

Aliisa Wiik

**”NE ON PARHAITA REISSUJA, MITÄ IHMINEN VOI TEHDÄ”**

**Laadullinen sisällönanalyysi suomalaisten pesäpallokannattajien  
fani-identiteetin rakentumisesta**

Pro Gradu -tutkielma

Lapin yliopisto

Matkailututkimus

2021

## Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Työn nimi: ”Ne on parhaita reissuja, mitä ihminen voi tehdä” - Laadullinen sisällönanalyysi suomalaisten pesäpallokannattajien fani-identiteetin rakentumisesta

Tekijä: Aliisa Wiik

Koulutusohjelma/oppiaine: Matkailututkimus

Työn laji: Pro gradu -työ

Sivumäärä: 76 sivua + 1 liite

Vuosi: 2021

Tiivistelmä:

Pesäpallo on Suomen kansallislaji, jonka 100-vuotista taivalta juhlietaan vuonna 2022. Lajilla on faneja ympäri maata. Nämä fanit ovat myös isossa osassa pesäpallon ottelutapahtumia muodostamalla tapahtumien yleisön. Fanit myös matkustavat Suomessa eri kaupunkeihin osallistuakseen kannattamiensa joukkueiden peleihin. Näille yksilöille fanittaminen on tärkeä osa heidän elämänsä ja faniudella on oma paikkansa siinä kokonaisuudessa, joka rakentaa heidän identiteettiänsä.

Toisin kuin monia muita lajeja, pesäpalloa on **tutkittu aiemmin** Suomessa verrattain vähän. Pesäpallosta löytyy kirjallisuutta lajin historiasta ja sen eri vaiheista. Sen lisäksi pesäpallosta on tehty pro gradututkielmia lajin opettamisesta, lajitekniikoista sekä ottelutapahtumien yleisöprofiilista, mutta itse pesäpallofaneista ei ole juurikaan tehty aiempaa tutkimusta. Tutkimukseni **yleisenä tavoitteena** on lisätä tietoa ja ymmärrystä suomalaisista pesäpallofaneista. Tutkimukseni **teoreettisena viitekehysenä** toimii fani-identiteetin rakentuminen ja siihen vaikuttavat tekijät. Identiteettiteoriassa nojaan muun muassa Hallin käsitykseen, että identiteetti syntyy ajan kuluessa erilaisten tiedostamattomien ja tiedostettujen prosessien kautta ja rakentuu ihmisen elämän aikana jatkuvasti. Myös faniyhteisöillä on roolinsa fani-identiteetin muodostumisessa. Sosiaalisen identiteetin teorian mukaan erilaiset ryhmät toimivatkin apuvälineinä, kun yksilön identiteetti rakentuu. Tutkimuksessa noudatan sosiaalisen konstruktionismin paradigman ajatusta siitä, että todellisuus rakentuu ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa.

**Tutkimuskohteena** tutkielmassani on pesäpallon kannattajien fani-identiteetin rakentuminen. **Pää tutkimuskysymykseni on:** Mistä tekijöistä pesäpallokannattajan fani-identiteetti rakentuu? **Viisi alatutkimuskysymystäni** ovat: Mikä on kannattajayhteisön merkitys fani-identiteetin rakentumisessa? Mikä on seuran tai joukkueen merkitys fani-identiteetin rakentumisessa? Mikä on pesäpalloon liittyvien matkojen merkitys fani-identiteetin rakentumisessa? Mikä on sosiaalisen median merkitys fani-identiteetin rakentumisessa? Mitkä tekijät haittaavat fani-identiteetin rakentumista? **Aineistona** toimivat 16 puolistrukturoidulla haastattelumenetelmällä kerättyä haastattelua. **Analysoin** aineiston teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä.

**Tutkimustulokset** osoittavat pesäpallofanien olevan itsenäisiä yksilöitä, joille kuitenkin yhteisön merkitys omassa fanikokemuksessa on suuri. Pesäpallon parissa tehtävät matkat voivat olla fanille jopa merkityksellisimpiä kokemuksia, kuin kotiotteluihin osallistuminen, ja matkustamista pidetään tärkeänä osana faniutta. Lisäksi tutkimukset osoittava sosiaalisen median olevan merkittävässä asemassa fani-identiteetin rakentumisessa. Tulosten avulla on mahdollista kehittää pesäpallotoimintaa sekä pesäpalloon liittyvää matkailua. Jatkotutkimusta voisi tehdä muun muassa nais- ja miespesäpallojoukkueiden fanien eroavaisuuksista.

Avainsanat: pesäpallo, fanit, fani-identiteetti, urheilumatkailu, sisällönanalyysi

# Sisällys

1. JOHDANTO .....	4
1.1 Aiempi tutkimus.....	4
1.2 Teoreettinen viitekehys .....	8
1.3 Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät .....	11
1.4 Tutkielman kulku .....	12
2. PESÄPALLOFANIT SUOMALAISEN URHEILUN KENTÄLLÄ .....	13
2.1 Pesäpallon historiaa.....	13
2.2 Keitä fanit ovat? .....	14
2.3 Pesäpallotapahtumat urheilumatkailun muotona.....	16
3. FANI-IDENTITEETIN RAKENTUMINEN.....	18
3.1 Yksilön identiteetin kehittyminen .....	18
3.2 Sosiaalisen identiteetin teoria osana faniutta.....	20
3.3 Sosiaalisesti rakentunut fani-identiteetti .....	23
4. METODOLOGISET KYSYMYKSET .....	25
4.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu haastattelumenetelmänä.....	25
4.2 Haastatteluaineiston keruu ja esittely .....	26
4.3 Haastatteluaineiston analyysi sisällönanalyysin keinoin.....	27
4.4 Tutkijan positio ja tutkimuseetiikka.....	28
5. FANIYHTEISÖT KANNATTAJUUTTA TUKEMASSA .....	30
5.1 Yhteisöt faniuden syntymisen innoittajina .....	30
5.2 Sosiaalisen median merkitys faniyhteisölle .....	32
5.3 Ottelutapahtumissa yhdessä kannustaen .....	35
6. FANITUKSEN KOHTEEN ROOLI IDENTITEETIN RAKENTAJANA .....	40
6.1 Keitä fanitetaan?.....	40
6.2 Pesäpallon luomat merkitykset elämään .....	46
6.3 Sosiaalisen median avulla fanituksen kohde tutummaksi .....	50
7. MATKAT FANIUDEN VAHVISTAJANA.....	54
7.1 Pelimatkat faniyhteisöjen vahvistajana .....	54
7.2 Matkailu avartaa.....	56
7.3 Pesäpallomatkoilta ideoita tapahtumakehitykseen.....	61
8. YHTEENVETO .....	66
KIITOKSET .....	69
LÄHTEET.....	70
LIITE 1.....	77

# 1. JOHDANTO

Pesäpallo on Suomen kansallislaji ja sitä pelataan pääsarjatasolla Superpesiksessä niin naisten kuin miestenkin puolella ympäri Suomea. Lajin kehitti Lauri ”Tahko” Pihkala 1920-luvulla suomalaisen pitkäpallon ja yhdysvaltalaisen baseballin pohjalta. Pesäpallon viralliset säännöt hyväksyttiin vuonna 1922. (Laitinen, 1983, s. 61–62.) Pesäpallon parissa juhlitaan siis vuonna 2022 100-vuotista taivaltaan. Gradututkielmani käsittelee pesäpallon kannattajia ja sitä, mistä heidän fani-identiteettinsä lajia ja pesäpalloujoukkueita kohtaan rakentuu.

Suomen pesäpallon pääsarjatasolla Superpesiksessä pelaa kaudella 2021 yhteensä 28 joukkuetta, joista 15 pelaa miesten sarjassa ja 13 naisten sarjassa (Superpesis, 2020). Useille Superpesiksessä pelaaville, sekä alempien sarjatasojen pesäpalloseuroille ja -joukkueille on vuosien saatossa kerääntynyt laajojakin kannattajajoukkoja, jotka matkustavat myös eri kaupunkeihin seuratakseen suosikkijoukkueensa pelejä. Pesäpallolla on myös laaja harrastajamäärä, yhteensä noin 18 000 lisenssin ostanutta pelaajaa ja tuomaria (Suomen Pesäpalloliitto ry, 2019). Näistä pelaajista tulee tulevaisuudessa korkeimpien sarjatasojen pelaajia, jotka keräävät faneja ympärilleen sekä lisäksi useat lajin harrastajat myös seuraavat ja kannattavat toisia pesäpalloujoukkueita ja ovat näin osana kannattajakuntaa. Pesäpallofanit myös matkustavat ahkerasti seuraamaan kannattamiensa joukkueiden pelejä muille paikkakunnille sekä osallistuvat pesäpallotapahtumiin, kuten vuosittain järjestettävään Itä-Länsi-tapahtumaan. Siksi olenkin valinnut pesäpallofaniuden tutkimusaiheekseni ja heidän fani-identiteettinsä rakentumisen tutkimuskohteekseni, koska uskon, että faneista saatavalla tiedolla on annettavaa pesäpalloujoukkueille, seuroille, harrastajille ja kannattajille, sekä suomalaisen matkailututkimuksen kentälle.

## 1.1 Aiempi tutkimus

Vaikka pesäpalloa pelataan pääosin vain Suomessa, löytyy lajin harrastajia myös muualta maailmalta. Söderling (2017) esittelee teoksessaan suomalaisten siirtolaisten pesäpallokokemuksia maailmalta ja sitä, kuinka he ovat vieneet lajia mukanaan uusiin kotimaihinsa. Teoksessa esitellään myös Suomen pesäpalloliiton opetus- ja vierailumatkailusta Intiaan, jossa pesäpallon suosio on kasvanut voimakkaasti viime vuosien aikana. Suosion seurauksena useat intialaiset pesäpallon harrastajat haaveilevat pesäpallouammattilaisen urasta

Suomessa ja heitä onkin matkustanut jo jonkin verran maahan harjoittelemaan lajia. (Söderling, 2017, s. 124–131.)

Pesäpallon kehittäjän Lauri Pihkalan näkemys urheilusta on myös ollut tutkimuksen alla. Sipola (2017) tutki gradussaan, kuinka Pihkala koki urheilun merkityksen ja tavoitteet, sekä minkälaisen yhteiskunnallisen painoarvon Pihkala antoi. Tuloksissa Sipola havaitsi muun muassa, että Pihkala koki urheilun kansaliskasvatuksen myötä syntyvän kansalaisia, jotka ovat valmiita ja kykeneviä puolustamaan maataan esimerkiksi sodan uhatessa (Sipola, 2017, s. 63).

Pesäpallo on laji, jota pelataan Suomen koulun koululiikuntatunneilla. Litmanen (2019) onkin tutkinut, kuinka opettajat kokevat pesäpallon opettamisen ja sen haasteet. Tutkimuksessa tuli ilmi, että niin kuin oppilaat, myös opettajat kokevat pesäpallossa ja sen oppimisessa haastavimmaksi erilaiset lajin edellyttämät taidot, kuten pallon heittäminen sekä lyöminen. Lisäksi lajin säännöt koetaan monimutkaisiksi ja siksi koululiikunnassa pesäpalloa pelataan usein helpotetuin säännöin. (Litmanen, 2019, s. 51–52.) Pesäpallon haastavaan lyöntisuoritukseen liittyen tutkimusta on tehty siitä, onko erilaisilla harjoitusmetodeilla vaikutusta pesäpallolyönnin kehitykseen (Kempainen, 2016, s. 26).

Heimonen (2018) tutki omassa gradututkielmassaan Jyväskylän Kirittärien naispesäpallojoukkueen yleisöprofiilia sekä katsojien motiiveja osallistua ottelutapahtumiin. Tutkimuksessa selvisi, että muun muassa joukkueen tukeminen ja kannatus ovat tärkeässä osassa otteluihin osallistuttaessa ja että useat katsojat hakevat peleihin osallistuessaan jännitystä ja haluavat nähdä hienoja urheilusuorituksia. Tutkimuksessa selvisi myös, että naisten ja miesten välillä ei nähty suuria eroja motiiveissa osallistua ottelutapahtumiin. (Heimonen, 2018, s. 66–67.) Superpesisjoukkue Vimpelin Vedon ottelutapahtumien kehittämistä tehty tutkimus osoittaa sen, minkälaisia oheisaktiviteetteja ja palveluita pesäpallo-otteluihin osallistuvat henkilöt toivoisivat (Herrala, 2018).

Tässä tutkielmassa käsittelen faneja, mutta välillä aiheesta puhuttaessa käytetään termiä kannattaja. Usein faneista ja kannattajista puhutaankin synonyymeina, mutta niiden välille on myös pyritty tekemään eroa. Muun muassa Richard Giulianotti on esitellyt neljä erilaista katsojatyyppejä, joista kaksi on fani ja kannattaja. Kannattajaa kuvaillaan tässä mallissa henkilöksi, jolla on pitkäaikainen ja henkilökohtainen, jopa

ystävyyssuhteen kaltainen suhde kannattamaansa seuraan ja vaikka joukkueissa pelaajatkin vaihtuisivat, pysyy kannattajan side vahvana. Tämän mallin mukaan fani sen sijaan seuraa ja tukee joukkueen toimia kannattajan lailla aktiivisesti, mutta hänen toiminnassaan on enemmän kaupallisia vivahteita. Fani ostaa joukkueen tai seuran fanituotteita, kausikortteja sekä muita tuotteita tukee joukkuetta enemmän rahallisesti. Fanille on myös tyypillistä kannattaa seuran tai joukkueen lisäksi yksittäisiä ”tähtipelaajia”, jotka keräävät faneja myös joukkuerajojen ulkopuolelta. (Giulianotti, 2002, s. 31–38.) Kun tässä tutkielmassa käsitelen faneja ja heidän fani-identiteettiään, sisällytän siihen kuuluvaksi kuitenkin myös kannattajat ja kannattajia käsittelevän kirjallisuuden, sillä joistain eroista huolimatta termit tarkoittavat lähes samaa asiaa.

Faneja ja kannattajia ajatellessa useilla varmasti tulee mieleen urheilu. Urheiluun liittyikin vahvasti fanikulttuuri ja kannattajien vaikutus näkyy esimerkiksi urheilujoukkueiden suosiossa ja taloudellisessa menestymisessä. Urheilua seuraavat monet ihmiset, joista kaikkia ei kuitenkaan lueta faneiksi, vaan ennemminkin katsojiksi. Urheilufanin erottaa katsojasta se, että fani seuraa otteluiden ja urheilutapahtumien lisäksi aktiivisesti jotain tiettyä urheiluseuraa, joukkuetta tai urheilijaa, kun katsoja taas sen sijaan seuraa pelkästään urheilua, joko tapahtumissa paikan päällä tai eri medioiden kautta (Wann & James, 2008, s. 2, Mastromartinon, Zhangin, Hollenbeckin, Suggsin & Connaughtonin, 2019, s. 333, mukaan).

Urheilun ominaispiirteitä ovat sen arvaamattomuus ja tulosten vaihtelevuus, eikä esimerkiksi urheilujoukkueen menestystä voi taata jokaiselta ottelulta kukaan. Tällöin kannattajat, jotka tulevat seuraamaan kannattamansa joukkueen tai seuran ottelutapahtumia, tulevat entistä tärkeämmiksi. Siksi urheiluseurojen kannattaisi kehittää strategioita, jotka varmistaisivat lojaalin kannattajakunnan säilymisen, jotta seuralla olisi pitkäaikaisia faneja riippumatta siitä, kuinka seuran joukkueet menestyvät. (Tachis & Tzetzis, 2015, s. 4.)

Fanien lojaalisuutta on tutkittu myös lentopallossa sen osalta, kuinka fanien osallistuminen heidän kannattamansa seuran ottelutapahtumiin vaikuttaa heidän lojaalisuuteensa joukkuetta kohtaan (Zetou, Kouli, Psarras, Tzetzis & Michalopoulou, 2013). Myös tyytyväisten kannattajien näkyminen urheiluseurojen sosiaalisen medioiden kanavissa on osoitettu muun muassa hyödyttävät seurojen lipunmyyntiä (Bapir & Ozkit, 2018, s. 343).

Lisäksi useat fanit, jotka matkustavat kohteeseen seuratakseen urheilua, toivovat saavansa urheilumatkakohteessaan, kuten esimerkiksi jalkapallo-ottelussa, mahdollisimman autenttisen paikalliskokemuksen. Siinä edesauttavat paikalliset fanit, jotka luovat tunnelmaa ottelutapahtumissa. Urheiluseurojen kehittäessä ottelutapahtumiaan heidän kannattaisikin huomioida myös paikallisten kannattajien vaikutus ottelun houkuttelevuuteen. (Cordina, Gannon & Croall, 2019, s. 604–605.) Paikallisten merkitys on huomattu myös merkittävänä tekijänä urheilumatkailutapahtumien jatkuvuuden kannalta. Tapahtumat, jotka houkuttelevat paikalle vähän ulkopaikkakuntalaisia turisteja, tarvitsee paikallisia osallistujia toteutuakseen. (Daniels & Norman, 2003, s. 220.)

Lasten ja nuorten urheilukannattajuutta ja brändimielikuvia tutkittaessa taas havaittiin, että heidän mielenkiintonsa kohdistuu urheilujoukkueissa hieman toisaalle, kuin useilla aikuisilla. Lapsilla ja nuorilla tärkeimpiä mielikuvia seurasta ja joukkueesta luovat mahdollisuudet osallistua itse lajin harrastamiseen, joukkueen tähtipelaajat sekä selkeät logot ja maskotit, jotka edustavat heidän kannattamaansa joukkuetta. (Walsh, Williams, Choi & Kim, 2015, s. 55–58.)

Koska määritelmä urheilufaneista on pitkään käsittänyt ajatuksen siitä, että suurin osa heistä on valkoihoisia miehiä, ovat erilaisilla taustoilla varustettujen fanien kokemukset fanikulttuurista ja kannattajuudesta jääneet vähemmälle huomiolle. Esimerkiksi naisilta on harvoin kysytty, mitä heille jonkin urheilulajin tai – seuran kannattaminen merkitsee. (Sveinson & Hoeber, 2015.) Fanikulttuuria ja siihen liittyviä kysymyksiä on kuitenkin viime aikoina tutkittu myös naisnäkökulmasta. Mewett & Toffoletti (2012) ovat pyrkineet teoksessaan rikkomaan käsitystä naisfaneista ja siitä, että he seuraisivat urheilua vain miesten pakkamana tai voidakseen katsella miesurheilijoiden vartaloita. Naisfanit kokevatkin tärkeäksi sen, että heidät otetaan vastaan tasa-arvoisina faneina miesten rinnalla, eikä heitä erotella esimerkiksi fanipaidoilla, jotka on värjätty vaaleanpunaisiksi, koska stereotyyppisesti kuvitellaan, että naiset pitävät siitä väristä. Pukeutumalla kannattamansa joukkueen oikeisiin seuraväreihin naiset kokevat muiden fanien seurassa yhteenkuuluvuuden tunnetta. (Sveinson & Hoeber, 2015, s. 412–413.) Hasaan ja Kerem (2017) ovat omassa tutkimuksessaan pyrkineet tutkimaan pakistanilaisten naiskatsojien kiinnostuksen kohteita ja motiiveja urheilutapahtumaan osallistumisessa sekä tuomaan näiden potentiaalisesti suurtenkin faniryhmien ääntä paremmin kuuluville.

Sen lisäksi, että fanikulttuuri kuuluu vahvasti urheiluun, on fanittaminen tyypillistä myös esimerkiksi musiikin ja taiteen parissa. Urheilun ulkopuolelta fanikulttuuria onkin myös tutkittu laajasti. 1990-luvun loppupuolella brittiläinen yhtye Spice Girls nousi suureen suosioon ja yhtyeen laajaan fanipiiriin kuului paljon nuoria tyttöjä. Helena Saarikoski on tutkinut teoksessaan tätä tyttöjä yhdistänyttä varhaisnuoruuden fanikulttuurikokemusta. (Saarikoski, 2009, s. 13.) Tämän lisäksi faniutta on tarkasteltu esimerkiksi uskonnon (Taira, 2008; Hirsjärvi, 2008) ja kirjallisuuden näkökulmista (Taalas & Hirsjärvi, 2008).

Faniutta on tutkittu siis melko paljon niin urheilumaailmassakin, kuin muissa fanipiireissä. Fani-identiteetin rakentumiseen on paneuduttu muiden urheilulajien osalta. Pesäpallossa tutkimus on keskittynyt pitkälti lajin taidollisiin ominaisuuksiin ja niiden kehittämiseen, sekä erään pesäpallojoukkueen ottelutapahtumien yleisöprofiiliin. Vaikka pesäpallosta onkin siis tehty aiempia pro gradu-tutkielmia sekä muita lajiteoksia, ei itse pesäpallofaneista tai heidän fani-identiteetistään löydy juurikaan aiempaa tutkimusta. Fanit ovat kuitenkin tärkeä osa pesäpalloa ja sen elinvoimaisuutta, joten tällä tutkielmalla pyrin täyttämään aukkoa, joka pesäpallofanien tutkimuksesta vallitsee.

## 1.2 Teoreettinen viitekehys

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys perustuu fani-identiteetin käsitteelle. Näen fani-identiteetin rakentuvan niin yksilön henkilökohtaisen identiteetin kuin yhteisöissä rakentuvan sosiaalisen identiteetin ympärille. Paradigmana toimii sosiaalinen konstruktionismi, jota käsitellenkin seuraavaksi. Tämän jälkeen avaan teoreettisen viitekehyyksen osia, eli identiteetin ja sosiaalisen identiteetin käsitteitä.

Teen gradututkielmani sosiaalisen konstruktionismin paradigmaa noudattaen. Sosiaalisen konstruktionismin suuntauksen mukaan todellisuus on ihmisten sosiaalisissa suhteissa rakentunutta (Kaakkuri-Knuutila & Heinlahti, 2006, s. 108). Jo vuonna 1966 Peter L. Berger ja Thomas Luckmann esittelivät teoksessaan *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen* (engl. *The Social Construction of Reality*) sitä, kuinka ihmiset tuottavat joka päivä omalla ajattelullaan ja toiminnallaan todellisuutta, josta syntyy eri yksilöiden välille heidän ymmärtämänsä maailma. Myös yhteiskunta rakentuu sosiaalisen konstruktionismin mukaan näistä ihmisten välisistä toiminnoista. (Berger & Luckmann, 1966, s. 28–30.)



Sosiaalisen konstruktionismin kentälle mahtuu kuitenkin useita erilaisia näkemyksiä, eikä käsitteelle ole yhtä yleistä määritelmää. Kuitenkin toisin kuin esimerkiksi empiristisessä suuntauksessa, jossa todellisuudesta saadaan tietoa erilaisten havaintojen kautta ja todellisuus on olemassa sellaisena, kuin me sen havaitsemme, pyrkii sosiaalisen konstruktionismin edustaja haastamaan tätä ajatusta ja sitä, että maailma näyttäytyisi kaikille samanlaisena. (Burr, 2015, s. 2–3). Koska pesäpallokannattajien fani-identiteettiin liittyvät myös faniyhteisöt ja sosiaaliset suhteet, olen valinnut sosiaalisen konstruktionismin paradigman käytettäväksi tässä tutkimuksessa.

Fanittaminen voi olla suuressa osassa ihmisen tavallista arkea ja määritellä sitä, kuinka hän käyttää vapaa-aikaansa. Faniuden voikin nähdä myös liittyvän osaksi ihmisen identiteettiä, sillä johonkin ryhmään kuulumisen tunne on tärkeää identiteetin kehittymisessä (Tajfel & Turner, 1986, Bryantin & Cummins, 2010, s. 221 mukaan) ja usein fanit kokevat kuuluvansa johonkin faniyhteisöön, jonka jäsenet kannattavat samaa asiaa. Yksi tunnetuimpia identiteettiteoreetikkoja on Stuart Hall. Hallin mukaan identiteetti on jotain, jota ei voi tuottaa tietoisesti, vaan se syntyy ajan kuluessa erilaisten tiedostamattomien prosessien kautta. Identiteetti ei myöskään ole pysyvä tila, joka saavuttaisi lopullista muotoa, vaan se muovautuu ihmisen elämän aikana jatkuvasti. (Hall, 1999, s. 39.)

Myös Giddensin mukaan identiteetti on jatkuvasti ylläpidettävä ja kehittyvä tila. Hänen mukaansa identiteetti on jotain, mitä ihminen tulkitsee refleksiivisesti oman henkilöhistoriansa kautta ja näin ikään kuin ylläpitää tietynlaista narratiivia, joka muodostaa hänen identiteettiään. (Giddens, 1991, 52–54.) Tällöin myös fani-identiteetin voidaan nähdä rakentuvan jatkumon kaltaisena prosessina, jota fani itse ylläpitää ja kehittää erilaisten faniuteen liittyvien toimintojen kautta, kuten osallistumalla pelimatalle tai hankkimalla fanittamansa joukkueen pelipaidan (Heinonen, 2005, s. 84). Tässä tutkielmassa nojaankin siis esimerkiksi sekä Hallin että Giddensin identiteettikäsitteeseen siinä, että yksilöiden pesäpallofani-identiteetti muodostuu ajansaatossa erilaisissa tiedostamattomissa ja tiedostetuissa prosesseissa, joihin vaikuttavat ihmisen henkilöhistoria sekä ulkoiset seikat, kuten ihmissuhteet.

Urheilufanit ovat muiden fanien lailla kukin yksilöitä, joiden identiteetin kehittymiseen vaikuttavat useat asiat. Myös heidän fani-identiteettinsä on voinut saada alkunsa monista tekijöistä. Usein kuitenkin esimerkiksi siihen, miksi urheilufani alkaa fanittaa tiettyä joukkuetta, liittyy useilla yksilöillä samankaltaisia syitä. Muun muassa sillä, mitä joukkuetta henkilö

vanhemmat ovat mahdollisesti kannattaneet, on havaittu olevan merkitystä faniuden kohteen määräytymiselle. Muita syitä voivat olla mahdollisen fanituksen kohteen taidot ja urheilijoiden luonteenpiirteet, sekä fanin asuinpaikka. Urheilujoukkueen menestymisen ei sen sijaan ole havaittu vaikuttavan niin paljon siihen, mitä joukkuetta fani alun perin alkaa kannattamaan, mutta sen sijaan sillä, jatkaako hän fanittamistaan, voi olla yhteys joukkueen menestykseen. Yksilöt pysyvät todennäköisemmin jonkin joukkueen faneina, mikäli joukkue menestyy, kun taas joukkueen huono menestyminen voi olla syynä sille, miksi jokin joukkue ei enää ole kannattajan suosikki. (Schrader, 1996, Wannin, Melnickin, Russellin & Peasen, 2001, s. 5 mukaan.) Toisaalta edelliseen verrattuna päinvastaisesti on myös osoitettu, että mikäli fani on voimakkaasti kiintynyt fanittamaansa joukkueeseen, hän elää sen mukana menestyksen ja epäonnen hetkillä, eikä tappioilla ole juurikaan merkitystä siihen, että hän lopettaisi fanittamisensa (Dalakas, ym., 2004, Norrisin, Wannin & Zapalacin, 2015, s. 158 mukaan).

Usein fanit tuntevat kuuluvansa osaksi isompaa, samaan kannattajaryhmään kuuluvaa yhteisöä. Kannattajuutta ja identiteettiä varten on luotu erilaisia teorioita, joiden kautta aihetta voi ymmärtää paremmin. Social identity theoryn (SIT) eli sosiaalisen identiteetin teorian mukaan erilaiset ryhmät toimivat apuvälineinä, kun yksilön identiteetti rakentuu (Tajfel & Turner, 1986, Bryantin & Cummins, 2010, s. 221 mukaan). Erään Tajfelin määritelmän mukaan sosiaalinen identiteetti tarkoittaa sitä, että yksilö tiedostaa kuuluvansa osaksi erilaisia sosiaalisia ryhmiä, jotka tuottavat hänelle ryhmien jäsenenä tunteisiin ja arvoihin liittyviä merkityksiä (Tajfel, 1972, Abramsin & Hoggin, 1990, s. 2 mukaan). Toisin sanoen sosiaalinen identiteetti tarkoittaa yksilön minäkäsitystä jonkin ryhmän jäsenenä (Abrams & Hogg, 1990, s. 2). Vaikka yksilön identiteetti muodostaakin pohjan faniuden kehittymiselle, on faniyhteisöillä siis kuitenkin vaikutusta sille, millaiseksi fani-identiteetti muodostuu ja kuinka se kehittyy.

Sosiaalisen identiteetin teoriassa tuodaan esiin myös, että ryhmien avulla yksilöt sijoittavat itseään ja ryhmäänsä muiden ryhmien keskuudessa joko parempiin tai huonompiin ryhmiin ja arvottavat samalla tätä kautta myös omaa identiteettiään. (Tajfel & Turner, 1986, Bryantin & Cummins, 2010, s. 221 mukaan.) Kun yksilö tuntee vahvasti kuuluvansa johonkin ryhmään, sitä heikommaksi käy yksilön identiteetin ja sosiaalisen identiteetin raja. Vahvistaakseen omaa sosiaalista identiteettiään ja samalla sen kautta yksilöllistä identiteettiään, yksilöillä on tapana vertailla omaa ryhmäänsä ja sen menestystä muiden ryhmien menestykseen.

(Tajfel & Turner, 1979, Boenin, Vanbeselaeren & Feysin, 2002, s. 777 mukaan.) Näin myös urheilufanit tulevat vertailluksi oman fanittamansa joukkueen menestystä muiden menestykseen ja tämä muokkaa samalla heidän identiteettiään.

Koska fanius voi olla niin suuri osa yksilön identiteettiä, on fanien keskuudessa syntynyt erilaisia keinoja kohdata heidän kannattamansa seuran, joukkueen tai urheilijansa tappioita. Fanit voivat joissain tapauksissa kannattaa useampaa joukkuetta saman aikaisesti, joten mikäli joku joukkueista häviää, he voivat siirtyä seuraamaan jonkin menestyvämmän joukkueen pelejä, jolloin huomio siirtyy häviöstä toisaalle (End, Dietz-Uhler, Harrick & Jacquemotte, 2002, Bryantin & Cummins, 2010, s. 222 mukaan.) Muita selviytymiskeinoja ovat esimerkiksi kannattamansa joukkueen vertaaminen vielä huonommin menestyviin joukkueisiin, muistelemalla joukkueen aiempaa menestystä tai syyttämällä huonosta menestyksestä joukkueesta riippumattomia ulkopuolisia tahoja (Wann, 2006, s. 280).

### 1.3 Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät

Tässä tutkielmassa tutkimuskohteenani on suomalaisten pesäpallofanien fani-identiteetin rakentuminen. Päättökysymyksenä tutkielmassani toimii ”*Mistä tekijöistä pesäpallon kannattajan fani-identiteetti rakentuu?*”.

Alatutkimuskysymyksiä, joiden avulla vastaus päätutkimuskysymykseen saadaan muotoiltua, on viisi: 1) *Mikä on kannattajayhteisön merkitys fani-identiteetin rakentumisessa?* 2) *Mikä on seuran tai joukkueen merkitys fani-identiteetin rakentumisessa?* 3) *Mikä on pesäpalloon liittyvien matkojen merkitys fani-identiteetin rakentumisessa?* 4) *Mikä on sosiaalisen median merkitys fani-identiteetin rakentumisessa?* ja 5) *Mitkä tekijät haittaavat fani-identiteetin rakentumista?*

Alatutkimuskysymykseni on muodostettu etenkin teoreettisen viitekehykseni pohjalta. Viitekehyksen mukaan identiteetin rakentumiseen vaikuttavat niin yksilö, kuin yhteisökin, joten yhteisön merkitystä on olennaista tutkia. Faniuden kohteena oleva pesäpalloujoukkue, -seura tai laji yleisesti toimii koko faniuden pohjana, joten sen merkitykset faniuteen ovat olennaisia. Matkailututkijana olen myös kiinnostunut matkailun merkityksestä faniuteen, joten koen olennaisena perehtyä myös tähän näkökulmaan tarkemmin. Sosiaalinen media

vaikuttaa tänä päivänä useimpien meistä elämään jollakin tasolla, joten sen tuomat merkitykset voivat olla tärkeitä fani-identiteetin rakentumisessa. Lopuksi haluan tarkastella vielä negatiivisia asioita, joilla voi olla fani-identiteetin rakentumiselle haitallisesti vaikuttavia merkityksiä.

Keräsin tutkimusaineistoni tammikuussa 2021 puolistrukturoidulla haastattelumenetelmällä. Haastattelin 16 suomalaista pesäpallofania aineistoani varten. Haastateltavat löytyivät Facebookissa toimivan ”Pesäpallojuttuja”-ryhmän kautta, jossa on yli 10000 pesäpallosta kiinnostunutta jäsentä. Julkaisin ryhmässä haastattelupyynnön, ja haastatteluun halukkaat osallistujat olivat minuun yhteydessä- Aineiston analysoin teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä, jolloin tutkimukseni teoreettinen viitekehys tukee aineiston analyysiä, mutta analyysia ei ole suoraan sidottu pelkkiin teoreettisiin käsitteisiin (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 81). Teoreettiset käsitteet ovat olleet ennen kaikkea apuvälineinä tutkimuskysymystä sekä alatutkimuskysymyksiä muotoiltaessa, sekä haastattelurungon suunnittelussa. Kun aineistoa ei analysoida pelkästään teoreettisten käsitteiden näkökulmasta, jää tilaa myös pelkästään aineiston tulkinnalle ja analysoinnille itsenäisenä kokonaisuutena.

#### 1.4 Tutkielman kulku

Tutkielmassani on yhteensä kahdeksan lukua. Toisessa luvussa käsittelen enemmän tutkielmani aihetta, eli pesäpalloa, faneja sekä urheilumatkailua. Kolmannessa luvussa avaan tutkielmani teoreettisen viitekehysten, eli identiteetin rakentumisen, sekä sosiaalisen identiteetin käsitteen identiteetin yhtenä rakentajan. Neljännessä luvussa esittelen tutkielmani aineiston sekä analyysimenetelmän, ja pohdin tutkielman tutkimuseettisiä kysymyksiä sekä omaa positiotani tutkijana. Luvuissa viisi, kuusi ja seitsemän esittelen analyysini myötä syntyneitä tuloksia alatutkimuskysymysten avulla. Lopuksi luvussa kahdeksan vedän tutkielmani päätulokset yhteen, sekä esitän tulosten soveltamismahdollisuuksia ja pohdin mahdollisia jatko-tutkimusaiheita.

## 2. PESÄPALLOFANIT SUOMALAISEN URHEILUN KENTÄLLÄ

Tutkimukseni tutkimusaiheena ovat pesäpallofanit ja avaankin tässä luvussa enemmän pesäpalloa lajina, sekä faneja ja niiden määrittelyä. Lisäksi avaankin lopuksi enemmän urheilumatkailua fanimatkailemisen näkökulmasta, sekä pesäpalloon liittyviä urheilutapahtumia.

### 2.1 Pesäpallon historiaa

Pesäpallon kehitti Lauri ”Tahko” Pihkala 1920-luvulla. Hän oli saanut idean pesäpalloon seurattessaan yhdysvaltalaista baseballia ja baseballissa sekä pesäpallossa onkin paljon yhteisiä piirteitä. (Laitinen, 1983, s. 61–62.) Pesäpallo sisältää lajina paljon erilaisia elementtejä ja pelaajilla on monenlaisia rooleja, jotka tekevät lajista erilaisemman, kuin monet muut pallopelit. Pihkala (1922) kuvaileekin lajia julkaisemassaan sääntökirjassaan seuraavasti: ”Esitys pelin taktiikasta on mielestäni välttämätön näin ensi kerralla, sillä ainoastaan siitä voi henkilö, joka vain lukemalla tutustuu peliin, saada jonkinmoisen aavistuksen sen tilanerikkuudesta ja vaativaisuudesta.” Lajin ymmärtäminen kaikkine sääntöineen voi siis vaatia katsojalta hieman perehtyneisyyttä, jotta peliin pääsee sisälle.

Pesäpallossa on aikuisten tasolla neljä eri virallista sarjatasoa: Superpesis, Ykköspesis, Suomisarja sekä Maakuntasarja. Naisilla ja miehillä on omat sarjansa. Kaudella 2021 korkeimmalla sarjatasolla, eli Superpesiksessä pelaa miesten sarjassa 15 joukkuetta ja naisten sarjassa 13 joukkuetta. (Superpesis, 2020.)

Lajia on totuttu pitämään ennen kaikkea maalaiskuntien lajina. Esimerkiksi miesten pääsarjatasolla Superpesiksessä kaudella 2021 Suomen kymmenestä väkiluvultaan suurimmasta kaupungista mukana on ainoastaan Tampereen joukkue. Naisten Superpesiksessä mukana suurista kaupungeista ovat mukana Helsinki, Tampere, Jyväskylä ja Pori (Superpesis, 2020; Tilastokeskus, 2021). Lajia pelataan siis myös suuremmissa kaupungeissa, mutta nämä ovat huomattava vähemmistö. Suomen suurista kaupungeista muun muassa Tampere on nostattanut pesäpalloprofiiliaan viime vuosina. Tampereella naisten Superpesisjoukkue on juhlinut Suomen mestaruutta muun muassa vuonna 2017 (Superpesis, 2020) ja syksyllä 2019 varmistui, että myös miehet pelaavat Tampereella pesäpalloa korkeimmalla sarjatasolla kesällä

2020 (Arkko & Pelkonen, 2019). Vaikka pesäpallo on suosituinta pienemmillä paikkakunnilla, nostaa se siis suosiotaan myös suurkaupungeissamme.

Vaikka pesäpalloa pelataan pääasiassa Suomessa, on laji kuitenkin myös herättänyt kiinnostusta myös ulkomailla, etenkin Etelä-Aasiassa, kuten Intiassa ja Bangladeshissa. Alueilla jotkut pelaajat ovat jo niin innostuneita lajista, että he haaveilevat urasta pesäpallon parissa Suomessa. Vuodesta 1992 on myös järjestetty pesäpallon MM-kisat. Kisat on järjestetty kymmenen kertaa, ja Suomi on voittanut jokaisen mestaruuden niin miesten-, naisten- kuin sekasarjassakin. (Nieminen, 2020.)

Pesäpallon suosio oli huipussaan 1990-luvulla (von Hertzen, 2015). Kuitenkin vuonna 1998 pesäpallopiireissä nousi kohu, kun paljastui, että jotkut joukkueet olivat sopineet keskenään pelien lopputuloksista. Sopupeliskandaali oli ensimmäinen koko suomalaisessa urheilumaa-ilmassa ja aiheutti suurta vauriota lajin maineelle ja suosiolle. (Matilainen, 2012.) Esimerkiksi vasta viime vuosien aikana pesäpallon harrastajamäärät ovat lähteneet uudelleen nousuun ja lajin suosio on kasvanut (Pesäpalloliitto, 2019). Yhä tänäkin päivänä sopupelit muistetaan ja ne nostetaan esiin usein pesäpallosta puhuttaessa.

## 2.2 Keitä fanit ovat?

Ensimmäisen kerran termi ”fani” on tullut käyttöön 1600-luvun lopulla Englannissa, jossa sitä käytettiin lyhenteenä viittaamaan uskonnollista fanaatikkoa (Duffett, 2013, s. 5). Nykyäänkin faneista puhuttaessa saatetaan viitata heidän yhteisönsä muistuttavan uskonnollisia ryhmiä ja fanit saattavat itsekkin verrata esimerkiksi musiikkiesitystä uskonnolliseksi tai rituaaliseksi kokemukseksi. Vertausta on kuitenkin myös kritisoitu muun muassa siksi, että fanit voivat ”palvoa” useampia asioita yhtä aikaa, eikä fanitukseen liity pyhiä tekstejä tai lupauksia kuolemanjälkeisestä elämästä, jotka useimmiten kuuluvat eri uskontojen perusteisiin. (Duffett, 2013, s. 141–146.) Reilu vuosisata myöhemmin fani-sanalla kuvattiin Yhdysvalloissa intohimoisia baseballin seuraajia (Abercrombie & Longhurst, 1998, Duffettin, 2013, s. 5 mukaan). Siis jo 1800-luvulla fanius liitettiin myös urheiluun.

Henry Jenkins on kuvannut faniutta alati muuttuvana asiana, joka muokkautuu yhteiskunnassa sen aikaisten olojen mukaisesti, eikä ole olemassa yhtä ja samanlaista faniutta tai

fanikulttuuria, jonka kautta faneja voitaisiin kuvata kaikkina aikoina, kaikkialla maailmassa (Jenkins, 1992, s. 3). Ihmiset voivatkin fanittaa lähes mitä tahansa, kuten musiikkia, elokuvia tai urheilua, joten siksikin selkeää kaiken kattavaa määritelmää, joka pätsisi kaikkiin faneihin, on lähes mahdotonta antaa. Yhteistä faneille kuitenkin on, että heillä kaikilla yleensä hyvin vahva, positiivinen side fanittamaansa kohdetta kohtaan, ja he ilmentävät tätä faniutta esimerkiksi pukeutumistyyliällään ja harjoittavat faniuttaan eri tavoin (Duffett, 2013, s. 18).

Jotta voi puhua fanina olemisesta, täytyy ensin tulla sellaiseksi. Harva kuitenkaan pyrkii tulemaan faniksi, eikä sitä voi suunnitella etukäteen, vaan se on jotain, joka tapahtuu ehkä sattumalta ja faniuden syntymisen huomaa vasta, kun se on jo tapahtunut. Faniksi tuleminen vaikuttaa niin ihmisen identiteettiin, kuin niihin sosiaalisiin rooleihinkin, joita hän esittää. Kun yksilöstä tulee jonkin asian fani, ei se suoranaisesti muuta hänen identiteettiään, sillä faniksi tuleminen ei poista hänen identiteetistään mitään, vaan ennemminkin fanius muuttaa sitä, kuinka yksilö näkee oman identiteettinsä ja sen mahdollisuudet. (Duffett, 2013, s. 154–154.) Faniksi tuleminen vaatii yksilön henkilökohtaisesti kokeman tilanteen, jossa muutos tapahtuu. Vaikka esimerkiksi suuret konsertit voivat mahdollistaa useamman henkilön faniuden syntymisen yhtä aikaa, syntyy fanius kuitenkin aina yksilöstä itsestään käsin. Fanius voikin saada alkunsa ihmisen ollessa yksin, tai suuressa väkijoukossa. (Duffett, 2013, s. 159.)

Vaikka fanit ovatkin yksilöitä ja jokainen fani on erilainen, liitetään heihin usein kuitenkin monenlaisia stereotyyppioita, jotka voivat sisältää palan totuutta, mutta yleistettäessä voivat ne myös johtaa harhaan (Duffett, 2013, s. 40). Faneilla on yhden kuvauksen mukaisesti tarve antaa merkityksiä asioille ja esineille, jotka muut ihmiset ovat jo luokitelleet turhiksi tai vähäpätöisiksi (Jenkins, 1992, s. 3). Tällaisia tavaroita voi olla esimerkiksi elokuva- tai konserttilippu taiteilijan viimeisestä esiintymisestä tai pallo, jolla ottelun voittomaali tehtiin. Fanit saattavat keräillä enemmänkin heidän faniuteensa liittyviä esineitä ja asetella niitä heidän koteihinsa näyttille. Näin he ilmaisevat myös muille ihmisille sitä identiteettinsä osaa, johon fanius liittyy, kun he esittelevät kokoelmiaan. (Duffett, 2013, s. 181–182.)

Samana kohteen fanit voivat muodostaa faniyhteisöjä, joissa he rakentavat faniuttaan yhdessä kokemusten ja tietojen jakamisen kautta. Pesäpallon parissa faniyhteisöjä on muodostunut niin tiettyjen joukkueiden kannattajien parissa, kuin esimerkiksi internetin keskustelufoorumeilla. Joillakin pesäpalloseuroilla on järjestäytyneitä faniryhmiä, joihin voi liittyä jäseneksi

ja olla osana faniryhmän toimintaa. Usein esimerkiksi pesäpallo-otteluita katsellaan yhdessä toisten fanien kanssa samalla pelistä ja sen tapahtumista keskustellen, joten erilaiset fanityhmät ja -yhteisöt voivat olla faneille tärkeä osa heidän faniuttaan. Kun tutkielmassani puhun faniyhteisöistä, tarkoitan niin järjestäytyneitä faniryhmiä, laajempia faniyhteisöjä saman kohteen ympärillä, kuin myös internetissä ja sosiaalisen median kanavissa kokoontuvia pesäpallon faniyhteisöjä.

### 2.3 Pesäpallotapahtumat urheilumatkailun muotona

Erään jaottelun mukaan urheilumatkailu voidaan käsittää joko matkailuna, jossa matkustetaan urheilemaan johonkin kohteeseen, tai sitten matkailuna, jossa tarkoituksena on osallistua jonkin urheilutapahtuman katsomiseen. Kolmas tapa käsittää urheilumatkailua on määritellä se matkailuna, jossa vierailaan urheiluun liittyvissä kohteissa, kuten urheilumuseossa tai vanhalla olympiastadionilla (Gibson, 1998, s. 156–157.) Tässä tutkielmassa käsittelem pesäpallofaneja toisen määritelmän mukaisina urheilumatkailijoina heidän matkustaessaan vieraspaikkakunnille katsomaan pesäpallo-otteluita, vierailemaan pesäpalloleireillä tai seuraamaan Itä-Länsi-tapahtumaa.

Kuten lähes kaikessa matkailussa, myös urheilumatkailuun vaikuttaa matkailusesongit ja vuodenaikojen vaihtelut. Tämä on otettava huomioon urheilumatkailukohteita ja –aktiviteetteja suunnitellessa. Viime vuosina eri urheilulajien harrastaminen on kuitenkin mahdollistunut myös vuodenajoista ja olosuhteista riippumatta ja urheilumatkailusesonkikaudet ovat pitkittyneet. (Hinch & Higham, 2003, s. 166–167.) Lajina pesäpallo on kesälaji, mutta sitä pelataan myös talvella halliturnausten merkeissä. Mikäli pesäpallomatkailun sesonkia haluttaisiin laajentaa, tulisi lajin talviharrastusmahdollisuuksia kehittää lisää.

Urheilumatkailun muoto, jonka näkökulmasta tässä tutkielmassa pesäpallofaneja myös käsittelem, on matkat, joita fanit tekevät eri paikkakunnille päästäkseen seuraamaan fanittamansa kohteen suorituksia. Useilla urheiluseuroilla faniryhmät, matkustavat yhdessä esimerkiksi busseilla fanittamansa joukkueen peleihin. Nämä fanimatkat ovat faneille usein faniutta ja ryhmäidentiteettiä vahvistavia kokemuksia sillä varsinaisen matkan syyn, kuten ottelutapahtuman lisäksi, sisältyy kokemukseen myös paljon muuta. Bussimatkan aikana saatetaan laulaa yhteisiä kannatuslauluja ja koristella bussia erilaisilla fanituotteilla, jotta he näyttävät myös ulkopuolisille kuuluvansa samaan porukkaan ja osoittavat tukeaan



kannattamaansa joukkuetta kohtaan (Fairley, 2009, s. 216–217). Suomessakin pesäpallon parissa tehtävät fanimatkat suoritetaan yleensä linja-autoilla ja matkat saattavat kestää tunteja. Näiden matkojen aikana faneilla onkin mahdollisuutta siis kokea yhteisöllisyyttä ja valmistautua tulevaan otteluun.

Aikuisten sarjojen lisäksi pesäpalloa pelataan runsaasti junioritasolla. Pesäpallojunioreilla ei ole erikseen valtakunnallista sarjaa, vaan suomenmestarit ratkotaan kesäisin järjestettävillä valtakunnallisilla pesäpalloleireillä. Lisäksi lyhytkestoisempia juniorileirejä järjestetään alueittain. Näille leireille matkustaa kesäisin tuhansia pesäpallojunioreita, joukkueen toimihenkilöitä sekä junioreiden läheisiä kannustamaan. Pesäpalloleirit ovatkin siis suuri kotimaisen matkailun muoto, sillä usein matkat ovat pitkiä ja kohteissa yövytään ja matkaillaan useampia öitä.

Kesäisin järjestetään myös Suomen suurin pesäpallotapahtuma, Itä-Länsi. Itä-Länteen kootaan joukkueet eri seurojen tähtipelaajista ja viikonloppuisen tapahtuman aikana ottelut pelataan niin naisten, kuin miesten parissa sekä A-junioritasolla. Itä-Länteen pääsy on monelle pesäpalloilijalle hieno kokemus ja tärkeä muisto heidän pelaajaurallaan. Tapahtuma kerää yleensä tuhansia vierailijoita (Superpesis, 2019). Pesäpallon ystävät matkustavat Itä-Länteen joka puolelta Suomea ja yöpyvät usein kohteessa tapahtuman ajan.

Pesäpalloon, kuten muuhunkin urheiluun, liittyy siis paljon erilaisia urheilumatkailun muotoja. Näillä matkoilla voi olla merkitystä pesäpallofanien fani-identiteettiin, joten siksi myös matkailua on oleellista tarkastella faniuden näkökulmasta.

### 3. FANI-IDENTITEETIN RAKENTUMINEN

Tässä luvussa määrittelen tarkemmin tutkielmani teoreettista viitekehystä, eli identiteetin rakentumista. Esittelen aluksi identiteettiteorioita, jotka tukevat tutkielman lähtökohtia siitä, että yksilön identiteetti rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Aluksi esittelen yksilön identiteetin rakentumisen teorioita ja tämän jälkeen sosiaalisen identiteetin teoriaa, joka liittyy faniuteen etenkin faniyhteisöjen kautta. Lopuksi muodostan näiden teorioiden avulla sosiaalisen konstruktionismin paradigmaan kiinnittyvän teoreettisen viitekehysten identiteetin rakentumisesta, jonka piirteitä noudattaen tämä tutkimus ja aineiston analyysi on toteutettu.

#### 3.1 Yksilön identiteetin kehittyminen

Sen, kuinka ihminen näkee itsensä yksilönä ympäröivässä maailmassa ja erottaa itsensä muista ihmisistä, eli mikä tekee yksilöstä yksilön, määrittelee hänen identiteettinsä (Lee, Brown, King & Shipway, 2016, s. 492). Identiteetin voi myös määritellä ”joukkona sisäänrakennettuja ideoita itsestä, rooleja, joita esitämme sekä ominaisuuksia, jotka tekevät meistä uniikkeja” (Scott, 2015, s. 2).

Stuart Hall on määritellyt identiteetin olevan ”pikemminkin jotain, mikä muotoutuu aikaa myöten tiedostamattomissa prosesseissa, kuin jotakin, mikä sijaitisi syntyvässä tietoisuudessa luontojaan” (Hall, 1999, s. 39). Yksilön sisällä voi olla ikään kuin useita eri identiteettejä, joita hän ilmentää eri aikoina, eikä yksilön identiteetti saavuta ikinä lopullista, eheää muotoa. Hallin mukaan ”Täysin yhtenäinen, loppuunsaatettu, varma ja johdonmukainen identiteetti on fantasiaa”. (Hall, 1999, s. 23.)

Identiteetti muotoutuu jatkuvina prosesseina kaikissa niissä tilanteissa ja kulttuurisissa järjestelmissä, joissa yksilöitä esitellään tai puhutellaan, ja etenkin globalisaation myötä ihmisen identifikaatioprosessista on tullut entistä monimuotoisempi, sillä moderneissa yhteiskunnissa muutokset voivat olla nopeita ja pysyviä, ja niitä tapahtuu jatkuvasti (Hall, 1999, s. 23–24). Aikaisemmin perinteisessä yhteiskunnassa yksilön identiteetin, eli sen, kuka hän oli, määrittely tapahtui jo pitkälti ennen hänen syntymäänsä, eikä identiteettiasioita tarvinnut juuri pohtia, kun ”paikka ihmisten joukossa oli valmiiksi annettu”. Nykyajan modernissa maailmassa taas yksilöllä on enemmän vapautta valita elämäänsä vaikuttavia asioita, ja se

asettaa identiteetin rakentumiselle uusia haasteita. Yksilön on jatkuvasti mietittävä, kuka hän on ja tehtävä valintoja esimerkiksi asuinpaikan, työpaikan tai opintoihin hakeutumisen puolesta. Tämän lisäksi myös markkinayhteiskunnalle tyypillisesti eri tahot ovat tarjoamassa ja esittämässä vaihtoehtoja yksilöille sen suhteen, keitä he voisivat tai keitä heidän pitäisi olla. Oman identiteetin hahmottamisesta voikin tulla yksilölle jopa huolta herättävä aihe, kun hänen on rakennettava identiteettiään jatkuvassa muutosten ja valintojen värittämässä maailmassa. (Rautio, 2006, s. 19–20.)

Giddensin mukaan identiteetti on jotain, mitä ihminen tulkitsee refleksiivisesti hänen oman henkilöhistoriansa kautta ja näin ikään kuin ylläpitää tietynlaista narratiivia, joka muodostaa hänen identiteettiään. Identiteetti ei siis ole jotain jonkun toisen määrittelemää tai antamaa, vaan se muotoutuu jatkuvasti yksilön toiminnoissa. Identiteetti ei näin ollen ole myöskään mikään tietty havaittava piirre tai yhdistelmä piirteitä ihmisessä, eikä identiteettiä voi havaita suoraan ihmisen käytöksestä tai toisten ihmisten reaktioista hänen käyttökseen. (Giddens, 1991, 52–54.)

Myös Giddens puhuu Hallin tapaan modernin yhteiskunnan vaikutuksesta identiteetin rakentumiseen. Riskiyhteiskunnaksi nimittämässään maailmassa yksilön on otettava enemmän vastuuta oman identiteettinsä kehittymisestä, sillä yhteiskunnan muuttuvat rakenteet eivät enää tarjoa perinteisiä, totuttuja vakaita vastauksia, eikä jokaista tekemäänsä valintaa ja sen seurauksia voi enää ennakoida. Yksilö ei voi enää määrittää itseään pelkästään yhteisön kautta, vaan hänen on itse vastattava valinnoistaan identiteettiinsä liittyen. (Giddens, 1990, Saastamoisen, 2006, s. 145 mukaan.)

Identiteettiin liitetään joskus myös sana rooli, jolloin tarkoitetaan ihmisen esittävän erilaisia hänen identiteettinsä kuuluvia rooleja eri tilanteisiin sopivalla tavalla. Manuel Castells on kuitenkin halunnut tehdä eroa roolien ja identiteettien välille. Hänen mukaansa roolit, kuten äitinä, naapurina tai tupakoitsijana oleminen, ovat ulkoa päin, yhteiskunnan rakenteista, määriteltyjä asioita. Rooleista voi muotoutua identiteetin osia, ja esimerkiksi ihminen voi tuntea äitinä olemisen roolin sijasta osaksi identiteettiään. Näin tapahtuu kuitenkin vain, mikäli yksilö sisäistää roolit osaksi itseään, ja rakentaa roolin ympärille merkityksiä tämän sisäistyksen mukaisesti. Castellsin mukaan ”identiteetti määrittelee merkitykset, kun taas roolit määrittelevät toimintaa”. (Castells, 2010, s. 6–7.)

Castells puoltaa myös ajatusta siitä, että kaikki identiteetit ovat konstruktioita. Nämä konstruktiot rakentuvat muun muassa historiasta, maantieteellisistä seikoista, jaetuista muistoista ja instituutioista käsin. Näiden pohjalta yksilöiden ja ryhmien identiteetit rakentuvat ympäröivään yhteiskuntaan ja sen sosiaalisiin käytänteisiin sekä aikaan ja paikkaan sopiviksi. (Castells, 2010, 7.)

Identiteetin rakentumiseen voi myös liittää käsitteen narratiivisesta identiteetistä. Narratiivisen identiteetin avulla yksilö voi kertoa itselleen ja muille, kuka hän on, kuinka hänestä on tullut sellainen ja millaiseksi hän haluaa tulevaisuudessaan tulla. Käsite tarkoittaa siis yksilön tapaa yhdistää muistojaan ja tulevaisuuden tavoitteitaan sekä haaveitaan. Näin hänelle rakentuu tiettyyn aikaan sopiva identiteetti, joka luo yksilön elämään tarkoituksia ja merkityksiä. (McAdams & McLean, 2013, s. 233.)

Yksilön identiteetti siis vaihtelee hänen elämänsä aikana eri tilanteissa ja kokemuksissa. Eri aikoina identiteetti voi olla hyvinkin erilainen, eikä yksilön identiteetti näin ollen ole missään vaiheessa saavuttanut lopullista, pysyvää muotoaan. Identiteettejä voi olla myös yhtä aikaa useampia, joista yksilö pystyy tilanteen mukaan valikoimaan itselleen sopivimman. (Villgren, 2007, s. 156.) Täten myös ihmisen fani-identiteetti on yksi hänen identiteettinsä muodoista tai osista, jonka mukaisesti hän voi sopivissa tilanteissa käyttäytyä ja ilmentää itseään.

Tyypillistä esimerkiksi urheilufaneille on se, että he kuuluvat usein osaksi laajempaa kannattajayhteisöä. Tällöin faniyhteisön muut jäsenet voivat myös vaikuttaa heidän yksilöllisen fani-identiteettinsä muodostumiseen. Tällainen vaikutus voi olla joko positiivista tai negatiivista. Seuraavaksi käsitteelenkin tätä koskevaa teoriaa sosiaalisesta identiteetistä.

### 3.2 Sosiaalisen identiteetin teoria osana faniutta

Henri Tajfel ja John Turner kehittivät sosiaalisen identiteetin teorian 1970-luvulla, jonka jälkeen useat tutkijat ovat kehittäneet teoriaa eteenpäin (Abrams & Hogg, 1990, s. 1–2). Teorian mukaan ryhmiin kuulumisen toimii tärkeässä asemassa yksilön identiteetin kehittämisessä (Bryant & Cummings, 2010, s. 221). Sosiaalista identiteettiä määritellään aina suhteessa muihin ihmisiin ja ryhmiin. Kuten yksilön identiteetti, myös hänen sosiaaliset

identiteettinsä syntyvät vertailemalla itseään muihin ja tekemällä eroa sen välille, kuka itse on, minkälainen ei ainakaan ole ja keiden ihmisten seuraan kuuluu. (Scott, 2015, s. 2.)

Sosiaalisen identiteetin muodostumisessa on kuvattu olevan kaksi prosessia: samastuminen ja sosiaalinen vertailu. Samastumisprosessissa yksilö luokittelee ja määrittelee itseään suhteessa erilaisiin sosiaalisiin ryhmiin ja tunnistaa kuuluvansa tiettyjen ryhmien jäseneksi. Sosiaalisessa vertailussa taas yksilö luokittelee toisia ihmisiä sen mukaan, ketkä kuuluvat hänen kanssaan samaan ryhmään, ja ketkä eivät kuulu. (Stets & Burke, 2000, Leen, Brownin, Kingin & Shipwayn, 2016, s. 492 mukaan.) Asioiden ja ihmisten eroavaisuudet ovatkin loppujen lopuksi niitä asioita, jotka luovat merkityksiä (Hall, 1999, s. 153). Näin ollen myöskään sosiaalisia identiteettejä olisi mahdotonta syntyä, ilman että ihmiset tekisivät erotteluja itsensä ja muiden välillä.

Urheilua vapaa-ajallaan aktiivisesti harrastavat yksilöt muodostavat keskenään usein erilaisia ryhmiä, joissa syntyy sosiaalisia identiteettejä. Vaikka saman lajin harrastajilla ei olisi mitään virallisia ryhmiä, on heidän keskuudessaan syntynyt kirjoittamattomia sääntöjä ja tapoja, kuten samanlainen pukeutumistyyli tai samankaltainen käyttäytyminen ja arvot. Sellaisilla harrastajilla, jotka vierailevat lajin parissa vain satunnaisesti tai täysin ulkopuolisilla henkilöillä on yleensä lähes mahdotonta päästä tällaisten ryhmien sisälle. (Jones & Green, 2006, s. 37.) Samalla tavoin sosiaaliset identiteetit muodostuvat urheilussa myös urheilufanien keskuudessa ja ne ovat siinä tärkeässä asemassa. Sosiaaliset identiteetit mahdollistavat faneille tunteen siitä, että kuuluvat osaksi jotain laajempaa ryhmää ja oman fani-identiteetin vahvistumisen lisäksi tämä voi vaikuttaa positiivisesti myös heidän itsetuntoonsa (Jones & Green, 2006, s. 37). Myös etenkin vahvan tiettyyn joukkueeseen samaistumisen ja joukkueen fanittamisen on havaittu olevan yhteydessä parempaan mielenterveyteen, verrattuna faneihin, jotka eivät samaistu joukkueeseen yhtä vahvasti (Wann, Melnick, Russell & Pease, 2001, s. 165).

Usein urheilufaniudessa sosiaalinen identiteetti nousee esiin etenkin puhuttaessa urheilufanien väkivallasta, joka syntyy yleensä suurissa fanijoukoissa, kun eri urheilujoukkueiden fanit alkavat tapella keskenään korostaessaan oman puolensa paremmuutta. Tällaiset väkivaltaisuuudet ovat johtaneet jopa urheilun seuraajien ja faniryhmien ulkopuolisten henkilöiden loukkaantumisiin ja kuolemiin. Faniväkivalta onkin negatiivinen leima, joka leijuu monesti esimerkiksi jalkapallofanien ympärillä, kun heidät voidaan yhdistää niin kutsuttuihin

jalkapallohuligaaneihin. Usein fanit, jotka eivät edusta tällaisia väkivaltaisia yksilöitä tai ryhmiä, haluavatkin puheessaan tuoda esiin sen, että heidän faniuteensa väkivaltaisuus ei kuulu. (Villgren, 2007, s. 165.) Tämä onkin yksi sosiaaliseen identiteettiin kuuluvista piirteistä, eli erottelu oman ryhmän ja muiden ryhmien välillä, jako meihin ja heihin.

Vaikka sosiaalinen identiteetti voikin edesauttaa yllä mainittuja negatiivisia piirteitä ja lisätä jopa väkivallan uhkaa fanien keskuudessa, on siinä myös positiivisia puolia. Sosiaalinen identiteetti ja ryhmään sekä yhteisöön kuuluminen vahvistavat fanien oman henkilökohtaisen fani-identiteetin syntymistä (Bryant & Cummings, 2010, s. 221). Mikäli fani ei olisi laisinkaan kanssakäymisessä toisten fanien kanssa, rakentaa hän omaa faniuttaan ainoastaan omien kokemustensa kautta, eikä pääse jakamaan omia ajatuksiaan ja tuntemuksiaan muiden fanien kanssa ja fanikokemus voi jäädä vajaaksi (Saarikoski, 2009, s. 193). Vaikka toisten fanien kanssa kommunikointi ei siis ole välttämätöntä faniuden olemassaoloksi, edesauttaa se fania ylläpitämään hänen faniuttaan (Duffett, 2013, s. 244). Urheilun kautta syntyvät sosiaaliset identiteetit mahdollistavat yksilölle myös kuulumista sellaisiin ryhmiin, joihin hän ei välttämättä muutoin, esimerkiksi perheensä tai työnsä kautta voisi kuulua (Jones & Symon, 2001, Jonesin & Greenin, 2006, s. 39, mukaan). Fani-identiteetti, joka muodostuu yksilölle muun muassa sosiaalisten identiteettien avulla, onkin osa laajempaa yksilön identiteettiä, joka muodostaa hänestä sen kokonaisuuden, joka hän on.

Fanit kannustavat ottelutapahtumissa fanittamaansa joukkuetta tai urheilijaa usein yhdessä toisten fanien kanssa ja heidän kannattamisensa voi sisältää yhdessä ennalta sovittua toimintaa. Fanit voivat esimerkiksi laulaa yhteisiä kannatuslaulujaan tai huudella kannustushuutoja. Tällainen toiminta voi osaltaan vahvistaa ryhmän jäsenten sosiaalista identiteettiä. Samalla se toimii myös vahvistuksena sille, että he kuuluvat samaan ryhmään. (Granström, 2011, s. 141.) Joskus huutelulla pyritään myös häiritsemään tai ottamaan kontaktia vastustajapuolen kannattajiin. Vaikka osa tällaisista huuteluista voivat olla aggressiivisia ja jopa vihamielisiä vastustajia kohtaan, yleensä kyse on jopa ystävällisestä ja leikkimielisestä kiu-soittelusta, jolla kannattajat pyrkivät aktivoimaan myös vastapuolen faneja kannustamaan omaa joukkuettaan ja kisaamaan siinä, kummalla on paremmat kannustukset ja kumpi joukkue on parempi (Granström, 2011, s. 141–142).

Urheilufanien fanius liittyy myös usein vahvasti heidän kansallisidentiteettiinsä. Urheilussa kisataan paljon kansainvälisissä kilpailuissa, jolloin eri kansallisuudet ja niihin kuuluminen

korostuvat. Useilla mailla on myös omia kansallislajeja, jotka voivat osaltaan vahvistaa urheilufanien kansallisidentiteettiä. Kansallislajit ovat fanien silmissä sosiaalisia instituutioita, jotka symbolisella tavalla edustavat heidän sosiaalista identiteettiään ja sitä ryhmää, johon he kuuluvat. (Goodger & Goodger, 1989, Wannin ym., 2001, s. 185 mukaan.) Yksilön fani-identiteetin muodostumiseen voikin vaikuttaa useisiin eri sosiaalisen identiteetin lähteisiin, kuten kansallisuuden tai fanittamansa joukkueen, identifioituminen.

### 3.3 Sosiaalisesti rakentunut fani-identiteetti

Sosiaalisen konstruktionismin paradigman mukaan todellisuus on sosiaalisesti rakentunutta (Kaakkuri-Knuutila & Heinlahti, 2006, s. 108). Tässä tutkielmassa identiteetin ja näin ollen myös fani-identiteetin rakentumisen nähdään siis myös tapahtuvan ihmisten välisten sosiaalisten kanssakäymisten kautta. Sosiaalisessa konstruktionismissa jokainen yksilö rakentaa todellisuuttaan hyvin paikallisesti, omista lähtökohdistaan, joten sosiaalisesti rakentunut maailma voi olla hyvin erilainen eri yksilöiden näkökulmasta katsottuna. Tämän paradigman näkökulmasta käsin toteutettu tutkimus pyrkiikin yhdistelemään näitä sosiaalisesti eri tavoin rakentuneita maailmoja, ja saavuttamaan tutkimustuloksia, joissa näistä maailmoista voi tehdä yhteneviä johtopäätöksiä todellisuudesta tutkimuskohteen suhteen. (Hollinshead, 2006, s. 45.) Tässä tutkielmassa käsitellenkin siis yksilöiden omia kokemuksia heidän faniudesta ja fani-identiteetin rakentumisesta, ja pyrin yhdistämään nämä yksilöiden sosiaalisesti rakentuneet kokemukset yleistettäväksi johtopäätöksiksi koskien suomalaisten pesäpallofanien fani-identiteetin rakentumista.

Kuten sosiaaliseen identiteettiin, myös yksi sosiaaliseen konstruktionismiin vahvasti liittyvä käsite on yhteisö (Kuusela, 2001, s. 37). Käsitteenä yhteisö on hyvin laaja, eikä siihen ole vain yhdenlaista määritelmää. Yhteisöjä voidaan erotella kuitenkin sen mukaan, mikä on niiden jäsenten välinen suhde, yhteys ja miksi yhteisö on muodostunut. Esimerkiksi perhe, työyhteisö, uskonnollinen yhteisö tai jonkin asian kannattajayhteisö ovat kaikki omanlaisiaan yhteisöjä. Yhteisöjä voidaan erotella myös sen mukaan, ovatko ne syntyneet jäsenten yhteisen asuinpaikan vai kiinnostuksenkohteiden mukaan. Kannattajayhteisössä yhteisön jäseniä yhdistää mielenkiinto samaa asiaa kohtaan. (Asada & Ko, 2019, s. 531.) Kun todellisuus rakentuu ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa, myös yksilön identiteetin voi nähdä olevan sosiaalisten suhteiden ja kanssakäymisen myötä rakentunutta. Näin ollen

olennaista olisi tarkastella ennemminkin näitä identiteettiä rakentavia suhteita, kuin yksilöä itsessään. (Gergen, 1994, Saastamoisen, 2001, s. 175 mukaan.)

Tutkimukseni päätutkimuskysymyksenä kysyn: Mistä pesäpallokannattajien fani-identiteetti rakentuu? Tarkastelen kysymystä ja tutkimustuloksia sosiaalisesti rakentuneen maailman näkökulmasta siis siten, että ymmärrän, että eri fanien todellisuus rakentuu jokainen omalla tavallaan heidän sosiaalisissa suhteissaan, mutta pyrin löytämään heidän haastatteluvastauksistaan sellaisia yhteneviä teemoja, joiden kautta heidän henkilökohtaisista käsityksistään faniudesta voisi tehdä yleistettävämpiä johtopäätöksiä.



## 4. METODOLOGISET KYSYMYKSET

Tässä luvussa avaan enemmän aineistoani sekä sitä, mistä ja miten sen keräsin. Lisäksi kerron lisää analyysimenetelmistäni ja käsittelen omaa positiotani tutkijana.

### 4.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu haastattelumenetelmänä

Yksinkertaistettuna tutkimushaastattelut voidaan jakaa sen mukaan, kuinka tarkasti haastattelussa on määritelty etukäteen haastattelukysymykset ja mahdolliset valmiit vastausvaihtoehdot. Täysin strukturoidut haastattelut ovat yleensä lomakehaastatteluja valmiine vastausvaihtoehtoineen, jolloin kaikilta haastateltavilta kysytään myös tismalleen samat kysymykset samassa järjestyksessä. Lomakehaastattelun vastakohta on täysin strukturoimaton, avoin haastattelu, jossa aihetta tai tutkimuskysymyksiä ei ole etukäteen määritelty tarkasti. Näiden kahden haastattelumuodon väliin jäävät puolistrukturoidut haastattelut, joista yksi esimerkki on teemahaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 43–48.) Puolistrukturoidussa haastattelussa yleensä jokin tutkimuksen pääpiirteistä on lyöty lukkoon, muttei kaikkia. Esimerkiksi tutkimuskysymykset voivat olla kaikille samat, mutta niiden järjestyks vaihtelee haastatteluittain (Eskola & Suoranta, Hirsjärven & Hurmeen, 2000, s. 47 mukaan) tai kysymysten sanamuoto voi vaihdella eri haastatteluissa. (Robson, 1995, Hirsjärven & Hurmeen, 2000, s. 47 mukaan.) Teemahaastattelun taas voi määrittellä haastatteluksi, jossa on etukäteen määritellyt teemat, joiden varassa haastattelua kuljetetaan eteenpäin (Hirsjärvi & Hurme, 2000, s. 48). Tässä tutkielmassa keräsinkin aineistoni juuri puolistrukturoidulla teemahaastattelulla.

Teemahaastattelussa haastattelun teemat voi johtaa erilaisista asioista, tyypillisesti intuition, kirjallisuuden tai teorian pohjalta. Intuutiolla tarkoitetaan keinoa, jossa haastattelun suunnittelija keksii teemat ikään kuin päästänsä, ehkä omien ennako-oletustensa pohjalta siitä, mitä kannattaisi kysyä. Kirjallisuuden avulla johdetut teemat juontavat juurensa aiempiin tutkimuksiin ja kysymyksiin, joita näissä haastatteluissa on kysytty. Teorian pohjalta juonnetut teemat taas tulevat tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen ja teoreettisten kytkentöjen kautta ja tällöin teemojen on tarkoitus kyetä muuttamaan teoreettiset käsitteet mitattavaan muotoon. (Eskola, Lähti & Vastamäki, 2018.) Omassa tutkimuksessani teemahaastattelun teemat ovat yhdistelmää näistä kaikista kolmesta. Olen perehtynyt aiempiin

fanitutkimuksiin ja niissä tehtyihin haastattelukysymyksiin sekä teemoihin ja muokannut näistä omaan tutkimukseeni soveltuvia. Lisäksi olen pyrkinyt muotoilemaan sellaisia teemoja, jotka tukevat myös teoreettista viitekehystäni fani-identiteetin muodostumisesta ja toisaalta olen myös muotoillut näiden pohjalta sellaisia teemoja ja kysymyksiä, joiden olen itse ajatellut olevan tärkeitä tutkimusongelman kannalta ja olennaisten tutkimustulosten saavuttamiseksi. Tärkeää teemahaastattelua suunnitellessa onkin pitää mielessä oman tutkielman varsinainen tutkimusongelma, jotta teemat ja kysymykset tukisivat tähän ongelmaan vastauksen löytämistä (Eskola ym., 2018, s. 37).

Vaikka omassa haastattelussa minulla olikin etukäteen määritelty melko paljon selkeitä kysymyksiä, jotka pyrin kysymään jokaiselta haastateltavalta, eivät kuitenkaan haastattelut olleet kaavamaisia ja jokaiselle samanlaisia, kysymyksiä ei esitetty tismalleen samalla tavoin, eikä kysymykset sisältäneet valmiita vastausvaihtoehtoja, kuten täysin strukturoidut haastattelut (Eskola ym., 2018). Sen sijaan esitin haastateltaville usein lisäkysymyksiä teemojen mukaan eri aiheista, mikäli vastauksissa ilmeni jotain seikkoja, joista halusin tietää lisää. Lisäksi haastattelukysymysten järjestys ei ollut kaikille haastateltaville sama, vaan teemojen järjestystä muuttui sen mukaan, mikäli haastattelun edetessä jonkin aiheen käsittely tuntui siinä kohtaa luontevimmalta. Näin ollen, vaikka haastattelurunkoon sisältyikin myös etukäteen suunniteltuja kysymyksiä, joita joidenkin määritelmien mukaan teemahaastattelussa ei pitäisi olla ollenkaan (Puusa, 2020) olivat pääosassa kuitenkin ne teemat, joiden ympärille haastattelu rakentui, joten tästä syystä näen tutkimuksen haastattelumuodon kallistuvan puolistrukturoidun teemahaastattelun puolelle.

## 4.2 Haastatteluaineiston keruu ja esittely

Tutkimusaineistoani kerätessä alkuperäinen tavoitteeni oli haastatella noin 7–10:tä pesäpallofania, mutta lopulta haastateltavia kertyi yhteensä 16. Haastateltavat asuvat ympäri Suomea ja ovat iältään 21–67-vuotiaita. Haastateltavista 12 on miehiä, ja 4 naisia, joiden oma harrastuneisuustaso vaihtelee ammattilaispesäpalloilijasta puulaakitasoon. Kolme haastateltavista ei ole itse ikinä harrastanut pesäpallon pelaamista. Rajasin haastattelupyynnökseni kutsun koskevan ainoastaan täysi-ikäisiä pesäpallofaneja, joten alaikäiset fanit rajautuvat tutkimukseni ulkopuolelle.

Haastatteluita tehdessä haastattelupaikalla voi olla myös väliä, esimerkiksi liian virallinen paikka, kuten vieraan yliopiston tilat, voi tuntua haastateltavasta epämukavalta. Sen sijaan saadessaan olla kotona, haastateltava voi tuntea olonsa mukavammaksi ja myös on valmiimpi kertomaan vastauksiaan avoimemmin. (Eskola ym., 2018.) Koronaviruspandemiasta johtuvan matkustamisen ja ihmiskontaktien välttämisen vuoksi suoritin haastattelut tammikuussa 2021 puhelinhaastatteluina. Näin ollen haastateltavat pystyivät itse valitsemaan paikan, jossa halusivat olla haastattelun aikana. Sain haastateltaviltani luvan nauhoittaa puhelut, jotka sitten litteroin kirjoitetuksi tekstiksi. Litteroitua tekstiaineistoa syntyi yhteensä 312 sivua, joten materiaalia kertyi melko paljon.

Kaikki tutkimukseen osallistuneet haastateltavat löytyivät Facebookin Pesäpallojuttuja-ryhmästä. En ollut tutkimuksen alussa ajatellut, että haastateltavat tulisivat vain yhdestä paikasta, vaan olin ajatellut käyttää sosiaalista mediaa yhtenä haastateltavien etsimisen välineistä. Kun tein haastattelupyynnön ilmoituksen Facebookin ryhmään, sain kolmessa tunnissa jo niin paljon yhteydenottoja, että haastateltavien etsiminen muita reittejä pitkin ei enää ollut tarpeen. Se, että kaikki haastateltavat löytyivät sosiaalisesta mediasta, asettaa kuitenkin itse tutkimustulosten arvioinnille rajoitteen: arvioitaessa esimerkiksi sosiaalisen median merkitystä haastateltavien fanisuhteeseen, on otettava huomioon, että kaikki haastateltavat käyttävät sosiaalista mediaa jo valmiiksi. Mikäli haastateltavien joukossa olisi kuitenkin ollut faneja, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa laisinkaan, olisivat heidän vastauksensa olleet hyvin mahdollisesti erilaisia. Kuitenkin nykypäivänä hyvin useat urheilujoukkueet- ja seurat toimivat hyvin laajasti sosiaalisessa mediassa ja sosiaalisen median voikin nähdä olevan jo osa urheilumaailmaa. Lisäksi ryhmä, johon haastattelupyynnön laitoin, on jäsenmäärältään niin suuri, että haastattelunäytteiden tulkinnasta ja analyysin tuloksista voi tehdä yleistettäviä johtopäätöksiä nykypäivän pesäpallofaneista.

### 4.3 Haastatteluaineiston analyysi sisällönanalyysin keinoin

Analysoin tutkimukseni aineiston teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä. Käytännössä lähes mihin tahansa tutkimusaineistoon tehdään sen analyysin alkuvaiheessa sisällönanalyysiä, mutta se ei vielä riitä analyysimenetelmäksi. Tällöin kyseessä on alkuvaiheen luokittelua tai teemoittelua, josta sitten toisella analyysikeinolla voidaan tehdä tulkintaa ja saada aikaan tutkimustuloksia. Analyysimenetelmänä sisällönanalyysi ei siis vain tarkoita tällaista

aineiston aukikirjoittamista, vaan sen tarkoituksena on saada aineistosta jotain sellaisia tulokintoja ja tuloksia irti, joita ei voi suoraan havaita esimerkiksi aineistokatkelmista. (Ruusu-  
vuori, Nikander & Hyvärinen, 2010, s. 19.)

Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä ei ole niinkään tarkoitus testata jotain olemassa olevaa teoriaa ja sen toimivuutta. Analyysi ei siis pohjautu täysin teoriaan, kuten teorialähtöisessä tutkimuksessa. Sen sijaan teoria toimii analyysin tukena, sekä auttaa suuntaamaan ajattelua ja avaamaan näkökulmia analyysin edetessä. Analyysi on ikään kuin teorian ja aineiston vuoropuhelua siten, että näitä yhdistelemällä pyritään saavuttamaan perusteltuja johtopäätöksiä ja tutkimustuloksia. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 81.)

Mikäli sisällönanalyysiä tehdessä luokittelee aineistoaan ainoastaan alalokeroihin, ja unohtaa oman tutkimuksen peruslähtökohdat, voi analyysi lähteä helposti leviämään varsinaisen tutkimustehtävän ulkopuolelle (Mason, 2002, Ruusuvuori ym., 2010, s. 20 mukaan). Omassa analyysissäni aineiston luokittelua tehdessä olen pyrkinyt pitämään mielessäni tutkimukseni pää- ja alakysymykset, sekä teoreettisen viitekehyksen, joiden avulla tutkimustulosteni analyysi jäsentyy ja se esitetään analyysiluvuissani.

Oma analyysiprosessini eteni niin, että litteroituani kaikki haastattelut, aloin lukemaan haastatteluita yksi kerrallaan, useampaan otteeseen, jotta saisin haastatteluista mahdollisimman tarkan kuvan, eivätkä jotkin näkökulmat jäisi minulta huomaamatta. Värikoodasin aineistosta löytyviä teemoja ja viittauksia niihin, kuten yhteisöön tai matkailuun. Tämän jälkeen yhdistelin näitä eri haastatteluista värikoodattuja kohtia ja pyrin löytämään niistä samankaltaisuuksia, joista sitten pystyin tekemään analyysiä tutkielmaani varten. Nämä eri teemoihin jaetut analyysit olen sitten jaotellut kolmeen päälukuun tässä tutkimusraportissa sen mukaan, minkä tutkimukseni alakysymyksen alle analyysi kuuluu.

#### 4.4 Tutkijan positio ja tutkimusetiikka

Mikäli tutkimuksen tekijä on liian läheinen oman tutkimusaiheensa kanssa, on aina vaarana, että tutkimusta ei kykene tekemään tarpeeksi objektiivisesti. Esimerkiksi omien taustatietojen ja olettamusten myötä tutkimustulokset voisivat olla kuviteltuna etukäteen jo ennen tutkimuksen tekemistä. (Hakala, 2018.) Olen itse pelannut ja valmentanut pesäpalloa

useita vuosia sitten. En kuitenkaan enää ole aktiivisesti mukana toiminnassa, ja omat intressini tämän tutkimuksen tekemiseen kumpuavat ainoastaan omasta mielenkiinnostuksestani käsin. Minun on kuitenkin asemoitava itseni tähän tutkimukseen siten, etten voi väittää, etteikö omilla taustatiedoillani olisi voinut olla merkitystä esimerkiksi alatutkimuskysymysten määrittelyssä, haastattelukysymysten muotoilussa tai tutkimustulosten tulkinnaissa. Oma kiinnostuneisuuteni lajia kohtaan on toiminut positiivisena innoittajana lähteä tekemään tutkimusta juuri pesäpallosta, ja vaikka en tietoisesti ole antanut sen vaikuttaa tutkimukseni tekemiseen tai tulosten tulkintaan, niin erilaisista lähtökohdista tuleva henkilö olisi voinut toteuttaa tutkimuksen ja tulkita tuloksia eri tavoilla. Koen kuitenkin, että koska olen noudattanut analyysiprosessissani sekä muissa tutkielman tekemisen osa-alueissa hyvän tieteellisen käytännön periaatteita, sekä pyrkinyt analyysissani tarkkuuteen ja huolellisuuteen, voi analyysini tuloksia pitää luotettavina kuvauksina suomalaisten pesäpallon kannattajien fani-identiteetin rakentumisesta.

Kun julkaisin haastattelukutsun Facebookissa, asetin julkaisuun kommentointikiellon. Tällä pyrin estämään sen, että mahdollisesti haastatteluun haluavat henkilöt eivät kommentoisi julkaisua omalla nimellään ja tällöin heidän henkilöllisyytensä olisi paljastunut. Haastattelukutsuun laitoin mahdollisuudeksi ottaa minuun yhteyttä joko Facebookin kautta viestillä tai sähköpostitse. Näin ollen haastatteluun osallistujien anonymiteetti turvautui, eivätkä muut sosiaalisen median käyttäjät nähneet ainakaan haastattelukutsuni perusteella, ketkä tutkimukseen osallistuivat.

Haastateltavani tulevat eri murrealueilta ja jotkut haastateltavista puhuivat vahvaa murretta. Anonymiteetin säilyttämiseksi olen muuttanut aineistonäytteistä vahvimpia murreilmaisuja yleiskielisiksi, jotta haastateltavien tunnistamattomuus ei vaarantuisi. Tämän lisäksi en avaa esimerkiksi haastateltavien ikiä tai heidän tarkkoja asuinpaikkojaan tai faniuksensa kohteita, jotta heidän henkilöllisyytensä ei paljastuisi.

Olen koodannut haastateltavat heidän sukupuolensa mukaan siten, että merkintä M tarkoittaa miestä ja merkintä N naista. Numero haastateltavien perässä osoittaa sen, kuinka mones haastateltava kyseinen henkilö aineistoani varten oli. Mikäli haastatteluotteessa on mukana myös haastattelussa esitettyjä kysymyksiä, on haastattelijan osuus merkitty (H)-merkinällä.

## 5. FANIYHTEISÖT KANNATTAJUUTTA TUKEMASSA

Fanius voi olla merkittävä osa yksilön elämää ja hänen identiteettiään. Etenkin vahva fani-suhde johonkin tiettyyn urheilujoukkueeseen tai -seuraan voi parantaa jopa yksilön hyvinvointia. Hyvinvointia ei kuitenkaan paranna yksinomaan fanius, vaan faniuden myötä tulevat kokemukset yhteisöllisyydestä sekä yhteenkuuluvuuden tunne toisten fanien kanssa. (Wann, 2006, s. 275.) Yhteisön merkitys onkin usein suuri urheilufaniudessa ja tässä ensimmäisessä analyysiluvussa käsittelenkin pesäpallofanien fani-identiteettiä yhteisön roolin näkökulmasta. Tutkimukseni alakysymyksistä vastaankin siis etenkin yhteisön sekä sosiaalisen median merkitykseen fani-identiteetin rakentumisessa, sekä myös negatiivisia asioita, jotka voivat vaikuttaa haitallisesti faniuden rakentumiseen.

Sosiaalisen identiteetin merkitys fani-identiteetin rakentumisessa korostuu etenkin faniyh-teisöjä tarkasteltaessa, sillä sosiaalinen identiteetti rakentuu nimenomaan yhteisöjen sisäi-ssä ja välisessä kanssakäymisessä, itseään ja omaa ryhmää toisiin vertaillen (Scott, 2015, s.2). Tässä analyysiluvussa vertaankin saamiani tuloksia aiempaan tutkimukseen sosiaali- sesta identiteetistä, sekä fani-identiteetistä ja urheilufaniudesta.

### 5.1 Yhteisöt faniuden syntymisen innoittajina

Haastateltavien muistot koulupesäpallosta ovat pääasiassa positiivisia ja moni haastateltava kertoo, kuinka he ovat saaneet alkuperäisen kipinän lähteä itse harrastamaan ja seuramaan lajia juuri koulun kautta. Tutkimukseen osallistuneista pesäpallofaneista enemmistö onkin harrastanut pesäpalloa ensin itse lapsuudessaan tai nuoruudessaan, ja tämän myötä jatkanut lajin seuraamista ja fanittamista oman peliuransa jälkeenkin.

*Kyllä siitä ihan vois sanoo, että tuota, niin kun siihen ite pelaamiseen jäi se kipinä siitä koulupesäpallosta, kun ei tietysti itellä varusteita ollu sillon 60-luvulla, 70-luvun alussa, niin koulu oli se ainut paikka, missä pysty pelaamaan, nii sieltä se jäi ehkä sitte, että tuli sen verran itekki pelattua puulaa-kissa. (M3)*

*Koulupesäpallosta tosi lämpimät muistot, että se on kantanut hedelmää tänne näihin päiviin asti ja sen takia minä oikeastaan pesäpalloa seuraan, kun se tuntu koulussa niin mukavalta lajilta, kun osu siihen palloon ja se lensi pitkälle. (M2)*

Haastatteluista ilmenee myös, että usea fani on saanut ensikosketuksensa lajiin pesäpallo-otteluissa, joihin esimerkiksi heidän vanhempansa tai muut perheenjäsenet ovat heitä vie-neet. Näissä peleissä nähdyt hienot suoritukset ja tunnelma ovat saaneet haastateltavat kiin-nostumaan lajista. Urheilussa usein yksi tyypillisimmistä fanittamisen alkamisen syistä on-kin se, että vanhemmat seuraavat jotain tiettyä lajia tai joukkuetta, jonka pariin sitten vie-vät myös omat lapsensa. Urheilufanius voi ikään kuin periytyä useammaltakin sukupol-velta toiselle, ja erityisen yleistä on, että fanius siirtyy isältä pojalle. (Tamir, 2020, s. 7.)

*Isä vei minua, olin varmaan kymmenvuotias ehkä, kun ensimmäisen kerran pesäpalloa kattomaan sitten. Ja tota, isän mukana, ja sitten heti oikeastaan jäin siihen kiinni ja koukkuun, että tota, se oli lajina jotenki kauhean mielen-kiintoinen ja kiinnostava heti, silloin jo lapsena, vaikka ei siitä ehkä vielä niin paljoa ymmärtänyt, mutta ymmärsi, että se oli kauhean kiinnostavaa. (N7)*

Pesäpallofanien fanius on siis yleensä saanut alkunsa joko oman pelaamisen kautta, koulu-liikunnasta tai omien läheisten viedessä katsomaan pelejä. Yhteistä kaikille näille faniuden alkulähteille on se, että niihin kaikkiin liittyy jollain tapaa muut ihmiset ja yhteisö. Faniyh-teisö ja yhteisöllisyys vaikuttavatkin olevan suuressa osassa, kun pesäpallofanin fani-iden-titeetti alkaa rakentua ja myös fani-identiteetin ylläpitämisessä sekä kehittymisessä.

Kuvaillessaan sitä, mikä fanien mielestä on pesäpallossa parasta, nousee esiin useissa haas-tatteluissa etenkin nimenomaan yhteisöllisyys. Fanit kokevat pesäpalloyhteisön olevan tiivis ja lämminhenkinen porukka, jossa voi olla oma itsensä ja fanittaa yhdessä samaa asiaa. Yh-teisöllisyys korostuu haastateltavien puhuessa esimerkiksi parhaista pesäpallomuistoistaan, matkoistaan sekä ottelukokemuksistaan.

McMillanin ja Chavisin vuonna 1986 esittelemän yhteisöllisyyttä koskevan teorian mukaan yhteisöllisyys koostuu neljästä eri osa-alueesta, jotka yhdessä muodostavat yhteisöllisyyden kokonaisuuden. Osa-alueet ovat jäsenyys tai johonkin kuuluminen, vaikutus, jäsenten tar-peiden täyttäminen ja vahvistaminen sekä yhteys, joka tulee jaettujen emotionaalisten tun-teiden ja kokemusten, kuten yhteisen historian, kautta. Johonkin kuuluminen ilmaistaan esi-merkiksi pukeutumisella ja puhettavalla tai kielellä, josta voidaan nähdä, kuka kuuluu jouk-koon ja kuka ei. Myös fanit ilmentävät tätä yhteisöllisyyden piirrettä muun muassa pukeu-tumalla kannattamansa joukkueen pelipaitoihin tai väreihin. Tässä teoriassa vaikutus tarkoittaa samaan aikaan sitä, että yhteisöllisyyttä kokiessaan yhteisön jäsenen tulee tuntea

voivansa vaikuttaa yhteisön muihin jäseniin, mutta samalla muut jäsenet ja yhteisö vaikuttavat myös häneen, jotta yhteisö pysyy koossa. Jäsenten tarpeiden täyttyminen edistää yksilön edun lisäksi myös yhteisön tarpeita ja etua, sillä toimivassa yhteisössä jäsenten tarpeiden täyttyminen edesauttaa myös yhteisön toimintaa (McMillan & Chavis, 1986, Warnerin ja Leiererin, 2015, s. 86–87 ja Talon, Mannarinin & Rochiran, 2014, s. 2 mukaan.)

*Kyllä se varmaan on se fiilis tai sellainen tunnelma tai sellainen, nii sellanen henki. Että se ois se, että ylipäättänsä pesisihmiset, pesisihmisten kanssa saa olla ja jotka on kans rakkaudesta lajiin, niin kyllä se on sellainen yhtenäisyys tai miksi sitä nyt sanotaan. (M5)*

*No kyllä siinä mun mielestä parasta on se yhteisöllisyys. (M16)*

(H) No mikä sun mielestä pesäpallossa on parasta?

*(N4) No tällä hetkellä tuntuu tosiaa semmonen yhteisöllisyys, se on se paras juttu, et se on, kun pääsee paikan päälle kattomaan ja siellä on tuttuja naamoja ja siellä alkaa tulla jo niinku tuttuja ihmisiä, tässä 30 vuoden aikana, nyt on alkanu jopa tulla oikeesti tuttuja ja uusia ystäviä sieltä, se on niikun se parhaus ja se, että ollaan porukassa ja kannustetaan sitä omaa joukkuetta yhdessä, niin se on se ihan ykkösjuttu.*

Urheilufaneihin liitetään usein mukaan myös väkivaltainen ja vihamielinen käytös toisia faniryhmiä kohtaan. Pesäpallofanit korostavat vertailun avulla myös koko lajin sisällä vallitsevaa yhteisöllisyyttä ja sitä, kuinka tällaista ikävää käytöstä ei pesäpallon parissa ole juuriakaan havaittavissa.

*pesäpallo on lajina siinä mielessäki aika hieno, että vastakkaiset fanit tulee, voi sanoa, että tosi hyvin toimeen keskenään, että siellä ei oo mitään jääkiekko- tai jalkapallotyylisiä huligointia tai muuta, vaan että kyllä siellä tullaan hyvin keskenään toimeen. (M16)*

Pesäpallon kehittäjä Lauri Pihkala piti pelin suurimpana käskynä ystävyiden ja arvonannon merkitystä pelaajien kesken ja tuomareita kohtaan (Pihkala, 1922, s. 82). Tällainen ystävämielinen käytös vaikuttaisi siis myös kuuluvan pesäpallofanien peruskäyttäytymiseen.

## 5.2 Sosiaalisen median merkitys faniyhteisölle

Sosiaalinen media mahdollistaa nykyään sen, että urheilufanit pystyvät kommunikoimaan toistensa kanssa ajasta ja paikasta riippumatta melkein missä vain, kunhan heillä on toimiva



internet-yhteys ja soveltuva mobiililaite. Se, mikä piti ennen hoitaa kasvotusten tai puhelimessa puhuen, onnistuu nyt reaaliajassa, vaikka keskustelijat olisivat satojen kilometrien päässä toisistaan. (Mudrick, Miller & Atkin, 2016, s. 897.) Haastateltavien puheista ilmeneekin, että pesäpallofanit pitävät tärkeänä sitä, että internetin keskustelupalstoilla ja sosiaalisen median kanavissa pystyy keskustelemaan toisten fanien kanssa pesäpallosta. Useimmin haastateltavat nostivat sosiaalisen median kanavista esiin Facebookin ja Instagramin, sekä internetissä toimivan Supervuoro.comin. Olennaista näyttäisi olevan etenkin muiden seurojen kannattajien kanssa yhteydenpito, sekä tietojen ja kokemusten vaihtaminen. Keskustelemalla toisten fanien kanssa erilaisista näkemyksistä muun muassa pelitilanteita kohtaan, rakentavat fanit yhdessä keskustelupalstoilla todellisuutta ja antavat sille merkityksiä.

*No varsinki kun kausi päättyy, nii sitten alkaa huhut siitä, et kuka siirtyy minnekin... tai sitten spekuloidaan jotain hyvää suoritusta, siellä on joku videonpätkä jostain jutusta, niin kyllä se on aika merkityksellinen...sieltä saa toisenlaisia näkemyksiä siihen, miten itse on nähnyt vaikka sen jonkun tilanteen tai miten se on sen lyöntisuorituksen tehnyt tai jotain, niin se avaa ehkä laajemmin sitä omaa näkemystä tai käsitystä siitä jostain kyseisestä tapahtumasta. (M11)*

Faniyhteisöt, joissa pääsee keskustelemaan eri seurojen ja joukkueiden fanien kanssa, lisäävät fanien tietämystä etenkin niistä joukkueista, joita ei itse pääasiallisesti kannata. Vaikuttaakin siltä, että internetin ja sosiaalisen median faniyhteisöt toimivat alustoina keskustella laajemmin pesäpallosta, kun taas fanien tiedot heidän varsinaisista fanituksen kohteista, kuten tietyistä pesäpallojoukkueista, tulevat pääasiallisesti joukkueiden omien tiedotuskanavien ja muiden väylien kautta.

*Ei se välttämättä oman joukkueen kohdalla ole edes niinkään tärkeää, koska minä kyllä tiedän itekki, että mitä siellä tapahtuu, mutta voi sanoa, että pesäpallofani oon ihan yleisestikin, niin mua kiinnostaa myös muitten joukkueitten ja pelien tapahtumat, niin sitten siitä, se tuo nimenomaan muihin joukkueisiin paljon lisää. (M10)*

Sosiaalisen median ylipäätään on se, että siellä voi pitää yhteyttä myös sellaisiin ihmisiin, keitä ei välttämättä esimerkiksi normaalisti voisi välimatkan takia nähdä. Myös pesäpallofanit kokevat, että sosiaalisen median kautta voi tuntea kuuluvansa samaan joukkoon, vaikkei toisia faneja välttämättä juurikaan näkisi peleissä tai muualla.

*Ja sittenhän minä oon tuolla Supervuorossa. Supervuoro on se pesäpalloforumi, nii kirjottelen sinne [joukkueen] palstalle tai lueskelen niitä juttuja, nii*

*tavallaanhan siinä kuuluu siihen porukkaan, vaikka ei ikinä fyysisesti kävis peleissä. (M6)*

Toisaalta joitakin faneja ärsyttää myös sosiaalisen median ja muut internetin keskustelupalstat ja siellä käytävät keskustelut. Erilaisten virtuaalisten faniyhteisöjen ja keskustelupalstojen ytimessä on se, että sinne voivat tulla keskustelemaan kaikki aiheesta kiinnostuneet, omasta taustastaan riippumatta (Haverinen, 2008, s. 19). Vaikka tällaisilla keskustelufoorumeilla kaikki ovat näennäisesti tasaveroisia, voi faniyhteisöissä havaita erilaisia hierarkioita, jotka määräytyvät esimerkiksi yksilöiden fanituksen kohteeseen liittyvän asiantuntijuuden mukaisesti (MacDonald, 1998, Haverisen, 2008, s. 19–20 mukaan). Haastateltavat tulevat jakaneeksi faniyhteisön jäseniä muun muassa kaupunkilaisiin sekä maalaisiin, ja erottavat itsensä sellaisista faneista, jotka eivät heidän mielestään jaa samoja käsityksiä pesäpallosta heidän kanssaan. Tällaisia faneja ei kuitenkaan koeta tarpeelliseksi esimerkiksi hiljentää tai kontrolloida, vaan jakautuneella keskustelulla ja faniyhteisöllä koetaan olevan ikään kuin viihhteellistä arvoa.

*vähän nurkkakuntainen meininki välittyy itselle tietyistä pesäpallon seuraajista, mutta toisaalta keskustelupalstoilla on paljo hyvääkin. -- Ja sit myöskin ehkä turhauttaa tällainen ainainen veivaus siitä, että mitenkä taas voitais muuttaa sääntöjä ja sitten näitä puheenvuoroja, että pitäis palauttaa 9 vuoroparia, se on kyllä surkukupaista, välillä, seurattavaa. (M12)*

*Pesis jotenkin, se on niin maalaisseudun laji enemmän tällä hetkellä, niin jotenkin semmoinen hyväntahtoinen junttimaisuus paistaa paljon sieltä kommentoijista keskustelusta läpi, minkä koen erityisen viihdyttävänä. (M15)*

Sosiaalisen median roolia ei kuitenkaan voida pitää täysin kiistattomana, sillä on otettava huomioon, että jokainen tutkimukseen osallistuva käyttää sosiaalista mediaa aktiivisesti ainakin välillä. On siis oletettavaa, että sillä on jonkinlainen merkitys heidän fanisuhteeseensa. Toisaalta yksi haastateltavista kertoi, ettei käytä sosiaalista mediaa kovin ahkerasti, ja pärjäisi pelkästään sanomalehtien lukemisella. Jo se kertoo siitä, että mahdollisesti sellaisille faneille, joiden elämässä sosiaalisella medialla on vähäpätöinen rooli, ei sillä myöskään ole merkitystä heidän fani-identiteettiinsä.

### 5.3 Ottelutapahtumissa yhdessä kannustaen

Ottelutapahtumat ovat yksi merkittävin osa urheilufaniutta, sillä niissä fanit pääsevät seuraamaan fanittamaansa lajia ja joukkuetta. Lisäksi ottelutapahtumissa paikan päällä voi myös tavata toisia faniyhteisön jäseniä ja kokea yhteisöllisyyden tunnetta. Vaikka yksilön fanius olisi alkanut jo lapsuudessa, voi se usein nousta uudelle tasolle hänen aikuistuuksaan, kun hän pääsee vapaammin toteuttamaan faniuttaan esimerkiksi osallistumalla ottelutapahtumiin aina halutessaan ja päästessään kommunikoimaan toisten fanien kanssa (Tamir, 2020, s. 9). Myös pesäpallofanit kokevat heidän faniutensa vahvistuneen, kun he ovat päässeet aikuistuttuaan vapaammin seuraamaan pelejä ja löytäneet toisia faneja, keiden kanssa pelejä katsoa sekä jakaa faniuden kokemusta.

*mutta kyllä se ehkä tuota nimenomaan pesäpallokannatus, niin se on vaan kasvanut, se on noussut tärkeämmäksi asiaksi tässä vuosien mittaan -- ylipäätään kertynyt enempi näkemystä siitä pelistä ja sitten myös kun vanheni, nii pääsi kaikkiin kotipeleihin, että pienempänä kysy aina joltakin, isältä tai papalta, että lähetäänkö kattomaan ja lähettiin, jos lähettiin ja ei lähetty, jos ei lähetty, että nyt pääsee kattomaan kaikki pelit ja välillä päässy vieraspelejäkin käydä kattomassa, että on nyt iän myötä mahdollistunut uusia asioita siinä. (M10)*

*tosi paljon on tehnyt se, että on saanut uuden hyvän ystävän, jolla on se toinen joukkue lempparijoukkueena, mutta tykkää yleisesti pesäpallosta, nii hänen kanssa fanitellaan, nii on taas nostanut tätä fanituksen tasoa vähän korkeammalle ja se yhteisöllisyys on tullut tärkeämmäksi tässä fanituksen muodossa oikeastaan. (N4)*

Toisten fanien läsnäolo ottelutapahtumissa voi olla fanille tärkeä asia. Haastateltavat kertovat yhteisöllisyyden tunteesta, joka tulee toisten fanien kanssa otteluissa olemisesta ja heidän merkityksestään ottelutapahtuman tunnelman luomisessa. Tällöin yhteisöllisyyden tunne rakentuu etenkin johonkin kuulumisen ja jaetun yhteyden vahvistumisen kautta.

(H) Kuinka tärkeitä sulle on, että siellä ottelutapahtumassa on niitä muita faneja, heidän läsnäolonsa?

(M12) *No onhan siis se, se on yhteisö ja pesäpallon yks sellanen, vois sanoa, viehätysvoima on se yhteisöllisyys, niin kyllä se on todella tärkeitä.*

*siinä myös kuulutaan siihen yhteisöön ja semmosta yhteisöllisyyden tunnetta-kin siinä tulee. (M11)*

*tietenkin se on mukava kun on oman joukkueen kannattajia, niin tulee paljon parempi tunnelma ja oma joukkue saa kannustusta (M10)*

Ottelutapahtumissa kannustaminen toimii myös faniyhteisön vahvistajana ja voi olla tärkeä osa fanikokemusta. Tyypillisesti otteluissa kannustetaan huutelemalla muun muassa kannustavia ja kehuvia lausahduksia omalle joukkueelle. (Granström, 2011, 138–141.) Myös pesäpallofanit kokevat kannustamisen olevan isossa roolissa heidän omassa fanikokemuksessaan ottelutapahtumissa. Sen avulla osoitetaan tukea kannattamalleen joukkueelle, sekä muun muassa puretaan omaa pelin aiheuttamaa jännitystä.

*-- mää tavallaan puran siinä sitä omaa jännitystä, mua jännittää joskus nii järjettömästi joku tilanne, nii mun on pakko purkaa se jotenkin ja se tulee sillä huutamisella, tai taputtamisella, silläkin jonkunnäköinen jännitys lähtee, mutta en pystyisi kattomaan niitä tilanteita, ne on nii jännittäviä joskus. (N4)*

*No se on varmaan osa sitä kokonaisvaltaista elämystä, mitä siitä ottelutapahtumasta saa. Jokainen taaplaa tyylillään, jotkut vaan seuraa hiljaa siellä kat-somossa, mutta minulle kyllä tärkeätä on se, että siellä, siihen tavallaan osallistuu paremmin, kun on äänessä siellä. (M11)*

Haastateltavat kertovat myös toivovansa lisää kannustamiskulttuuria pesäpallo-otteluihin. He kokevat, että etenkin kotijoukkueen kannustamisen tulisi näkyä ja kuulua tapahtumissa enemmän.

*ottelutapahtumia pitäskin viedä, silleen et se kannustaminen näkyis ja kuuluis siellä. -- ottelutapahtuma, jossa on hyvä tunnelma, positiivisella tavalla ollaan oman kotijoukkueen puolesta ja kannustetaan. Se luo sitä hyvää tunnelmaa siihen otteluun. Itse väittäisin, että pesäpalloyleisö on pidättyväisempää verrattuna moneen muuhun lajiin. (M12)*

*minua aina välillä säälistää, kun Suomessa on vähä semmonen kulttuuri lajista riippumatta, että vierasfanit huutaa aina kovempaa, kun ne omat. (M2)*

Kuitenkin, kuten moniin muihin joukkuelajeihin, myös pesäpalloon kuuluu oman joukkueen kannustamisen lisäksi osittain tietynlainen vastustajan faniryhmien kanssa kommunikointi ottelutapahtumissa, kuten vastapuolen kannattajille huuteleminen. Moni fani kuitenkin haluaa haastatteluisaan korostaa, että vaikka tällainen tietynlainen vastustajaan kohdistuva huutelu kuuluu lajiin, ei hän itse sitä tee, tai mikäli tekee, niin vain silloin, kun joku toinen tekee aloitteen, ja hän lähtee siihen sitten mukaan. Tällöin fani tulee eroteltua myös oman faniryhmänsä sisällä väen kahteen eri sosiaalisen identiteetin ryhmään: heihin, jotka kuuluvat aktiivisiin huutelijoihin ja heihin, jotka eivät.

*No hyvin vähän huutelen, joskus saatan jotain hyvää, en mitään siis, en näitä perinteisiä pesäpalloilkeyksiä, mitä ihmiset huutelee sieltä tai kommentoi niille, nii en, niihin en osallistu. (N8)*

*pesäpalloonhan kuuluu jonkin verran se, että pyritään esimerkiksi vastustajan lyöntisuoritusta huutamisella ja möykkäämisellä häiritsemään, ja kyllä siihen lähtee tietysti mukaan sitten. (M3)*

*Hyvässä hengessä henkilökohtaisuuksiin menemättä, niin se pesäpallon negatiivinen naljailu ja kannustus kuuluu ehdottomasti siihen ottelutapahtumaan, mutta ei itselle. Semmoinen rehdin tavan hauska naljailu kuuluu ehdottomasti siihen ja nautin kyllä, kun sitä oikealla tavalla joissain katsomossa osataan tehdä. (M15)*

Myös istumapaikalla on väliä ottelutapahtumassa. Katsomoon saatetaan sijoittua istumaan sen mukaan, mihin paistaa aurinko, mistä on paras katselukulma tai mikäli omalla faniryhmällä on omat varatut paikat katsomosta, sijoittuvat he sinne. Usea fani kertoo myös, että heille on aikojen saatossa muodostuneet vakiopaikat, johon he ja muita faneja sijoittuvat jokaisessa pelissä istumaan, vaikkei näin olisi koskaan ennalta sovittu, vaan he ovat vain ikään kuin ajautuneet istumaan aina samoille paikoille. Näiden istumapaikkojen myötä katsomoihin on voinut muodostua omia faniporukoita, jotka eivät ole välttämättä tunteneet etukäteen toisiaan, eivätkä ole muutoin kanssakäymisessä keskenään, mutta ryhmäytyvät aina ottelutapahtuman ajaksi. Paikat ja ryhmät ovat usein niin vakiintuneita, että mikäli joku fani ei ilmesty paikalle, sitä ihmetellään.

*Mekin aina istutaan tietysti, aina tietyillä paikoilla ja siinä lähetyvillä on ihmisiä, jotka tietyt paikat aina sieltä omii ja haluavat istua siinä niin sanotusti omalla paikallaan, että kyllä siellä nyt viime vuosina on alkanut tulla tosiaan tuttujakin niistä ihmisistä, jotka siellä samassa köörissä istuu.. -- Kyllä se tärkeää on, että ei tunne olevansa yksin ainakaan ja kyllä mää ihmettelen, jos joku puuttuu, että ei oo päässytäkään katsoo peliä, niin vähä etsii joitakin tiettyjä naamoja sieltä. (N4)*

*Meillä on semmonen tietty ryhmä siinä, viidestä kymmeneen suunnilleen, meillä on aika tavalla samat istumapaikat joka kerta ja vois sanoa, että on samanlaisia, jotka käyvät kaikissa mahdollisissa ottelussa niin tuota, hyvin eri aloilta oleva joukko, ja itseasiassa taitaa olla sillee, että ei kokoonnutakaan missään muissa merkeissä, kun se on ainoa, se pesäpallokatsomon yks osa, missä ollaan aina. Se on sillä tasolla, että jos sinne joku ei ilmestykkään, eikä oo kukaan tietoinen, että minkä takia, niin suunnilleen kysytään, että onkohan se kuollut, kun se ei oo tullut tänne. Jos sinne vaikka*

*ottelutapahtumaan menee yksinään, nii kyllä se aika tavalla kiinteä porukka on, mikä on siellä perillä siinä tapahtumassa. (M3)*

Ottelutapahtumaa rakennetaan myös sosiaalisesti keskustelemalla pelin tapahtumista jo paikan päällä. Fanit kuvaavat itseään asiantuntijoiksi, jotka käyvät pelitapahtumia läpi yhdessä toisten faniyhdistyksen jäsenten kanssa.

*kyllähän parhaat asiantuntijat on tunnetusti siellä katsomossa, että kyllä se on osa sitä tapahtumaa, että siinä spekuloidaan niitä ottelutapahtumia ja mietitään, että mitä ois ehkä ite tehnyt toisin ja muuta, että kyllä se on tärkeä osa sitä tapahtumaa. (M16)*

*Se on niin säännöllistä, sillä tietyllä porukalla tämä pesäpallo-ottelussa käyminen ja samoihin asioihin kommentointi ja siellä aina joku tietää jostakin pelaajasta jotakin, mitä toiset ei tiää, nii tämmöinen tietojen vaihto. Vois sanoa, että jonkinlainen asiantuntijaraatikin siellä sitte on. (M3)*

Yhteisöllisyydestä kertoo myös se, että vastustajan faneilta sekä tuntemattomilta ihmisiltä voi kysyä, mikäli ei tajunnut jotain tilannetta. Mikäli fanit kokisivat katsomoissa olevan vihamielinen tai syrjivä tunnelma, eivät he luultavasti ottaisi kontaktia ulkopuolisiin ihmisiin.

*Pesis on tota, lähtökohdiltaan niin hidastempoinen se ottelutapahtuma, että siinä kerkeää kivasti osallistumaan ja juttelemaan naapuripenkkirivien kanssa yksittäisistä tilanteista, ennen kun tapahtuu seuraava asia, monesti tulee kyllä juttusille tuntemattomienkin kanssa. -- Siis lähden aina mukaan, kun mulle [puhutaan], mutta harvoin avaan itse, ellei oo joku tilanne mitä en ymmärrä, mutta huomaan, että mun vieressä on kokeneempaa fania, jolta voi kysyä jostain asiasta, nii silloin saatan olla itse se aktiivinen aloittaja. (M15)*

Vaikka faniyhdistyksen läsnäolo ottelutapahtumissa on pesäpallofaneille tärkeää, vaikuttaisi kuitenkin siltä, että moni pesäpallofani on silti hyvin itsenäinen ja faniyhdistys tuo fanittamiseen oman mukavan lisänsä. Yhteisö ei siis ole faniuden pohja, eikä se määritä fanittamisen vahvuutta, vaan fani menee seuraamaan pesäpallo-otteluita myös yksin, vaikka joutuisi olemaan tapahtumassa ilman toisia ihmisiä. Seuraavassa haastateltavien ajatuksia siitä, osallistuisivatko he otteluun, mikäli joutuisivat olemaan siellä yksin:

*Joo, totta kai, totta kai, ei oo, ei oo tuota nuin nii, mitään estettä. Aina. (M1)*

*Olen käynyt monta kertaa yksinäänki siellä, että kyl se sit taas kuitenkin kotona olemisen voittaa aina. Se, että kotona tulee mietittyä kotiasioita ja omii*

*murheita, että pitäis tehdä, pitäis siivota, pitäis tiskata ja pitäis tehdä ruokaa, mut sinne ku menee ja voi tavallaan ne omat arkiasiat unohtaa, että nyt ei mietitä niitä, nyt mä oon täällä, se on se rentoutumiskeino mulla niin tuota kyl sinne tulee lähettyy. (N14)*

*kyllä mä viihdyn myös, jos oon käyny vieraspelejä kattomassa, niin ihan silti yksinäni, voinu istua vastustajajoukkueen kannattajien seassa, eikä se kuitenkaan oo ahdistanut. (M10)*

Faniyhteisön merkitys on kiistatta yksi vaikuttavimmista pesäpallofanien fanikokemuksessa. Yhteisön kanssa rakennetaan yhdessä fani-identiteettiä niin ottelutapahtumissa, kuin sen ulkopuolellakin. Sosiaalisen median keskustelupalstoilla jutellaan toisten fanien kanssa pelaajista, ottelutapahtumista sekä muista pesäpallomaailmaa koskettavista asioista. Yhteisöt vaikuttavat alun alkujaan koko faniuden muodostumiseen, kun ensikosketus pesäpalloon saadaan joko koulusta tai läheisten välityksellä. Yhteisöäkin tärkeämpää faneille on kuitenkin itse fanituksen kohde. Yhteisö ja sen kautta saatavat kokemukset toimivat mukavana lisänä fanisuhteessa, jonka olennaisin osa on kuitenkin itse pesäpallojoukkue, pesäpalloseura tai pesäpallo urheilulajina. Seuraavassa analyysiosiossa keskitynkään käsittelemään enemmän itse fanituksen kohdetta.

## 6. FANITUKSEN KOHTEEN ROOLI IDENTITEETIN RAKENTAJANA

Jotta voi olla fani, täytyy olla jokin fanituksen kohde. Haastatteluun osallistuneista suurin osa fanittaa koko lajin faniuden lisäksi joko yhtä pesäpallojoukkuetta, tai -seuraa, mutta haastateltavien joukossa on myös henkilöitä, jotka fanittavat lajia yleisellä tasolla, eikä heillä ole siinä mitään tiettyä kohdetta. Ottelutapahtumat ovat konkreettisin paikka, jossa pesäpallofani pääsee kohtaamaan fanituksensa kohteen. Tämän lisäksi heidän välistä fanisuhdettaan joko vahvistaa tai heikentää esimerkiksi sosiaalisen median välillä rakentunut yhteys, sekä se, kuinka paljon fani saa fanituksensa kohteesta tietoa ja toisaalta myös kokee tulevansa kuulluksi. Toisessa analyysiluvussa käsitelinkin alakysymyksistäni fanituksen kohteen merkitystä pesäpallon kannattajien fani-identiteetin rakentumiselle. Siihen liittyen alakysymyksistä käsitellyiksi tulevat myös sosiaalisen median merkitys sekä fani-identiteetin rakentumista haittaavat tekijät. Vertaan analyysissani saamiani tuloksia aiempaan tutkimukseen etenkin fanien ja fanituksen kohteen suhteeseen liittyen.

### 6.1 Keitä fanitetaan?

Jokainen 16:sta haastateltavasta mainitsi seuraavansa pääasiallisesti miesten pesäpalloa. Haastatteluaineiston perusteella vaikuttaisikin siltä, että fanin sukupuolesta riippumatta hän seuraa pääasiassa enemmän miesten pelejä, kuin naisten. On kuitenkin otettava huomioon, että haastateltavista vain 4 oli naisia, joten täysin yleistettävää johtopäätöstä asiasta ei voi tehdä. Suurin osa kertoi jonkin verran seuraavansa myös naisten pelejä, mutta kukaan ei seurannut naispesäpalloa enemmän kuin miesten pelejä. Haastatteluista ilmeni kolme pääsyytä asialle. Joidenkin mielestä miespesäpallo on tasoltaan ja laadultaan parempaa, kuin naispesäpallo.

*-- kyl minä naisten pelejäkin katon, ei siinä, se on vaan pikkasen, se on tosi hyvällä noususuunnalla, se peli kehittyy koko ajan, mutta se on pikkasen ehkä huonompitasosta, vaikka siinäkin kärkitason seurat on tosi kovia, niitten peljähän on tosi hyvä katsoa. Mutta siellä se kärjen ja sen pohjan ero on sen verran isompi ja ne heittelee niin paljon ne tasot nii, ei oo sen takia tavallaan, ku tietyn verran on tätä aikaa kummiskin, nii yleensä tulee keskityttyä siihen, missä on se kaikista kovin taso ja se nyt ainakin tällä hetkellä on vielä siinä miesten pesäpallossa. (M2)*



Toiset sen sijaan mainitsivat, että naisten pesäpalloa olisi mielenkiintoisempaa seurata kuin miesten, mutta tarjonnan takia tämä on hankalaa. Usea haastateltava mainitsi, että miespesäpalloa näytetään televisiossa enemmän ja lisäksi sitä markkinoidaan sosiaalisessa mediassa enemmän.

*-- miesten pelejä seuraan vähän enemmän ja se nyt osittain johtuu siitä, että niitä pelejä tulee enemmän tuolta [suoratoistopalvelusta], tai näitä suoria lähetyksiä, näitä selostettuja lähetyksiä tulee siellä enemmän, että kyllä se valittavasti näin on, että miesten pelejä tulee enemmän seurattua, vaikka monesti naisten pelit on kyllä paljon enemmän, mä oon tykännyt naispesäpallosta aina ja se on aina sellaista jotenkin, enemmän tapahtuu ja se on jännempää seurata naisten -- se ei oo niin, tällaista kaavoihin kangistunutta se peli välttämättä. Miehillä on tietyt perinteet ja rituaalit, mitä ne tekee esimerkiksi. Että sellanen monipuolisuus naisten peleissä näkyy enemmän ku miesten tai nii mä ainaki sen koen. (M5)*

*kyllä naisten pesistä on oikeestaan mukavampi kattoo, että se on enemmän semmonen, että tapahtuu. Se on aika kaavamaista tänä päivänä tuo huippupesis tuolla miesten peleissä. (M1)*

Kolmantena syynä miesten pesäpallon seuraamiselle naisten sijasta on se, että alun perin fani on alkanut seurata ja kannattaa miesjoukkuetta, eikä kyseisellä seuralla välttämättä ole ollenkaan naisjoukkuetta tänäkään päivänä. Tällöin kannatettava naisjoukkue pitäisi löytää toisesta seurasta tai eri paikkakunnalta, kuin missä itse asuu, tai minkä paikkakunnan joukkuetta kannattaa.

*No tota, kun ei oo tavallaan, [paikkakunnalta] kun olen kotosin, niin sieltä se on lähtenyt tää miesten pelin seuraaminen, niin kun ne on ollu aina täällä korkeella tasolla ja [paikkakunnalla] ei oo ollu sinänsä semmosia naisjoukkueita, eikä siinä mun lähipiirissäkään muutenkaan oo sitä ollut, nii tota, se on vaan jäänyt, että tavallaan, ku se ei oo ihan siinä lähellä sitten. (N7)*

Sosiaaliseen identiteettiin tyypillisesti kuuluu vertailu muiden ryhmien ja itsensä välillä ja tämän vertailun kautta itseään ja omaa sosiaalista identiteettiään määritellään. Myös haastateltavien puheista voi löytää vertailua, kun he kertovat pesäpallosta lajina. He vertaavat pesäpalloa usein esimerkiksi jalkapalloon tai jääkiekkoon, ja nostavat esiin sen, kuinka paljon monipuolisempaa ja mielenkiintoisempaa lajina he pesäpalloa pitävät verrattuna toisiin lajeihin.

*Minusta se on kiehtova laji silleen että, se ei ole niinku jalkapallo tai jääkiekko, että koko ajan ollaan menossa, vaan sehän on semmonen intervallimainen, että milloin syötetään ja mihin lyönti lähtee. Siinä on vähä semmonen shakkimainen elementti, mistä minä tykkään. (M6)*

*mää mielellään aina vertaan jalkapalloon, niin ku jalkapallossa pelataan 90 minuuttia ja tulee yks maali, pesäpallossa saattaa yks lyönti muuttaa, jos ollaan häviöllä vaikka kuin paljon. -- se on semmonen älypeli, että sitä voi pelata päällä; joskus tuntuu, että jalkapalloa pelataan enemmän pään ulkopuolella, ja pesäpalloa pään sisäpuolella, että tietenki nopeutta aina tarvitaan, mutta se on hirveän monipuolinen ja kaikkinsa, ulko- ja sisäpeli, se on hieno laji. (M1)*

Yhteisöllisyyden ollessa toinen pesäpallofanien mielestä pesäpallon parhaista puolista, on toinen olennainen osa nimenomaan hienot suoritukset ja lajin yllätyksellisyys. Nämä piirteet motivoivat faneja seuraamaan otteluita vuodesta toiseen.

*kunnarin lyöminen ajolähtöön, ei nekään ihan joka pelissä todennäköisesti onnistu, nii on se sen verran harvinaisempaakin, että kun siinä onnistuu, nii kyllä ne äijätkin tuulettaa kolmosella aika hyvin. (N14)*

*Semmoiset taidot, että tehdään jotain tosi huikeita juttuja siellä kentällä, että saadaan kiinni joku superlyönti syöksykopilla taaksepäin, ja että toiselta tippuu pallo räpylästä, mutta toinen syöksyy sen silti vielä kopiksi. Semmoiset hauskat onnistumiset ja taidokkaat jutut, että saa jostain syötöstä sen kopin, lukkari siitä ja saa poltettua vielä, vaikka toinen on puolessa matkassa. Tämöiset pikkujutut sykehdyttää tosi paljon tai jää mieleen. (N8)*

Haastatteluissa ilmenee myös fanien tarve ikään kuin puolustaa omaa fanittamaansa lajia ja pelaajia, nostamalla esiin sen, että he ovat aivan yhtä hyviä, ellei jopa taitavampia urheilijoita, kuin muiden lajien edustajat.

*ihailen sitä lajin monipuolisuutta ja niitä käsittämättömiä ominaisuuksia mitä se vaatii -- sillo muutama vuosi sitten pidettiin näitä tavallaan askelmittareita tai antureita, mistä on pystytty seuraamaan sitä pesäpalloilijoiden liikkumista ja aina ku joku sanoo, että pesäpallo ei oo urheilua, nii voi sanoa, että kyllä ne sen saman kymmenen kilsaa juoksee pelissä, mitä jalkapalloilijatki -- kuinka järkyttävän kovia urheilijoita pesäpalloilijat oikeesti on, että se on kans semmonen, mitä on tosi kiinnostavaa nostaa esille myöskin muille, että sillä tavalla se fanitus mulla näkyy, että jaksan kyllä aina sanoa, että pesäpallo on kova laji ja urheilijat on varmasti vähintään yhtä kovia kun mitä muitten lajien huippu-urheilijat. (M13)*

Haastateltavat olivat myös havainneet negatiivista kohtelua tai huomiotta jättämistä seuran tai seuran johdon suunnalta. Heistä tuntui, että usein esimerkiksi vapaaehtoisia työntekijöitä ei arvosteta tarpeeksi, mikä taas osaltaan voi johtaa siihen, että vapaaehtoisia saadaan otte-  
lutapahtumiin entistä vähemmän.

*semmosta alentuvaa käytöstä, tai sellasta, että talkoolaiset on siellä ja joku seuran puheenjohtaja ei tervehi niitä, nii sitte niitä talkoolaisia ei tulekaan, koska he kokevat, että eivät oo arvostettuja seurassa. (N8)*

Myöskään vuoden 1998 sopupelijupakka ei vaikuta unohtuneen niiltä faneilta, ketkä seurasivat pesäpalloa jo tuona aikana. Jotkut haastateltavista kertoivat jättäneensä koko lajin seuraamisen pitkäksi aikaa ja kokeneensa sopupelien tapahtumat jopa henkilökohtaisina loukkauksina. Siihen, minkälaiset seuraukset erilaisilla kohuilla on faniuteen, vaikuttaa skandaalin luonne. Laajoilla ja vakavilla skandaaleilla voi olla merkittävä vaikutus yleisiin käsityksiin lajista, sekä fanien käsityksiin lajista kokonaisuutena. Vaikka skandaalin olisi aiheuttanut vain muutama tekijä tai joukkue, voivat sen vaikutukset heijastua fanin tuntemuksiin koko lajista ja samalla fanituksensa kohteesta, kuten joukkueesta, ja koko fanisuhde voi heikentyä tai katketa. (Chien, Kelly & Weeks, 2016, s. 500.)

*kun tuli tää pesäpallon sopupelijupakka sillon siihen 90-luvun loppuun, niin mulla vähän romahti tämä homma, että mä olin todella, todella pettynyt siitä asiasta sillon, että se on hyvin vahva muisto, niiku tämmönen negatiivinen muisto siitä, että yök, että mä en halua. Että onks nää tyypit tällasia ja jotenkin mä sen koin aika henkilökohtasestikin -- nää tota, ketä siinä, niitä jupakan pääarkkitehteja siellä niin sanotusti oli, niin tavallaan nekin oli siis tuttuja pelaajia ja sellasia pelaajia vielä, ketä oli arvostanu erittäin paljon, niin sen takia se tuntu että ai tuoki tällasta tekee, että se oli ehkä just se, että tota nää oli kuitenkin tavallaan, vaikka ei henkilökohtaisesti nää ihmiset, pelaajat, tuttuja mutta, sillä tavalla tuttuja, että kun niitä oli seurannu pitkän aikaa ja semmonen arvostus heitä kohtaan oli suuri, nii se romahti. (N7)*

Kuitenkaan ne fanit, ketkä eivät seuranneet tai olleet edes syntyneet vielä sopupelien aikaan, eivät nostaneet koko tapahtumaa esiin haastatteluissa. Näyttäisikin siltä, että uudempiin faneihin nämä yli 20 vuoden takaiset tapahtumat eivät enää vaikuta. Lisäksi fanit, jotka olivat kokeneet kiinnostuksen menetyksen sopupelien takia, palasivat kuitenkin takaisin lajin pariin. Tämä voi kertoa siitä, että fani-identiteetti on muodostunut jo niin tärkeäksi osaksi ihmisen koko identiteettiä, ettei niin suuresta osasta itseä ole kovin helppoa luopua täysin, vaikka kokisikin tulleen loukatuksi. Tämän lisäksi faniuden tuoman sosiaalisen

identiteetin merkitys fanin identiteettiin on niin suuri, että faniuden hylkääminen lopullisesti tai fanituksen kohteen vaihtaminen ei ole kannattavaa (Chien ym., 2016, s. 492).

Myöskään kaikki sopupelien aikaan faneina olleet haastateltavat eivät kokeneet sopupelien vaikuttaneen heidän faniuteensa. Tämäkin voi kertoa sosiaalisen identiteetin isosta merkityksestä yksilön fani-identiteetille. Fanit voivat ikään kuin suojella fanituksen kohdettaan ja koko heidän faniuteensa liittyvää yhteisöään, sillä ryhmällä on niin suuri merkitys heidän elämäänsä ja identiteettiinsä, kohdistamalla pettymyksen vain kohun tiettyihin päätekijöihin, vaikka tekijöitä saattaisi olla todellisuudessa enemmänkin, eikä koko joukkueeseen tai lajiin. Tällöin heidän sosiaalinen identiteettinsä faniuden ympärillä ei vaarannu. (Chien ym., 2016, s. 499–500.) Tästäkin syystä on mahdollista, että skandaaleja kohtaavat pesäpallofanit eivät hylkää koko lajia lopullisesti, vaan kohdistavat pettymyksensä tiettyihin henkilöihin, ja jatkavat faniuttaan muutoin entiseen tapaansa.

Haastateltavista suurin osa kannatti sitä joukkuetta tai seuraa, joka on samalta paikkakunnalta, mistä fani itse on kotoisin. Asuinpaikka voikin määrätä jo alkujaan sen, syntykö fanisuhdetta ollenkaan, sillä kaikilla paikkakunnilla Suomessa ei pelata pesäpalloa lainkaan, tai se ei ole yhtä suosittua kuin toisilla paikkakunnilla.

*Joo, en tiää seuraisinko pesäpalloa, jos oisin muualla syntynyt, nii en osaa sanoa, että olisinko ollenkaan siinä niin mukana. (N8)*

Pesäpallofanin fanisuhteessa asuinpaikan muutos ei näytä vaikuttavan fanituksen kohteeseen siten, että kohde vaihtuisi paikkakunnan mukana. Tämä johtunee siitä, että useimmiten urheilufanin fanisuhde rakentuukin jo nuoruudessa niin vahvaksi, että sen sijaan, että hän paikkakunnan vaihtuessa vaihtaisi fanituksen kohdetta, muodostaa hän uusia tapoja, kuten sosiaalisen median kautta seuraamisen, pysyä mukana fanituksen kohteen toiminnassa (Collins, Heere, Shapiro, Ridinger & Wear, 2016, s. 667–668). Fanisuhde voikin sen sijaan vain vahvistua sen myötä, kun fani muuttaa toiselle paikkakunnalle. Tällöin omaa kannattamaansa joukkuetta tai seuraa voi katsella etäämpää eri näkökulmista ja huomata asioita, joita ei välttämättä asuessaan samalla paikkakunnalla ole havainnut.

*No ehkä siitä on vaa tullu, että katsoo vähä etäämpää, nii tajuaa, että miten järjettömän hienoa se meininki oikein on, että miten jos siellä olisi aina ollut,*

*nii ymmärtääkö ne paikalliset siellä, että miten valtavan hienoa työtä ne tekee. (M13)*

Oma fanisuus voi myös liittyä vahvasti asuinpaikkaan siinä määrin, että kun identifioi itsensä joksikin paikkakuntalaiseksi, on myös luonnollista jatkaa sen paikkakunnan pesäpalloseuran kannattamista, josta on itse kotoisin, vaikka olisikin muuttanut sieltä itse jo pois. Tällöin yksilö voi sosiaalisen identiteettinsä kautta sijoittaa itsensä vielä kotikaupunkinsa yhteisöön ja tämän sosiaalisen identiteetin myötä kannatus jatkuu. Lisäksi siihen, kuinka vahvana fanin fanisuhde pysyy hänen muutettuaan paikkakunnalta pois, voi vaikuttaa se, kuinka vahva hänen fanisuhteensa on, kuinka paljon hän samaistuu fanituksensa kohteeseen ja millä muilla keinoilla, kuten sosiaalisen median tai suoratoistopalveluiden kautta hän pääsee seuraamaan fanituksen kohteen toimintaa (Collins ym, 2016, s. 668).

*kyllä se varmaan on vahvistanu sitä, kun ei siellä paikan päällä enää asu nii. -- No ehkä varmaa just sen takia, että kun juuret on siellä, nii se on tavallaan semmosta kotiseutuidentiteettiä siinä samassa -- kyllä se on edelleen se kotikaupunki (M11)*

Tämän lisäksi sukulaissuhteet toisessa kaupungissa voivat rakentaa fani-identiteettiä tämän paikkakunnan joukkueeseen. Pesäpallofanisuus voi myös toimia yhdistävänä linkkinä tuollaiseen paikkakuntaan senkin jälkeen, kun siellä ei asu enää omia sukulaisiaan. Fanisuus voi antaa siis myös syvempiä merkityksiä omaan identiteettiin siten, että faniuden kautta tuntee yhä yhteyttä joihinkin paikkakuntiin, joihin siteet ovat jo muilla tavoin katkenneet.

*kun siellä on kaikki sukulaiset, joille voi mennä kylään, niin kuollut, niin vois ajatella, että kun se yhteys sinne on katkennut, semmoinen konkreettinen, ihmiset ja tämmöiset, niin se [pesäpallojoukkue] on tavallaan, tietyllä tavalla semmoinen, miten sen sanoisi, se linkki vielä sinne. (M6)*

Fanisuhteen syntyminen ei kuitenkaan aina vaadi sitä, että paikkakunnalla olisi pesäpallojoukkue, eikä fanisuhde välttämättä aina synny paikallisjoukkueeseen, vaikka sellainen olisi tarjolla. Voi olla, että toisaalla on paremmin menestyvä tai korkeammalla sarjatasolla pelaava joukkue, johon syvempi fanisuhde syntyy oman paikallisjoukkueen sijasta.

*Ehdottomasti [joukkue1], se on minun ykkösjoukkue ollut aina, lapsesta asti. Tuo niin sanottu satelliittiseura, elikkä tommoinen mikä on muualta, kun paikallinen, ehkä tuota termiä käytetään enemmänkin näissä isommissa urheilulajeissa, missä on ulkomailla joku suosikkiseura, mutta tässä tapauksessa se*

*on tuo [joukkue1], koska se pelasi pääsarjatasolla. Ja sitten mistä oon kotoisin, nii se [joukkue2] pelasi aikoinaan, kun olin nuori poika, nii se pelasi nii paljo huonommalla tasolla, että sen takia ei tullut oikeastaan sitä niinkään seurattua. (M2)*

Kuten aiemmin kuvattu, yksilöllä voi olla yhtä aikaa useampi identiteetti, joista hän pystyy tilanteen mukaan valikoimaan itselleen sopivimman (Villgren, 2007, s. 156). Fani-identiteetti on yksi tällaisista identiteeteistä, eikä se ole pesäpallofaniksi itsensä luokittelevan ihmisen elämässä läsnä välttämättä koko aikaa. Pesäpallidentiteetin esiin tuominen on voinut olla asia, jota ei välttämättä edes haluta näyttää kaikille. Tähän on liittynyt esimerkiksi yhdellä haastateltavalla häpeää siitä, ettei kannattanut nuoruudessaan asuinpaikkansa pesäpallojoukkuetta. Oma fanius voi tuntua niin henkilökohtaiselta asialta, että sen haluaa jakaa vain sellaisten ihmisten kanssa, jotka varmasti ymmärtävät. Tällaisia voivat olla perheenjäsenet tai toiset faniyhteisöön kuuluvat henkilöt.

*jossain koulussa vähä piilotteli sitä asiaa, se oli vaa kavereitten keskeinen juttu, että kavereitten ja perheen kesken sitä hehkutettiin, mut koulussa sitä ei hehkutettu. Se voi olla, että ku ei oo oman paikkakunnan joukkue, nii se on vähä semmonen, vähän noloki juttu, oli sillon siihen aikaan. -- se oli vähä semmonen hyshys-asia, että kaikki ei välttämättä ois ymmärtäny, jos ois ruvennu hehkuttamaan sitä. (N4)*

## 6.2 Pesäpallon luomat merkitykset elämään

Faniudessa vahvojen tunteiden kokeminen fanituksensa kohdetta kohtaan on tavallista. Fanit saattavat kuvailla fanituksen kohteen olevan ikään kuin osa heitä tai hyvin suuri osa heidän elämäänsä. (Pope, 2012, s. 184–187.) Myös pesäpallofanien fani-identiteetti vaikuttaa rakentuvan vahvojen emotionaalisten tuntemusten varaan ja pesäpallolla on suuri rooli heidän elämässään.

*kun sitä on niin pitkään seurannu ja siitä tietää niin pitkältä ajalta sitä historiaa, että sitä ei tavallaan pysty enää ottamaan minulta pois tai minusta ei pysty ottamaan pois, tai pesäpallo on kasvanu minuun. (N4)*

*jos tää pesäpallo multa nyt otettas pois, et jos jostakin syystä se vaan "humps" häviäis jonnekin, et sitä ei olis. No itseasiassa, hyvä oli tietysti toi viime kesä, ku tän koronatilanteen takia oli hyvin epävarmaa, että pystytäänkö koko sarjakautta pelaamaan ja sehän viivästykin sitten -- siinä tuli se*

*tunne toukokuussa, kun ei alkanu matsit, niin oli kyllä tosi tyhjä olo, ihan ku jotakin puuttuu, todella niinkun voimakkaasti koen sen kyllä. (N7)*

Fani-identiteetti ei ole yhtä kuin koko yksilön identiteetti, mutta sillä on suuri rooli sellaisen ihmisen elämässä, joka kokee faniuden olevan osa sitä. Mikäli fanitettava asia tai fanius otettaisiin häneltä pois, puuttuisi hänen elämästään ja koko identiteetistään palanen, eikä hän olisi enää sellainen yksilö, joka hän on, kun fani-identiteetti on osana häntä.

*Se on kyllä antanut itelle paljon uusia positiivisia kokemuksia, toki myöskin niitä pettymyksen hetkiäkin on tullut, mutta sanotaanko näin, että varsin klišeisesti vois sanoa, että ilman pesäpalloa [haastateltavan nimi] ei olisi tällainen, mikä se nyt olis välttämättä. -- kyllä se aika tärkeä osa on, että en osaa kyllä sanoa, kuinka tärkeä se on, mutta sanotaanko näin, että kyllä se haastava olis elää ilman sitä pesäpalloa, jos jostakin syystä se nyt loppuisi kokonaan. (M5)*

Menestys ei vaikuta olevan faneille kaikista tärkein syy seurata pesäpalloa. Sen sijaan menestys toimii mukavana lisänä ja jännityksen tuojana. Voiton hetket luovat faneille unohtumattomia muistoja ja elämyksiä, jotka he muistavat vielä vuosienkin jälkeen.

*No kyllähän se menestys on niinku tärkeätä ja sitten toisaalta taas, tossa vuosien varrella ku ei menestystä hirveesti tullu, nii tota siihenki tottui, mutta kyl se niinku ruokkii sitä fanittamista ja yleensä ne onnistumisen kokemukset on semmosii positiivisia juttuja. (M11)*

*No fanitus nyt ei muutu kyllä mihinkään, että jos se joukkue kyntää nii kyllä minä oon sen mukana, että lähinnä se ero tulee siinä, että siellä sitte ympärillä on enempi ihmisiä, jos se joukkue menestyy, mutta kyllä se joukkue on mulle ihan yhtä arvokas, menestyy tai ei. (M10)*

Kuten aiemmin on käynyt ilmi, erään tutkimuksen mukaan menestyksellä ei välttämättä ole merkitystä itse fanisuhteen syntymiseen, mutta se vaikuttaa siihen, jatkaako yksilö kohteen fanittamista myös tulevaisuudessa (Schrader, 1996, Wannin ym., 2001, s. 5 mukaan). Vaikuttaisi kuitenkin siltä, että pesäpallossa päinvastoin menestys voi toimia innoittajana lähteä seuraamaan jotain tiettyä joukkuetta, mutta se ei ole välttämättömyys fanittamisen jatkumiselle enää sen jälkeen, kun fanisuhde on jo syntynyt. Fani pohtikin, olisiko aloittanut fanittamista ilman, että hänen fanittamisensa kohde olisi menestynyt tuolloin. Kuitenkin itse fanina pysymiseen hän ei usko menestymisellä olevan merkitystä:

*(M6) Sitä oon miettinyt, että jos se [pesäpallojoukkue], se oli kuitenkin kärkihahinoissa sillo aikanaan, että jos se ois ollu häntäpäässä, nii oon miettinyt sitä, että oltaisko me alettu veljen kanssa fanittamaan.*

...

*(H) No kuinka tärkeää sulle on sitten juuri, että tää sun fanittamasi kohde menestyy, niin kuin sen sun fanittamisesi kannalta?*

*(M6) No ei se, jos [pesäpallojoukkue] ois häntäpäässä, niin, tuskinpa minä vaihtaisin, mihinkään muuhun seuraan sitä vaihtaisin.*

Toisaalta yllä olevaa aineistonäytettä tukevia tutkimustuloksia on löydetty aiemminkin. Mikäli fani on muodostanut vahvan kiintymyssuhteen fanittamisensa kohteeseen, on menestyminen tällöin toissijaisessa asemassa fanituksen jatkumiselle. (Dalakas, ym., 2004, Norrisin, Wannin & Zapalacin, 2015, s. 158 mukaan). Yksittäiset tappiot ynnä muut voivat tuntua siinä hetkessä pahalta, mutta ne eivät heikennä fanisuhdetta. Tappiot saattavat jopa vahvistaa ja saada vain seuraamaan lisää. Fanit kokevatkin voittoja merkityksellisemmiksi itse ottelutapahtumat, etenkin sellaiset, joissa on ollut kovat panokset, kuten finaaliottelut tai sarjojen nousukarsinnat. Otteluiden tuloksista riippumatta faneille jää tällaisista ottelutapahtumista merkittäviä omaa faniutta vahvistavia muistoja.

*[joukkue] pelasi ratkaisevassa kotiottelussa ja sehän sitten päättyi lopulta aika katkeralta tavalla tappioon, niin voin sanoa, että siinä hetkessä teki mieli vajota maan alle. Semmoinen unelma kaatui ja otti tosi kovasti sydämestä. Se ehkä on muisto, mikä ei ikinä lähde ja ehkä myös alan ajatella sitä nykyään jo positiivisenakin muistona. Koska tunteiden takiahan sitä tehdään, se oli kuitenkin, jos yrittäisi objektiivisesti ajatella, niin kuitenkin semmoisia hienoimpia urheiluhetkiä mitä on, että menee tiukaksi ja loppuun asti nuo pelit. Se ois ollu semmoinen hetki, mitä tavallaan pikkupojasta asti unelmoinut että käy, että ihan viime hetkille menee ja sitten saadaan se ratkaiseva juoksu, nii kyllähän semmoista positiivista jännitystä on vaikea saada muunlaisesta tilanteesta. (M10)*

Yleisesti fanituksen kohteen menestymisellä on kuitenkin havaittu olevan positiivisia vaikutuksia esimerkiksi fanien itsetuntoon (Knobloch-Westerwick, Abdallah & Billings, 2020 s. 257). Pesäpallofaneillakin peleissä menestyminen voi vaikuttaa heidän mielialaansa ja siihen, kuinka itsevarmaksi he itsensä kokevat.

*ylipäättään pelipäivinä on parempi fiilis ihan opiskeluhommissakin, että ajattelee, että nyt on kuitenkin kiva ilta taas tulossa -- ja sitten tietenkin, se tuntuu tosi hyvältä ne voitot ja sitten välillä taas tappiot tosi pahalta, että tuota, se on ehkä vaan osa minun identiteettiä, että jotenkin tuntuu itsestäkin vahvemmalta olo sen jälkeen, jos on oma joukkue voittanut. (M10)*



Fanittaminen ja pesäpallon seuraaminen luo pakopaikan arkeen. Se on fanin omaa aikaa, poissa työ- ja perheasioista. Pakomotiivi onkin yksi urheilufanien yleisistä syistä seurata ja fanittaa (Wann ym., 2001, s. 38–39). Ottelutapahtumiin osallistuminen auttaa fani unohtamaan esimerkiksi laskut ja kotiaskareet, sekä muut henkilökohtaisessa elämässä mahdollisesti ilmenevät huolet ja murheet.

*Se on aika semmonen, että tuota, sinne kun lähtee, on se sit kotitilanne min-käläinen tahansa, niiku työtehtävät kaatuu päälle tai laskunmaksu, keittiötyöt, tai kaikkee muuta tämmöstä, nii se on aikamoinen rentoutumiskeino, että, sinne ku menee ja istahtaa katsomoon, peli alkaa, niin siinä ei yksinkertaisesti pysty niitä omia asioita miettimään, mikä on ihan hyväki. Että pystyy ne aivot jättää narikkaan siinä, ku istuu sinne katsomoon, ja keskittyy peliin vaan, se on semmonen rentoutumiskeino, arjessa jaksamisen keskellä. (N14)*

Faniuden merkitys korostuu etenkin pelipäivinä tai niitä edeltävänä aikana. Fanit suunnittelevat aikataulujaan sen mukaan, että pääsevät katsomaan pelejä.

*Yritän kesälomia sovitella sillee, että näkis mahdollisimman monta peliä (M11)*

*vähän aikataulujakin jopa sen mukaan saatan miettiä, että ainiin se matsi alkaa sillon, ja täytyykin nyt sitten tehdä tää ja toi juttu, että pääsen sitten peliä kattomaan rauhassa (N7)*

*kyllä mä yritän omat menoni järjestää sillain, että pääsen joka kerta sinne, että kyllä voi sanoa, että 99 prosenttisesti oon aina paikan päällä. (M1)*

Pelipäivien merkitys näkyy myös ulkopuolisille ihmisille, etenkin perheen ja läheisten kesken:

*perhepiirissä vaimo ja nämä ja tämmöset, niin tietää, että kun tulee monikameralähetyksenä [joukkueen] peli, niin se on talossa tavallaan tärkein juttu sillä hetkellä. (M6)*

Ottelutapahtumiin osallistuminen tai niiden seuraaminen etäyhteyksin on siis merkityksellinen kokemus fanille ja hän yrittää mahdollistaa itselleen pääsyn seuraamaan mahdollisimman useaa peliä.

### 6.3 Sosiaalisen median avulla fanituksen kohde tutummaksi

Sen lisäksi, että sosiaalisen median kanavissa voi kommunikoida toisten fanien kanssa, mahdollistavat ne myös itse fanittamisen kohteen lähemmän seuraamisen pelikenttien ulkopuolella.

Sosiaalisen median kautta tutuiksi tulevat pelaajat ja joukkue myös lähentävät haastateltavien mukaan faneja ja heidän fanittamisensa kohdettaan. Haastateltavat kokevatkin, että mikäli esimerkiksi joukkueen pelaajista tuotetaan materiaalia, jossa heidän persoonansa tulevat paremmin esiin, vähenee myös eräänlainen me – he asetelma fanien ja pelaajien välillä. Sosiaalinen media onkin yksi keino, jolla urheilujoukkueet voivat vahvistaa kannattajiensa fani-identiteettiä ja sitoutumista joukkueisiin (Abeza ym., 2015, MacIntoshin, Abezan & Leen, 2017, s. 316 mukaan).

*Onhan se tärkeä, et kyl se tuo joukkuetta ja pelaajia sillä tavalla lähemmäksi, kun jos miettii, mitä oli vaikka 30 vuotta sitten, kun ei ollut tämmösiä kanavia, niin ne oli ehkä enemmän semmosia, tai sanotaanko näin, että silloin katsoi niitä pelaajia ylöspäin, toki silloin oli itsekin nuorempi ja ne oli semmoisia idoleita enemmän ja nyt ne on, vois sanoa, että vertaisia, tai siis tullu jotenkin, no, helpommaksi lähestyä ja nii eespäin. (M11)*

*-- että jos me saataisiin niitten kanavien kautta ne pelaajat meille tutuiksi, nii uskon, et ihmisten olisi myös pienempi kynnyks lähteä kommentoimaan niihin juttuihin, kun se ois niinku, että hei, tää on meidän joukkue... Nii pidän tärkeänä, että ne on ne väylät, mutta toivoisin, että niitten väylien kautta sitä joukkuetta tehtäisiin meille paljon enempi tutuksi. (N8)*

Haastateltavat kertovat, että mikäli esimerkiksi sosiaalisen median kanavista ei näe tai pääse kuulemaan fanittamistaan pelaajista tai joukkueesta, jää fanikokemus etäisemmäksi. Haastateltavat nostivat esiin myös toiveensa siitä, että faneja otettaisiin mukaan enemmän toimintaan. Usea haastateltava koki jäävänsä välillä ulkopuoliseksi, vaikka he ovat omien sanojensa mukaan osaltaan mahdollistamassa seurojen ja joukkueiden toimintaa. Faneille yhteenkuuluvuuden tunne on merkittävässä asemassa fanisuhteen ylläpidossa ja mikäli fanituksen kohde, kuten pesäpallojoukkue, saa luotua fanille sellaisen olon, että hän on osa joukkuetta, on fani sitoutuneempi joukkueeseen, eivätkä esimerkiksi joukkueen tappiot vaikuta negatiivisesti hänen fanittamisensa vahvuuteen (Mastromartino ym., 2019, s. 334). Fanien

huomioiminen myös seuran toiminnan suunnittelussa parantaisi aineiston perusteella fanein sitoutumista fanituksen kohteisiinsa.

*Siis niinku, vähän sellaista kaipaisi, että olisi osana sitä juttua, et me tehtäis sitä yhdessä, että koska me ollaan iso osa sitä, vaikka me ei pelata, vaikka mää en oo ikinä pelannut ja pelkään palloa, niin silti minä koen, että kuulun siihen juttuun, koska ilman myöski sitä, että minä ostan kausarin ja ostan niitä tuotteita ja ostan sitä, ja kaikki muutkin, ketkä siellä on, nii ei ne vois pelata. Niin tota, se vaikuttaisi kyllä, jos me päästäisiin lähemmäs niitä joukkueita. (N8)*

Vaikka sosiaalisen median merkitys ja laajuus on varmasti useimmilla pesäpalloseuroillakin tiedossa, on mahdollista, etteivät he silti tarkasti tiedä, minkälaista materiaalia heidän faninsa kaipaavat. Jotta sosiaalisen median käyttö olisi tehokasta ja fanien tarpeita tyydyttävää, voikin olla mahdollista, että urheiluseurat tarvitsisivat lisää tietoa heidän faneistaan, kuten siitä, mikä heitä motivoi fanittamaan ja mitä heidän fanikäyttäytymiseensä kuuluu (Vale & Fernandes, 2018, s. 38). Etenkin fanien huomioiminen silloin, kun aktiivinen pelikausi ei ole käynnissä, on tärkeää, sillä tällöin fanit eivät pääse vahvistamaan fani-identiteettiään esimerkiksi käymällä ottelutapahtumissa (Meng, Stavros & Westberg, 2015, s. 212). Päivittämällä sosiaalista mediaa ahkerasti myös talvisin, pystyvät pesäpalloseurat pitämään fanien kiinnostusta yllä ja mahdollisesti vaikuttamaan heidän halukkuuteensa osallistua ottelutapahtumiin myös seuraavalla kaudella. Tunnettavuus voi myös vaikuttaa siihen, mitä pelejä fani lähtee seuramaan paikan päälle, tai mitä hän haluaa katsoa suoratoistopalveluista.

*jos sen joukkueen ympärille saadaan rakennettua kiinnostava ilmiö niin, saatan tavallaan sen perusteella valitakki sen kesäisen ottelutapahtuman tai yleisesti niitä otteluita, mitä Ruudussa saatan seurata. (M12)*

*Koen myös sen, että koska se joukkue on tuntematon, meille ei oltu myyty niitä kavereita, ketä sinne on hankittu tai ketä ne on ne omat pojat niin sanotusti, nii ihmiset ei myöskään ehkä lähde siihen nii mukaan, että ketä me mennään kattoo, miks me mentäis kattoo jotain ihan tuntemattomia tyyppjä, koska siellä siihen liittyy myös vahvasti se maakuntaidentiteetti ja semmonen, nii koen, että sillä oli iso tekijä siihen, että ihmisiä ei ollut siellä katsomossa juuri ketään. (N8)*

Sen lisäksi, että fanit kokevat sosiaalisen median tärkeäksi apuvälineeksi fanituksen kohteensa tutummaksi tekemisessä, toimii sosiaalinen media myös kommunikoinnin välineenä fanien ja fanituksen kohteen välillä. Sosiaalisen media mahdollistaakin aivan eri tavalla fanien ja pesäpallojoukkueiden sekä -seurojen välisen vuorovaikutuksen. Ennen sosiaalisen

median alustoja kommunikaatio näiden kahden välillä tapahtui lähinnä ottelutapahtumissa, mutta nyt yhteyden pelaajiin ja muihin toimijoihin saa internetin välityksellä myös pelien ja pelikauden ulkopuolella. Sosiaalisen median avulla urheilutoimijat voivat tarjota faneille osallistavia kokemuksia julkaisujensa avulla, reaaliaikaisesti (Meng ym., 2015, s. 200).

(H) Kuinka tärkeäksi koet tän sun niinku fanisuhteesi kannalta sen, että pystyt kommunikoimaan näitten kanssa ja pääset sieltä somen kautta myös ihan seuraamaan, että mitä täällä pesäpallomaailmassa tapahtuu?

*(M15) Tosi tärkeenä.*

(H) Joo osaatko avata lisää vielä, että miks?

*(M15) Mun mielestä on kiva, se inhimillistää ja läheistää mun mielestä lajista kiinnostuneita, tasosta riippumatta, koska eihän se tarkoita, että joku superpe-sispelaaja ois kiinnostuneempi pesäpallosta tai ois yksinoikeutettu siihen kiinnostukseen, verrattuna johonkin, joka ei edes pelaa, vaan seuraa vaan ja musta on kivaa se, että somesta on tullu niin tärkeä avain tämmösissä fanijutuissa ja hirveen hyvin pelaajat ja seurat sitä, sen somen kautta kommunikoi tämmösten tavallistenki tallaaajien kanssa. Se tuo sitä lajia lähemmäs.*

Pesäpallojoukkueiden ja -seurojen omat sosiaalisen median kanavat näyttävät saavan oman roolinsa fanien keskuudessa myös tiedonvälityksen keinona. Näistä sosiaalisen median kanavista fanit lukevat joukkueiden kuulumisia ja tuoreimpia uutisia.

*On ehdottomasti tärkeä, että sieltä kuitenkin nimenomaan saa ne kaikki tiedot irti ja tuoreimmat kuulumiset, niin on ehdottomasti tärkeä juttu. (M10)*

Sosiaalinen media vaikuttaisikin korvaavan tänä päivänä perinteisen median, kuten sanomalehtien ja television, ennen tarjoamaa palvelua uutisten välittäjänä. Fanituksen kohteen kanssa kommunikoinnin ja kohteeseen tutustumisen lisäksi fanit lukevat sosiaalisen median kautta suurimman osan pesäpalloa koskevista uutisista. Varsinainen uutinen saattaa olla luettavissa esimerkiksi joukkueen internet-sivuilla, mutta tieto uutisesta saadaan sosiaalisen median välityksellä.

*-- yleensähan nämä on sillä tavalla, että se linkki ja vihjehän tulee sieltä sosiaalisesta mediasta, lukee jotakin juttua, esimerkiksi nettisivuilta tai muuta, niin tuota, että se vinkki tulee sieltä sosiaalisesta mediasta, ja sitten se tarkempi tieto luetaan sieltä nettisivulta. (M3)*

*Kyllä se käytännössä hyvin pitkälti tuo media on tuo sosiaalinen media. (M5)*

Toisaalta usea fani lukee ja katselee televisiosta yhä uutisjuttuja pesäpallosta, mutta niitä näkee nykyään harvemmin. Lisäksi pelituloksista kertovat uutisjutut eivät välttämättä tuo lisäarvoa itse fanikokemukseen, mikäli fani on ollut katsomassa peliä paikan päällä itse,

*Mutta mitä tässä paikallislehdessäkin, siinä on se ottelu, totta kai mää sen luen, mitä siinä on, kyllähän siellä ne tilastot on, ja kuka on juokсут lyönyt, mutta kun on ollut paikan päällä katsomassa, nii se tulee vaan luettua sillain. Uutisiahan ei missään tuolla hirveästi ole pesäpallosta, joskus on ollut vaan tulokset, että nämä jalkapallot ja moni muu urheilulaji ajaa aina Urheilurudussakin edelle, mutta eihän se haittaa tietenkään, jos niitä juttuja on, kyllä minä sen luen. (M1)*

Pesäpallofanin fanisuhde muodostuu usein jo lapsuudessa, jolloin on mahdollista, että hän tulee muuttaneeksi toiselle paikkakunnalle elämänsä aikana. Mikäli fanituksen kohde sijaitsee sillä paikkakunnalla, mistä hän on kotoisin, säilyy tämä fanisuhde yleensä, vaikka fani muuttaisi eri paikkakunnalle. Yleensä fanisuhde voi jopa vahvistua välimatkan kasvaessa. Tällaiselle ”etäfanille” sosiaalisen median kautta pidetty yhteys toisiin faneihin, sekä itse fanituksen kohteeseen, muodostuu fani-identiteetin ylläpitämisessä tärkeäksi. Mikäli fani ei saa fanituksen kohteestaan päivityksiä ja uutisia, sekä pääsee tutustumaan uusiin pelaajiin ja toimihenkilöihin, saattaa fanisuhde heikentyä. Myös niille faneille, jotka asuvat samalla paikkakunnalla, missä heidän fanituksen kohteensa pelaa, on yhteydenpito ja fanituksen kohteen uutisten kuuleminen olennaista. Mitä tutumpi fanituksen kohde on, sitä todennäköisemmin fani haluaa myös osallistua tämän otteluihin.

Haastateltavien vastauksista on tulkittavissa tietynlainen me-henki ja ylpeys lajia kohtaan. He kokevat, että rakentavat pesäpalloa lajina yhdessä muiden toimijoiden kanssa ja puolustavat myös lajin hienouksia epäilijöille. Pesäpallo-otteluissa nähdyt hienot suoritukset ja lajin yllättävät käännteet vahvistavat osaltaan fani-identiteettiä.

Fanit haluavat myös tulla kuulluiksi ja huomioituiksi fanituksen kohteen puolelta. Esimerkiksi talkoolaiset tekevät fanien mukaan tärkeää työtä pesäpallojoukkueiden eteen ja he ansaitsevat tulla arvostetuiksi. Fanit korostavat sitä, että he ovat yksi mahdollistaja koko lajin olemassaololle, sillä he maksavat otteluiden pääsylipuista ja muista tuotteista, eikä pelaajilla tai muilla toimihenkilöillä ole yksinoikeutta lajiin. Tällöin he voivat myös kokea, että mikäli heidän panostaan ei arvosteta, voi sillä olla negatiivisia vaikutuksia fani-identiteettiin.

## 7. MATKAT FANIUDEN VAHVISTAJANA

Pesäpallon takia tehtävät matkat ovat fanien keskuudessa yleisiä, sillä joukkueet pelaavat paljon pelejä vieraspaikkakunnilla. Koska fanit matkustavat paljon seuratakseen pelejä, on mahdollista, että myös matkoilla on merkitystä heidän faniuteensa. Viimeisessä tulosluvussa käsitellenkin etenkin alakysymystä ”Mikä on pesäpalloon liittyvien matkojen merkitys fani-identiteetin rakentumisessa?”. Lisäksi analysoin matkojen mahdollisia negatiivisia merkityksiä identiteetin rakentumiselle. Vertaan analyysissani saamiani tuloksia aikaisempaan tutkimukseen etenkin urheilu- ja fanimatkoilusta.

### 7.1 Pelimatkat faniyhteisöjen vahvistajana

Vieraspelimatkat saattavat herättää faneissa jopa voimakkaampia yhteenkuuluvuuden tunteita, kuin kotiottelut. Vieraalla paikkakunnalla oman faniryhmän merkitys korostuu ja siihen tukeudutaan vierasjoukkueen kannattajien enemmistön keskellä.

*-- istutaan yhdessä ja samassa hyvin tiiviinä ja se kokemus siinä, että me ollaan kuitenkin nyt se pieni porukka ja siinä on ympärillä kaikki muut, vieraspaikkakunnan, tai sen kotipaikkakunnan kannattajat, nii siinä tulee vielä vahvempia tavallaan, kun sitten siellä kotiottelua pelatessa, niin se on vielä vahvempi tavallaan ehkä se kokemus sitten kannustaa sitä omaa joukkuetta. (N4)*

Fanit kokevat usein erityisesti itse matkustamisen kohteeseen tärkeänä, sillä matkan aikana toisten fanien kanssa vietetty aika tuottaa positiivisia kokemuksia ja muistoja, jotka vahvistavat heidän jaettua sosiaalista identiteettiään. Usein itse matkustusaika onkin pidempi, kuin varsinaisessa urheilutapahtumassa vietetty aika, joten monet fanittamiseen liittyvät rituaalit tapahtuvatkin bussimatalla. Itse matkustusvälineellä onkin myös merkitystä faneille, sillä vaikka faniryhmät voisivat päästä kohteeseensa nopeammin käyttämällä joitain toisia kulkuvälineitä, usein he valitsevat juuri bussin, jotta voivat viettää matkalla aikaa ihmisten kanssa, jotka jakavat heidän kanssaan saman fanittamisen kohteen. (Fairley, 2009, s. 217–219.)

*-- siinä bussissa mennään ja siinä sitten tulee sitä henkeä jo päälle ja aletaan päästä lähemmäs sitä pelipaikkakuntaa, niin aletaan laittaa fanivehkeitä päälle ja vähä huudetaan ja nostatetaan henkeä ja, se on kivaa. Ne on parhaita reissuja, mitä ihminen vaan voi tehdä. (N4)*

*Se on yks osa sitä tapahtumaa vielä, se matka. -- ollaanhan siinä saman äärellä kaikki. (N8)*

Fanimatkat tarjoavat mahdollisuuden vahvistaa ryhmän jäsenten sosiaalista identiteettiä. Pelin päätyttyä kotimatalla on mahdollista puida toisten fanien kanssa pelin tapahtumia ja näin ollen samalla myös rakentaa yhteistä todellisuutta ottelutapahtuman kulusta. Samassa faniporukassa liikkeessä voi myös osoittaa toisille ihmisille mihin ryhmään fanit itse kuuluvat.

*No siinä on justinsa se porukafilis ja siinä tutustuu ihmisiin. En välttämättä ois tuolla ihan pelkäämään katsomossa tutustunu, mutta siellä katsojien fanireissuilla, nii siellä sitten on tutustunu ihmisiin. Että kyllä se on se, että saadaan se henki luotua siinä ja saadaan sitä peliä puitua sitten kotimatalla porukassa. Ja pysähdytään jossain huoltoasemalla ja siellä sitte kaikki varmasti tietää, että mistä tullaan ja ketä ollaan ja kuka voitti, et tuota, se on se, tunnelma. (N4)*

*Me puhuttiin koko matka, että oltais laitettu eri järjestykseen nuita pelaajia ja otettu eri pelaajia sinne paikalle. (N14)*

Fanit toivoisivat järjestettyjä matkoja olevan enemmän. Monilla paikkakunnilla ei ole ollut tällaisia mahdollisuuksia, joten fanit eivät siksi ole päässeet lähtemään, vaikka haluaisivatkin.

(H) Osaatko sanoa, että minkä takia et oo tämmöselle järjestetylle osallistunu?  
(M16) *Ei itseasiassa juurikaan oo ollu semmosia fanibussimatkoja.*

(H) Jos semmosia järjestettäisiin, niin voisitko haluta osallistua?

(M16) *Kyllä ilman muuta. Siinä tulee taas nimenomaan sitä yhteisöllisyyttä ja rentoutta siihen matkaan, että kun isommalla porukalla lähetään, nii erittäin mielellään osallistuu.*

(H) Toivoisitko, että semmoisia mahdollisuuksia olisi enemmän?

(M16) *Kyllä, ehdottomasti.*

Myös matkaseuralla on vaikutusta siihen, kuinka merkitykselliseksi pesäpallon parissa tehty matka koetaan. Sen sijaan, että matkaseurana olisivat fanit, jotka yksilö tuntee vain pesäpallon parista, voi hyvän ystävän kanssa tehty matka tuntua entistä merkityksellisemmältä ja mukavammalta.

*(N8) -- esimerkiksi, mun parhaan ystävän kans, nii mehä tehdään hänen kanssaan vuosittainen ulkopaikkakuntamatka aina pesikseen, et jonnekki*

*otteluun aina mennään kattoo, niin niillä on vielä itseasiassa isompi merkitys, kun sillä fanimatkabussilla, niillä meidän yhteisillä pesisreissuilla.*

(H) Minkä takia niillä on niin iso merkitys?

*(N8) Jaa, no en tiää. Kai se traditio ja yhdessä tekeminen, sen saman asian ympärillä, joku semmoinen oma aika meille, että sitä ei häiritse lapset eikä miehet, eikä mitkää, ehkä semmoinen.*

Kaikki eivät myöskään koe faniryhmän kanssa matkustamista omakseen. Tähän voi vaikuttaa se, ettei tunne yhteisön jäseniä niin hyvin, joten matkustaa vierasotteluihin mieluummin omien läheistensä kanssa.

*No en minä sitä koe oikein omakseni, sitä porukassa liikkumista. Sitten, jos se ois semmoinen tuttu porukka, nii se on eri asia, mutta koska se faniporukka, nii jotenkin se on, tai en tunne heitä henkilökohtaisesti, niin sen takia se on jäänyt sitten väliin. Aina ollaan, oman perheen kanssa oon yleensä reissanut. (M9)*

## 7.2 Matkailu avartaa

Myös matkat luovat usealle fanille merkityksiä. Pesäpallon parissa tehdyt reissut saattavat olla fanille kesän kohokohta.

(H) No jos mietit ihan näitä kaikkia matkoja, mitkä liittyy pesäpalloon, niin minkälainen merkitys niillä on ollut tähän sun omaan fanikokemukseen?

*(N7) No, hyvin paljon vahvistava ja hyvin voimakkaita, positiivisia tuntemuksia niistä pelkästään eli, ehdottomasti ne on sellasia yhdenlaisia kesän huippuhetkiä, vois jopa sanoa.*

(H) Osaatko avata lisää, että miksi?

*(N7) No siihen liittyy hyvin voimakas, ehkä selittämätön onnellisuuden tunne siitä, että pystyy yhdistämään, että on ensinnäkin lomalla ja on vapaa-aikaa ja on ehkä hyvä kaveri siinä ja pystyy vähän lomailee, käymään hotellissa ja syödään hyvin ja sitten vielä pelejä käydä katsomassa ja olla toisella paikkakunnalla, ylipäänsä että siinä tietysti loman ja rakastaman asian yhdistäminen, nii tulee niin onnellisia ajatuksia semmosesta matkasta ja asiasta.*

He voivat myös yhdistää matkoihinsa muuta matkailua, kuten nähtävyyksien katselua.

Yksi tyypillinen syy, miksi ihmiset matkustavat, on halu kokea uutta ja myös pesäpallofanit haluavat tutustua erilaisiin paikkoihin ollessaan vieraspelimatkoillaan.

*No kyllä ne yleensä, matkailuautolla liikkuesssa, nii niveltää silleen, siinä pyrkii kattelemaan kohteita siinä, tai ihan tämmösiä retkeilykohteita, siitä*



*lähimaastosta, semmosia tai sitten vastaavia, että tuota, muutaki siihen reisuun tulee yleensä liitettyä. (M3)*

(H) Ootko matkustanut vieraspaikkakunnalle ottelutapahtuman takia, mutta sitte lisäksi jäänyt matkailemaan sinne kohteeseen pidemmäksi aikaa ja yöpynyt siellä?

*(N7) Joo olen, tai sanotaan niin, että oon tehnyt tällasia matkoja, itse tai ystävän kanssa, niin sanottuja pesisreissuja, -- nii ollaan tehty semmonen, että ollaan yövytty kaksi tai jopa kolmekin yötä jossaki siellä alueella ja käyty nää pelit kattomassa, mutta sen lisäksi yhdistetty siihen jotakin muuta, että mitä nyt sitten ollaankin keksitty.*

Eräs fani kertoo jopa löytäneensä pesäpallon kautta erään suomalaisen matkailualueen, jossa hän vierailee nykyään myös silloin, kun siellä ei ole pesäpalloa tarjolla. Pesäpallon avulla on siis myös mahdollista löytää uusia matkailukohteita myös Suomesta.

*Oikeestaan tuo pesäpallo on heijastunu sen verran, että sen takia tykästyin erääseen seutuun, että käyn nyt talvellakin jonkun verran sillä alueella, et se on niinku, niin vahva ollu se homma. Että kun löytäny sen [pesäpalloseuran] kautta sen seudun ja sen seudun kylämeiningin, niin sitten on taas siihen ihastunut sen verran paljon, et sen takia käyny nyt siellä, oisinko jonain viitenä, kuutena talvena. (M2)*

Haastatteluissa kävi ilmi, että usein matkustaessaan pesäpallo-otteluihin vieraspaikkakunnalle, on itse ottelu pääasiassa. Matkan tekemisestä ainoastaan pelin takia kertoo myös se, että haastateltavat kertoivat tekevänsä otteluihin usein vain päiväreissuja, eivätkä he yövy kohteessa. Urheilufaneille onkin tyypillistä matkustaa kohteeseen ainoastaan urheilutapahtuman takia, eivätkä he siksikään välttämättä kiertele alueen muissa paikoissa, lukuun ottamatta ravitsemisliikkeitä (Gibson, Willming & Holdnak, 2003, s. 187).

*Kyllä toki muutenki tulee matkailtua ja tulee kierrettyä paikkakuntia, mutta kyllä se, ite ottelutapahtumat on siinä ytimessä ja se tärkein. (M16)*

(H) Kun oot matkustanu sinne, niin ootko lisäksi jääny matkailemaan sinne kohteeseen pidemmäksi aikaa ja yöpynyt?

*(M12) No harvemmin, yleensä ne on kyllä sellaisia päiväreissuja.*

*Kyllä ne on nimenomaan sitä pesistä varten tullu noi reissut tehtyä. (M15)*

Yksilöiden motivaatioista matkustamiselle on mahdollista löytää monia syitä, eikä matkustuspäätöstä aina tehdä vain yhden asian perusteella. Motiivit voidaan jakaa pääasiallisiin ja

toissijaisiin kategorioihin ja motiiveja voivat olla esimerkiksi pako arjesta, uuden kokemuksen tai erilaiset sosiaaliset syyt. (Robinson & Gammon, 2007, s. 223–224.) Kuitenkin usea fani kertoo myös, että saattavat myös etukäteen suunnitella matkansa niin, että yhdistävät siihen pesäpalloa, vaikkei otteluun meneminen olisi matkan ensisijaisena syynä.

*-- että on ollu lomareissulla ja on hyvissä ajoin kattonu, että hei tuolla on tuona päivänä peli, että vois sen käyä sillon reissussa kattomassa. (M16)*

Mikäli fanit kokevat, ettei alueella ole paljoa muuta nähtävää, voi se olla syynä, etteivät he sitten käy muualla ottelutapahtumien lisäksi. Tällöin heidän pääasiallinen matkailumotiivinsa on pesäpallo-ottelut, eikä motivaatio matkustaa kumpua esimerkiksi halusta kokea tai nähdä uusia paikkoja.

*-- mut sitte, no joku [eräs suomalainen paikkakunta], siellä nyt ei hirveesti mitää kateltavaa oo. (M11)*

*-- nämä muut missä mä oon käyny, nii ei niissä kyllä oikein mitään semmosta oo, mitä jäis kattelemaan. (M10)*

Vastauksista ei käy ilmi, tiesivätkö fanit varmuudella, ettei kohteissa olisi mitään nähtävää, vai eikö heillä ollut tietoa alueiden nähtävyyksistä. Lisäksi eräs haastateltava, joka matkusti usein kesäisin junioreiden pesäpalloleireille, koki, ettei museoissa kiertely ollut hänen juttunsa, eikä hän tämän takia useinkaan käy pesäpalloleireillä ollessaan alueen muissa paikoissa.

*-- mut ei muuten, ei oo tullu katottua missään, en oo mikään museotyyppe, nii ei oo tullu etitty mitään museoita, että kiertäis niitä. (N14)*

Museoissa vierailu on yksi matkailun muoto, mutta matkailla voi toki muutenkin. Kommentti voi kertoa siitä, ettei haastateltavalla ole ollut tietoa alueen matkailukohteista, joissa hän voisi vierailla. Mikäli pesäpallofanit saisivat enemmän tietoa siitä, mitä kaikkea eri paikkakunnilla voi tehdä pesäpallo-otteluihin menemisen lisäksi, on mahdollista, että he myös kävisivät vierailemassa tällaisissa paikoissa enemmän. Yleensä mikäli matkailijoilla on etukäteen tietoa matkakohteen olevan tunnettu matkailualue, he myös viettävät kohteessa enemmän aikaa, jotta pääsevät tutustumaan kaikkiin nähtävyyksiin (Bavik, Korreia & Kozak, 2021, s. 198). Mikäli pesäpallofanit siis tietäisivät matkakohteistaan etukäteen

enemmän, on mahdollista, että he myös viettäisivät kohteessa enemmän aikaa, jopa öitä, sen sijaan, että he tekisivät vain päiväreissuja ottelutapahtumaan ja takaisin.

Pesäpallon tärkeydestä elämässä kertoo myös se, että usea fani kertoo olevansa niin perillä kaikista otteluista, mitä pesäpallossa pelataan, että peliin sattumalta päätyminen olisi lähes mahdotonta.

*Ei semmosta mahdollisuutta oo, koska mä oon niin kartalla koko ajan, missä on mulle mielenkiintoista pesäpalloa, niin sitten mä oon kyllä tahalteen paikalla. (M15)*

*No sellasta nyt ei voi käydä, koska mä nii paljon tiedän, että jos jotaki on josakin, pesäpalloon liittyvää, niin mä ihan varmasti sen tiedän. Että se, että vahingossa tulisi jotakin esille, niin ei oo mahdollista, että siinä on joko tai, että joko mä lähden johonki reissuun ihan ilman pesäpallasioita, liittyen, ja se on oma juttunsa, taikka sitten mä lähden reissuun nimenomaan pesäpallon takia. (N7)*

Fanius on muodostunut pesäpallofanien elämässä niin suureksi asiaksi, että samalla pesäpallo tulee ohjanneeksi myös varsinaisia matkakohdevalintoja. Matkapäätös voi tulla tehdyksi sen takia, että kohteessa on tarjolla pesäpallo-ottelu.

(H) Ootko ikinä osallistunut erillisellä lomamatkalla pesäpallo-otteluun siellä sun lomakohteessa niin, että se pesäpallo ei oo ollu sen lomasi ensisijainen syy?

(M9) *Kyllä joskus.*

(H) Joo, että niin on käynyt, että oot huomannu, että siellä onki pesäpalloa ja menny kattomaan?

(M9) *Nii, no ei silleen yllättäen, kyllä minä sen oon tienny, että siellä on peli, että kyllä se nyt osittain vaikuttaa siihen liikkumiseen, että siellä on se peli.*

Fanien vahvasta motivaatiosta seurata fanittamaansa joukkuetta kertoo se, pyrkivät myös osallistumaan tämän vierasotteluihin. Tällöin he tulevat samalla matkustaneeksi ympäri Suomea eri paikkakunnille, jolloin he voisivat olla myös potentiaalisia turisteja alueen muissa kohteissa. Sosiaalisesti, kulttuurisesti ja taloudellisesti vastuullisen matkailun mukaisesti (Veijola, Ilola & Edelheim, 2013, s. 22–23) tekemällä yhteistyötä paikallisten urheiluseurojen, majoitus- ja kuljetuspalveluiden sekä muiden matkailupalveluiden tuottajien kanssa, kannattaisi alueiden vetovoimaa kehittää siten, että jokainen taho hyötyisi siitä ja tulot jäisivät alueelle (Mohan, 2009, s.168).

*-- mulla on tarkoitus, oli jo viime kesänäkin, että kierrän lähes kaikki [joukkueen] vierasottelut, elikkä oon matkailuautolla tietysti tien päällä sitten aika paljon sen perusteella. (M3)*

Itä-Länsi-tapahtuma on pesäpallon parissa vuosittain järjestettävä arvo-ottelutapahtuma, johon valitaan pelaamaan parhaat pelaajat Superpesiksen joukkueista. Itä-Länsi-tapahtuma jakaa fanien keskuudessa mielipiteitä.

*No itse koen, että se pesäpallon toi pääsarja, se kyllä ihan riittää, en hirveesti nää ehkä enää merkitystä sille itä-länsi-tapahtumalle. Onhan se kiva, että on, vuoden kuumimmat pelaajat, pelaa keskenään, mutta nämä pelit, itä-länsi-pelit, vaikka siellä tavallaan tosissaan pelataan, niin ne on merkityksetömiä pelejä, niin ehkä siitä puuttuu se viimeinen lataus kuitenkin. (M12)*

*Se on vähän väkisin tehty ja eihän siinä oo panoksia sillä tavalla, että se on vähän semmonen näytösjuuttu. Sitä seuraan ihan mielelläni kyllä, jos se telkkarista tulee niin, toki sen katon, mutta se on vähän laimee mulle asiana, että siinä pitäs muuttua jotenki, että siinä ois joku pointti, et nyt se on vaa sellasta, että sinne kootaan ne pelaajat ja ne nyt vähän pelailee siellä, kun nyt tässä pelaillaan. Se itse peli on mun mielestä semmonen, että se ei oo niin kiinnostava sinänsä sitte. (N7)*

Osa ei mieluusti matkustaisi tapahtumaa varten, mutta voisi osallistua omalla paikkakunnallaan tai lähiseudulla. Tällaiset fanit eivät välttämättä koe Itä-Länttä tarpeeksi merkitykselliseksi tapahtumaksi heille, jotta he jaksaisivat lähteä matkustamaan pitemmän matkan päähän.

*-- jos tänne lähelleki tulis joku itä-länsi-tapahtuma, nii kyllä varmaan lähtisin, joo. (M5)*

*-- aina haaveissa on, mutta tulee kaikenlaista mutkaa, että ne on mukavia tapahtumia ja nii, en tiiä millon seuraavan kerran on, mutta kyllä jos tässä lähellä, en tiiä johonki [pitkän välimatkan päähän], nii kannattaako täältä lähteä, mutta eihän sitä koskaan tiiä. (M1)*

Osan mielestä tapahtuma taas on mielenkiintoinen ja merkityksellinen heidän faniudelleen, ja he ovat saaneet Itä-Länsistä tärkeitä muistoja vuosien aikana, sekä haluavat tulevaisuudessa osallistua tapahtumaan. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että pesäpallofanien identiteetit eivät rakennu kaikki tismalleen samojen pilareiden varaan, vaan fanit voivat kokea toisenlaiset asiat itselleen merkityksellisimmiksi, kuin toiset.

*Siellä oli nii hieno tunnelma ja peli oli hienoa, kun pääsi ekan kerran katto-  
maan niinku missä parhaat pelaajat ja sitten kun se Itä-Länsi-tapahtuma on  
kumminkin vähän semmoinen, se ei oo semmonen show, mitä se on tuolla  
Jenkeissä, jossa on jotaki allstars-tapahtumia, nii nehän on yleensä, että pe-  
lataan, ettei kukaan loukkaannu, mutta nämähän on ihan kunnon pelejä. Niin  
siinä oli se kilpailu ja intensiivisyys aika kova ja se on ollut ehkä semmoinen,  
että siitä vaan innostu enemmän ja enemmän sitten seuraamaan pelejä. (M2)*

*Joo, jokaiseen itä-länteen koitan nyt osallistua kyllä. (M15)*

### 7.3 Pesäpallomatkoilta ideoita tapahtumakehitykseen

Jotkin fanit tuovat esiin, ettei matkustelu itsessään ole heille oman fanittamisensa kannalta niin merkityksellistä. Kuitenkin vieraspaikkakunnilla voi tutustua toisten pesäpalloseurojen toimintaan ja saada sieltä ideoita, kuinka oman fanittamansa pesäpalloseuran toimintaa voisi mahdollisesti kehittää. Tällöin fanilla on halu olla mukana vaikuttamassa siihen, kuinka hänen omaan fanikokemukseensa voitaisiin vaikuttaa. Osaltaan vaikutusmahdollisuudet voisivat lisätä yhteenkuuluvuuden tunnetta fanituksen kohteen kanssa, joka taas vahvistaa fanikokemusta ja sitoutumista fanituksen kohteeseen (Mastromartino ym., 2019, s. 334).

(H) Jos mietit näitä kaikkia matkoja mitkä sulla liittyy fanina tähän pesäpalloon, niin minkälainen merkitys niillä on ollu siihen sun omaan fanikokemukseen ja minkä takia?

*(M16) No, ei niillä oikeestaan oo ollu merkitystä, että tietenki parilla paikkakunnalla Suomessa järjestetään ottelutapahtumat paljon paremmin, ku muilla paikkakunnilla, niihin panostetaan ihan eri tavalla, että niillä semmonen merkitys on, että tuo niitä ideoita omalle paikkakunnalle ja haluaa, haluaisi olla osaltaan mukana kehittämässä niitä oman paikkakunnanki ottelutapahtumia sitte, että katottais mallia sieltä muualta, mutta ei niinkään siihen fanitukseen, ei oo ollu merkitystä.*

(H) Joo, onko sulle ollu tärkeää, että pääset matkustamaan vaikka näihin vieraspeleihin?

*(M16) Kyllä se sillain on tärkeetä, että näkee muitaki paikkakuntia ja tuota ottelutapahtumia, että kyllä niillä sillain on merkitystä.*

Vierasmatkoilla voi myös tutustua uusiin paikkoihin ja fanikulttuureihin. Näitä kokemuksia voi sitten verrata esimerkiksi oman kotijoukkueen ottelutapahtumiin. Tällaista matkailun muotoa, jossa matkan syy kohdistuu johonkin tiettyyn asiaan, kuten kohteen puitteisiin tai tapahtumaan, voidaan kutsua ”special interest”-matkailuksi (Hall & Weiler, 1992,

Pulido-Fernándezin, Casado-Montillan & Carrillo-Hidalgon, 2019, s. 2 mukaan). Pesäpallofanit matkustavat siis vieraspaikkakunnille itse ottelun takia, mutta myös tutustuakseen kohteen puitteisiin ja siihen, kuinka ne eroavat esimerkiksi oman kotiseudun pesäpallotapahtumien järjestelyistä.

*-- mä tykkään haistella erilaisten fanikulttuurien ja paikkojen sitä tekemistä ja sitä ottelutapahtuman järjestämistä ja oheistoimintaa ja kioskipalveluja tai niiden sijoittumista. Esimerkiksi [eräällä pesäpalloseuralla] mä tiesin, että niillä on anniskelukatsomo, mistä pystyy seuraamaan peliä kunnolla hyviltä paikoilta, ku yleensä se on jossain peränurkassa, jollain jatkeella, mistä ei kunnolla nää peliä. Mulle kuitenkin tärkeintä on se pelin seuraaminen, nii senkin takia se virvoitusosasto monesti on jäänyt vähemmälle, mut siellä mä tiesin, että sieltä näkee hyvin, missä on anniskelu. Tämmösiin erikoisuuksiin, nii on kiva päästä tutustumaan muualla. (M15)*

*sen lisäksi, että on siellä ulkopaikkakunnalla ja matkustaa, nii mää myös tarkkailen sitä fanikulttuuria siellä toisella paikkakunnalla, tai sitten, fasilitteetteja tai minkälaisissa oloissa ihmiset pelaa ja on katsomot ja kaikki tämmöset, nii sitte tulee vähä seurattua sitä ja mistä jää hyviä kokemuksia (N8)*

Eräänlainen festivaalitunnelma on tärkeää urheilutapahtumissa, sillä se on jotain, jonka voi aistia ainoastaan paikan päällä ollessa (Kim & Chalip, 2004, s. 697). Tällaisen tunnelman luominen olisi myös pesäpallofanien näkemyksen mukaan toivottavaa tapahtumissa sen sijaan, että ainoa syy osallistua otteluun olisi itse peli.

*ehkä se täytyy sanoa, että mitä Suomesta kyllä puuttuu, nii me käytii joku kerta tuolla, kattomassa tuolla [Euroopassa] jalkapalloa ja, nii onha se iha käsittämättömän upeaa ja tavallaan, tämmöselle urheilufanille, nii, kyllä hienoin muisto, mitä varmaan ulkomailta ikinä on, urheilun seuraamisesta. -- muistan ku avasin sunnuntaiaamuna hotellin ikkunan, nii siellä oli mummoilla kaulahuivit ja lastenvaunuista roikku kaulahuiveja ja se ottelutapahtuma oli semmonen urheilukarnevaali, ja se tavallaan yhteinen lystinpito, että en tiiä miten semmosta voitaa saada Suomeen tai pesäpalloonki lisää -- semmosta ois niiku mahtava päästä kokemaan enemmän, että kyllähän [pesäpallopaikkakunnalla] kuitenkin niin on, että auto pannaan parkkiin ja kävelään kentälle ja ostetaan lippu ja se tapahtuma on siellä, mutta sitten tosiaan tuolla isommissa tapahtumissa, nii sehä on siellä kentän ulkopuolella se, semmonen elämä jo alkaa. (M13)*

Fanit tuovat esiin myös ajatuksensa siitä, että pesäpallotapahtumia tulisi kehittää lisää sellaiseen suuntaan, että siellä otettaisiin huomioon esimerkiksi erilaiset perhetilanteet. Tapahtumissa toivottaisiin olevan entistä enemmän monenlaista tekemistä ottelutapahtuman

ohessa, jolloin tapahtumilla olisi mahdollista luoda elämyksellisiä kokemuksia osallistujille.

*niitä pitäis vaan rohkeammin kehittää, niin saatais uusia katsojia, kenestä vois vuosien saatossa tulla uusia aktiivisia faneja, että rohkeutta seuralta toivoisin niihin ottelutapahtumien järjestämiseen, kehittämiseen -- että muutenkin, kun pelkästään se peli siihen, että joillakin paikkakunnilla järjestetään erilaisia kilpailuja jaksojen tauolla, niin ne mun mielestä tuo elämystä siihen ja sitten, että lapsiperheiden lapset otettaisiin huomioon, että moni jättää tulematta, jos ne lapset ei siellä katsomossa viihdy eikä jaksa istuskella, nii ois jonkinlaista leikkimurkkausta lapsille -- jos sinne halutaan uusia ihmisiä, uusia perheitä katsomoon, nii pitää ottaa ne lapsetkin huomioon eri tavalla. (M16)*

Nykypäivänä urheilutapahtumien avulla onkin mahdollista saada alueille enemmän ja enemmän kävijöitä, mikäli tapahtumat ovat houkuttelevia ja sisältävät muutakin oheistoimintaa itse urheilun lisäksi (Green, 2001, s. 1–2). Mikäli Itä-Länsi-tapahtumaan ja muihinkin pesäpallon ottelutapahtumiin saataisiin suunniteltua muuta oheistoimintaa, se voisi houkutella lisää myös sellaisia kävijöitä, jotka eivät ole ennestään suuria pesäpallofaneja.

Kuten muutakin urheilua, myös pesäpalloa voi nykyään katsoa maksullisten suoratoistopalveluiden kautta. Niiden yleistymisen myötä faneilla onkin mahdollista katsoa suosikkijoukkueensa otteluita, vaikkeivat he itse välttämättä pääsisi peliin paikan päällä. Suoratoistopalvelut mahdollistavat myös uusien katsojien kiinnostumisen lajista, kun otteluita pääsee katsomaan matalalla kynnyksellä kotoa käsin, eikä tarvitse erikseen lähteä ottelutapahtumiin. Mikäli oma kannattamansa joukkue on eri paikkakunnalta, kuin missä itse asuu, tai mikäli omalla asuinseudulla ei ylipäätänsä pelata paljoa pesäpalloa, mahdollistavat suoratoistopalvelut osaltaan faniuden ylläpitämistä.

*tää tarjonta lisääntynyt niin paljon, että kun on toi Ruutu, niin pystyy niitä näkemään, että aikaisemmin piti mennä paikan päälle, että voi kattoo pesistä, nyt ei tarvi välttämättä mennä paikan päälle vaan, se on tullu ikään kun lähemmäs näitten somen ja telkkarin kautta. (N7)*

*Vierasotteluita, kun en itse pääse paikan päälle, nii katon sitten Ruutu plus-sasta aina. (M3)*

Koska suoratoistopalvelut mahdollistavat otteluiden seuraamisen, milloin ja missä vain, voi fani esimerkiksi huonon sään takia päättääkin jäävänsä katsomaan ottelua kotiin sen sijasta, että hän menisi peliin. Sen lisäksi kynnys lähteä ajamaan pitkiäkin matkoja

vierasotteluihin voi kasvaa. Mikäli ottelutapahtumat eivät tarjoa paikan päällä mitään enempää, kuin minkä voi saavuttaa pelin etänä katsomalla, voivat ottelutapahtumat menettää katsojiaan, sillä suoratoistopalvelut ovat hinnaltaan myös halvempia, kuin useissa tapauksissa yksittäisen ottelulipun hinta. Ottelutapahtumissa kuitenkin yhteisöllinen kisatunnelma ja erilaiset oheisaktiviteetit ovat sellaisia, joita ei voi kotisohvalta välttämättä saavuttaa. Nämä ovatkin juuri niitä asioita, joiden kehittämiseen ottelutapahtumien järjestäjien kannattaisi panostaa uusien katsojien houkuttelemisen lisäksi sen takia, että nykyisiä faneja ja säännöllisiä katsojia saataisiin jatkossakin otteluihin paikan päälle.

*Ruutu on nii älyttömän halpa. Sit jos on semmonen vaihtoehto, että tulisi vaikka vähän kiire tai vaikea rytmittää, nii silloin se on aika helppo valinta, että katsoo sieltä Ruudusta. Ottelulipun hinta ei ole liian kallis, vaan tuo suoratoistopalvelun hinta on liian halpa. (M2)*

Suoratoistopalveluiden laajenemisen myötä ottelutapahtumat paikan päällä kilpailevat katsojista ja on mahdollista, että tulevaisuudessa yhä useampi fani seuraa otteluita pääasiassa internetin välityksellä, esimerkiksi asuinpaikastaan johtuen. Positiivisena puolena asiassa on se, että suoratoistopalvelut mahdollistavat yhä useamman yksilön kiinnostumisen pesäpallosta. Kuitenkin, jotta pesäpallon kannattajien fani-identiteetti rakentuisi yhä vahvasti juuri ottelutapahtumiin osallistumisen ympärille sen sijaan, että otteluita seurattaisiin vain kotisohvilta, onkin tapahtumien kehittäminen myös tästä näkökulmasta käsin ensiarvoisen tärkeää.

Läheisten tai toisten fanien kanssa tehdyt matkat voivat siis vahvistaa fanin identiteetin rakentumista. Matkoilta saatavat kokemukset ja muistot ovat fanille merkityksellisiä ja etenkin yhteisillä fanibussimatkoilla ja vieraskatsomossa yhteisöllisyyden tuntu korostuu.

Suoratoistopalvelut, joista otteluita voi katsoa käytännössä missä ja milloin vain, ovat yleistyneet viime vuosina, ja niillä voi olla vaikutusta siihen, kuinka paljon fanit tulevaisuudessa matkustavat pesäpallon parissa. Mikäli ottelutapahtumissa ei tiedetä olevan jotain sellaista, joka tarjoaisi enemmän elämyksiä, kuin kotisohvalta pelin seuraaminen, voi kynnyksen lähteä matkaan nousta fanille korkeammaksi. Suoratoistopalveluiden yleistymisen myötä fanien matkoille lähtemisen motiivit voivat olla murroksessa. Mikäli matkoilla ei jatkossakin koeta yhteisöllisyyttä, elämyksellisyyttä ja uudenlaisia kokemuksia, on



mahdollista, että matkojen merkitys fani-identiteetille vähenee, sillä niistä ei koeta saattavan enää niin paljoa irti.

## 8. YHTEENVETO

Olen nyt tarkastellut, kuinka suomalaisten pesäpallon kannattajien fani-identiteetti rakentuu etenkin faniyhteisön, fanituksen kohteen, matkailun sekä sosiaalisen median näkökulmista. Tutkimustuloksenani, sekä vastauksena päätutkimuskysymykseeni ”Mistä pesäpallokannattajan fani-identiteetti rakentuu?” voin todeta, että fani-identiteettiä rakentavat itse fanituksen kohteen lisäksi ympäröivä faniyhteisö, niin fyysisesti läsnä ollessaan, kuin myös internetin ja sosiaalisen median keskustelupalstoilla. Pesäpallofanit ovat itsenäisiä faneja, joille pääsyy lähteä ottelutapahtumaan on itse pesäpallo-ottelut, eikä otteluiden seuraaminen yksin tunnu heistä hankalalta. Yhteisön ympäröimänä heidän fani-identiteettiänsä rakentavat kuitenkin myös pelisuoritusten ja -kokemusten lisäksi toisten fanien kanssa käymät keskustelut lajista ja pelien tapahtumista. Yhteisöllisyys onkin yksi faniuden kantavista voimista ja se koetaan yhdeksi parhaista asioista pesäpallossa.

Jo itse alakysymykset määrittivät tutkimuksen suuntaa ja osaltaan rajasivat sitä, mistä fani-identiteetti pesäpallofaneilla tutkimukseni perusteella rakentuu. Fani-identiteetin rakentumiseen on mitä luultavimmin myös lisää tekijöitä, eivätkä kaikki varmasti tulleet tässä tutkielmassa esiin. Haastateltavat kuitenkin toivat itse puheissaan esille vahvasti yhteisöllisyyden sekä sosiaalisen median merkitystä heidän fanikokemuksessaan. Ennalta asettamani alakysymykset koskien näitä kahta fani-identiteetin rakentajaa saivat haastatteluissa vain vahvistuksen siitä, että niillä todella on suuri merkitys pesäpallofanien fani-identiteetin rakentumisessa.

Sosiaalisen median roolin korostuminen kertoo aikamme kuvaa siitä, kuinka tällaiset sosiaalisen median erilaiset kanavat ovat kasvattaneet merkitystään jokapäiväisessä elämässämme. Tuloksia arvioitaessa on kuitenkin huomioitava, että jokainen haastatteluun osallistuja käyttää jossain määrin jo valmiiksi sosiaalista mediaa. Tutkimustulokset olisivat voineet olla erilaisia, mikäli haastateltavien joukossa olisi ollut henkilöitä, keiden elämään sosiaalinen media ei kuulu laisinkaan.

Fanien haastatteluissa korostuu halu tulla huomioiduksi fanituksen kohteen suunnalta, sekä halu antaa omia ideoitaan tapahtumien kehittämiseen. Pesäpallokannattajien fani-identiteetti

näyttäisikin rakentuvan myös ajatukseen siitä, että lajia tulisi kehittää yhdessä, niin pelaajien, toimihenkilöiden, kuin faniienkin kanssa.

Merkittävä tulos on myös fanimatkojen rooli fani-identiteetin rakentumisessa. Oletuksena urheilufanin käyttäytymiselle voi olla usein ajatus siitä, että hän matkustaa vierasotteluihin fanituksensa kohteen mukana vain seuratakseen peliä. Itse matkanteon, toisten fanien läsnäolon ja uusien kokemusten merkitys nousee kuitenkin faneilla yhtä tärkeäksi, ellei jopa merkityksellisemmäksi asiaksi fanimatkoilla. Ottelutapahtumilla ja kohteilla, joihin ottelumatkat kohdistuvat, on potentiaalinen mahdollisuus nousta entistä merkittävämpään asemaan pesäpallofanien fanikäyttäytymisessä. Tutkimuksessa ilmenikin sekä tapahtumien, että itse matkakohteiden kehitystarve muun muassa monipuolisempaan ja enemmän kokemuksia tarjoavaan suuntaan. Tällaisella kehityksellä voisikin olla positiivinen vaikutus myös pesäpallofanien fani-identiteetin rakentumiseen, kun ottaa huomioon matkailun merkityksen heidän kokonaisvaltaisessa fanikokemuksessaan.

Kuten Hall (1998, s. 39) on määritellyt, identiteetti kehittyy ihmisen elämässä jatkuvasti, eikä ole ikinä mikään täysin valmiin muodon saavuttanut kokonaisuus. Myös pesäpallon kannattajien fani-identiteetin voi nähdä rakentuvan koko heidän faniutensa ajan, vuorovaihtuksessa toisten ihmiset kanssa. Esimerkiksi yksilön aikuistuminen, asuinpaikan vaihdokset, sosiaalisen median kehittyminen ja merkittävät ottelutapahtumat rakentavat fani-identiteettiä omanlaisekseen.

Urheilufaniuteen voi liittyä usein oman kansallisidentiteetin vahvistaminen (Goodger & Goodger, 1989, Wannin ym., 2001, s. 185 mukaan). Ainakaan tämän aineiston perusteella ei kuitenkaan vaikuta siltä, että pesäpallofaneille pesäpallon kansallislajina olemisella olisi suurta merkitystä heidän faniuteensa tai sen rakentumiseen. Syyt fanittamiseen löytyvät muualta. Yksi syy tähän voi olla se, että usein kansallisidentiteetti urheilun kautta vahvistuu nimenomaan kansainvälisissä kilpailuissa (Goodger & Goodger, 1989, Wannin ym., 2001, s. 185 mukaan), ja koska pesäpallossa ei juurikaan ole kansainvälisiä kilpailuja, ei kansallisidentiteetin vahvistaminen korostu pesäpallofanien fani-identiteetissä niin paljoa.

Uskon, että tutkimustani ja sen tuloksia voivat hyödyntää eri pesäpallotoimijat suunnitellessaan tulevia tapahtumia, sekä kehittäessään toimintaansa esimerkiksi markkinoinnin ja tiedotuksen osalta. Myös matkailutahot, jotka toimivat alueella, voivat hyötyä tuloksista siinä

määrin, että ne nostavat esiin tarpeen matkailukohteiden nähtävyyksien ja tekemismahdollisuuksien tietoisuuden lisäämisestä. Pesäpallo- ja matkailutoimijoilla on myös mahdollisuus toimia yhdessä ja kehittää alueita siihen suuntaan, että tulevaisuudessa alueelle saapuvat fanit löytävät muihin matkailunähtävyyksiin, sekä päinvastoin pesäpallon ulkopuoliset matkailijat innostuisivat osallistumaan pesäpallotapahtumiin.

Suomalainen pesäpallofanien tutkimus kaipaa tulevaisuudessa enemmän monenlaista tutkimusta, jotta lajin faneista saataisiin enemmän tietoa, joka voisi hyödyttää lajin kehittämistä. Tässä tutkimuksessa kävi ilmi, että kaikki haastateltavat seurasivat pääasiassa miesten pesäpalloa. Jatkotutkimusaiheena voisi esimerkiksi mahdollisesti tutkia sellaisia faneja, jotka päinvastoin seuraavat naisjoukkueita enemmän ja verrata, onko näiden fanien välillä jotain eroavaisuuksia heidän faniudessaan. Lisäksi sosiaalisen median merkitystä faniuteen olisi syytä tutkia tarkemmin sellaisten henkilöiden osalta, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa juuri ollenkaan, tai laisinkaan.

## KIITOKSET

Tämän tutkielman myötä päättyvät opiskeluaikani, ainakin tältä erää, ja on aika mennä kohti uusia seikkailuja. Graduani tehdessä olen saanut apua ja tukea useilta eri tahoilta, joille esitänkin seuraavaksi kiitoksen.

Haluan kiittää pääohjaajaani Soile Veijolaa asiantuntevasta ja eteenpäin vievästä ohjauksesta, sekä kannustavan työskentelyilmapiirin luomisesta. Kiitos myös toiselle ohjaajalleni Monika Lüthjelle hyvistä ohjeista ja näkökulmista, jotka auttoivat viemään työtäni oikeaan suuntaan. Haluan myös sanoa kiitoksen aktiivisen ja auttavaisen seminaariryhmämme opiskelijoille, kiitos hyödyllisistä kommentteista ja vertaistuestanne.

Kiitos perheelleni minuun ja taitoihini uskomisesta, sekä kaikesta kannustamisesta ja arvokkaista neuvoista, joita olen tämän gradumatkan ja koko opintojeni aikana teiltä saanut. Kiitos myös ystäväilleni opintojen parissa ja niiden ulkopuolella – tukenne on ollut korvaamatonta.

Lopuksi haluan sanoa kiitoksen kaikille teille pesäpallofaneille, keitä haastattelin tutkimustani varten – innokkuutenne myötä sain kerättyä laajan ja monipuolisen aineiston, joka mahdollisti graduni tekemisen.

Omistan tämän tutkielman jokaiselle pesäpallofanille, pelaajalle ja kaikille muille pesäpallon parissa toimiville henkilöille. Kiitos, että pidätte kansallislajiamme elossa!

## LÄHTEET

- Abrams, D. & Hogg, M. A. (1990). An introduction to the social identity approach. Teoksessa Social D. Abrams & M.A. Hogg (toim.), *Social identity theory* (s. 1–9). Lontoo: Harvester Wheatsheaf.
- Arkko, S. & Pelkonen, R. (2019). Nyt se on varmaa: Manse PP nousee miesten Superpsikseen! Haettu 11.4.2021 osoitteesta <https://www.aamulehti.fi/urheilu/art-2000007426941.html>
- Asada, A. & Ko, Y.J. (2019). Conceptualizing relative size and entitativity of sports fan community and their roles in sport socialization. *Journal of sport management*, 33, 530–545.
- Bapir, A.K. & Ozgit, H. (2018). The effect social media on the development of sport marketing strategy: the case study of football clubs in northern Iraq. *Journal of Tourism & Management Research*, 3(3), 332–347. DOI: 10.26465/ojtmr.2018339514
- Bavik, A., Correia, A. & Kozak, M. (2021). What makes our stay longer or shorter? A study on Macau. *Journal of China Tourism Research*, 17(2), 192–209, DOI: 10.1080/19388160.2020.1745346
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1994). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. (Suomentanut Raiskila, V.) Helsinki: Kirjapaino-Oy Like.
- Boen, F., Vanbeselaere, N. & Feys, J. (2002). Behavioral consequences of fluctuating group success: An internet study of soccer team fans. *The Journal of Social Psychology*, 142, 769–781.
- Bryant, J. & Cummins, R.G. (2010). The effects of outcome of mediated and live sporting events on sports fans' self- and social identities. Teoksessa H.L. Hundley & A.C. Billings (toim.), *Examining identity in sports media* (s. 217–238). Thousand Oaks: Sage.
- Burr, V. (2015). *Social constructionism*. Lontoo: Routledge.
- Castells, M. (2010). *The power of identity*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Chien, P.M., Kelly, S.J. & Weeks, C.S. (2016). Sport scandal and sponsorship decisions: Team identification matters. *Journal of Sport Management*, 30, 490–505. DOI: 10.1123/jsm.2015-0327
- Collins, D.R., Heere, B., Shapiro, S., Ridinger, L. & Wear, H. (2016). The displaced fan: the importance of new media and community identification for maintaining team identity with your hometown team. *European Sport Management Quarterly*, 16(5), 655–674, DOI: 10.1080/16184742.2016.1200643
- Cordina, R., Gannon, M.J. & Croall, R. (2019). Over and over: local fans and spectator sport tourist engagement. *The Service Industries Journal*, 39(7-8), 590–608. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1534962>

- Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom*. Lontoo: Bloomsbury.
- Eskola, J., Lähti, J. & Vastamäki, J. (2018). Teemahaastattelu: Lyhyt selviytymisopas. Teoksessa R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1* (Luku 4). E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Fairley, S. (2009). The role of the mode of transport in the identity maintenance of sport fan travel groups, *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 205–222, DOI: 10.1080/14775080902965231
- Gibson, H. J. (1998). Active sport tourism: who participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155–170. DOI: 10.1080/026143698375213
- Gibson, H. J., Willming, C. & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2), 181–190. DOI: 10.1016/S0261-5177(02)00058-4
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity*. Cambridge: Polity.
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, followers, fans, and flaneurs. A taxonomy of spectator identities in football. *Journal of Sport & Social Issues*, 26(1) 25–46.
- Granström, K. (2011). Cheering as an indicator of social identity and selfregulation in Swedish ice hockey supporter groups. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(2), 133–148. DOI: 10.1177/1012690210388458
- Green, B.C. (2001). Leveraging subculture and identity to promote sport events. *Sport Management Review*, 4, 1–19.
- Hakala, J.T. (2018). Toimivan tutkimusmenetelmän löytäminen. Teoksessa R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1* (Luku 3). E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Hall, S. (1999). *Identiteetti*. (Suomentanut ja toimittanut Lehtonen, M. & Herkman, J.) Tampere: Vastapaino.
- Hasaan, A. & Kerem, K. (2017). Establishing athlete brand among female pakistani fans. Podium. *Sport, Leisure and Tourism Review*, 6(4), 333–351. DOI: 10.5585/podium.v6i4.234
- Haverinen, E. (2008). Yhteisöllistä rajankäyntiä ja kulttisuhteita osoitteessa www.sylviaplathforum.com. Teoksessa K. Nikunen (toim.), *Fanikirja* (s. 17–42). Jyväskylä: Nykykulttuurin Tutkimuskeskus.
- Heimonen, S. (2018). Superpesisjoukkue Kirittärien yleisöprofiili ja yleisön motiivit otte-  
lutapahtumiin osallistumiseen. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto: Liikuntatieteellinen tiedekunta. Haettu 6.9.2020 <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/57891>
- Heinonen, H. (2005). *Jalkapallon lumo*. Jyväskylä: Atena.

Herrala, J. (2018). Pesäpallon ottelutapahtuman kehittäminen – Case Vimpelin Veto. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Haettu 6.9.2020 osoitteesta <https://www.theseus.fi/handle/10024/157284>

Hinch, T. & Higham, J. (2003). *Sport Tourism Development*. Clevedon: Channel View Publications.

Hirsjärvi, I. (2008). Fandom ja maailmankuva. Suomalaisten science fiction -fanien suhteita uskontoon. Teoksessa K. Nikunen (toim.), *Fanikirja* (s. 142–157). Jyväskylä: Nykykulttuurin Tutkimuskeskus.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2000). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. E-kirja. Helsinki: Gaudeamus.

Hollinshead, K. (2006). The shift to constructivism in social inquiry: Some pointers for tourism studies. *Tourism Recreation Research*, 31(2), 43–58. DOI: 10.1080/02508281.2006.11081261.

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: television fans and participatory culture*. Lontoo: Routledge.

Jones, I. & Green, B.C. (2006). Serious leisure, social identity and sport tourism. Teoksessa H. Gibson (toim.), *Sport Tourism: Concepts and Theories* (s. 32–49). New York: Routledge.

Kaakkuri-Knuuttila, M-L. & Heinlahti, K. (2006). *Mitä on tutkimus? Argumentaatio ja tieteenfilosofia*. Helsinki: Gaudeamus.

Kemppainen, J. (2016). Lajispesifisen voimaharjoittelun vaikutus pesäpallon lyöntisuoritukseen. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto: Liikuntabiologian laitos. Haettu 6.9.2020 osoitteesta <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/49025/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201603081790.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Kim, N-S. & Chalip, L. (2004). Why travel to the FIFA World Cup? *Tourism Management*, 25, 695–707. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.011>

Knobloch-Westerwick, S., Abdallah, J.C. & Billings, A.C. (2020). The football boost? Testing three models on impacts on sports spectators' self-esteem. *Communication and Sport*, 8(2), 236–261. DOI: 10.1177/2167479519830359

Kuusela, P. (2001). Sosiaalisen konstruktionismin liike sosiaalitieteissä. Teoksessa P. Kuusela & M. Saastamoinen (toim.), *Ruumis, minä ja yhteisö* (s. 17–44). Kuopio: Sosiaalitieteiden laitos, Kuopion yliopisto.

Laitinen, E. (1983). *Pesäpallo – Kansallispelejä 60 vuotta*. Suomen pesäpalloliitto.

Lee, I.S., Brown, G., King, K. & Shipway, R. (2016). Social identity in serious sport event space. *Event Management*, 4, 491–499. DOI: 10.3727/152599516X14745497664352



Litmanen, H. (2019). Pesäpallo koululiikunnassa – uhka vai mahdollisuus? Luokanopettajien kokemuksia pesäpallon opettamisesta taidonoppimisen ja motivaation näkökulmasta. Pro Gradu -tutkielma. Itä-Suomen yliopisto: Filosofinen tiedekunta. Haettu 6.9.2020 osoitteesta [https://epublications.uef.fi/pub/urn\\_nbn\\_fi\\_uef-20200144/urn\\_nbn\\_fi\\_uef-20200144.pdf](https://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20200144/urn_nbn_fi_uef-20200144.pdf)

MacIntosh, E. Abeza, G. & Lee, J. (2017). Enriching identity in the “fan nation”: The role of social media in the case of a professional sport team. *Sport, Business and Management*, 7, 315–331. DOI: 10.1108/SBM-06-2016-0028

Mastromartino, B., Zhang, J.J., Hollenbeck, C.R., Suggs, D.W. & Connaughton, D.P. (2019). Conceptualizing sense of membership in a sport fan community. *Journal of Sport Behavior*, 402, 332–364.

Matilainen, V. (2012). Brändi nimeltä Pesäpallo sopupelasi ja hävisi. Haettu 22.3.2021 osoitteesta <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/01/20/brandi-nimelta-pesapallo-sopupelasi-ja-havisi>

McAdams, D. P. & McLean, K. C. (2013). Narrative Identity. *Current Directions in Psychological Science*, 22(3), 233–238. DOI: 10.1177/0963721413475622.

Mewett, P. & Toffoletti, K. (2012). Introduction. Teoksessa K. Toffoletti & P. Mewett (toim.), *Sport and Its Female Fans* (s. 1–12). Lontoo: Routledge.

Meng, M.D., Stavros, C. & Westberg, K. (2015). Engaging fans through social media: implications for team identification. *Sport, Business & Management*, 5, 199–217. DOI: 10.1108/SBM-06-2013-0013

Mohan, L.J. (2009). Effect of destination image on attendance at team sporting events. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 157–170. DOI: 10.1057/thr.2010.1

Mudrick, M., Miller, M. & Atkin, D. (2016). The influence of social media on fan reactionary behaviors. *Telematics and Informatics*, 33, 896–903. *Telematics and Informatics*, 33, 896–903. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.01.005>

Nieminen, T. (2020). Namaskar, pesäpallo! Haettu 22.3.2021 osoitteesta <https://www.hs.fi/kuukausiliite/art-2000006360527.html>

Norris, J. I., Wann, D.L. & Zapalac, R.K. (2015). Sport fan maximizing: following the best team or being the best fan? *The Journal of Consumer Marketing*, 32(3), 157–166. DOI:10.1108/JCM-02-2014-0856

Pihkala, L. (1922). *Pesäpallo – Pelin säännöt sekä opetus- ja harjoitusohjeita*. Helsinki: Otava.

Pope, S. (2012). The love of my life: the meaning and importance of sport for female fans. *Journal of Sport and Social Issues*, 37(2), 176–195. DOI: 10.1177/0193723512455919

- Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J. & Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism. *Heliyon*, 5(12). DOI: 10.1016/j.heliyon.2019.e02975
- Puusa, A. (2020). Haastattelutyypit ja niiden metodiset ominaisuudet. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät* (luku 6). Helsinki: Gaudeamus.
- Rautio, P. (2006). Historiallista johdattelua minä- ja identiteettitutkimukseen. Teoksessa P. Rautio & M. Saastamoinen (toim.), *Minuus ja identiteetti: sosiaalipsykologinen ja sosiaalinen näkökulma* (s. 9–22). Tampere: Tampere University Press.
- Robinson, T. & Gammon, S. (2007). A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 221–233, DOI: 10.1080/1477508042000320223
- Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (2010). Haastattelun analyysin vaiheet. Teoksessa J. Ruusuvuori, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.), *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino.
- Saarikoski, H. (2009). *Nuoren naisellisuuden koreografioita. Spice Girlsin fanit tyttöden tekijöinä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Saastamoinen, M. (2001). Elämäntapayhteisöt ja yhteisöllistämisen teknologiat – identiteetti, ekspressiivisyys ja hallinnointi. Teoksessa P. Kuusela & M. Saastamoinen (toim.), *Ruumis, minä ja yhteisö* (s. 163–197). Kuopio: Sosiaalitieteiden laitos, Kuopion yliopisto.
- Saastamoinen, M. (2006). Yksilö, riskitietoisuus ja psykokulttuuri. Teoksessa P. Rautio & M. Saastamoinen (toim.), *Minuus ja identiteetti: sosiaalipsykologinen ja sosiaalinen näkökulma* (s. 136–169). Tampere: Tampere University Press.
- Scott, S. (2015). *Negotiating identity*. Cambridge: Polity.
- Sipola, A. (2017). Pesäpallosta politiikkaan – Tahko Pihkala ja urheilevat kurnalaistetut ruumiit. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto. Haettu 6.9.2020 osoitteesta <https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/62906/Sipola.Annika.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Suomen Pesäpalloliitto ry. (2019). Pesäpalloliiton toimintasuunnitelma ja talousarvio vuodelle 2020. Haettu 6.9.2020 osoitteesta <https://www.pesis.fi/wp-content/uploads/2019/11/Toimintasuunnitelma-2020-211119.pdf>
- Superpesis. (2019). Itä-Länsi sai tutkimuksessa kehuja – tunnelmaa, tyytyväiset kävijät ja positiivinen talousvaikutus! Haettu 11.4.2021 osoitteesta <https://www.superpesis.fi/uutiset/ita-lansi-sai-tutkimuksessa-kehuja-tunnelmaa-tyytyvaiset-kavijat-ja-positiivinen-talousvaikutus/>

Superpesis. (2020). Superpesiksen ja Ykköspesiksen joukkumäärät sekä sarjajärjestelmät vahvistettu kaudelle 2021. Haettu 26.11.2020 osoitteesta <https://www.superpesis.fi/uutiset/superpesiksen-ja-ykkospesiksen-joukkumaaarat-seka-sarjajarjestelmat-vahvistettu-kaudelle-2021/>

Sveinson, K. & Hoerber, L. (2015). Overlooking the obvious: an exploration of what it means to be a sport fan from a female perspective. *Leisure Studies*, 34(4), 405–419. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.923496>

Söderling, I. (2017). *Pesäpalloilua maailmalla: Siirtolaiset kertovat*. Siirtolaisuusinstituutti.

Taalas, S. & Hirsjärvi, I. (2008). Fanit ja seuraajat. Tieteiskirjallisuuden kuluttamisen organisoituminen. Teoksessa K. Nikunen (toim.), *Fanikirja* (s. 200–224). Jyväskylä: Nykykulttuurin Tutkimuskeskus.

Tachis, S. & Tzetzis, G. (2015). The relationship among fans' involvement, psychological commitment, and loyalty in professional team sports. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, 18, 1–25. DOI: 10.5199/ijsmart-1791-874X-18a

Taira, T. (2008). Uskonto ja fanius. Teoksessa K. Nikunen (toim.), *Fanikirja* (s. 121–141). Jyväskylä: Nykykulttuurin Tutkimuskeskus.

Talò, C., Mannarini, T. & Rochira, A. (2014). Sense of community and community participation: a meta-analytic review. *Social Indicators Research*, 117, 1–28. DOI: 10.1007/s11205-013-0347-2

Tamir, I. (2020). The natural life cycle of sports fans. *Sport in Society*. DOI: 10.1080/17430437.2020.1793756

Tilastokeskus. (2021). Suurimpien kuntien väkiluku. Haettu 11.4.2021 osoitteesta [https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_vaesto.html#Suurimpien%20kuntien%20v%C3%A4kiluku](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#Suurimpien%20kuntien%20v%C3%A4kiluku)

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

Vale, L. & Fernandes, T. (2018). Social media and sports: driving fan engagement with football clubs on Facebook. *Journal of Strategic Marketing*, 26(1), 37–55. DOI: 10.1080/0965254X.2017.1359655

Veijola, S., Ilola, H. & Edelheim, J. (2013). Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa S. Veijola (toim.), *Matkailututkimuksen lukukirja* (s. 16–29). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

Villgren, M. (2007). Maajoukkueen kannattajat identiteettinsä rakentajina. Teoksessa H. Itkonen & A. Nevala (toim.), *Kuningaspelin kentät* (s. 155–165). Helsinki: Gaudeamus.

von Hertzen, A. (2015). Kaisaniemen Tiikerit yritti kotiuttaa pesäpallon Helsinkiin – "Olisi tarvinnut vain vähän lisää aikaa". Haettu 22.3.2021 osoitteesta <https://www.hs.fi/ihmi-set/art-2000002823847.html>

Wann, D. L. (2006). Understanding the positive social psychological benefits of sport team identification: The team identification–social psychological health model. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 10(4), 272–296. DOI: 10.1037/1089-2699.10.4.272

Wann, D.L., Melnick, M.J., Russell, G.W. & Pease, D.G. (2001). *Sport Fans*. New York: Routledge.

Warner, S. & Leierer, S. (2015). Building community via sport for adolescents. *Journal of Applied Sport Management*, 7(4), 84–99.

Zetou, E., Kouli, O., Psarras, A., Tzetzis, G. & Michalopoulou, M. (2013). The role of involvement in the loyalty of sport fans in professional volleyball. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, 12, 1–16. DOI: 10.5199/ijsmart-1791-874X-12a.

## LIITE 1

Haastattelurunko:

### Taustakysymykset:

- Minkä ikäinen olet?
- Oletko itse pelannut tai pelaatko tällä hetkellä pesäpalloa?
- Kuinka kauan pelasit/olet pelannut? Milloin pelasit?
- Onko joku läheisesi pelannut tai pelaa tällä hetkellä pesäpalloa?
- Kun pelasi/pelaa yhä, oletko käynyt seuraamassa hänen pelejään?
- Oletko valmentanut/valmennat pesäpalloa?

### Yleisesti pesäpallosta ja fanittamisen kohteesta:

- Seuraatko urheilua noin ylipäätään? Mitä lajeja?
- Mikä näistä seuraamistasi lajeista on sinulle tärkein?
  
- Mikä on tarkemmin fanituksesi kohde pesäpallossa?
- Seuraatko eri sarjatasoja vai vain tiettyä sarjaa?
- Seuraatko junioripelejä?
- Seuraatko miesten ja naisten pelejä, vai vain jompaakumpaa? (Jos molempia, niin seuraatko yhtä paljon vai, toista enemmän? Miksi?)
  
- Minkälaisia muistoja sinulla liittyy koulupesäpalloon, pelattiinko sitä kouluajanasi?
- Minkälaisia muita pesäpallomuistoja sinulla on lapsuudestasi?
- Kävitkö katsomassa pelejä lapsuudessasi?
  
- Kuinka kauan olet ollut pesäpallofani? Ts. Milloin faniutesi on alkanut?
- Mikä tai mitkä muistot ovat merkittävämpiä pesäpallomuistoja sinulle itsellesi? Miksi?
- Onko jokin erityinen tapahtuma vahvistanut/vaikuttanut positiivisesti pesäpallofaniuteen?
- Onko jokin erityinen tapahtuma vaikuttanut negatiivisesti pesäpallofaniuteen?

- Kuinka olet käsitellyt pettymyksiä ja näitä negatiivisia asioita?
- Kuinka kuvailisit faniuden näkymistä arjessasi?
- Onko joskus näkynyt enemmän/vähemmän? Mikä tähän on vaikuttanut?
- Kuinka tärkeänä asiana itsellesi pidät pesäpalloa?
- Miksi pesäpallo on sinulle tärkeä asia?
- Mikä pesäpallossa on parasta?
- Onko asuinpaikkakunnallasi ollut tai onko yhä merkitystä siihen, kuinka tärkeä asia pesäpallo on elämässäsi?

### **Ottelutapahtumat ja ostokäyttäytyminen:**

- Osallistutko ottelutapahtumiin paikan päällä?
- Kuinka säännöllisesti osallistut ottelutapahtumiin?
- Vaikuttaako säätila halukkuuteesi osallistua peliin?
- Osallistutko halli sm-tapahtumaan kevättalvella?
- Osallistutko harjoitusotteluihin, mikäli niitä järjestetään?
- Katsotko otteluita suoratoistopalveluista?
- Oletko hankkinut maksullisen suoratoistopalvelun siksi, että voisit seurata pesäpalloa vai onko palvelu käytössäsi muista syistä, pesäpallo toissijaisena?
- Oletko ostanut fanituotteita?
- Missä käytät näitä fanituotteita, mikäli niitä omistat?
- Onko sinulla tapana ostaa kausikorttia?
- Onko ottelulippujen/kausikorttien hinnoilla merkitystä osallistumiseesi ja jos, niin kuinka paljon?
- Onko sinulla tapana tehdä ostoksia ottelutapahtumissa?
- Onko ostelu säännöllistä vai satunnaista?
- Mikäli et saisi ostettua näitä tuotteita, miten se vaikuttaisi ottelukokemukseesi?
- Osallistutko ottelutapahtumissa aktiivisesti tapahtuman kulkuun/seuraamiseen?
- Millä tavoilla kannustat?
- Ovatko nämä huudahdukset positiivisia vai negatiivisia?

- Onko sinulle siis tärkeämpää oman joukkueesi kannustaminen, vai vastustajan kiusoittelu?
- Mikäli osallistut ottelutapahtuman kulkuun aktiivisesti, kuinka tärkeäksi koet sen oman fanikokemuksesi kannalta?

### **Faniyhteisö:**

- Kuljetko/menetkö peleihin yksin vai jonkun kanssa?
- Onko ottelutapahtumissa ryhmä, jonka kanssa seuraat yhdessä peliä vai seuraatko pelejä yksin?
- Mikäli on jokin ryhmä, jonka kanssa istut, muttet kulkeudu peliin yhtä matkaa, kuinka tämä ryhmäytyminen tapahtuu?
- Mikäli tietäisit olevasi tapahtumassa yksin, osallistuisitko silti?
- Kuinka tärkeää on muiden fanien läsnäolo ottelutapahtumassa?
- Osallistutko sosiaalisen median kanavissa tai muissa faniyhteisöissä toisten fanien kanssa keskusteluihin?
- Mikäli et osallistu itse aktiivisesti keskusteluun, niin seuraatko niitä kuitenkin?
- Kuinka tärkeäksi koet sosiaalisen median välityksellä muiden fanien kanssa käymät keskustelut omassa fanikokemuksessasi?
- Mikäli et keskustele, kuinka tärkeäksi koet sen, että on olemassa kanava, jossa kuitenkin pääset edes seuraamaan keskustelua?
- Oletko saanut ystäviä näiden fanikohtaamisten kautta (pelit, some)?
- Vietätkö aikaa ja keskusteletko heidän kanssaan myös pesäpallon ulkopuolella?

### **Suhde fanittamisen kohteeseen:**

- Seuraatko fanittamisen kohdettasi perinteisen median välityksellä?
- Seuraatko kohteen internetsivuja?
- Seuraatko fanittamisen kohdettasi sosiaalisen median välityksellä?
- Mikäli seuraat, kommunikoitko pelaajien/joukkueen/seuran kanssa sosiaalisessa mediassa?
- Kommunikoitko pelaajien/joukkueen kanssa peleissä?
- Mikäli kyllä, kuinka tärkeää sinulle on fanittamisen kohteen kanssa kommunikointi fanikokemuksesi kannalta? Jos et juttele, haluaisitko?

- Koetko tärkeäksi, että pääset somen kautta seuraamaan, mitä joukkueessa tapahtuu/lukemaan kuulumisia?
- Kuinka tärkeää on joukkueen/seuran/pelaajan menestyminen fanittamisesi kannalta?
- Mikäli fanittamasi joukkue putoaisi alemmalle sarjatasolle, jatkaisitko kannattamista samalla tavalla?

**Matkat:**

- Oletko osallistunut itä-länsi-tapahtumaan?
- Matkustitko tapahtumaan vai oliko se kotipaikkakunnallasi?
- Kuinka kauan viivytit tässä itä-länsi-tapahtumassa, yövytkö kohteessa?
- Matkailitko kohteessa muutoin tapahtuman ajan?
- Voisitko kuvitella meneväsi (uudelleen)?
  
- Oletko osallistunut pesäpallotapahtumaan Fuengirolassa? Minkälainen kokemus oli? Haluaisitko osallistua?
  
- Oletko matkustanut vieraspaikkakunnalle seurataksesi peliä?
- Oletko osallistunut järjestettyyn matkaan kyydityksineen osallistuaksesi ottelutapahtumaan?
- Minkälaisia kokemuksia ovat olleet? Miksi?
- Voisitko kuvitella uudelleen tekeväsi näin?
- Jos et ole aiemmin, miksi ja voisitko osallistua tulevaisuudessa?
  
- Oletko matkustanut vieraspaikkakunnalle ottelutapahtuman takia, mutta lisäksi jäänyt matkailemaan kohteeseen pidemmäksi aikaa ja yöpynyt?
- Oletko osallistunut erillisellä lomamatkallasi pesäpallo-otteluun lomakohteessasi niin, että ottelutapahtumaan osallistuminen ei ole ollut ensisijainen lomasi syy?
  
- Oletko osallistunut junioripesäpalloleireille katsojana?
- Oletko tällöin matkustanut kohteeseen ja viipynyt siellä öitä?
- Matkailitko muutoin leirikohteessa?



- Minkälainen merkitys näillä pesäpalloon liittyvillä matkoilla on ollut omaan fanikokemukseesi? Miksi?
- Onko ollut tärkeää, että pääsee matkustamaan? Miksi?
- Ovatko ne jääneet positiivisina vai negatiivisina muistoina mieleesi? Miksi?

Tässä olivat varsinaiset kysymykset. Olisiko sinulla jotain kysyttävää tai kommentoitavaa?

Kiitos!