

# **Kuka hallitsee narratiivia? The United Stand ja faninäkökulma jalkapallojournalismissa**

Jonatan Åkesson

Kandidaatintutkielma

Median, musiikin ja taiteen tutkimuksen tutkinto-ohjelma

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Joulukuu 2024

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck –järjestelmällä

Kandidaatintutkielma

**Median, musiikin ja taiteen tutkimuksen tutkinto-ohjelma, mediatutkimus**

**Jonatan Åkesson**

**Kuka hallitsee narratiivia? The United Stand ja faninäkökulma  
jalkapallojournalismissa**

**Sivumäärä: 31**

Fanijournalismin nousu on vaikuttanut perinteisen median asemaan muuttamalla tapoja, joilla jalkapallojournalismia kulutetaan ja tuotetaan. Tutkielmassani tutkin fanituotetun ja perinteisen median narratiivien eroja jalkapalloseura Manchester Unitedin lokakuun 2024 managerinvaihdoksen kautta. Keskiössä ovat fanien ylläpitämä YouTube-kanava The United Stand sekä perinteisen median edustaja Sky Sports News. Tutkin, miten fanituotetun median narratiivit poikkeavat perinteisen median narratiiveista, ja millaisia vaikutuksia eroilla on fanien yhteisöllisyyteen sekä käsityksiin kannattamastaan joukkueesta.

Tutkielmani aineisto koostuu viidestä YouTube-videosta, joista kolme on The United Stand -kanavalta ja kaksi Sky Sports Premier League -kanavalta. Videoilla analysoidaan Manchester Unitedin managerinvaihdoksen syitä ja seurauksia. Valitsin aineiston videot siten, että ne edustavat mahdollisimman selkeästi fanituotetun ja perinteisen median ominaispiirteiden ja narratiivien eroja. Tutkielmassani hyödynnän kertomuksen tutkimusta metodologisena viitekehystenä. Varsinaisena tutkimusmenetelmänä käytän narratiivista analyysiä, jonka avulla analysoin valitsemieni medioiden kerronnallisia keinoja. Tarkastelen videoiden kerronnallisia rakenteita, kuten tunteisiin vetoavia elementtejä, draaman kaarta sekä konflikteja. Teoreettinen viitekehys pohjautuu fanikulttuurin ja narratiivien tutkimukseen.

Analyysin perusteella fanituotetun median narratiiveissa korostuvat fani-identiteetti, subjektiivinen ilmaisu sekä yhteisöllisyys. Perinteisen median narratiiveissa pyritään objektiivisuuteen, vaikka kerrotut kertomukset ilmentävätkin fanituotetun median tavoin ideologisesti värittyneitä narratiiveja. Fanien tuottama sisältö vetoaa yleisön tunteisiin osallistaen faneja aktiiviseen keskusteluun Manchester Unitedista. Perinteinen media ei niinkään ilmennä fanien mielipiteitä, vaan keskittyy vakiintuneiden auktoriteettien – kuten entisten pelaajien – asiantuntija-analyyseihin. Fanituotettu media laajentaa tiedonvälityksen näkökulmia tarjoamalla alustan fanien mielipiteille, jotka perinteisessä mediassa jäävät usein marginaaliin.

Tutkielman tulokset osoittavat, että fanituotettu media haastaa perinteisen median hegemonian tarjoamalla yhteisölähtöisiä tulkintoja sekä reagoimalla nopeasti Manchester Unitedin ympärillä käytävään keskusteluun, huhuihin ja virallisiin uutisiin. Johtopäätöksenä esitän, että fanituotettu media täydentää perinteistä mediaa lisäämällä dialogisuutta ja monimuotoisuutta jalkapallojournalismin kentälle.

**Avainsanat:** digitaalinen media, fanijournalismi, fanikulttuuri, fanituotettu media, kertomuspuhe, narratiivi, narratiivinen analyysi, perinteinen media

# Sisällysluettelo

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>4</b>
1.1	Tutkielman tausta ja merkitys	4
1.2	Tutkielman menetelmät ja tavoite	5
1.3	Aineiston rajaus	6
<b>2</b>	<b>Tarinoiden käskyvalta narratiiveihin</b>	<b>8</b>
2.1	Narratiivien rooli mediassa	8
2.2	Tarinankerronnan ideologiat	10
2.3	Kertomuspuheen manipuloiva voima	12
<b>3</b>	<b>Fanit vastaan perinteinen media: uudet pelisäännöt</b>	<b>15</b>
3.1	Fanituotetun ja perinteisen median asemoituminen	15
3.2	Osallistava kulttuuri ja fanien aktiivinen rooli mediassa	17
<b>4</b>	<b>Narratiivinen analyysi</b>	<b>20</b>
4.1	Objektiivisuuden illuusio	20
4.2	Faneilta faneille	21
4.3	Puolueettomuus vai tunne?	25
<b>5</b>	<b>Lopuksi</b>	<b>27</b>
	<b>Lähteet</b>	<b>29</b>

# 1 Johdanto

## 1.1 Tutkielman tausta ja merkitys

”Hated, Adored, Never Ignored” on Manchester Unitedin kannattajien iskulause, johon kiteytyy jatkuvasti kohutun englantilaisen jalkapalloseuran merkitys jalkapallojournalismissa (esim. Storey 2017). Oli kyse sitten omistautuneen fanin ylpeydestä tai vastustajan syvästä inhosta, Manchester United ei jää koskaan huomiotta. Laajemmassa jalkapallojournalismin kontekstissa fanien keksimä slogan saa kuitenkin uudenlaisen merkityksen – se ilmentää fanikulttuurin muutosta, jossa pelkääjän paikalla maanneet passiiviset katsojat ovat hypänneet aktiivisten sisällöntuottajien ja tarinankertojien rooliin (Jenkins 2006, 3; Fiske 1992, 30).

Tutkielmani aineistona aktiivisen osallistumisen kulttuurista toimii fanien ylläpitämä YouTube-kanava The United Stand. Tarkastelemani videot ovat livelähetyksiä, joissa fanijuontaja kertoo tuoreimpia huhuja ja uutisia Manchester Unitedista sekä reagoi katsojien kommentteihin. The United Standin 1,97 miljoonan tilaajan saavuttaminen osoittaa, että fanien kokemus on merkittävässä asemassa paitsi seuran kannattajien keskuudessa, myös laajemmin mediassa ja jalkapallokulttuurissa. Analysoin, miten Manchester Unitedin lokakuun 2024 managerinvaihdosta käsitellään The United Standin videoilla, ja miten kerrotut kertomukset poikkeavat perinteisen median uutisoinnista.

Perinteisen median edustajana tutkielmassani toimii Iso-Britannian suurin urheilumediabrändi Sky Sports (Sky Group 2023), jonka ylläpitämän Sky Sports Premier League -YouTube-kanavan videoilla analysoidaan Manchester Unitedin managerinvaihdosta. Vertailu on relevantti, koska The United Standin videoilla kritiikki perinteisen median toimijoita kohtaan kohdistuu usein juuri Sky Sportsiin. Fanikanavan vakiintunut nimitys Sky Sportsille on ”Slow Sports News” (Goldbridge 21.4.2022, 9:39), sillä fanit kokevat, että Manchester Unitedista uutisoidaan kanavalla hyvin jälkijunassa ja ilman uudenlaisia näkökulmia keskusteluihin, joita fanikanavilla on puitu jo kuukausia. Tutkielmassani syvennytäänkin syihin, miksi perinteisessä mediassa uutisaiheisiin tartutaan fanien tuottamaa sisältöä hitaammin.

Lukijalle myönnettäköön, että olen pitkäaikainen Manchester Unitedin kannattaja ja jalkapalloyhdistysfani, mikä alun perin johdatti minut tutkielman aiheen sekä tarkasteltavan aineiston pariin. Tiedostan tutkielmaa kirjoittaessani omat subjektiiviset mielipiteeni ja huolehdin, etteivät ne värjätä analyysiä tai tutkielman johtopäätöksiä.

## 1.2 Tutkielman menetelmät ja tavoite

Fanien esittämät näkemykset usein haastavat perinteisen median roolia ja toimintatapoja (Jenkins 2006, 62; Fiske 1992, 33). Tutkimuskysymyksenäni on, miten fanituotetun median narratiivit poikkeavat perinteisen median narratiiveista. Vastaan tutkimuskysymykseen vertailemalla fanituotetun ja perinteisen median kertomuksia. Lisäksi pohdin teoreettisesti, millaisia vaikutuksia narratiiveilla on fanien yhteisöllisyyteen ja käsityksiin kannattamastaan joukkueesta. Tarkastelen The United Standin ja Sky Sportsin uutisoinnin kerronnallisia keinoja, sekä keskityn siihen, millaisena managerien, pelaajien ja seurajohdon rooli esitetään Manchester Unitedin lokakuun 2024 managerinvaihdoksessa.

Hypoteesini on, että fanituotetussa mediassa korostetaan yhteisöllisyyttä ja fani-identiteettiä. Perinteisessä mediassa pyritään lähtökohtaisesti esittämään neutraaleja analyysejä, mutta ei välttämättä täysin objektiivisesti. Perustan hypoteesini teoreettiseen viitekehykseen ja omaan katsojakokemukseeni. Katson The United Standin videoita päivittäin, ja klippejä Sky Sportsin pundiittien eli jalkapalloasiantuntijoiden lausunnoista kohtaan esimerkiksi TikTokissa.

Tutkielmassani kyseenalaistan vakiintuneen käsityksen fanien ja perinteisen median välisestä vastakkainasettelusta. Hyödynnän kertomuksen tutkimusta metodologisenä viitekehyksenä, ja keskeisenä tutkimusmenetelmänä sovellan narratiivista analyysiä. Tutkin, millaisen kuvan fanien ja perinteisen median narratiivit luovat lokakuun 2024 managerinvaihdoksesta. Kiinnitän erityisesti huomiota tarinoiden draaman kaareen, konflikteihin ja sensaatioihin.

Monien fanien tavoin kannattamani seuran uutisoinnissa viehättävät tunteisiin vetoavat näkemykset, jotka joko vahvistavat tai haastavat omia mielipiteitäni. Kysyntä tällaiselle sisällölle on luonut tarpeen osallistaville media-alustoille, joissa fanit tuottavat ja jakavat omia tulkintojaan suoraan yhteisölleen (Jenkins 2006, 221–222). Mediajätit, kuten Sky Sports, ovat tukeneet passiivista katselukulttuuria, jossa yleisö<sup>1</sup> jää keskustelun ulkopuolelle. Nuoremmat kuluttajat ovat muuttuneet tiedon “metsästäjiksi” ja “keräilijöiksi” taustoittamalla kertomusten hahmoja ja juonenkäänteitä, sekä luomalla yhteyksiä eri tapahtumien välille. (Jenkins 2006, 133). Tämän takia interaktiiviset yhteisöt ovat yleistyneet, ja perinteisessä mediassa pyritään

---

<sup>1</sup> Tutkielmassani termillä ”yleisö” viitataan jalkapallofaneihin, jotka seuraavat tiettyjä mediakanavia. Fanit ovat todellinen kohderyhmä, joka kuluttaa tiettyä mediaa, mutta myös kuvitteellinen yleisö, jonka media pyrkii tavoittamaan (McQuail 2010, 549). Jalkapallojournalismin kontekstissa tällä tarkoitetaan fanikuntaa, joka on määritelty tietynlaisten kiinnostuksen kohteiden perusteella, vaikka ei olisi tarkasti tiedossa, kuinka monta henkilöä yleisöön tarkalleen ottaen kuuluu.

saavuttamaan näkyvyyttä maksullisilla alustoilla tarjottavien studiolähetysten ohella myös muilla media-alustoilla kuten YouTubessa, TikToksissa sekä muualla sosiaalisessa mediassa.

The United Stand perustettiin vuonna 2014 (YouTube). Sky Sports News on toiminut jo vuodesta 1998 lähtien (Sky Sports), mutta ilmaisen sisällön luominen YouTube-kanavalle alkoi vasta vuonna 2015 (YouTube). Tuotettavan mediasisällön laajentaminen eri alustoille on jo itsessään perinteisen median reagointia fanituotetun medialle. Sky Sports ei esimerkiksi tarjonnut YouTubessa “watchalong”-livelähetystyksiä – joissa Valioliigaotteluita voi katsoa yhdessä juontajien kanssa sekä osallistua yhteisön keskusteluun lähettämällä viestejä kommenttikenttään – kuin vasta The United Standin saavutettua suosiota tekemällä näin.

Kysymys, “kuka hallitsee narratiivia?”, on ajankohtainen, sillä mediaa hallitseva taho päättää tai asettaa rajoja sille, mitä mediassa uutisoidaan (McQuail 2010, 80). Ennen tämä asema oli yksinomaan perinteisen median, mutta fanituotetun sisällön valtavirtaistuminen on pakottanut sitä löytämään uudenlaisia keinoja pysyä relevanttina. Perinteisessä mediassa koetaan paineita sopeutua ympäristöön, jossa yksittäiset kannattajat ja faniyhteisöt jakavat tulkintojaan sekä luovat omia narratiivejaan (Jenkins 2006, 222). Tutkielmassani analysoin, miten fanien lähestymistapa poikkeaa perinteisen median objektiiviseksi mielletyistä käytännöistä, sekä millaisissa elementeissä fanituotetun ja perinteisen median erottavat piirteet ilmenevät.

### 1.3 Aineiston rajaus

Rajaan aineistoni Manchester Unitedin lokakuun 2024 managerinvaihdosta käsitteleviin videoihin. Pohjustan managerinvaihdosta Sir Alex Fergusonin, Manchester Unitedin pitkäaikaisimman ja menestyneimmän managerin (National Football Museum), eläköitymisen jälkeisillä tapahtumilla. Vuodesta 2013 eteenpäin Unitedin puikoissa on nähty peräti kuusi manageria, joista viimeisin, Hollantilaisseura Ajaxista huhtikuussa 2022 hankittu Erik ten Hag, päätettiin irtisanoa lokakuun lopulla 2024 huonojen esitysten takia (esim. Sky Sports 2024). Mielenkiintoisen tästä tekee uuden managerin, portugalilaisseura Sportingista hankitun Rúben Amorimin, nimittäminen ten Hagin seuraajaksi alle vuorokaudessa (Goldbridge 29.10.2024, 3:46). Tämä “thank you, next”<sup>2</sup> -tyyppinen muutos herätti paljon kohua sekä fanien että perinteisen median keskuudessa.

---

<sup>2</sup> Termi “thank you, next” on peräisin Ariana Granden vuonna 2019 julkaisemasta kappaleesta, jossa ilmaistaan kiitollisuutta menneille suhteille ja siirrytään elämässä eteenpäin. Kappaleessa käytetty fraasi symboloi irtipäästämistä ja virheistä oppimista. Asenne on saanut laajaa huomiota popkulttuurissa ja fraasia käytetään kuvaamaan sopeutumista äkillisiin muutoksiin. (Hopper 2023).

Tarkasteltavaan aineistooni kuuluu yhteensä viisi YouTube-videota. Fanituotetun sisällön puolelta analysoin kolmea The United Standin videota, joissa Mark Goldbridge käsittelee managerinvaihdoksia: ten Hagin palkkausta käsittelevää videota *OFFICIAL! Erik TEN HAG Is Manchester United Manager!* (21.4.2022), ten Hagin potkuja käsittelevää videota *Ten Hag SACKED! Man Utd News* (28.10.2024) sekä Rúben Amorimin palkkausta käsittelevää videota *OFFICIAL! AMORIM SIGNS FOR MAN UTD!* (29.10.2024).

Perinteisestä mediasta analysoin Sky Sports Premier League -YouTube-kanavalta ten Hagin potkujen jälkeistä Jamie Carragherin analyysiä *"I'd give it to Gary Neville!" 🤔 | Carra predicts who the next Man United boss will be 🏆* (28.10.2024) sekä hänen reaktiotaan Amorimin palkkaukseen videolla *Jamie Carragher reacts to Rúben Amorim's appointment as Man United head coach* (1.11.2024). Vaikka Sky Sportsilta löytyy myös maksumuurin takana olevia kokonaisia studiolähetysiä, tutkielmani aineistona on vain YouTube-kanavalle ladatut ilmaiset videoklipit lähetyksistä.

Tietoisena vastakkainasetteluna valitsemillani videoilla managerinvaihdosta pohtivat The United Standin keulahahmo, perustaja ja pitkäaikainen Manchester Unitedin kannattaja Mark Goldbridge (oik. Brent Di Cesare) sekä Sky Sportsilla työskentelevä jalkapalloasiantuntija ja entinen Liverpool FC:n pelaaja Jamie Carragher. Manchester United ja Liverpool FC ovat toistensa perivihollisia, minkä takia on jo lähtökohtaisesti mielekästä tarkastella, kuinka objektiivisena Carragher pysyy analyyseissään ja miten Goldbridgen mielipiteet eroavat perinteisen median narratiiveista.

En aio tarkastella muita perinteisen tai fanituotetun median toimijoita, muita aiheita kuin managerinvaihdoksia enkä muita jalkapalloseuroja kuin Manchester Unitedia, muutoin kuin nimellisesti. Näin analyysi pysyy kandidaatintutkielmalle sopivassa mitassa ja pystyn keskittymään syvällisesti fanituotetun ja perinteisen median narratiivien eroihin.

## 2 Tarinoiden käskyvalta narratiiveihin

### 2.1 Narratiivien rooli mediassa

Narratiivit muokkaavat ihmisten käsityksiä ja kokemuksia tarinoilla ja kertomuksilla, jotka viittaavat joko kertomusmuotoiseen esitykseen tai maailmankuvaa jäsentävään näkemykseen (Björninen 2020, 109). Tutkielmassani näitä merkityksiä ilmentävät Mark Goldbridgen ja Jamie Carragherin kertomukset Manchester Unitedin managerinvaihdoksesta. Termejä “kertomus”, “narratiivi” ja “tarina” käytetään usein päällekkäin tai synonyymeinä, mikä voi tehdä niiden käsitteellisestä sisällöstä epäselvää (Hämäläinen & Itkonen 2020, 222).

Analyysissäni määrittelen tarkasti, mihin kullakin käsitteellä viitataan.

Narratiivien ymmärtäminen mahdollistaa yksittäisten tapahtumien sitomisen laajempiin merkityksellisiin kokonaisuuksiin (Polkinghorne 1988, 13). Mark Goldbridge liittyy Unitedin managerinvaihdokseen johtaneen kriisin osaksi laajempaa epäonnistumisten jatkumoa: ”We are 14th in the league after nine games. This has been going on for a long time” (28.10.2024, 4:45). Tämä auttaa ymmärtämään tilannetta ja tarjoaa kontekstin fanien turhautumiselle.

Narratiivien kautta muodostamme käsityksiä menneistä ja tulevista tapahtumista (Polkinghorne 1988, 14–15). Manchester Unitedin fanien narratiivit pohjautuvat aiempiin kokemuksiin sekä odotuksiin seuran tulevaisuudesta.

Kertomukset ovat fanituotetun ja perinteisen median tapa jäsentää Manchester Unitedin tapahtumia. “Kertomus”, “narratiivi” ja “tarina” eivät ole siis viattomia käsitteitä, vaan ne välittävät arvoja ja ideologioita (Björninen 2020, 109). Medialla on kyky avartaa käsityksiämme tapahtumista, mutta se voi myös rajoittaa niitä (McQuail 2010, 85). Mark Goldbridge kritisoi Manchester Unitedin kulttuuria, jossa pelaajat ja seurajohto asettavat managerin ongelmien syntipukiksi (21.4.2022, 13:40). Hänen mukaansa etenkin perinteinen media vahvistaa narratiivia, jossa pelaajat jäävät kritiikin ulkopuolelle ja kaikki ongelmat lankeavat managerin vastuulle. Tämä yksinkertaistettu kuvaus rajoittaa yleisön käsitystä monisyisistä ongelmista palvelen tiettyjä intressejä, kuten pelaajien suojelua.

Tapahtumien syy-seuraussuhteen löytäminen auttaa ymmärtämään niitä paremmin (Polkinghorne 1988, 13). Erik ten Hagin epäonnistuminen ei ollut satunnainen virhe, vaan seurausta pitkäjänteisen strategian puutteesta. Managerin palkkaaminen ilman selkeää visiota luo noidankehän, jossa epäonnistumiset vain vahvistavat seuran rakenteellisia ongelmia. Tämän kierteen voisi estää huolellisella strategisella suunnittelulla ja tarkoin harkituilla

rekrytoinneilla. (Goldbridge 28.10.2024, 9:10). Tässä narratiivissa rakennettu syy-seuraussuhde korostaa kriittistä tarvetta muutoksille seuran päätöksenteossa ja haastaa pohtimaan, miten epäonnistumisia voidaan ennaltaehkäistä tulevaisuudessa. Tällaiset narratiivit pakottavat tarkastelemaan syvällisemmin yksinkertaisten syy-seurauskertomusten taustalla piileviä todellisia ongelmia (Björninen 2020, 110).

Narratiivit eivät vain kuvaa tapahtumia, vaan muokkaavat niitä kerronnan kautta (Riessman 2008, 8–9). Goldbridge vetoaa katsojan tunteisiin retorisella kysymyksellään ten Hagin potkuista: “Whether you wanted him to go or you didn’t, have you been happy over the last few weeks? No” (28.10.2024, 4:28). Pettymys jaetaan katsojien kanssa, mikä vahvistaa yhteisöllisyyttä. Faniyhteisön narratiivit eroavat muista siinä, että fanit luovat “me vastaan he” -asetelmia, joissa oma kulttuuri asetetaan valtavirran kanssa vastakkain (Fiske 1992, 34). Perinteinen media ei kykene ymmärtämään fanien näkökulmaa (Goldbridge 21.4.2022, 16:16), minkä takia The United Stand asettuu Sky Sportsin autenttiseksi vastavoimaksi, joka tarjoaa faneille heidän intressejään vastaavia tulkintoja.

Björninen (2020) ja Riessman (2008) toistavat Barthesin ajatusta kerronnan universaalista merkityksestä, joka ulottuu niin yksilöihin kuin kulttuureihin. Kerronta on läsnä kaikissa yhteisöissä ja kulttuureissa kautta aikojen (Björninen 2020, 116; Riessman 2008, 4). Polkinghorne (1988, 14) täydentää tätä näkökulmaa huomauttamalla, että tarinankerronnalla on keskeinen rooli identiteetin ja yhteenkuuluvuuden luomisessa. Goldbridge aloittaa videonsa kevyellä, sarkastisella kommentilla omistajien vaihtamisesta Erik ten Hagin irtisanomisen takia: ”I’m absolutely gutted. What a horrible decision. Ineos out! I’m joking of course” (28.10.2024, 0:13). Tämä ei ole vain huumoria, vaan tapa vahvistaa yhteisöllisyyttä.

Narratiivien välittämät ideat ja arvot muokkaavat yleisön asenteita riippumatta siitä, kuka mediaa tuottaa tai hallitsee (McQuail 2010, 80–81). Goldbridge vertaa Ruud van Nistelrooyin nimitystä ten Hagin jälkeiseksi väliaikaiseksi manageriksi aiempiin epäonnistuneisiin väliaikaisratkaisuihin, kuten Ryan Giggsin ja Michael Carrickin valmennuspesteihin (28.10.2024, 1:28). Nämä entiset Sir Alex Fergusonin aikaiset pelaajat tuotiin väliaikaisiin pesteihin palauttamaan peli-iloa ja muistuttamaan menestysvuosista. Heidän kokemuksensa ison seuran managerina on kuitenkin lähes olematon, eikä heidän pelitaktiikkansa sisältänyt juurikaan muuta kuin ohjeen nauttia pelaamisesta.

The United Standin narratiivissa fanien pettymys johtuu toistuvista päätöksistä, jotka eivät ratkaise seuran syvempää kriisiä. Faneja kehotetaan vastustamaan lyhytaikaisten ratkaisujen,

kuten van Nistelrooyn, mahdollisen menestyksen romantisointia. (Goldbridge 28.10.2024, 5:25). Tämä linkittyy McQuailin (2010, 80) näkemykseen median vaikutusvallasta – fanituotettu media antaa äänen kriittisille näkemyksille, joita perinteinen media ei yhtä avoimesti tuo ilmi.

## 2.2 Tarinankerronnan ideologiat

Manchester Unitedin managerinvaihdokset ovat osa jatkuvaa kertomusta, jossa seura pyrkii palauttamaan entisen loistonsa ja menestyksensä. Seurassa on kuitenkin pitkään toistettu kaavaa, jossa uusi manageri palkataan sillä ehdolla, että hän suostuu työskentelemään aiemman managerin pelaajien ja valmennustiimin kanssa, mikä johtaa tasaisen epätasaisiin tuloksiin, kunnes lopulta manageria syytetään huonosta menestyksestä ja hänet korvataan. The United Standin videoilla kaavaa pidetään seuran perimmäisenä ongelmana. Sen sijaan Sky Sportsin asiantuntijat eivät käsittele tätä kaavaa managerinvaihdoksen yhteydessä laisinkaan. Lokakuun 2024 tapahtumat ovat kuitenkin relevantti esimerkki toistuvasta kaavasta. Tutkin, millaista sankarien ja pahisten kertomusta managerinvaihdoksessa luodaan.

Tarinankerronta välittää arvoja tarjoamalla mallitarinoita, jotka ohjaavat käyttäytymistä positiivisilla tai negatiivisilla esimerkeillä (Polkinghorne 1988, 14). Esimerkiksi Goldbridge arvostaa ten Hagin saavutuksia korostamalla kahden voitettun pokaalin merkitystä (28.10.2024, 2:44). Tämä positiivinen huomio osana muuten kriittistä puhetta havainnollistaa narratiivien kykyä luoda moniulotteisia kertomuksia.

Ajatus mallitarinoista liittyy The United Standin ja Sky Sportsin tapaan kehystää Manchester Unitedin tapahtumia. Kertomuksissa manageri, pelaajat ja seurajohto esitetään sankareina tai pahiksina, jotka toimivat esimerkkeinä ihailtavasta tai vältettävästä toiminnasta. Esimerkiksi Jamie Carragher nostaa Rúben Amorimin sankariksi, viitaten hänen aiempiin saavutuksiinsa Portugalissa ja nostaen hänet toivon ja menestyksen symboliksi (1.11.2024, 0:24). Amorim esitetään ”pelastajana”, joka palauttaa Manchester Unitedin kilpailukyyn ja menestyksen. Sen sijaan epäonnistuneet managerit, kuten Erik ten Hag, asetetaan ”pahiksiksi”, jotka ovat estäneet pitkäkestoisen menestyksen viimeisten kymmenen vuoden aikana.

Mark Goldbridge on kyllästynyt perinteisen median tapaan leimata ten Hag autoritaariseksi johtajaksi, joka on vastuussa seuran ongelmista: “I’ll tell you for free, Mr or Mrs Media, there is absolutely no way that Erik ten Hag is exclusively responsible for Manchester United’s failings over the last ten years, mainly because he has not been here for that long”

(28.10.2024, 11:57). The United Stand pyrkii hälventämään perinteisen median luomia stereotyyppioita esittäen kertomuksen, jossa perinteistä mediaa syytetään tarkoituksellisesta harhaanjohtamisesta ja ten Hagin maineen pilaamisesta. Perinteisen median kritisoinnissa kuitenkin ilmenee, että fanituotetulla medialla on yhtä paljon valtaa luoda ja tuhota narratiiveja kuin perinteisellä medialla.

Tarinankerronnassa nykytilanne on aina seurausta aiemmista tapahtumista, ja tapahtumien välinen yhteys ilmentää merkityksiä, joita kuulijan halutaan tulkitsevan (Riessman 2008, 3). Goldbridge esittää Manchester Unitedin lokakuun 2024 tapahtumat – tappion West Hamille, Erik ten Hagin potkut ja Rúben Amorimin nimityksen uudeksi manageriksi – kronologisesti, painottaen seuran nopeaa ja päättäväistä reagointia (29.10.2024, 4:25, 6:45). Perinteisesti seurajohto on valinnut vain taloudellisesti edullisemman väliaikaisen managerin, minkä takia Amorimin määrätietoinen palkkaaminen saa narratiivissa positiivisen merkityksen, joka vahvistaa seuran päättäjien johdonmukaisuutta ja pätevyyttä.

Fanit eivät pelkää omaksi narratiiveja, vaan keskeinen osa fanitoimintaa on muokata ja uudelleenjärjestää niitä omien intressien mukaan (Fiske 1992, 39). Mark Goldbridge vaatii, että Manchester Unitedin uusi aikakausi tuo mukanaan paitsi uuden managerin myös kestäviä muutoksia (28.10.2024, 5:10). Hän ei vain kuvaa tapahtumia, vaan ohjaa koko faniyhteisön vaatimuksia kohti tiettyjä päämääriä.

Narratiivit voivat sisältää kerronnallisia vinoumia, jotka manipuloivat ihmisten käsityksiä ja tulkintoja joko tietoisesti tai tiedostamatta (Mäkelä et al. 2020, 18). Vinoutuneita käsityksiä syntyy, kun narratiiveissa rajoitetaan yleisön huomiota tiettyihin, korostuviin näkökulmiin (Björninen 2020, 109–111). Tämä voi johtaa siihen, että kertoja – häivyttämällä kertomuksen ja ideologisen narratiivin merkityseron – tulee sokeaksi omalle narratiivilleen (Björninen 2020, 115). Esimerkiksi Carragher vertaa Rúben Amorimin haasteita omiin kokemuksiinsa Liverpoolissa. Hän asettaa Manchester Unitedin tilanteen kontekstiin, joka – kenties hieman tarpeettomasti – korostaa Liverpoolin saavutuksia hänen pelaajaurallaan (1.11.2024, 7:06). Vaikka narratiivissa esitetty vertailu tarjoaa mielenkiintoisen näkökulman kilpailullisista haasteista, se ilmentää vahvasti Liverpool-myönteistä ideologiaa. Tämä subjektiivinen ja osittain nostalginen näkökulma heikentää kertojan objektiivisuutta. Toisaalta Goldbridgen narratiivit ovat myös ideologisesti värittyneitä, mikä osoittaa sekä fanituotetun että perinteisen median kertomusten heijastavan yleisön tulkintoihin vaikuttavia kerronnallisia vinoumia.

Mediassa esitettyjen mielipiteiden välillinen vaikutus vaihtelee sen mukaan, kuinka neutraalista tai manipuloivasta tiedonvälityksestä on kyse (McQuail 2010, 84). Vaarat piilevät huolimattomissa tai tahallaan harhaanjohtavissa kertomuksissa, joiden narratiivit ovat epäselviä ja käsitteitä hämärretään tarkoituksella (Björninen 2020, 116). Carragher analysoi Manchester Unitedin rakenteellisia ongelmia, mutta hänen narratiivinsa perustuu epäselvään syy-seuraussuhteeseen. Hän väittää ongelman olevan seurajohdon taipumus myöntyä managerien pyyntöihin, mutta jättää täsmentämättä, miten tämä on käytännössä haitannut seuraa (1.11.2024, 1:48). Tällä on vaikutusta yleisöön huolimatta siitä, että väitettä ei tueta selkeillä perusteluilla tai todisteilla.

### 2.3 Kertomuspuheen manipuloiva voima

Kertomuspuhe tarkoittaa kertomuksen käyttöä, jossa sen huomioarvo tiedostetaan ja sillä on retorinen päämäärä (Björninen 2020, 109). Goldbridge hyödyntää tätä narratiivissaan Rúben Amorimin nimityksestä osana laajempaa “projektiä”, joka kiinnittää yleisön huomion ja korostaa sen merkitystä uudelle managerille (29.10.2024, 8:42). Narratiivin retorinen päämäärä on herättää keskustelua ja ohjata katsojaa arvioimaan Amorimin työolosuhteiden oikeudenmukaisuutta.

Narratiiveissa kerrottujen kertomusten erot voivat helposti hämärtyä, sillä ne eivät perustele tai selitä itse itseään (Björninen 2020, 116). Goldbridge käyttää kertomuspuhetta implisiittisesti viitatessaan Manchester Unitedin managerien irtisanomisten toistuvaan kaavaan: “We have been in this position so many times now that it would be ridiculously naive to sit here and say we’re cooking, we’re back and this is going to work because honestly, we don’t know if it is going to work” (29.10.2024, 6:18). Hän myöntää, ettei narratiivia huipulle palaamisesta voida perustella pelkällä puheella. Kertomus tarvitsee uskottavuutensa tueksi siis muutakin kuin toistoa, kuten konkreettisia todisteita ja tuloksia.

Mediatoimijat voivat käyttää valtaansa esimerkiksi yksilön tai yhteisön maineen vahingoittamiseen stereotyyppien, leimaamisen ja virheellisen tiedon levittämisen keinoin (McQuail 2010, 63). Esimerkiksi Jamie Carragher noteeraa ten Hagin saavutukset – kaksi voitettua pokaalia kahdessa vuodessa – mutta samalla kritisoi häntä epäonnistumisesta luoda kilpailukykyinen joukkue (1.11.2024, 2:51). Kertomus saavutuksista liudentuu osaksi laajempaa narratiivia, jossa menestys määrittyy utopististen odotusten täyttämällä, mikä latistaa myönteisten tulosten merkitystä.

Narratiivin ja kertomuksen käsitteet voivat hämärtää viestin selkeyttä, mutta tätä voidaan käyttää myös tarkoituksellisesti (Björninen 2020, 115). Mark Goldbridge esittää ristiriitaisen kertomuksen, jossa hän julistaa kauden menetetyksi, mutta samalla antaa toivonpilkahduksen mahdollisella Eurooppa-liigan menestyksellä: “The season is probably fucked. We are not going to get to the top four places (in the Premier League), but we might win the Europa League” (28.10.2024, 10:38). Tämä pakottaa pohtimaan, vahvistaako narratiivi pettymystä vai antaako se syyn jatkaa seuran tukemista vaikeuksista huolimatta.

Kertomuspuhe lisää viestittävän sisällön näkyvyyttä, mutta vastaanottajan vastuulle jää tulkita, mihin sillä pyritään (Björninen 2020, 109–110). Goldbridge hyödyntää tätä moniselitteisyyttä vetääkseen yleisön mukaan tulkintaan. Samalla hän siirtää vastuun narratiivin merkityksen päättelemisestä katsojille. Ristiriitainen narratiivi ei ole vain sekava kertomus, vaan strateginen keino aktivoita yleisöä.

Kertomuksia ei vain kerrota – niistä myös puhutaan ja epäselväkin viittaus kertomuksiin herättää huomiota (Björninen 2020, 109). Goldbridge käyttää vuorikiipeilymetaforaa kuvatessaan Unitedin epäonnistumisten kierrettä: “Whatever journey we were on with ten Hag is now over – that mountain we keep climbing and falling. We’re back at the bottom of the mountain again and we’ve climbed that mountain a few times, but not to the top” (28.10.2024, 13:24). Metaforan dramaattinen ilmaisu vangitsee kuulijan huomion, vaikka siinä ei tarkenneta, mitä “vuoren huipulle pääsy” tarkoittaa tai miten se saavutetaan. The United Standin yhteisössä tämä ymmärretään viittauksena pysyvän menestyksen tavoitteluun, mutta metafora jää tulkinnanvaraiseksi. Tämä osoittaa, kuinka epämääräinenkin narratiivi herättää kiinnostusta ja sitouttaa yleisöä.

Vakuuttaminen perustuu elementteihin, joiden kautta yksilöt identifioituvat vastakkaisiin yhteisöihin (Burke 1950, 22). Esimerkiksi Goldbridge asettaa The United Standin ja Sky Sportsin vastakkain korostamalla fanituotetun median yhteisöllisyyttä sekä skeptisyyttä perinteistä media kohtaan: “At least we are not waking up every morning to some twat on Sky Sports going mad about some bullshit talking about United” (28.10.24, 11:12). Goldbridgen narratiivissa Sky Sports on etäinen ja epärelevantti auktoriteetti, kun taas The United Stand vahvistaa yhteenkuuluvuuden tunnetta ja edustaa fanien näkemyksiä. Tämä korostaa, kuinka vakuuttamisen ytimessä on yksilön identifioituminen osaksi tiettyä yhteisöä vastakohtana toiselle.

Sekä fanituotetussa että perinteisessä mediassa retorisisilla keinoilla pyritään vakuuttamaan yleisöä kertomuksilla, jotka vastaavat heidän intressejään (Burke 1950, 24). Goldbridge painottaa, että uuden managerin täytyy saada seurajohdolta täysi tuki pelaajien ja resurssien hallintaan (28.10.2024, 5:36). Hän vetoaa turhautuneisiin faneihin tarjoten yhteisen tavoitteen – seurajohdon tuen managerin auktoriteetin vahvistamiseksi. Vastaavasti Carragher korostaa perinteisessä mediassa managerin auktoriteetin merkitystä: “Amorim has got to feel and look like he is in control. I think that was solely lacking over the last few years at Manchester United” (1.11.2024, 2:12). Molemmissa kertomuksissa pyritään vakuuttamaan yleisöä vahvan johtajuuden tarpeesta, joka resonoi fanien odotusten kanssa.

Jamie Carragherin narratiivissa Sir Alex Fergusonin jälkeinen aika näyttäytyy ongelmallisena seuran rakenteiden vuoksi. Hän haastaa fanien käsityksen managereista tilanteen uhreina väittäen, että seura on antanut heille liikaa vapauksia, mikä on johtanut ongelmiin. (1.11.2024, 8:20). Tällä tavoin kerronta ohjaa kuulijan huomiota ja muokkaa käsityksiä ongelmien syistä ja seurauksista. Tapahtumien yhteydet eivät ole itsestään selviä, vaan ne muodostuvat kerronnallisten valintojen kautta, mikä synnyttää värittyneitä tulkintoja todellisuudesta. Toisin sanoen narratiivit eivät ainoastaan ole tarinankerrontaa, vaan määrittävät, miten todellisuutta tulkitaan ja kenellä on valta kertoa, mikä on totta.

### 3 Fanit vastaan perinteinen media: uudet pelisäännöt

#### 3.1 Fanituotetun ja perinteisen median asemoituminen

Fanikulttuuri ei ole pelkkää populaarikulttuurin kuluttamista, vaan aktiivista ja omaehtoista kulttuuritaloutta, joka tuottaa merkityksiä ja yhteisöllisyyttä. Se on “varjokulttuuritaloutta”, joka syntyy usein hallitsevan kulttuurin ulkopuolella ja sitä vastaan. (Fiske 1992, 30). The United Stand muokkaa olemassa olevaa sisältöä fanien tarpeisiin ja vahvistaa yhteisöllisyyttä luomalla oman kulttuuripääomansa. Goldbridge kuvaa managerin olevan “symboli muutokselle ja seuran uudelle suunnalle”, joka edustaa fanien arvoja ja päämääriä: “He is coming in as a football guy who is obsessed with playing good football and winning things and that is what we are as fans” (21.4.2022, 14:02). Tämä havainnollistaa, kuinka fanituotettu media luo vastakulttuurisen position suhteessa perinteiseen mediaan.

Vaikka perinteisen ja fanituotetun median rajat ovat hämärtyneet (McQuail 2010, 41), niiden eroavaisuudet ilmenevät edelleen ilmaisussa, tavoitteissa sekä suhtautumisessa yleisöön. Esimerkiksi Mark Goldbridge esittää Manchester Unitedin pelaajat ”pahiksina”, syyttäen heitä seuran epäonnistumisista, ja kritisoi omistajia siitä, että he ovat tehneet ”rocktähtiä” pelaajista, jotka eivät edes ansaitsisi pukea ylleen Unitedin pelipaitaa (28.10.2024, 12:02). Fanit nostetaan sen sijaan ”sankareiksi”, jotka ovat avainasemassa seuran pelastamisessa. Tämä tukee ajatusta fanien luomasta ”me vastaan he” -asetelmasta, jossa fanien arvot asettuvat vastakkain pelaajavallan ja omistajien ”pahojen” toimien kanssa.

Sankarien ja pahisten teema näkyy myös Goldbridgen narratiivissa, jossa Ruud van Nistelrooy ja aiemmat Manchester Unitedin väliaikaisratkaisut esitetään kykenemättöminä pelastamaan seuraa (28.10.2024, 8:19). Hän vaatii Manchester Unitedilta ”oikeaa sankaria”, joka vie seuraa eteenpäin – uuden managerin valinta on siis ratkaiseva. Goldbridge luo kertomuksen, jossa pätevän johtajan valinta on ”sankariteko”. Perinteisestä mediasta löytyy vastaavia narratiiveja, mutta sankarien ja pahisten rooliin asetetaan eri tahoja.

Fanituotetun ja perinteisen median narratiivit eroavat siinä, miten ne perustelevat saman ilmiön eri tavoin. Mark Goldbridgen mukaan Manchester Unitedin managerit eivät saa riittävästi päätösvaltaa, mikä estää seuran nousun kaivamastaan kuopasta. Managerin on mahdotonta tehdä muutoksia ilman täyttä tukea seurajohdolta sekä mahdollisuutta kyseenalaistaa pelaajien roolia joukkueessa. Toistuva kaava, jossa seuran vanhanaikaiset rakenteet rajoittavat managerin toimintaa, johtaa jatkuvaan epäonnistumiseen. Goldbridge

pelkää, että seuran kulttuuri estää kestävien muutosten aikaansaamisen myös Rúben Amorimin aikakaudella, mikä johtaa aiempien virheiden toistumiseen (29.10.2024, 2:20).

Perinteisessä mediassa narratiivi Unitedin ongelmista on täysin päinvastainen. Carragherin mukaan huonon menestyksen syynä on ollut se, että managereilla on liikaa päätösvaltaa. Hän kritisoi Unitedin managerien toimintaa ja pelaajahankintoja: ”For far too long all Manchester United’s managers have gotten whoever they’ve wanted to sign. More often than not they’ve gone back to their previous clubs and they just buy exactly who they want, no matter the fee, no matter the age” (28.10.2024, 2:20). Managerit ovat Carragherin mukaan valinneet pelaajia omien mieltymystensä perusteella ilman riittävää harkintaa tai strategiaa, ja tämä on seuran epäonnistumisen ydin. Perinteisessä mediassa Manchester Unitedin managerien, kuten van Gaalin, Mourinhon, Solskjaerin ja viimeisimpänä ten Hagin, nähdään olleen liian vapaita tekemään pelaajahankintoja, ja seurajohdon tulisi jatkossa rajoittaa tätä paremmin.

Merkitykset, ilmaisutavat ja vuorovaikutuksen muodot juontuvat identiteetin käsitteestä (Burke 1950, 21). Fani-identiteetissä yksittäiset kokemukset ja narratiivit mielletään yhteisön jaettavaksi tarinaksi. Goldbridge toteaa, että fanien keskuudessa on yksimielisyys ten Hagin erottamisen oikeutuksesta: ”You’ve got to a point where there isn’t going to be a United fan out there going: that’s a mistake” (28.10.2024, 7:28). Tämä osoittaa, kuinka narratiivit voivat luoda yhteisöllisyyttä ja kollektiivista ymmärrystä (Björninen 2020, 115). Manchester Unitedin kannattajien yhteenkuuluvuuden tunne ja tulkinnat seuran tapahtumista pohjautuvat heidän identiteettiinsä. Jamie Carragher ei vastaavalla tavalla pyri tulkitsemaan yleisön tunteita perinteisessä mediassa, vaan pitää analyysinsä erillään yleisön reaktioista.

Luottamus eri mediatoimijoiden uskottavuuteen vaihtelee (McQuail 2010, 41). Goldbridge käyttää ten Hagin irtisanomisen ajankohtaa narratiivisena tehokeinona, joka korostaa seuran nykytilan vakavuutta: “This is the earliest Manchester United has ever sacked a manager in a season” (28.10.2024, 2:18). Tällainen viittaus historiaan lisää uskottavuutta ja liittyy narratiivin osaksi laajempaa kertomusta (McQuail 2010, 41). Perinteisessä mediassa Jamie Carragher korostaa, että Unitedin esitykset eivät ole olleet huippuluokkaa: “Manchester United should leave you on the edge of your seat whether you are a United fan or a Liverpool fan like myself (1.11.2024, 9:05)”. Seuran historiaan perustuvat odotukset yhdistetään arvioon valmentajan roolista ja joukkueen pelityylistä, mikä luo uskottavuutta. Tällainen retoriikka vahvistaa perinteisen median asemaa luotettavana tiedonlähteenä, jossa yksilöiden toimintaa ja seuran tilaa osataan arvioida asiantuntevasti.

### 3.2 Osallistava kulttuuri ja fanien aktiivinen rooli mediassa

Mediatoimijoiden tehtävänä on välittää tarkkaa tietoa, joka tukee yleisön omia näkemyksiä. Perinteinen media noudattaa journalismin perinteisiä arvoja, jotka määrittävät sen roolin luotettavana julkisen tiedonvälityksen instituutiona. (McQuail 2010, 41). Fanituotettu media puolestaan kuuluu osallistavaan kulttuuriin, jossa fanit itse tuottavat ja jakavat sisältöä, mikä haastaa perinteisen median normeja ja rajoitteita tiedonvälityksessä (Jenkins 2006, 116). Mark Goldbridgen mukaan fanien mielipiteillä oli merkittävä vaikutus Manchester Unitedin managerivalintaan, vaikka seuran virallisissa lausunnoissa tai perinteisessä mediassa tätä ei myönnettäisikään (21.4.2022, 9:45). Tämä haastaa perinteisen median luotettavuutta, sillä esimerkiksi Sky Sports ei avoimesti myönnä tiedonvälityksessään fanien osallisuutta tapahtumiin, mikä saattaa johtua kaupallisista tai toimituksellisista linjauksista.

Digitaalinen aikakausi on mahdollistanut uudenlaisen transmedia-kerronnan, jossa tarinat ja niiden tulkinnat leviävät ja muokkautuvat useiden kanavien kautta (Jenkins 2006, 97). Uudemmat mediat tarjoavat mahdollisuuden vuorovaikutukseen, jossa vastaanottajasta voi tulla lähettäjä (McQuail 2010, 85). Fanit täydentävät perinteisen median uutisointia omilla kertomuksillaan ja luovat yhteisöllisyyttä jakamalla omia ajatuksiaan sekä kommentoimalla toistensa sisältöä (Jenkins 2006, 320). Mark Goldbridge painottaa, että managerien jatkuva syylistäminen ei ole ratkaisu seuran ongelmiin (28.10.2024, 11:26). Goldbridge ei ole vain kommentaattori, vaan osa aktiivista faniyhteisöstä, jossa käydään jatkuvaa vuoropuhelua digitaalisilla alustoilla. Tämä lähestymistapa eroaa perinteisestä mediasta, jossa asiantuntijat ja yleisö pysyvät erillään (Jenkins 2006, 254).

Abercrombie ja Longhurst käsittelevät teoksessaan *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination* (1998) yleisöjen roolia ja kokemuksia mediassa. Heidän ”hajautetun yleisön” (diffused audience) käsitteensä kuvaa tilannetta, jossa ihmiset toimivat jatkuvasti eri mediaesitysten yleisönä, jolloin yleisöön kuulumisesta tulee arkipäiväinen ja yhtäjaksoinen kokemus (1998, 4). Fanikulttuuri esitetään kuitenkin passiivisena kulutuksena, mikä ei vastaa tutkielmani näkökulmaa, jossa fanit nähdään aktiivisina toimijoina jalkapallon mediakentässä. Jenkinsin kuvaama osallistava kulttuuri (2006, 3) on olennaisempi, sillä se nostaa esiin fanien aktiivisen roolin perinteisen ja fanituotetun median vertailussa.

Fanituotetun sisällön moninaisuus ja laajuus tekevät siitä vaikeasti hallittavaa, mikä rikkoo perinteisen median kontrollia (Jenkins 2006, 131). Perinteinen media pyrkii säilyttämään kontrollin sisällöstä ja viestinnästä, mutta fanikanavat, kuten The United Stand, antavat

faneille vapauden käsitellä joukkueen päätöksiä ja pelisuorituksia ilman ulkopuolisia rajoituksia (Jenkins 2006, 285). Tämä luo vastapainoa perinteiselle uutisoinnille ja pakottaa perinteisen median reagoimaan nopeammin fanien kiinnostuksen kohteisiin (Jenkins 2006, 198). Fanien aktiivinen rooli haastaa perinteisen median auktoriteetin tuoden uuden ulottuvuuden jalkapallokulttuuriin, missä fanien ääni on aiempaa merkittävämpi.

Perinteisen median toimitukselliset käytännöt ja aikarajoitukset tekevät Manchester Unitedin nopeasti muuttuviin tilanteisiin reagoimisesta haastavaa. Esimerkiksi The United Standin yhteisö spekuloi managerinvaihdosta jo ennen seuran virallista ilmoitusta: ”We have known actually that he is going to be the new manager for over two weeks now” (Goldbridge 21.1.2022, 3:29). Tällöin fanituotettu media voi reagoida uutiseen välittömästi, kun taas perinteinen media joutuu ensin valmistelemaan studiolähetysten, valitsemaan haastateltavat asiantuntijat, varaamaan kuvausryhmän sekä suunnittelemaan käsiteltävän asiasisällön, mikä vie luonnollisesti enemmän aikaa.

The United Stand hyödyntää nopeaan uutisointiinsa YouTuben joustavuutta reaaliaikaisilla livelähetyksillä, jotka voi aloittaa mistä ja milloin tahansa. Mark Goldbridge piti esimerkiksi henkilökohtaisella YouTube-kanavallaan livelähetystä, jossa hän pelasi FC25-peliä, kunnes fanit lähettivät kommenttikenttään tiedon, että Amorim oli nimetty Unitedin viralliseksi manageriksi. Tämän huomattuaan Goldbridge keskeytti lähetysten ja hyppäsi The United Standin puolelle reagoimaan uutiseen muutaman minuutin varoitusajalla. Sky Sports pysyy sen sijaan sidottuna journalistisiin standardeihin, minkä takia uutisaiheisiin reagoidaan hitaammin. Tämä ilmenee esimerkiksi studiolähetyksistä leikattujen klippien lataamisena viiveellä YouTube-kanavalle.

Vaikka perinteisen median sisältöä ilmestyy hitaammin, se perustuu luotettaviin lähteisiin ja todennettavissa oleviin faktoihin. Carragher tarjoaa historiallisen vertailun, joka pohjautuu Liverpoolin entisen managerin, Jürgen Kloppin, menestyksekkääseen uraan: ”I think if you look more closely at Klopp’s time at Liverpool, he hit the ground running and there was great progress straight away” (1.11.2024, 5:46). Tämä korostaa perinteisen median vahvuutta tarjota syvällisiä, asiantuntijalähtöisiä näkemyksiä, joihin katsoja voi luottaa.

Median ensisijainen tuote on yleisö (McQuail 2010, 97). Osallistava kulttuuri, kuten The United Standin yhteisö, mahdollistaa fanien tuottaman sensuroimattoman sisällön, jossa reagoidaan nopeasti Manchester Unitedin tapahtumiin ilman perinteisen median toimitusprosessien viivettä. Tämä nopeus tekee fanijournalismista houkuttelevan vaihtoehdon

faneille, jotka haluavat välitöntä vuorovaikutusta sekä yhteisönsä äänen kuuluviin jalkapallojournalismissa.

Fanijournalismi on kyseenalaistanut perinteisen median objektiivisuuden ja faktapohjaisuuden riittävyden, mikä on pakottanut perinteisen median kilpailemaan fanien subjektiivisen sisällön kanssa (McQuail 2010, 104). Tämä muutos näkyy perinteisessä mediassa yhä enemmän asiantuntijoiden henkilökohtaisina mielipiteinä. Esimerkiksi Jamie Carragher kritisoi Erik ten Hagia karisman ja auktoriteetin puutteesta (1.11.2024, 1:34), mikä perustuu pikemminkin hänen omiin arvoihinsa kuin tilastoihin tai pelisuorituksiin. Tämä osoittaa, kuinka perinteinen media pyrkii säilyttämään yleisön kiinnostuksen omaksumalla fanituotetun median piirteitä.

Fanit tuovat esiin näkökulmia, jotka jäävät perinteisessä mediassa usein huomiotta. Mark Goldbridge painottaa, että Rúben Amorimin kohtaamat taloudelliset ja rakenteelliset haasteet Manchester Unitedissa tulisi huomioida kuluvan kauden tavoitteissa: ”What the expectation is for this season is stability and growth. If that leads to a trophy or top four: miraculous” (29.10.2024, 19:10, 20:52). Goldbridge korostaa fanien kärsivällisyyttä ja ymmärrystä seuran pitkäjänteisen kehityksen tukemisessa. Carragher sen sijaan odottaa Unitedin sijoittuvan neljän parhaan joukkoon jokaisella Valioliiga-kaudella (1.11.2024, 2:55). Tämä osoittaa, kuinka fanien kokemukset ja toiveet nousevat esiin erityisesti fanien tuottamassa sisällössä.

Fanituotettu ja perinteinen media voivat kuitenkin täydentää toisiaan tarjoamalla erilaisia näkökulmia samasta aiheesta (Jenkins 2006, 254). Fanituotetun median päämääränä on yhteisöllisyyden vahvistaminen ja yleisön osallistaminen. Perinteinen media, kuten Sky Sports, pyrkii puolestaan faktapohjaiseen ja objektiiviseen tiedonvälitykseen. Nämä toisistaan poikkeavat mediamuodot tarjoavat siis erilaisia, mutta toisiaan täydentäviä lähestymistapoja, jotka palvelevat jalkapallofanien moninaisia tarpeita.

## 4 Narratiivinen analyysi

### 4.1 Objektiivisuuden illuusio

Narratiiviset rakenteet muokkaavat kulttuurista ja sosiaalista ympäristöämme. Käytämme niitä ymmärtääksemme omia tekojamme ja selittääksemme muiden käyttäytymistä. (Polkinghorne 1988, 14). Perinteisen median tarjoama tieto, ideat sekä kuvamateriaali ovat monille pääasiallinen tiedonlähde menneistä tapahtumista ja nykytilanteesta (McQuail 2010, 82–83). Vaikka fanituotettu media on noussut perinteisten toimijoiden rinnalle, tämä väite pätee yhä monille jalkapallon katsojille.

Perinteisen median tehtävä on toimia luotettavana yhteiskunnallisena instituutiona, jonka objektiiviseen tietoon yleisö voi luottaa (McQuail 2010, 41–42). Jamie Carragher esittää objektiivisen ja analyttisen lähestymistavan arvioidessaan Manchester Unitedin tilannetta: ”Manchester United is one of the greatest clubs in world football to play for. It’s a massive club that should be competing for the top end of Champions League positions and Premier League titles as well” (1.11.2024, 5:14). Entisenä Liverpoolin pelaajana Carragherin arvio ei perustu subjektiivisiin mielipiteisiin, vaan se pohjautuu seuran historiaan ja analyttiseen arviointiin. Hänen kerrontatyylinsä ei johdattele katsojaa mihinkään tiettyyn suuntaan, vaan jättää tilaa yleisön omille mielipiteille.

Perinteinen media ei monopolisoi informaatiovirtaa, mutta sen läsnäolo on väistämättä hyvin vaikutusvaltainen (McQuail 2010, 83). Vaikka perinteinen media pyrkii objektiivisuuteen, sen rakentamat narratiivit muokkaavat yleisön tulkintoja. Esimerkiksi Carragherin kommentit ovat toisinaan subjektiivisia: ”I think over the last 15 months Manchester United have looked like one of the easiest teams to play against in the Premier League and that can’t happen if you’re one of the top clubs” (1.11.2024, 2:35). Tämä väite ei perustu selkeisiin perusteluihin siitä, miksi joukkue on yksi helpoimmista vastustajista. Lisäksi Manchester United sijoittui kahdeksanneksi kaudella 23/24 ja voitti FA Cupin päihittäen Carragherin kannattaman Liverpoolin välierissä, mikä ei viittaa siihen, että seura olisi yksi Valioliigan heikoimmista. Tällaiset narratiivit muokkaavat yleisön tulkintoja, minkä vuoksi on tärkeää, että perinteisen median rinnalta löytyy muita toimijoita, kuten The United Stand, jossa kyseenalaistetaan vallitsevia narratiiveja.

Perinteinen media mukautuu vallitseviin arvoihin, mikä ilmenee esimerkiksi hallitsevien instituutioiden kritisoinnin välttämisenä (McQuail 2010, 99). Tämä käy ilmi Carragherin

haastattelussa, jossa hän pohtii ten Hagin potkujen ajankohtaa sekä moittii seuran omistajia siitä, etteivät he toimineet aikaisemmin managerin väistämättömän irtisanomisen suhteen (28.10.2024, 0:02). Carragherin kritiikki kohdistuu omistajiin kuitenkin vain epäsuorasti, sillä hän keskittyy pääasiassa managerin rooliin. Tämä ilmentää perinteisen median varovaisuutta suuria instituutioita, kuten Unitedin seurajohtoa, kohtaan, millä pyritään säilyttämään uskottavuus ja yleisön luottamus (McQuail 2010, 41).

Perinteinen media on riippuvainen kaupallisista intresseistä ja toimituksellisista linjauksista, mikä rajoittaa sen kykyä reagoida uutisaiheisiin nopeasti ja joustavasti (McQuail 2010, 99). Carragher huomauttaa, että Manchester United saa kiistatta eniten mediahuomiota (1.11.2024, 2:43). Seuran globaali näkyvyys houkuttelee paitsi faneja myös kaupallista mediaa, joka hyödyntää keskustelua ja draamaa seuran ympärillä katselukertojen ja mainostulojen haalimiseen. Vaikka esimerkiksi Sky Sports Premier League -kanavalla pyritään uutisoimaan tasapuolisesti kaikista Valioliigan joukkueista, Unitedista uutisoidaan eniten, koska tämä houkuttelee eniten katselijoita ja siten myös taloudellista voittoa.

Kertomusten arvoa mitataan näkyvyydellä, koskettavuudella, tykkäyksillä ja jaoilla – jopa asiakkailta ja kassavirroilla (Björninen 2020, 109). Digitaalisessa mediassa tämä kaupallisuus perustuu alustoihin, kuten YouTubeen, jotka mahdollistavat kohdennetun mainonnan (McQuail 2010, 97). Perinteisen median siirtyminen ilmaisille alustoille on fanituotettuun sisältöön reagoimisen lisäksi myös taloudellisen hyötyjen ohjaama, sillä kaupallisen median tavoitteena on pysyä kaupallisena jatkossakin (McQuail 2010, 97). Taloudellisen kestävyuden tavoittelemisen yhdessä muodollisten toimitusprosessien kanssa luovat kuilun perinteisen median ja yleisön välille, jonka fanit täyttävät nopeatempoisella sisällöntuotannollaan. Vaikka fanituotetussa mediassakin saadaan mainostuloja ja yhteisön jäsenten lahjoituksia, se ei vaikuta sisällön painotuksiin. The United Stand järjestää myös hyväntekeväisyyskeräyksiä sen sijaan, että tulot menisivät yksinomaan sisällöntuottajien taskuun.

## **4.2 Faneilta faneille**

The United Standin yhteisössä fanit voivat avoimesti ilmaista tyytyväisyyttään tai pettymystään Manchester Unitedin managerinvaihdoksesta. Tämä ilmentää, kuinka jalkapallon tulkinta on eräänlaista jokamiehen oikeutta, johon kaikki osallistuvat kiihkeästi (Laine & Römpötti 2024, 4). Tämä luo katsojille kokemuksen yhteisöstä, jossa joukkueen tapahtumat eivät ole vain uutisia, vaan henkilökohtaisia ja kollektiivisia kokemuksia.

Fanit aktiivisesti muokkaavat ja täydentävät jalkapallon kulttuurista sisältöä. Fanien tuottama sisältö voidaan jakaa semioottiseen, lausunnalliseen ja tekstuaaliseen tuottavuuteen (Fiske 1992, 37). The United Stand on esimerkki tekstuaalisesta tuottavuudesta – Goldbridgen narratiivissa Rúben Amorimin onnistuminen managerina edellyttää, että hän saa täydet valtuudet hallita joukkuetta. Goldbridge painottaa, että aiemmat virheet, kuten managerin rajoitukset pelaajavalinnoissa ja valmennustiimissä, ovat johtaneet epäonnistumisiin (29.10.2024, 7:25). Hän ei pelkää analysoida tapahtumia, vaan luo fanien yhteistä kertomusta Manchester Unitedin tulevaisuudesta. Narratiivit auttavat yksilöitä ymmärtämään omaa identiteettiään (Polkinghorne 1988, 14). The United Stand tarjoaa faneille alustan, joka vahvistaa heidän fani-identiteettiään sekä yhteyttä fanikulttuuriin.

On vanhanaikaista ajatella, että medialla olisi absoluuttinen valta määrätä, mitä yleisö uskoo todeksi, sillä tämä vastaisi pikemminkin propagandaa. Mediassa kyetään kuitenkin tehokkaasti toisintamaan puolueellisia käsityksiä todellisuudesta. (McQuail 2010, 101). Mark Goldbridge kritisoi perinteistä mediaa siitä, että se luo toistuvasti negatiivisia käsityksiä Erik ten Hagista pyrkien muokkaamaan yleisön mielipiteitä. Hän kuitenkin huomauttaa, että fanikunta ei ole ollut täysin yksimielinen näiden käsitysten suhteen (28.10.2024, 7:13). Tämä osoittaa, ettei media voi täysin määrätä, mitä yleisö uskoo, mutta se voi tehokkaasti toistaa ja muokata narratiiveja, jotka saavat jalansijaa yleisössä. Media ei toimi yksisuuntaisena auktoriteettina, vaan yleisöllä on kyky kritisoida ja vastustaa sen tarjoamia kertomuksia.

The United Standissa ten Hagin potkut liitetään osaksi laajempaa narratiivia Manchester Unitedin omistajien ja pelaajien pitkäaikaisista epäonnistumisista. Goldbridge kysyy: “Will ten Hag’s legacy be that it was bad ownership and bad players that cost him his job, or will his legacy be that he just wasn’t good enough?” (28.10.2024, 3:24). Tämän kysymyksen avulla narratiivi yhdistetään faniyhteisön kokemukseen. Samaistaminen ilmenee myös vakuuttamisen keinoissa, kuten sanavalinnoissa, sillä Goldbridge puhuu “meidän unelmastamme” ja “meidän tahdostamme” viitattaessaan fanien mielipiteisiin (28.10.2024, 11:30). Mediaa voidaan siis pitää suostuttelun välineenä (McQuail 2010, 66).

Burken samaistumisteoria korostaa toiston ja päivittäisen validaation merkitystä vakuuttamisessa (1950, 26). Tässä mielessä fanituotettu media, kuten The United Stand, vakuuttaa yleisön perinteistä mediaa paremmin, koska se tuottaa sisältöä useita kertoja päivässä. Sky Sports puolestaan käsittelee Manchester Unitedia vain yhtenä joukkueena muiden joukossa, mikä vähentää Unitediin kohdistuvan uutisoinnin määrää. Goldbridge

käyttää toistoa esimerkiksi termin “pelaajavalta”<sup>3</sup> ja ilmaisun “I’ve played the game”<sup>4</sup> (29.10.24) merkityksen korostamiseen. Jälkimmäisen ilmaisun kuvaamaa itsensä korostamista ilmenee Carragherin kommenteissa, jossa hän viittaa omaan pelaajauraansa: “When I go back to my playing days...” (28.10.2024, 5:29). Toiston avulla Goldbridge vakuuttaa faniyhteisön näiden ilmaisujen vakiintuneista merkityksistä.

The United Standin videoilla käytetään värikästä kieltä, johon kuuluu ivallisia ilmauksia, kuten “Slow Sports News”, sekä kiroilua: “When the next manager comes in, he has got a shitload of ten Hag players...” (Goldbridge 28.10.2024, 15:02). Tämä eroaa perinteisen median pidättyväisemmästä ilmaisutyylillä. Jalkapallossa subjektiivisuus on normi ja akateemisella objektiivisuudella ei ole kulttuurista pääomaa (Laine & Römpötti 2024, 3). Tämän vuoksi jalkapallojournalismin painopiste on siirtynyt subjektiivisia mielipiteitä ilmaisevien medioiden, kuten The United Standin, suosimiseen.

Toisto ja jännitteet luovat kognitiivisen ja emotionaalisen “koukun” (Burke 1950, 24). Faniyhteisöissä tämä tarkoittaa jatkuvaa viittaamista tiettyihin ilmiöihin tai tapahtumiin, mikä tekee niistä osan jatkuvaa keskustelua. Goldbridge toistaa pelaajien roolia managerien epäonnistumisessa ja yhdistää nykyhetken Manchester Unitedin historiallisiin ongelmiin: “It was horrible in the last couple of weeks, and I hated what it did to the fanbase and this community. I know a lot of you got really pissed off, but I refused to be “ten Hag -out” even if he deserved it because I’ve seen so many managers get sacked by players that I was just never going to do it again” (29.10.24, 10:28). Tämä luo jännitteen, joka sitouttaa yleisön keskusteluun seuran ongelmien perimmäisistä syistä. Perinteisessä mediassa käytetään samankaltaisia keinoja, mutta hillitymmiin ja selkeämmin faktoihin nojaten.

Narratiiveilla voidaan heikentää vastaväittäjän näkemyksiä sekä esittää ideologisesti värittyneitä “suuria kertomuksia”, joilla kyseenalaistetaan eri mieltä olevien argumentit (Björninen 2020, 114, 118). Jamie Carragher ei osoita sympatiaa ten Hagia kohtaan, vaan painottaa, että tämä sai mahdollisuuden muuttaa joukkueen suuntaa, vaikka hänen asemansa oli alun perinkin kyseenalainen. Tämä narratiivi heikentää Goldbridgen näkemystä ten Hagin

---

<sup>3</sup> “Pelaajavallalla” Mark Goldbridge viittaa ilmiöön, jossa Unitedin pelaajilla on huomattavaa vaikutusvaltaa joukkueen päätöksenteossa. Narratiivi, jonka yhteydessä termiä käytetään, kritisoi seuran kulttuuria, jossa pelaajien valta-asema johtaa pitkäaikaisiin ongelmiin, kuten managerien toistuviin irtisanomisiin.

<sup>4</sup> Ilmaisu "I've played the game" toimii Mark Goldbridgen käytössä ironisena vastauksena perinteisen median asiantuntijoille, jotka usein käyttävät vastaavaa ilmaisua oikeuttaakseen mielipiteensä. Näin Goldbridge asettaa itsensä fanien puolelle ja haastaa perinteisen median asiantuntijoiden auktoriteetin ja pätevyyden.

tukemisen merkityksestä (21.4.2022, 4:03). Carragher argumentoi, että epäonnistuminen johtui managerin henkilökohtaisista puutteista ja omistajien päätöksestä tukea manageria (28.10.2024, 3:10). Tämä luo vastakertomuksen yleisölle, joka piti ten Hagia oikeana valintana Manchester Unitedin ongelmien ratkaisemiseen.

Carragher tarkastelee Unitedin tilannetta myös institutionaalista näkökulmasta, jossa managerille annetut vapaudet nähdään rakenteellisen epäonnistumisen perimmäisenä syynä. Tämä suuri kertomus taustoittaa hänen kritiikkiään tarjoten vaihtoehtoisen selityksen seuran ongelmille. Sky Sportsin narratiivi pyrkii vahvistamaan perinteisen median objektiivisuuden imagoa, vaikka esitetyt tulkinnat ovat ideologisesti värittyneitä. Mark Goldbridge puolestaan kritisoi perinteisen median toimijoita, kuten Sky Sportsia, juuri tällaisten suurten kertomusten luomisesta, jotka hänen mukaansa etäännyttävät yleisöä ongelmien todellisista juurisyistä.

Fanituotetussa mediassa Unitedin managerinvaihdoksia kehystetään jatkumona, joka kuvaa sekä fanien että joukkueen arvoja ja tavoitteita. Yhteinen tarina heijastaa puolestaan fanien tunteita ja sitoutumista kannattamaansa joukkueeseen. Esimerkiksi pettymystä ilmentävät kokemukset ovat mieleenpainuvia ja samaistuttavia, mikä tekee niistä tehokkaita keinoja vaikuttaa sekä tunteisiin että mielipiteisiin (Björninen 2020, 110).

Narratiivit syntyvät kertomuksista, jotka kuvaavat omia tai toisten kokemuksia (Björninen 2020, 110). Vääristyneiden narratiivien vastakohtana ovat tarinat, jotka ansaitsevat empatiaa ja hyväksyntää (Björninen 2020, 115). Goldbridge korostaa fanien merkitystä ja keskeistä roolia uuden managerin valinnassa: “I think it’s a victory for the fans but I don’t think we can ever really feel like that because I feel like we don’t matter” (21.4.2022, 0:33). Tässä havainnollistuu, kuinka kertomuksilla pyritään luomaan yhteys yleisöön herättämällä empatiaa sekä antamalla validaatiota heidän roolinsa merkitykselle.

Nopeasti reagoivat fanialustat saattavat vahvistaa tulkintoja, jotka johtavat myyttien muodostumiseen joukkueen tilanteesta (Jenkins 2006, 288). Goldbridgen reaktio ten Hagin nimitykseen – ”It’s official, we’ve won” (21.4.2022, 0:06) – kuvastaa faniyhteisön taipumusta yltiöpositiivisiin narratiiveihin. Tämä voi luoda epärealistisia odotuksia sekä painetta joukkueelle ja seurajohdolle. Fanituotettua mediaa ei voida siis pitää perinteistä mediaa ”parempana”, sillä molemmissa medioissa on omat vahvuutensa ja heikkoutensa.

### 4.3 Puolueettomuus vai tunne?

Mediatoimijat voivat valita neutraalin ja passiivisen tai aktiivisen ja osallistavan lähestymistavan (McQuail 2010, 85). Fanituotetun ja perinteisen median välinen jännite kiteytyy juuri näihin erilaisiin toimintatapoihin, joilla kilpaillaan yleisön huomiosta ja luottamuksesta. Perinteinen media pyrkii säilyttämään uskottavuutensa tarjoamalla puolueetonta uutisointia (McQuail 2010). Fanituotettu media vetoaa sen sijaan fanidentiteettiin tunnepohjaisten analyysien ja yhteisöllisyyden kautta.

Kulttuuripääoma auttaa selittämään fanituotetun median merkitystä. Fanit luovat ”epävirallista kulttuuripääomaa”, joka vahvistaa heidän arvostustaan ja asemaansa yhteisössä (Fiske 1992, 33). Tämä ilmenee esimerkiksi Goldbridgen vaatimuksissa, joissa korostetaan fanien arvojen huomioimista managerivalinnoissa: ”You’ve got to give the next manager time and... the ability to come in and clear house, which we’ve never really done” (28.10.2024, 16:32). Näillä vaatimuksilla fanit pyrkivät rakentamaan yhteistä, arvopohjaista kulttuuria virallisten rakenteiden, kuten perinteisen median arvojen, ulkopuolella.

Perinteinen media pyrkii tarjoamaan faktapohjaisen ja neutraalin merkityskehityksen, joka luo vaikutelman puolueettomuudesta. Jalkapallojournalismissa objektiivisuus on keskeistä, sillä sisällön halutaan perustuvan ensisijaisesti faktoihin eikä toimituksen tulkintoihin. Jamie Carragherin huomiot Manchester Unitedin heikosta sarjasijoituksesta sekä joukkueen potentiaalista perustuvat havaittaviin tosiasioihin, kuten pelistrategiaan ja pelaajamateriaaliin (1.11.2024, 6:29), mikä vahvistaa hänen asiantuntijuuttaan. Haastattelu kuitenkin ilmentää toimituksellisia valintoja, sillä kysymykset rajaavat keskustelun suuntaa faktapohjaiseen analyysiin, jossa Carragher ei ilmaise vapaasti todellisia mielipiteitään.

Fanien suhtautuminen suosikkijoukkueensa muutoksiin heijastaa laajempia yhteiskunnallisia ja taloudellisia ilmiöitä (Laine & Römpötti 2024, 6). Mark Goldbridge korostaa fanien vaikutusvallan kasvaneen niin paljon, että nykyään voidaan vaikuttaa siihen, miten perinteisessä mediassa käsitellään Manchester Unitedin sisäisiä konflikteja ja muutoksia: ”Now we’re in a situation where, even if the club wanted to facilitate the undermining of the manager, they wouldn’t be able to do it because the fanbase has become bigger than the club’s social media or PR spin. The fans are more powerful than the club” (21.4.2022, 12:48). Etenkin jalkapallojournalismissa, jossa fanien intohimo ja läheinen suhde joukkueisiin luovat odotuksia, perinteinen media joutuu pohtimaan, miten tunteisiin vetoavia aiheita tulisi käsitellä vaikuttamatta kuitenkaan puolueelliselta.

Mediassa käytävät kertomuskamppailut tuovat esiin vastakkaisia narratiiveja, joissa omat näkemykset perustuvat faktoihin ja luotettaviin lähteisiin, kun taas vastustajan narratiivi nähdään vääristyneenä. Narratiivin “muuttamisella” viitataan autenttisen vaihtoehdon tarjoamiseen vastustajan valheelliselle tai naiiville näkemykselle. (Björninen 2020, 114). Goldbridge korostaa tätä vastakkainasettelua huomauttamalla, kuinka fanialustoilla kyseenalaistetaan hallitsevien instituutioiden päätöksiä. Goldbridge ehdottaa, että managerin valinnan taustalla tulee olla syvälinen ymmärrys fanien tarpeista: “They now must choose their (next) Sir Alex Ferguson, and it’s got to be somebody that excites and ignites this fanbase” (28.10.2024, 10:09). Tämä luo kontrastin perinteisen median narratiiville, jossa faneja ei oteta huomioon.

Media toimii kahdella pääulottuvuudella – avoimuus vastaan kontrolli ja puolueettomuus vastaan aktiivinen osallistaminen (McQuail 2010, 85). Narratiivit voivat luoda faneille yhteisöllisyyden tunteen, mutta samalla hämärtää faktojen ja tunteiden rajaa, mikä haastaa perinteisen median puolueettoman lähestymistavan. Tunnesidonnaiset narratiivit voivat toimia manipuloivasti, sillä fanit saattavat tulkita subjektiivisia mielipiteitä tosiasioiksi, mikä heikentää median uskottavuutta. Goldbridge pohtii, etteivät Unitedin päättäjät tehneet virhettä tukiessaan ten Hagia. Hänen perustelunsa ovat kuitenkin vain näennäisen objektiivisia, sillä ne peilaavat fanien tunteita ja odotuksia (28.10.2024, 6:49). Tämä osoittaa, kuinka narratiivit vahvistavat loogiselta vaikuttavia tulkintoja, mutta ne sisältävät subjektiivisia painotuksia.

Fanituotetun ja perinteisen median ero objektiivisuuden ja tunnesidonnaisuuden välillä ilmentää jalkapallofanien tarpeita, joissa faktojen rinnalle kaivataan myös yhteisöllistä sisältöä. Tämä on asettanut perinteisen median haasteen eteen – sen täytyy vastata fanien tarpeeseen emotionaalisesta yhteydestä, samalla säilyttäen uskottavuutensa. Mediatoimijoiden monipuolisuus tarjoaa nykyajan yleisölle valinnanvaraa, sillä objektiivisten analyysien ohella fanit voivat nykyään kuluttaa ja tuottaa myös tunnepohjaista, omaehtoista sisältöä.

Monet fanit kokevat yhteisöllisten kertomusten vastaavan paremmin heidän tarpeitaan ja toiveitaan, kun taas toiset arvostavat uutisoinnin perustumista faktoihin ja luotettaviin lähteisiin, jotka ovat perinteiselle medialle ominaisia piirteitä. Vaikka fanituotettu media haastaa perinteisen median asemaa, sillä ne kilpailevat osittain samasta yleisöstä, kumpikin lähestymistapa on jalkapallojournalismissa tärkeä. Sisällön moninaisuus rikastuttaa jalkapallokulttuuria, sillä sekä fanituotetun että perinteisen median toimijat tarjoavat arvokkaita näkökulmia uutisaiheisiin ja niitä ympäröivään keskusteluun.

## 5 Lopuksi

Osallistava kulttuuri tulee tulevaisuudessa vain vahvistumaan jalkapallon mediakentässä, sillä digitaalinen media mahdollistaa merkitysten vastaanottamisen ja tulkinnan monin eri aistein. Interaktiivinen sisältö aktivoi katsojia tehokkaammin kuin perinteiset studiolähettykset, mikä ilmentää median muuttuvaa roolia ja yleisön aktiivista osallistumista. Perinteinen media voi sopeutua uuteen mediaympäristöön, mutta tämä tulee vaikuttamaan sen luotettavuuteen ja vaikutusvaltaan. (McQuail 2010, 125).

Jalkapallojournalismin tulevaisuudessa perinteinen ja fanituotettu media elävät rinnakkain, sillä ne tarjoavat sisältöä, joka vastaa yleisön erilaisiin tarpeisiin. Perinteinen media voi hyödyntää fanijournalismia ja sen tarjoamaa vuorovaikutusta ottamalla paremmin huomioon fanien näkökulmia. Toisaalta fanituotettu media saa perinteisen median uutisoinnista sisältöä, jota voidaan analysoida, kritisoida tai kehua, mikä rikastuttaa sisällöntuotantoa.

Fanituotetun ja perinteisen median narratiivit eroavat toisistaan niiden tavoitteiden, kertomusten painopisteen sekä yleisöön luodun tunnesiteen kautta. Fanituotetun median narratiivit perustuvat subjektiivisiin ja yhteisöllisiin teemoihin, joissa korostuvat fanien kokemukset, mielipiteet ja tunteet. Nämä narratiivit heijastavat fanien identiteettiä ja sitoutumista kannattamaansa joukkueeseen. Fanien tarinat ovat usein myötäsukaisia tai kriittisiä. Niissä painotetaan esimerkiksi pelaajien epäonnistumisia kollektiivisena managerin selkäänpuukotuksena (Goldbridge 21.4.2022, 18:41). Perinteinen media puolestaan pyrkii objektiiviseen ja laaja-alaiseen uutisointiin, jossa huomio kohdistuu managerin toimintaan, joukkueen menestykseen sekä tapahtumien analyttiseen raportointiin.

Narratiivien ero näkyy siinä, miten konflikteja, epäonnistumisia ja sensaatioita käsitellään. Perinteisessä mediassa näitä teemoja tarkastellaan draaman ja yleisön mielenkiinnon kautta osana laajempaa journalistista kehystä. Fanituotetussa mediassa vastaavia aiheita esitetään tunnepitoisemmin esimerkiksi kritiikkinä seurajohdon epäpätevyydestä, mikä perustuu fanien omiin intresseihin. Lisäksi fanit korostavat positiivisia narratiiveja sekä romantisoivat seuran historiaa, mikä jää perinteisessä mediassa usein taka-alalle.

Fanituotetun median pääasiallinen tavoite on vahvistaa yhteisöllisyyttä ja tarjota faneille alusta, jossa he voivat jakaa vapaasti tunteitaan ja näkemyksiään. Perinteinen media on puolestaan institutionaalinen toimija, jonka tehtävänä on tiedonvälitys, analyysi ja laajojen yleisöjen palveleminen. Näin ollen fanituotetun median narratiivit poikkeavat perinteisestä

mediasta paitsi muodoltaan ja sisällöltään, myös funktioltaan. Fanituotetulla medialla on siis keskeinen rooli nykypäivän jalkapallokulttuurissa – se auttaa ymmärtämään joukkueiden kulissien takana olevien tapahtumien syitä ja seurauksia sekä faniyhteisöjen merkitystä.

Vaikka tutkielmani on avannut mielenkiintoisia suuntia fanijournalismin tutkimukseen, pohdittavaa jää edelleen paljon. Halusin valita mahdollisimman relevantin ja ajankohtaisen Manchester Unitedin tapahtuman narratiivien vertailuun. Alkuperäinen aineistoni keskittyi kesän 2024 pelaajasiirtoihin, mutta vaihdoin tämän lokakuun 2024 managerinvaihdokseen, joka sattui tapahtumaan kirjoittamisprosessin aikana. Jatkotutkimuksissa voitaisiin keskittyä siihen, miten fanituotettu media vaikuttaa joukkueen pelaajasiirtojen ja muiden tapahtumien ymmärtämiseen.

Toinen kiinnostava tutkimuskohde voisi olla manageritilanteen tarkastelu myöhemmässä ajallisessa kontekstissa. Kirjoittaessani tutkielmaa marras-joulukuussa 2024, en voi ennustaa, miten Rúben Amorimin kausi kehittyy, ja toistaako se perinteistä Manchester Unitedin managerinvaihdosten kaavaa. Onko Amorim ensimmäinen manageri Sir Alex Fergusonin jälkeen, joka tuo seuralle pysyvää menestystä, vai jatkuuko seuran epäonnistumisten sykli?

Lisäksi jatkotutkimuksissa voisi laajentaa tarkastelua muihin jalkapallojoukkueisiin tai eri urheilulajeihin ja tutkia, eroavatko fanien tavat käsitellä kannattamansa seuran tapahtumia. Tämä tarjoaisi laajemman katsauksen siihen, miten fanituotetun ja perinteisen median narratiivit eroavat toisistaan eri konteksteissa sekä laajemmin urheilujournalismissa.

## Lähteet

Abercrombie, Nicholas & Longhurst, Brian. 1998. *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.

Björninen, Samuli. 2020. *Minun tarinani, muiden narratiivit*. Toim. Mäkelä, Maria; Björninen, Samuli; Hämäläinen, Ville; Karttunen, Laura; Nurminen, Matias; Raipola, Juha; Rantanen, Tytti & Silfverberg, Anu. Teoksessa ”Kertomuksen vaarat: Kriittisiä ääniä tarinataloudessa”. Tampere: Vastapaino. 109–120.

Burke, Kenneth. 1950. *A Rhetoric of Motives*. New York: Prentice-Hall.

Carragher, Jamie. 28.10.2024. "I'd give it to Gary Neville!" 😊 | Carra predicts who the next Man United boss will be 🤖. Sky Sports Premier League. YouTube. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=aJZO0L9NrHE>> [Viitattu 8.11.2024].

Carragher, Jamie. 1.11.2024. Jamie Carragher reacts to Rúben Amorim's appointment as Man United head coach. Sky Sports Premier League. YouTube. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=QhIS6dvTdvU>> [Viitattu 8.11.2024].

Fiske, John. 1992. *The Cultural Economy of Fandom*. Toim. Lewis, Lisa. Teoksessa “The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media”. Oxford: Routledge. 30–49.

Goldbridge, Mark. 29.10.2024. OFFICIAL! AMORIM SIGNS FOR MAN UTD! The United Stand. YouTube. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=HP6ba6XBU5U>> [Viitattu 8.11.2024].

Goldbridge, Mark. 21.4.2022. OFFICIAL! Erik TEN HAG Is Manchester United Manager! The United Stand. YouTube. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=BIPFnx8qx8E>> [Viitattu 8.11.2024].

Goldbridge, Mark. 28.10.2024. Ten Hag SACKED! Man Utd News. The United Stand. YouTube. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=HWEzXj6pqkg>> [Viitattu 8.11.2024].

Hopper, Alex. 25.1.2023. *The Personal Meaning Behind Ariana Grande's “Thank U, Next.”*. American Songwriter. Saatavilla: <<https://americansongwriter.com/the-personal-meaning-behind-ariana-grandes-thank-u-next/>> [Viitattu 5.12.2024].

Hämäläinen, Ville & Itkonen, Juha. 2020. *Kirjailija tarinataloudessa*. Toim. Mäkelä, Maria; Björninen, Samuli; Hämäläinen, Ville; Karttunen, Laura; Nurminen, Matias; Raipola, Juha; Rantanen, Tytti & Silfverberg, Anu. Teoksessa ”Kertomuksen vaarat: Kriittisiä ääniä tarinataloudessa”. Tampere: Vastapaino. 209–224.

Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Laine, Kimmo & Römpötti, Tommi. 2024. *Mediatutkimusta Hornankattilasta*. Julkaisussa ”Jalkapallo ja Media”. Lähiluku Vol. 36 3–4/23. 3–7.

McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Mäkelä, Maria; Björninen, Samuli; Hämäläinen, Ville; Karttunen, Laura; Nurminen, Matias; Raipola, Juha; Rantanen, Tytti & Silfverberg, Anu. 2020. *Kertomuksen vaarat: Kriittisiä ääniä tarinataloudessa*. Tampere: Vastapaino.

National Football Museum. *Sir Alex Ferguson Hall of Fame Profile*. Saatavilla: <<https://nationalfootballmuseum.com/halloffame/sir-alex-ferguson/>> [Viitattu 18.11.2024].

Polkinghorne, Donald. 1988. *Narrative Knowing and the Human Sciences*. Albany: State University of New York Press.

Riessman, Catherine. 2008. *Narrative Methods for the Human Sciences*. Los Angeles: Sage Publications.

Sky Group. 4.12.2023. *Sky Sports remains the undisputed home for sport fans in the UK until the end of the decade*. Saatavilla: <<https://www.skygroup.sky/article/sky-sports-remains-the-undisputed-home-for-sport-fans-in-the-uk-until-the-end-of-the-decade->> [Viitattu 18.11.2024]

Sky Sports. *15 Years of Sky Sports News*. Saatavilla: <<https://www.skysports.com/watch/video/sports/football/8995926/15-years-of-sky-sports-news>> [Viitattu 18.11.2024].

Sky Sports Premier League. YouTube-kanavan tiedot. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/user/SkySportsFootball/about>> [Viitattu 5.12.2024].

Storey, Daniel. 26.4.2017. *Premier League Hall of Shame: Manchester United*. Football365. Saatavilla: <<https://www.football365.com/news/premier-league-hall-of-shame-manchester-united>> [Viitattu 8.11.2024].

The United Stand. YouTube-kanavan tiedot. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/c/TheUnitedStand/about>> [Viitattu 5.12.2024].