomille jännittävä peli oli tärkeämpää kuin kannattajayhdistykseen kuuluville (95 – 86 prosenttia). Samanhenkisten ihmisten tapaamista piti tärkeinä 35 prosenttia kannattajayhdistykseen kuuluvista, kun vastaava luku kannattajayhdistykseen kuulumattomilla on ainoastaan 23 prosenttia. Aiemmin tutkimuksessa mainittiin vahvasti suosikkijoukkueeseen samastuneiden pitävän muita oman joukkueen faneja erityisempinä, ja faniuden jäsentävän pitkälti sosiaalista elämää. Tulosten mukaan kannattajayhdistykseen kuuluvilla tämä pitää paikkansa enemmän kuin niihin kuulumattomilla.



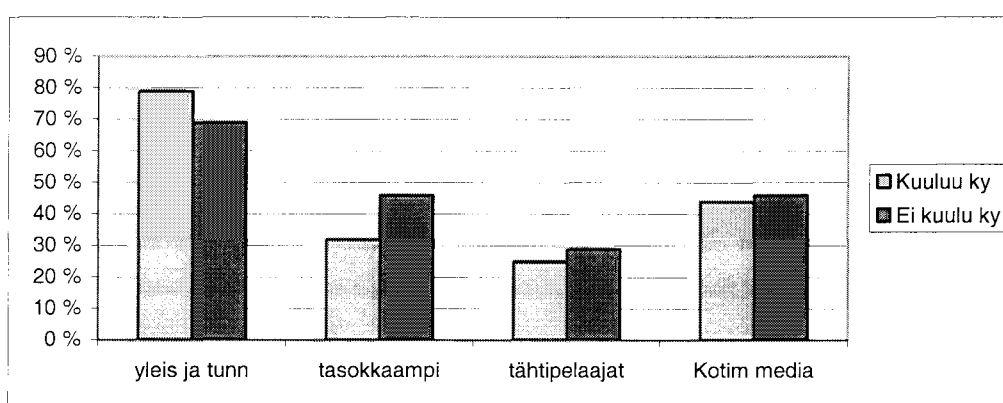
Kuvio 35. Tärkeitä seikkoja finaalisissa.

Kuviosta 36 voidaan havaita kannattajaryhmään kuuluvien pitävän fanituotteiden myyntiä huomattavasti muita ryhmiä tärkeämpänä. Tämä oli hyvin odotettavissa, sillä suomalaisissakin jalkapallokatsomoissa näkyy faniryhmien keskuudessa paljon pelipaitoja, kaulahuiveja sekä muita fanituotteita. Mielenkiintoinen ero näkyy oluen tarjonnan ja muiden ravintolapalveluiden tärkeyden mieltämisessä. Kannattajaryhmään kuuluvista 41 prosenttia piti oluen myyntiä tärkeänä, kun kannattajaryhmään kuulumattomien keskuudessa vastaava luku oli 22 prosenttia. Tämä tukee ajatusta, että ns. fanit haluaisivat luoda iloista tunnelmaa, johon oluen nauttiminen toisi lisää pontta. Muita kioskipalveluita piti kannattajaryhmään kuuluvista tärkeinä 28 prosenttia ja kannattajaryhmään kuulumattomista 49 prosenttia. Muita merkittäviä eroja ei tuloksista löytynyt.



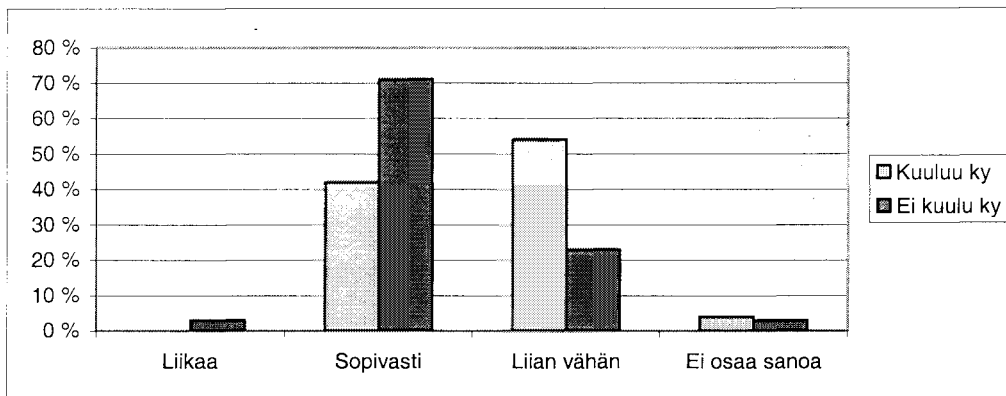
Kuvio 36. Tärkeäksi koetut oheispalvelut.

Kysymyksessä, miten suomalaisen jalkapallon arvostus kasvaisi, löytyi myös selkeitä eroja kannattajaryhmään kuuluvien ja kuulumattomien välillä. (Kuvio 37) 79 prosenttia kannattajaryhmään kuuluvista piti arvostuksen kasvussa tärkeänä sitä, että peleissä kävisi enemmän yleisöä ja niissä olisi parempi tunnelma. Kannattajayhdistykseen kuulumattomilla vastaava luku oli 69 prosenttia. Pelin tasokkuuden parantumista pidettiin lajin arvostuksen nostamiseksi kannattajayhdistykseen kuuluvien keskuudessa vähemmän tärkeänä kuin muiden ryhmien keskuudessa. Kannattajayhdistykseen kuuluvilla luku oli 32 prosenttia ja kuulumattomilla 46 prosenttia. Muita merkittäviä eroavaisuuksia ei löytynyt.



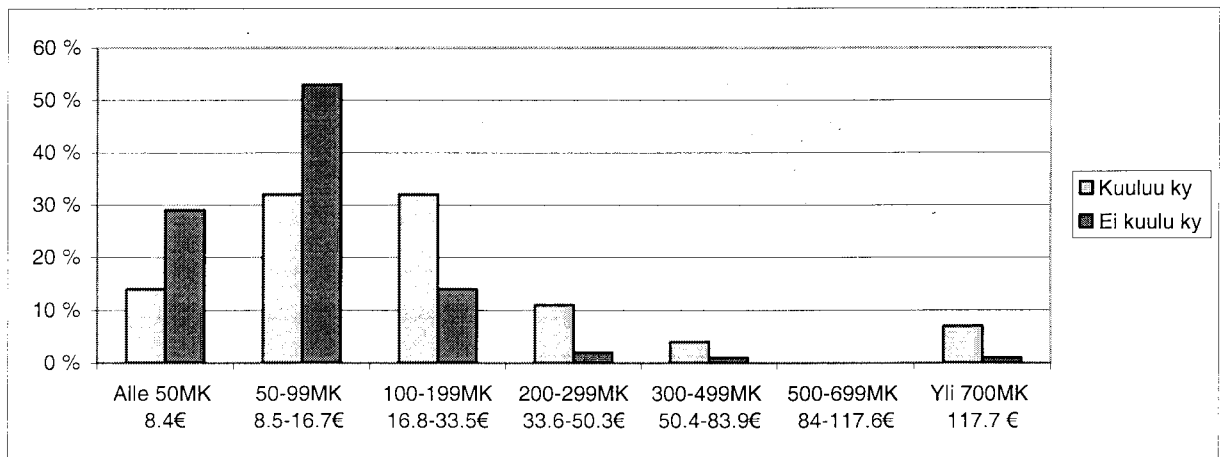
Kuvio 37. Kotimaisen jalkapalloilun suosiota lisäävät tekijät.

Kannattajayhdistykseen kuuluvista 54 prosenttia koki kansallisten ja kansainvälisten otteluiden tarjonnan Suomessa puutteelliseksi. (Kuvio 38) Kannattajayhdistykseen kuulumattomista 23 prosenttia piti tarjontaa liian pienenä. Tarjonnan määrää sopivana sen sijaan piti 42 prosenttia kannattajayhdistykseen kuuluvista ja 71 prosenttia ei kuuluvista. Kukaan kannattajayhdistykseen kuuluvista ei kokenut tarjontaa liialliseksi, ja kuulumattomistakin ainoastaan 3 prosenttia piti tarjontaa liian suurena.



Kuvio 38. Kansallisen ja kansainvälisen jalkapallon tarjonnan määrä.

Aikaisemmin tutkimuksessa mainittiin vahvasti joukkueeseen samastuvien fanien olevan valmiita investoimaan enemmän rahaa joukkueen seuraamiseen kuin heikommin samastuneet. Suomen cupin finaalista saatujen tulosten perusteella kannattajaryhmään kuuluvat kuluttivat tapahtumaan ottelulippuineen ja muine kuluineen muita huomattavasti enemmän rahaa. Kuviosta 39 voidaan havaita, että 0-99 markkaa (0-16.5 €) kuluttaneita oli kannattajaryhmään kuuluvista 46 prosenttia ja kannattajaryhmään kuulumattomista 82 prosenttia. Yli 100 markkaa (16.5 €) kuluttaneita oli siis kannattajaryhmään kuuluneiden keskuudessa huomattavasti enemmän. Tähän oli osasyynä se, että mukana oli muutama Atlantiksen kannattajaryhmään kuuluneita, joiden matka pääkaupunkiseudulta Tampereelle maksoi jonkin verran. Tästä huolimatta kannattajajyhdistykseen kuuluvat käyttivät muutenkin enemmän rahaa tapahtumaan kuin muut.



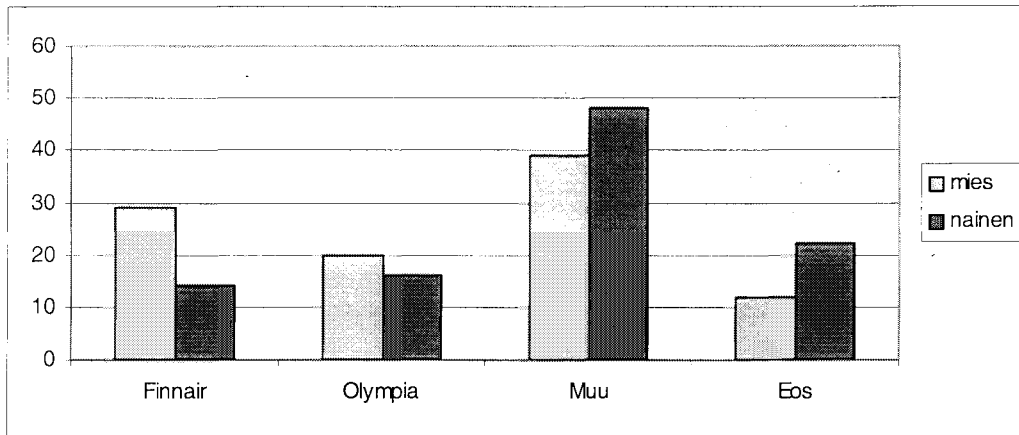
Kuvio 39. Koko ottelutapahtumaan (matkat, pääsylippu, ym.) käytetty rahamäärä

10 CUPIN FINAALIN JÄRJESTELYT

Jalkapallon Suomen cupin finaali on perinteisesti pelattu Helsingin Olympiastadionilla. Muutamien tuhansien yleisöllä tunnelma avaralla stadionilla jää saavuttamatta. Ottelutapahtuma siirrettiinkin vieressä sijaitsevalle Finnair Stadiumille vuonna 2000. Myös cupin finaalin ajankohtaa on hyvä pohtia. Kylmässä ja viimassa eivät varmasti katsojat nauti sen enempää kuin pelaajatkaan. Olisiko mahdollista aikaistaa tapahtumaa, vai kuuluuko cupin finaali perinteisenä tapahtumana pelattavaksi vasta liigamestaruuden ratkettua?

10.1 Paikka ja ajankohta

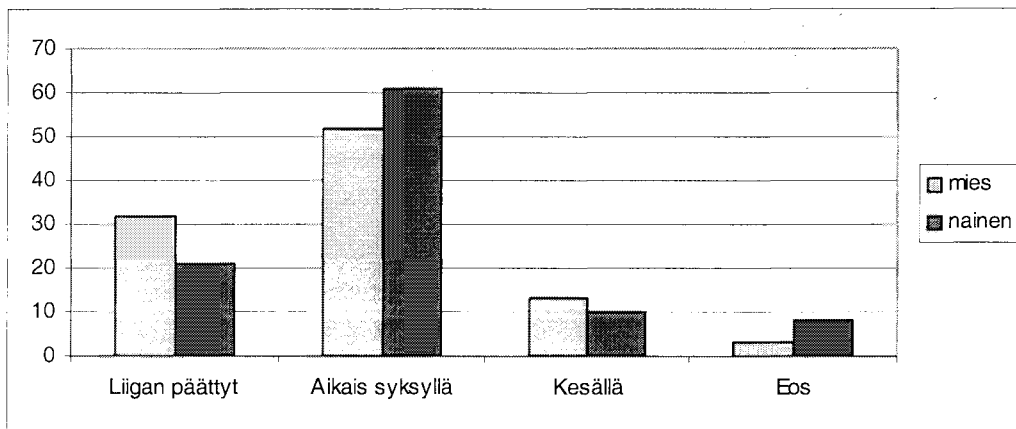
Katsojilta kysyttäessä Suomen cupin finaalin vuosittaista pelipaikkaa kohta ”muu” kuin Finnair Stadium tai Olympia Stadion sai huomattavasti eniten kannatusta (kuvio 40). Tähän suurin syy lienee ottelun pelaaminen Tampereella. Tähän ”muu” kohtaan kuului myös vastaukset, joissa ehdotettiin esimerkiksi tapahtuman kierrättämistä vuosittain eri paikkakuntien välillä tai pelaamista edellisen vuoden voittajan kotikentällä. Määrällisesti nämä ehdotukset eivät kuitenkaan olleet merkittäviä, suurin osa halusi ottelun Tampereelle. Finnair Stadiumin ja Olympia Stadionin ero oli pieni edellä mainitun eduksi (26 – 19 prosenttia). Vuodesta 1955 ottelu pelattiin Helsingin Olympia Stadionilla. Finnair Stadiumin valmistuttua vuonna 2000, cupin finaali siirrettiin pelattavaksi sinne. Tähän suurimpana syynä lienee sopivampi koko cupin finaalin nykyiselle suosiolle sekä Finnair Stadiumin parempi soveltuminen erityisesti jalkapallon pelaamiseen.



Kuvio 40. Cupin finaalin toivottu pelipaikka. (N= 476)

Jalkapallon Suomen cupin finaali on perinteisesti pelattu loka- marraskuun vaihteessa. Viime vuoden finaali oli tarkoitus pelata 10.11, mutta siirrettiin pelattavaksi jäätyneen kentän takia Tampereelle 12.11.2001. Vuosina 1992 – 1994 finaali pelattiin heinäkuussa. Yleisö määrässä tämä näkyy pienenä piikkinä (kuvio 1 s.12). Marraskuun keskilämpötilan ollessa +1.4 (ilmatieteen laitos 2002) on syytä kysyä, onko tämä sopiva aika jalkapallon pelaamiselle? Käytännössä ajankohdan selkeä aikaistaminen olisi vaikeaa: Joukkueiden aikatauluja venytetään kauden kuluessa jo muutenkin, joten cupin finaalin siirtäminen kesään loisi entistä enemmän otteluruuhkia. Yhtenä vaihtoehtona on ollut julkisuudessaakin ehdotettu ensimmäisten kierrosten aloittaminen esimerkiksi halleissa jo talvikaudella. Toisaalta moni katsojista oli sitä mieltä, että finaalin pelaaminen liigan päätyttyä eräänlaisena kauden huipentumana ylläpitää perinnettä. Kuviossa 41 voidaan havaita yleisön selkeä toive ottelun aikaistamiselle. Peräti 53 prosenttia kyselyyn vastanneiden mielestä ottelu tulisi pelata aikaisemmin syksyllä. Toisaalta ainoastaan 13 prosenttia vastanneista piti kesää parhaana ajankohtana cupin finaalin pelaamiselle. Kylmästä säästä huolimatta nykyistä ajankohtaa marraskuussa piti sopivana 31 prosenttia. Sukupuolten välillä oli havaittavissa jonkin verran eroavaisuutta, sillä naisista 61 prosenttia kannatti ottelun aikaistamista syksyyn kun vastaava luku miehillä oli 52 prosenttia. Naisista nykyistä ajankohtaa piti sopivana 21 prosenttia, miehistä 32 prosenttia. Norjassa, jossa sääolosuhteet ovat samankaltaiset kuin Suomessa ja finaalin ajankohta on sama, on

tapahtuma vuosittain loppuunmyyty. Tämä osoittaa sään olevan ainakin Norjassa toissijainen tekijä finaalin suosion kannalta.



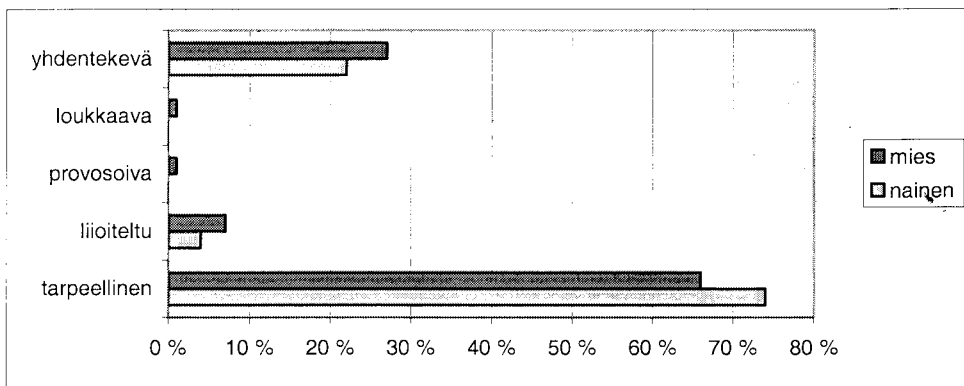
Kuvio 41. Cupin finaalin paras ajankohta (N 480)

10.2 Turvallisuus

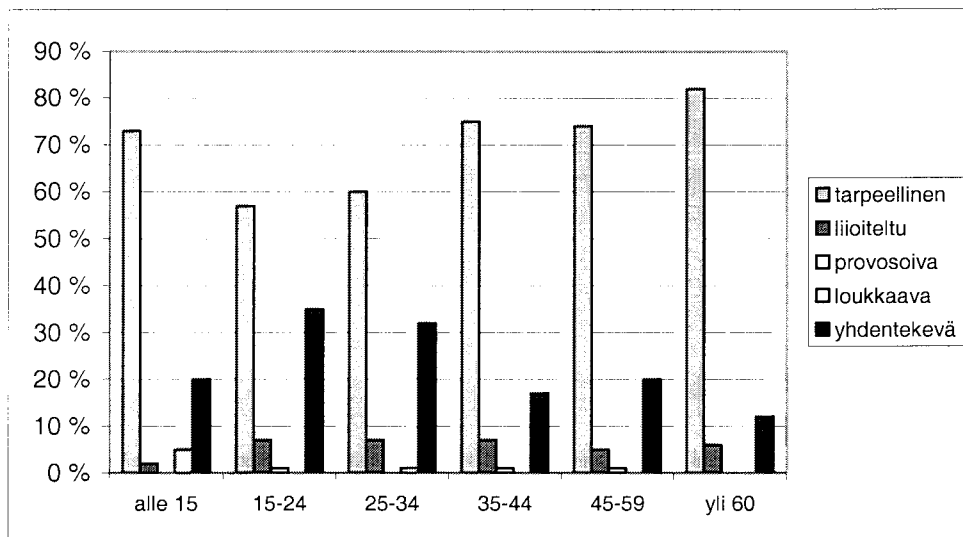
Urheilutapahtumat ovat kansanjuhlaa. Ne ovat aikojen saatossa koonneet tuhatpäisiä kannustusjoukkoja, sekä tarjonneet mittaamattomia elämyksiä ja suuria tunnetiloja. Urheilu on ihmisiä yhdistävä, mutta samalla myös heitä erottava ilmiö. Jalkapallokin perustuu usein vastakkainasettelulle: oma joukkue on rakas, vastapuoli koetaan vihollisena. Jalkapallo-otteluun kuuluu tietty määrä järjestyksenvalvoja yleisen järjestyksen ja katsojien turvallisuuden takaamiseksi. Vaikka yleisön käyttäytyminen ja katsomoturvallisuudesta huolehtiminen ei Suomessa olekaan ollut merkittävä ongelma, niin mm. kansainväliset sopimukset velvoittavat ottamaan yleisöväkivallan ja häiriökäyttäytymisen ehkäisemisen tosissaan. Suomessa järjestetään satoja urheilu- ja ottelutapahtumia vuosittain, ja pääasiassa ne sujuvat hyvin positiivisessa hengessä. Järjestyksenvalvonnalla voidaan myös parantaa yleisötapahtuman viihtyvyyttä. ”Järjestyksenvalvojan tehtävä on ennen kaikkea yleisön palvelu, opastus ja ohjaus. Hän on osa sitä prosessia, jolla taataan yleisön viihtyvyys ja positiivisen ilmapiirin syntyminen yleisötapahtumissa. Ensisijaisena tehtävänä on kuitenkin ihmisten turvallisuuden varmistaminen” (Opetusministeriö 2000, 44). Yleisöä ei tule nähdä vain vallan ja kontrollin kohteena, vaan pikemminkin kyseessä on asiakassuhde, jossa katsoja tuntee

olonsa turvallisiksi. Liiallinen kontrolli voidaan kokea yleisön puolesta myös negatiivisena asiana, joka provosoi ihmisiä häiriökäyttäytymiseen. (Heinonen & Godenhjelm 2001a)

Tampereella Suomen cupin finaalissa järjestysmiehet hoitivat turvatarkastukset jokaisella sisääntuloaukolla lipuntarkastuksen yhteydessä. Turvatarkastus ei ollut järjestelmällistä, sillä vain osalta sisään tulijoista tutkittiin repun sisältö. Helsingistä matkustaneille Atlantis faneille oli varattu sivukatsomon päädystä noin 20 metrin levyinen katsomo-osa, joka oli erotettu muusta katsomosta nauhalla. Yleisöstä 67 prosenttia koki turvatarkastukset portilla ja yleiset turvatoimet pääosin tarpeellisiksi. (Kuvio 42). Yhdentekevinä turvatarkastuksia ja turvatoimia piti 25 prosenttia yleisöstä. Ainoastaan yksi prosentti kyselyyn vastanneista piti kyseisiä toimia loukkaavina tai provosoivina. Naiset pitivät turvatarkastuksia ja -toimia hieman tarpeellisempina kuin miehet. Kuviosta 43 voidaan havaita ikäryhmien väliset erot, joista ilmenee kaikkein vanhimpien ikäryhmien pitävän turvatarkastuksia ja -toimia tarpeellisempina kuin muut ikäryhmät. Edellä mainituista luvuista voidaan selkeästi havaita katsojien positiivinen suhtautuminen turvatoimiin. Viime vuosina varsinkin maaotteluiden yhteydessä on julkisuudessa keskusteltu turvatoimien liioittelemisesta Suomessa pelattavissa jalkapallo-otteluissa. On tosin muistettava, että maajoukkueen otteluissa turvatarkastukset ja turvatoimet ovat huomattavasti cupin finaalia tiukemmat. Moni katsojista pitää siis turvatarkastuksia ja -toimia tarpeellisena. Näiden tarve ei välttämättä johdu turvattomuuden tunteen puuttumisesta suomalaisissa katsomoissa. Osasyynä turvallisuuden tarpeeseen ovat ulkomailla tapahtuneet häiriöilmiöt, jotka ruokkivat iltapäivälehtien etusivuja jolloin ihmiset kuvittelevat samanlaisen käyttäytymisen tapahtuvan myös Suomessa.



Kuvio 42. Suhtautuminen turvatarkastuksiin. Sukupuolen mukaan (N=480)



Kuvio 43. Suhtautuminen turvatarkastuksiin Ikäryhmien mukaan. (N=483)

11 LOPPUVIHELLYS

Tutkimuksen yhtenä tavoitteena oli selvittää Suomen cupin finaalin yleisön sosiodemografista taustaa. Tyypilliseksi katsojaksi profiloitui ”Matti Meikäläinen”, joka on kehitelty yleisökyselyn yleisimpien vastausten perusteella. Hän on 15-24-vuotias peruskoulun jo suorittanut opiskelija-mies, joka pelaa itse tai on pelannut jalkapalloa. Suomen cupin finaalia Matti ei ole ennen seurannut paikan päällä. Tavallisesti hän tulee otteluun ystävän tai ystävien kanssa. Matin mielenkiinnon ottelua kohtaan saa heräämään yleinen kiinnostus jalkapalloa kohtaan, ja cupin finaalissa oman suosikkinsa pelaaminen. Hänen mielestään Suomen cupin finaalissa tärkeimpiä seikkoja ovat jännittävä peli ja koetut elämykset yhdessä ystävien kanssa. Myös pelaajaesittelyt ja kenttäkuulutukset ovat ottelussa tärkeitä. Ottelulipusta Matti maksaa noin 7 euroa ja kuluttaa koko ottelutapahtumaan matkoineen 8-16 €. Hän käy Veikkausliigan otteluissa vähintään viisi kertaa kaudessa ja jääkiekon SM-liigan otteluissa yhdestä neljään kertaa. Muuta urheilua hän seuraa paikan päällä satunnaisesti ja elokuvissa Matti käy melko usein, oopperakaan ei hänelle ole vieras paikka.

Toisena tehtävänä oli tutkia paikan päälle ottelua seuraamaan tulleiden katsojien motiiveja ja intressejä sekä viihtyvyystekijöitä ottelutapahtumassa. Merkittävää on, että suurimmalla osalla katsojista on sidos jalkapalloiluun. Kaksi kolmasosaa katsojista pelaa tai on pelannut jalkapalloa joukkueessa, osa toimii jalkapalloilun parissa muilla tavoin. Cupin finaalin yleisö on myös innokas muiden urheilulajien ja kulttuurin kuluttaja, kuten yllä olevasta kuvauksesta käy ilmi. Kolme neljäsosaa käy seuraamassa jääkiekon SM-liigaa ja saman verran katsojista käy konserteissa, teatterissa tai oopperassa. Suurin osa tulee kannattaakseen omaa joukkuetta yhdessä perheen tai ystävien kanssa. Tärkeintä on yhdessä kokeminen ja yhteisöllisyyden tunne katsomossa. Katsomoon kaivataan myös lisää yleisöä ja parempaa tunnelmaa. Voidaan olettaa, että kannattajayhdistyksiin kuuluvat ihmiset ovat sitoutuneimpia katsojia, joille laji ja itse peli nousevat muita asioita, kuten oheispalveluja tärkeämmäksi. Määrällisesti heitä oli vain pieni osa tutkittujen joukossa, mutta tuloksista voidaan tehdä suuntaa antavia päätelmiä. Cupin finaalin ajankohdan järjestäminen on vaikeaa, sillä liiga-ottelut ja mahdolliset kansainväliset pelit tekevät

finaalin aikaistamisen vaikeaksi. Yleisesti myös muualla Euroopassa finaali pelataan vasta sarjan päätyttyä.

Sitoutuminen nousee tutkimuksen perusteella yhdeksi merkittäväksi tekijäksi jalkapallon kiinnostavuudelle. Parhaita katsojia ovat lajia aktiivisesti seuraavat fanit, jotka jaksavat tulla yhä uudestaan ottelutapahtumaan heidän vahvemman sitoutumisensa johdosta. Satunnaisesti lajia seuraaville tapahtuma ei tarjoa kiinnostuksen pintaa riittävästi, ja peliä ei koeta kiinnostavaksi. Tällöin esimerkiksi sää vaikuttaa suuresti heidän motivaatioonsa tulla seuraamaan ottelua. Tärkeää olisi saada näiden ryhmien sitoutumisen taso korkeaksi. Palloliiton tulisi tämän johdosta panostaa seurojen yhdistystoimintaan. Jos yhdistysten jäsenmäärä saataisiin nousemaan ylös, myös yleisömäärät nousisivat. Vahvuus on yhdessä kokemisessa, ei niinkään tuotteessa itsessään Jalkapallon yleiskulttuurissa ollaan mukana yhteisössä, esimerkiksi sen toiminnassa. Jalkapallon parissa toimivat katsojat tulevat myös peliä seuraamaan.

Maailma globalisoituu ja samoin on käymässä entistäkin enemmän myös jalkapallolle. Kansainväliset jalkapalloliitot ruuhkauttavat eurooppalaisten seurajoukkueiden kalentereita lähes mahdottomiksi. Huippuseurat pelaavat nykyään niin paljon otteluita, että moni on alkanut puhua jo ylitarjonnasta. Nykyään Suomessakin pystytään katsomaan jalkapallo-otteluita televisiosta lähes päivittäin, joka luo paineita laadun ylläpitämiseksi. Miksi seurata suomalaista jalkapalloa paikan päällä, kun samaan aikaan Canal Plus näyttää eri Euroopan sarjojen huippukamppailuja suorina lähetyksinä. Myös suomalaisjoukkueiden kansainvälisten otteluiden määrä kasvaa. Jaksako ihmisiä esimerkiksi Helsingissä kiinnostaa HJK:n sarjaottelu, kun samalla viikolla joukkue on pelannut ottelun suurta englantilaista huippujoukkuetta vastaan? Tai kun edellisellä viikolla loppunumydyllä Olympiastadionilla pelasivat Jari Litmanen ja Sami Hyypiä Suomen maajoukkueen paidassa? Toisaalta maaotteluiden suosio Suomessa saattaa olla vain väliaikainen muoti-ilmiö. Yhteiskunnan globalisoituessa urheilun avulla pystytään nostamaan kansallista identiteettiä. Mutta kuinka kauan? Tiedotusvälineet pitävät yllä tietynlaista tähtikulttia. Esimerkiksi maaottelut Brasiliaa vastaan keräävät varmasti enemmän yleisöä kuin ottelu joltain pienempää jalkapallomaata vastaan. Pysyvän jalkapallokulttuurin rakentaminen vaatii paljon työtä. Eikä ole varmaa tuleeko Suomeen välttämättä koskaan sellaista. ”Kerran palvoimme jumalaa ja hänen pyhimyksiään, sitten isänmaata ja armeijaa, lopulta vallankumousta ja sen sankareita. Tänä päivänä

jumalamme, isänmaamme, vallankumouksemme on pyöreä pallo, kirjoittaa ranskalainen kirjailija Jean D' Ormeson” (Eskola 1998, 15). Ormesonin kuvaus kuulostaa monen suomalaisen korvaan erittäin naivilta, mutta useissa maailman maissa lajin vertaaminen uskontoon on yleistä. Cupille suuri tarjonta saattaa olla vieläkin suurempi ongelma. Kun maassamme pelataan jo yhdestä mestaruudesta sekä jatkuvasti kansainvälisiä otteluita, alkaa kilpailun arvostus varmasti hiipua. Jopa Englannista on alkanut kuulua samansuuntaista viestiä. Cupin finaalia maassa ei varmasti syrjäytetä vuosikymmeniin, mutta Euroopan rahaa tuovat cup-kilpailut alkavat silti jo olla suurelle yleisölle kiinnostavampia kuin tavalliset Englannin cupin ottelut. On luonnollista, että nykyisin osakeyhtiöinä toimivat seurat pitävät tärkeämpänä Euroopan Mestareiden liigan kymmenien miljoonien eurojen rahapalkintoja, kuin voittoja tutuista kotimaan joukkueista.

Suomalaiselle seurajalkapallolle olisi tärkeää uudenlaisen katsomokulttuurin syntyminen maassamme. Tässä tärkeänä tekijänä saattavat tulevaisuudessa olla kannattajayhdistykset, jotka luovat stadioneille parhaimmillaan karnevalistista tunnelmaa. Suomalaisen jalkapallovaen onkin syytä toivoa, että kannattajayhdistysten toiminta kulkee kohti iloista katsomokäyttäytymistä, ”ruliganismia”. Tällaista on havaittu esimerkiksi Forza HJK kannattajaryhmän keskuudessa. Toisaalta Suomessakin on syntynyt jo joidenkin kannattajaryhmien keskuudessa häiriökäyttäytymistä. Tämän lisääntyminen saattaisi vaikuttaa negatiivisesti lajin imagoon. Urheilupäättäjien, viranomaisten ja median tulisi edistää kannattajakulttuuria positiivisessa hengessä yhteistyössä kannattajayhdistysten kanssa. Veikkausliiga ja Palloliitto ovat asettaneet viime vuosina erilaisia vaatimuksia joukkueiden osallistumiselle maamme ylimmälle sarjatasolle. Tästä esimerkkeinä ovat pelikenttien pakolliset valaistukset ja Palloliiton standardit täyttävät katsomot. Jalkapalloyleisö haluaa kuitenkin ennen kaikkea elää mukana pelissä. Oheispalveluja ja puitteita tärkeämmäksi nousivat kyselyssä pelaajaesittelyt, otteluohjelma ja laadukkaat kuulutukset. Nämä helpottavat pelin seuraamista ja mahdollistavat pelaajiin samastumisen. Vaikka parannukset, tapahtuman puitteet ja erilaiset oheispalvelut, kuten ravintola- ja kioskipalvelut ovat suomalaisessa yleisötapahtumassa tärkeitä, on ihmisten päähuomio kuitenkin itse ottelussa.

Edellä mainitut pohdinnat kuvaavat osaltaan suomalaisen jalkapalloilun nykytilaa. Syvällisempi selitys löytyy kuitenkin suomalaisesta yhteiskunnasta ja sen historiasta.

Esimerkiksi englantilaisen jalkapallon suosio juontaa juurensa teollistumisesta ja työläisyhteiskunnasta. Jalkapalloa pidettiin Englannissa 1800-luvulla työväenluokan urheiluna. Nyt jalkapallo on kaikkien yhteiskuntaluokkien urheilu. Suomalaisen jalkapallokulttuurin selitystä onkin turhaa suoraan etsiä vierasta kulttuurista. On tärkeämpää tarkastella oman maamme historiaa ja urheilukulttuurin kehittymistä. Suomalaisesta yhteiskunnasta ja myös urheilusta on hävinnyt rakennemuutoksen seurauksena monia elinvoimisia paikallisyhdistyksiä kun ihmiset alkoivat muuttaa, pääasiassa Helsinkiin ja muihin kasvukeskuksiin. Seurauksena paikallinen identiteetti ja yhteenkuulumisen tunne laimenivat. 1900-luvun alussa ja oikeastaan suurimman osan 1900-lukua olivat seurat jakaantuneet eri kattojärjestöjen alle (TUL, SVUL, ruotsinkieliset ym.), kuten esimerkiksi työläis- tai porvariseuroiksi. Helsingin IFK oli ruotsinkielisten seura ja Lahden Reipas karjalan evakoiden. Perheet elivät samassa kaupungissa sukupolvesta toiseen. Alueen paikallisjoukkue koostui paikallisista ihmisistä ja oli usein alueen ihmisten ilmentymä. Vuosikymmenien kuluessa ihmiset unohtivat kansaa jakaneen kansalaissodan, ruotsin- ja suomenkieliset lähestyivät toisiaan ja kielikysymys laantui. TUL:n ja SVUL:n kiista vaimeni myös hiljalleen ja niiden merkitys väheni. Tehdasseuroja esiintyy vielä muutamia kuten esimerkiksi Valkeakosken Haka ja Myllykosken Pallo ylimmällä sarjatasolla. Alueellisuuden purkautuessa yhteiskunnassa on hyvä kysyä mitä voidaan löytää sen tilalle? Miten suomalaiset seurat pystyisivät kokoamaan ja säilyttämään omanlaisen kannattajakunnan ympärillensä?

Suomesta puuttuu jalkapallokulttuuri. Veikkausliigan parhaimmat ottelut eivät vieläkään pysty keräämään kuin parintuhannen katsojan yleisön. Yksi syy saattaa liittyä pitkään ja kylmään syksy-, talvi- ja kevätkauteemme. Vähäisen suosion syy ei kuitenkaan ole itse lajissa tai pohjoismaisessa ilmastossa. Täydet katsomot maaotteluissa tai kansainvälisissä otteluissa, joissa suomalainen seurajoukkue menestyy Euroopan Cup-sarjoissa, osoittaa lajin suosion olevan suuri. Jostain syystä maajoukkueen menestys ja suosio eivät ole kantautuneet vielä aivan kansalliselle tasolle asti. Suomessa kytee selvästi eräänlainen synnytystuska jalkapallon menestystarinalle. Cupin finaalin suuri suosio Norjassa ja huikeat yleisömäärät kansallisen tason otteluissa Ruotsissa todistavat potentiaalia olevan myös Scandinaviassa. Odotettavissa on varmasti samanlaisen ilmiön syntyminen myös täällä Suomessa. Kotimainen jalkapallo on kuitenkin nousemassa hyvälle kansainväliselle tasolle Euroopan huippujoukkueissa pelaavien suomalaisten johdolla. Toivottavasti jalkapallosta innostunut yleisö huomaa tämän ja ryhtyy osallistumaan katsojina ja faneina

maailman suosituimman pelin kotimaisen imagon nostamiseen. Vaikka tämä tutkimus perustuu Suomen cupin finaalissa tehtyyn yleisökyselyyn, ei kyse kuitenkaan ole pelkästään cup-kilpailusta ja sen tulevaisuudesta vaan koko suomalaisesta seurajalkapalloilusta tulevina vuosina.

LÄHDELUETTELO

Alaja, E. 2000. Arpapeliiä? Urheilumarkkinoinnin käsikirja. Gummerus kirjapaino OY. Jyväskylä.

Alkula, T. & Pöntinen, S. & Ylöstalo, P. 1995. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. WSOY.

Andersson, T. & Radmann, A. 1996. Football fans in scandinavia: 1900-97. Teoksessa Adam Brown (toim.): Fanatics! Power, identity & fandom in football. Routledge. London. 141-157

Collett, M. 1993. The Guinness record of the F.A. Cup. Guinness Publishing. London.

Critcher, C. 1991. Putting on the style: aspects of recent English football. Teoksessa John Williams and Stephen Wagg (toim.): British Football and Social Change: Getting into Europe, Leicester University Press, Leicester, London and New York. 67-84.

Dunning, E. 1996. The Development of Modern Football. The Sociology of Sport. Volume 4. 133-150.

Dunning, E. 1999. Sport Matters: sociological studies of sport, violence and civilization. Routledge. London.

Dunning, E. & Murphy, P. & Williams, J. 1998. The Roots of Football Hooliganism. An Historical and Sociological Study. Rotledge & Kegan Paul. London.

Elias, N. & Dunning, E. 1986. Quest for excitement, sport and leisure in the civilizing process. Basil Blackwell. Oxford.

Elias, N, & Dunning, E. 1971. The Quest for Excitement in Unexciting Societies. Teoksessa: Luschen, G. (toim.) The cross-cultural analysis of sports and games. Stipes Publishing company. Champaign. 31-51.

Eskola, J. 1998. Pyöreän pallon eri kulmat. Koala-kustannus. Helsinki.

Galeano, E. 1997. Football in sun and shadow. Fourth estate. London.

Giulianotti, R. 1994. Football Violence & Social Identity: Routledge. 9-36. London.

Giulianotti, R. Williams, J. 1994. Game without frontiers. Football, modernity and identity. Avebury Press.

Godenhjelm, P. 1998. Fanin suosikkijoukkueeseen ja suosikkipelaajaan samastuminen. Helsingin Yliopisto. Sosiaalipsykologian Pro gradu tutkielma.

Grossberg, L. 1992. Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom. Teoksessa Lewis, L. (toim.) The adoring audience. Fan culture and popular media. Routledge. London. New York. 50-65.

Guttman, A. 1986. Sport Spectators. Columbia University Press. New York.

Heinilä, K. 2000. Mikä on urheilun ja viihteen merkitys? Teoksessa Miettinen, M. (toim.) Haasteena huomisen hyvinvointi- Miten urheilu lisää mahdollisuuksia? Liikunnan yhteiskunnallinen perustelu 2. Tutkimuskatsaus. Liikunnan ja terveyden julkaisuja 124. Liikunnan ja kansanterveyden edistämissäätiö. Jyväskylä. 287-308.

Heinilä, K. & Kiviaho, P. 1970. Suomalaisen urheilujohtajan muotokuva. Jyväskylän yliopisto. KTL:n tutkimuksia 48.

Heinilä, K. 1974. Urheilu-Ihminen-Yhteiskunta. Gummerus OY. Jyväskylä.

Heinilä, K. 1959. Vapaa-aika ja urheilu. Werner Söderström OY. Helsinki.

Heinonen, H. 2000. Mediavälitteistä urheilufaniutta paikantamassa – Jälkimodernia intohimoa, yhteisöllisyyttä ja selviytymistä. Yhteiskuntapolitiikka. volume 65. 340-354.

Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2001a. Ohranjyvä silmässä. Suomalaiset urheiluyleisöt ja alkoholi. Jyväskylän yliopisto. Kopijyvä. Jyväskylä.

Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2001b. Hakkapeliitat Anfieldilla. Jyväskylän Yliopisto. Liikunnan kehittämiskeskus.

Hirsijärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2001. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Keisala, M. 1996. Jalkapallotapahtuman markkinointi. Vaasan Yliopisto. Markkinoinnin Pro gradu tutkielma.

Koski, P. & Latonen, H. 1999. Jalkapallo Yleisölajina. Jyväskylän Yliopisto, Liikunnan kehittämiskeskus.

Käsikirja urheilun yleisötapahtumien järjestäjälle. Opetusministeriö, Sisäasiainministeriö. Naantali.2000.

Lindmark. S. 2002. Veikkaaja. 13.4.2002. (14) 30-31.

Malcom, D. 2000. The People's Game? Football Crowds and the New Marketing of the Game. Teoksessa Garland, J. & Malcom D. & Rowe M. The Future of Football: Challenges for the 21st Century. Frank Cass: London. 129-143

Niemi, I. & Pääkkönen H. 2001. Ajankäytön muutokset 1990-luvulla. Tilastokeskus. Helsinki.

Pearton, R. 1990. A critical review of sociological explanations of football hooliganism. Monografia. Christ Church College. 43-63.

Redhead, S. 1991 Football with Attitude. Manchester: Wordsmith. 75-91.

Sculze, G. 1997. From Situations to Subjects: Moral Discourse in Transition. Teoksessa Sulkunen, P. & Holmwood, J. & Radner, H. & Schulze, G. (toim.):_ Constructing the New Consumer Society. New York: St. Martins Press. 38-57

Sloan, L. 1979. The function and impact of sports for fans. A review of theory and contemporary research. Teoksessa: Goldstein, J. (toim.) Sports, games, and play. Social and psychological viewpoints. Lawrence Erlbaum Associated Publishers. New Jersey. s. 219.

Suomen Palloliitto, 2001. Jalkapallokirja 2001. Karisto OY. Hämeenlinna.

Turner, B.S. 1999. The possibility of Primitiveness: Toward a Sociology of Body Marks in Cool Societies. *Body & Society*, 5 (2-3) 39-50.

Waddington, I. & Malcom, D. & Horak, R. 1998. The Social Composition of Football Crowds in Western Europe. *International review for the sociology of sport* Volume 33, 155-169.

Walvin, J. 1991. *The People's Game. Mainstream Sport*. London

Vamplev, W. 1988. Sport and industrialisation. An Economic interpretation of the changes in popular sport in 19th century England. *Pleasure, profit, proselytism*. 7-20.

Vuolle, P. 1986. Urheilun kulutus: Penkkiurheilu. Teoksessa Vuolle, Telama, Laakso. Näin Suomalaiset urheilevat. *Likes*. 203-226.

Muut lähteet:

Vainikka, M. 2002. Alustus 7.5.2002 Yleisradio. Pasila Helsinki

Sähköiset lähteet:

Englannin Jalkapalloliitto 2001. <http://www.thefa.com> 6.11.2001

Ilmatieteenlaitos 2002. <http://www.ilmatieteenlaitos.fi>

Krysstal 2001. <http://www.krysstal.com>. 12.11.2001

Suomen Palloliitto 2001. <http://www.palloliitto.fi/index.asp> 12.11.2001

KATSOJAKYSELY

Suomen Cupin Finaali 10.11.2001 (Atlantis FC – Tampere United)

Vastanneiden kesken arvotaan Suomen maajoukkueen pelipaita Sami Hyypiän nimikirjoituksella

Hyvä jalkapallon ystävä!

Kädessäsi on joukko Suomen Cupin finaalia koskevia kysymyksiä. Toivomme sinun vastaavan niihin, sillä mielipiteesi on arvokas, koska se auttaa meitä kehittämään tätä perinteistä tapahtumaa entisestään ja vie jalkapalloa lajina eteenpäin Suomessa

Tutkimus tehdään Jyväskylän yliopiston liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen opinnäytetyönä yhteistyössä Suomen Palloliiton kanssa. Kaikki tutkimuksen tiedot käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti ja ainoastaan tilastollisina kokonaisuuksina. Kysymyksiin vastaaminen tapahtuu pääasiassa ympyröimällä valittu vaihtoehto. Poikkeavasta vastaamistavasta mainitaan kysymyksen yhteydessä.

Kiitos vaivannäöstäsi !

Täytetyt lomakkeet palautetaan ennen ottelua, puoliajalla tai ottelun jälkeen lomakkeiden jakajille tai katsomossa sijaitseviin palautuspisteisiin.

Jyväskylän Yliopisto
Liikunnan sosiaalitieteiden laitos
Opinnäytetyö

Tutkimuksen tekijät
Samuli Rasila
Jukka Salasuo

Suomen Palloliitto
Juha Kuosa
Markkinointipäällikkö

Kysymyksiin vastaaminen tapahtuu pääasiassa ympyröimällä valittu vaihtoehto. Poikkeavasta vastaamistavasta mainitaan kysymyksen yhteydessä.

1. Suomalaisista huippu-jalkapallojoukkueista kannatan

- a) ei ole suosikkijoukkuetta
- b) Atlantis FC
- c) Tampere United
- d) jokin muu joukkue. Mikä? _____

2. Kuulun kannattajayhdistykseen

- a) kyllä (mihin) _____
- b) en

3. Olen seurannut paikan päällä Suomen Cupin finaalia aikaisemmin

- a) en koskaan
- b) kerran
- c) useammin kuin kerran

4. Kävin päättäneellä kaudella 2001 jalkapallon veikkausliigan otteluissa

- a) en kertaakaan
- b) 1-4 kertaa
- c) 5-9 kertaa
- d) vähintään 10 kertaa

5. Olen tänä vuonna käynyt jossain seuraavista tapahtumista

- a) jalkapallon MM-karsinta Suomi-Saksa Olympiastadionilla 2.6.2001
- b) jalkapallo-maaottelu Suomi-Belgia Finnair Stadiumilla 15.8.2001
- c) jalkapallon MM-karsinta Suomi-Kreikka Olympiastadionilla 5.9.2001
- e) jalkapallon 18-vuotiaiden EM-lopputurnaus ottelussa/otteluissa 21-29.7.2001
- f) Mestareiden liigan karsinta Haka-Liverpool 22.8.2001
- g) en missään näistä

6. Toimin jalkapallon parissa:

- a) pelaajana seurajoukkueessa tai puulaakisarjassa
- b) olen pelannut joskus seurajoukkueessa
- c) lapseni pelaa jalkapalloa
- d) valmennan/toimin taustajoukoissa/toimin erotuomarina jalkapallossa
- e) muu (mikä?) _____
- f) en toimi millään lailla

7. Kuinka monta kertaa arvioit käyväsi jääkiekon SM-liigan otteluissa kaudella 2001-2002 (yhteensä jo käytyt ja tulevat)

- a) en kertaakaan
- b) 1-4 kertaa
- c) 5-9 kertaa
- d) 10-14 kertaa
- e) vähintään 15 kertaa

8. Käyn toistuvasti paikan päällä katsomassa jotain seuraavista tapahtumista 2001-2002

- a) muu urheilutapahtuma kuin jääkiekko/jalkapallo
- b) ooppera/teatteri/klassisen musiikin konsertti
- c) elokuvateatteri/rock-/iskelmäkonsertti
- d) muu (mikä?) _____

9. Tulin tämänpäiväiseen otteluun

- a) yksin
- b) ystävän/ystävien kanssa
- c) perheenjäsenten kanssa
- d) kannattajaryhmän kanssa
- e) työporukan mukana
- f) muun (minkä) _____

10. Mielenkiintoni ottelua kohtaan herätti (ympyröi valitut vaihtoehdot)

- a) koska kannatan toista finaalissa pelaavaa joukkuetta
- b) yleinen kiinnostukseni jalkapalloa kohtaan
- c) Suomen Cupin finaali perinteisenä tapahtumana
- d) ottelun ennakkomainonta
- e) otteluennakot mediassa (radio/lehdistö/televisio)
- f) en osaa sanoa

11. Mielestäni Suomen Cupin finaali tulisi järjestää vuosittain

- a) Finnair stadionilla
- b) Olympiastadionilla
- c) jossain muualla.(Missä?) _____
- d) en osaa sanoa

12. Suomen Cupin Finaalin paras ajankohta olisi mielestäni

- a) veikkausliigan päätyttyä (nykyinen tilanne)
- b) aikaisemmin syksyllä
- c) kesällä
- d) en osaa sanoa

perusteluni: _____

13. Arvostan seuraavia asioita

	en lainkaan	jonkin verran	melko paljon	erittäin paljon
a) Veikkausliigan voitto	1	2	3	4
b) Suomen Cupin voitto	1	2	3	4
c) osallistuminen Uefa Cupiin	1	2	3	4

14. Uefa Cupin karsintoihin pääsee (ympyröi oikeat vaihtoehdot)

- a) voittamalla veikkausliigan
- b) tulemalla toiseksi veikkausliigassa
- c) voittamalla Suomen Cupin
- d) tulemalla toiseksi Suomen Cupissa
- e) en osaa sanoa

15. Suomen Cupin finaalissa ovat seuraavat seikat tärkeitä (**ympyröi kolme tärkeintä**)

- a) jännittävä peli
- b) yleisön kannustus
- c) ottelun esittäminen televisiossa
- d) elämykset, rentoutuminen
- e) samanhenkisten ihmisten tapaaminen
- f) hyvä sää

16. Suomen Cupin finaalissa ovat seuraavat seikat tärkeitä (**ympyröi kolme tärkeintä**)

- a) fanituotteiden myynti
- b) oluen tarjonta
- c) muut ravintola- ja kioskipalvelut
- d) oheis-ohjelma
- e) pelaaja esittelyt
- f) laadukkaat kuulutukset
- g) käsiohjelma

17. Mielestäni suomalaisen jalkapalloilun kiinnostus lisääntyisi jos..... (ympyröi **kaksi tärkeintä**)

- a) katsomossa olisi enemmän ihmisiä ja tunnelmaa
- b) peli olisi tasokkaampaa
- c) joukkueissa olisi enemmän tähtipelaajia
- d) kotimainen jalkapallo olisi paremmin näkyvillä mediassa
- e) muu (mikä?) _____

18. Tarjontaa suomalaisessa kansallisen ja kansainvälisen tason jalkapalloilussa on mielestäni (esim. veikkausliigaa, Cupien ottelut, euro-cupit, maaottelut)

- a) liikaa
- b) sopivasti
- c) liian vähän
- d) en osaa sanoa

19. Koen tämän ottelun turvatarkastukset ja turvatoimet

- a) tarpeellisiksi turvallisuuden takia
- b) liioitelluiksi (ei mielestäni tarpeellista suomalaisessa jalkapallossa)
- c) aggressiivisuutta provosoiviksi
- d) yksityisyyttäni loukkaavaksi tekijäksi
- e) kannaltani yhdentekevää

20. Maksoin lipusta _____ mk, joka on mielestäni

- a) liikaa
- b) sopivasti
- c) liian vähän
- d) en osaa sanoa
- e) sain lipun muualta (työpaikka, ystävä, palloliitto jne.)

21. Tämänpäiväiseen ottelutapahtumaan (esim. matkoihin, pääsylippuun, oheispalveluihin) kulutan yhteensä rahaa?

- a) alle 50 mk
- b) 50-99 mk
- c) 100-199 mk
- d) 200-299 mk
- e) 300-499 mk
- f) 500-699 mk
- g) yli 700 mk

Lopuksi muutama kysymys taustastasi

22. Sukupuoli

- a) nainen
- b) mies

23. Mihin seuraavista ikäryhmistä kuulut?

- a) alle 15 vuotta
- b) 15-24
- c) 25-34
- d) 35-44
- e) 45-59
- f) yli 60 vuotta

24. Koulutus (ympyröi ylin käyty taso)

- a) kansakoulu/peruskoulu
- b) ammattikoulu
- c) ylioppilas
- d) opisto/ammattikorkeakoulu
- e) yliopisto/korkeakoulu
- f) muu (mikä) _____

25. Ammattiasema tämänhetkisen päätoimen mukaan

- a) palkansaaja
- b) yrittäjä
- c) opiskelija/koululainen
- d) eläkeläinen
- e) työtön
- f) muu (mikä) _____

26. Kotikuntani tällä hetkellä? _____

Halutessasi osallistua Suomen maajoukkueen pelipaidan arvontaan, kirjoita tähän nimesi, osoitteesi ja puhelinnumerosi.

Kiitämme vaivannäöstäsi. Palautetaan ennen ottelua, puoliajalla tai ottelun jälkeen lomakkeiden jakajille tai katsomossa sijaitseviin palautuspisteisiin.