
SUOMALAINEN URHEILUMATKAILUKULTTUURI

LENTOPALLOMATKOILJOIDEN MOTIIVIT JA KOKEMUKSET



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Matkailun Koulutusohjelman

HAMK Forssa, työn hyväksymispäivä

Maria Mikkola



Matkailun koulutusohjelma
Forssa

Työn nimi Suomalainen urheilumatkailukulttuuri - lentopallomatkaile-
joiden motiivit ja kokemukset

Tekijä Maria Mikkola

Ohjaava opettaja Monna Alatalo

Hyväksytty _____._____.20____

Hyväksyjä

FORSSA

Matkailun koulutusohjelma

Tekijä	Maria Mikkola	Vuosi 2010
Työn nimi	Suomalainen urheilumatkailukulttuuri - lentopallomatkailijoiden motiivit ja kokemukset	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheeksi valikoitui urheilumatkailu tekijän kiinnostuksen ja koulutuksen pohjalta. Työn toimeksiantajana toimi Suomen Lentopalloliitto. Työn tavoitteena oli tutkia urheilumatkailua kulttuurisena ja sosiaalisena ilmiönä ja selvittää erityisesti matkailijoiden motiiveja ja kokemuksia. Lisäksi tarkoituksena oli tuottaa käyttökelpoista tietoa tuomalla esille matkailijan näkökulma, jota Suomen Lentopalloliitto pystyisi hyödyntämään tulevien matkojen suunnittelussa ja toteutuksessa.

Urheilu- ja liikuntamatkailusta tehtyjen aikaisempien kansainvälisten tutkimuksien pääpaino on ollut matkailun, usein ekonomisten, seurausten tutkimisessa ja matkailijoiden profiloimisessa. Vasta viime vuosina on todella kiinnostuttu matkailijoiden syistä lähteä matkalle.

Opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään nimenomaan passiivista urheilumatkailua tapahtumaan, jonne lähdetään katsojan ja kannattajan ominaisuudessa. Kaksiosainen tutkimus toteutettiin lentopallon fanimatkalaisille, henkilöhaastatteluina ja Internet-kyselyn avulla, kevään ja syksyn 2010 aikana. Haastattelut tehtiin kahdeksalle fanimatkalaiselle ja palautettuja hyväksyttävästi täytettyjä kyselylomakkeita saatiin 105.

Matkalle motivoivia tekijöitä olivat yhdessä matkaileminen, samanhenkisten ihmisten seura sekä tapahtuman ja matkustamisen tunnelma. Haastattelussa matkan motiiveissa korostui lisäksi matkailun ja urheilun yhdistämisen mahdollisuus yksilöllisten mieltymysten mukaan. Matkan onnistumisen tunteeseen vaikuttivat eniten hyvä tunnelma sekä tapahtuman mielenkiintoisuus ja urheilumenestys. Yhteisöllisyys ja yhteishenki nousivat tutkimuksen perusteella selvästi esille merkittävänä arvoina matkailijoille.

Avainsanat Urheilumatkailu, fani, motivaatio, kulttuuri, vapaa-aika.

Sivut 65 s. + liitteet 10 s.

FORSSA
Degree Programme of Tourism

Author	Maria Mikkola	Year 2010
Subject of Bachelor's thesis	Finnish Sport Tourism Culture – Motives and Experiences of Volleyball Travelers	

ABSTRACT

The subject of the thesis, sports tourism, was chosen based on my own interest and education. The commissioner of the research was Finnish Volleyball Association. The purpose was to research sports tourism as a cultural and social phenomenon and in particular to clarify the motives and experiences of travelers. One goal of the study was to produce useful information from the traveler's point of view, which the Finnish Volleyball Association could utilize in planning and executing of trips.

The main attention of previous research in the area of sports tourism has been on the, mostly economic effects, of tourism as well as on profiling travelers. Only in recent years has the interest arisen towards the reasons to travel.

The thesis pursued to examine specifically passive sports travel to an event, where the traveler is involved as an observer and supporter. The study consists of two separate parts, interviews and an internet survey that were both implemented during the spring and autumn in 2010 for the fan travelers of volleyball. The interviews were made for eight fan travelers, and in the internet survey 105 approved responses were received.

The main motivation factors for making a trip were traveling together, the company of others with the same interests and the atmosphere of the event and the traveling. In the interviews people appreciated the possibility of being able to connect sports and traveling together according to their own personal preferences. The feeling of a successful trip depended mostly on the atmosphere, the interest level in the event and the success of the athletes. According to the results of the survey, team spirit and collectivity were significant values to travelers.

Keywords Sport tourism, fan, motivation, culture, leisure.

Pages 65 p + appendices 10 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	URHEILUMATKAILUKULTTUURI	2
2.1	Urheilumatkailu.....	2
2.2	Kulttuuri	3
2.3	Urheilutapahtuma	4
2.4	Urheilumatkailija.....	4
2.5	Vapaa-aika.....	5
3	URHEILUMATKAILU JA URHEILUTAPAHTUMAT	7
3.1	Urheilumatkailu modernia pyhiinvaellusta	7
3.2	Urheilumatkailukohteet ja – tapahtumat	7
3.3	Lentopallomatkailu.....	8
3.4	Urheilumatkailun tutkimus.....	10
4	URHEILUMATKAILUUN VAIKUTTAVAT OSATEKIJÄT.....	10
4.1	Globalisaatio ja vapaa-aika	10
4.2	Teknologian kehitys	12
4.3	Alakulttuurit	13
4.3.1	Fanikulttuuri	15
4.3.2	Penkkiurheilukulttuuri	16
4.4	Muutokset ja trendit	18
5	URHEILU, SUOMALAISUUS JA IDENTITEETTI.....	21
5.1	Lajien kirjo ja erilaisuus	21
5.2	Lajikiinnostus ja lajien medianäkyvyys	21
5.3	Urheilu ja nationalismi	23
5.4	Lajiarvostus	25
5.5	Suomalaiset urheiluyhteisönä.....	26
6	MATKAILUMOTIVAATION SYNTY	29
6.1	Tarpeet.....	29
6.2	Mielikuvat ja odotukset.....	30
6.3	Rajoitteet	31
6.4	Työntö- ja vetoimatekijät	32
7	INTERNET KYSELY	34
7.1	Taustakysymykset	34
7.2	Urheilumatkailun luonne.....	36
7.3	Matkailumotiivit ja kokemukset.....	41
7.4	Fanikulttuuri, yhteishenki ja isänmaallisuus	44
7.5	Kehitysehdotukset	48
8	HAASTATTELUT.....	50
8.1	Urheilu, suomalaisuus ja fanikulttuuri	50

8.2	Motivaatio	52
8.3	Kokemukset.....	54
8.4	Tulevaisuus ja kehitysehdotukset.....	55
9	JOHTOPÄÄTÖKSET	57
10	YHTEENVETO JA TULEVAISUUDENNÄKYMÄT	60
	LÄHTEET	62

Liite 1	Internet-kysely lentopallon fanimatkalaisille
Liite 2	Haastattelukysymykset
Liite 3	Kansainvälinen menestys (SLU Kansallinen liikuntatutkimus) Urheilun katsojamääriä (SLU Kansallinen liikuntatutkimus)



1 JOHDANTO

Urheilumatkailua ja matkailijoita on pyritty tutkimaan jo vuosikymmeniä, mutta tutkimukset ovat keskittyneet matkailijan määrittelemiseen eli profilointiin sekä urheilumatkailun ja -tapahtumien vaikutuksien arvioimiseen. Urheilumatkailun ja matkailijoiden sosiokulttuurinen, sosiaalista ja kulttuurista yhdistävä, tutkimus on jäänyt vähemmälle huomiolle.

Varsinkin urheilumatkailun potentiaalisia kohderyhmiä tavoiteltaessa ja palveluiden kehittämisen kannalta, olisi hyödyllistä ymmärtää matkailijoita syventämällä profilointeja uusille analyttisemmille tasoille (Gibson 2006, 79).

Opinnäytetyön aiheena on Suomalainen urheilumatkailukulttuuri. Tutkimuksessa käytettiin sekä kvantitatiivista eli määrällistä että kvalitatiivista eli laadullista menetelmää. Keväällä 2010 toteutettiin kvalitatiiviset teemahaastattelut (Liite 2) ja syksyllä 2010 kvantitatiivinen puolistrukturoitu Internet-kysely (Liite 1) Webropol-sivuston kautta. Tutkimukseen haluttiin laajempi näkökulma käyttäen sekä kvantitatiivisesta osuudesta saatavia numeroihin ja yleistyksiin perustuvia tietoja että kvalitatiivisesta osuudesta saatavia urheilu ja lentopallomatkailemisen ilmiön ja kulttuurin ymmärtämiseen perustuvia tietoja.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää millaista suomalaista urheilumatkailukulttuuria oikeastaan on ja miksi matkalle lähdetään. Erityisesti oltiin kiinnostuneita lentopallomatkailemisen motiiveista, mielipiteistä ja kokemuksista, sillä tutkimus toteutettiin lentopallon fanimatkalaisille, jotka olivat osallistuneet arvokisoihin ulkomailla järjestetyille matkoille. Tätä kautta kiinnostus heräsi myös lentopallomatkailemisen ominaispiirteisiin ja sen omaan alakulttuuriin.

Aluksi aloitetaan määrittelemällä urheilumatkailukulttuurin käsitteitä luvussa kaksi ja sitten siirrytään urheilu- ja lentopallomatkailemisen sekä urheilutapahtumien yleiseen käsittelemiseen luvussa kolme. Sen jälkeen luvussa neljä käsitellään urheilumatkailemisen läheisesti liittyviä ja siihen vaikuttavia osatekijöitä ja nykyajan haasteita. Luvussa viisi esille otetaan suomalaisten ja urheilun suhde sekä yksilön ja yhteisöjen identiteetit. Luvussa kuusi pohditaan motivaation syntymistä. Luvuissa seitsemän ja kahdeksan käydään läpi internet-kyselyn ja haastattelujen tuloksia. Lopuksi vedetään tutkimuksen johtopäätökset ja tehdään yhteenveto.

2 URHEILUMATKAILUKULTTUURI

Seuraavissa alaluvuissa määrittelen urheilumatkailukulttuuriin olennaisesti liittyviä oppinnäytetyön käsitteitä.

2.1 Urheilumatkailu

Urheilumatkailun tarkka määrittelyminen on aivan yhtä vaikeaa kuin matkailun määrittelyminen. Eri lähteissä käytetään eri termejä kun puhutaan samasta asiasta. Urheilumatkailun kohdalla osa tieteellisistä lähteistä käyttää sitä symmetrisenä ilmaisuna liikuntamatkailulle (*sport tourism*) kun osa pitää urheilumatkailua ainoastaan yhtenä osana liikuntamatkailua (ks. Vehmas 2010, 41). Selvytyden vuoksi urheilumatkailu määritellään Vehmaksen tavoin yhdeksi liikuntamatkailun alaosioksi.

Standevenin & Knopin (1999) mukaan matkustamista on harrastettu melkein koko ihmishistorian ajan, mutta siitä huolimatta matkailu käsitteenä on kuitenkin suhteellisen moderni. Olson (1993) mainitsee ensimmäinen kirjallisuudessa urheilun ja matkailun yhdistäneen olleen ruotsalainen Victor Balck, jo vuonna 1887 (Standeven & De Knop, 1999, 9, 11–12). Varsinaista liikunta- tai urheilumatkailu termiä ei kuitenkaan niin aikaisin vielä käytetty. Vehmaksen (2010, 14) mukaan liikuntamatkailusta (sisältäen siis sekä liikunnan ja urheilun) ruvettiin puhumaan vasta 1980-luvusta lähtien. Liikuntamatkailun historia seuraa matkailun ja urheilun historian piirteitä. (Vehmas 2010, 14). Ensimmäisinä urheilumatkailun esimerkkeinä voidaan pitää Antiikin Kreikassa käytyjä Olympialaisia, joita pidettiin vuodesta 776 eKr. lähtien. Kisoihin arvioidaan osallistuneen joko urheilijan tai katsojan ominaisuudessa jopa 40 000 ihmistä. (Standeven De Knop, 1999, 14.)

Nykyisin liikunta ja urheilu ovat huomattavia osa-alueita matkailumaailmassa, samoin kuin ne ovat myös suosittuja vapaa-ajan aktiviteetteja. Länsimaisten teollisuusyhteiskuntien muuttuminen postmoderneiksi eli jälkiteollisiksi yhteiskunniksi, on tuottanut liikuntamatkailun nykyiseen muotoonsa. (Vehmas 2010, 14.) Matkailualalla liikuntamatkailun todellinen potentiaali on ymmärretty vasta muutamina viime vuosikymmeninä, ja siitä on pyritty tekemään niche- eli erikois-markkina-alue. (Hinch ym. 2006, 12.)

Urheiluun osallistumisen muodot jaetaan aktiiviseen (*active sport tourism*) ja passiiviseen (*passive sport tourism*). Aktiivinen urheiluun osallistuminen edellyttää liikkujan fyysistä aktiivisuutta. Passiivinen urheiluun osallistuminen on puolestaan muiden urheilusuoritusten katsomista, ja siihen voidaan myös lukea urheilun seuraaminen eri medioiden kautta. (Standeven & De Knop, 1999, 9, 11–12.)

Muun muassa Gibson (2001) on myös jaotellut urheilumatkailun aktiiviseen ja passiiviseen eli tapahtumamatkailuun (*passive* tai *event sport tourism*), mutta niiden lisäksi omaksi alueeksi voidaan jaotella vielä nostalgiamatkailu (*nostalgic sport tourism*) (Vehmas 2010, 41; Hinch, Jackson, Hudson & Walker 2006, 12; Funk & Bruun 2006, 807). Nämä urheilumat-

kailun muodot menevät kuitenkin joissakin tieteellisissä lähteissä osittain päällekkäin. Sheranne Fairley ja Sean Gammon (2006, 50–51) toteavat, että nostalgian käsitettä voidaan laajentaa koskemaan myös sosiaalisen tilanteen uudelleen kokemista, perinteisen paikan ja nähtävyyden kokemisen rinnalle. Nostalgiaa käsitellään opinnäytetyössä motiivina sekä nostalgiamatkailua trendinä. Tarkoituksena on silti keskittyä nimenomaan urheilumatkailun passiiviseen osuuteen ja urheilutapahtumien paikanpäällä seuraamiseen. Termillä urheilumatkailu tarkoitetaan opinnäytetyössä passiivista urheilumatkailua. Urheilun seuraaminen medioiden kautta on kuitenkin sekä haastattelujen että Internet-kyselyn tulosten mukaan yleistä tapahtumamatkailijoiden keskuudessa, ja liittyy vahvasti lajien asemaan ja matkailijan kiinnostuksen syntyyn, joten aihetta käsitellään myös opinnäytetyössä.

2.2 Kulttuuri

Kulttuurin määritelmiä on tehty paljon ja usein määritelmät ovat riippuneet aikakaudesta ja ajanhengestä.

Jaotteluja kolmeen erilaiseen kulttuurin määritelmiin on tehnyt muun muassa Unigarro (1986). Ensimmäinen näkemys on kasvatuksen, tietojen, luovuuden ja sivistyneisyyden tärkeyttä korostavaa opiskeltua kulttuuria. Etsiessään tällaista kulttuurin kokemista, matkailija päätyy useimmiten esimerkiksi museoon tai muuhun tietylle kohteelle ominaisen sivistyneen kulttuurinähtävyyden äärelle. Toinen näkemys liittyy elämäntapoihin ja ajatteluun, jotka ovat eri kansoilla ja yhteisöille omanlaisensa. Tällaisille kulttuurinkokemusmatkoille lähdetään etsimään aitoja kokemuksia ja näkemään sekä eroavaisuuksia että samankaltaisuuksia kulttuurien välillä. Matkanjärjestäjien pakettimatkoilla, jotka ovat valmiiksi suunniteltuja, perinteiden, aitouden ja paikallisten elämään tutustumisen eli sen todellisen kulttuurin kokemuksen antaminen matkailijoille on todellinen haaste. Kolmas näkemys on niin sanottua kohtalonluomista, jossa ihminen ja matkailija lisäksi luovat kulttuuria jatkuvasti. Kokemusten avulla kehitytään yksilöinä ja yhteisöinä ja matkustettaessa pitäisi yrittää kuvitella kohteiden tulevaisuus ja tukea niiden kehittymistä säilyttäen silti myös ainutlaatuiset perinteet. (Kurki 2008, 88–91.)

”Kulttuuri on - - inhimillisen käyttäytymisen rakenne, joka ilmenee - - kohtalon luomisena. Kulttuuri - - rakentuu symboleista, arvoista, ja koko siitä herkkyydestä, joka määrittää ihmisenä olemisen tapaa. - - se on jokaiselle ihmiselle kuuluvaa tietoista valintaa hänen luodessaan arkipäiväänsä.”(Kurki 2008, 90–91.)

Opinnäytetyössä määritellään kulttuuri erityisesti Unigarron toisen ja kolmannen näkemyksen tavoin: Yhteisöille ja kansoille ominaisina tapoina ja perinteinä sekä jatkuvasti kehittyvänä ja muuttavana, arvojen, symbolien ja kokemusten pohjalta kumpuavana voimana, jonka pohjalta maailmaa ymmärretään ja elämää eletään.

Yleisö ja fanit nähdään nykytutkimuksissa yleensä yhteisöinä, jolla on oma alakulttuurinsa (mm. Stevenson & Alaug 1997; Mäyrä 2003). Ala-

kulttuuri on aina lähtöisin emo- tai valtakulttuurista, joka on myös alati muuttuva. Alakulttuuri voi olla muunnelma valtakulttuurista tai sisältää varsinaisia ristiriitoja sen kanssa. (Heinonen 2005, 241–242.) Opinnäytetyössä urheilumatkailu nähdään urheilun ja matkailun sekä urheilun seuraamisen alakulttuurina. Myös eri urheilulajien nähdään muodostavan omia alakulttuureja. Lentopallomatkailu siis nähdään puolestaan urheilumatkailun ja lentopallon alakulttuurina.

2.3 Urheilutapahtuma

Bjelacin ja Radovanovicin (2003) mukaan urheilutapahtumat voidaan jaotella seuraavanlaisesti, paikalliset, alueelliset vyöhykkeelliset, kansalliset, kansalliset joihin voi osallistua myös ulkomaalaisia, maanosien sisäiset, maanosien väliset sekä maailmanlaajuiset tapahtumat (Vehmas 2010, 41). Lisäksi urheilutapahtumia on amatööri-, kilpa- ja ammattilaistasoilla (Getz 2007 42–43).

Urheilutapahtuma käsitteenä opinnäytetyössä merkitsee yksittäistä peliä, turnausta tai kansallista sekä kansainvälistä kilpailuun tai ammattilaisuuteen perustuvaa urheilutapahtumaa, jonka tapahtumapaikka on joko Suomessa tai ulkomailla.

2.4 Urheilumatkailija

Standevenin ja De Knopin mukaan (1999) urheilumatkailijaa matkailijatyypinä on yritetty määritellä yli 30 vuotta (muun muassa Finger, Gayler, Hahn, Hartman 1975 Saksassa; Goodrich 1980, USAassa; Mintel international Group, 1995). Yinakkis teki vuonna 1992 neljän tyypin jaottelun, toimintaa etsivä, seikkailija, urheilun rakastaja ja järjestelmällinen massaturisti. Kyseinen jaottelu on kuitenkin helpommin yhdistettävissä aktiivisiin urheilumatkailijoihin kuin passiivisiin urheilumatkailijoihin.

Hall (1992) laittoi urheilumatkailijat kolmeen kategoriaan, jotka ovat ei osallistuva eli katsojan asemassa oleva, kohtalaisen aktiivinen ja enemmän aktiivinen turisti. Jaottelu aktiivisiin ja enemmän aktiivisiin matkailijoihin aktiviteetin intensiteetin mukaan on kuitenkin melko subjektiivista eikä sille ole kunnollisia mittareita.

Standeven ja De Knop (1999) ovat jakaneet passiiviset urheilumatkailijat kahteen ryhmään sen mukaan kuinka tärkeässä osassa matkaa urheilu on: tuntija eli ”*connoisseur*” ja satunnainen tarkkailija eli ”*casual observer*”. Ensin mainituille on tyypillistä vahva passiivinen osallistuminen, kun taas viimeksi mainituille tapahtuman katseleminen on yksinkertaisesti nautittava kokemus eikä matka aina välttämättä ole valmiiksi suunniteltu. (Standeven & De Knop 1999, 13–14.)

Urheilumatkailijalla viitataan opinnäytetyössä passiiviseen matkailijaan, joka matkustaa peliin, turnaukseen tai tapahtumaan Suomen sisällä tai ulkomaille. Toki sana passiivinen on osittain harhaanjohtava, koska matkustaminen ja kannustaminen ovat itsessään aktiivisia tekoja. Urheilumatkai-

lijaan läheisesti liittyviä fanin ja penkkiurheilijan monimuotoisia määritelmiä tarkastellaan alakulttuureja koskevassa alaluvussa 4.4. Fanimatkailaisella viitataan empiirisen tutkimuksen kohteeseen eli Lentopalloliiton matkoilla mukana olleisiin lentopallomatkoilijoihin.

2.5 Vapaa-aika

Opinnäytetyössä keskitytään vapaa-ajan urheilumatkailuun. Tämän vuoksi on olennaista määritellä myös termi vapaa-aika. Nykyinen vapaa-ajan käsite ymmärretään pitkälti ranskalaisen Dumazedierin tutkimusten tulosten kautta. Vapaa-ajalla ihminen saa oikeuden toteuttaa unelmiaan ja itseään luovasti. Kokea ja harjoittaa vapautta haluamallaan tavalla. (Kurki, 2008, 28.) Dumazedier (1962) oli kiinnostunut vapaa-ajan teoriasta mutta myös käytännöstä ja halusi tuoda nämä lähemmäs toisiaan. Dumazedier tutki myös työtä ja vapaa-aikaa suhteessa toisiinsa. Tärkeää on kuinka ihminen suhtautuu omaan itseensä, toisiin sekä koko yhteiskuntaan ja kehittää oppimisen avulla tapaansa tehdä ja elää. (Kurki 32–33.)

Manuel Cuenca Cabeza (2004) näkee vapaa-ajan itsetoteutuksena, oikeutena ja elämänlaatuna (Kurki 2008, 21). Hän on myös kehittänyt neljä vapaa-ajan muotoa.

Cabezan neljä vapaa-ajan muotoa ovat (Kurki 2008, 36)

- autoteelinen
- eksoteelinen
- poissaoleva
- vaarallinen.

Autoteelisella vapaa-ajalla ei tavoitella hyötyä, se on itse toteutusta. Eksoteelinen vapaa-aika puolestaan on väline jonkun tavoitteen saavuttamiseen. Poissaolon vapaa-aika on mitään tekemättömyyden aikaa, jolloin on niin sanotusti tylsää. Vaarallinen vapaa-aika aiheuttaa ihmiselle yksilöllisiä tai sosiaalisia negatiivisia vaikutuksia. Näistä vain autoteelinen vapaa-aika on todellista vapaata aikaa ja sillä on Cabezan mukaan viisi ulottuvuutta:

- virkistävä
- luova
- ympäristöllis-ekologinen
- juhla
- solidaarisuus.

(Kurki 2008, 36–37.)

Jokainen vapaa-ajan muoto on liitettävissä myös urheilumatkailuun, sillä matka voi sisältää itse toteutusta, tavoitteisiin pyrkimistä, tylsää aikaa sekä mahdollisesti negatiivisiakin vaikutuksia. Lisäksi jokainen autoteelisen vapaa-ajan ulottuvuus on jollain tavoin liitettävissä myös urheilumatkailuun. Virkistävä ulottuvuus käsittää kaiken ihmistä virkistävän tekemisen. Juhlan ulottuvuus taas nähdään vastakohtana arkielämän rutiineille. Lisäk-

si luovuuden ulottuvuus on liitettävissä urheilumatkailuun silloin, kun luovuutta ei käsitetä kuuluvaksi vain niin sanotun korkeakulttuurin piiriin. Luovuttaa voi urheilumatkailussa käyttää muun muassa kannustamisessa. Ympäristöllis-ekologinen ulottuvuus voidaan urheilumatkailussa ottaa huomioon muun muassa matkan kulkuvälineiden sekä majoituspaikan kohdalla. Vapaa-ajan muodoista sekä ulottuvuuksista voi urheilumatkailijasta ja matkasta riippuen jokin puuttua tai jokin esiintyä dominoivampana eli vahvempana vaikuttajana kuin muut.

3 URHEILUMATKAILU JA URHEILUTAPAHTUMAT

Urheilumatkailu kohteita on maailmassa paljon. Erityisen suosittuja ovat erilaiset huippu-urheilu tapahtumat, joissa myös yleisöllä on entistä suurempi merkitys (Vehmas 2010, 48). Lentopallomatkailua voi harrastaa Suomessa ja ulkomailla. Kiinnostus etenkin lentopallon miesten maajoukkueen edesottamuksiin kasvoi vuoden 2007 EM-kisojen hyvän menestyksen myötä ja kiinnostus fanimatkoja kohtaan nousi myös huomattavasti (Mattila, haastattelu 1.11.2010). Laajan vetovoiman omaavaa urheilumatkailua kutsutaan joskus jopa moderniksi pyhiinvaellukseksi, sen samankaltaisten piirteiden vuoksi (Gammon 2004, 30–32).

3.1 Urheilumatkailu modernia pyhiinvaellusta

Urheilumatkailunähtävyyksiin ja muihin vetovoimaisiin urheiluun liittyviin paikkoihin, kuten tapahtumiin, matkustamista on verrattu pyhiinvaelluksiin.

Gammon (2004) toteaa, että termi pyhiinvaellus (*pilgrimage*) on vuosien saatossa laajennettu koskemaan melkein mitä tahansa matkaa, jolla on matkailijalle jokin henkilökohtainen tai yhteisöllinen, mahdollisesti myös maallinen, merkitys. Pyhiinvaellusten henkinen merkitys ihmisille on ollut syvä jo yli kahden vuosituhannen ajan. Vaikka tämän päivän pyhiinvaellukset eivät välttämättä ole yhtä pitkiä ja vaivalloisia, ne herättävät silti yhtä vahvoja tunteita.

Pyhiinvaeltajat ja turistit käyttävät nykyisin samankaltaisia matkustustapoja. Turismin on ehdotettu olevan yksi pyhiinvaelluksen muodoista (Cohen, 1992; Graburn, 1989; MacCannel, 1999; Urry, 1990). Vuotuinen, rituaalinen pako arjesta, paikkaan, jossa eivät päde rajoitetut yhteiskunnalliset ja ajanmukaiset (*temporal*) säännöt, on arvioitu vastaamaan näennäisuskonnollisia kokemuksia. (Gammon 2004, 30–32.)

Moderneilla pyhiinvaelluksilla, urheilumatkoilla, mennään katsomaan ja kannustamaan urheilijaa tai joukkuetta suurina ryhminä, tavoitteena saada elämyksiä matkan ja tapahtuman avulla. Matkan aikana koetaan myös vahvoja tunteita kuten pettymystä ja iloa. Faniutta on myös varovasti verrattu uskonnon harjoittamiseen monien yhteisten piirteiden vuoksi (ks. Faniikirja 2008. Teemu Taira. Uskonto ja fanius 121–141).

3.2 Urheilumatkailukohteet ja – tapahtumat

Urheilu jaetaan yleensä harrastus-, kilpa- ja huippu-urheiluun (Vehmas 2010, 47). Ilmasen ym. (2004) mielestä urheilun viihteellisyydestä on tullut nykypäivänä tärkeää ja merkittävänä syynä tähän on etenkin huippu-urheilun muuttuminen yhä ammattimaisemmaksi yritystoiminnaksi ja taloudellista hyötyä tavoittelevaksi. Sponsoreiden tuki ja median tuoma näkyvyys ylläpitävät näitä huippu-urheilutuotteita. Huippu-urheilu ja – tapahtumat nauttivat maailmanlaajuista suosiota. Myös Heinilän (2000) mukaan yleisön rooli on huippu-urheilun myötä korostunut voimakkaasti, sil-

lä ilman yleisön kiinnostusta ei huippu-urheiluakaan olisi. (Vehmas 2010, 48.)

Megatapahtumilla, kuten Olympialaisilla, on paljon sitoutuneiden urheilun tuntijoiden (*connosseur*) matkailijoiden arvostamia piirteitä, kuten perinteikkyyks, historiallinen merkitys ja tietynlainen tapahtumaa ympäröivä mystiikka. Megatapahtumat voidaan jakaa maantieteellisten ja ajallisten määreiden perusteella: Tapahtumiin, jotka esiintyvät kausittain joko säännöllisin tai epäsäännöllisin väliajoin ja tapahtumiin, jotka pidetään aina samassa paikassa (esimerkiksi Wimbledonin tennisturnaus). (Standeven & De Knop 1999, 111–112.)

Olympialaiset ja jalkapallon maailman cup keräävät eniten katsojia kuin mitkään muut tapahtumat maailmassa. Pelkät liput näihin tapahtumiin ovat niin hintavia että paikalla ovat usein todelliset urheilun tuntijat, joille urheilu merkitsee paljon. (Standeven & De Knop 1999, 112.)

Urheilutapahtumat eivät rajoitu ainoastaan arvostettuihin otteluihin ja eksoottisiin tai kaukaisiin kohteisiin vaan kansalliset, alueelliset ja paikalliset joukkueet keräävät myös toistuvasti innokasta yleisöä kannustamaan yksittäisiä pelaajia tai joukkuetta. (Standeven & De Knop 1999, 114.)

Suomen kaltaisessa maassa, jossa urheilu on yleinen harrastus ja sitä pidetään tärkeänä osana kansalaisuutta, (Liite 1 ja 2) myös alueellisilla ja paikallisilla tapahtumilla on tietty määrä uskollisia kannattajia. Katsojamäärät riippuvat tietysti paljon lajista.

Urheilun seuraamisesta paikan päällä saadaan tietoja eri lajiliittojen kautta. Tilastoja tehdään yleensä jokaisessa lajissa sarja- ja suurkilpailukohtaisesti, myytyjen pääsylippujen perusteella. Näiden tilastojen tekotavat kuitenkin vaihtelevat lajeittain ja osittain lajien sisällä, jolloin niiden luotettavuus ja vertailumahdollisuudet kärsivät. Tarkempia tietoja urheiluyleisöstä, kuten vapaa-ajanviettotapoja, voi saada myös esimerkiksi Tilastokeskuksen tai Suomen Liikunta ja Urheilu Ry:n (SLU) tekemistä väestötutkimuksista. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 37.)

3.3 Lentopallomatkuilu

Lentopallon SM-liigan kaikkien sarjavaiheiden yhteenlaskettu keskiarvolinen katsojamäärä kolmen viimeksi kuluneen kauden kohdalla (07/08–09/10) on naisten osalta kausittain noin 3000 henkilöä sekä miesten osalta noin 5000 henkilöä (Liite 5). Tilastot eivät kuitenkaan ole täysin luotettavia sillä kaikilta kausilta ei ole tilastoitu jokaisen sarjavaiheen yleisömääriä. Tämän vuoksi katsojamäärien kausittainen vaihtelu vääristyy hieman.

Miesten lentopallomaajoukkueen kansainvälinen lentopallomenestys on siivittänyt ulkomaille suuntautuvien fanimatkojen osallistujamäärät kasvuun (Mattila, haastattelu 1.11.2010).

Miesten Maailmanliigaa on pelattu vuodesta 1990 lähtien ja Suomi on ollut mukana vuosina 1993 ja joka vuosi 2006 lähtien. Vuosina 2006–2009

Suomen sijoitus maailmanliigassa vaihteli 7–8 joukosta 10–12 joukkoon, vuonna 2010 sijoitus oli kolmastoista. (Lentopallokirja 2010, 244–247.)

EM-kisoissa Suomen miesten maajoukkue on ollut mukana 13 kertaa. Joukkueen sijoitukset ovat vaihdelleet 7.1–7. välillä paitsi huippuna 4. sijoitus vuonna 2007 (Lentopallokirja 2010, 273), jolloin lentopallon fanikulttuuri sai aivan uusia ulottuvuuksia ja keräsi yhteensä yli 300 hengen fanijoukon katsomoon (Pallo lentää 2008, 67). Tämän jälkeen lentopallomaajoukkueesta kiinnostuttiin enemmän myös mediassa ja lajille saatiin arvokasta näkyvyyttä sekä uudenlaista arvostusta urheilumaailmassa. Kiinnostuksen nousu näkyy myös maailmanliigan katsojaluvuissa (Taulukko 1), joissa on vuoden 2008 ja 2009 kohdilla selvä nousu, samoin kuin ulkomaan fanimatkalaisten määrien kasvussa (Mattila haastattelu 1.11.2010).

Taulukko 1 Maailmanliigan Suomessa pelattujen otteluiden yleisön katsojamäärät (Mattila sähköpostiviesti 19.11.2010)

Vuosi	Yhteensä	Ottelu keskiarvo
2006	21 065	3 511
2007	22 710	3 785
2008	26 970	4 495
2009	28 005	4 668
2010	23 000	3 833

MM-kisoihin, joita pidetään neljän vuoden välein, Suomen miesten maajoukkue on päässyt kuusi kertaa. Viimeksi tämä tapahtui vuonna 1982. (Lentopallokirja 2010–2011 2010, 267.) Olympialaisissa Suomi ei ole ollut koskaan, mutta unelma kisoihin pääsystä elää vahvasti fanien ja fanimatkalaisten mielissä. Seuraava mahdollisuus tarjoutuu vuonna 2012 Lontoossa, joka olisi monelle fanille todellinen unelmien täyttymys (Mattila, haastattelu 1.11.2010; Liite ¼, kysymys 20.)

Lentopallon ulkomaan fanimatkoja on järjestetty pienimuotoisesti jo 1970–1990 luvuilla. Vuonna 2006, Sami Mattila aloitti virallisesti matkajohtajan tehtävät lentopalloliiton nimissä matkalla Viron Rakvereeseen, jossa pelattiin EM-kisojen jatkokarsintojen ensimmäinen osaottelu Viroa vastaan. Tällöin mukana oli lähes 100 matkailijaa. Suomen varmistettua samana syksynä lopulta paikkansa Moskovan EM-kisoihin 2007, Mattila aloitti ryhmän keräämisen jo samana syksynä vuotta etukäteen ja sai lopulta kasaan paikan päälle yhteisellä fanijunalla yli 300 henkilöä. Turkin EM-kisoissa syyskuussa 2009 suomalaisia saapui kisoja seuraamaan noin 350 henkilöä. Seuraaviin Itävallassa järjestettäviin lentopallon EM-kisoihin odotetaan jopa 400–500 fanimatkailijaa. (Mattila, haastattelu 1.11.2010).

3.4 Urheilumatkailun tutkimus

Vehmaan (2010, 54–55) mukaan urheilumatkailua koskeva kirjallisuus on tähän asti painottunut usein joko urheilumatkailun määritelmiin ja kategoriointiin tai analysointeihin matkailun aiheuttamista poliittisista ja taloudellisista vaikutuksista. Hinchin ym. (2006, 10) mukaan liikuntamatkailu on huomioitu kansainvälisellä tasolla noin 15–20 vuotta, mutta ilmiönä se on vielä hyvin vieras. Gibsonin (2002) mukaan kansainvälisiä tutkimuksia on tehty erityisesti pohjoisamerikkalaisen tyylin mukaan urheilumatkailun taloudellisista vaikutuksista ja eurooppalaisen tyylin mukaan aktiivisesta liikuntamatkailusta. Liikuntamatkailusta ja –matkailijoista tehtyjä kategoriointeja on käytetty apuna liikuntamatkailun moninaisten vaikutusten tutkimisessa. (Vehmas 2010, 54–55.)

Etenkin katsojia ja yleisöä on tutkittu vähän, vaikkakin sen rooli urheilulle on todella merkittävä. Tehdyt urheiluyleisöjen tutkimukset keskittyvät selvästi jalkapallon ja huliganismin yhteyksiin. Suomessa vähäinen kiinnostus yleisöjen tutkimiseen voidaan selittää osittain katsomoturvallisuuden hyvästä huolehtimisesta ja urheilun seuraamiseen ja penkkiurheilun käsitteeseen usein liitetystä passiivisuudesta. (Heinonen 2001, 7–9.) Heinonen ja Godenhjelm (2001) ovat tehneet teoksen Ohranjyvä silmässä, joka sisältää monipuolisen tutkimuksen urheiluyleisöstä ja erityisesti katsojien suhteesta alkoholiin useaa eri menetelmää käyttäen

Liikunta- ja urheilumatkailun tutkimisessa huomiota ollaan nyt siirtämässä asiakasprofiileista ja urheilumatkojen jaottelusta erilaisten miksi kysymysten selvittämiseen. Enää ei tyydytä vain luonnehtimiseen vaan ollaan kiinnostuneita koko urheilumatkailu ilmiöstä ja etenkin siitä miksi liikunta- ja urheilu otetaan osaksi matkaa. (Vehmas 2010, 54–55.)

4 URHEILUMATKAILUUN VAIKUTTAVAT OSATEKIJÄT

Urheilumatkailuun on joko suoraan tai välillisesti yhteydessä monta osatekijää. Tällaisia tärkeitä osatekijöitä ovat globalisaatio, vapaa-aika, teknologian kehitys, alakulttuurit sekä erilaiset urheiluun, matkailuun ja vapaa-aikaan liittyvät trendit ja muutokset.

4.1 Globalisaatio ja vapaa-aika

Higham & Hinch (2009, 10) toteavat, että globalisaatio ja kasvanut liikkuvuus ovat muuttaneet ihmisten arvomaailmaa ja koko näkemystä elämään. He esittävät kaksi pääasiaa, jotka nousevat esille urheilun ja matkailun sekä globalisaation keskinäisistä suhteista: Globalisaation mahdollinen johtaminen homogeenisuuteen eli samanlaistumiseen sekä alueellisten rajojen häviämiseen. Rajojen poistuminen taas liittyy ennen suosiossa vallitsevien isänmaallisten pelien ja lajien väistymiseen yleismaailmallisien lajien tieltä ja maailmanlaajuisten urheilun alakulttuurien syntyymiseen (Higham & Hinch 2009, 10, 260.)

Vapaa-aika, urheilu ja matkailu ovat läheisesti toisiinsa liittyviä käsitteitä. Vapaa-aikaan yhdistettävänä toimintoina urheilu ja matkailu voidaan nähdä vapaa-aikaan sisältyvinä. (Hinch ym. 10–11.) Urheilun seuraamisen suuri lisääntyminen kytkeytyy voimakkaasti teollistumiseen 1800-luvulla ja yhteiskunnan rakennemuutokseen sekä sitä kautta vapaa-ajan lisääntymiseen (Turtiainen 47, 2008).

Viime vuosikymmenellä on ruvettu puhumaan niin sanotusta vakavasta vapaa-ajasta. Stebbins (1992; 1997) on kehittänyt vakavan vapaa-ajan mallin (taulukko 2), joka koskee liikunta- ja urheilumatkailijoiden vapaa-ajan valintaperusteita, joita muun muassa Jones ja Green (2006) ovat tulkinneet. Mallin taustalla ovat ensinnäkin toiminnasta saatavat hyödyt, jotka ovat suuremmat kuin siitä koituvat kustannukset. Saatujen hyötyjen avulla, kerätään kaikenlaista elämässä tarvittavaa pääomaa aina taloudellisesta ja sosiaalisesta symboliseen. Seuraavaksi valintoihin vaikuttavina toimintoihin sitouttavina tekijöinä ovat sosiaalinen paine ja kulttuurinen normisto. Nämä tekijät vaikuttavat muun muassa elämäntapoihin ja velvollisuuden ja suorittamisentunteisiin, asettamalla valinnoille puitteet ja säännöt. Lisäksi sosiaalinen samaistuminen toimii perusteena valinnoille, tuodessaan mahdollisuuden identiteetin kehittämiseen sekä yhteisöllisyyden ja johonkin kuulumisen tunteiden kokemiseen. Nämä liikunta- ja urheilumatkailuun liitettävät sosiaalisen samaistumisen tekijät, tuovat nykyaikana sosiaalista ja yhteisöllistä sisältöä, joka aikaisemmin, ennen postmodernia aikaa, löydettiin usein perheen, työn ja uskonnon yhteisöjen piireistä. (Vehmas 2010, 41–42, 48.)

Taulukko 2 Stebbinssin (1992; 1997) kehittänyt vakavan vapaa-ajan malli (Vehmas 2010, 30.)

	Vakava vapaa-aika	
Hyöty	Sosiaalinen paine ja kulttuurinen normisto	Sosiaalinen samaistuminen
Taloudellinen pääoma Energia- ja fyysinen pääoma Sosiaalinen pääoma Kulttuurinen pääoma Symbolinen pääoma	Suorittaminen Velvollisuus Tavoitteet ja unelmat Rationaliteetti Elämäntapa	Yhteisöllisyys Kiinnittyminen Identiteetin ja elämäntyylin muokkaus

Vakavaan vapaa-aikaan voidaan liittää myös seuraavia piirteitä, jotka eivät välttämättä kaikki sisälly kaikkiin eri vakavan vapaa-ajan toimintoihin:

- Toiminta sisältää yleensä pitkäjänteisyyttä ja periksiantamattomuutta.
- Pitkäaikaisen uran kehittyminen, saavutusten tai palkintojen saavuttaminen
- Henkilökohtainen vaivannäkö

- Kestävät toiminnasta saatavat hyödyt
- Ainutlaatuinen ilmapiiri jonka toiminta sisältää ja joka muodostuu sen ympärillä olevasta sosiaalisesta ympäristöstä ja ihmisistä, joita voidaan kutsua selvästi tunnistettaviksi ryhmiksi. Näillä ryhmillä on omat normistonsa, arvonsa, käyttäytymismallinsa ja joskus jopa kielensä; (Huolimatta siitä, ettei tämä sosiaalinen ympäristö tarjoa virallista jäsenyyttä).
- Sosiaalisen identiteetin muodostuminen, joka tuo yksilölle yhteenkuuluvuuden tunteen, joka edesauttaa kokemaan itsetuntoa sekä oman itsen arvokkaaksi kokemista.

(Jones & Green 2006, 35–37.)

Stebbins (1992) jakaa vakavan vapaa-ajan aktiviteetteihin osallistujat kolmeen osaan (Jones & Green 38–39):

- amatööreihin
- harrastajiin
- vapaaehtoisiiin.

Amatöörit ottavat mallia ammattilaisista ja pyrkivät saavuttamaan heidän asettamansa perustason. Harrastajalla ei ole ammatillista vastakohtaa kuten amatööreillä. Harrastajiin voidaan lukea muun muassa nostalgiamatkailijat ja katsomaan ja kannustamaan lähtevät matkailijat. Vapaaehtoinen on henkilö joka tuottaa palvelua saamatta materiaalista ansiota. (Jones & Green 2006, 38–39.) Tämän määrittelyn perusteella lentopallofanimatkaailijat ovat harrastajia ja matkanjärjestäjät vapaaehtoisia. Amatöörit puolestaan viittaavat lähinnä aktiivisiin urheilumatkailijoihin.

4.2 Teknologian kehitys

Urheilun kuluttaminen on monella tapaa muuttunut aktiivisemmaksi erityisesti Internetin myötä tulleiden mahdollisuuksien kautta (Heinonen 2001, 10). Turtiainen (2008) näkee mediaurheilun kuluttamisen tapahtuneen kahden murroksen, urheilun medioitumisen (kaupallistuminen, tuoteistuminen ja sponsorointi) ja digitalisoitumisen, kautta. ”Puhtaan urheilun” puolestapuhujat vieroksuivat tätä viihteellistymistä ja sen mukanaan tuomia passivoivia kotikatsomoita sekä urheilun aikataulu- ja sääntömuutoksia. Syyt paikannettiin kilpaurheilun laajenemiseen, kansainvälistymiseen ja erityisesti joukkotiedotusvälineisiin. Tältä murroskaudelta ovat pitkälti peräisin urheilun seuraajiin liitettävät negatiiviset mielikuvat. ”Internetin myötä on löydetty mahdollisuudet kokea urheilua uusin tavoin ja tuottaa sisältöä myös itse. Samalla näkemys urheilun seuraamisesta ja kuluttamisesta on muuttunut aktiivisemmaksi. (Turtiainen 2008, 57, 65.)

Urheilun monipuolinen seuraamisen mahdollisuus medioiden kautta, on varmasti osaltaan lisännyt kiinnostusta lajeihin ja tätä kautta mahdollisesti innostanut ihmisiä harrastamaan sekä matkailemaan enemmän myös tapahtumiin. Toki uudet urheilun seuraamismahdollisuudet voivat vaikuttaa

myös päinvastaisesti ja urheilumatkailu jätetään niiden vuoksi vähemmälle, kun kotoa käsin voi seurata television ja Internetin kautta urheilua helposti.

Raymond Boyle ja Richard Haynes (2004) ovat havainneet, että urheilutaapahtuman seuraaminen paikanpäällä on monella tapaa verrattavissa ”kotikatsomoelämykseen”. Pelikenttien laidoilla on ruokatarjoilut ja isot televisioruudut. Näistä ominaisuuksista huolimatta ”--paikanpäälle löytävä katsoja menee ennen kaikkea osallistumaan otteluun ei vain seuraamaan sitä.” (Turtiainen 2008, 61.) Osallistumisen, kannustamisen ja tunnelman houkuttelevuus on täten merkittävä vetovoima- ja motiivitekijä urheilun paikanpäällä seuraamiseen.

Turtiaisen mukaan (2008) uudenlaisia tapoja toteuttaa faniutta syntyy jatkuvasti. Saksassa vuonna 2006 järjestetyissä jalkapallon MM-kisoissa järjestettiin Fan Fest- ilmaistapahtumia jokaisessa kisakaupungissa. Näissä tapahtumissa ihmiset kerääntyivät kaduille isojen screenien ääreen juhlimaan ja kannustamaan yhdessä melkein kuin olisivat itse kentän laidalla katsomossa. Jaettu kokemus ja tunnelma olivat merkittävimpiä syitä näille julkisille katsomokokoontumisille. ”Sosiaalisen kanssakäymisen virtuaalisten muotojen, keskustelufoorumeiden syövereistä kömmittään takaisin reaaliyhteisöllisyyden pariin.”

Myös uudenlaiset sosiaalisuutta korostavat internet-palvelut ovat nostaneet suosiotaan. Turtiainen (2008) toteaa, että ”nämä yhteisöllisyyttä painottavat sovellukset kuluttajien omine tuotoksineen tukevat julkista faniutta ja sen harjoittamista siinä missä Fan Festin kaltaiset tapahtumatkin”.

Virtuaalisten, teknologian tuomien, mahdollisuuksien ja livekokemusten hankkimisen ei kuitenkaan tarvitse olla toisiaan pois sulkevia vaan kumpikin voi halutessaan harrastaa mieleisessään suhteessa ja toisiaan täydentäen. (Turtiainen 2008, 62.)

4.3 Alakulttuurit

Tapahtuman laajentamisella tai sen yhteyteen lisätyillä palveluilla pyritään houkuttelemaan enemmän kävijöitä. Lisät muodostavat pohjan promootiolle eli myynnin edistämiseksi silloin, kun hyödyt ja ne vetovoimaisiksi kokevat potentiaaliset kävijät tunnistetaan. Näiden tekijöiden tunnistamiseksi on syytä tutkia kävijöiden suhteita eli identifikaatiota lajien alakulttuureihin. Alakulttuurit ovat olennaisia kulutusarvojen välittäjiä. Tutkittaessa identifikaatioiden ja alakulttuurien yhteyttä saadaan ehdotuksia tapahtuman johtamiseen ja markkinointiin. (Green 2001, 1.) Useat eri tutkijat (Featherston & Hepworth 1984; Lever 1983; Pearson 1979) näkevät urheilun kulutuksen alakulttuurien arvojen ilmentymänä ja edelleen alakulttuureihin osallistumisen (Baldwin & Norris; Donnelly & Young 1988; Haggard & Williams 1992; Kleiber & Kirsnit 1991) identiteetin esittelyn näytämönä. (Green 2001, 3.)

Alakulttuurit voidaan määritellä yhteiskunnan osa-alueiksi, joilla on selkeästi muista erottuvia omanlaisia kulttuuripiirteitä, kuten uskomuksia, arvo-

ja ja ilmaisutapoja. Urheilulajien alakulttuureita on tutkittu jonkin verran (ks. Hugson 1998, *Among the thugs*, Wheaton 2000, *Just do it*, Heinonen 2005, *Jalkapallon lumo.*) (Green 2001, 34). Moni laji on kuitenkin jäänyt vielä tutkimuksien ulkopuolelle.

Alakulttuurit voidaan nähdä sekä suoran eli varsinaisten osanottajien, että epäsuoran eli katsojien ja urheilun kaikenlaisen kuluttamisen osallistumisen kautta. Käsitystä alakulttuureista voidaan hyödyntää helpommin esimerkiksi markkinoinnissa, kohdentamalla sitä eri tavoin suoraan ja välillisesti osallistuville. Jokaisella on kuitenkin oma tapansa osallistua ja kuluttaa alakulttuuria. Alakulttuurien arvot ja uskomukset välittyvät siihen osallistuvien vuorovaikutuksessa. Lisäksi media vaikuttaa alakulttuurien arvojen välittämiseen. Median käyttämät keinot perustuvat paljolti kuvamateriaaliin ja jäävät usein pinnallisiksi jättäen syvällisemmät symboliset merkitykset käsittelemättä. Erilaisten sosiaalisten vuorovaikutusten kautta välitetyt ja vahvistetut arvot, toimivat myös keskeisinä tapahtumien vetovoi-matekijöinä ja täten erinomaisina markkinointikeinoina. (Green 2001, 4–5.) Täyttä ymmärrystä tietystä alakulttuurista on vaikeaa saada ilman perusteellisia monipuolisia menetelmiä käyttäviä tutkimuksia ja itse siihen osallistumatta.

Omaksuessa alakulttuurin identiteetti sitoutuu siihen myös enemmän. Alakulttuuriin osallistumisen vaikutukset näkyvät ensin identiteetin muodotuksessa ja sitten sen vahvistamisessa (mm. Holt 1995.) Sitoutuessa alakulttuuriin aktiviteetti eli toiminta voidaan sisällyttää minä käsitykseen. Identiteetit voidaan jakaa (Shamir 1992) yksilö- ja sosiaali-identiteetteihin. Yksilöidentiteetti kertoo siitä kuinka yksilö itse näkee itsensä ja sosiaali-identiteetti taas miten yksilö kokee muiden hänet näkevän. (Green 2001, 5–6.)

Schenkler jo vuonna 1984 ja Shamir vuonna 1992 havaitsivat, että vapaa-ajan aktiviteetteihin osallistuvien osasyynä valinnoille on halu luoda itselleen tilanteita, joissa he voivat vahvistaa kaipaamaansa identiteettiä. Haggard ja Williams (1992) ovat puolestaan havainneet, että eri vapaa-ajan aktiviteetit yhdistetään erilaiseen piirryhmittymään. Lentopalloilijat yhdistettiin seuraaviin piirteisiin: ”urheilullinen”, ”kilpailuhenkinen” ja ”joukkuepelaaja”. Reppumatkailijat puolestaan tunnistetaan ilmaisulla ”seikkailija”, ”vapaa” ja ”hauskuutta rakastava”. Aktiviteetin valinta kertoo samalla jotain ihmisestä eikä kriteerinä ole pelkästään nautinnon etsiminen (Green & Chalip 1998, 281.) Vaikka nämä piirteet ovat selvästi tarkoitettu koskemaan aktiviteettia itse harrastaville, ne kertovat millaisia piirteitä aktiviteettien ja lajien alakulttuureihin liitetään.

Urheilun alakulttuureihin voi osallistua sekä aktiivisesti että passiivisesti (Green 2001, 4), samalla tavoin kuin urheilumatkailuunkin. Myös alakulttuureihin osallistuminen toteutuu eri yksilöillä eri tavalla ja aktiivinen ja passiivinen sekoittuvat keskenään eri suhteissa (Green 2001, 4). Alakulttuureihin liittyy usein rituaaleja. Alakulttuurit ja niiden arvot voivat kärjistetysti näyttää olevan ristiriidassa valtakulttuurin kanssa, mutta usein ne ovat vain muunnelmia valtakulttuurista. (Heinonen 2005, 244).

Heimot voidaan Määttälän (2010) mukaan nähdä postmoderneina yhteisöinä, jotka yrittävät elvyttää kadonnutta yhteisöllisyyttä. Määttälä on todennut Covanin (1997) ajatuksia heimoista. Heimon jäseniä yhdistävät tietyt tekijät, joita ovat ”jaetut tunteet, elämän tyylit, uudet moraaliset uskomukset, kulutustottumukset tai epäoikeudenmukaisuuden tunteet”. Yksilöt kuuluvat useaan heimoon ja yksilön roolit vaihtelevat heimon mukaan. (Määttälä 2010, 4.)

Heinosen (2005, 246) mukaan yhteisöille, kuten heimoille, tyypilliset yhteisyyden muodot voidaan jakaa toiminnalliseen eli varsinaiseen toiminnan kautta syntyneeseen ja symboliseen eli yhteenkuuluvuuden kautta syntyneeseen yhteyteen. Yhteisöllisyydestä voidaan sanoa tulleen nykyaikana itsessään arvostettu tavoite, yhteisöjen, perinteiden ja yhteisöllisyyden kadotessa monelta elämän osa-alueelta. (Heinonen 2005, 246–247.) Maguire (1993) on viitannut globalisaation ja lisääntyneen liikkuvuuden tuomaan identiteettikriisiin, joka taas on osittain seuraamusta kansallisen yhteisöidentiteetin eroosiosta (Green 2001, 7–8). Sosiaalisesta identiteetistä tulee Shamirin (1992) mukaan erityisen tärkeä silloin kun se ilmaisee tai vahvistaa yksilön taitoja ja kykyjä, kun se tuottaa yksilölle sosiaalista tunnustusta ja kun se vahvistaa ydin arvoja ja uskomuksia (Jones & Green 2006, 39).

4.3.1 Fanikulttuuri

Harri Heinosen (2005) mukaan fani on Suomen kielen ilmaisuna varsin neutraali, sillä urheilun kohdalla sillä voidaan tarkoittaa harrastajaa tai yleisöä. Jalkapallofaneista puhuttaessa ilmaisu yhdistetään usein huliganeihin. Fanius ilmiönä taas yhdistetään erityisen usein populaarikulttuuriin sekä urheiluun. (Heinonen 2005, 28.) Turtiainen (2008) lainaa Crawfordia (2004), joka on todennut kannattaja termiä pidettävän fania vahvempana ja latautuneempana ilmaisuna. Myös faniuden toteutustavat nähdään Henry Jenkinsin (1992) mielestä hyväksyttävämpinä kuin kannattajien. ”Fani-käsite on sekin kohdannut omat ennakkoluulonsa ennen arkipäiväistymistään. Stereotyyppisissä kuvauksissa fanius on nähty liiallisena, häiriintyneenä ja rajoittuneena eli kaikin tavoin poikkeavana käyttäytymisenä--”. Nykyisin fani voi olla kuitenkin melkein kuka tahansa jollain tasolla fanituksen kohteeseen sitoutunut henkilö. (Turtiainen 2008, 63–64.)

Urheilua seuraavaa saatetaan kutsua urheilufaniksi, mutta Riikka Turtiaisen näkemyksen mukaan fanin suhde kohteeseensa on selvästi yksilöidympi. Urheilua aktiivisesti seuraavilla löytyy kuitenkin melkein poikkeuksetta jokin suosikki laji joka menee ylitse muiden. Turtiainen (2008) lainaa Harri Heinosta (2003) todeten että tietyllä tavalla kaikki urheilua seuraavat ovat faneja. Joka tapauksessa urheilu ja fanius liittyvät vahvasti toisiinsa, joten niiden tutkimistakaan ei voida totaalisesti eriyttää. (Turtiainen 2008, 66.)

Nicholas Abercrombien ja Brian Longhurstin mukaan (1998) fanit voidaan jakaa sitoutumisasteen, materiaalin tuottamisen ja sosiaalisen vuorovaikutuksen mukaan. Jaottelussa ensin on urheilun kuluttaja, sitten fani ja kaikkien ylimpänä urheilumateriaalin pientuottaja, joka voi tehdä esimerkiksi

epävirallisia urheilujulkaisuja ja perustaa Internet-sivustoja. (Turtiainen 2008, 54–55). Useiden eri tutkijoiden mielestä (Nikunen 2003, Hirsjärvi 2003, Barker 2006) tämä Abercombien ja Longhurstin jaottelu yksinkertaistaa liikaa. Kulutussosiologi Garry Crawford (2004) on kuitenkin vienyt kategorisoinnin muutaman asteen pidemmälle ja nostanut pientuottajaa ylemmäksi vielä kaksi faniuden muotoa, jotka ovat ammattilainen ja apaaraatti. Ammattilaiset osallistuvat aktiivisesti fanitoimintaan, kun taas apaaraatit ovat muodostaneet faniudesta jopa uran esimerkiksi manageroimalla seurajoukkuetta. (Turtiainen 2008, 55.)

Lentopallon fanimatkaajat voidaan jakaa edellä mainittujen termien mukaan sitoutumisasteiden perusteella. Urheilumatkojen järjestäminen puolestaan voidaan sijoittaa tämän jaottelun mukaan, joko ammattilaisten tai aparaattien ryhmään riippuen onko toiminta palkallista vai ei. Lentopalloliiton fanimatkojen järjestäminen perustuu palkattomaan vapaaehtoisuuteen, joten sen järjestämiseen osallistuvia voidaan kutsua faniuden ammattilaisiksi.

Heinonen (2005, 252) kommentoi Schulzen (1996;1997) sekä Csikszentmihalyin (1991) oletuksia kulttuurin kehikon ja näin ollen identiteetin ja elämän pohjan katoamisesta, sanoen ”Nykyajassa jokaisen yksilön täytyy itse rakentaa käytössä olevien työkalujen avulla itselleen merkityksellinen sekä nautinnollinen elämä”. Schulzen (1997) termejä lainaten, postmodernille elämisyhteiskunnan jäsenelle on tyypillistä olla ”valitsija”, jolla on yhtä aikaa vapautta sekä valinnanvaikeutta pakon alla. Schulchen mukaan valintojen ollessa rajoitetut mietitään mitä on mahdollista tehdä ja valintojen vapautuessa taas mitä halutaan tehdä. (Heinonen 252–253.)

Faniuden voi nähdä merkityksellisyyden etsimisenä ja hallittavissa olevana sitoutumisena kiinnostuksen kohteeseen. Heinonen on todennut J.P. Roossin (1987) elämäkertatutkimusten perusteella elämäntapojen muuttuneen selvästi sotien jälkeisillä sukupolvilla elämän välttämättömyyksiä puuttuessa. Elämän tulee olla mielenkiintoista ja miellyttävää ollakseen hyvää. (Heinonen 2005, 253.)

4.3.2 Penkkiurheilukulttuuri

Turtiainen (2008) pohtii penkkiurheilun kehitystä sekä terminä että käytäntönä. Penkkiurheilu nähtiin pitkän aikaa pelkästään negatiivisena, urheilun aidoista arvoista vieraannuttavana kansanviihteenä, joka oli tulosta teknologian kehityksestä ja urheilun viihteellistymisestä. Nimenomaan urheilufaniuden kohdalla on korostettu ääri-ilmiöitä, kuten passiivisuutta ja huliganismia. Penkkiurheilun termi tuotiin ensi kerran julkisuuteen Helsingin Sanomissa vuonna 1931. Termiä käytettiin leikkisästi aktiivisen urheilun perässä kulkevana harrastuksena. Alun perin termin ajatellaan Suomessa viittaavan nimenomaan urheilukatsomoiden penkkeihin, sillä termiä on käytetty jo ennen television Suomeen tuloa. (Turtiainen 2008, 44–46.)

Liikuntasosiologi Kalevi Heinilä koki 1950-luvun lopulla penkkiurheilun olevan myötäelämistä ja ajanvietettä, mutta huomasi urheilun seuraajien

usein olevan myös urheilun harrastajia. Vielä vuonna 1985 Heinilä kuvaili penkkiurheilua yhä kielteisemmin kilpaurheilun nousun, kansainvälistymisen ja etenkin median kautta muodostuneeksi ”loisilmiöksi”. Samoihin aikoihin, myös liikuntatieteelliseltä katsantokannalta penkkiurheilu nähtiin urheilun eetoksen eli perinteisen ajatusmaailman uhkaajana: Terveydellisiä haittavaikutuksia ja rappiollisuutta aiheuttavana tekijänä. Heinilä (1985) pelkäsi urheilun muuttuvan viihdeteollisuudeksi, joka entisestään vieraantuisi urheilun perinteisistä arvoista. Heinilä jatkaa samaa linjaa vuonna 2000 väittäen, että yhteiskunta on kykenemätön tarjoamaan varsinaista haasteellista elämää, jolloin yksilöt turvautuvat sijaiselämiseen. Arto Tiihonen (1992) puolestaan näkee penkkiurheilun ”katsomoiden kuolemisenä” 1970-luvulta lähtien, jolloin television kautta näytettyyn urheiluun saapuivat modernit hienoudet, kuten hidastukset. Myös ”penkkiurheilumaku” muuttui Kosken (1998) mukaan kaupungistuneen eli urbaanin yksilön myötä enemmän toimintaa kaipaavaksi; esimerkkinä annetaan yleisömääräkehityksen perusteella jääkiekon nousu ja hiihdon lasku.

Teijo Pyykkösen (2003) mielestä kannattajat ovat vallanneet yhä enemmän tilaa urheilukisoissa. Lisäksi Pyykkönen toteaa tapahtumien houkuttelevan katsojia tekemällä niistä jokaiselle jotakin – periaatteella toimivia paikkoja, jossa ei passiivisuudesta ole enää tietoaakaan. Urheilun eetoksen vaalijoita uudenlainen aktiivinen penkkiurheilukulttuuri ei miellytä, mutta Turtiaisen (2008) näkemyksen mukaan todellisuudessa ”Suomessa penkkiurheilun kehitys on kansainvälisesti verrattaessa pahasti jälkijunassa”. Heinonen (2005) on verrannut miespuolisia penkkiurheilijoita satuhahmo Peter Paniin, todeten penkkiurheilun tarjoavan aikuisille paon aikuisuudesta. Boyle ja Haynes (2000) ehdottavat puolestaan televisioidun urheilun olevan ”miesten saippuaopperaa”. Tämänkaltaiset näkemykset sivuuttavat naiset urheilun seuraajina täysin, jonka vuoksi niitä tulee käsitellä varauksellisesti. Kaikki tämä urheilun seuraamisen moralisointi on Turtiaisen (2008) mielestä johtanut urheilun kohdalla yleisön tutkimisen vähyyteen, vaikka sen merkittävä rooli onkin jo todettu. (Turtiainen 2008, 45–52.)

Urheilun kuluttajien liiallinen kategorisoiminen ei välttämättä ole mielekästä. Puolestaan voisi ajatella eri kategorioiden piirteiden sekoittuvan kuluttajissa muodostaen ainutlaatuisia yhdistelmiä. Osa toimii hetken mukaan ilman varsinaista sitoutumista urheiluun tai lajeihin; Osalle kannattaminen ja fanittaminen on merkityksellisempää. ”Tosifaniudelle” ominaista omistautumista ei kuitenkaan ole löydettävissä ”hullaantuneista, mediakulttuurin kuluttajista”, jotka seuraavat trendejä, ja ”kunniametsästäjistä” (*glory hunter*), jotka voivat vaihtaa fanittamisen kohdetta menestyksen tai mediajulkisuuden mukaan. (Turtiainen 2008, 66–67.)

Fanit on perinteisesti nähty aktiivisina kun taas penkkiurheilijat passiivisina. Näistä perinteisistä näkemyksistä on kuitenkin aika siirtyä nykypäivään ja nähdä käsitteiden monimuotoisuus. On mahdollista olla sekä fani että penkkiurheilija monella eri tasolla ja myös samanaikaisesti molempia.

Urheilu- ja faniympäristö ovat otollisia esikuvien syntymiselle ja synnyttämiseksi. Esikuvia voidaan kutsua sankareiksi ja nykyisin useammin myös idoleiksi.

Söderholmin vuonna 1994 toteama ajoituksen merkityksen olennaisuus urheilusankaruuden syntymiselle pätee edelleen. Ajoituksen ollessa oikea yksikin urheilusuoritus voi tehdä uuden idolin. Sankaruus voi kuitenkin kadota yhtä nopeasti kuin sen on saavuttanutkin, yhden urheilusuorituksen tai virheen perusteella, jolloin urheilija joutuu usein julkisen arvostelun kohteeksi. (Söderholm 1994, 175.)

Heinilän (2001) mielestä etenkin kansainvälinen huippu-urheilu yleisö haluaa nähdä voittajia ja sankareita, joiden syntymisessä myös medialla on suuri merkitys. Medioiden, tapahtumien ja penkkiurheilun kautta syntyvä sankareiden todellisuus tuo monille kaivattua pakoa arjesta.

Kun suomalaisella urheilijalla on mahdollisuus nousta sankariksi, paikalla ei usein ole väliä vaan kannustamaan ollaan valmiita lähtemään vaikka toiselle puolelle maapalloa. (Heinilä 2001, 131). Opinnäytetyön tutkimuskohde, lentopallon fanimatkalaiset, ovat tästä hyvänä esimerkkinä: jollei aina varsinaista sankaruutta odoteta niin ainakin jonkinasteista menestystä. Suurempien arvokisojen kohdalla tietenkin myös sankaruuden mahdollisuus on olemassa.

4.4 Muutokset ja trendit

Urheilumatkailuun vaikuttavat sekä matkailun että vapaa-ajan ja urheilun muutokset ja trendit, jotka puolestaan vaihtelevat yhteisöjen, yhteiskuntarakenteiden ja aikakauden mukaan.

Matkailun edistämiskeskuksen, MEK (2010), mukaan tulevaisuudessa matkaillessa kiinnitetään huomiota turvallisuuteen, perinteisiin arvoihin ja hyvänolon saavuttamiseen. Yhteisöllisyyttä haetaan erilaisten heimojen ("perhe, työ, harrastukset jne.") kautta ja sitä kaivataan entistä enemmän. Yhteisöllisyyden ja heimoihin kuulumisen kautta kiinnostus sekä omaa että muita kulttuureja kohden kasvaa. Tulevaisuudessa kehitys useampien ja lyhyempien matkojen tekemiseen kasvaa edelleen. Ympäristöstä huolehtiminen, ekologisuus ja kestävä kehitys ovat merkittäviä tekijöitä matkailijoiden tiedon edelleen lisääntyessä. Matkailijat uskovat verkostoitumisen voimaan ja kokevat sen merkittävänä. "Lisäksi nykypäivän matkailija vaatii yhä yksilöidämpää, sisältörikkaampaa ja omien arvojensa mukaista palvelua."

Net Effectin tekemän tutkimuksen mukaan (2009) matkojen suunnittelussa käytetyimpiä lähteitä ovat Internetin lisäksi opaskirjat sekä muiden antamat suositukset. Internetiä suunnitteluun käyttää 80 prosenttia matkailijoista. (MEK 2010, kulttuurimatkailun kartoitus.)

Dannin (1994) mukaan urheilu ja matkailu tarjoavat kummatkin hyvät puitteet nostalgian syntymiselle. Ne edustavat kumpikin yksilön ja yhteisöllisyyden elämän merkkipaaluja, joita voidaan ajan kuluessa muokata ja

muistaa jopa parempina kuin ne todella olivatkaan. Menneet katsojakokemukset voivat nostaa pintaan vahvoja tunteita, jotka vahvistavat merkityksen ja pysyvyyden tunteita sekä identiteettiä etenkin elämän epävarmoina aikoina (Sedikides, Wildscut & Baden 2004; Schwartz 1987). Entisaikojen ylistys (*glorification*) nykyisyyttä parempana ei ole vain nykyajan ilmiö, sillä sen avulla pystytään vahvistamaan kokonaisten sukupolvien itsetuntoa. Urheilu nostaa pintaan yksilöllisiä ja yhteisiä nostalgisia muistoja. Matkailu voi yhtälailla tuottaa nostalgiaa joko matkailijan omien muistojen pohjalta tai matkailun teollisuuden tuottaman menneitä tapahtumia korostavan tuotteen pohjalta. (Fairley & Gammon 2006, 51–53.)

Nostalgian ilmiön hyödyllisyys urheilumatkailua tutkittaessa huomattiin varsinaisesti vasta 1900- ja 2000-lukujen vaihteessa. Nostalgian ilmenemisen innoittajiksi lasketaan yhä enenevässä määrin myös halu sosiaalisten kokemusten, sekä yksilöllisten että pienissä ryhmissä koettujen, uudelleen elämiseen. Viimeaikaiset tutkimukset ovat tuoneet esille nostalgian merkittävän rooliin urheilumatkailussa, ja siksi se kaipaakin etenkin kvalitatiivista tutkimusta paremman ymmärryksen saamiseksi. (Fairley & Gammon 2006, 51, 54, 62.) Nykyajalle tyypillinen epävarmuus muun muassa talouselämässä, työpaikoilla, turvallisuusasioissa sekä koko maailmaa koskevien ympäristömuutosten vaikutuksissa, ovat kaikki osaltaan lisäämässä nostalgian etsimisen tarvetta.

Turtiaisen (2008, 62) mainitsemien Fan Festien kaltaiset ulkoilmatapahtumat, joilla seurataan live-tapahtumaa screeniltä, voisivat hyvinkin muodostua suosituiksi tulevaisuudessa. Niissä yhdistyvät yhteisöllisyys, aitoa pelitunnelmaa mukaileva ilmapiiri ja lisäksi vielä maksuttomuus. Länsimaiden taloudellisen tilanteen epävakauden jatkuminen tulevaisuudessa voi tuottaa lisäksi innostusta tämänkaltaisiin tapahtumiin. Tapahtumissa ei kuitenkaan voi suoraan osallistua pelitapahtumiin ja tuntee pystyvänsä vaikuttamaan niihin kuten kentän laidalla ollessa.

Etenkin huippu-urheilulle asetetaan nykyisin enemmän menestyspaineita ja viihdearvo vaatimuksia. Itkosen (2004) mukaan ”perinteinen seuralähtöinen kilpaurheilu ja ammattimainen huippu-urheilu ovat kulkeneet omille teilleen. Huippu-urheilu on median ja sponsorien yhteistä julkis-markkinallista toimintaa, jossa toimitaan liikeyritysmäisesti ja jossa talouden keskeisyys on oleellista. Huippu-urheilussa pyritään markkinointialueen optimointiin ja huippu-urheilua toteutetaan sopimusperusteisesti. Huippu-urheilusta on tullut tuote, jonka on menestyttävä ja yllettävä julkisuuteen.” (Vehmas 2010, 48.)

Suomen Liikunta ja Urheilu Ry:n pääjohtaja Jukka Pekkala (2010) on pohjinnut artikkelissaan ”Haluttu Tulevaisuus” koko Suomen liikuntakulttuurissa tulevaisuudessa tapahtuvia muutoksia ja suuntauksia. Ilmastonmuutos tulee vaikuttamaan liikuntatottumuksiin sekä lajien eriarvoistumiseen. Pekkala näkee sosiaalisten medioiden vaikuttavan vahvasti koko liikunta- ja urheilukulttuuriin. Lisäksi Pekkala uskoo yhteisöllisyyden luonteen verkkoyhteisöjen myötä muuttuvan. (Pekkala 2010.) Sosiaalisen median merkitys vapaa-ajan aktiviteettina sekä verkostoitumisen ja tiedonkulun välittäjänä tulee todennäköisesti edelleen kasvamaan tulevaisuudessa.

Pekkala uskoo huippu-urheilun säilyttävän merkittävän asemansa ja suosionsa sekä liiketaloudellisen luonteensa, mutta näkee eettisen ajattelun vaikuttavan sen tulevaan kehitykseen. Elin- ja toimintaympäristöjen muuttuessa nopealla tahdilla kaivataan organisaatioiden toimintatapoihin erityisesti ennakkoinnin ja nopean reagoinnin taitoja. Ratkaisevana tekijänä on liikuntakulttuurin ”henki”, jonka muotoutumiseen vaikuttavat vahvasti liikuntakulttuurin vaikuttajat ja heidän kykynsä innostaa ja kehittää toimintoja kunakin aikakautena. (Pekkala 2010.) Toteutuessaan nämä suuntaukset vaikuttaisivat selvästi myös urheilun ja urheilumatkailun kiinnostukseen. Näiden näkemysten perusteella urheilumatkojen järjestäjienkin tehtäväksi tulisi tulevaisuudessa pitää toimintatavat ajan tasalla ja ennen kaikkea innostaa sekä tuottaa matkailijoille kiinnostavia mahdollisuuksia.

5 URHEILU, SUOMALAISUUS JA IDENTITEETTI

Suomalaisten kansallinen yksilö- ja yhteisöllinen identiteetti ovat saaneet monenlaisia kehityssuuntia urheilun myötävaikutuksella. Oma kiinnostus, kasvu- ja kulttuuriympäristö sekä median antamat kuvat urheilusta ja eri lajien asemasta vaikuttavat myös lajikiinnostuksen syntyyn ja urheilun henkilökohtaiseen ja kansalliseen merkitykseen. Lajikiinnostus ja urheilun merkitys taas vaikuttavat osaltaan edelleen urheilumatkailu-innostuksen syntyyn ja toistuvuuteen.

5.1 Lajien kirjo ja erilaisuus

Liike lajien elementtinä on mahdollisuuksia täynnä. Erilaisten liikkeiden kautta uusia lajeja voidaan kehittää jatkuvasti. Uusia lajeja voi syntyä erilaisten ympäristötekijöiden, välineiden tai ihmisten kykyjen perusteella. Lajiolemuksen tutkimisessa, sisältäen muun muassa ominaiset kulttuuripiirteet ja elämyssisällön, on vielä paljon tehtävää. Selvää silti on, että eri lajit omine kokemusmahdollisuuksineen houkuttelevat erilaisia taustoja omaavia katsojia (samoin kuin harrastajia) lajin pariin. Yhteiskunnan ja voimavarojen kannalta painoarvoa on järkevintä antaa lajeille, joissa toteutuvat moninaiset yhteiskunnallisesti tärkeät liikunnalliset, kasvatukselliset, ympäristölliset ja huippu-urheilun arvot ja joissa suomalaisilla urheilijoilla on paremmat menestymismahdollisuudet. (Heinilä 2001, 169–170.)

Laji-identiteetin perustana ovat lajin säännöt, jotka antavat kehyksen sen ulkoiselle muodolle, sekä elämyksellinen sisältö. Elämyksellinen sisältö voi koostua esimerkiksi mieliala- ja tunnetiloista sekä sosiaalisista, eettisistä tai esteettisistä elämyksistä. Eri lajeilla sisällöt ovat hyvin erilaisia. Urheilun suurta vetovoimaa selittää osaltaan sen monipuolinen lajivalikoima elämyssisältöineen. (Heinilä 2001, 162, 183.)

Urheilu on jatkuvassa muutostilassa ottaen vaikutteita sosioekonomisista voimista, uusista keksinnöistä ja kokeiluista. Thomson (2000) on antanut hyvän esimerkin vaihtoehtourheilumuotojen syntyisestä, joihin kuuluva extreme-urheilu syntyi nimenomaan sääntöjä ja rajoituksia pakoilemalla. (Higham & Hinch 2009, 9.) Urheilun kulttuuri rikastuu lajien kehittyessä ja kokonaan uusia lajeja keksittäessä muokaten samalla urheilumatkailijoiden tottumuksia ja urheilumatkailukulttuuria.

5.2 Lajikiinnostus ja lajien medianäkyvyys

Harrastuksena aikuisten kiinnostus lentopalloon on ollut laskusuuntainen. Suomen Liikunta ja Urheilu Ry:n (SLU) tekemän Liikuntatutkimuksen (2009–2010) mukaan 19–56-vuotiaiden harrastajien määrä on laskenut selvästi vuodesta 1994 lähtien, jolloin tutkimus on aloitettu. Sen mukaan vuonna 1994 harrastajia oli noin 153 000 henkilöä ja vuosina 2005–2006 noin 103 000 henkilöä ja vuosina 2009–2010 ainoastaan 83 000 henkilöä.

Lapsien ja nuorien 3-18-vuotiaiden keskuudessa harrastajien määrä on pysynyt tasaisempana. Vuonna 1995 aktiivisia harrastajia (vähintään kerran

viikossa ja kolmen kuukauden ajan vuodessa) oli 18 000, vuosina 2005–2006 16 500 ja vuosina 2009–2010 myös 18 000. (SLU 2010a; SLU 2010b.)

Lajin harrastaminen on tutkimuksen Internet-kyselyn sekä haastattelujen perusteella selkeä kiinnostuksen herättäjä myös lajin urheilumatkailua kohtaan ottaen huomioon kuinka moni fanimatkalaisista kuului joko lajin nykyisiin tai ex-harrastajiin.

Taloustutkimus Oy:n vuonna 2004 tekemän tutkimuksen mukaan selvä enemmistö, seitsemän kymmenestä suomalaisesta, katselee urheilua ja pitää kansainvälistä menestymistä tärkeänä. Katsotuimpia lajeja tutkimuksen mukaan olivat mäkihyppy (70 %), jääkiekko (68 %), yleisurheilu (66 %), moottoriurheilu (62 %) ja hiihto (59 %). Erityisesti huomattavaa on, ettei jalkapallo ollut seuratuimpien lajien listalla korkealla, vaikka se pelaajamäärillä laskettuna on suosituin. (SLU n.d.)

Kansallisen liikuntatutkimuksen mukaan vuonna 2005–2006 paikanpäällä seuratuimpia lajeja yleisömäärällä mitattuna, 19–56-vuotiaiden keskuudessa, olivat jääkiekko, jalkapallo ja yleisurheilu. Lentopallo oli tutkimuksessa sijalla kahdeksan. (Liite 3/2.) Tämän tuoreempaa tilastotietoa ei valitettavasti ole. Ajankohtaisemmat tulokset olisivat mielenkiintoisia nähdä etenkin lentopallon kohdalla, ottaen huomioon että miesten maajoukkueen nouseminen suuremman yleisön tietoon menestyksen myötä (Pallo lentää 2006; Mattila, haastattelu 1.11.2010) sijoittuu vuodelle 2006.

Kiinnostus erilaisten kansainvälisten urheilusarjojen ja Suomessa tuntemattomampien lajien seuraamiseen on myös kasvussa (Halila 2010). Lajikiinnostuksen intensiteetistä riippuen, on mahdollista seurata monia lajeja monipuolisesti televisiokanavien sekä Internetin kautta niin paljon kuin aikaa ja halua riittää. Myös urheilutuloksissa uutisissa ja sanomalehdissä kerrotaan monien lajien tärkeimpien sarjojen tulokset, joten kansainvälisiä sarjoja ja tapahtumia on yhä helpompi seurata.

Halilan (2010) mukaan urheilun yhtenäiskulttuuri on hajoamassa, mutta kansallisia eroja on edelleen nähtävissä lajien ja tapahtumien arvostuksessa. Edelleen suurin kiinnostus kohdistuu Suomessa lajeihin, joissa suomalaisurheilijat menestyvät. Eri puolella maailmaa arvostetaan eri lajeja ja uutisointi on myös sen mukaista. Tapahtumien ja sarjojen ajankohdat vaikuttavat myös paljon siihen, kuinka paljon huomioarvoa niille annetaan; Pällekkäisyyksien sattuessa, vähäisempää arvostusta nauttiva laji saa väistyä. (Halila 2010.)

Heinilän (2001, 173) mielestä kansallinen media kykenee tekemään kansainvälisellä tasolla pienistäkin asioista suuria kohottaakseen kansalaisten itsetuntoa. Halila (2010) puhuu suomalaisista urheilupettymyksistä katsojien käsitysten mukaan ja mainitsee yhtenä suurena pettymyksenä miesten jalkapallomaajoukkueen MM-karsinta ottelun 1997, jolloin Suomi hävisi Unkarille loppuminuuteilla ja menetti mahdollisuuden päästä MM-jatkokarsintoihin, ei siis edes vielä varsinaiseen MM-turnaukseen. Pettymys koettiin katsojien silmissä kuitenkin kovemmaksi. (Halila 2010.)

5.3 Urheilu ja nationalismi

Urheilun kansallistunteiden juuret ovat syvällä historiassa urheilun ja nationalismin yhteisellä alkutaipaleella 1800-luvulla. Nationalismin määritteitä on useita, mutta lyhyesti ilmaistuna se ”on sekä aate että tapa hahmottaa maailmaa” ja ”yhteiskunnan kehityksen muovaama tuote”. Sen ajatuksena on jokaisella kansan olemassaolo-oikeus. Käsite nationalismi luo ”me-henkeä” ja se voidaan täten usein nähdä myös muiden ulkopuolelle jättämisenä. (Kokkonen 2003,7).

Urheilua ja urheilijoita pidetään usein suomalaisten kansainvälisesti näkyvimpinä maasuosituksien tuottajina ja tunnettuuden edistäjinä. Urheilunationalismin, joka useassa maassa lähti nimenomaan voimistelusta, voidaan sanoa alkaneen 1800-luvulla. Voimistelun tavoitteena oli nostaa kansallishenkeä ja samalla myös sotilaiden kuntoa. Kansainvälisen kilpaurheilun kehittyessä 1800-luvun lopulla nationalismi sai uudenlaisen sijan urheilussa kansakuntien elinvoiman mittarina. Tukholman kesäolympialaisten 1912 jälkeen myös Suomi huomioitiin urheilumenestyksen vuoksi entistä useammin kansainvälisesti. Tämän huomion laajuutta ei ole kuitenkaan virallisesti tutkittu. (Kokkonen 2003, 2–4,8–9.)

Suomen itsenäistymisen myötä nationalismi sai urheilussa vankan jalansijan yhtenäistään sisällissodan jälkeistä kansakuntaa (Väyrynen 1987) ja urheilusankarit nostettiin julkisesti jalustalle (Kokkonen 2003, 17). Kokkonen mukaan (2000) maaotteluiden yleistyttyä maailmansotien välisenä aikana, Suomen ja Ruotsin väliset ottelut nousivat Suomessa erityisen merkittäviksi. Urho Kekkosen johdolla, maaotteluiden tavoitteeksi muodostui 1928 lähtien suomenkielen aseman vahvistaminen, joka lopulta johdatti maaotteluiden väliaikaiseen katkeamiseen vuonna 1932. Suomalaisten urheilusankareiden odotettiin peilaavan yhteiskunnan ihanteita, mutta olevan samalla myös nöyriä. Heidän ei odotettu aina edes puhuvan, sillä urheilujohtavat saattoivat tehdä sen heidän puolestaan, pääasia oli urheileminen. (Kokkonen 2003, 19, 23.)

Kokkonen mukaan (2003) urheilun vaikutus kansallisuuden sekä kansallisten symbolien välittäjänä on ollut huomattava. Symbolien liittäminen urheiluun oli myös luontevaa. Urheilun kautta etenkin Suomen valtiolippu (1918) tehtiin tunnetuksi. Tiedostusvälineiden kehitys vahvisti kansallistunnetta ja yhteisöllisyyttä entisestään, sillä usein kokoonnuttiin yhdessä jonkun vastaanottimen omaavan luokse lähetyksiä kuuntelemaan. Urheiluturismin lisääntyminen 1920–1930-luvuilla toi mukanaan uudenlaisen jännittävämmän katsomoilmapiirin. (Kokkonen 2003, 23–25).

Nationalismin toisen maailmansodan jälkeinen kielteinen kaiku saatiin poistettua urheilun myötävaikutuksella Helsingin Olympiakisoissa 1952. Kisojen järjestelyjen onnistuminen toi suomalaisille kansallista itsetuntoa ja on edesauttanut tapahtumien saamista Suomeen sen jälkeen. (Kokkonen 2003, 27, 29).

Kansallislajien avulla luodaan osittain kansallista identiteettiä. Yleensä kansallislajeja on vähintään kaksi: yksi kotimaiseksi koettu ja toinen laajaa kansainvälistä vertailua tarjoava laji. Suomessa kansallislajeiksi on nostettu yleisurheilu, hiihto ja pesäpallo. Hiihdon on ajateltu kuvastavan hyvin pohjolan luontoa ja elämää. Yleisurheilu nostettiin kansallislajin asemaan 1900-luvun alun Olympiamenestyksen innoittamana. Pesäpallo puolestaan oli suomalainen keksintö vaikkakin muunnelma Amerikkalaisesta Baseballista. (Kokkonen 2003, 36–39.)

Urheilun ja nationalismin yhteyttä voimakkaasti tunteisiin vetoavina vaikuttajina on vaikea kieltää, mutta tämä yhteys muuttuu ja kehittyy koko ajan. Kokkonen (2003) esittääkin mielenkiintoisia kysymyksiä urheilun kaupallistumisen ja globalisaation tulevista vaikutuksista urheilun ja nationalismin keskinäiseen suhteeseen. (Kokkonen 2003, 7.) Kenties tulevaisuuden globaalissa maailmassa nationalismille ei ole enää niin paljon sijaa urheilussa vaan jokainen kannustaa itselle mieluisinta urheilijaa tai joukkuetta kansallisuuksista huolimatta.

Kokkonen toteaa Alasuutarin (1999) näkemyksen mukaan, että ”urheilua käytetään edelleen kautta maailman nationalististen tunteiden herättäjänä, vahvistajana ja ylläpitäjänä. Kansakunnan ideaan kuuluu käsitys siitä, että todellisista yhteiskunnallisista eroista huolimatta kaikki kansakunnan jäsenet ovat samanarvoisia”. Urheilumenestyksen tullessa kansa on yhtä ja yhteiskunnallinen asema yhdenmukainen. Urheilu antaa mahdollisuuden kiinnittyä suomalaisuuteen ja yhteiskuntaan, jotka käsitteinä ovat menettäneet nykypäivänä merkitystään. Menestys yhtä lailla kuin kansainvälinen julkisuus (realiteetteihin perustuva sekä kuviteltu) ”uusiintavat” kansakuntaa. Tiedotusvälineissä kirjoitetaan myös mielellään maiden eroavaisuuksista ja tehdään vastakkainasetteluja niiden välillä. Heinonen (2002; 2003) näkee paljon samankaltaisuuksia nationalismissa ja fanikulttuureissa, sillä molemmissa korostetaan meidän ja muiden eroja sekä etsitään yhteenkuuluvuutta. ”Urheilussa nationalismi saa kokemuksen muodon. Ei olekaan ihme, että elämyksiä korostavana aikana urheilun ja nationalismin suhde voi hyvin.”(Kokkonen 2003, 45, 47.)

Urheilijoiden liikkuvuus maasta ja seurasta toiseen sekä kaupallisuus ovat muuttaneet nationalismia. Liike-elämä tuli merkittäväksi osaksi Olympiakisoja 1980-luvulla, joka näkyi myös lähetys oikeuksien hinnoissa. 1980-luvun lopulla saapuivat jo fanituotteet, joita myytiin kansallisten symbolien avulla. Vaikka Kokkonen toteaa nationalismin muuttuneen urheilussa ”arkipäiväiseksi” ja ”karnevalisoituneeksi”, ei kaupallisilla sponsoreilla voi urheilun suurtahtumissa korvata kansojen vastakkainasettelua, tuomalla mukaan esim. ”Nike ja Adidas-tiimit”. Huippu-urheilusta löytyy lajeja, joissa tallit ovat ohittaneet kansojen välisen taistelun, kuten moottoriurheilussa. Kansainväliset kilpaurheilulajit voidaan jaotella viihdelajeihin ja isänmaallisuutta herättäviin lajeihin. Lajit voidaan jaotella eri tavoin riippuen kansasta. Suomessa Kokkonen näkee formuloiden kuuluvan enemmän viihdelajeihin ja maastohiihdon puolestaan isänmaallisuutta herättäviin lajeihin. Mielenkiintoista on, että dopingaineita seurataan tarkemmin kansallisesti tärkeiksi koetuissa lajeissa; niiden kohdalla urheilun puhtaus

tuntuu olevan tärkeämpää. Urheilun ja nationalismin suhde on jatkuvassa muutostilassa riippuen yhteiskuntajärjestyksestä, urheilukulttuurista ja kansainvälisestä tilanteesta. (Kokkonen 44 – 53.)

Englantilaisen Everton jalkapalloseuran Suomalaisia faneja tutkinut Harri Heinonen (2005, 245) on todennut: ”--fyysisen ja konkreettisesti koetun paikallisuuden merkitys sosiaalisen ja kulttuurisen todellisuuden konstruktiossa on muuttunut. Englantilaisen jalkapallon seuraamisen medioiden kautta on tarjonnut ikkunan toiseen maailmaan. Se on luonut mahdollisuuden rakentaa kansallisuudesta riippumatonta kansainvälisesti orientoitunutta identiteettiä, elämäntyyliä ja tietoisuutta.” Symbolinen, vaikkakin kuvitteellinen, yhteys tuottaa vahvoja elämyksiä. (Heinonen 2005, 245, 248). Tämänkaltainen ulkomainen seurauskollisuus on eräs esimerkki perinteisen urheilun nationalismin murroksesta. Tällä hetkellä ajankohtaista pohdintaa aiheuttaa kysymys johtaako muun muassa globalisaatio, teknologian kehitys ja erilaisten kansainvälisten yhteisöjen, kuten Euroopan Unionin, muodostaminen tulevaisuudessa entistä löysemppään kansalaisuhteeseen ja mitä se merkitsee urheilulle ja urheilumatkailulle. Ainakin vielä arvokisoissa ja suur tapahtumissa nykypäivän nationalismilla eli isänmaallisuudella on vielä suuri merkitys (Kokkonen 44–45).

5.4 Lajiarvostus

Taloustutkimuksen tekemät uusimmat tutkimukset Suomalaisten arvostamista lajeista ovat vuosilta 2008 ja 2009 (Taulukot 2 ja 3). 15–79-vuotiaita vastaajia oli mukana noin neljätuhatta. Lajeja oli mukana kaksikymmentäyhdeksän ja arviointi tapahtui kouluarvosanojen avulla, joista laskettiin keskiarvot. Jääkiekko, mäkihyppy ja yleisurheilu sijoittuivat kumpanakin vuotena tilaston kärkipäähän. Vuonna 2008 vielä toiseksi arvostetuimmaksi sijoittunut Formula putosi reilusti, sijalle yhdeksän, seuraavan vuoden tilastoissa. Syyksi ehdotetaan suomalaisten menestyksen vähyyttä lajin piirissä. Yhdistetty nousi vuonna 2009 puolestaan sijalle neljä.

Jääkiekko ja mäkihyppy ovat perinteisiä Suomalaisia lajeja, joissa menestystä on totuttu saamaan. Samoin yleisurheilu on kansallislaji, jolla on Suomessa pitkät perinteet. Näiden lajien arvostus ei siis ole kovin yllättävää. Formulan putoaminen toiselta sijalta yhdeksänneksi ei sekään ole kovin yllättävää ottaen huomioon viime vuosien menestyksen puutteen sekä Suomalaiskuskien vähenemisen lajin piiristä. Jääkiekko ja jalkapallo ovat kuitenkin top kahdeksan ja kymmenen listoilla ainoat joukkuelajit joten yksilölajeja arvostetaan selvästi melko korkealle.

Taulukko 3 Arvostetuimmat urheilulajit Suomessa 2008 (Jääkiekko nousi arvostetuimmaksi lajiksi, taloustutkimus 2008)

1.	Jääkiekko	7,89
2.	Formula	7,84
3.	Mäkihyppy	7,8
4.	Yleisurheilu	7,77

5.	Alppiihito	7,71
5.	Jalkapallo	7,71
5.	Taitoluistelu	7,71
8.	Ralli	7,64

Taulukko 4 Arvostetuimmat urheilulajit Suomessa 2009 (Mäkihyppy nousi arvostetuimmaksi lajiksi, taloustutkimus 2009)

1.	Mäkihyppy	7,97
2.	Jääkiekko	7,92
3.	Yleisurheilu	7,84
4.	Yhdistetty	7,79
5.	Taitoluistelu	7,77
6.	Jalkapallo	7,72
7.	Alppiihito	7,67
8.	Ralli	7,57
9.	Formula 1	7,45
10.	Uinti	7,43

Toteutettujen haastattelujen perusteella lajit nähtiin myös hyvin eriarvoisessa asemassa sekä katsojien että median silmissä. Lentopallon arvostuksen toivottiin kasvavan tulevaisuudessa. (Haastattelut 22.–23.5, Mattila, 1.11.2010.)

Heinosen ja Godenhjelmin (2001) tutkimusten mukaan lajien paikanpäällä seuraamisessa, joukkuelajit ovat kuitenkin selvästi suosituimpia ja katsojamääriltään paljon korkeampia kuin yksilölajit. Katsojamäärien erot johtuvat kuitenkin paljolti joukkuelajien luonteesta ja niiden sarjajärjestelmistä, joiden vuoksi otteluiden määrät kauden aikana ovat suuria. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 53.) Arvostusta ja katsojamääriä ei kumpaakaan siis voida suoraan verrata keskenään ja päätellä kaikkein merkittävintä ja suosituinta lajia.

5.5 Suomalaiset urheiluyhteisönä

Vapaa-ajan aktiviteettien tutkimusta on Suomessa tehty Tilastokeskuksen toimesta vuosina 1981 ja 1991 sekä 2002. SLU:n Liikuntagallupia puolestaan tehtiin vuosina 1994, 1997, 1998. Näistä saaduista tiedoista urheiluyhteisö on miesvaltaista. Heinosen ja Godenhjelmin oman tutkimuksen urheilun seuraamisen ja alkoholinkäytön yhteyksistä perusteella, yhtenäisen määritelmän sijaan urheiluyhteisö vaihtelee urheilulajien mukaan. Lisäksi paikanpäällä seurataan suuremmalla intensiteetillä yleensä vain muutamaa lajia; Sama lajivalikoivuus koskee myös median kautta seurattavia lajeja (Heinonen 2000). Katsojien seuraamat lajit valikoituvat jokaisen oman kiinnostuksen mukaan. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 38, 97.)

Eri urheilulajien yleisöt käyttäytyvät eri tavoin. Selviä eroja on nähtävissä esimerkiksi joukkue- ja yksilölajien kannatuksessa. Joukkuelajeissa osal-

listutaan usein aktiivisesti ja äänekkäästi, kun taas yksilölajeissa on lajikkulttuurisia sääntöjä, jotta urheilijalle saadaan tarvittava keskittymisrauha. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 97.)

Samankin lajin yleisön katsojien motiivit voivat vaihdella paljon. Wannin, Schraderin ja Wilsonin (1999) mukaan urheilu tarjoaa jännitystä, hienoja suorituksia, viihdettä ja pakoa arjesta. Näiden lisäksi se tarjoaa yhteisöllisyyttä ja samaistumisen kautta mahdollisuuden itsetunnon rakentamiseen. Urheilun vaikutuksesta yhteisöllisyyteen ja itsetuntoon, Heinonen ja Godenhjelm antavat kaksi erinomaista esimerkkiä: Jääkiekon vuoden 1995 saadun maailmanmestaruuden aiheuttamat koko kansan juhlat sekä Lahden 2001 hiihdon MM-kisojen aiheuttaman yhteisen häpeän. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 98.)

Fanienjoukkueeseen samaistumisen asteissa (Sloan 1979) on myös huomattavia eroja. Brancomben ja Wann (1991) ovat havainneet tutkimuksissaan yhteenkuuluvuuden tunteen ja myönteisen minäkäsityksen välittyvän samaistumisen kautta, ja kaikista sitoutuneimmilla faneilla ne välittyvät huolimatta menestyksestä. Samojen tutkimusten avulla selvisi myös sitoutuneiden fanien kokevan enemmän heijastettua kunniaa eli Birg-effektiiä (*basking in reflected glory*) voittojen myötä ja myös vähemmän heijastettua häpeänehkäisyyttä eli Corf-effektiiä (*cutting off reflected failure*) häviöiden myötä. Heijastetun kunnian avulla lisätään omaa itsetuntoa ja pienennetään välimatkaa kannustuksen kohteeseen. Heijastetun häpeänehkäisyyden myötä taas suojellaan omaa itsetuntoa lisäämällä välimatkaa kannustuksen kohteeseen. Madrigal (1995) havaitsi tutkimuksessaan taustatekijöiden ja tunnetilojen vaikutuksesta urheilutapahtuman tyytyväisyyteen, samaistumisen olleen suurin tunteiden ja tyytyväisyydenherättäjä. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 98–99.)

Alkoholin osuutta urheiluyleisön joukossa on varsinaisesti tutkittu Suomessa 2000-luvulta lähtien. Alkoholin ja urheilun yhteyksissä löytyy selvää vaihtelevuutta lajien ja yleisöjen välillä. Suomalaiset perinnelajit, kuten hiihto ja yleisurheilu, on yhdistetty usein raittiuteen perinteisten urheilun aatosten kaltaisesti. Heinosen ja Godenhjelmin tutkimuksen perusteella alkoholi liittyy erityisen voimakkaasti kaupalliseen huippu-urheiluun. Tässäkin suhteessa on nähtävissä huippu-urheilun etäisyyden ottaminen perinteisiin urheilun arvoihin. Alkoholinkäyttö on myös arkipäiväistynyt ja samalla urheilun aate on muuttunut tapahtumien alkoholimyynnin ja mainonnan avulla alkoholin kannalta sallivammaksi. Alkoholinkäytön urheiluun yhdistäminen sekä urheilu itsessään yhdistetään usein maskuliinisuuteen eli miehisiin piirteisiin. Urheilun seuraaminen liitetään Suomalaisen mielissä miesten vapaa-ajan viettoon, jonka avulla yhdistyvät usein miehiä kiinnostava aggressiivisuus ja kilpailu. Urheilun tavoin myös ”alkoholi ja erityisesti olut liittyvät kulttuurisen merkityksen tasolla vahvasti miehiseen vapaa-aikaan. Näiden tekijöiden yhdistäminen tuottaa maskuliinisia yhteisöllisyyden tunteita ja toimii myös identiteetin rakentajana. Alkoholin ja urheilun avulla haetaan nautintoa, elämyksellisyyttä ja kumpikin voi aiheuttaa vahvaa riippuvuutta (Heinonen 2000; Heinonen & Godenhjelm 2001, 26). Heinonen ja Godenhjelm toteavat Bahtinin (1995) karnevaalikuvausten mukaisesti, että karnevaalia elävät kaikki eikä esiin-

tyjiä ja katsojia varsinaisesti eriytetä. Samankaltaisesti katsojat ovat urheilutapahtumissa erittäin aktiivisia osallistujia. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 25–27, 99–100.)

Erilaiset katsomokäyttäytymiset leviävät kansainvälistymisen ja median kautta jatkuvasti kansalta toiselle. Suomessa häiriö- ja väkivaltakäyttäytyminen nähdään melko harvinaisena. Jonkinasteista häiriökäyttäytymistä havaitaan silti myös Suomessa, mutta huomattavaa on häiriökäyttäytymisen subjektiivinen luonne: Toisen kriteerien mukainen häiriökäyttäytyminen onkin toisen tunnelmanluontia ja jännittämisen mukanaan tuomaa spontaania käyttäytymistä. Roversi (1991) on erotellut eritoten jalkapalloon liitetyn huliganismin häiriökäyttäytymisestä. Huliganismin Roversi näkee vandalismin ja harkitun väkivallan käyttönä, joka on tyypillistä tiettyille ”faniryhmille” muita ryhmiä vastaan; Häiriökäyttäytymisen taas jännityksen, tunteiden ja urheiluympäristön vuoksi ilmenevänä, ei jokapäiväisenä, käyttäytymisenä.

Yleisö on samanaikaisesti kuluttaja ja osallistuja. Monilla, kuten faneilla, pelaajilla ja toimittajilla, riittää uskoa yleisön vaikutusmahdollisuuksiin pelinkulkuun ja mahdollisesti myös sen loppu tulemaan vaikka uskon todentamiseksi onkin vaikea todistaa (Finn 1994). (Heinonen & Godenhjelm 2001, 32–33.)

Heinosen ja Godehjelmin (2001) tekemän tutkimuksen avulla selvitettiin urheiluyhteisöjä ja alkoholin suhdetta toisiinsa. Tutkimus vahvistaa uskoa siihen, että alkoholinkäyttö urheilutapahtumissa on tyypillinen ilmiö nimenomaan miehille. Usein alkoholi liitetään nimenomaan joukkue- ja moottoriurheiluun. Juominen ei kuitenkaan yleensä ole keskeisin toiminto vaan oheispalvelu, joka voi tuoda ylimääräisen nautittavuusasteen tapahtumalle. Alkoholinkäyttö urheilutapahtumissa voidaan kuitenkin suhteuttaa sen yleisen kulutuksen vapautumiseen, sillä alkoholinkäyttöä ei tarvitse Piispan (1997) mukaan enää perustella; Siitä on tullut luonnollinen osa vapaa-aikaa.

Osa suomalaisista toivoo myynnin kieltämistä tai ainakin rajoittamista, naiset useammin kuin miehet. Tästä huolimatta urheilua paikanpäällä seuraavat eivät koe alkoholin myyntiä suureksi ongelmaksi viihtyvyyden näkökulmasta, vaan uskovat nykyisten tapahtumien anniskelukäytäntöjen olevan toimivia. Kielteisempää suhtautumista anniskeluun havaittiin kuitenkin iän lisääntyessä. Fanius voi tarjota tilaisuuden alkoholittomaan tunteelliseen vapautumiseen. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 100–101, 103.) Kannustuksen ei kuitenkaan raittiudesta tarvitse kärsiä kun mukana eläminen ja kannustaminen voivat olla alkoholin kaltaisesti yhtä ”huumaavia”.

6 MATKAILUMOTIVAATION SYNTY

Motivaatio muokkaa käyttäytymistä ja sen stimuloivina tekijöinä voivat toimia joko elimistön sisäiset tai ulkopuoliset tekijät. Ulkopuoliset tekijät ovat tyypillisiä etenkin sosiaalisen käyttäytymisen perustana. (Nienstedt, Hänninen, Arstila & Björkqvist 2004, 574–575.) Motivaatio määritellään yleensä tilaksi, jonka saavat aikaan erilaiset motiivit. Motiivien voimakkuus ja yhteisvaikutus määrittelevät motivaation määrän. Motivaatio jaetaan usein sisäiseen, joka lähtee itsensä toteuttamisesta ja omasta halusta, ja ulkoiseen motivaatioon, johon vaikuttavat monet ulkoiset tekijät kuten muiden odotukset tai yllykkeet. Motiiveja puolestaan on orgaanisia, toiminnallisia, sosiaalisia ja tunneperäisiä. Orgaaniset pyrkivät tasapainon saavuttamiseen. Toiminnalliset ylläpitävät vireystasoa. Sosiaaliset suhteuttavat yksilön omaa suhdetta yhteisöön. Tunneperäiset liittyvät henkilökohtaiseen itseilmaisuun sekä tuntemuksiin. (Internetixopinnot n.d.) Näitä kaikkia edellä mainittuja motiiveja voidaan yhdistää myös urheilumatkailun motiiveiksi ja ne yhdistyvät eri matkailijoilla hyvin eri tavoin.

Päämotiivina urheilumatkoissa on useimmiten urheilu, mutta muitakin syitä yleensä löytyy. Kurki (2008, 83) mainitsee kohteen saavutettavuuden erääksi tärkeistä motiiveista kaikille matkailijoille. Tutkimuksissa on myös havaittu, että nykyajan matkailija ottaa huomioon kohdemaan turvallisuuden, vauruserot ja kulttuurin sekä ekologisuuden. Lisäksi matkailijat ovat vaativampia kuin ennen. He haluavat enemmän informaatiota, jonka tulee olla myös paikkansapitävää ja toivovat matkan tyydyttävän heidän tarpeensa monipuolisesti. Monien tutkijoiden mukaan (Cunha 2006; Puertas 2004; Quintana 2006) korostetaan entistä enemmän luonnon ja ympäristön vaikutusta, uusia kokemuksia, sosiaalisia suhteita sekä terveyden merkitystä matkavalintoja tehdessä. (Kurki 2008, 83–84.)

Kaikkein todennäköisemmin eniten matkustelevat ne joilla on aikaa ja rahaa käytettävissään, sillä nämä kaksi elementtiä ovat perus edellytyksiä matkailun toteuttamiselle. (Standeven & De Knopp 1999, 73.) Toisaalta nykyisin vapaa-ajan arvostuksen yleisesti ollessa korkealla, mielekkäälle tekemiselle, kuten matkailulle voidaan tarpeeksi motivoituna järjestää tarpeeksi aikaa ja säästää rahaa suunnitellusti.

6.1 Tarpeet

Matkailijan tyytyväisyyteen vaikuttavat olennaisesti tarpeet, jotka ovat riippuvaisia erilaisista tekijöistä. Näitä tekijöitä ovat muun muassa tilanne-, demografia- (ikä, sukupuoli jne.) ja kulttuuri-tekijät. Tarpeet voivat olla biologisia, fysiologisia, kuten nälkä, psykologisia, kuten arvostus, tai sosiaalisia, kuten yhteisöllisyys. (Kurki 2008, 82.)

Maslowin tarvehierarkia:

- fysiologiset tarpeet
- turvallisuuden tarpeet
- liittymisen tarpeet

- arvostuksen tarpeet
- itsensä toteuttamisen tarpeet.

(Kurki 2008, 43.)

Valmiiksi järjestetyillä matkoilla Maslowin tarvehierarkian alemman tason tarpeet, fysiologiset, turvallisuuden ja liittymisen, tulevat usein tyydyttyiksi mutta ylemmän tason tarpeet, arvostus ja itsensä toteuttaminen voivat jäädä vähemmälle huomiolle. (Kurki 2008, 82.) Tässä tilanteessa matkailijan omalla aktiivisuudella on suuri merkitys. Jokaisesta kohteesta löytyy varmasti vaihtoehtoja ja mahdollisuuksia näidenkin tarpeiden tyydyttämiseen ja sekä matkanjärjestäjät että paikalliset voivat auttaa niiden löytämisessä. Omatoimimatkailijoilla on enemmän valtaa valita minne haluaa mennä ja mitä tehdä ja milloin, joten heille ylemmän tason tarpeiden toteuttaminen voi onnistua helpommin kuin valmiiksi järjestettyjen matkojen matkailijoille. Mitä suurempi osa tarpeista tulee matkalla tyydyttyiksi sitä tyytyväisempi on yleensä myös matkailija.

Maslowin tarvehierarkiaa on soveltanut muun muassa Pearce ja Caltabino (1983) yhdistäen sen matkailukokemukseen. Tutkijat ehdottavat seuraavaa: Mitä kokeneemmasta matkailijasta on kyse, sitä suuremmalla todennäköisyydellä motivoidutaan yhä korkeamman tason tarpeista. (Gibson 2006, 74–75.)

6.2 Mielikuvat ja odotukset

Mielikuvat ovat muistiin syntyneitä tietorakenteita; Joskus niitä kutsutaan myös odotusrakenteiksi (Karvonen 1992; Siikala 1987; Tannen 1979). Nämä rakenteet, mielikuvat, muodostuvat muun muassa kokemusten, muiden kertomuksien, koulutuslaitosten opetuksen, organisaatioiden mainonnan, median ja viihteen kautta. Jokainen tulkitsee näitä mielikuvien lähteitä omalla tavallaan. Niiden avulla voidaan tehdä yleistyksiä ja jopa stereotyyppioita yksinkertaistamalla asioita. Minkä tahansa kohteen tai ihmisen imago muun muassa koostuu paljolti mielikuvista, sillä siihen vaikuttavat informaation tarjonta sekä sen yksilöllinen tulkinta ja tietojen mieleenpainuvuus. Mielikuvat eivät aina vastaa todellisuutta ja voivat aiheuttaa toistuvia ja tietoa valikoivia ajatusmalleja, jolloin maailmaa ei osata katsoa uusista näkökulmista. (Kasvio, Inkinen & Liikala 2005, 32–34.)

Nykyisessä tietoyhteiskunnassa eli uusien teknologioiden tiedon ja viestinnän välityksen yhteiskunnassa, vuorovaikutustilanteet tapahtuvat yhä useammin tietotekniikan avulla. Tietotekniikka mahdollistaa tietojen ja palveluiden saamisen nykyisin pitkälti paikasta riippumatta (Kasvio ym. 2005, 7, 347–348). Erilaisten medioiden antaman informaation ollessa tarjolla joka puolella ja jatkuvasti, myös medialla on yhä kasvava rooli mielikuvien välittämisessä.

Osittain yhtä aikaa tietoyhteiskunnan nousun kanssa tuli kuitenkin tunteiden ja elämyksien korostus. Veijo Hietala (2007) puhuu nykyajasta uusromantiikan aikana sisältäen vahvan elämys- ja tunnekulttuurin, joka lähti nousuun 1980-luvun lopulla ”kulttuuri-ilmaston” muuttuessa. Muutokset

havaittiin etenkin mediassa, joka peilasi kulttuurin muutosta ja sen viih-teellistymistä. Hietala näkee kuitenkin tämän aloittaneen uudenlaisen tun-teiden aikakauden. Hietala perustelee tunteiden ja fantasian nousemista nykyajalle olennaiseksi historian vastareaktioiden kautta: Rationalismin eli tiedon ja teorian korostamisen jälkeen seuraa väistämättä emotionaalisuutta eli tunteita korostava aika. (Hietala 2007, 15–16, 24–25.) Tämän elä-myskulttuurin tai Hietalan sanoin uusromantiikan ajan etenkin medioiden kautta saadut mielikuvat myös urheilusta ovat olleet omiaan synnyttämään tunnepitoisen ilmapiirin urheilun seuraajille.

Matkailijoilla on mielikuvista syntyneitä sekä tiedostettuja että tiedosta-mattomia odotuksia matkalle lähtiessään. Tiedostettuja odotuksia pystyy osittain kontrolloimaan ja niitä voi etukäteen pohtia. Tiedostamattomia odotuksia on puolestaan vaikeampia selvittää. Odotuksien tiedostaminen ja niistä keskustelu matkanjohtajan kanssa olisi erittäin suotavaa. (Kurki 2008, 82–83.) Näin ollen matkanjohtajan olisi helpompi suunnitella ja to-teuttaa matkoja huomioonottaen matkailijan näkemykset ja toiveet. Samal-la matkailija ymmärtäisi tilanteen myös järjestäjien kannalta kuunnellessa toteutusehdotuksia ja omien ehdotuksiansa toteutuskelpoisuutta, ja voisi sopeuttaa odotuksensa niiden mukaan. Näin mahdollisesti säästyttäisiin liian suurilta pettymyksiltä matkan aikana.

6.3 Rajoitteet

Urheilumatkailua rajoittavat tekijät voidaan sisältää urheilumatkailuaktivi-teettien jaottelun, urheilun vetovoimaisuuden rakenteen ja urheilun ja matkailun toimitusjärjestelmien yhteen liittymisen konteksteihin (Hinch ym. 2006, 12).

Goodalen ja Wittin (1989) mukaan kiinnostuksen vapaa-ajan tutkimuk-seen voidaan sanoa alkaneen jo 1800-luvulta (Hinch ym. 2006, 15). Sys-temaattista ja erillistä vapaa-ajan rajoitusten tutkimusta on kuitenkin esiin-tynyt vasta 1980-luvun alusta alkaen. Aluksi tutkimuksien metodit olivat erittäin kapea-alaisia ja painottuivat määrälliseen tietoon: Oletettiin muun muassa, että rajoitukset ovat muuttumattomia ja että niiden ilmeneminen tai poissaolo automaattisesti vaikuttaa osallistumispäätökseen. Tutkimuk-sen metodeita ja teorioiden muodostamisen näkökulmia monipuolistettiin 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa sekä vapaa-ajan että koko sosiaalitieteiden tutkimuksessa. Etenkin laadulliselle tutkimukselle annettiin enemmän tilaa. (Hinch ym. 2006, 15–16.)

Maailmanlaajuisen vapaa-ajan rakenteellisten rajoitteiden analyysin (Jack-son 2000) pääkohdat:

Vapaa-ajan rakenteellisten rajoitusten kategoriointi:

- osallistumisen kustannukset
- aika ja muut velvoitteet
- ongelmat mahdollisuuksissa
- Kohteen eristyneisyys (joskus jaoteltu sosiaaliseen ja maantieteelli-seen) eli kohteen vaikea saavutettavuus ja kulttuurinen erillaisuus

- omien taitojen/kykyjen puute.

(Hinch ym. 2006, 19.)

Jackson, Crawford, Godbey (1983) eivät pitäneet rakenteellisia rajoitteita tärkeimpinä, joten he kehittivät rajoitteille neuvottelu mallin, jota Walter ja Virden (2005) muokkasivat vielä lisää. Tämän mallin mukaan vapaa-ajan päätöksiin, tässä tapauksessa urheilumatkailupäätöksiin, motivaatio sekä ihmisen sisäiset ja ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta seuraavat rajoitteet. Näihin edellisiin puolestaan vaikuttavat joko suoraan tai välillisesti henkilökohtaiset (*Micro-level*) tekijät, kuten asenteet, uskomukset, aiemmat kokemukset ja tarpeet sekä demografiset (*Macro-level*) tekijät, kuten sukupuoli, rotu ja niin edelleen. Henkilökohtaiset ja demografiset tekijät taas vaikuttavat myös toinen toisiinsa ja myös sosiaaliseen ja fyysiseen ympäristöönsä. Vapaa-aika on vuorovaikutuksessa näiden ympäristöjen kanssa. Se mikä lopulta koetaan rajoitteeksi, on siis hyvin yksilöllistä ja riippuvaista monista keskenään yhteydessä olevasta tekijästä. Jos urheilumatkalle päätetään lähteä siitä saatavat kokemukset vaikuttavat taas merkittävästi seuraavaan matkapäätösprosessiin (Hinch ym. 22–24.)

Vapaa-ajan rajoitteiden tutkimus on edistynyt huomattavasti viime vuosikymmenien aikana ja empiirinen ja teoreettinen tutkimus ovat lähentyneet toisiaan. Tutkimusta ihmisten sisäisistä ja välisistä rajoituksista kaivataan kuitenkin lisää. Tältä pohjalta on tulevaisuuden tutkimuksen hyvä lähteä eteenpäin ja vapaa-ajan sekä urheilumatkailun voivat hyötyä toinen toisistaan ja siirtyä tutkimaan käyttäytymistä ja ilmiöitä. (Hinch ym. 2006, 21, 27.)

6.4 Työntö- ja vetovoimatekijät

Matkailumotiivit jaotellaan usein kahteen ryhmään: työntö ja vetovoimatekijöihin. Näin on tehnyt muun muassa Iso-Ahola (1982), jonka mukaan vetovoimatekijöiden kautta etsitään tarvetta palkintoihin kun työntävien voimien avulla etsitään pakoa arjesta. Tämän jaottelu on kuitenkin koettu ongelmalliseksi sen mittauksen epä johdonmukaisuuksien ja eri tutkimusten keskenään vertailemisen vaikeuksien vuoksi (Weed 2005). (Funk & Bruun 2006, 807.)

Urheilu vetovoimatekijänä on huomioitu jo kauan sitten, mutta järjestelmällistä teoreettista pohjaa sillä ei ole ollut. Hinch ym. (2006) ehdottaa urheilun vetovoiman rakentuvan kolmesta elementistä, jotka Leiper (1990) on alun perin sovittanut koskemaan koko matkailua: ihmisestä eli matkailijasta, keskuksesta eli paikasta jossa urheilukokemus tapahtuu ja tunnuksesta eli symboleista ja informaatiosta kuten markkinoinnista, jonka matkailija voi mieleessään liittää vetovoimatekijäksi. Matkailija lähtee todennäköisemmin matkalle kun on motivoitunut vapaa-aikaan liittyvien tekijöiden pohjalta. Tekijät sisältävät tyydyttävän vapaa-ajan etsimisen pois kotoa, sopivan ja kiinnostavan kohteen löytämisen, tarpeet ja mahdollisuudet matkustamiseen, informaation laadun ja määrän, jotka määrittelevät uskoko matkailija saavuttavansa matkan avulla kaipaamiensa kokemuksia. (Hinch ym. 2006, 13–14.) Tämä Leiperin kolmiosainen matkailun

vetovoiman muodostava elementti sisältää sekä työntäviä että vetäviä tekijöitä.

Nostalgia voi myös toimia tärkeänä motivaation lähteenä, sillä se nostaa pintaan halun palata aiempaan tai elää uudelleen jokin aiemmin koettu. Nostalgiaa voi tuntea myös aikaisempien tapahtumien oppimisen kautta, kuten median välittämien kuvien ja tietojen sekä muiden kertomien tarinoiden kautta. (Fairley & Gammon 2006, 51.) Nostalgiaa voi tuntea kaikkien kolmen Leiperin vetovoima elementin, omien, paikan tai informaation kautta, niistä syntyvien tunteiden ja muistojen avulla.

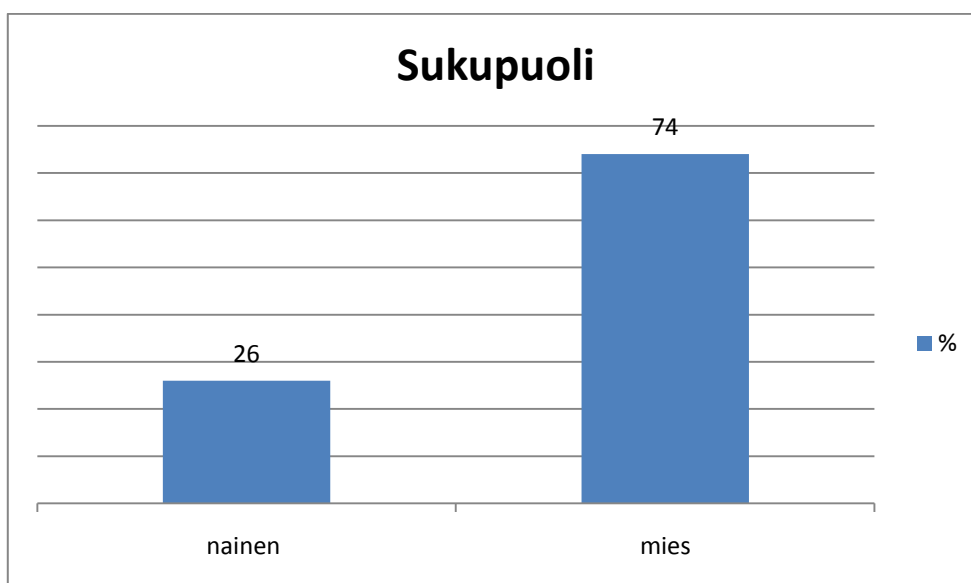
Vehmaan (2010, 76) mukaan nostalgia ei yksinään ehkä riitä urheilumatkailun aikaansaamiseksi, mutta Fairleyn (2003) tutkimuksien mukaan sen on huomattu liittyvän erityisesti fanimatkailuun muun muassa motiivien, sääntöjen ja rituaalien, kokemuksellisuuden ja sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta. Nostalgian voidaan nähdä vastareaktiona globalisoitumiselle ja kansainvälistymiselle, sillä sen avulla voidaan kiinnittyä tuttuihin ja turvallisiin asioihin, kuten historiaan ja perinteisiin (Fairley & Gammon 2006). Nostalgia on hyvä markkinointikeino, jota matkailussa jatkuvasti hyödynnetään (Petrisalo 2001). (Vehmas 2010, 76.)

7 INTERNET KYSELY

Internet kysely lähetettiin sähköpostilinkkinä Webropol-sivuston kautta 310 lentopallon fanimatkalaiselle, jotka olivat olleet yhdellä tai useammalla Lentopallon arvokisojen tapahtumamatkalla vuosien 2006 – 2010 välisenä aikana. Näistä 310 kyselyn lähettäminen 62 henkilölle epäonnistui kahteen kertaan, joten kysely meni siis yhteensä 248 henkilölle. Vastauksia tuli yhteensä 107, joista hyväksyttävästi vastattuina oli 105 kappaletta.

7.1 Taustakysymykset

Kyselyn sukupuolijakauma (Kuvio 1) oli selvästi miespainotteinen, sillä 74 % vastaajista oli miehiä. Tämä ei ole kuitenkaan yllättävää sillä, kuten muidenkin tutkimusten mukaan, urheilu usein yhdistetään erityisesti miesten vapaa-ajan viettotapoihin (Heinonen & Godenhjelm 2001); Myös lentopallon fanimatkojen enemmistö on matkanjohtajan mukaan alusta lähtien koostunut miehistä (Mattila, haastattelu 1.11.2010). Heinosen ja Godenhjelmin (2001, 54–55) tutkimuksen mukaan lentopallon tapahtumissa käymisen kohdalla sukupuolijakauma on seuraavanlainen: Miehiä 65 % ja naisia 35 %.

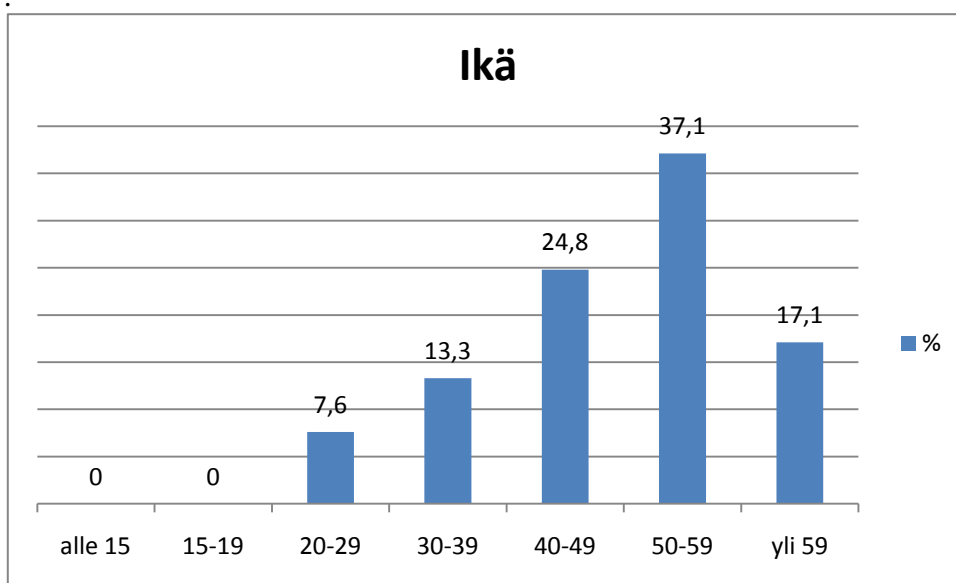


Kuvio 1 Sukupuoli

Kaikkein eniten vastaajia löytyi ikäluokasta 50–59. Suurin osa vastaajista oli yli 40-vuotias, yhteensä 79 % vastaajista. Loput 21 % olivat 20 - 39-vuotiaita.

Syitä fanimatkalaisten suhteellisen korkeaan keski-ikään on monia. Ensinnäkin fanimatkojen ajoitus osuu usein kevääseen ja syksyyn, johtuen arvokisojen ja niiden karsintojen ajankohdista (Mattila, haastattelu 1.11.2010). Suurin osa lapsista ja nuorista on tällöin koulussa tai opiskelemassa. Toinen syy löytyy todennäköisesti nuorempien ja vanhempien ikäluokkien varallisuus ja ajankäytönmahdollisuuksien eroista. Vakituisissa töissä olevien on helpompi järjestää lomansa haluamallaan tavalla ja tulotkin ovat vakaammat. Eläkeläisillä taas aikaa usein löytyy ja rahaakin on

laittaa omiin mielenkiinnonkohteisiin enemmän kuin nuorilla tai perheellisillä. Lisäksi lentopallotapahtumat kiinnostavat ilmeisesti enemmän miehiä; Myös Heinosen ja Godenhjelm (2001, 55–56) tutkimuksen tulokset lentopallon tapahtumakävijöiden suhteen viittaavat samaan suuntaan: 15–24-vuotiaita oli 14 %, 25–34-vuotiaita 19 % ja yli 35-vuotiaiden osuus oli yhteensä 67 %. Kaiken kaikkiaan urheilua vähintään kerran vuodessa seuraavien aikuisten (19–65-vuotiaat) ikäjakauma on kauttaaltaan tasaisempi (SLU 2006, Liite 3/2).



Kuvio 2 Ikä

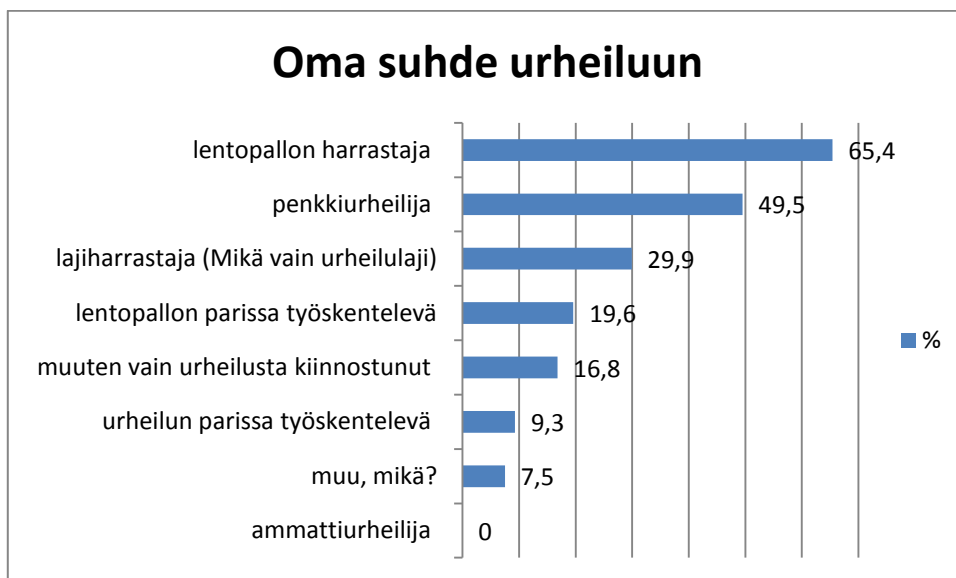
Vastaajia löytyi melkein joka alalta, jotka olivat sekä työntekijän, esimiehen että yrittäjän asemassa, suurin osa oli kuitenkin työssäkäyviä. Mukana oli myös opiskelijoita ja eläkeläisiä. Koska kysymys oli avoin eikä mielestäni tutkimuksen kannalta kaikkein oleellisin sitä ei jaoteltu tuloksissa tarkemmin. Muissa tutkimuksissa on päädytty samankaltaisiin tuloksiin. Lentopallotapahtumakatsojat koostuivat 64 prosenttisesti työssäkäyvistä ja loput melko tasaisesti yrittäjistä, eläkeläisistä, opiskelijoista ja työttömistä (Heinonen & Godenhjelm 2001, 58–59).

Vastaajat asuivat ympäri Suomea. Eniten vastaajia kuitenkin tuli Pirkanmaan alueelta ja pääkaupunkiseudulta (Helsinki, Espoo, Vantaa). Tämäkin kysymys oli avoin. Tulokset yhtenivät myös tässä suhteessa aiempien tutkimusten kanssa. Lentopallotapahtumakatsojia käy eniten, vanhan läänijalon mukaan, Etelä- (21 %) ja Länsi-Suomessa (35 %), yhteensä 56 %. Pääsarja-joukkueita on kyseisten läänien alueella eniten, joka selittää myös kävijöiden jakautumista. (Heinonen & Godenhjelm 2001, 57–58.)

Matkailijoiden omaa suhdetta urheiluun haluttiin selvittää (Kuvio 3). Tässä kysymyksessä sai valita kaikki vaihtoehdot, jotka vastaaja koki urheilun suhteen itseään koskevan. Vastaajista enemmistö 65,4 % ilmoitti olevansa lentopallon harrastaja ja 53 % puolestaan penkkiurheilijoita. 10 % vastanneista työskenteli jonkin urheilulajin parissa ja 21 % lentopallon parissa.

Muu mikä vastaukset olivat kaikki sijoitettavissa jo annettujen vaihtoehtojen piiriin.

Penkkiurheilijaksi itseänsä kutsui siis hieman yli puolet (Kuvio 3). Penkkiurheilijaa ei määritelty kysymyksessä tarkemmin, joten vastaajien omat käsitykset termistä vaikuttivat vastaamiseen paljon. Läheskään kaikki tapahtumissa käyvät urheilumatkailijat eivät siis miellä itseään välttämättä penkkiurheilijaksi, vaikka seuraisivat lajeja myös medioiden kautta. Jonkinasteisiksi faneiksi, (vähintäänkin urheilu ja tai lentopallo), vastaajat oletettiin ilman kysymistä ottaen huomioon, että he olivat fanimatkalta ylipäättään lähteneet ja olivat valmiita käyttämään siihen aikaa ja rahaa.

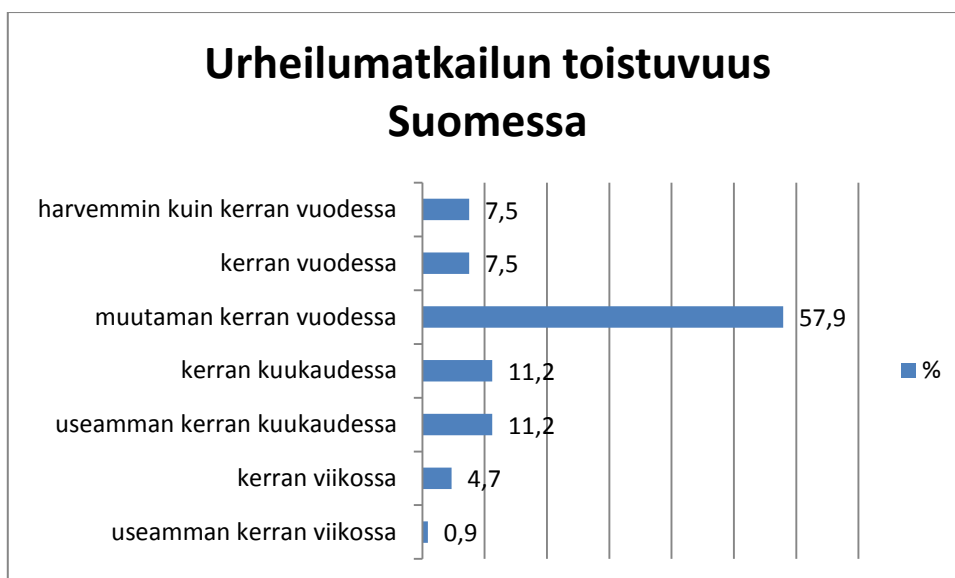


Kuvio 3 Oma suhde urheiluun

Tyypillinen lentopallomatkailija tutkimuksen perusteella on työssäkäyvä mies, joka on iältään yli 40-vuotias. Harrastaa tai on harrastanut lentopalloa ja kuvailee suurella todennäköisyydellä itseään myös penkkiurheilijaksi. Asuu Pirkanmaan tai pääkaupunkiseudun alueella.

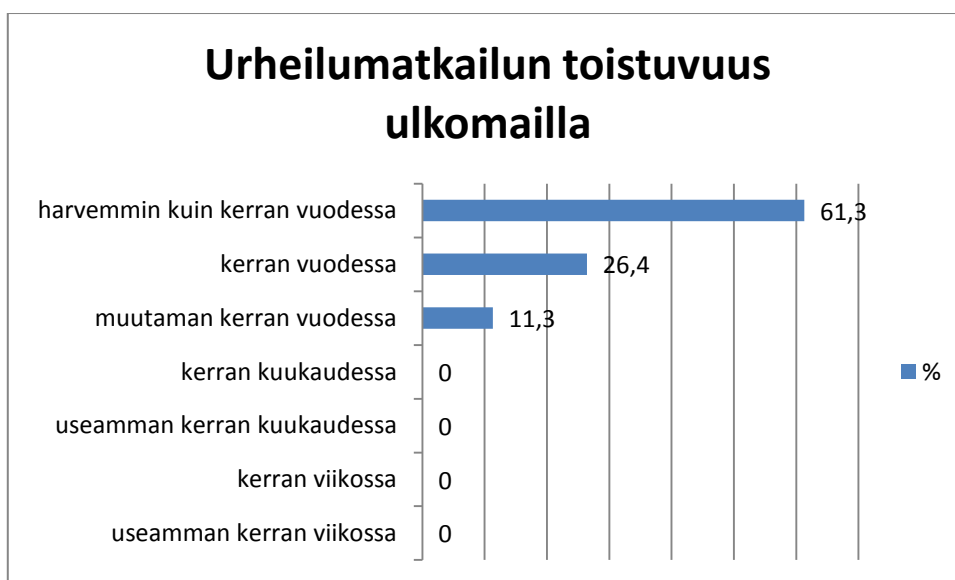
7.2 Urheilumatkailun luonne

Kysyttäessä urheilumatkailun toistuvuutta vapaa-ajalla Suomessa (Kuvio 4) enemmistö, 57,9 %, vastasi matkailevansa muutaman kerran vuodessa, kerran tai useamman kerran kuukaudessa matkailevia oli kumpiakin 11,2 %. Kerran vuodessa ja harvemmin kuin kerran vuodessa matkailevia oli kumpiakin 7,5 %.



Kuvio 4 Urheilumatkailun toistuvuus Suomessa

Kysyttäessä urheilumatkailun toistuvuutta vapaa-ajalla ulkomaille (Kuvio 5) 61,3 % vastaajista ilmoitti matkailevansa harvemmin kuin kerran vuodessa. Noin neljäsosa matkaili kerran vuodessa ja noin kymmenesosa muutamana kerran vuodessa.



Kuvio 5 Urheilumatkailun toistuvuus ulkomailta vapaa-ajalla

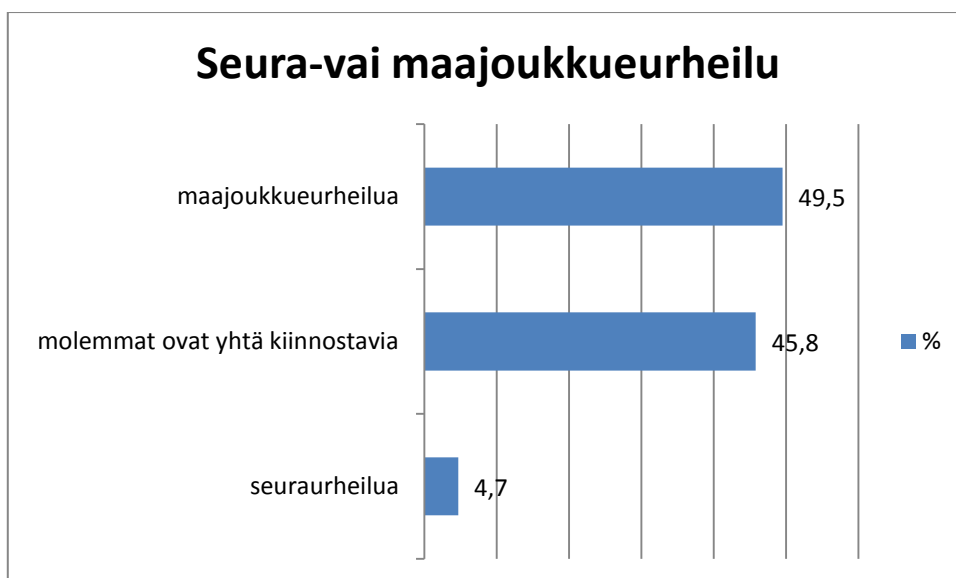
Matkailua tehtiin tulosten perusteella luonnollisesti Suomessa useammin kuin ulkomailta. Tämä johtuu varmasti paljon Suomessa matkustamisen helppoudesta, halpuudesta ja ajanviemisen vähyydestä. Myös ulkomailta arvokisoja on tietenkin rajoitettu määrä lajeja kohden ja pelkästään tietyn sarjakauden pelin vuoksi ulkomaille lähteminen ei varmasti ole niin suuri vetovoimatekijä kuin arvokisat. Muun muassa suuret arvokisat kuten Olympialaiset ja Jalkapallon Maailmanmestaruuskisat ovatkin suosituimpia urheilumatkailun tapahtumia koko maailmassa (Standeven & De Knop 1999, 112).

Avoimena kysymyksenä tiedusteltiin mitä lajeja seurataan eniten medioista ja miksi juuri ne lajit kiinnostavat. Medioiden kautta eniten seurattu laji oli selkeästi lentopallo. Toiseksi eniten seurattu laji oli jalkapallo ja seuraavaksi seuratuimpia lajeja olivat jääkiekko ja yleisurheilu. Muut lajit saivat muutamia mainintoja. Synä tiettyjen lajien seuraamiselle annettiin seuraavanlaisia vastauksia: laji on edelleen tai on ollut omana tai perheenjäsenen harrastuksena, laji liittyy omaan työhön, laji tai joukkuelajit tai pallopelit ovat mielenkiintoisia, halutaan tietää miten Suomessa ja maailmalla pelataan.

Avoimella kysymyksellä tiedusteltiin myös paikanpäällä seurattavia lajeja. Selvästi useimmiten paikanpäällä seurattavana tapahtumalajina oli lentopallo, mikä ei tutkimuksen kohderyhmän huomioon ottaen ole yllättävää. Muutamia mainintoja tuli myös jääkiekosta ja jalkapallosta sekä harvempia mainintoja hiihdosta ja autourheilusta. Muut lajit saivat lähinnä yksittäisiä mainintoja. Suurin osa vastaajista mainitsi nimenomaan kolme heitä eniten kiinnostavaa lajia kun enintään kolme pyydettiin mainitsemaan.

Jalkapallo ja lentopallo mainittiin usein kiinnostavana vaativien teknisten ominaisuuksien puolesta ja yleisurheilu monipuolisuutensa vuoksi. Lajien seuraamisen syiksi kaikkein useimmiten kerrotaan mielenkiinto lajia kohtaan, joka oli yleensä herännyt joko perheenjäsenen tai tuttujen laji harrastuksen myötä tai työn tai, kaikkein useimmiten, oman harrastuksen kautta. Lisäksi lajikohtaiset tekniset hienoudet ja taktiikat olivat osalla motiivina seuraamiseen. Useat vastaajat kertoivat haluavansa nähdä kuinka Suomea edustetaan ja miten suomalaiset urheilijat menestyvät. Myös lajitarjonnan ja tiedotuksen määrä mediassa oli vaikuttava tekijä muun muassa jalkapallon ja jääkiekon seuraamiseen. Muutama mainitsi lajien ympärille muodostuneiden sosiaalisten verkostojen ja asuinkaupungin urheiluperinteiden vaikuttaneen lajikiinnostukseensa. Eräs vastaajista tiivistä syynsä seuraavalla tavalla: ”*Kaikkea urheiluun liittyvää ohjelmaa. Rakkaudesta liikuntaan ja urheiluun.*”

Paikanpäälle katsomaan matkustettiin (Kuvio 6) mieluiten maajoukkueurheilua, 49,5 %, mutta melkein yhtä paljon kiinnostusta löytyi sekä seurattua maajoukkueurheilua kohtaan, sillä 45,8 % vastasi molempien olevan yhtä kiinnostavia. Ainoastaan 4,7 % vastaajista lähti katsomaan mieluummin seuraurheilua. Suomen edustaminen ja pärjääminen on siis mielenkiintoista, mutta moni on yhtälailla kiinnostunut myös eri seurojen edesottamuksista. Kyselyn kohderyhmän huomioon ottaen suuri kiinnostus etenkin maajoukkueurheiluun ei kuitenkaan tule yllätyksenä. Yleinen kiinnostus maajoukkueurheiluun lentopallomatkailejoiden kohdalla ei välttämättä ole yhtä suuri.



Kuvio 6 Kumpaa lähdet mieluummin katsomaan seura- vai maajoukkueurheilua

Vastaajilta tiedusteltiin matkojen toteuttajaa ja toistuvuutta (Taulukko 5). Matkojen toteuttajana toimittiin useimmiten itse, sillä melko usein tai usein omatoimimatkalta lähti yhteensä 78,6 % vastaajista. Matkanjärjestäjien pakettimatkoille melko usein tai usein lähti yhteensä 40,2 % vastaajista. Seurojen järjestämille matkoille melko usein tai usein lähti yhteensä 20,7 % vastaajista. Yleisin toistuvuus omatoimimatkojen kohdalla oli usein, 58,4 %, matkanjärjestäjien pakettimatkojen kohdalla silloin tällöin 48,5 %, kun taas urheiluseurojen järjestämien matkojen kohdalla ei ollenkaan melkein 50 %. Omatoimimatkojen suhteellinen osuus on tässä niin suuri koska kyseessä ovat sekä Suomessa että ulkomailla tehtävät matkat ja Suomessa tehtäviä matkoja tehdään merkittävästi useammin (Kuviot 4 ja 5). Kaikkiaan lentopallon ulkomaan fanimatkoilla, omatoimimatkojen ja matkanjärjestäjien kautta tehtyjen matkojen suhde on matkanjohtajan Mattilan mukaan tällä hetkellä noin puolet ja puolet (Mattila, haastattelu 1.11.2010).

Taulukko 5 Matkojen toteuttaja ja toistuvuus

Toistuvuus	ei lainkaan	silloin tällöin	melko usein	usein
Omatoimimatkoja	3,4	18,0	20,2	58,4
Urheiluseurojen järjestämiä matkoja	48,8	30,5	14,6	6,1
Matkanjärjestäjien pakettimatkoja	11,3	48,5	20,6	19,6

Tapahtuman luonnetta ja toistuvuutta selvennetään Taulukossa 6. Matkat suuntautuivat useimmiten yksittäisiin otteluihin, sillä 48,9 % vastaajista valitsi toistuvuudeksi joko melko usein tai usein. Vastaavat toistuvuudet muissa tapahtumavaihtoehdoissa vaihtelivat kaikki 33 – 35 % välillä. Suosituin toistuvuus väli kaikissa tapahtumavaihtoehdoissa oli silloin tällöin.

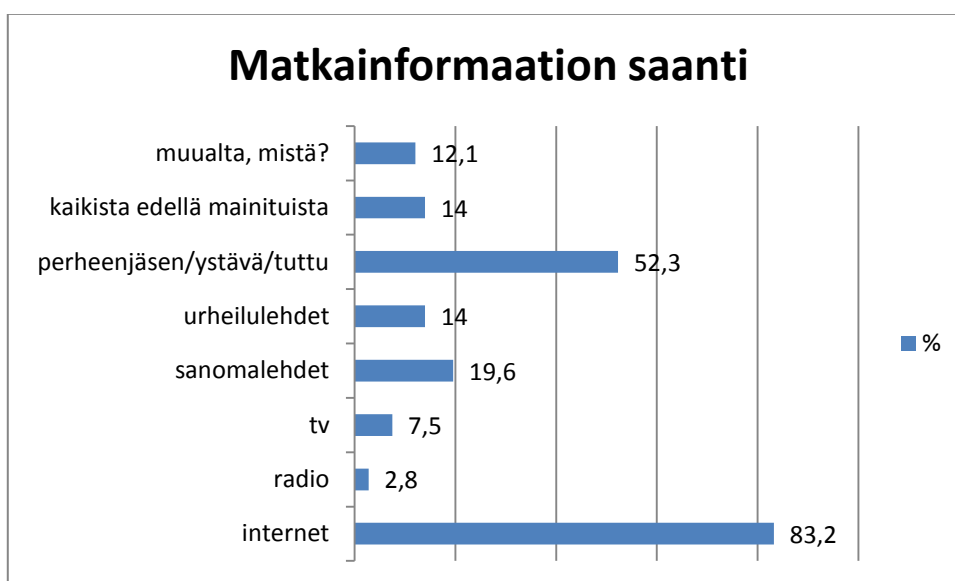
Taulukko 6 Tapahtuman luonne ja toistuvuus

Toistuvuus	ei lain- kaan	silloin tällöin	melko usein	usein
yksittäinen ottelu	11,7	39,4	19,1	29,8
turnaus	5,6	59,6	27	7,9
useamman päivän kestävä turnaus	10,3	56,7	18,6	14,4
suurempi tapahtuma (esim. EM-, MM-, Olympia- turnauksiin)	4,8	61,5	19,2	14,4

Selvästi käytetyin matkustusväline Suomessa matkustettaessa oli auto ja ulkomaille matkustettaessa lentokone. Kysymys oli avoin.

Matkainformaation saannin lähteitä ulkomaan fanimatkoille kysyttäessä (Kuvio 7), yli 80 % vastaajista oli saanut informaatiota urheilumatkoista Internetin kautta. Toiseksi käytetyimmäksi tietokanavaksi osoittautuivat, hieman yli 50 % arvolla, perheenjäsenet, ystävät ja tutut. Kolmanneksi eniten käytetyin tietokanava oli sanomalehdet, joista melkein 20 % oli löytänyt matkainformaatiota. 14 % vastaajista ilmoitti saaneensa informaatiota kaikkien vaihtoehtojen kautta. Muualta tietonsa saaneet 12,1 % ilmoittivat lähteekseen lentopalloliiton, sähköpostimainonnan ja urheilutapahtumat.

Niin kuin jo luvussa 4.5 todettiin, myös Net Effectin (2009) tekemässä tutkimuksessa, mitä tahansa matkaa suunniteltaessa käytettiin selvästi eniten Internetiä ja seuraavaksi eniten muiden suosituksia ja opaskirjoja. (MEK 2010).



Kuvio 7 Matkainformaation saantilähteet

Lentopallomatkoilijoiden urheilumatkailu suuntautuu useimmin yksittäisiin otteluihin (Taulukko 6) ja se tehdään omatoimimatkana (Taulukko 5), jossa useimmin on kulkuvälineenä auto. Ulkomaan urheilumatkoilla kulkuvälineenä on lentokone. Matkainformaatiota saadaan enimmäkseen Internetin ja muiden ihmisten kautta (Kuvio 7).

7.3 Matkailumotiivit ja kokemukset

Alkuperäisiä motiiveja kiinnostuksen heräämisestä ulkomaan urheilumatkoja kohtaan kysyttäessä (Liite 1/3, Kysymys 15) vastaukset olivat hyvin monipuolisia. Kiinnostus lajia kohtaan sekä halu kannustaa olivat yleisiä vastauksia. Esimerkkejä vastauksista:

”Fanittaminen on kivaa, uusia kokemuksia elämän tiellä.”

”Lajihullu.”

Lajimenestys sekä ystävien ja samanhenkisten ihmisten seura tai houkuttelu matkoille mainittiin myös usein. Mahdollisuus yhdistää muuta matkailua ja kulttuuria urheilumatkaan todettiin useasti syyksi lähtöön:

”Lentopallon seuraamisen lisäksi matkakohteen nähtävyydet, uudet kokemukset sekä urheilun että kohdemaan kulttuurista.”

”Samalla on mahdollista tutustua uusiin maihin ja kaupunkeihin.”

”Kiinnostava maa/kaupunki ja huippupelaajien näkeminen, hienot pelit ja tunnelma”

”Yhdistää urheilutapahtuma ja loma”

Muutama vastaajista mainitsi myös lähteneensä matkalle, koska perheenjäsen tai ystävä oli pelaamassa tai ajankohta ja rahatilanne olivat otollisia.

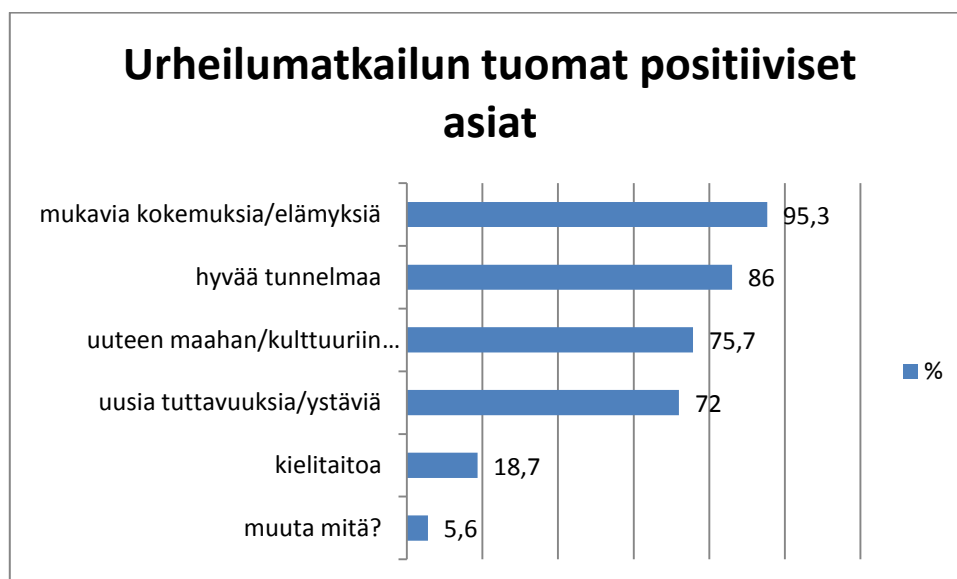
Asteikolla 1-7 (1 vähiten vaikuttava 7 eniten vaikuttava) arvioitiin, mitkä tekijät vaikuttivat matkapäätökseen tekemiseen (Taulukko 7). Näitä tekijöitä mitattiin keskiarvon sekä moodin eli useimmin esiintyvän arvon perusteella. Eniten vaikuttavana tekijänä oli turnauksen ja tai matkustamisen tunnelma keskiarvolla 4.7, mutta heti seuraavaksi eniten vaikutti samanhenkisten ihmisten seura, keskiarvolla 4.5. Kummatkin tekijät saivat eniten myös arvot 6 ja 7 eli niitä pidettiin kaikkein useimmin tärkeimpinä vaikuttajina. Sosiaaliset tarpeet, samaistuminen ja yhteisöllisyyden kokeminen laitetaan siis etusijalle. Kohdekaupungin ja -maan houkuttelevuus arvioitiin vaikuttavan seuraavaksi eniten matkapäätökseen. Myös matkakumppanin mukaan saaminen oli tulosten perusteella silti melko vaikuttava tekijä, vaikka se arvojärjestyksessä saikin useimmin vähiten vaikuttavan arvon 1. Tiettyjen urheilijoiden näkemisellä sekä pääsylippujen ja matkan kustannuksilla oli vähäisempi vaikutus matkapäätökseen. Vähiten vaikuttavana tekijänä oli ajankohta, keskiarvolla 3.4 ja moodilla 1. Aika ja raha eivät siis ole kovin suuria vaikuttajia juuri lentopallon fanimatkoilijoiden keskuudessa.

joiden kohdalla, mikä johtuu ehkä pitkälti sen enemmistön ikä ja ammattirakenteesta. Lisäksi ajankohdat tapahtumille eivät ole matkailijoiden itse päätettävissä, joten silloin on lähdettävä kun tapahtuma on.

Taulukko 7 Matkapäätökseen vaikuttavat tekijät

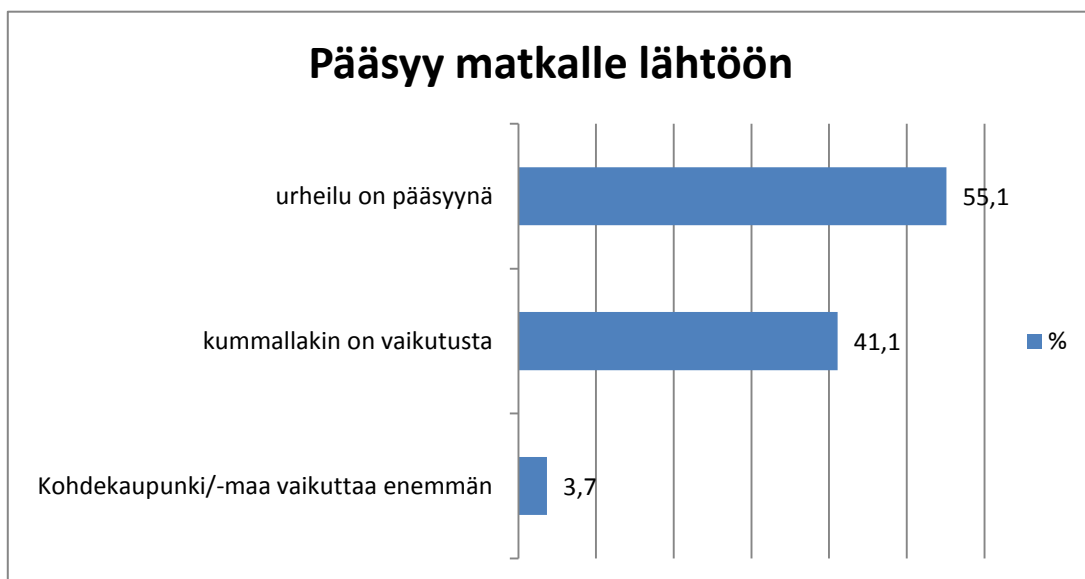
tekijä	keskiarvo	moodi
turnauksen ja matkustamisen tunnelma	4.7	7
samanhenkisten ihmisten seura	4.5	6
kohdekaupungin/maan houkuttelevuus	4.3	5
matkakumppanin mukaan saaminen	4.3	1
tiettyjen urheilijoiden näkeminen omin silmin	3.9	2
pääsylip. hinta ja matkan kokonaiskustannus	3.7	3
ajankohta	3.4	1

Seuraavaksi vastaajia pyydettiin valitsemaan positiivisia asioita joita urheilumatkailu ja urheilutapahtumat ovat tuoneet heidän elämäänsä (Kuvio 8). Vaihtoehtoja sai valita niin monta kuin halusi. Melkein jokainen vastaajista, 95,3 %, oli saanut mukavia kokemuksia ja elämyksiä urheilumatkailun kautta. Hyvää tunnelmaa oli kokenut 86 % vastaajista. Yli 70 % oli saanut matkoilla uusia tuttavuuksia tai ystäviä sekä tutustunut uuteen maahan ja kulttuuriin. Hieman alle 19 %:lle vastaajista matkailu oli tuonut myös kielitaitoa. Lisäksi positiivisina asioina mainittiin matkailun tuoneen ison turnauksen näkemisen, lomaa arjesta, lajitietoa, itseluottamusta ja asiantuntemusta työhön. Urheilumatkailu tuo siis mukanaan paljon myönteistä.



Kuvio 8 Urheilumatkailun tuomat positiiviset asiat

Urheilu oli pääsyynä ulkomaille urheilumatkalle lähtöön (Kuvio 9) 55 %:lle vastaajista, mutta 41 % vastasi sekä urheilun että kohteen vaikuttavan lähtöön. Alle 4 %:lle vastaajista kohdekaupunki/-maa oli merkittävämpi vaikuttaja.



Kuvio 9 Pääsy ulkomaille urheilumatkalle lähtöön

Kysymyksen avulla arvioitiin eri tekijöiden tärkeyttä, asteikolla 1-7 (1 vähiten tärkein 7 tärkein), jotta matka koetaan onnistuneeksi (Taulukko7). Melkein yhtä tärkeiksi oli koettu sekä hyvä matkaseura, keskiarvolla 5.5, että tapahtuman mielenkiintoisuus, keskiarvolla 5.3. Samaiset tekijät arvioitiin myös useimmin tärkeimmiksi tekijöiksi arvoilla 6 ja 7. Hyvää tunnelmaa, keskiarvolla 4.9, ja menestystä, keskiarvolla 4.2, arvostettiin myös melko korkealle. Aikataulujen suunnitellusti sujuminen ja tyytyväisyys majoitus- ja ravintolapalveluihin jäivät matkan onnistumisen kannalta vähemmän merkittäviksi. Selkeästi vähiten tärkeimpänä pidettiin hauskanpidon ja viihteellä olemisen suurta määrää, keskiarvolla 2.4 ja moodina 1.

Taulukko 8 Matkan onnistuneeksi kokemisen tekijät

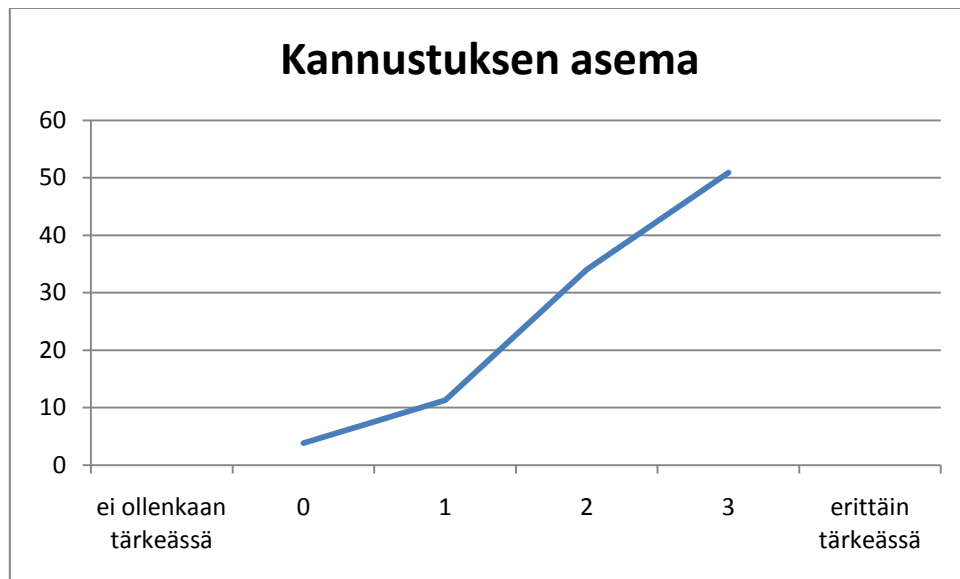
tekijä	keskiarvo	moodi
hyvä matkaseura	5.5	6
tapahtuman mielenkiintoisuus	5.3	6 ja 7
hyvä tunnelma	4.9	5
menestys	4.2	3
aikataulujen sujuminen suunnitellusti	3.7	4
tyytyväisyys mahd. majoitus- ja ravintolapalveluihin	3.6	2
hauskanpidon ja viihteellä olemisen suuri määrä	2.4	1

Kiinnostus tapahtumaa ja lajia kohtaan on selkeä motivaatiota aiheuttava tekijä urheilumatkailulle, samoin kuin sosiaaliset vuorovaikutustilanteet ja yhteisöllisyys, sillä tunnelmalla ja seuralla on tulosten mukaan merkittävä vaikutus. Samankaltaiset syyt, jotka vaikuttivat matkapäätökseen, kerrotaan myös tärkeiksi matkan onnistumiseksi kokemiselle. Pääsyynä ulkomaan urheilumatkoille on yleensä urheilu, mutta sekä urheilu että kohde

on tärkeää monelle. Urheilumatkan koetaan tuovan paljon hyviä asioita mukanaan.

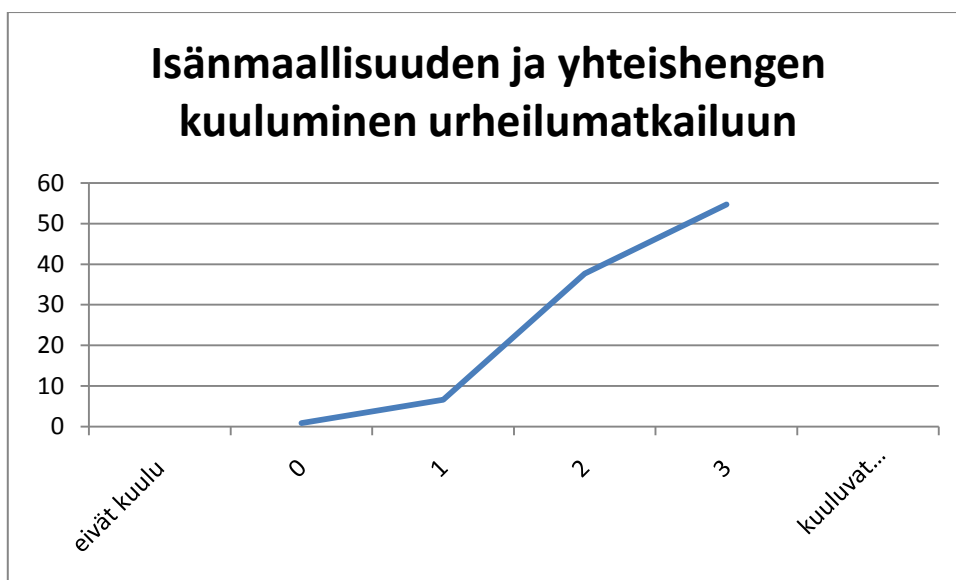
7.4 Fanikulttuuri, yhteishenki ja isänmaallisuus

Kannustuksen merkitystä omassa urheilumatkailussa (Kuvio 10) arvioitiin asteikolla 0-3 (0 ei ollenkaan tärkeä 3 erittäin tärkeä). Puolelle vastaajista, 50,9 %, kannustus oli erittäin tärkeässä roolissa. 45,3 % vastaajista sijoitti kannustuksen roolin keskimmaisille arvoille 1 ja 2. Alle 4 %:lle vastaajista kannustus ei ollut lainkaan tärkeässä roolissa. Kannustuksen aseman ollessa tärkeä melkein kaikille vastaajille kertoo että, siitä hyvin todennäköisesti nautitaan ja uskotaan olevan merkitystä myös urheilijoille.



Kuvio 10 Kannustuksen asema

Isänmaallisuuden ja yhteishengen kokemisen kuulumista urheilumatkailuun ja urheilun seuraamiseen (Kuvio 11) mitattiin asteikolla 0-3 (0 eivät kuulu 3 kuuluvat ehdottomasti). Arvoja 2-3 antoi yhteensä 92,4 % vastaajista eli selvä enemmistö. Ainoastaan 0,9 % vastaajista koki kyseisten tekijöiden roolin urheilumatkailussa merkityksettömiksi.



Kuvio 11 Isänmaallisuuden ja yhteishengen kuuluminen urheilumatkailuun

Kysyttäessä urheilun ja urheilumenestyksen merkitystä osana suomalaisuutta ja suomalaista identiteettiä (Kuvio 12), urheilua ja menestystä tärkeänä osana suomalaisuutta piti yhteensä 90,6 % vastaajista, antaen arvon 2 tai 3. Pienempi merkitys tekijöillä oli 8,5 %:lle vastaajista ja merkityksettömiksi ne kokivat 0,9 % vastaajista.

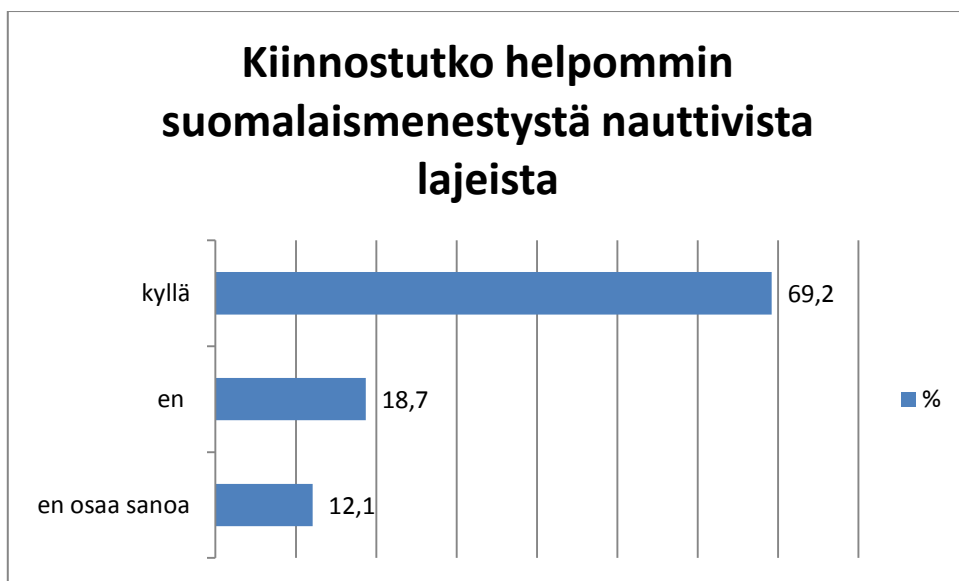
Usko isänmaallisuuden ja yhteishengen urheiluun kuuluminen sekä urheilun ja siinä menestymisen tärkeänä pitäminen, vahvistavat ajatusta urheilun ja isänmaallisuuden yhteenkuulumiseen myös nykypäivänä. Tässäkin tapauksessa täytyy tietenkään muistaa tutkimuksen kohde, lentopallon maajoukkueen fanimatkailijat.



Kuvio 12 Urheilun ja menestymisen tärkeys osana suomalaisuutta

SLU:n tekemässä kansallisessa liikuntatutkimuksessaan vuosina 2005–2006 tulokset ovat samansuuntaisia. Ehdottoman tai melko tärkeänä huippu-urheilijoiden kansainvälistä menestystä piti vuosina 2001–2002 78 % vastaajista ja vuosina 2005–2006 75 % vastaajista. Menestystä ei pitänyt lainkaan tärkeänä 5–6 % ja ei juurikaan tärkeänä 16–18 % vastaajista. (Liite 3/1). Kansainvälistä menestystä SLU:n liikuntatutkimuksen perusteella (Liite3/1) toivotaan eniten Suomen kansallislajeista, hiihdosta ja yleisurheilusta sekä lisäksi jääkiekosta, jotka ovat suosituimpia lajeja myös tapahtumakäyntien osalta (Heinonen & Godenhjelm 2001, 52–53).

Kysyttäessä kiinnostuksen todennäköisyydestä suomalaisurheilijoiden osalta menestyvämpiä lajeja kohtaan (Kuvio13), 69,2 % vastasi olevansa enemmän kiinnostunut lajeista, joissa menestystä tulee. Vajaa 19 % ei kiinnostu helpommin menestyvistä lajeista. Noin 12 % vastaajista ei osannut kertoa mielipidettään.



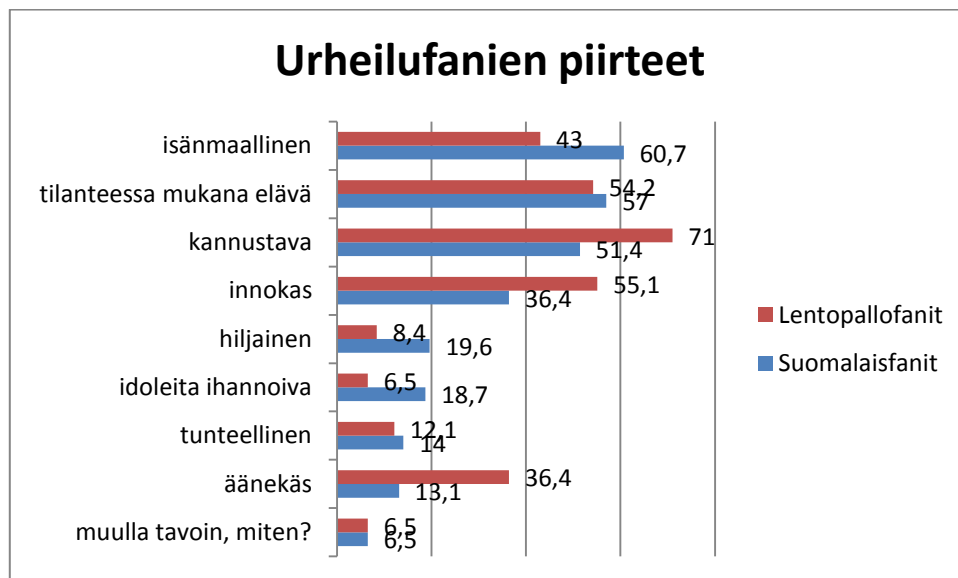
Kuvio 13 Kiinnostutko helpommin suomalaismenestystä nauttivista lajeista

Suurin osa vastaajista mainitsi vähintään yhden urheilulajin jota seuraisi ilman menestystäkin. Eniten mainintoja sai lentopallo, jääkiekko, jalkapallo ja yleisurheilu. Nämä lajit olivat myös Suomessa tapahtumakatsojia runsaasti omaavia lajeja (Heinonen & Godenhjelm 2001, 52–53). Joillekin tietyt urheilulajit ovat niin tärkeitä että menestyksellä ei ole merkitystä. Usein tällaisia lajeja ovat erityisesti ne, joita on itse harrastanut tai on seurannut jonkun läheisen harrastavan.

Suomalaisia urheilufaneja ja -yleisöä kolme parhaiten kuvailevaa ilmaisua (Kuvio 14) olivat vastaajien mielestä isänmaallinen (60,7 %), tilanteessa mukana elävä (57,0 %) ja kannustava (51,4 %). Muu mikä – kohdassa kuvailtiin yleisöä muun muassa ilmaisuilla ”juopunut” ja yleensä ”ex-harrastaja”.

Suomalaisia lentopallofaneja ja -yleisöä kolme parhaiten kuvailevaa ilmaisua (Kuvio14) olivat puolestaan kannustava (71,0 %), innokas (55,1 %),

tilanteessa mukana elävä (54,2 %). Ilmaisun isänmaallinen valitsi myös moni (43,0 %). Muu mikä vaihtoehdoissa, mainittiin useamman kerran hieman eri sanoin iäkkäämpi henkilö sekä ”kriittinen”. Kriittisyydellä luultavasti viitattiin hyvään lajitietoisuuteen ja asiantuntevuuteen, jonka vuoksi huomio kiinnitetään erityisesti suorituksiin ja tekniikkaan. Tämänkaltaisia kommentteja kuultiin myös useassa haastattelussa (haastattelut 22. – 23.5. ja Mattila 1.11.2010).



Kuvio 14 Urheilufanien piirteet

Suurimmat erot urheilufaneja ja lentopallofaneja kuvailevissa ilmaisuissa olivat vaihtoehdoissa idoleita ihannoiva ja äänekäs. Lentopallofaneja idoleita ihannoivaksi kuvailevia oli ainoastaan 6,5 % kun taas urheilufaneja kuvaillessa saman ilmaisun valitsi 18,7 %. Äänekkääksi lentopallofaneja kuvaili jopa 36,4 % kun urheilufanien kohdalla ilmaisun valitsi vain 13,1 %. Syyt siihen miksi urheilufanit nähdään mahdollisesti yleisesti ottaen idolikeskeisempinä kuin lentopallofanit, voidaan löytää mahdollisesti lentopallolle tyypillisistä lajipiirteistä ja sen alakulttuurista. Joukkuelajeissa ollaan aina riippuvaisia kaikista pelaajista. Menestys nähdään yleensä joukkueen voittoina sekä yleisön että median silmissä, eikä yksilöitä liiallisesti yleensä korosteta (Mattila, haastattelu 1.11.2010). Toki mediassa ja paikanpäällä tapahtumissa silti yleensä kerrotaan myös otteluiden parhaimmat pelaajat.

Vastaajilta kysyttiin mihin urheilutapahtumaan he ovat aina halunneet matkustaa ja miksi (Liite 1/4, Kysymys 20). Moni vastaaja oli erityisen kiinnostunut Olympiakisoihin lähtemisestä. Olympialaisiin haluavat, mainitsevat syiksi tapahtuman olevan tunnelmaltaan ainutlaatuinen, mahdollisesti vain kerran elämässä tapahtuva ja mielenkiintoinen monipuolisen lajivalikoiman takia. Eri lajien arvokisat herättivät myös paljon kiinnostusta ja syiksi mainittiin samaten ainutlaatuisuus sekä usein suomalaisurheilijoiden mukanaolo.

Tiettyyn urheilutapahtumaan pääseminen liittyy siis selvästi mielikuviin ja odotuksiin tapahtuman hienoudesta ja tunnelmasta. Pitkän historian omaa-

viin Olympiakisoihin (Kokkonen 2003, 8–9) erityisen hyvin liitettävissä olevat symboliset merkitykset ja nostalgia ovat vahvasti motivaation taustalla. Suomalaisurheilijoiden mukanaolon motiivi näyttää myös isänmaallisuuden ja sen edustamisen näkyvän kiinnostuksen taustalla.

Avointa kysymystä käyttämällä tiedusteltiin mieleenpainuvinta urheilumatkamuistoa ja syytä siihen (Liite 1/4, Kysymys 21). Mieleenpainuvimman urheilumatkamuiston syiksi kerrottiin useimmiten menestys, tunnelma (usein iso halli tai stadion ja suuri määrä yleisöä) ja hyvä matkaseura sekä yhteishenki. Usein syyksi kerrottiin myös uuteen kaupunkiin ja kulttuurin tutustuminen tai matkan ja tapahtuman ainutlaatuisuus. Osalle matka oli jäänyt mieleen koska se oli ensimmäinen urheilutapahtumamatka koskaan tai ensimmäinen urheilutapahtumamatka ulkomailla tai tapahtuma- ja matkajärjestelyt olivat sujuneet erinomaisen hyvin.

Mieleenpainuvimman kokemuksen kohdalla, tärkeitä ovat tapahtuman ja tunnelman kokeminen erityisiksi sekä jälleen kerran yhteisöllisyys. Lisäksi ennalta näkemättömään kulttuuriin tutustuminen oli jäänyt usein erityisen hyvin mieleen.

7.5 Kehitysehdotukset

Kehitysehdotuksia ja palautetta antoi noin puolet vastaajista. Toisaalta haluttiin saada mahdollisimman paljon tietoa mahdollisimman ajoissa, mutta lisäksi toivottiin että informaatio on paikkansapitävää. Muutoksien tullessa toivottiin siitä hyvää informointia ja mahdollisia korvauksia suuremmista muutoksista. Myös olennaiset kulttuurierot haluttiin tietää ennen matkalle lähtöä.

Matkoille toivottiin eri hintatason vaihtoehtoja enemmän sekä asiantuntevia oppaita ja oheisohjelmaa sekä opastettuja kaupunkikiertoja. Aikatauluissa pysyäkseen järjestäjien haluttiin ottavan huomioon liikenneuhkat ja riittävästi aikaa siirtymisille. Eräs vastaajista toivoi palautekyselyn järjestämistä matkojen yhteyteen.

Yhteishengen nostatus ja yhtenäisempi kannustus mainittiin vastauksissa myös useaan otteeseen. Vastaajat halusivat enemmän yhteisiä kokoontumisia matkailijoiden kesken, yhteisiä kannustuslauluja ja -huutoja, jotka kaikki osaisivat ja yleisesti lisää äänenpitoa ja muuta kannustusrekvisiittia. Moni vastaajista toivoi myös että matkalle saataisiin enemmän nuoria. Tätä kautta uskottiin myös kannustuksen muuttuvan reippaammaksi ja näkyvämmäksi.

Matkailuala ja matkojen järjestäminen on monen osa-alueen summa, joka on syynä sille, että matkoilla on paljon epävarmuustekijöitä ja nopeasti vaihtuvia tilanteita. Näin ollen täysin paikkansapitävän informaation antaminen matkan järjestämisen aikaisessa vaiheessa on käytännössä usein mahdotonta. Alun perin jo tiedossa olevat matkan mahdolliset muuttuvat tekijät on kuitenkin hyvä selvittää matkailijalle jo matkaa varattaessa. Täysin matkanjärjestäjästä riippumattomat tilanteet, kuten force-majeure eli hallitsemattomissa olevat esteet sekä kulttuurierojen aiheuttamat tilan-

teet, jotka eivät ole ennalta arvattavissa, voivat joskus aiheuttaa suurtakin tyytymättömyyttä matkustajissa. Tämänkaltaiset yllättävät tilanteet kuuluvat kuitenkin elämään ja etenkin matkailuun ja matkanjärjestäjä ei voi muuta kuin yrittää parhaansa selvittää kuinka matka voidaan toteuttaa muuttuneiden olosuhteiden jälkeen.

Kehitysehdotuksia pohditaan tarkemmin kappaleessa 8.5 Tulevaisuus ja kehitysehdotukset, joissa kehitysehdotuksiin saatiin kommentteja opinnäytetyön toimeksiantajan yhteyshenkilöltä Sami Mattilalta.

8 HAASTATTELUT

Kaiken kaikkiaan haastateltavia oli kahdeksan. Haastateltavat fanimatkalaiset, joita oli yhteensä kuusi henkilöä, osallistuivat Riikan Lentopallon EM-karsinta fanimatkalle 20. – 24.5.2010 ja haastattelut toteutettiin 22. – 23.5.2010. Haastattelurunko (Liite 2) oli tehty teemoittain, ja tilanteesta riippuen kaikilta ei välttämättä kysytty jokaista kysymystä. Lisäksi osalle esitettiin lisäkysymyksiä. Kaikista haastateltavista 3 henkilöä oli omatoimimatalla ja 5 valmismatkalla. Haastateltavat valittiin paikanpäällä Riikassa. Kriteereinä haastateltavien valinnoille oli osittain myös demografiset tekijät: ikä, sukupuoli ja asuinpaikka, mutta enemmän painoarvoa oli urheilumatkailun kokeneisuudella ja asiantuntevuudella urheilun sekä lentopallon saralta. Haastatteluihin oli tarkoituksena saada mahdollisimman monipuolinen matkailijaotos.

Haastateltavat urheilumatkailun kaksi asiantuntijaa, jotka järjestävät itse matkoja ja samalla myös osallistuvat niihin, olivat opinnäytetyön toimeksiantajanakin toimiva Lentopalloliiton edustaja ja lentopallon fanimatkojen järjestäjä Sami Mattila (haastattelu toteutettiin muista poiketen vasta Riikan matkan jälkeen 1.11.2010) ja jalkapallomatkoja Suomen maajoukkueen kannattajien (SMJK) nimissä järjestävä ja lisäksi lentopallomatkoille osallistuva Tommi Nätkinniemi. Muiden haastateltavien nimiä en mainitse opinnäytetyössäni, sillä joidenkin kysymysten kohdalla kaikki eivät halunneet nimiensä tulevan esille, ja osa haastatelluista ei joko henkilökohtaisista tai ammatillisista syistä halunnut tuoda nimeänsä lainkaan esille.

Ulkomaan fanimatkaensikertalaisia haastattelussa oli mukana kolme, osittain sen vuoksi että sain samalla haastatteluun mukaan suuremman ikäkauman mielipiteitä ja koska uskoin näin saavan paremman kuvan ensikertalaisten näkökulmasta urheilumatkailuun. Uskoin lisäksi, että ryhmähaastattelu olisi ensikertalaisille miellyttävämpi vaihtoehto ja otollisempi myös sen vuoksi että osalla heistä ei ollut lentopallotietoutta ja harrastusta taustalla, joka olisi osaltaan helpottanut haastatteluun vastaamista. Ensikertalaisilta saatuja vastauksia oli puolet vähemmän kuin muilta haastateltavilta saatuja vastauksia.

Käyntimäärät haastateltavien kohdalla tapahtumakäynneissä Suomessa vaihtelivat 2–12 kertaa vuodessa. Matkasta oli kuultu sukulaisten, ystävien tai tuttavien kautta. Jokainen haastateltava kertoi seuraavansa median kautta useita muitakin urheilulajeja kuin lentopalloa, mutta muiden lajien tapahtumakäyntejä ei ollut jokaisella ja niitä oli harvemmin.

8.1 Urheilu, suomalaisuus ja fanikulttuuri

Suomalaista urheilufanikulttuuria kuvailtiin muun muassa ”*alkoholiin meneväksi*”, osalle kannattajista pelien seuraaminen vaikutti erään haastateltavan mielestä toissijaiselta. Mainittiin myös toisaalta alkoholin kuuluvan asiaan eli tässä tapauksessa siis urheilun ja urheilumatkailun kulttuureihin. Suomalaisia faneja kutsuttiin myös erittäin urheiluhenkisiksi ja häviön sanottiin ottavan koville. Matkalaisten määrien uskottiin jatkavan kasvuaan

etenkin jos menestystä tulee. Ensikertalaiset kuvailivat lentopalloyleisöä kovaääniseksi. (Haastattelut 22.–23.5.2010.)

Mattila, joka on ollut usein katsomassa myös jääkiekko ja jalkapallotapah- tumia, mainitsee lentopalloyleisön eroavan edukseen näistä kahdesta muusta lajista alkoholinkäytön osalta. Lisäksi kannustus on suurelta osin positiivista eikä siinä keskitytä vastustajan ”mollaamiseen”. Lentopallon fanimatkalaisten koostuessa lähinnä laji-ihmisistä, ymmärretään sen erityispiirteet ja osataan myös arvostaa vastustajan hyviä suorituksia. (Matti- la, haastattelu 1.11.2010.)

Haastateltava (nainen 29 v.) mainitsee suomalaisten olevan nimenomaan ”jääkiekkokansaa”, joka joskus on hieman harmillista sillä laji vie usein huomiota muilta lajeilta. Haastateltava (mies 33-v.) kertoo esimerkin ur- heilu uutisista, jossa lentopallo ohitetaan usein pelkkien tulosten kertomi- sella, silloin tällöin voidaan näyttää myös muutaman sekunnin kestäviä kuvapätkiä ja Mattila on samoilla linjoilla. Urheilulajit eivät haastateltavi- en mielestä ole samantarvoisessa asemassa mediassa. (Haastattelut 22.– 23.5. ja Mattila 1.11.2010.)

”Jos Suomi selvittäisi tiensä esimerkiksi Olympialaisiin, lajin status nou- sisi sen jälkeen aivan eri tasolle. Kun kyseessä on pitkä arvokisaturnaus, niin jostakin maajoukkueen pelaajasta saatetaan tehdä pitkät jutut lehtiin ja televisioon. ”Jos sattuu vielä tulemaan voittoja ja pelataan itsemme kymmenen sakkiiin, niin kyllähän se sitten on tosi kova juttu.”

-Sami Mattila

Suomalaisten lajiarvostus keskittyy tällä hetkellä yksilölajeihin, poikkeuk- sena jääkiekko ja jalkapallo (Taulukot 2 ja 3), mutta tapahtumien yleisö- määrät ovat perinteisesti olleet kuitenkin suurempia joukkuelajien kohdal- la. Tämä selitetään suurimmaksi osaksi niiden sarjajärjestelmän vuoksi, joka takaa ottelujen suuren määrän per kausi (Heinonen & Godenhjelm 2001, 53).

Myös lajistatuksella voi olla oma roolinsa matkalle vetävänä tekijänä ja tietyntyyppisillä matkailijoilla se ylittää tärkeysjärjestyksessä menestyk- sen; Etenkin silloin, kun lajista ollaan yksinkertaisesti todella kiinnostu- neita ja siihen on sitouduttu. Suomen miesten jalkapallo maajoukkue on tästä hyvänä esimerkkinä, varsinaista menestystä ei ole vuosikausiin tullut ja arvokisojen karsinnatkin ovat usein päättyneet pettymykseen (mies 33 v. haastattelu 23.5.2010), mutta silti urheilumatkailijat eivät ole joukkuetta hylänneet vaan laji kiinnostaa aina vaan. Lisäksi jalkapallomaajoukkueen fanimatkoja järjestävä Tommi Nätkinniemi (haastattelu 23.5.2010) kertoi tulevasta jalkapallomatkaprojektistaan, jossa matkailijoita odotettiin jopa kahtatuhatta. Lajin korkea status voi toisinaan olla myös hetkellistä, kuten esimerkiksi curlingin kokeilun suosio Suomen miesten maajoukkueen voittaman olympiahopean jälkeen. Matkailun ja urheilun trendit vaikutta- vat vahvasti taustalla urheilumatkailussa. Ajankohtaiset trendilajit innos- tavat usein ensin kokeilemaan lajia itse ja voivat tätä kautta tuoda kiinnos- tuksen myös urheilumatkailuun.

Eräs haastateltava kuvailee kannustuksen olevan järjestäytyneempää toimintaa esimerkiksi jalkapallossa ja varsinkin ulkomailla. Suomessa hän sanoo toiminnan olevan vielä ”lapsenkengissä”. Hän kertoo tapauksesta jonka näki Mestareiden Liigan ottelussa, jossa eräs jalkapalloilija tuli kentälle ja kuuluttajan lausuttua hänen etunimensä noin 10 000:päinen yleisö huusi miehen sukunimen. (Mies 33 v. haastattelu 23.5.2010.)

Kaikkien haastateltavien mielestä urheilu ja siinä menestyminen on tärkeää suomalaisille, sillä olemmehan perinteisesti urheilukansaa (haastattelut 22.–23.5.2010). Suomi on sen verran pieni maa, että urheilussa menestyminen on hyvää markkinointia koko maalle ja sen kansalaisille. Ilman kansainvälisiä urheilutähtiä voisi Suomi olla paljon vieraampi maa monelle ulkomaalaiselle. Tämän vuoksi moni varmasti pitää urheilumenestystä tärkeänä. Se tuo esille suomalaiset ja vahvistaa kansallista identiteettiämme.

Idoleita tai muita fanimatkalaisten arvostamia urheilijoita tiedusteltaessa nimeltä mainittiin muutama urheilija: jalkapalloilija Jari Litmanen ja Sami Hyypiä sekä maajoukkuelentopalloilija Pasi Hyvärinen. Suurin osa haastateltavista sanoi, ettei heillä ole varsinaisia idoleita, mutta he arvostavat useita huippu-urheilijoita sekä seuraavat Suomen lentopallomaajoukkuetta kokonaisuudessaan. Lisäksi kerrottiin, että lentopallo on lajina sen verran pienemmässä roolissa Suomessa, että yksilöt harvoin nousevat idoleiksi asti vaan joukkue on nimenomaan se jota kannustetaan. (Haastattelut 22. – 23.5.2010). Matkanjohtaja Mattila oli täysin samaa mieltä ja uskoi että lentopallon kohdalla Suomen maajoukkueen ulkomailla ammattilaisena pelaavat pelaajat saavat kotiseuroissaan enemmän yksilöllistä ”fanitusta” kuin osana maajoukkuetta. ”*Persoonat ovat lajin kuin lajin suola* ” sanoo Mattila puhuttaessa lentopallokuuluisuudesta Brasilialaisesta Gibasta, joka on yksi tunnetuimmista lentopallon pelaajista maailmassa. Mattila toteaa, että pääsääntöisesti suomalaiset lentopallomatkaajat lähtevät kannustamaan koko joukkuetta idolien sijaan ja pelkästään lajin huippujen, kuten Giban, näkemisen vuoksi tapahtumaan lähtevät lähinnä ”*intohimoiset laji-ihmiset*”. (Mattila, haastattelu 1.1.2010.) Varsinaisille laji-ihmisille laji-persoonat ja idolit tuovat varmasti lisäarvoa urheilukokemukseen ja voivat ainakin satunnaisesti olla myös osamotiivina urheilumatkailulle. Lentopallon fanimatkaajat siis arvostavat urheilijoita ja joukkueita, mutta varsinaista idolien palvontaa he eivät näe suurena osana lentopallon laji- ja matkailukulttuuria.

8.2 Motivaatio

Urheilu- ja lajikiinnostus oli suurella osalla haastateltavista alkanut jo nuorena. Usein myötävaikuttamassa kiinnostukseen oli sukulaisia tai ystäviä. Ilman kiinnostusta lajiin ei todennäköisesti synny myöskään kiinnostusta lajin urheilumatkailuun. Voitaisiin ajatella, että mitä varhaisemmin kiinnostus lajiin syntyy, sitä vahvempaa on myös lajiin sitoutuminen; Ja edelleen mitä vahvempi sitoutuminen sitä suurempi todennäköisyys kiinnostua urheilumatkailusta. Sitoutumisen vahvuutta lisää luultavasti myös lajin

tuomat verkostot sekä sukulaisten ja ystävien antama tuki. Urheilumatkailun avulla näitä lajiverkostoja voidaan laajentaa edelleen. Moni haastateltavistakin oli saanut uusia tuttavuuksia ja ystäviä fanimatkalaisten joukosta (haastattelut 22. - 23.5. ja Mattila, 1.11.2010).

Urheilumatkailun motivaatiotekijöitä matkalle lähtemiseksi kerrottiin olevan useita. Matkaensikertalaisille tärkeätä oli tapahtuman lisäksi matkan kokonaisuus. Osalle matkailun osuus urheilumatkoilla on selvästi sivuosassa ja varsinaiset ”*matkailureissut*” tehdään erikseen. Toisille urheilumatkat tarjosivat tilaisuuden matkailun ja urheilun yhdistämiseen, mutta samalla korostettiin kuitenkin, että tapahtumaa lähdetään katsomaan melkein poikkeuksetta kohdepaikasta huolimatta. Melkein jokainen haastateltava halusi kuitenkin nähdä kaupunkia ja usein myös nähtävyyksiä kohteessa. Moni haastateltavista tietää jo fanimatkalaisten niin sanotun ydinporukan, joka on aina matkoilla mukana ja näin ollen voi olla varma että porukka on urheilu- ja etenkin lentopallohenkistä, jolloin on helppo lähteä matkalle mukaan. (Haastattelut 22. – 23.5.2010). Osalle matkailijoista fanimatkoille lähtemisestä on tullut elämäntapa, sanoo Mattila, ja lukee itsensä myös tähän joukkoon mukaan (Mattila, haastattelu 1.11.2010.)

Lentopallonfanimatkalaiset samoin kuin matkailijat yleensä ovat yksilöitä, joiden mieltymykset ovat erilaisia. Suurin osa matkalaisista haluaa nähdä muutakin, vaikka urheilutapahtuma on pääosassa ja kaikki muu tulee lähinnä ylimääräisenä, ei täysin välttämättömänä, toimintana. Nykyajan henki on mahdollisimman monien kokemusten saaminen, uuden näkeminen ja oppiminen sekä elämyshakuisuus. Osa fanimatkalaisista haluaa nähdä ja kokea mahdollisimman paljon samalla kertaa kun osalle riittää urheilun ja kannustuksen kokemukset. Sama pätee varmasti kaikkiin urheilumatkailijoihin.

Matkaensikertalaiset, joiden motiivit matkalle lähtöön eivät kaikilla olleet kiinnostus lentopalloa kohtaan, olivat ymmärrettävästi erityisen kiinnostuneita matkasta kokonaisuutena. Lisäksi kustannukset vaikuttivat olennaisesti heidän matkapäätökseensä. Useamman kerran matkoille osallistuneet haastateltavat, mainitsivat kaikki menestyksen osana onnistunutta urheilumatkaa. Kustannuksien kerrottiin vaikuttavan matkapäätökseen kielteisesti vasta jos ne nousevat todella suuriin mittasuhteisiin. Lentopallon kohdalla kustannuksista kuitenkin tulee harvoin suuri ongelma, sillä laji ei ole vielä maailmanlaajuisesti niin suosittu. Majoituspaikkojen hinnat kohteessa eivät esimerkiksi nouse kansainvälisten turnausten vuoksi. Pääsylippujen hinnat ovat usein kohtuullisia, elleivät jopa halpoja moneen muuhun lajiin verrattuna. Tietenkin kokonaiskustannukset nousevat melko hintaviksi kun matkustetaan kauemmas ja pidemmäksi aikaa, kuten kahden viikon pituisissa EM-turnauksissa. Ajankohdan sopivuus oli useimmilla haastateltavilla yksi tärkeimmistä syistä kyseiselle Riikan EM-karsintamatkalle lähdössä, samoin kuin läheinen tapahtuman sijainti. (Haastattelut 22. – 23.5.2010.)

Moni haastateltava mainitsi, että Lentopallon kohdalla usea urheilumatkailija, etenkin ulkomaille lähtevä, joko tuntee henkilökohtaisesti pelaajan tai on sukua pelaajalle, joten matkoilla on aina paljon toisilleen tuttua poruk-

kaa (haastattelut 22. – 23.5. ja Mattila, 1.11.2010.) Läheisen ihmisen harastus on varmasti vahva matkalle motivoiva tekijä, sillä silloin lajiin on helppo sitoutua ja myötäeläminen on vahvaa.

Jokainen haastateltavista kertoi matkustavansa mieluummin porukalla. Monen mielestä itse matkustaminen yksin ei haittaa, mutta kohteessa ja tapahtumassa kaikki ovat mieluummin porukalla. Jokainen haastateltava koki urheilun tärkeäksi osaksi suomalaisuutta. (Haastattelut 22. – 23.5. ja Mattila, 1.11.2010.) Nätkinniemi muistaa kokeneensa isänmaallisuutta ja yhteishenkeä erityisesti, kun koulussa oli nuoruudessa katsottu yhdessä hiihtokisoja televisiosta. Hän epäilee että samankaltaista kokoontumista ei nykyaikana ehkä enää arvosteta niin paljon vaan pääosassa on menestyksen saaminen. (Haastattelu 23.5.2010). Mattila (haastattelu 1.11.2010) kertoi arvostavansa urheilumatkailussa ja fanikulttuurissa erityisesti siitä kumpuavaa tunnelmaa, yhteishenkeä ja yhteisöllisyyttä, jotka tuovat myös itsetuntoa suomalaisille.

Mattilan mukaan (haastattelu 1.11.2010) osalle fanimatkalaisista tietty matkakohde saattaa aiheuttaa kielteisen matkapäätöksen. Hänen kokemukseensa mukaan tämänkaltaisia kohteita ovat olleet esimerkiksi Venäjä ja Turkki. Yleensä syinä lähtemättä jättämiseen ovat kielteiset mielikuvat sekä epävarmuus turvallisuudesta ja järjestelyiden toimivuudesta kohteissa. (Mattila, haastattelu 1.11.2010.) Monen haastateltavan mielestä aktiivisimmat fanimatkalaiset eli ”tosifanit” eivät kuitenkaan pelkästään kohteen takia jätä lähtemättä matkalle, sillä heille urheilu ja tietyt tapahtumat ovat tärkeämpiä (haastattelut 22. – 23.5.2010).

Eräs haastateltavista kertoi yksinkertaisesti ”jääneensä koukkuun” fani-matkoihin (mies 33 v. haastattelu 23.5.2010). Aikaisemmat kokemukset, muistot ja niistä syntyvä nostalgia innoittavat uusien matkojen tekoon.

8.3 Kokemukset

Haastateltavat osasivat kertoa parhaan matkakokemuksensa heti, mutta huonoimman kokemuksen löytyminen vei hetken aikaa. Pohdinnan jälkeen osa haastateltavista mainitsi huonoimman kokemuksensa, mutta mainitsi samalla että hyvä tunnelma ja ryhmähenki korvasivat kuitenkin lopulta matkan negatiiviset piirteet. Huono menestys ja sää sekä käytännön- ja järjestelyongelmat mainittiin matkan negatiivisiksi piirteiksi. Ensikertalaiset mainitsivat parhaaksi luonnollisesti ensimmäisen ulkomaan fanimatkinsa eli Riikan EM-karsinnat, joka oli ylittänyt heidän odotuksensa. He olivat yllättyneet positiivisesti Riian kaupungista nimenomaan kohteena sekä pitivät tunnelmaa kisapaikalla hienona. Muut haastateltavat mainitsivat Moskovan Lentopallon EM-kisat parhaaksi matkakseen sillä sieltä maajoukkue oli saanut ennalta odotettua enemmän menestystä ja tunnelma ja yhteishenki olivat erityisen upeita. (Haastattelut 22. – 23.5.2010).

Nostalgian tuntua oli ilmassa kun haastateltavat muistelivat parhaita kokemuksiaan. Tarinoita kuunnellessa on helppo ymmärtää miksi fanimatkoille lähdetään aina uudestaan. Aidon turnaustunnelman yhteinen kokeminen muiden matkailijoiden kanssa on kuitenkin aina erilaista, kuin

vaikka kotikatsomon järjestäminen tv-ruudun ääreen. Nostalgialla on osansa urheilumatkailumotivaation syntymisessä, sillä hyvät muistot urheilusta ja matkailusta innoittavat niiden kokemiseksi uudelleen (Fairley & Gammon 2006, 53). On joitain asioita joita ei voi teknologialla korvata.

Yleisön ja kannustuksen merkitystä pidettiin tärkeänä. Hyvinä kannustustapoina pidettiin yleisesti ottaen äänenkäyttöä, kuten huutoja ja lauluja, tappamista ja joukkueen väreihin pukeutumista. Kannustuksen uskottiin tuovan itseluottamusta ja hyvää mieltä pelaajille ja olevan se niin kutsuttu ylimääräinen pelaaja. (Haastattelut 22. – 23.5.2010). Eräs haastateltava mainitsi että merkitys voi olla tietyillä pelin ratkaisuhetkillä tärkeä, mutta kannattajien vaikutus voi jäädä pienemmäksi kuin yleisesti uskotaan. Hän mainitsee esimerkin Suomen lentopallomaajoukkueesta, todeten että se pelaa usein paremmin ulkomailla vaikka suomalaisia kannustajia on silloin paikanpäällä vähemmän. (Mies 33 v. haastattelu 23.5.2010.) Tommi Nätkinniemi (haastattelu 23.5.2010) uskoi kannustuksen vaikuttavan etenkin kotiotteluissa kotijoukkueen hyväksi ja sisälajeissa, joissa ääni ei karkaa ulkoilmaan. Mattila (haastattelu 1.11.2010) uskoo, että yleisön merkitys on kuin yksi lisäpelaaja kentällä; Kuuluva kannustus ja joukkueen väreihin pukeutuminen tuo ”kotiottelun tuntua” ja saa pelaajat yrittämään parhaansa. Myös pelaajat arvostavat kannustusta ja faneja ja kiittelevät yleensä heti pelin päättymisen yhteydessä ja myös jälkeenpäin mahdollisissa fanikohtaamisissa tai lehdistötilaisuuksissa. (Mattila, haastattelu 1.11.2010.)

8.4 Tulevaisuus ja kehitysehdotukset

Kulttuurierot toivottiin tuotavan matkailijoiden tietoisuuteen hyvissä ajoin ennen matkaa, jotta olisi mahdollista valmistautua niihin ”henkisesti”. Tällä ilmaisulla haastateltava halusi ilmaista, että matkalla välttyy suuremmilta kulttuurishokeilta ja kiusallisilta tai toista osapuolta mahdollisesti loukkaavilta tilanteilta, jos kulttuurierot ovat jo etukäteen tiedossa ja niitä on jo ehtinyt prosessoida mielessään. Matkanjohtajan tulisi myös aina varmistaa tavoitettavuutensa, epäselvien tai ennalta arvaamattomien tilanteiden varalta. (Nainen 29 v. haastattelu 22.5.2010.)

Toiveissa oli usein myös osittain organisoidumpaa toimintaa, etenkin sen suhteen, kuinka hyvin matkan kustannukset ovat tiedossa ja pysytään ilmoitetuissa hinnoissa. Lentopallomatkaille kaivataan myös järjestäytyneempää kannustustoimintaa ja selkeää ”huutosakinjohtajaa” sen toteuttamiseksi.

Haastateltavat uskoivat menestyksen tuovan kasvua urheilumatkailuun ja lentopallomatkailuun. Lähellä sijaitsevien ja helposti matkustettavien kohteiden uskotaan etenkin vetävän matkailijoita puoleensa. (Haastattelut 22. – 23.5.2010).

Sami Mattilan haastattelussa (1.11.2010) käytiin läpi fanimatkalaiisten antamia palautteita ja kehitysehdotuksia kyselyssä ja haastatteluissa. Mattilan mukaan miesten maailmanliigan peleihin ja seuraaviin EM-kisoihin on tulossa ”kättä pidempää” eli kannustusmateriaalia myös liiton puolesta. Näin mahdollistetaan samalla myös liiton yhteistyökumppaneiden näky-

minen katsomoissa. Lisäksi yhteiskannustushuutoja ja – lauluja voitaisiin kehittää lisää, ja mahdollisesti jakaa matkailijoille esimerkiksi sähköpostin välityksellä.

Pidemmillä matkoilla Mattila kertoo aina olevan eri hintatason vaihtoehdot riippuen matkan ajankohdasta, pituudesta ja hotellin tasosta. Kannattajien ja maajoukkueen pelaajien majoittaminen samaan hotelliin puolestaan on käytännössä mahdotonta, koska yleensä varaukset hoidetaan turnauksen järjestäjien toimesta niin, että maajoukkue on omassa rauhassaan muiden joukkueiden kanssa eri hotelleissa. Fanien ja pelaajien yhteistapaamisten järjestäminen taas riippuu aikataulujen sovittamisesta ja maajoukkueen valmentajan myötämielisyydestä. Pelaajien keskittymiskyky pyritään aina säilyttämään, jottei se häiriinny tapaamisten johdosta. Näiden syiden takia esimerkiksi päävalmentajana vuosina 2005–2010 toiminut Mauro Berruto haluaa mielellään tavata fanit itse ja kertoa joukkueen kuulumiset.

Tarvittava matkainformaatio pyritään ilmoittamaan aina ajoissa ja päivitystä tehdään muutosten tullessa Lentopalloliiton internet-sivuille. Lisätietoja on aina mahdollista kysyä Mattilalta itseltään, sillä hänen yhteystietonsa löytyvät matkainformaation yhteydestä. (Mattila, haastattelu 1.11.2010.)

Tällä hetkellä fanimatkojen markkinointi- ja tiedotuskanavat ovat keskittyneet Lentopalloliiton internet-sivuille, sekä Sami Mattilan antamiin lisätietoihin. Nämä kanavat tulevat olemaan pääosassa myös tulevaisuudessa. Internet on tietysti tehokas kanava, jota on helppo päivittää ja josta matkalaisten on helppo nähdä tiedot ja muutokset. (Mattila, haastattelu 1.11.2010.) Kehitystä kuitenkin toivotaan matkalaisten toimesta ja myös liitto luonnollisesti pyrkii lisäämään matkalaisten määrää. Ajatusten vaihtoa ja lajitietoutta lentopallosta kiinnostuneet voivat harjoittaa erilaisilla urheilusivustojen keskustelufoorumeilla. Lentopalloliitolla ei kuitenkaan ainakaan vielä ole omaa keskustelufoorumia. (Haastattelu 1.11.2010.)

Mattilan mukaan uutuutena lentopallon fanimatkojen markkinoinnissa on tulossa seurojen kautta mainostaminen. Lisäksi Power Cup, jokavuotinen lasten ja nuorten lentopallotapahtuma, pyritään 2011 järjestämään samanaikaisesti maailmanliigapelien kanssa Lahdessa. Näiden molempien markkinointikeinojen toivotaan innostavan myös nuoria fanimatkoille. (Mattila, haastattelu 1.11.2010) Facebook fanimatkalaissivuston perustamista voisi harkita, jotta nuoria saataisiin osallistumaan mukaan matkoille useammin. Urheilutapahtumissa tai esimerkiksi maajoukkueen Suomessa pelattavissa otteluissa fanimatkoja voitaisiin mainostaa joko kuulutuksin tai jaettavien lehtisten eli flyereiden avulla.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kyselyn perusteella isänmaallisuus ja urheilu liitetään monessa mielessä yhteen. Isänmaallisuuden ja yhteishengen koettiin kuuluvan yhteen urheilun kanssa. Maajoukkueurheilun seuraaminen oli hyvin monen mielestä seuraurheilua kiinnostavampaa, tai vähintään yhtä kiinnostavaa, lähteä katsomaan paikanpäälle. Sekä kyselyiden vastauksissa että haastatteluissa pidettiin urheilua ja menestystä myös hyvin tärkeänä suomalaisille. Samankaltaisia tuloksia urheilun ja isänmaallisuuden vahvoista yhteyksistä saatiin myös SLU:n (2006) tekemästä liikuntatutkimuksesta (Liite 3/1). Nationalismi elää siis edelleen jossakin muodossa vahvasti urheilussa, vaikka se on entisajoista muuttunut ja tehnyt tietä myös kansainvälisten sarjojen seuraamiselle ja kannattamiselle. Se miten suomalaiset pärjäävät muihin verrattuna, ja minkälaista kuvaa Suomesta urheilun avulla annetaan maailmalle, kiinnostaa urheilumatkailijoita. Urheilu ja sen seuraaminen on keino vahvistaa kansallista yksilön ja yhteisön identiteettiä. Lisäksi omasta kansallisuudesta voi urheilun kohdalla olla niin sanotusti luvan kanssa ylpeä, jos muutoin liiallista isänmaallisuuden korostamista ei enää nykypäivänä nähdä tarpeellisena.

Yhteisöllisyyden arvostus voidaan nähdä tutkimustulosten perusteella selvästi sekä matkojen motiiveissa että matkan onnistumiseksi kokemisessa. Urheilumatkailu on selvästi monelle elämäntapa, joka lähtee korkeasta lajikiinnostuksesta ja lentopallon alakulttuuriin sekä urheilumatkailun alakulttuuriin kuulumisesta ja sitoutumisesta. Eri seuroja tai tiettyjä joukkueita erityisen sitoutuneesti kannattavien matkailijoiden, kuten esimerkiksi tutkimuksessani esiintyvien ulkomaiden faniatkoille lähtevien matkailijoiden, voidaan nähdä muodostavan Määttälän (2010, 4) kuvailemia post-moderneja yhteisöjä eli heimoja. Näiltä heimoilta löytyy alakulttuurin lisäksi vielä eriytyviä kiinnostuksen kohteita, käyttäytymistapoja ja ainoastaan heimon parissa samalla tavoin ymmärrettyjä symboleja sekä kielenkäyttöä. Heimoissa tunnetaan erityisen vahvasti Heinosen (2005, 246–247) mainitseman toiminnan ja symbolisen yhteisöllisyyden muodot, jotka ovat nykyaikana erityisen tavoiteltuja monien perinteisten yhteisöjen (muun muassa perheen ja työn), menettäessä merkitystään.

Toiminnan ja symbolisen yhteisöllisyyden muodot konkretisoituvat faniatkoilla, yhdessä tekemisen ja kokemisen kautta. Lisäksi lentopallon-faniatkalaisten heimolla on yhteiset intressit ja mielenkiinnon kohteet ja matkalaisilla oma rooli kannustajina ja faneina. Eri alakulttuureihin ja heimoihin kuulumisen auttaa yksilön paikan löytämistä yhteisöissä ja yhteisöllisyyden kokemista. Nämä kaikki tekijät ovat osana identiteetin rakennusta ja kehitystä sekä erityisesti nykyaikana halutun, nautinnollisen ja mielenkiintoisen elämän (Heinonen 2005, 253) saavuttamista.

Ottaen huomioon kuinka paljon elämyksiä ja kokemuksia urheilumatkailulla on mahdollista tuottaa, ei sen kasvava suosio ole ihme. Kannustaminen, fanitus, yhteisöllisyyden kokeminen, itsensä toteutus ja identiteetin rakennus ja kehitys, ovat merkittäviä matkalle vetäviä ja motivoivia tekijöitä. Matkailullisen sisällön, kuten kulttuurikokemusten hankkimisen, yksilöllinen lisääminen omien mielenkiintojen perusteella, tuo merkittävää

lisäarvoa, matkan urheilun seuraamiseen liittyvien osien lisäksi. Kaikille tämä lisäarvo ei kuitenkaan ole yhtä merkittävä vaan matkailu voidaan nähdä myös sivutuotteena. Motiivien taustalla voidaan nähdä erityisesti Maslowin tarvehierarkian liittymisen ja itse toteutuksen tarpeet.

Lentopallon fanimatkat niin kuin muukin urheilumatkailu voidaan yhdistää Vehmaan (2010, 30) esittelemään Stebbinssin vakavan vapaa-ajan mallin (1992;1997) ajatteluun, jossa toiminnasta saa merkittäviä hyötyjä; Sosiaalista, symbolista, kulttuurista sekä energia pääomaa on tarjolla runsaasti kokemusten, matkaseuran, uusiin kulttuureihin tutustumisen, tunnelman ja yhteishengen muodoissa. Tutkimus tulosten perusteella urheilumatkailusta saatavat positiiviset asiat sisältävät juuri näitä pääomia. Ainoa pääoma, jota ei passiivisiin urheilumatkailijoihin voi yhdistää on taloudellinen. Monen haastateltavan mielestä rahanmeno olikin ainoa urheilumatkailun tuoma negatiivinen puoli (Haastattelut 22.–23.5.2010).

Vakavaan vapaa-aikaan sitoutuminen vaatii tyypillisesti pitkäjänteisyyttä ja suorittamista, josta tuntee saavansa myös palkintoja. Aktiivisilla urheilumatkailijoilla tämä tarkoittaa uran ja taitojen kehittymistä sekä myös rahallisen korvauksen saantia. (Vehmas, 100–101.) Passiivisilla urheilumatkailijoilla kuten lentopallomatkailijoilla, suorittaminen on ”fanittamista” ja kannustamista, jonka palkintona on urheilijoiden menestyksestä nauttiminen ja omien tietojen, identiteetin ja fanina olemisen kehittyminen. Vakavaan vapaa-aikaan kuuluvien sosiaalisen ympäristön ja normien sekä samaistumisen avulla vahvistetaan identiteettiä ja yhteisöllisyyttä edelleen.

Lentopallofanit ja -yleisö yhdistetään tutkimustulosten perusteella erityisesti reilun pelin henkeen, jossa arvostetaan vastustajienkin suorituksia eikä keskitytä häiriökäyttäytymiseen, vastustajan haukkumiseen tai liialliseen alkoholinkäyttöön. Idoleita ja yksilöitä ei niinkään lentopallossa koeta tärkeimmiksi. Tämä juontaa varmasti perustansa lentopallolle tyypillisiin lajipiirteisiin, jossa joukkue on kokonaisuutena vahva ja jokaisella on siinä tärkeä rooli. Lentopalloyleisö mielletään kannustavaksi, innokkaaksi ja tilanteessa mukana eläväksi eli tunteet näytetään ja kannustus koetaan tärkeänä. Suomalaista urheiluyleisöä pidetään yleisesti mitä suurimmassa määrin isänmaallisena; tämän lisäksi myös tilanteessa mukana elävänä ja kannustavana siitä huolimatta, että kannustuksen järjestäytyneisyydessä koetaan olevan kansainvälisesti jäljessä.

Urheilun- tai lentopallon harrastaminen oli yleistä fanimatkalaisten keskuudessa sekä haastattelujen että kyselyn perusteella, ja harrastaminen toimii vahvana urheilullisen mielenkiinnon synnyttäjänä ja taustavaikuttajana urheilumatkailulle. Alakulttuurina omaksumalla myös identiteetti sitoutuu sen edustamiin arvoihin, mikä on varmasti vahvistamassa lajikiinnostusta ja matkailumotivaation syntymistä. Monille lentopallon fanimatkalaisille lentopallo on se eniten kiinnostava laji, mutta suurinta osaa kiinnostaa myös useamman muun lajin seuranta medioiden kautta ja pienempää osaa myös muiden lajien tapahtumakäynnit. Urheilun ollessa usein pääsyynä lähtöön, myös suuri osa fanimatkalaisista kertoi kohteen vaikuttavan joko yhtä paljon tai ainakin kohteeseen tutustumisen olevan silti tärkeä osa matkaansa.

Usein minkä tahansa lajin mielenkiintoa lisäsi vastaajien mielestä menestys, mutta tiettyjä lajeja seurattiin siitä huolimattakin. Nämä lajit olivat yleensä samoja, joita seurattiin tapahtumissa ja medioiden kautta eniten. Muita syitä tiettyjen lajien seuraamiseen valinnoille olivat oma työ tai harrastus ja lajin tekniset ominaisuudet. Kiinnostus lajiin oli usein lähtenyt omasta tai läheisen harrastuksesta. Lajiin ja alakulttuuriin kasvu ja siihen sitoutuminen on tuonut sen vahvaksi osaksi identiteettiä; tämä on muun muassa yksi syy tietyn lajin seuraamiseen vaikka ulkomaille asti. Tämänkaltaista sitoutumista voi kutsua, Kurjen (2008) sekä monen haastateltavankin (Haastattelut 22. -23.5.2010) käyttämän määritelmän mukaan, niin sanotuksi tosifaniudeksi. Kaikilla lentopallon fanimatkailejoilla suhde ei välttämättä ole niin vahva että lukisi itsensä tosifanien joukkoon, mutta näille matkoille usein osallistuvat tuntevat nimityksen varmaankin omakseen. Tosifanit ovat fanimatkalaisten heimon ydinjoukkoa, sillä heidän sitoutumistasonsa lentopallon ja urheilumatkailun alakulttuureihin on vahva.

Urheilumatkaileijat ovat kovaa vauhtia kasvamassa oleva matkaileijaryhmä. Lajisidonaisuus ja -erilaisuus vaikuttavat monelle tapaa matkaileijoiden määriin ja matkaileun luonteeseen. Jokaisen lajin matkaileijaryhmän ja fanien voidaan sanoa muodostavan omanlaisensa alakulttuuri omine tyypillisyyksineen sekä elämyssisältöineen (Heinilä 2001, 162, 183), mutta yksi yhteinen urheilumatkailun kasvuun vaikuttava tekijä on lajimenestys. Menestyksen avulla saadaan uusiakin katsojia vähintään väliaikaisesti innostumaan lajin seuraamisesta ja näin ollen ehkä ”koukuttettua” myös urheilumatkailuun.

Urheilumatkailu antaa mahdollisuuden todellisen yhteisöllisyyden löytämiseen pitkän, monella eri elämän osa-alueella, yksilöä korostavan ajanjakson keskellä. Yksilökeskeisessä länsimaisessa yhteiskunnassa urheilukokemusten jakaminen antaa luonnollisen ja helposti lähestyttävän tavan ihmisille kohdata toisensa ja viettää aikaa yhdessä. Faniuden ja kannustamisen itsessään koetaan tutkimustuloksien perusteella tuovan nautintoa. Urheilumatkailussa voisi ajatella matkailekokemusten tuovan vielä lisäarvoa kannustamisen ja urheilutapahtuman kokemiselle.

Urheilumatkailukulttuurin ymmärtäminen vaatii urheilun ja matkaileun alati muuntautuvien alakulttuurien ja heimojen ymmärtämistä, sekä näiden lisäksi yhteiskunnallisten ja kulttuuristen rakenteiden jatkuvan muuttumisen ja kehittymisen seuranta ja analysointia.

10 YHTEENVETO JA TULEVAISUUDENNÄKYMÄT

Tutkimuksen tavoitteet toteutuivat hyvin sillä fanimatkalaisten mielipiteistä, motiiveista ja kokemuksista saatiin paljon tietoa. Myös palautetta ja kehitysehdotuksia tuli kiitettävästi. Osaa kehitysehdotuksista ollaan jo lentopalloliitossa viemässä eteenpäin. Matkailijoiden motiivien, kokemusten ja palautteen avulla toivotaan lentopalloliiton pystyvän kehittämään markkinointia, tiedonkulkua ja matkoja.

Koko urheilumatkailukulttuurilla on paljon yhteneväisiä piirteitä, mutta lajikohtaisia eroja on silti paljon ja näiden erojen ympärille syntyvät vielä omat alakulttuurinsa ja heimonsa, joilta löytyy niille tyypillisiä jaettuja arvoja, elämäntapoja ja symboleita. Urheilumatkailukulttuurin sekä faniuden ja kannustamisen kehittäminen riippuu paljon myös yleisöstä ja matkailijoista.

Lentopallomatkaileukulttuuri on muotoutumassa sitä mukaa kun fanit sekä matkojen tekeminen ja järjestäminen lisääntyvät. Tällä hetkellä sitä voisi parhaiten kuvailla sanoilla yhteisökeskeinen, aidosti innostunut, kehitystä ja lajiarvostusta toivova. Yhteisiä arvoja sillä löytyy etenkin yhteisöllisyydestä. Kun sekä lentopallon fanimatkojen järjestät että matkalaiset haluavat matkojen, palvelujen ja kannustuksen kehitystä ja ovat valmiita antamaan siihen ehdotuksia, lentopallomatkaileun ja sen kulttuurin tulevaisuus näyttää menevän oikeaan suuntaan. Olennaista on nimenomaan fanimatkalaisten ja matkojenjärjestäjien mieltä yhdessä mikä tämä suunta on. Vaikka kansainvälisen mallin mukaisesti toivotaan järjestäytyneempää kannustustoimintaa, kaikkia vaikutteita ei ehkä kannata sieltä ottaa. Lentopallonyleisöä ja sen fanikulttuuria ei ainakaan vielä pidetä liiallisesti alkoholisoituneena tai häiriökäyttäytymistä sisältävänä; Jos kehityksen ei haluta siihen tulevaisuudessakaan menevän, fanimatkoille olisi hyvä kehittää jonkinlaiset yhteiset pelisäännöt, jotka kaikki tietävät rajoittamatta silti liikaa yksilöiden oikeuksia.

Lentopallonfanimatkojen kehittämisessä ja markkinoinnissa tulisi ottaa huomioon ajankohtaiset mielipiteet, kokemukset, motivaatiotekijät ja ilmiöt alakulttuureissa ja heimoissa. Tällä hetkellä identiteetin rakennus, kokemusten saanti, kannustamisen ja oman faniuden kehittämien ja erityisesti yhteisöllisyyden kokeminen ovat tutkimustulosten perusteella mitä fanimatkalaiset haluavat.

Tulevaisuuden urheilumatkailu näyttäisi olevan kasvamassa, mutta maailmanlaajuiset sekä kansalliset muutokset yhteiskunnissa, kulttuureissa, teknologiassa ja elämäntavoissa aiheuttavat urheilumatkailun ja samalla myös sen kulttuurin jatkuvan muuttumisen ja kehittymisen. Mielenkiintoista on myös nähdä mihin suuntaan huippu-urheilu kehittyy ja jatkuuko sen viihteellistyminen edelleen. Voisivatko esimerkiksi Pekkanen (2010) ehdottamat eettisemmät aatteet vaikuttaa tulevaisuuden huippu-urheilussa ja mitä se tarkoittaisi urheilumatkailun kannalta?

Urheilumatkailun ja etenkin sen kulttuuri-ilmiön tutkimisen saralla on vielä paljon tekemistä, mutta 2000-luvun alussa on päästy jo hyvään alkuun.

Toiveissa on käytännönläheisemmän ja käytäntöön sovellettavan tutkimuksen saanti etenkin yleisöjen ja alakulttuurien osalta. Kiinnostavaa olisi myös tietää, kuinka erityisesti naisten rooli näkyy nykypäivänä ja onko se muuttunut, perinteisesti maskuliinisuuteen yhdistetyssä (Heinonen & Godenhjelm 2001, 99–100), urheilumatkailussa ja sen kulttuurissa.

LÄHTEET

- Fairley, S. & Gammon, S. 2006. Something Lived, Something Learned: Nostalgia's Expanding Role in Sport Tourism. Teoksessa Gibson, H. (ed.) Sport Tourism: Concepts and Theories. Oxon: Routledge. 50-65. From the society.
- Funk D. & Bruun T. 2006. Research article. Teoksessa Tourism Management 28 (2007) Queensland: Griffith University. 806-819.
- Gammon, S. 2004. Secular Pilgrimage and Sport Tourism. Teoksessa Ritchie, B. & Adair, D. (ed.) Sport Tourism. Interrelationships, impacts and Issues. Clevedon: Multilingual Matters Ltd. 30-45.
- Getz, D. 2007. Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events. Amsterdam: Elsevier Ltd.
- Gibson, H. 2006. Sport and Tourist Studies: Theories and Paradigms Towards an understanding of 'Why Sport Tourists Do What They Do'. Teoksessa Gibson, H. (ed.) Sport Tourism: Concepts and Theories. Oxon: Routledge. 66-85. From the journal Mangan J.A. & Boria Majumdar. (general ed.) Sport in the global society.
- Green, C. 2001. Leveraging subculture and identity to promote sport events. Smaanz. Sport Management Review 4/2001. 1-19. pdf-tiedosto. Viitattu 22.11.2010. <http://www.sciencedirect.com/science?>
- Halila, H. 2010. Kiinnostavimmat urheilulajit, parhaat menestyjät, karvaimmat tappiot. Liikunnan ja urheilun maailma. 15/2010. Viitattu 16.12.2010. <http://www.slu.fi/lum/numero-15-2010/liikuntapolitiikka/halila-kiinnostavimmat-urheilula/>.
- Heinilä, K. 2001. Terve sielu terveessä ruumiissa. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.
- Heinonen, H. & Godenhjelm, P. 2001. Ohranjyvä silmässä. Suomalaiset urheiluyleisöt ja alkoholi. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.
- Heinonen, H. 2005. Jalkapallon lumo. Tutkimus suomalaisesta Everton faniudesta. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Hietala, V. 2007. Media ja suuret tunteet. Johdatusta 2000-luvun uusromantiikkaan. Helsinki: BTJ Finland Oy.
- Higham J. & Hinch, T. 2009. Sport and Tourism. Globalization, Mobility and Identity. First edition. Elsevier Ltd.
- Higham J. 2005. Sport and tourism destinations. Issues, Opportunities and Analysis.

Hinch T. & Higham J. 2004. Sport Tourism development.

Hinch, T. Jackson, E. L., Hudson, S. & Walker, G. 2006. Leisure Constraint Theory and Sport Tourism. Teoksessa Gibson, H. (ed.) Sport Tourism: Concepts and Theories. Oxon: Routledge. From the journal Mangan J.A. & Boria Majumdar. (general ed.) Sport in the global society. 10–31.

Internetixopinnot. n.d. Viitattu 22.12.2010. http://opinnot.internetix.fi/fi/materiaalit/ps/ps4/01_motiivit_ ja_motivaatio/04_1.4_ulkoinen_ ja_sisainen_motivaatio?C:D=gjs0.e7SF&m:selres=gjs0.e7SF

Jääkiekko nousi arvostetummaksi lajiksi. 2008. Taloustutkimus. http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiset_ ja_artikkelit/?x1541726=1811276

Jones, I. & Green, B. C. 2006. Serious Leisure, Social Identity and Sport Tourism. Teoksessa Gibson, H. (ed.) Sport Tourism: Concepts and Theories. Oxon: Routledge. 32-49. Kirjasarjassa Mangan J.A. & Boria Majumdar. (general ed.) Sport in the global society.

Karvonen, E. 2005. Tietoyhteiskunnan mielikuvat ja todellisuus. Teoksessa Kasvio, A., Inkinen, T. & Liikala H. (toim.) Tietoyhteiskunta. Myytit ja todellisuus. Tampere: Juvenes Print. 21–41.

Kokkonen, J. 2003. Kansakunnat kultajahdissa. Urheilu ja nationalismi. Liikuntatieteellisen seuran impulssi. Numero XXII. Helsinki.

Kovala, U. Katkos vai jatkos? Fanius vertailevasta näkökulmasta. 2008. Teoksessa Nikunen, K. (toim.) Fanikirja. Tutkimuksia nyky-kulttuurin fani-ilmiöistä. Jyväskylän yliopisto, 227 – 237.

Kurki, L. 2008. Innostava matkailu: sosiokulttuurinen innostaminen ja vapaa-aika. Tampere: Oy Finn Lectura Ab.

Lentopallokirja 2010–2011, 2010. Suomen Lentopalloliitto. Vuosijulkaisu 2010.

Long, J. 2007. Researching leisure, sport and tourism. The essential guide. London: Sage Publications Ltd.

Mattila, S. 19.11.2010. Yleisömääriä. Vastaanottaja Maria Mikkola. [Sähköpostiviesti].

MEK kulttuurimatkailun kartoitus 2010. Viitattu 20.10.2010. [http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/84aea38dbfc4c78cc2257730002670ac/\\$FILE/Kulttuurimatkailun%20kartoitus%202010.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/84aea38dbfc4c78cc2257730002670ac/$FILE/Kulttuurimatkailun%20kartoitus%202010.pdf)

Mäkihyppy nousi arvostetuimmaksi lajiksi. 2009. Taloustutkimus. Viitattu 22.12.2010.

http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiset_ja_artikkelit/?x1541726=1991792.

Määttä, S. 2010. Postmodernin kuluttajan mediakäytännöt. Kulutustutkimus Nyt 1/2010. Kulutustutkimuksen seura Ry. Pdf-tiedosto. Viitattu 5.1.2010. http://www.kulutustutkimus.net/nyt/?page_id=142.

Nienstedt, W., Hänninen O. Arstila, A. & Björkqvist, S. 2004. Ihmisen fysiologia ja anatomia. 15. uud. p. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Pallo lentää! Lentopalloilun tähtihetkiä kuudelta vuosikymmeneltä. Suomen Lentopalloliitto Ry. 2009. Juhlajulkaisu.

Pekkala, J. 2010. Haluttu tulevaisuus. Liikunnan ja urheilun maailma 8/2010. Viitattu 1.12.2010. http://www.slu.fi/lum/numero_8_2010/liikuntapolitiikka/jukka_pekkala_haluttu_tulevaisuu/.

SLU n.d. julkaisut ja oppaat. Finland – a Sporting Nation. Viitattu 27.10.2010. http://www.slu.fi/materiaalit/julkaisut_ja_oppaat/.

SLU. 2006. Kansallinen Liikuntatutkimus huippu-urheilu 2005–2006.

SLU. 2010a. Liikuntatutkimus aikuisliikunta 2009–2010. http://www.slu.fi/@Bin/2548606/Liikuntatutkimus_aikuisliikunta_2009-2010.pdf. Viitattu 13.10.2010.

SLU. 2010b. Liikuntatutkimus lapset ja nuoret 2009–2010. http://www.slu.fi/@Bin/2548635/100422_liikuntatutkimus_2009-2010_lapset_ja_nuoret_nettiin.pdf. Viitattu 13.10.2010.

Standeven J. & De Knop, P. 1999. Sport Tourism. US: Edward Bros.

Söderholm, S. 1994. Idolit. Kuinka tähdet syttyvät ja sammuvat. Teoksessa Itkonen, H. (toim.) Kulttuuri-lete. Kirja yhteisöille. Kirjapaino Becola: Turku. 175–180.

Vehmas, H. 2010. Liikuntamatkalla Suomessa. Vapaa-ajan valintoja jälkimodernissa yhteiskunnassa. Jyväskylän yliopisto. Gradu.

Weed, M. & Bull, C. 2009. Sport tourism. Participants, policy and providers. 2nd ed. Oxford: Elsevier Ltd.

HAASTATTELUT

Mattila, S. 2010. Nuorisopäällikkö. Suomen Lentopalloliitto Ry. Haastattelu 1.11.2010.

Mies, 33 v. 2010. Haastattelu 23.5.2010.

Nainen, 16 v., 48 v. ja 57 v. 2010. Ryhmähaastattelu 23.5.2010.

Nainen, 25 v. 2010. Haastattelu 23.5.2010.

Nainen, 29 v.. 2010. Haastattelu 22.5.2010.

Nätkinniemi, T. 2010. Project Manager. Milectria. Haastattelu 23.5.2010.

Internet-kysely lentopallon fanimatkalaisille

Sähköposti Saate

Hei, opiskelen Hämeen Ammattikorkeakoulussa matkailun koulutusohjelmassa Forssassa ja olen tekemässä opinnäytetyöhöni tutkimusta Suomalaisesta urheilumatkailusta. Työn toimeksiantajana on Suomen Lentopalloliitto ja yhteyshenkilönä toimii Sami Mattila.

Tavoitteena on saada tietoa Suomalaisesta urheilumatkailukulttuurista ja erityisesti matkailijan motiiveista ja kokemuksista. Tutkimuksen toivotaan lisäävän tietoisuutta urheilu- ja lentopallomatkailusta sekä tuovan selvyyttä matkanjärjestäjille siitä mikä saa matkailijat liikkeelle ja mitä matkoilta halutaan, jotta markkinointi ja matkojen toteutus on mahdollisimman asiakaslähtöistä.

Opinnäytetyöni koostuu kokonaisuudessaan kahdesta tutkimusosiosista: henkilöhaastattelusta, jotka toteutin aiemmin keväällä Riikassa Lentopallon EM-karsinnoissa ja tästä sähköpostikyselystä. Kaikki sähköpostilomakkeet ja niistä saatavat tutkimustulokset käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti.

Kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa noin 15 minuuttia. Kysely koostuu sekä valinta että avoimista kysymyksistä.

Vastaamalla autatte selvittämään Suomalaisen urheilumatkailun nykytilaa ja antamaan halutessanne myös omia kehitys ja parannusehdotuksia matkojen järjestämisiin.

Kiitos jo etukäteen! Maria Mikkola

Urheilumatkailukulttuuri

1. Sukupuoli
 - a. mies
 - b. nainen
2. Ikä
 - a. alle 15
 - b. 15 - 19
 - c. 20 – 29
 - d. 30–39
 - e. 40–49
 - f. 50–59
 - g. yli 59
3. Ammatti AVOIN
4. Asuinpaikkakunta AVOIN

5. Oma suhteenne urheiluun?
 - a. urheilun parissa työskentelevä
 - b. lentopallon parissa työskentelevä
 - c. lajiharrastaja (mikä vain urheilulaji)
 - d. lentopallon harrastaja
 - e. ammattiurheilija
 - f. penkkiurheilija
 - g. muuten vain urheilusta kiinnostunut
 - h. muu, mikä?
6. Kuinka usein keskimääräisesti matkustatte katsomaan urheilua (yksittäistä peliä tai turnausta/tapahtumaa)VAPAA-AJALLANNE normaalin työ- ja asuinympäristönne ulkopuolelle Suomessa?
 - a. useamman kerran viikossa
 - b. kerran viikossa
 - c. useamman kerran kuukaudessa
 - d. kerran kuukaudessa
 - e. muutaman kerran vuodessa
 - f. kerran vuodessa
 - g. harvemmin kuin kerran vuodessa
7. Entä kuinka usein matkustatte katsomaan urheilua VAPAA-AJALLANNE ulkomaille?
 - a. useamman kerran viikossa
 - b. kerran viikossa
 - c. useamman kerran kuukaudessa
 - d. kerran kuukaudessa
 - e. muutaman kerran vuodessa
 - f. kerran vuodessa
 - g. harvemmin kuin kerran vuodessa
8. Mitä lajia/lajeja seuraatte eniten medioista? (Mainitkaa enintään 3.) Miksi juuri ne lajit kiinnostavat? AVOIN
9. Mitä lajia/lajeja matkustatte katsomaan useimmiten? AVOIN
10. Kumpaa lähдете mieluummin katsomaan seura- vai maajoukkueurheilua?
 - a. seuraurheilua

- b. maajoukkueurheilua
 - c. molemmat ovat yhtä kiinnostavia
11. Arvioikaa asteikolla 0-3 kuinka usein matkanne ovat omatoimimatkoja, urheiluseurojen järjestämiä matkoja, matkanjärjestäjien pakettimatkoja? (0 ei ollenkaan, 1 silloin tällöin, 2 melko usein, 3 usein)
12. Arvioikaa asteikolla 0-3 kuinka usein matkanne suuntautuu seuraaviin vaihtoehtoihin?
- a. yksittäinen ottelu
 - b. turnaus
 - c. useamman päivän kestävä turnaus
 - d. suurempi tapahtuma (esim. EM-, MM-, Olympia- turnauksiin)
13. Useimmiten käytetty matkustusväline?
- a. Suomeen suuntautuvilla matkoilla/Suomessa matkustettaessa AVOIN
 - b. Ulkomaille suuntautuvilla matkoilla/ulkomaille matkustettaessa AVOIN
14. Mitä kautta olette saaneet informaatiota matkoista?
- a. Internet
 - b. radio
 - c. tv
 - d. sanomalehdet
 - e. urheilulehdet
 - f. perheenjäsenen/ystävän/tutun kautta
 - g. kaikkien edellä mainittujen vaihtoehtojen kautta
 - h. muualta, mistä?
15. Mikä sai teidät alun perin kiinnostumaan ULKOMAILLE suuntautuvista urheilumatkoista? Miksi päätitte lähteä matkalle? AVOIN
16. Kuinka paljon seuraavat asiat vaikuttavat teidän matkapäätökseenne? Laittakaa vaihtoehdot tärkeysjärjestykseen asteikolla 1-7 (eniten päätökseenne vaikuttava 1 ja vähiten vaikuttava 7).
- a. ajankohta
 - b. samanhenkisten ihmisten seura
 - c. turnauksen ja/tai matkustamisen tunnelma
 - d. pääsylippujen hinta ja matkan kokonaiskustannus
 - e. kohdekaupungin/-maan houkuttelevuus

- f. tiettyjen urheilijoiden/joukkueiden/idolien näkeminen omin silmin
 - g. matkakumppanin mukaan saaminen
17. Mitä positiivisia asioita urheilumatkailu ja urheilutapahtumissa käyminen on tuonut elämäänne?
- a. uusia tuttavuuksia/ystäviä
 - b. hyvää tunnelmaa
 - c. mukavia kokemuksia/elämyksiä
 - d. uuteen maahan ja kulttuuriin tutustumista
 - e. kielitaitoa
 - f. muuta mitä?
18. Ulkomaille lähtiessänne onko itse urheilun seuraaminen yleensä pääsyy matkalle lähtöön vai vaikuttaako enemmän itse kohdekaupunki/-maa?
- a. urheilu on pääsyynä
 - b. kummallakin on vaikutusta
 - c. kohdekaupunki/-maa vaikuttaa enemmän
19. Asteikolla 1-7 laittakaa tärkeysjärjestykseen mitkä asiat vaikuttavat eniten siihen että koette urheilumatkanne olevan onnistunut?(merkitkää niin että jokaisella vaihtoehdolla on eri numero)
- a. hyvä matkaseura
 - b. tapahtuman mielenkiintoisuus
 - c. kannustamanne urheilijan/ joukkueen menestyminen
 - d. hauskanpidon/viihteellä olemisen suuri määrä
 - e. matka- ja peliaikataulujen sujuminen suunnitellusti
 - f. hyvä tunnelma
 - g. tyytyväisyys mahd. majoitus- ja ravintolapalveluihin
20. Mihin urheilutapahtumaan olette aina halunnut matkustaa ja miksi? AVOIN
21. Kerro lyhyesti omin sanoin mieleenpainuvimmasta urheilumatkamuistostasi?
Miksi se jäi mieleen? AVOIN
22. Kuinka tärkeässä roolissa kannustus on omaa urheilumatkailuasi? Arvioi asteikolla 0-3 (0 ei ollenkaan tärkeässä, 3 erittäin tärkeässä).
23. Kuuluvatko isänmaallisuus ja yhteishengen kokeminen mielestäsi olennaisesti urheilumatkailuun ja urheilun seuraamiseen? Arvioi asteikolla 0-3 (0 eivät kuulu, 3 kuuluvat ehdottomasti).

24. Kuinka tärkeänä osana suomalaisuutta pidät urheilua ja urheilumenestystä? Arvioi asteikolla 0-3 (0 ei ollenkaan tärkeä, 3 erittäin tärkeä).
25. Kiinnostutko helpommin lajeista jossa suomalaisurheilijat menestyvät?
- a. kyllä b. en c. en osaa sanoa
26. Onko lajeja joita seuraat jatkuvasti vaikka menestystä ei Suomalaisille tai muille kannustamillesi urheilijoille tulisikaan? Mitä lajeja? AVOIN
27. Mitkä seuraavista ilmaisuista kuvailevat enemmistöä suomalaisista urheilufaneista ja yleisöstä mielestänne parhaiten? Valitse ENINTÄÄN 3 vaihtoehtoa.
- a. innokas
b. kannustava
c. hiljainen
d. äänekäs
e. tunteellinen
f. idoleita ihannoiva
g. tilanteessa mukana elävä
h. isänmaallinen
i. joku muu, mikä?
28. Entä mitkä kuvaavat erityisesti lentopallofaneja ja -yleisöä? Valitse ENINTÄÄN 3 vaihtoehtoa.
- a. innokas
b. kannustava
c. hiljainen
d. äänekäs
e. tunteellinen
f. idoleita ihannoiva
g. tilanteessa mukana elävä
h. isänmaallinen
i. joku muu, mikä?
29. Mahdolliset kehitysehdotuksenne ja palautteenne matkanjärjestäjille tai turnauksien ja tapahtumien järjestäjille? Toiveita esim. matkojen tai tapahtumien järjestyksessä ja toteutuksissa. AVOIN

Haastattelukysymykset

1. Taustakysymykset

- Ikä, sukupuoli, asuinpaikka?
- Oma suhteenne urheiluun sekä kyseiseen lajiin? Perheen ja ystävien vaikutus? Asuinkunnan urheilutapahtuma/-matkailutarjonta?
- Mitä lajeja seuraatte eniten? (media + tapahtumakäynnit)
- Monesko kerta tämä on ulkomailla järjestetyssä urheilutapahtumassa?
- Kuinka usein matkustat urheilun vuoksi Suomessa? Entä ulkomailla?
- Käytetyt kulkuvälineet?
- Miksi lähdit juuri tälle matkalle?
- Mitä kautta kuulit matkasta?

2. Odotukset

- Mitä odotat tältä kyseiseltä tapahtumalta ja koko matkalta?
- Miten odotukset ovat tähän mennessä toteutuneet?

3. Kokemukset

- Muistatko ens. urheilutapahtuma matkasi? Millainen se oli?
- Millainen oli paras urheilutapahtumamatka kokemuksesi? Entä huonoin? Miksi?
- Mitä asioita matkan on vähintään sisällettävä, jotta se olisi mielestäsi onnistunut?
- Mitä positiivisia/negatiivisia vaikutuksia urheilumatkailulla on ollut elämääne?
- Miten kuvailisit nykypäivän Suomen urheilufanikulttuuria? Entä lentopallon fanikulttuuria?
- Onko matkailu vain ns. sivutuote vai olennainen osa kokemusta?
- Kuinka paljon uskot yleisön ja kannustuksen vaikutukseen otteluiden lopputuloksen kannalta?

4. Kohdekaupungin tai maan vaikutus

- Valitsetko tapahtuman paikan perusteella vai enemmän toisinpäin?
- Mitä asioita haluat kohdekaupungissa/ -maassa nähdä ja kokea tapahtuman lisäksi?
- Oletko tutustunut matkoillasi muiden maiden kulttuureihin ja ihmisiin lähemmin ja oppinut uutta? Jos olet mainitse esimerkki.

5. Muut motiivit

- Mainitse tärkeimpiä syitä kyseiselle matkalle lähdölle?

- Kuinka paljon idoleilla on vaikutusta omaan urheilumatkailuunne? Itsellenne tärkeitä idoleita tai urheilijoita joita arvostatte?
- Uskotteko idoliensa vaikuttavan nykypäivän urheilumatkailuun? Millä tavalla?
- Kuinka suuri merkitys rahalla ja pääsylippujen sekä matkan hinnalla on matkalle lähtöä mietittäessä? Voiko niistä tulla ylitsepääsemätön este vai onko tiettyihin tapahtumiin vain pakko päästä?

6. Yhteisöllisyys ja yhteishenki

- Matkustatko mieluummin yksin vai porukalla? Miksi?
- Miten kuvailisit yhteishenkeä ja tunnelmaa tällä reissulla?
- Oletko kokenut aikaisemmillä reissuilla voimakkaita isänmaallisuuden ja yhteisöllisyyden tunteita? Kuinka tärkeänä osana Suomalaisuutta pidät urheilua ja urheilumenestystä?
- Millä tavoin yhteishenkeä nostetaan pidemmällä matkoilla?

7. Tulevaisuus

- Mitä muutoksia odotat urheilumatkailun ja lentopallomatkailun saralta tulevaisuudessa? Kasvaa, laskee ym.?
- Miten urheilumatkailua saataisiin kehitettyä matkailijan kannalta vielä parempaan suuntaan? Ehdotuksia? Millä osa-alueilla on parannettavaa tapahtuman- ja matkanjärjestäjillä?

Lisäkysymyksiä tapahtuman- matkanjärjestäjille tai alan parissa työskenteleville:

1. Kuinka urheilumatkailu/lentopallomatkailu on muuttunut vuosien saatossa?
2. Miten kuvailisit Lentopallon suosiota ja kiinnostusta lajiin tällä hetkellä? Media,(harrastajat), matkailijat.
3. Onko matkojen järjestäminen ja toteuttaminen helpompaa vai vaikeampaa juuri nyt kuin aikaisempina vuosina, esim. 10 vuotta sitten?
4. Mitkä ovat osoittautuneet parhaiksi/ tehokkaimmiksi tavoiksi houkutella ihmisiä matkoille? Parhaat markkinointikanavat?
5. Minkälaista palautetta olet saanut aiemmista matkoista, risut ja ruusut?
6. Kuvaile kokemuksesi mukaan tyypillisen matkalle lähtijän ominaisuuksia?
7. Mitkä asiat omasta mielestäsi motivoivat ihmisiä lähtemään urheilumatkalle?
8. Osallistuessasi itse järjestämillesi matkoille tuntuuko se pelkältä työltä vai myös vapaa-ajalta?
9. Kuinka kuvailisit yhteishenkeä järjestämilläsi matkoilla ja tällä kyseisellä matkalla?
10. Tulevaisuudennäkymät? (urheilu- ja lentopallomatkailulle)

Kansainvälinen menestys (Kansallinen liikuntatutkimus 2005–2006)



Katsojamääriä (Kansallinen Liikuntatutkimus 2005–2006)

