

Lontoo kansikuvana?

Jalkapalloseurojen kotikaupungin representaatio Instagramissa

Pelle Lindberg

Kandidaatintutkielma

Digitaalisen kulttuurin, maiseman ja kulttuuriperinnön tutkinto-ohjelma

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

29.4.2025

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä

Kandidaatintutkielma

Oppiaine: Digitaalisen kulttuurin, maiseman ja kulttuuriperinnön tutkinto-ohjelma

Tekijä: Pelle Lindberg

Tutkielman otsikko: Lontoo kansikuvana. Kotikaupungin representaatio urheiluseurojen Instagramissa

Sivumäärät: 40

Tutkielmani käsittelee urheiluseurojen tapaa representoida kotikaupunkiaan sosiaalisessa mediassa. Tarkasteltavat urheiluseurat ovat englantilaiset jalkapallojoukkueet Arsenal FC, Chelsea FC ja Tottenham Hotspur FC. Sosiaalisen median alustana on Instagram. Tutkimukseni selvittää, millä tavoin seurojen Instagram-julkaisuissa esiintyy seurojen yhteinen kotikaupunki Lontoo. Tutkielmassa tarkastellaan myös mahdollista kilpailuasetelmaa kaupungin heruudesta.

Aineisto on seurojen Instagramiin julkaistut julkaisut ja kuvatekstit ajalta 1.6.–17.8.2024, jotta aineistoa tutkiessani vältyn otteluihin liittyviltä julkaisuilta ja näen, miten seurat esittelevät esimerkiksi uusia pelipaitoja ja pelaajahankintoja. Kaikki Lontoo-viitteitä sisältävät julkaisut on teemoitettu ja analysoitu tarkemmin.

Tulokset olen esittänyt tilastollisesti ja sanallisesti analysoiden. Tutkimuksesta selvisi, että lopulta seurat toivat Lontoota esiin hyvin vähän julkaisumääriin verrattuna. Osa seurojen julkaisuista otti Lontoon kulttuuritarjonnan hyvin huomioon. Myöskin kilpailuasetelmiin viittaavat julkaisut jäivät vähemmälle, ja niitä käytti pääsääntöisesti ainoastaan Chelsea FC. Tuloksien pohjalta on todettava, että ainakaan aineiston julkaisuissa Lontoota ei hyödynnetty tarpeeksi. Kulttuurillisesti rikas kaupunki on täynnä nähtävyyksiä, joiden avulla seurat voisivat luoda paremmin tunneyhteyttä sellaisiinkin kannattajiin, jotka eivät ole kotoisin Lontoosta.

Avainsanat: identiteetti, Instagram, jalkapallo, kulttuuri, Lontoo, sosiaalinen media, urheilu

Sisällysluettelo

1	Johdanto	4
1.1	Tutkimuksen aihe	4
1.2	Käsitteet	5
1.3	Tutkimuskirjallisuus	6
2	Lontoolainen jalkapallo	9
2.1	Arsenal FC	10
2.2	Chelsea FC	11
2.3	Tottenham Hotspur FC	12
3	Tutkimusaineisto ja -tulokset	14
3.1	Pohjoislontoolainen Arsenal	16
3.2	Chelsea – ”Lontoon ylpeys”	19
3.3	Tottenham – seuroista aktiivisin	23
4	Tulosten analysointi	26
4.1	Paikallisuus	29
4.2	Kilpailuasetelman luominen sosiaalisessa mediassa	31
4.3	Identiteetin merkitys	34
	Lopuksi	37
	Lähteet	38

1 Johdanto

Olen valinnut tutkimukseni aiheen omasta kiinnostuksestani sosiaaliseen mediaan ja urheiluun. Ne ovat yleisiä tutkimuskohteita, mutta halusin silti lähteä tutkimaan niitä kulttuurillisemmasta näkökulmasta. Teen tutkimusta urheiluseuroista ja niiden kotikaupungin representaatiosta somessa. Tutkimuksessani yhdistelen digitaalista kulttuuria, kulttuuriperintöä sekä sivuan paikkojen kokemista.

1.1 Tutkimuksen aihe

Tutkimukseni aihe käsittelee, miten urheiluseurat tuovat kotikaupunkiaan esiin sosiaalisessa mediassa. Olen valinnut kolme seuraa Englannin jalkapallon pääsarjasta eli Valioliigasta (English Premier League). Kaikki kolme seuraa tulevat maan pääkaupungista Lontoosta ja ne katsotaan kuuluvan sarjan epäviralliseen ”isoon kuuteen” (big six) eli kuuden suurimman joukkueen joukkoon. Tutkimani seurat ovat Arsenal FC, Chelsea FC ja Tottenham Hotspur FC. Valitsin kyseiset seurat kaupungin takia. Lontoo on Englannin pääkaupunki ja suurin kaupunki vajaan 10 miljoonan väkiluvullaan.¹ Lontoo on myös itselleni yksi helpoimmin tunnistettavista kaupungeista Suomen ulkopuolella, sillä se sisältää lukuisia kuuluisia nähtävyyksiä kuten Big Benin, Buckinghamin palatsin ja London Eyen. Halusin valita tutkimukseen globaalisti suuria seuroja paikallisten suomalaisten seurojen sijasta, koska minua kiinnostaa miten seuran kotikaupunkia esitetään sekä paikalliselle että maailmanlaajuiselle yleisölle. Seurat ovat myös todella aktiivisia sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalisen median alustaksi olen valinnut Instagramin. Instagram on itselleni tuttu ja helppokäyttöinen alusta, jossa kaikilla kolmella seuralla on aktiivinen tili. Käsittelem julkaisuja kesäkaudelta, koska silloin ei ole otteluita ja tällöin vältän julkaisut, jotka käsittelevät ottelujen tuloksia tai tapahtumia, jotka eivät liity tutkimusaiheeseen.

Valitsin edellä mainitut kolme seuraa, koska haluan vertailla aineistotuloksia eri seurojen välillä. Kaikki seurat kilpailevat samassa sarjassa ja pelaavat toisiaan vastaan, joten haluan myös selvittää, näkyykö kilpailuasetelma jossakin muodossa heidän julkaisuissaan. Oletukseni on, että jollain tavalla näkyä kilpailua siitä, mikä seura on kaupungin paras. Kaikki seurat ovat viimeisen vuosikymmenen sisällä kilpailleet maan oman sarjan lisäksi myös kansainvälisissä

¹ World Population Review -verkkosivu.

turnauksissa, joissa vastassa on ollut joukkueita muista Euroopan maista. Tämä saattaisi myös johtaa kilpailuun siitä mikä joukkue ”edustaa” Lontoota parhaiten kansainvälisesti.

Jalkapallo on maailman seuratuin ja suosituin urheilulaji yli viidellä miljardilla kannattajallaan,² minkä takia seuroilla luonnollisesti on kansainvälisiäkin kannattajia ja seuraajia. Tästä syystä koen tärkeäksi, että tuodakseen esiin paremmin omaa identiteettiään seurana, on tärkeää esittää kotikaupunkia myös niille, jotka eivät ole paikallisia. Näin he voivat saada paremmin tunnesidettä seuraan. Kaikki kolme valitsemaani seuraa lukeutuvat 15 seuratuimman jalkapalloseuran joukkoon sosiaalisessa mediassa.³

Koska tutkimukseni tarkoitus on selvittää, millaisen kuvan seurat antavat kotikaupungistaan osana seuran identiteettiä, on se myös päätutkimuskysymykseni. Myös on kiinnostavaa tutkia, miten seurat kuvaavat itseään osana kaupunkiaan. Muut tutkimuskysymykseni ovat: mitä eroja ja yhtäläisyyksiä seurojen julkaisujen välillä on sekä näkykö julkaisuissa vastakkainasettelua muihin paikallisiin seuroihin nähden.

1.2 Käsitteet

Keskeisimmät käsitteeni tutkielmassani ovat *sosiaalinen media* ja *Instagram*, *kulttuuri*, *identiteetti* ja *representaatio*. Merkittävin niistä on sosiaalinen media, koska se on tutkimukseni kohde. Sosiaalinen media eli some on väline yhteydenpitoon teknologisin keinoin. Sosiaalisessa mediassa käyttäjät etsivät itselleen haluamaansa kohderyhmää joko yksilötasolla tai laajemmin. Käyttäjä voi hakeutua somessa samanhenkisten ja samoja kiinnostuksen kohteita omaavien ihmisten kanssa yhteisöihin. Yksinkertaistetusti siis some tarkoittaa sosiaalista vuorovaikutusta eri medioiden kautta.⁴ Instagram on sosiaalisen median alusta, jonka olen tutkimukseeni valinnut. Alustalla voi itse julkaista kuvia ja videoita sekä selata ja kommentoida muiden julkaisuja.

Representaatio tarkoittaa jonkin asian esittämistä. Käsitteenä se sisältää lukemattomia erilaisia esittämisen tapoja ja siksi käsitteen määritelmästä ja merkityksestä on tullut kiistelty aihe. Asioiden representoiminen eri tavoin muokkaa vastapuolelle välittyvää kokemusta ja käsitystä

² FIFA-verkkosivu. FIFA on kansainvälinen jalkapalloliitto (International Federation of Association Football), jonka alla kaikki seurat ja maajoukkueet pelaavat.

³ CIES Football Observatory – Weekly Post 2024.

⁴ Safko 2012, 4–5.

aiheesta.⁵ Tutkimuksessani käytän representoiminen-käsitteen lisäksi synonyymejä, kuten esittää jokin asia ja viitata johonkin asiaan.

Identiteetti käsitteenä sisältää paljon eri osa-alueita, kuten kansallisidentiteetin ja etnisen identiteetin. Stanford University:n Professori James D. Fearon viittaa Oxfordin sanakirjan määritelmään, jonka mukaan identiteetti on henkilön tai jonkun muun asian tapa pysyä samanlaisena, kunhan se on oma itsensä.⁶ Määritelmä sopii valitsemini seuroihin, koska niiden identiteetti on pysynyt samana läpi vuosien vähäisistä muutoksista huolimatta.

Kulttuurille löytyy monia erilaisia määritelmiä. Tieteen termipankin määritelmän mukaan kulttuuri on tietyn yhteisön yhteisiä arvoja, uskoja ja tapoja.⁷ Valitsin Termipankin virallisen määritelmän, koska koen sen parhaiten edustavan niitä asioita, joita haluan tuoda tutkimuksessani esille eli etenkin joukkueiden arvoja ja tapoja.

1.3 Tutkimuskirjallisuus

Päätutkimuskirjallisuutenani käytän kolmea tieteellistä tutkimusta, jotka koen riittävän hyvin tukemaan analyysiäni tutkimusaineistosta. Näiden lisäksi olen käyttänyt muita lähteitä apunani määrittelemään keskeisimpiä aiheita tutkimuksessani. Tutkimusaineistoa etsiessäni koin, että suurin osa sosiaaliseen mediaan ja urheiluun liittyvistä aineistoista käsittelevät markkinointia ja kaupallistamista. Tiedostan näiden olevan konkreettisia osia sosiaalisen median käytössä ja viittaankin tutkimuksessani muun muassa urheiluseurojen yrityspuoleen. Pysin silti siitä huolimatta tekemään tutkimukseni vastapainoksi pelkälle kaupallisuudelle ja tuoda esiin kulttuurisempaa näkökulmaa siihen, miten seurat sosiaalisessa mediassa käyttävät omalle identiteetilleen merkittävää osaa eli kotikaupunkiaan ja sen kulttuuria luodessaan tunnesidettä kannattajiin.

Päätutkimuskirjallisuuteni merkittävin teos on Texas Tech University:n professori Jimmy Sandersonin ”Sport, Social Media and Digital Technology: Sociological Approaches”, joka käsittelee sosiaalisen median ja teknologian vaikutuksia urheilijoihin, seuroihin ja kilpailuihin.⁸ Teos koostuu eri artikkeleista, jotka tutkivat tarkemmin aiheen pienempiä osa-alueita. Artikkelien aiheita ovat esimerkiksi naisten urheilu, seksuaalisuus urheilussa ja henkinen

⁵ Knuutila & Lehtinen 2010, 7.

⁶ Fearon 1999, 7.

⁷ Tieteen Termipankki -verkkosivu.

⁸ Sanderson 2022.

hyvinvointi. Teosta käytin, koska siinä tutkitaan urheilun ja sosiaalisen median yhteyksiä sel-
laisista näkökulmista, jotka vastaavat oman tutkimukseni aihepiiriä.

Hyödynsin eniten Andrew C. Billingsin ja Johnathan Andersonin artikkelia ”Social Media, Digital Technology and National Identity in Sport”, joka käsittelee sosiaalista mediaa väli-
neenä ilmaista omaa identiteettiään vapaasti sekä miten somea voidaan käyttää myös toisen
identiteetin kimppuun hyökkäämiseen.⁹ Syy, miksi valitsin käyttää tätä artikkelia oli sen tul-
kinnat ”me vastaan he” -asetelmasta, jota myös itse tutkin aineistostani. Billings ja Anderson
jakavat yhteisöt ”in-groupiin” ja ”out-groupiin”, jotka tätä tutkimusta varten olen suomentanut
sisä- ja ulkoryhmiksi. Sisäryhmällä tarkoitetaan yksilön kokemusta kuuluvansa sosiaaliseen
ryhmään muiden samalla tavalla ajattelevien kanssa. Ulkoryhmällä taas tarkoitetaan ryhmää,
jonka jäsenten kanssa yksilö ei koe samaistuvansa.¹⁰ Artikkelissa he selittävät, että jonkin
joukkueen tai urheilijan kannattamiseen voi olla monia syitä, mutta epämieltymys muita jouk-
kueita tai urheilijoita kohtaan syntyy siitä, kuinka suuri uhka vastustaja on omalle suosikille.¹¹
Tämä voi heidän mukaansa johtaa siihen, että kannattaminen ei ole enää ainoastaan oman
suosikin pärjäämisen toivomista, vaan myös toisen joukkueen tai urheilijan häviämisen toivo-
mista.¹²

Toinen merkittävä tutkimus on Andrew C. Billings:n, Michael B. Devlinin, Kenon A. Brow-
nin ja Natalie Brown-Devlinin tutkimusartikkeli ”My Country is Better Than Yours”: Deli-
neating Differences Between Six Countries National Identity, Fan Identity, and Media Con-
sumption During the 2018 Olympic Games”.¹³ Artikkelin käsittelee tutkimusta, joka tarkastelee
eroja eri maiden kannattajien kesken Etelä-Korean isännöimissä talviolympialaisissa. Pääpai-
nona tutkimuksessa on tutkia fanien ja maiden kulttuurillisia eroja. Artikkelissa määritetään
hyvin eri identiteetin osa-alueita, joita käytän tutkimuksessani.

Kolmas tutkimusartikkeli, jota käytän, on Alex Fentonin, Brendan James Keeganin ja Keith
D. Parryn artikkeli ”Understanding Sporting Social Media Brand Communities, Place and So-
cial Capital: A Netnography of Football Fans”.¹⁴ Tutkimus tarkastelee urheiluseurojen brän-
däystä ja käsittelee jalkapalloseurojen yritystä luoda yhteisöllistä paikallaolon tunnetta kan-
nattajilleen koronapandemian aikana käyttäen sosiaalisen median alustoja. Käytän tutkimusta

⁹ Billings & Anderson 2022, 108.

¹⁰ Billings & Anderson 2022, 108-109.

¹¹ Billings & Anderson 2022, 109.

¹² Billings & Anderson 2022, 110.

¹³ Billings, Devlin, Brown & Brown-Devlin 2020.

¹⁴ Fenton, Keegan & Parry 2023.

analysoidessani seurojen ”onnistumista” luoda Instagramin välityksellä sitä tunnetta, mitä henkilö tuntisi, jos itse olisi Lontoossa.

Tutkimusmetodinani olen käyttänyt lähilukua. Lähiluvulle ei ole omaa yksittäistä määritelmää, vaan sitä sovelletaan tapauskohtaisesti. Yleisesti lähiluvulla tarkoitetaan tekstien lukemista useita kertoja, jolloin siitä pystytään tekemään tarkempia havaintoja.¹⁵ Tutkimukseni kontekstissa lähiluku tarkoittaa sitä, että olen tutkinut ja tulkinnut moneen kertaan kaikki Lontooviittauksia sisältäneet julkaisut ja olen tulkinnut niiden visuaalisia viitteitä ja syvempiä merkityksiä.

¹⁵ Kaarlenkaski 2010, 363.

2 Lontoolainen jalkapallo

Lontoo on Englannin pääkaupunki ja samalla väkiluvultaan suurin.¹⁶ Kaupungin väkiluku on noin 9,8 miljoonaa¹⁷ ja se sijaitsee kaakkois-Englannissa. Kaupungissa vieraili vuonna 2024 arvion mukaan noin 21,7 miljoonaa ulkomaalaista turistia ja oli samana vuonna maailman kolmanneksi vierailtiin kaupunki.¹⁸ Seuraavaksi esittelen sarjat ja turnaukset, joihin seurat osallistuvat, koska tulen tutkimustuloksia analysoidessa viittaamaan seurojen menestykseen näissä kilpailuissa ja miten se mahdollisesti voisi vaikuttaa julkaisujen tyyleihin. Tämän luvun alaluvuissa esittelen hieman seurojen historiaa ja suosiota, koska otan myös niitä huomioon aineistotuloksia analysoidessa.

Kulttuuririkkaan matkakohteen lisäksi Englanti tunnetaan sen huippuluokan jalkapallosta. Englannin Valioliiga eli English Premier League on englantilaisen jalkapalloilun korkein sarjataso ja siinä pelaa joka kausi 20 joukkuetta, joista kolme viimeiseksi sijoittunutta putoaa alempaan mestaruussarjaan. Alemmasta sarjasta vastaavasti nousee kolme uutta joukkuetta ylempään sarjaan seuraavaksi kaudeksi. Kaudella 2024–2025 sarjassa pelaa seitsemän joukkuetta Lontoosta: Arsenal FC, Chelsea FC, Tottenham Hotspur FC, Brentford FC, Crystal Palace FC, Fulham FC ja West Ham United FC. Valioliigassa on epävirallisesti ”iso kuusikko”, johon kuuluu Arsenalin, Chelsean ja Tottenhamin lisäksi Manchester United, Manchester City ja Liverpool. Nämä kuusi joukkuetta katsotaan sarjan nykyajan kuudeksi parhaimmaksi 2000-luvun menestyksen takia.¹⁹ Ne ovat myös sosiaalisessa mediassa sarjan seuratuimmat joukkueet²⁰ ja tästä syystä valitsin juuri nämä kolme joukkuetta Lontoosta.

Seurat pelaavat pääsääntöisesti myös kansainvälisissä kilpailuissa kotimaan sarjan ja turnaus-ten lisäksi. Näihin lukeutuu Mestarien liiga, Eurooppa-liiga, Euroopan Konferenssiliiga sekä mahdolliset seurajoukkueiden maailmanmestaruuskilpailut ja UEFA:n Super cup. Mestarien liigan, Eurooppa-liigan ja Konferenssiliiga toimivat tavallaan kolmena eri tasona eurooppalaisten seurojen huipputurnauksille. Mestarien liiga on turnaus, jossa Euroopan edellisellä kaudella parhaiten menestyneet seurat pelaavat toisiaan vastaan turnausmuodossa pääsarjojen ohella kauden aikana. Isommista liigoista seurat pääsevät suoraan edelliskauden sijoituksen perusteella, kun taas esimerkiksi Suomen Veikkausliigan voittajan pitää menestyä Mestarien

¹⁶ World Population Review -verkkosivu.

¹⁷ World Population Review -verkkosivu.

¹⁸ Euromonitor International -verkkosivu.

¹⁹ Kelly 2021.

²⁰ CIES Football Observatory – Weekly Post 2024.

liigan karsinnoissa päästäkseen turnaukseen. Englannista turnaukseen tyypillisesti pääsee edellisen kauden neljä parasta sekä Englannin FA Cupin voittaja. Eurooppa-liiga ja Konferenssi-liiga ovat tyypiltään samankaltaisia, mutta siellä toisiaan vastaan pelaa tyypillisesti heikommin menestyneet seurat. Englannista Eurooppa-liigaan pääsee suoraan sarjataulukon viides ja kuudes, kun taas Konferenssi-liigaan seitsemäs joukkue.

2.1 Arsenal FC

Arsenal FC on vuonna 1886 perustettu jalkapalloseura, jonka perustivat tehdastyöläiset, jotka alun perin kulkivat nimellä Royal Arsenal.²¹ Seuran logo ja peliasu on väritykseltään punainen ja nykyisessä logossa on kanuunan kuva. Kanuuna aluksi symboloi seuran alkuperäisen kotialueen Woolwichin sotilastaustaa, mutta on silti muutonkin jälkeen jäänyt seuran tunnusmerkiksi ja joukkue tunnetaan lempinimellä ”The Gunners” eli suomennettuna ”Tykkimiehet”.²²

Arsenal on menestyksekkäs ja perinteikkäs seura, joka saa ensi vuonna juhlia 140-vuotista taivaltaan. Seura pitää hallussaan ennätystä pisimmästä ajasta Englannin pääsarjassa, mikä on jatkunut vuodesta 1913 asti.²³ Mestaruuden pääsarjassa Arsenal on onnistunut voittamaan 13 kertaa, joista viimeisin on kaudelta 2003–2004. Seura on myös voittanut ennätyselliset 14 FA Cupia ja myös kaksi Englannin liigacupia. Palkintokaapista löytyy myös yksi Cup Winners Cupin voitto 1990-luvulta.²⁴

Seuran kotistadion on vajaa 60 000-paikkainen Emirates Stadium, joka valmistui Pohjois-Lontooseen vuonna 2006. Seura on siitä lähtien pelannut kotiottelunsa kyseisellä stadionilla. Sitä ennen heidän kotipaikkanaan toimi myös Pohjois-Lontoossa sijainnut Highbury.²⁵

Seuran edellinen kausi eli kausi 2023–2024 päättyi lopulta Valioliigassa sijoittumiseen toiseksi kuten sitäkin edeltävänä kautena.²⁶ Tällä kaudella Arsenal on tutkimusta tehdessään jälleen toinen ja he ovat päässeet Mestarien liigassa puolivälieriin (tilanne 25.3.2025). Viimeisen kymmenen vuoden aikana Arsenal on sijoittunut Englannin pääsarjassa joka kausi sijojen 2–8 välille. Tällä aikavälillä Arsenal on voittanut viisi kertaa Englannin Supercupin ja kolme

²¹ Arsenal FC:n virallinen kotisivu, History-valikko, Dial Square to north London.

²² Arsenal FC:n virallinen kotisivu, History-valikko, The Arsenal Crest, 2017.

²³ Bateman 2025.

²⁴ Arsenal FC:n virallinen kotisivu, History-valikko, Honours.

²⁵ Arsenal FC:n virallinen kotisivu, History-valikko, Club moves to Emirates Stadium.

²⁶ Englannin Valioliigan virallinen kotisivu, Arsenal, Season History.

kertaa FA Cupin.²⁷ Menestystä on siis lähinnä tullut vain kotimaisissa turnauksissa. Viimeisen kahden kauden sijoitukset kuitenkin osoittavat, että he eivät ole olleet kaukana palaamisesta Englannin kärkijoukkueeksi.

Arsenalin julkaisut sosiaalisessa mediassa painottuivat muistelemaan menneitä aikoja ja seuran entisiä pelaajia. Mielestäni julkaisut olivat hyvin pelaajakeskeisiä eli suurimassa osassa julkaisuja esillä oli seuran joko nykyisiä tai entisiä pelaajia. Myös seuran pohjoislontolaisuus on selvästi esillä joukkueen Instagram-tilillä.

2.2 Chelsea FC

Chelsea FC on vuonna 1905 perustettu länsilontolainen jalkapalloseura, joka pelaa kotiottelunsa seuran kotistadionilla Stamford Bridgellä.²⁸ Seura on koko olemassaoloaikansa viettänyt samalla stadionilla.²⁹ Seura tunnetaan sinisestä väristään ja seura kulkeekin lempinimellä ”The Blues” eli siniset. Seura on pelannut Englannin pääsarjassa vuodesta 1989 lähtien.

Seuran historia on ailahteleva ja se on useasti tippunut pääsarjasta alempaan sarjaan. Merkittävien muutosten seurahistoriassa tapahtui vuonna 2003, jolloin venäläinen miljardööri Roman Abramovich osti seuran ja alkoi rahoittamaan sen toimintaa. Abramovich rahoitti seuran lukuisiin mestaruuksiin, kunnes Venäjän Ukrainaa vastaan aloittaman hyökkäyssodan takia hän myi seuran yhdysvaltalaiselle liikemiehelle Todd Boehlylle.³⁰

Chelsea on kruunattu Englannin pääsarjan voittajaksi yhteensä kuusi kertaa, joista viimeisin on vuodelta 2017. Seura on myös juhlinut FA Cupin voittoa kahdeksan kertaa. Chelsea on menestynyt myös Englannin ulkopuolella voittaen Mestarien liigan, Eurooppa-liigan ja UEFA Super Cupin kaikki kahdesti sekä kerran FIFA:n seurajoukkueiden maailmanmestaruuden. Viimeisimpänä mainittu tapahtui kaudella 2021–2022 ja se on edellinen kerta, kun Chelsea on onnistunut pokaaleja voittamaan.³¹

Viimeisen kymmenen vuoden aikana Chelsea on voittanut Valioliigan kahdesti sekä Mestarien liigan, Eurooppa-liigan, UEFA Super Cupin, seurajoukkueiden maailmanmestaruuden ja FA Cupin kertaalleen.³² Valioliigassa Chelsea on ollut ailahtelevampi ja seuran huonoin

²⁷ Transfermarkt -verkkosivu, Arsenal FC.

²⁸ Chelsea FC:n virallinen kotisivu, History Of Chelsea FC.

²⁹ Chelsea FC:n virallinen kotisivu, Stadium history.

³⁰ Chelsea FC:n virallinen kotisivu, Story of Chelsea, Chapter 8.

³¹ Transfermarkt -verkkosivu, Chelsea FC.

³² Transfermarkt -verkkosivu, Chelsea FC.

sijoitus viimeiseltä kymmeneltä vuodelta oli kaudella 2022–2023 jolloin se oli 12.³³ Tutkimustani tehdessä seura on Valioliigassa neljäs (25.3.2025).

Chelsean Instagram-tilin julkaisut ovat tarkkaan harkittuja ja niissä kiinnitetään paljon huomiota yksityiskohtiin. Julkaisut ovat asiallisia ja tyyliä ulkonäöltään. Chelsealla Lontoo on paljon esillä sanallisesti ja julkaisuissa on tietynlaista kilpailuasetelmaa muihin.

2.3 Tottenham Hotspur FC

Tottenham Hotspur FC perustettiin vuonna 1882, kun Hotspurin krikettijoukkue loi jalkapallojoukkueen. Seura kantoi alkuun nimeä Hotspur FC kahden vuoden ajan, kunnes se vaihtui sen nykyiseen muotoon jo vuonna 1884. Seura on pelannut Englannin pääsarjassa vuodesta 1978 asti. Seuran päävärit ovat olleet valkoinen ja tummansininen vuodesta 1898 saakka.³⁴

Seuran koti oli pitkään Pohjois-Lontoossa sijaitseva White Hart Lane, jossa seura pelasi kotiottelunsa 118 vuoden ajan, kunnes se pelasi viimeisen ottelunsa siellä vuonna 2017. Kyseisellä stadionin viimeisellä kaudella joukkue ei hävinnyt yhtäkään kotiottelua. Seuraavan vuoden joukkue pelasi kotiottelunsa Lontoon legendaarisella, normaalisti puolueettomalla stadionilla Wembleyllä, kunnes 2019 seura vihdoinkin muutti uuteen kotiinsa Tottenham Hotspur Stadiumille.³⁵ Edelleen samassa kaupunginosassa sijaitsevaan stadioniin mahtuu seuran mukaan noin 62 800 katsojaa.³⁶

Seuran historian parhaimmat vuodet sijoittuvat selvästi 60- ja 80-lukujen välille. Vuodesta 1960 vuoteen 1985 seuran palkintokaappiin lisättiin seurahistorian toinen Englannin pääsarjamestaruus, kaksi UEFA Cupia, Cup Winners Cup, viisi FA Cupia, kaksi Englannin liigacupia ja neljä Englannin Supercupia. Vuodesta 1985 eteenpäin nykypäivään saakka kolmenkymmenen vuoden aikana Tottenham on voittanut FA Cupin ja Englannin Supercupin molemmat kerran ja Englannin liigacupin kahdesti, joista viimeisin on seuran edellinen merkittävä mestaruus. Sama mestaruus on Tottenhamin ainoa tällä vuosituhanella ja se tuli vuonna 2008.³⁷

Viimeisen kymmenen vuoden aikana Tottenhamin paras Valioliigakausi oli kausi 2016–2017, jolloin se sijoittui toiseksi. Seura pääsi myös Mestarien liigan loppuotteluun kaudella 2018–2019, mutta taipui finaalissa toiselle englantilaisjoukkueelle Liverpoolille. Tällä hetkellä

³³ Englannin Valioliigan virallinen kotisivu, Chelsea, Season History.

³⁴ Tottenham Hotspur FC:n virallinen kotisivu, History-valikko, Year by year.

³⁵ Tottenham Hotspur FC:n virallinen kotisivu, History-valikko, White Hart Lane.

³⁶ Tottenham Hotspur FC:n virallinen kotisivu, The Stadium.

³⁷ Transfermarkt -verkkosivu, Tottenham Hotspur.

joukkue on Valioliigassa 14. (Tilanne 25.3.2025). Vaikka seura ei ole menestystä pokaalien muodossa kerännyt viime vuosikymmenen aikana, katsotaan seuran silti kuuluvan Englannin ison kuuden seuran joukkoon johtuen sen tasaisista sijoittumisista yleensä kuudennelle tai sitä korkeammalle sijalle.³⁸

Tottenham on todella aktiivinen Instagramissa ja sen julkaisutyylillä on paljon rennompaa kuin muilla seuroilla. Instagram-tilillä on julkaistu paljon videoita, joissa seuran pelaajat pitävät hauskaa ja vitsailevat keskenään. Tottenhamin julkaisut eivät tunnu yhtä asiallisilta tai pikkutarkoilta, kuten esimerkiksi Chelsealla.

³⁸ Englannin Valioliigan virallinen kotisivu, Tottenham Hotspur, Season History.

3 Tutkimusaineisto ja -tulokset

Aineistoni on valittujen seurojen virallisten Instagram-tilien julkaisut aikaväliltä 1.6–17.8.2024. Aikaväli sijoittuu kesätaulle eli edellisen ja nykyisen kauden (2024–2025) väliin. Valitsin rajata ajaksi kesäkauden, koska silloin vältyn otteluiden ennakkoihin, tuloksiin ja kohokohtiin liittyviltä julkaisuilta. Varsinkin sarjakauden aikana ennen otteluita ja niiden jälkeen seurat julkaisevat tyypillisesti paljon julkaisuja, joissa Lontoota ei näy. Tällöin osa viittauksista saattaisi jäädä huomaamatta suuresta massasta.

Instagram on sosiaalisen median sovellus, jossa käyttäjätilin luotuaan voi seurata muita tilejä, tykätä muiden julkaisuista ja kommentoida ja niitä sekä julkaista itse materiaalia eri muodoissa. Instagramin ovat perustaneet Mike Krieger ja Kevin Systrom vuonna 2010. Nykyisin sovelluksen omistaa Meta Platforms Inc., joka omistaa myös tunnetut sosiaalisen median alustat Facebookin ja WhatsAppin. Yrityksen toimitusjohtaja on miljardööri Mark Zuckerberg.³⁹

Alustalla kuka tahansa voi luoda käyttäjätilin ja jakaa sisältöä joko julkisesti tai yksityisesti. Julkisen käyttäjän tilin julkaisut ovat näkyvissä kaikille ja käyttäjää voi seurata kuka tahansa joka tilin löytää. Yksityisen käyttäjän julkaisut näkyvät vain tilin seuraajille. Yksityistä tiliä ei voi seurata kuka tahansa, vaan ensin tilin omistajan pitää hyväksyä lähetetty seurauspyyntö. Kaikilla kolmella seuralla, kuten monilla muillakin urheiluseuroilla, tilit ovat julkisia, joten julkaisuja pääsevät kaikki katsomaan ja kommentoimaan. Seurojen tilit on vahvistettu sinisellä verified-tunnuksella, josta tilin tietää olevan seuran oikea käyttäjä. Kaikki joukkueet ovat virallisia Instagramin yritystilejä statuksella ”urheilujoukkue”.

Aineistooni kuuluvat kaikki aikavälillä julkaistut julkaisut ja kelat eli lyhyet videot. Instagramissa pystyy julkaisemaan kerralla useita kuvia ja videoita samassa julkaisussa, joten kyseisissä ”multipostauksissa” käyn läpi jokaisen kuvan ja videon. Aineistoni sisältää myös kaikkien julkaisujen kuvatekstit. Aineistooni ei kuulu tilien julkaisemat tarinat. Tarinat ovat julkaisuja, jotka ovat nähtävillä 24 tuntia, joten en pääse käsiksi kyseisellä aikavälillä julkaisuihin tarinoin. En myöskään ota huomioon julkaisuihin lisättyjä sijaintitietoja ja mahdollista musiikkia, jota julkaisuihin voi lisätä.

³⁹ Eldridge 2025.

Aineistosta etsin kaikkea seurojen kotikaupunkiin Lontooseen viittaavaa. Tähän kuuluvat esimerkiksi maininnat Lontoosta tai sen alueista julkaisujen kuvateksteissä sekä videoissa ja kuvissa nähdyt kuvaukset joko suullisessa, visuaalisessa tai tekstuaalisessa muodossa. Lasken mukaan erityisesti viittaukset paikalliseen kulttuuriin, kuten historiallisiin kohteisiin, perinteisiin tapahtumiin ja paikallisiin yrityksiin.

Instagramissa on mahdollisuus myös tallentaa muiden tilien julkaisuja ja jakaa niitä kansioihin. Olen luonut jokaiselle seuralle oman kansion, johon aineistoa läpi käytyäni tallensin kaikki kyseisen seuran julkaisut, joissa ilmenee viittaus Lontooseen. Näistä syntyi lopulta pääaineistoni, kun koko aikavälin tutkittuani siirryin tarkemmin tarkastelemaan tallennettujen julkaisujen kansioiden materiaalia. Etsin julkaisuista, millaisia viittaukset ovat ja mitä niillä on mahdollisesti pyritty saavuttamaan.

Tarkastelen tutkimustuloksia ensin seurakohtaisesti ja sen jälkeen yhteisesti käyttäen vertailua. Esitän tulokset sekä tilastollisesti numeroin että sanallisin analyysien. Analyysini perustuu aineistosta kokoamiini tilastoihin ja omiin havaintoihini julkaisuista. Lisäksi tuon esille omasta mielestäni tärkeimmät asiat, jotka liittyvät tutkimuskysymyksiini. Esitän myös kuvia valitsemistani julkaisuista konkreettisiksi esimerkeiksi tuloksistani.

Tutkimusongelma, joka aineistoa tutkittaessa tulee huomioida, on visuaalinen tunnistettavuus. Lontoolla on useita maailmanlaajuisesti tunnettuja nähtävyyksiä, mutta tiedän jo etukäteen, että suurin osa visuaalisista viitteistä kaupunkiin ei tule kohdistumaan niihin. Laskenkin aineistooni vain niitä visuaalisia viitteitä, joista tunnistan varmasti, että kohde sijaitsee Lontoossa. Tästä syystä osa julkaisuista, missä Lontoota näkyy, saattoi jäädä käymättä läpi, koska en halunnut, että vahingossa tutkimukseen päätyisi julkaisuja, joissa ei oikeasti ole viittauksia Lontoosta.

Tuloksissa käytän termejä ”julkaisu”, ”kuva tai video”, ”visuaalisesti” ja ”sanallisesti”. Puhuessani julkaisusta tarkoitan julkaisun kaikkea visuaalisuutta eli mahdollisten multipostaus-ten kaikkia kuvia ja videoita. Termi ei sisällä kuvatekstejä. Kun puhun kuvasta tai videosta, tarkoitan yksittäistä julkaisun kuvaa tai videota. Multipostaukset ovat siis julkaisuja, joissa on monia kuvia tai videoita. Lasken videot mukaan, kun puhun kuvista kokonaisuutena. Visuaalisuudella tarkoitan, että Lontoon kaupunki näkyy kuvassa visuaalisesti. Sanallisesti taas tarkoittaa, että sana Lontoo on puhuttuna tai kirjoitettuna kuvassa tai kuvatekstissä.

Aineistojen julkaisujen määriä kertoessa avaan paljon lukumääriä sanallisesti. Selkeyttääkseni tuloksia olen luonut taulukon, josta näkee tärkeimpien kategorioiden luvut seurakohtaisesti. Taulukossa näkyy seurojen aikavälillä julkaistujen julkaisujen sekä Lontoo-viittausten määrät. (Taulukko 1) Lisäksi taulukosta voi nähdä erot joukkueiden välillä, jolloin vertailu on selkeämpää.

	Arsenal FC	Chelsea FC	Tottenham Hotspur FC
Julkaisujen määrä aikavälillä	504	567	707
Multipostaukset	181	180	222
Lontoo julkaisuissa	42	57	20
Lontoo kuvateksteissä	31	15	11
Lontoo kuvissa visuaalisesti	48	29	16
Lontoo kuvissa sanallisesti	22	60	7
Lontoo visuaalisesti ilman stadionia	26	25	3

Taulukko 1: Aineistotulosten lukumäärät seurakohtaisesti.

3.1 Pohjoislontolainen Arsenal

Arsenal FC:n virallinen Instagram-tili löytyy nimimerkillä @arsenal ja tilillä on noin 30,2 miljoonaa seuraajaa ja yli 20 000 julkaisua (Tilanne 21.3.2025). Aikavälillä 1.6.–17.8.2024 tilillä on julkaistu yhteensä 504 julkaisua, joista 181 on multipostauksia. Lontoo ilmenee yhteensä 42 julkaisussa ja 31 kuvatekstissä. Samassa julkaisussa on viittaus sekä kuvassa että kuvatekstissä 11 kertaa. Yhteensä viitteitä oli siis 51 julkaisussa tai sen kuvatekstissä. (Taulukko 1) Arsenalin tilillä aikavälillä julkaistuista julkaisuista noin 10 % sisälsi viittauksia seuran kotikaupunkiin. Arsenalin tilin 504 julkaisusta 141 oli yhteisjulkaisuja jonkun toisen käyttäjän kanssa ja maksettuja yhteistöitä oli 33 julkaisussa.

Julkaisuja on 42 kappaletta ja ne sisältävät yhteensä 61 yksittäistä kuvaa tai videota, joista löytyy viittaus Lontooseen. Visuaalisesti näissä Lontoo on näkyvissä 48 kertaa ja niistä 26 esittää kaupunkia siten, että seuran kotistadionin rakennusta tai piha-alueita ei näkynyt. Lontoota sisältävistä julkaisuista ja kuvateksteistä yhdeksän on tehty seuran naisten joukkueen (@arsenalwfc) kanssa. Julkaisuista kolme keskittyy Lontoon Pride-tapahtumiin ja kahdeksassa eri kuvatekstissä mainitaan pohjoislontolaisen alueen postikoodi N5⁴⁰. Lontoota esittävästä kuvista, joissa stadionia ei ole nähtävillä, 13 kuvaa eli puolet kuvista jakautuu kolmeen Pride-tapahtumaan liittyvään julkaisuun. Pride-teemaisten julkaisujen kuvissa esitetään mitä ilmeisemmin seksuaalivähemmistöjä tukevia Arsenal-kannattajia kulkueissa, jotka liikkuvat eri puolilla Lontoota.

Koen hyvin vähäiseksi määräksi sen, että 504 julkaisusta vain 13 kuvassa on Pride-tapahtuman lisäksi esitetty seuran kotikaupunkia ilman, että seuran stadion näkyy. Pride-teemaiset kuvat ovat tärkeä tapa luoda sidettä seuran vähemmistöihin kuuluviin kannattajiin ja varsinkin heihin, jotka Lontoossa asuvat. Koen kuitenkin, että laajentamalla julkaisuja kaupungista Pride-teemankin yli saisi helpommin muillekin kuin pohjoislontolaisille kannattajille enemmän tunnesidettä seuraan. Uskon, että yksi syistä sille, ettei juurikaan näytetä kaupunkia oman kotialueen ulkopuolelta, voi olla se, ettei haluta mennä toisten paikallisseurojen ”reviireille”.

⁴⁰ StreetCheck -verkkosivu, N5 Postcode District.



Kuva 1: Arsenalin kotistadion kuvattuna ylhäältä. Stadion on kuvan keskiössä, ja taustalla avautuu näkymää Lontoosta. Näyttökuvaa Arsenal FC:n Instagram-julkaisusta 3.6.2024.

Kaikista kuvateksteistä kuuteen on lisätty käyttäjä @labrumlondon. Labrum London on verkkosivujensa mukaan brändi, jonka tarkoituksena on tuoda länsiafrikkalaista kulttuuria esille länsimaihin. Yritys mainostaa, että he luovat vaatteita, jotka ovat maahanmuuttajien suunnittelema. Julkaisut sisältävätkin mainoksellisia kuvia ja videoita henkilöistä, joilla on päällä yrityksen Arsenalille suunnittelema vaatteita. Julkaisujen tarkoituksena on selvästi tuoda esille paikallista yritystä, joka sijaitsee Lontoossa.⁴¹ Myös Arsenalin 12. elokuuta julkaistulla yhteisjulkaisulla Arsenalin, Arsenalin naisten joukkueen ja vaatemerkki Adidaksen mainosvideolla näkyy paikallista yrittäjyyttä. Videolla näytetään ravintoloita, jotka sijaitsevat Arsenalin kotistadionin lähetyillä.⁴²

Koska Lontoossa sijaitsee monta saman sarjan joukkuetta, tulee seurojen erottautua jotenkin kaupungissa. Vaikka kaupunki on suuri, kaksi kolmesta kaupungin isosta joukkueesta osuu samalle alueelle. Sekä Arsenal että Tottenham molemmat tulevat Pohjois-Lontoosta, ja niiden

⁴¹ Labrum London -virallinen kotisivu.

⁴² Arsenal FC:n Instagram-julkaisu 12.8.2024.

väliset kohtaamiset ovat isoja molempien seurojen kannalta. Aineistossa neljä kertaa nousi esiin Lontoon derbyt, joista kerran visuaalisesti ja kolme kertaa sanallisesti. Lontoon derbyjen eli paikallisotteluiden aikatauluista kertovan julkaisun kuvatekstiin oli kirjoitettu ”London’s Calling”⁴³, mikä on mahdollinen viittaus toisen maailmansodan aikaiseen radiolähetykseen London Calling Europe, jossa tietoa ja propagandaa sodasta välitettiin vallatuille alueille radion kautta.⁴⁴ Mahdollisesti lainaus voi viitata myös The Clash -yhtyeen albumiin ja samannimiseen kappaleeseen *London Calling*. Mihin tahansa sillä viitataan, tuo se esiin Lontoon historiallista taustaa.

Arsenal tuo paljon esiin sijaintiaan Lontoon kartalla. Sanallisia viittauksia Lontooseen löytyy 12 julkaisusta ja kuvatekstistä sekä sanallisesti Pohjois-Lontoo mainitaan 10 julkaisussa ja kuvatekstissä. Tästä lukujen tasaisuudesta voi päätellä seuran olevan ylpeä omasta pohjoislontolaisuudestaan (Kuva 1), eikä koe tarpeelliseksi hakea suurempaa kilpailuasetelmaa muihin paikallisiin seuroihin nähden. Kaksi kertaa julkaisuissa ilmenee lause ”Pride of London” eli Lontoon ylpeys tai ylpeydenaihe. Toisessa julkaisussa se sijaitsee seinällä lipussa monien muiden eri lippujen seassa, joiden edessä seuran pelaajat poseeraavat⁴⁵, mutta toisessa julkaisussa teksti taas näkyy paikallisvastustaja Chelsean korona-ajan katsomot täyttäneessä bannerissa Chelsean logon alla taustalla.⁴⁶ Julkaisu keskittyy Arsenalin vuoden 2020 FA Cupin voittoon, jossa se voitti Chelsean lukemin 2–1.

3.2 Chelsea – ”Lontoon ylpeys”

Chelsea FC:n virallisella Instagram-tilillä @chelseafc on noin 42,5 miljoonaa seuraajaa ja yli 23 tuhatta julkaisua (tilanne 24.3.2025). Tutkimukseni aineiston aikavälillä tilillä julkaistiin 567 julkaisua. Näistä 180 on multipostauksia. Lontoo esiintyy näiden 567 julkaisun aikana 64:ssä eri julkaisussa tai kuvatekstissä. (Taulukko 1) Tämä kattaa pyöristetysti noin 11 % aikavälin julkaisuista. Yhteisjulkaisuja muiden käyttäjätilien kanssa on 187 ja maksettuja yhteistyöjulkaisuja on 36.

Lontoo-mainintoja sisältäviin kuviin syvennyttyäni selvitin, että Lontoo esiintyy joko visuaalisesti tai sanallisesti 49 julkaisun kuvissa tai videoissa. Yhteensä Lontoo näkyy 82 yksittäisessä kuvassa tai videossa. Kuvatekstissä Lontoo tai sen alue mainitaan seitsemän kertaa ja

⁴³ Arsenal FC:n Instagram-julkaisu 18.6.2024.

⁴⁴ BBC:n verkkosivu, History of the BBC, London Calling Europe is launched.

⁴⁵ Arsenal FC:n Instagram-julkaisu 13.8.2024.

⁴⁶ Arsenal FC:n Instagram-julkaisu 1.8.2024.

sekä samassa julkaisussa että kuvatekstissä mainitaan kahdeksan kertaa. Naisten joukkueen tilin eli @chelseafcw kanssa yhteisiä Lontoo-viitteisiä julkaisuja oli 27.

Seurojen julkaisuissa ilmenee sekä yhtäläisyyksiä että eroja Lontoon representoimisessa. Esimerkiksi Arsenalin monessa julkaisussa mainitseman N5-postikoodin tavoin Chelsea tuo esiin oman postikoodinsa SW6:n yhdessä julkaisussa ja yhdessä kuvatekstissä. Muut yhteiset laskemani aiheet ovat visuaaliset ja sanalliset Lontoo-viittaukset sekä visuaaliset kuvaukset Lontoosta, jotka eivät ole seuran kotistadionin läheisyydestä. Chelsealla visuaalisia havaintoja löysin 29:stä eri kuvasta ja videosta sekä sanallisia jopa 60 kuvasta. Visuaalisista havainnoista 25 eri kuvaa ja videota esittivät Lontoota alueelta, jossa ei näy seuran kotistadionia tai sen piha-aluetta. Lontoon Pride-kuukauteen liittyviä julkaisuja oli viisi. Nämä viisi julkaisua sisälsivät viisi kuvaa näistä aiemmin mainitusta 25 kuvasta ja videosta stadionin välittömän läheisyyden ulkopuolelta.

Yksi syistä miksi valitsin aikaväliksi kesäkauden oli nähdä, miten uusissa pelaajahankinnoissa ja seuraavan kauden pelipaitoja esitellessä tuodaan esiin Lontoota. Chelsea'n 15 julkaisua on luotu seuran uusien pelipaitojen ympärille Lontoota esiin tuoden. Chelsea'n pelipaidassa sisäpuolella selkäpuolen kauluksessa lukee teksti ”London”. Se on sommiteltu erottuvaksi tekstiksi, joka selvästi näkyy, kun esimerkiksi paidan laittaa henkariin roikkumaan (Kuva 2). Todennäköisesti sijoittelu on tehty tarkoituksella, jotta teksti näkyy ja esittää seuran vahvaa sidettä kaupunkiin. Monissa pelipaitaa mainostavissa julkaisuissa on myös lyhenteet CFC ja LDN, joiden välissä on Chelsea'n leijonatunnus. Lyhenteet tarkoittavat Chelsea Football Clubia (CFC) ja Lontoon englanninkielistä ”London”-nimeä (LDN). Kuten tilastoista huomaa, Chelsea on panostanut julkaisuissaan enemmän Lontoon sanalliseen kuin visuaaliseen muotoon kuvissa ja videoissa.



Kuva 2: Chelsea'n uudistunut pelipaita roikkumassa henkarissa. Paidan kauluksen sisäpuolella näkyy teksti "London". Näyttökuva Chelsea FC:n Instagram-julkaisusta 19.7.2024.

Kuudessa eri julkaisussa näkyy visuaalisesti tai sanallisesti lontoolaisia katuja, rakennuksia ja kaupunginosia. Esimerkiksi yksi julkaisu on painotettu täysin lontoolaiselle syöpäsairaualalle The Royal Marsdenille.⁴⁷ Yksi julkaisuista esittelee Chelsea'n sekä miesten että naisten joukkueen pelaajia Wimbledonin kaupunginosassa seuraamassa kuuluisaa tennisturnausta.⁴⁸ Lisäksi yhdessä julkaisussa nostetaan mahdollisesti humoristisesti esiin Westminsterin kaupunginosassa sijaitsevan Palmer Streetin nimiyyhteys seuran tähtipelaajaan Cole Palmeriin.⁴⁹

Neljä julkaisua keskittyi seuran rahoittaman säätiön The Blue Creator Fundin ympärille, jonka tarkoituksena on rahoittaa vähemmistöön kuuluvien luovien henkilöiden unelmia ja antaa heille mahdollisuus edetä urallaan. Julkaisuissa ja kuvateksteissä, kuten säätiön verkkosivuilakin, kerrotaan, että paljon lontoolaisia taitelijoita toimii valittujen tuettavien mentoreina.⁵⁰

⁴⁷ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 9.7.2024.

⁴⁸ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 7.7.2024.

⁴⁹ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 19.7.2024.

⁵⁰ Blue Creator Fundin kotisivu.

Säätiön tarkoitus on seuran kanssa yhteistyössä tukea omaan yhteisöön kuuluvia. Julkaisuissa mainostetaan hakemaan mukaan toimintaan.

Kuten Arsenalin tuloksissa tulee ilmi, heidän julkaisussaan näkyy taustalla Chelsea banneri, jossa lukee teksti ”Pride of London” eli Lontoon ylpeys. Kyseinen teksti oli myös tekstin ”London’s Finest” eli vapaasti suomennettuna Lontoon priima, kanssa esillä yhteensä 14 kuvassa ja videossa. Julkaisuista huomaa, että Chelsea todella panostaa itsensä esiin tuomiseen kaupungin parhaana seurana. Esimerkiksi 8. heinäkuuta julkaistussa julkaisussa, jossa Chelsea esittelee uutta päävalmentajaansa Enzo Marescaa, neljännessä kuvassa hänet on aseteltu kuvattavaksi sellaisesta kulmasta, jotta taustalla näkyy selkeästi katsomon seinässä lukeva ”The Pride of London”.⁵¹ (Kuva 5) Myös muissa julkaisuissa pelaajia ja muita seuran esittämiä henkilöitä kuvataan sellaisesta kulmasta, että taustoilla olevat tekstit näkyvät selkeästi. Saman lauseen toistolla julkaisuissa yritetään varmasti saada jäämään katsojien mieleen, että tämä seura edustaa Lontoota.

Parhaana esimerkkinä oman kaupungin representoimisesta voidaan pitää Chelsea julkaisuja 11.8.2024 pelatusta Chelsea vastaan Inter Milan -ottelusta. Julkaisut ovat näiden seurojen tileiltä ainoat, joissa seuraa esitetään Lontoon tunnetuimpien maamerkkien edessä. Molemmat seurat omilla tileillään (@chelseafc ja @inter) mainostivat sovittua Stamford Bridgellä Lontoossa pelattua ystävyysottelua sosiaalisessa mediassa yhteisjulkaisuilla. Kolme yhteisjulkaisuista keskittyy selkeästi esittämään, että ottelu pelataan Lontoossa. Ensimmäinen julkaisu näyttää kohokohtia entisistä pelaajista, jotka ovat edustaneet molempia seuroja urallaan.⁵² Saatetekstinä toimi jo aikaisemmin tutkimuksessani läpi käyty sanonta ”London Calling”. Toisessa julkaisussa saatetekstillä ”Milanosta Lontooseen” oli viisi kuvaa, jossa molempien seurojen pelipaidat ovat kuvattuna siten, että taustalla näkyy kuuluisimpia lontoolaisia maamerkkejä.⁵³ Kuvissa esiintyy Big Ben (Kuva 3), Buckinghamin palatsi, London Eye sekä perinteinen englantilainen punainen puhelinkoppi. Kolmas julkaisu on video, joka esittää jälleen pelipaitoja samoilla nähtävyyksillä.⁵⁴ Näistä kuvista ensimmäisenä nousee esiin se, että Chelsea ei esitele omille tai italialaisseuran seuraajille vain seuran kotistadionia ja Länsi-Lontoota vaan lisäksi se esittelee koko kaupunkia heidän omanaan. Ikään kuin se toivottaa italialaiset

⁵¹ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 8.7.2024.

⁵² Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 10.8.2024.

⁵³ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 11.8.2024.

⁵⁴ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 11.8.2024.

tervetulleeksi heidän kaupunkiinsa pelkän länsilontoolaisen miljööän sijasta. Myös neljässä muussa julkaisussa Chelsea'n tilillä näkyi Lontoon tunnetuimpia maamerkkejä.



Kuva 3: Chelsea'n ja Inter Milanin pelipaidat kaiteella Lontoon katukuvassa. Taustalla näkyy kaupungin yksi tunnetuimmista nähtävyyksistä, Big Ben. Näyttökuvaa Chelsea FC:n Instagram-julkaisusta 11.8.2024.

3.3 Tottenham – seuroista aktiivisin

Tottenham Hotspur FC:n Instagram-tili löytyy käyttäjätunnuksella @spursofficial. Seuraajia tilillä on yli 23 000 julkaisua ja 17,1 miljoonaa seuraajaa (tarkistettu 25.3.2025). Tottenham oli selkeästi aikavälillä aktiivisin ja julkaisuja on jopa 707, joista multipostauksia 222. (Taulukko 1) Yhteisjulkaisuja muiden käyttäjätilien kanssa on 186 ja maksettuja yhteistyöjulkaisuja seitsemän.

Aktiivisuudesta huolimatta Lontoo-viittauksia sisältäviä julkaisuja on seuroista vähiten. Lontoo on esillä 20 julkaisussa ja 11 kuvatekstissä. Lontoo tai sen alue on esillä pelkästään julkaisuissa 16 kertaa, pelkissä kuvateksteissä seitsemän kertaa ja vain neljä kertaa sekä julkaisussa että kuvatekstissä. Yhteensä siis 27:ssä eri julkaisussa tai sen kuvatekstissä. Tämä kattaa kokonaisjulkaisumäärästä noin vajaat 4 % koko aikavälin julkaisuista. Tottenhamin tilille

julkaistava materiaali on paljon vapaamuotoisempaa kuin muilla seuroilla, mikä selittää prosentuaalisesti pienemmän määrän. Lontooseen viittaavia kuvia ja videoita yhteensä aikavälillä on julkaisuissa 24 kappaletta. (Taulukko 1)

Tottenhamin ollessa pohjoislontoolainen seura sen suurin paikallisvastustaja on yhtä lailla pohjoislontoolainen Arsenal. Naapurinsa tavoin Tottenhamin julkaisuissa ja kuvateksteissä yleinen teema on oman alueen postikoodi, joka tässä tapauksessa on N17. Koodi esiintyy kahdeksassa kuvassa, videossa ja kuvatekstissä. Lontoon Pride-tapahtumasta seuralla on kaksi julkaisua ja seuran naisten joukkueen @spurswomen kanssa Lontoo-aiheisia julkaisuja on neljä.

Lontoo esiintyy visuaalisesti 16 kuvassa ja videossa, sanallisesti seitsemässä kuvassa ja stadionin alueen ulkopuolelta on vain kolme kuvaa Lontoosta. Tottenham on kaupunginosa Lontoossa, joten tästä aineistosta tulkitsin itse, että missä julkaisuissa Tottenhamista puhutaan joukkueena ja milloin paikkana. Lopulta tulin siihen tulokseen, että varmasti pelkkänä paikkana se mainittiin yhdessä julkaisussa, jossa oli eri aikavyöhykkeiden kellonaikoja, mihin aikaan harjoituspelejä alkaa. Tässä Tottenham on merkitty selkeästi paikaksi. Kaksi julkaisuista käsittelee seuran tukemaa hyväntekeväisyysjärjestöä All Dogs Matter:ia (@alldogsmatter), jonka tarkoituksena on etsiä hylätyille koirille uusia koteja Lontoossa.⁵⁵ Toisessa erityisesti mainitaan kaupunginosa Hampstead.⁵⁶

Yksi sekä sanallisen että visuaalisen Lontoo-viittauksen sisältävä kuva on sarjakuva, joka mainostaa seuran matkaa pelaamaan harjoitusotteluita Aasiaan. Kuvassa näkyy lentokone, jonka kyydistä seuran tunnuksena tunnettu lintu hyvästelee Lontoon. Taustalla näkyy piirretyt versiot Big Benistä, London Eye:sta ja The Gherkin -nimellä tunnetusta pilvenpiirtäjästä (Kuva 4).⁵⁷ Arsenalin tapaan sanallisesti mainitaan erityisesti vielä Pohjois-Lontoo. Kaksi näistä julkaisuista on seuran mediapäivän kuvauksista ja kolmas on kuva Aasian kiertueelta, jossa paikallinen Tottenham-fani pitää kylttiä, jossa lukee ”Pride Of North London” eli Pohjois-Lontoon ylpeys. Tämä on ainoa julkaisu, jossa on viitteitä kilpailuasetelmaan muihin nähden.⁵⁸ Sekään ei suoranaisesti tule seuralta itseltään, vaikkakin kyseinen kuva on multipostaukseen tietoisesti valittu. Tämä eroaa huomattavasti esimerkiksi Chelsea:n tavasta markkinoida itseään ”Lontoon ylpeytenä”. Tottenham on kolmesta valitsemastani seurasta heikoiten

⁵⁵ Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisu 27.6.2024.

⁵⁶ Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisu 14.7.2024.

⁵⁷ Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisu 21.7.2024.

⁵⁸ Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisu 26.7.2024.

menestynyt 2000-luvulla, joten se voi vaikuttaa julkaisutapoihin. Siitä, että vain kerran näkyy kilpailuasetelmaa muihin, ja että sekin näkyy vain pohjoislontolaiseen herruuteen, voisi viitata siihen, että seuran asenne ei ole tähdätä korkeimmalle, vaan riittää että voittaa paikallisvastustajan.



Kuva 4: Sarjakuva, joka mainostaa Tottenhamin joukkueen Aasian kiertuetta. Kuvassa Tottenhamin maskotti hyvästelee Lontoon nähtävyydet Big Benin ja London Eye. Näyttökuvat Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisusta 21.7.2024.

Monet julkaisut sisältävät vain kuvia ja videoita pelaajista pitämässä hauskaa, mikä kertoo Tottenhamin vapaamuotoisesta julkaisutyylisestä. Seuran julkaisuissa nousee esiin myös vahvasti juuri se syy, miksi valitsin aikavälikseni kesäkauden, jolloin pelataan vain joitakin harjoitusotteluita. Tottenhamin tyyliin kuuluu jokaisesta pelistä julkaista monta ennakkokuvaa, kuvia pelin aikana, jokaisesta maalista tulee ensin julkaisu, jossa lukee vain maalintekijän nimi ja myöhemmin maalista julkaistaan videoklippini. Muillakin seuroilla on julkaisuja, jotka käsittelevät peliä ennakkoon ja jälkikäteen, mutta Tottenhamilla se selvästi erottuu joukosta. Varsinkin silloin, kun joukkue pelaa Lontoon ulkopuolella, on vaikeaa saada sisällytettyä kaupunkia millään tavalla julkaisuihin. Siitä huolimatta mainintoja seuran kotikaupunkiin on suureen julkaisumäärään verrattuna todella vähän.

4 Tulosten analysointi

Seuroja verrattaessa käytän tukenani tilastoja omasta aineistostani ja julkaisuista esiin nostamiani esimerkkejä. Tarkoitukseni on vertailulla nostaa esiin selvimpiä eroja ja yhtäläisyyksiä julkaisujen sisällössä ja julkaisutyylissä. Tuon esiin objektiivisia havaintoja siitä, miten kukin seura onnistuu tuomaan Lontoota esiin julkaisuissaan ja kuvateksteissään. Otan huomioon myös havainnointiini aineiston ulkopuolisia tietoja, kuten seuran menestystä, suosiota, kohde-ryhmää ja historiaa.

Havainnoinnin jälkeen pohdin asioita, mitä omasta mielestäni seurat voisivat parantaa sosiaalisen median julkaisuissaan, jotta ne onnistuisivat enemmän tuomaan esiin kotikaupunkiaan tai sen alueita, koska ne ovat tärkeä osa seuran omaa identiteettiä. Oma kantani on, että kun Valioliigaa ja seurojen otteluita seurataan ympäri maailmaa, seurojen olisi hyvä esittää omia juuriaan ja omalle identiteetille merkittävää kotikaupunkia myös muille kuin englantilaisille seuraajille. Se riippuu toki myös seurojen omasta kannasta, keitä seurat pitävät julkaisujen kohdeyleisönään eli onko tarkoitus tuoda seura esiin ulkomaalaisille vai paikallisille kannattajille. Tähän on aineiston pohjalta vaikea vastata, joten todellisen vastauksen voisi saada vain kysymällä suoraan seurojen sosiaalisen median vastaavilta. Kuitenkin paikallisuuden esittäminen on vähäistä ja kaikkien seurojen tilastot jäivät mielestäni alhaisiksi, sillä kaikkien prosenttimäärät jäivät alle 12 prosentin. Arsenalilla ja Chelsealla noin joka kymmenes julkaisu sisälsi Lontoo-viitteen, kun taas Tottenhamin Lontoo-viittausten määrä jäi vähäisemmäksi.

Kuten seuraajamääristä huomaa (Chelsea 42,5 milj., Arsenal 30,2 milj., Tottenham 17,1 milj., tarkistettu 25.3.2025) Chelsealla on Instagramissa selkeästi eniten seuraajia. Aikavälillä taas Tottenham oli selvästi aktiivisin julkaisten 140 julkaisua enemmän kuin Chelsea ja 203 julkaisua enemmän kuin Arsenal. Lisäksi Tottenhamin julkaisutyyli on paljon vapaampi, mikä saattaa johtua siitä, että seura on näistä kolmesta pienin. Chelsealla taas julkaisut ovat todella markkinointiin painottuneita ja tarkasti valikoituja. Mahdollisesti seura yrittää pysyä mahdollisimman edustavana seuraajilleen. Aineistoa läpi käydessä Arsenal tuntui olevan vähän puolivälissä, kun taas Chelsea ja Tottenham olivat paljon erilaisempia tyyliltään.

Globaalisti meditoituneessa ja verkottuneessa kulttuurissa yksilö voi seurata tunnettujen urheilumuotojen megatapahtumia ja derbyjä etäältä kotisohvalta tai fanipubista ja kokea kuuluvansa paikkaan, jossa ei ole koskaan käynyt.⁵⁹

⁵⁹ Kolamo 2018, 15.

Vaikka tämä siteeraus viittaa myös televisio- ja radiolähetyksiin, se sopii silti erinomaisesti myös sosiaalisen median hyödyntämiseen urheilua seurattaessa. Suuret urheiluseurat ovat myös yrityksiä, jotka pyrkivät tekemään voittoa. Kuten kaikessa yritystoiminnassa, myös tässä markkinointi on keskeisessä osassa. Sosiaalinen media avaa keinot yrityksille markkinoida laajemmalle kohdeyleisölle omaa tuotettaan, joka tutkimusaineistossani on jalkapallo. Sosiaalista mediaa voidaan käyttää suhteiden luomiseen.⁶⁰ Tässä tapauksessa seura luo suhdetta yleisöön ja jalkapallofaneihin. Kun seurat haluavat myydä tuotettaan muille, pitää luoda kiinnostusta sitä kohtaan. Paras tapa siihen on luoda jotain, minkä avulla kuluttaja eli katsoja saa luotua tunnesidettä tuotetta kohtaan. Medialla on suuri ja tärkeä rooli tunnetaloudessa.⁶¹

Kaikilla seuroilla yleisesti julkaisujen aiheet noudattavat samaa kaavaa. Jossain vaiheessa julkaistiin ja esiteltiin uudet peliasut, toivotettiin tervetulleeksi uusia pelaajahankintoja ja onnitteltiin seuran pelaajia heidän suoriutumisistaan kesällä 2024 Saksassa pelatuissa Euroopan mestaruuskisoissa. Lisäksi seurat pelasivat harjoitusotteluita toisessa maanosassa. Suurin osa julkaisuista painottuu viimeisimpänä mainittuun teemaan. Arsenal ja Chelsea pelasivat harjoitusotteluita muita joukkueita vastaan Yhdysvalloissa, kun taas Tottenham pelasi otteluita Japanissa ja Etelä-Koreassa. Syynä Tottenhamin muista poikkeavalle kohteelle saattaa johtua joukkueen kapteenin, eteläkorealaisen huippupelaaja Son Heung-Minin, suuresta suosiosta. Häntä voi pitää Aasian mahdollisesti parhaana pelaajana ja hän myös toimii maajoukkueensa kapteenina. Tällä tavalla varsinkin monet Tottenhamin julkaisut keskittyvät seuran mainostamiseen Aasiassa, milloin Englannin pääkaupunki Lontoo jää pimentoon. Samalla tavalla myös Arsenalin ja Chelsea julkaisuissa Lontoo jäi vähemmälle Amerikan kiertueiden aikana.

Niin prosentuaalisesti kuin määrällisestikin Arsenal ja Chelsea julkaisivat enemmän Lontooseen liittyviä julkaisuja ja kuvatekstejä kuin Tottenham. (Taulukko 1) Painopiste kiinnittyy erityisesti seurojen välisiin eroihin visuaalisen ja sanallisen representoinnin välillä. Tottenhamilla on visuaalisesti painottuneempia Lontoo-viitteitä, sillä sen julkaisuista löytyy visuaalisia havaintoja 16 kappaletta ja sanallisia vain seitsemän. Myös Arsenal on samalla linjalla julkaisten 48 kuvallista ja 22 sanallista viittausta kuvissa ja videoissa. Visuaalisella materiaalilla saa intiimimmän suhteen katsojiin kuin mihin tekstillä pystyisi.⁶² Chelsea taas on vastakkainen ääripää, koska sen julkaisuista löytyy 29 visuaalista viitettä ja jopa 60 sanallista viitettä. Suurin osa seuran julkaisujen Lontoo-maininnoista on tekstimuodossa joko pelipaidassa tai

⁶⁰ Safko 2012, 5.

⁶¹ Kolamo 2018, 15.

⁶² Billings & Anderson 2022, 121.

”Pride of London” -lauseena, joka on todennäköisesti tarkoituksella saatu näkyviin kuvien taustalle (Kuva 5).



Kuva 5: Chelsea'n uusi päävalmentaja kuvattuna seuran kotistadionin nurmella. Kuva on otettu sellaisesta kulmasta, jotta taustalla näkyy teksti ”The Pride of London”. Näyttökuvaa Chelsea FC:n Instagram-julkaisusta 8.7.2024.

Pelipaitoja käsittelevissä julkaisuissa on muitakin eroja. Arsenalin pelipaitajulkaisuissa kuvatekstissä usein on merkittynä pelipaitojen suunnittelija Labrum London. Chelseaalla taas Lontoo näkyy useasti joko lyhenteenä mainoksissa tai taktisesti sijoitettuna ”London” -tekstinä pelipaidan kauluksessa. Tottenhamilla oikeastaan vain yksi vieraspaitaa mainostava kuva sisältää joukkueen pelipaidan siten, että taustalla näkyy seuran kotistadionin julkisivua. Kaikilla seuroilla varsinkin pelipaitoja mainostaessa julkaisut on tehty yhdessä seurojen naisten joukkueiden kanssa. Chelsea teki selvästi eniten yhteisjulkaisuja naisten joukkueen kanssa tehden niitä 27, kun taas Arsenalilla vastaava lukema jäi yhdeksään ja Tottenhamilla neljään. Vaikka Chelsea julkaisujen määrä naisten joukkueen kanssa on kahta muuta joukkuetta suurempi, se ei tarkoita, etteivätkö pohjoislontolaiset joukkueet tekisi naisten joukkueiden kanssa yhtä paljon yhteistyötä. Pääsyy voisi olla se, että Chelseaalla oli huomattavasti enemmän pelipaitoihin liittyviä naisten joukkueen kanssa yhdessä tehtyjä julkaisuja muihin verrattuna. Toinen

mahdollinen syy voi olla Chelsea naisten joukkueen menestys etenkin 2020-luvulla, sillä se on voittanut viisi viimeisintä mestaruutta peräkkäin Englannin naisten pääsarjassa.⁶³

4.1 Paikallisuus

Teema, jota Arsenal ja Tottenham taas toistavat selvästi enemmän länsilontolaisiin verrattuna, on postikoodin käyttäminen seuran kotialueen tunnuksena. Pohjois-Lontolaisia postikoodeja tulee paljon esille varsinkin kuvateksteissä. Kuvateksteissä Arsenalin N5 ja Tottenhamin N17 toistuvat molemmilla kahdeksan kertaa, kun Chelsealla SW6 mainitaan kuvatekstissä vain kerran. Arsenal taas tuo parhaiten esiin yksittäisiä Lontoon kaupunginosia, kun taas Chelsea julkaisuissa ajoittain näkee eri katuja ja alueita muuten. Tottenhamilla ei nimeltä mainita kuin Hampstead. Muutenkin julkaisuista huomaa, että Arsenal ja Tottenham tuovat molemmat esiin mielellään nimenomaan Pohjois-Lontoota, vaikkakin Arsenal toki huomattavasti enemmän. Se näkyy esimerkiksi Tottenhamin kuvauspäivän julkaisussa (Kuva 6). Seurojen julkaisuista saa käsityksen ylpeydestä omasta sijainnistaan, mikä luo vielä enemmän vastakkainasettelua seurojen välillä, kun toinen koetaan uhkana omalla alueella⁶⁴. Seuran kotistadion ja sen läheinen alue ovat alueita mihin kannattajat voivat luoda myös tunnesidettä ja paikkaan liittyviä muistoja.⁶⁵

⁶³ Chelsea FC:n virallinen kotisivu, Women's trophy cabinet.

⁶⁴ Billings & Anderson 2022, 109.

⁶⁵ Fenton, Keegan & Parry 2023.



Kuva 6: Tottenhamin maalivahtia kuvataan seuran kuvauspäivänä. Tausta on täynnä lakanoita ja bannereita, jotka sisältävät Tottenhamia kannattavia ja symboloivia tekstejä. Lakanoissa lukee teksti "North London" ja esiintyy postikoodi N17. Näyttökuvaa Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisusta 15.8.2024.

Chelsea taas käyttää hyödykseen enemmän Lontoota yleisesti ja varsinkin mielestäni parhaiten hyödyntää sen kulttuuria. Chelseaan kuvissa ja videoissa yhteensä seitsemässä näkyy Lontoon tunnettuja maamerkkejä, joista kuka tahansa tunnistaa kaupungiksi Lontoon. Varsinkin parhaiten seura teki sitä, kun mainosti ystävyysottelua Milanosta tulevaa Interiä vastaan.⁶⁶ Selkeästi yhteisjulkaisussa tuodaan esiin Big Ben, London Eye ja Buckinghamin palatsi, jotka ovat historiallisesti ja kulttuurillisesti merkittävimpiä kohteita Lontoossa. Näin tuodaan sekä seuran omille että italialaisille esiin se, että seura pelaa samassa kaupungissa, missä kaikki kyseiset kohteet sijaitsevat. Tottenham aikaisemmin mainitussa sarjakuvassaan käyttää näitä maamerkkejä tunnuksena kaupungille, jotta kenellekään ei jää epäselväksi mistä kaupungista joukkue Aasiaan matkaa.⁶⁷ Arsenal jätti taas nämä kokonaan käyttämättä ainakin aikavälillä julkaistuista julkaisuista. Chelsea muutenkin hyödyntää Lontoota laajemmin käyttäen paljon kuvia ja videoita Lontoosta kauempana stadionista.

Yksi yhdistävä tekijä, joka laajentaa seurojen kuvia ympäri Lontoota, oli Lontoon Pride-tapahtuma. Pride-tapahtuma järjestettiin kesäkuussa 2024 ja siihen osallistui myös julkaisujen

⁶⁶ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 11.8.2024.

⁶⁷ Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisu 21.7.2024.

perusteella seurojen seksuaalivähemmistöihin kuuluvien kannattajien järjestöjä. On hyvinkin symbolista, että tapahtuma, jonka tarkoituksena on yhdistää ihmisiä, sai myös seurat laajentumaan omien alueidensa ulkopuolelle juhlistamaan yhtenäisyyttä kaupungin suur tapahtumassa.

Aineiston läpi käytyäni ja Lontoo-viitteiset julkaisut tarkemmin analysoituani koen, että seuroilla olisi paljon parannettavaa kotikaupunkinsa kulttuurin esiin tuonnin kannalta. Parhaat esimerkit löytyivät Chelsea julkaisuista, joissa merkittävät kohteet ovat esillä Inter-ottelun mainoksissa. Lontoon kaltaisella historiallisesti ja kulttuurillisesti rikkaalla kaupungilla olisi todella paljon annettavaa, jos sitä hyödynnettäisiin kunnolla. Yksinkertaisetkin julkaisut voisivat tuoda kaupunkia esiin. Esimerkkinä käytän Chelsea julkaisuja, jossa sekä heidän että italialaisseuran pelipaidat ovat kuvattuna nähtävyyksien edessä.⁶⁸ Mietin, että miksi tällaista ei sovellettu esimerkiksi pelipaitojen esittelyjulkaisuja tehdessä. Nyt seurat panostavat hienoon ja tyylieltyyn taustaan ja teemaan ja ne toki toimivat hyvin. Kuitenkin yksi tai kaksi kuvaa uusista peliasuista Lontoon katukuvassa joko nähtävyyksien tai paikallisille merkittävillä alueiden luona toisivat paidalle historiallisempaa taustaa ja vähän perinteikkyyttä hienoon kuvaan muokattuun taustaan verrattuna. Myös pelaajahankinnoissa voisi käyttää samoja elementtejä.

4.2 Kilpailuasetelman luominen sosiaalisessa mediassa

Yksi aiheista, joihin halusin kiinnittää huomiota, on seurojen kilpailuasetelma ja miten sitä esitetään sosiaalisessa mediassa. Lontoossa kaikki seurat lähtökohtaisesti lähtevät joka kausi tavoittelemaan sijoitusta neljän parhaan joukkoon, jolla ovi aukeaisi Euroopan parhaiden seurojen kesken pelattavaan Mestarien liigaan. Turnauksessa on seuroja ympäri Eurooppaa ja jokainen edustaa samalla omaa maataan ja liigaansa. Kaikkia valitsemiani seuroja varmasti kiinnostaisi olla oman maansa ja oman kaupunkinsa paras joukkue. Halusin selvittää, ajavatko seurat omaa agendaansa myös kentän ulkopuolella, kuten tässä tapauksessa Instagramissa. Chelsea ottaa tutkimustulosten perusteella selkeästi vahvimman otteen tästä aiheesta. Tarkasti sijoitellut mainoslauseet näkyvät useissa julkaisuissa ja on yksi julkaisukin omistettu kokonaan ”London’s Finest” eli Lontoon priima -bannerille. Kuvatekstiin on vielä kirjoitettu yksinkertaisesti ”Lontoon ensimmäinen”.⁶⁹ Arsenalin ja Tottenhamin toimesta tällaista ei julkaisuissa näy. Tottenhamin fanikylttikuva vähän viittaa yritykseen päihittää naapurinsa, mutta todella varovaisesti.⁷⁰

⁶⁸ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 11.8.2024.

⁶⁹ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 2.6.2024.

⁷⁰ Tottenham Hotspur FC:n Instagram-julkaisu 26.7.2024.

On huomioitavaa, että yksikään seuroista ei siis viime kaudella voittanut merkittävää kilpailua. Lähimmäs pääsi Chelsea, joka hävisi Carabao Cupin loppuottelun Liverpoolille. Arsenalin jäi niukasti Valioliigassa toiseksi. Tästä syystä seurat eivät päässeet kehumaan menestyksellään, vaan joutuivat käyttämään vanhoja saavutuksia julkaisuissa. Entisten pelaajien syntymäpäivien kunniaksi julkaistiin kuvia heistä pokaali kädessä, jonka he ovat joskus seurassa voittaneet. Varsinkin Arsenalin julkaisuista useat kuvat, joissa kotistadionia ei näkynyt, olivat menneistä mestaruusparaateista. Tottenhamilta ei tämänkaltaisia kuvia oikeastaan löytynyt. Nämä syyt varmasti vaikuttavat siihen, mikseivät seurat aktiivisemmin kilpaile Lontoon heruudesta muita vastaan sosiaalisessa mediassa.

Henkilökohtaisesti jopa pienenä pettymyksenä esiin nousi Lontoon derbyjä mainostavien julkaisujen vähäisyys. Kaikki seurat julkaisivat julkaisun, jossa näkyy kauden aikana pelattavat Lontoon paikallisottelut ja niiden aikataulut. Kaikki julkaisut olivat samankaltaisia kuvia, missä näkyy seuran pelaaja tai pelaajia ja lukee Lontoon derbyt (Kuva 7). Tämän jälkeen yksi Chelseaan kuvateksti kertoo, että heille tulee kaksi Lontoon derbyä peräkkäisinä otteluina juuri Arsenalia ja Tottenhamia vastaan.⁷¹ Arsenal julkaisi kohokohdan maalista, jonka se teki viime kaudella Tottenhamia vastaan.⁷² Tottenhamilta ei enempää teemaan liittyviä julkaisuja tullut. Näin ollen tulisten paikalliskamppailujen markkinointi ei ainakaan näin kauas ennakkoon ollut erityisen huomiota kiinnittävää. Otteluissa kuitenkin pelataan tärkeistä sarjapisteistä paikallisvastustajia vastaan, joten odottaisi, että julkaisuissa hehkutettaisiin pelien merkitystä enemmän.

⁷¹ Chelsea FC:n Instagram-julkaisu 18.6.2024.

⁷² Arsenal FC:n Instagram-julkaisu 18.6.2024.



Kuva 7: Kansikuva, jolla Arsenal mainostaa kauden tulevia Lontoon paikallisotteluita. Kuvassa näkyy Arsenalin pelaajat Kai Havertz ja Declan Rice, punavalkoisella taustalla. Kuvassa lukee 24-25, joka tarkoittaa alkavaa 2024–2025 kautta. Kuvassa lukee lisäksi “London Derby Fixtures” eli Lontoon derbyt. Näyttökuvaa Arsenal FC:n Instagram-julkaisusta 18.6.2024.

Asia, johon seurojen tulisi mielestäni kiinnittää enemmän huomiota, olisi Lontoon esittäminen keskinäisissä otteluissa. Derbyissä molemmat seurat tulevat samasta kaupungista ja taistelevat samoista sarjapisteistä. Näin keskinäinen kilpailu kiristää entisestään seurojen välejä.⁷³ Näissä tilanteissa olisi mahdollisuus tuoda esiin, että nyt pelataan kaupungin seurojen paremmuudesta. Ymmärrän, että se ei ole niin yksinkertaista ja tiedostan ongelmapuolia. Tietenkin vaikka kaksi joukkuetta pelaisikin vastakkain on kaupungissa silti viisi muuta Englannin pääsarjatason seuraa. Myös liiallinen sosiaalisen median paine saattaa luoda enemmän painetta seuroille menestyä. Liika hehkutus etukäteen voi myös kostautua pahasti, jos sattuukin häviämään ottelun.

⁷³ Billings & Anderson 2022, 109.

4.3 Identiteetin merkitys

Maailman suosituimmalla lajilla on luonnollisesti valtava määrä eri sarjoja ja joukkueita eri maissa. On siis tärkeää, että seurat tekevät itsestään kohteen johon katsojat kiintyvät. Pienemmillä seuroille pienemmistä kaupungeista on helpompaa saada oman yhteisönsä jäseniä mukaan, mutta kun puhutaankin kymmenistä miljoonista kannattajista pitää seurojen keksiä jotain, millä erottua muista. Fentonin, Keeganin ja Parryn artikkelissa tutkimus käsittelee sitä, miten koronapandemian aikana saatiin luotua faneille yhteisöllisiä kokemuksia sosiaalisen median kautta, kun rajoitusten takia ihmiset eivät päässeet paikan päälle katsomaan. Tutkimuksessa todetaan, että merkittävintä kannattajille on yhteisöön kuulumisen tunne, joka välittyy, vaikka ei itse ole paikalla.⁷⁴ Vaikka itse lajin seuraaminen tapahtuisi passiivisesti televisiota katsomalla, voi somen avulla olla yhteydessä yhteisöihin, jonka jäsenet jakavat saman mielenkiinnon kohteen.⁷⁵ Tässä esiintyy Billingsin ja Andersonin mainitsemat sisäryhmät.⁷⁶ Fentonin, Keeganin ja Parryn tutkimus käsittelee vain yhteisöllisyyttä oman yhteisön sisällä, eikä ota huomioon Billingsin ja Andersonin tavoin ulkoryhmiä, eli heitä, joiden kanssa yksilö ei koe jakavansa omaa identiteettiään.⁷⁷

Identiteetti ei ole yksinkertainen asia, kun puhutaan globaaleista seuroista. Seurojen pelaajista monet ovat ulkomailta tai muista Englannin kaupungeista. Billings ja Anderson käyttävät artikkelissaan esimerkkeinä jalkapallon megatähti Cristiano Ronaldoa ja baseball-pelaaja David Ortizia. Ronaldo edustaa koko Portugalia, vaikka ei ole asunut tai pelannut siellä yli 20 vuoden. David Ortiz edustaa Bostonia, vaikka ei ole edes syntynyt Yhdysvalloissa.⁷⁸ Tutkimukseni tapauksessa esimerkiksi Tottenhamin kapteeni eteläkorealainen Son Heung-Min on seuran yksi kuuluvista, vaikka on kotoisin toisesta maanosasta. Hänen ansiostaan taas varmasti monet aasialaiset ovat Tottenham kannattajia, kuten julkaisuista pystyy päättelemään. Tottenhamilla olisi hyvä mahdollisuus representoida Lontoota tai vaikka vielä tarkemmin Pohjois-Lontoota esimerkiksi juuri näille aasialaisfaneille, jotta heidän siteensä seuraan syvenisi. Näin luotaisiin kannattajakuntaa, joka mahdollisesti jäisi, vaikka pelaaja, jonka perässä he tulivat, vaihtaisikin seuraa.

⁷⁴ Fenton, Keegan & Parry 2023.

⁷⁵ Billings & Anderson 2022, 114.

⁷⁶ Billings & Anderson 2022, 108–109.

⁷⁷ Fenton, Keegan & Parry 2023; Billings & Anderson 2022, 108–109.

⁷⁸ Billings & Anderson 2022, 117.

Vaikka seurat ovat globaaleja, on silti niitä kannattajia, jotka ovat kasvaneet alueella. Billings ja Anderson kertovat tutkimuksessaan identiteettiin liittyvästä siteestä ja mahdollisesta paineesta, jota yksilö saattaa kokea. Heidän mukaansa side tiettyyn alueeseen, kuten kaupunkiin tai maahan, tuo mahdollisen paineen myös kannattaa heitä.⁷⁹ Esimerkiksi Pohjois-Lontoossa kasvava nuori jalkapallofani saattaa kokea painetta kannattaa Arsenalia tai Tottenhamia, mutta haluaisikin kannattaa muuta seuraa. Näin yksilö joutuu osittain hyväksymään, että joutuu puntaroimaan paikallisidentiteetin kanssa. Siksi olisi parempi, että seurat toisivat Lontoota esiin paremmin kokonaisuutena. Tällä he ilmaisisivat, että ei haittaa, vaikka henkilö asuisi toisella puolella kaupunkia toisen seuran kotistadionin vieressä, voisi silti kannattaa tätä seuraa. Aineistosta esimerkkinä voisi olla seurojen julkaisut harjoitusottelukiertueilta Amerikassa ja Aasiassa. Seurat julkaisivat paljon kuvia ja videoita pelaajista tapaamassa paikallisia faneja, jotka mieluummin kannattavat englantilaisseuroja kuin paikallisiaan. Samanlaisia julkaisuja voisi hyvin tehdä Lontoon sisäpuolellakin.

Billings, Devlin, Brown ja Brown-Devlin viittaavat⁸⁰ Rick Kostermanin ja Seymour Feshbachin tutkimukseen, jossa he nostavat esiin kansallisen identiteetin eri osa-alueita.⁸¹ Osa-alueiden kautta on mahdollista tarkastella myös oman tutkimukseni joukkueita. Ensimmäinen osa-alue on patriotismi eli isänmaallisuus on rakkautta omaa kansaa tai yhteisöä kohtaan ja se ei ole riippuvainen muista.⁸² Lontoon seurojen julkaisut painottuvat pääosin luonnollisesti oman seuran ja sen fanien ympärille. Julkaisuilla luodaan tunnesidettä seuran ja kannattajien välille.

Toinen osa-alue on nationalismi, jossa on tunnesidettä omaa yhteisöä kohtaan, mutta samalla muodostuu päinvastainen tunne muita yhteisöjä kohtaan ja alkaa vertailu keskinäisestä paremmuudesta. Kolmatta osa-aluetta he nimittävät omahyväisyydeksi. Nationalismin ja omahyväisyyden välillä on se ero, että omahyväisyydellä tarkoitetaan yksilön kokemusta siitä, että yhteisö on kaikkia muita parempi, kun taas nationalismi jää keskinäiselle tasolle.⁸³ Aineistoesimerkkinä tekstit ”Pride of North London” ja ”Pride of London” seurojen julkaisuissa sopivat näihin osa-alueisiin ja korostavat niiden eroja. Pohjoislontoolaisen paremmuuden julistaminen lukeutuu enemmän nationalismiin, koska siinä verrataan suoraan Arsenalia ja Tottenhamia

⁷⁹ Billings & Anderson 2022, 111.

⁸⁰ Billings, Devlin, Brown & Brown-Devlin 2020, 255.

⁸¹ Kosterman & Feshbach 1989.

⁸² Billings, Devlin, Brown & Brown-Devlin 2020, 255.

⁸³ Billings, Devlin, Brown & Brown-Devlin 2020, 255.

keskenään. Chelseaan itsensä julistama termi Lontoon ylpeys taas taipuu omahyväisyyden puolelle, koska sillä julistetaan paremmuudesta kaikkiin paikallisiin seuroihin nähden.

Viimeisenä osa-alueena on internationalismi, jolla tarkoitetaan yhteisöllisyyttä ja kunnioitusta muita kohtaan.⁸⁴ Oletukseni ennen aineistoa käydessäni oli, että esimerkiksi julkaisut Lontoon derby-otteluista lukeutuisivat nationalismiin tai omahyväisyyden puolelle, mutta ne olivatkin paljon enemmän internationalistisempia. Julkaisuissa ei haettu yhtään etua toisiin nähden, vaan päinvastoin toisessa Chelseaan kuvatekstissä mainostettiin derbyjä ”massiivisiksi” otteluiksi, mikä kertoo siitä, että kunnioitetaan toisia seuroja kovina vastuksina.

Billings ja Anderson käyvät myös artikkelissaan läpi identiteetin osa-alueita ja jakavat patriotismin osaksi sisäryhmää ja nationalismiin osaksi ulkoryhmää. Omahyväisyyden he kokevat välimaastoon ja internationalismin he kertovat näkyvän vähiten, koska se ei ole tarpeeksi tunteita herättävää mediassa.⁸⁵ Kilpailuasetelmaa seurojen julkaisuissa omasta identiteetistä oli lopulta vain vähän, ja ne olivat hyvin sisäryhmään suuntautuneita.

⁸⁴ Billings, Devlin, Brown & Brown-Devlin 2020, 255.

⁸⁵ Billings & Anderson 2022, 112.

Lopuksi

Tutkimukseni tarkoitus oli selvittää, näkyykö englantilaisten jalkapalloseurojen Arsenalin, Chelsea ja Tottenhamin sosiaalisissa medioissa seurojen kotikaupunkia. Seurojen vuoden 2024 kesäkauden aikana julkaistuista Instagram-julkaisuista etsin viitteitä Lontooseen sekä tutkin näkykö paikallisten joukkueiden välillä yhteisen kotikaupungin aiheuttamaa kilpailuasetelmaa. Kävin läpi aikavälillä 1.6.–17.8.2024 julkaistut julkaisut, joista Lontoo-viitteiset julkaisut ja kuvatestit analysoin tarkemmin. Esitin tuloksia tilastollisesti kustakin joukkueesta ja vertaillen niitä keskenään.

Tuloksista kävi ilmi, että seurojen julkaisuissa esiintyi samoja teemoja, kuten pelipaitojen esittelyitä ja harjoitusotteluita, mutta niitä representoitiin eri tavoin. Chelsea nousi tuloksissa esiin sanallisissa viittauksissa, joista suurin osa oli itsensä julistamista Lontoon ylpeydenaiheeksi. Arsenalin ja Tottenhamin julkaisut painottuivat enemmän seurojen kotialueelle Pohjois-Lontooseen. Seurat mainostivat jonkin verran itseään Lontoon ja Pohjois-Lontoon ylpeydenaiheina, mutta muuten suoraa kilpailuasetelman hakuisuutta ei tuloksissa näkynyt. Tämä johtuu mahdollisesti seurojen edellisten kausien heikommasta menestyksestä. Lontoo esiintyi kaikilla seuroilla julkaisuissa lopulta yllättävän vähän sekä määrällisesti että prosentuaalisesti. Poikkeuksia lukuun ottamatta pääsääntöisesti Lontoo-viittaukset kohdistuivat seurojen kotistadionien alueille. Kuitenkin Lontoolle ja sen asukkaille historiallisesti ja kulttuurillisesti merkittävät alueet ja rakennukset jäivät vähäiselle huomiolle.

Aineisto ei mielestäni täysin onnistunut vastaamaan päätutkimuskysymykseen siitä, millaisen kuvan seurat antavat kotikaupungistaan sosiaalisessa mediassa. Julkaisuja, joissa Lontoota esitettiin, esimerkiksi kuvallisesti oli vähemmän kuin odotin. Tästä syystä en onnistunut luomaan yhtenäistä kokonaiskuvaa vastaukseksi. Myöskään vastakkainasettelua ei juurikaan aineistosta ilmennyt.

Tutkimusaihetta voisi jatkossa laajentaa joko kaupungin pienempiin Valioliiga-joukkueisiin tai alempien sarjatasojen seuroihin sekä pienempien kaupunkien seuroihin. Uskon, että pienempien kaupunkien seuroilla kannattajayhteisö voi olla tiiviimpi verrattuna globaalimpiin suurseuroihin. Isompia seuroja tutkiessa voisi myös ottaa tarkasteluun tykkäys- ja kommenttimääriin, jos niistä ilmenisi miten seuraajat reagoivat kaupunkiteemaisiin julkaisuihin verrattuna muihin. Urheiluseurojen sosiaalisista medioista löytyy myös yleisesti paljon tutkittavaa.

Lähteet

Tutkimusaineisto

Kaikkien käyttäjätilien julkaisut aikaväliltä 1.6.-17.8.2024.

Arsenal FC:n virallinen Instagram-tili @arsenal

Chelsea FC:n virallinen Instagram-tili @chelseafc

Tottenham Hotspur FC:n virallinen Instagram-tili @spursofficial

Tutkimuskirjallisuus

Billings, Andrew C. & Anderson, Johnathan 2022: Social Media, Digital Technology, And National Identity in Sport. Teoksessa Jimmy Sanderson (toim.) *Sport, Social Media, and Digital Technology: Sociological Approaches*. Bingley: Emerald Publishing Limited, 107-125.

Devlin, Michael B., Brown, Kenon A., Brown-Devlin, Natalie & Billings, Andrew C. 2020: "My Country is Better Than Yours": Delineating Differences Between Six Countries' National Identity, Fan Identity, and Media Consumption During the 2018 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal* 37 (3), 254-263.

Fearon, James D. 1999: *What is Identity (As we now use the word)?* Stanford: Stanford University, 7.

Fenton, Alex, Keegan, Brendan James & Parry, Keith D. 2023: Understanding Sporting Social Media Brand Communities, Place and Social Capital: A Netnography of Football Fans. *Communications & Sport* 11 (2), 313-333.

Kaarlenkaski, Taija 2010: Kilpikirjoitusten fiktionaalisten piirteiden tulkintaa. Teoksessa Pöysä, Jyrki, Järviluoma, Helmi & Vakimo, Sinikka (toim.) *Vaeltavat metodit*. Joensuu: Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura, 361-381.

Knuuttila, Tarja & Lehtinen, Aki Petteri 2010: Johdanto: Representaatio. Tiedon Kivijalasta tieteiden työkaluksi. Teoksessa Knuuttila, Tarja & Lehtinen, Aki Petteri *Representaatio. Tiedon Kivijalasta tieteiden työkaluksi*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press, 7-10.

Kolamo, Sami 2018: *Mediaurheilu: Tunnetalouden Dynamo*. Tampere: Kustannusosakeyhtiö Vastapaino oy, 14-16.

Kosterman, Rick & Feshbach, Seymour 1989: Toward a Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes. *Political Psychology* 10 (2), 257-274.

Safko, Lon 2012: *The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies For Business Success*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 3-7.

Verkkolähteet

Kaikki verkkolähteet tarkistettu 27.3.2025.

Arsenal FC. *Dial Square to north London*. <https://www.arsenal.com/history/laying-the-foundations/laying-the-foundations-overview>

Arsenal FC. *The Arsenal Crest*. <https://www.arsenal.com/news/news-archive/the-arsenal-crest>

Arsenal FC. *Honours*. <https://www.arsenal.com/men/honours>

Arsenal FC. *Club moves to Emirates Stadium*. <https://www.arsenal.com/history/the-wenger-years/club-moves-to-emirates-stadium>

Bateman, Rob: A Century at the Top: Arsenal's 100-Season Stay in England's Top Flight. *Opta Analyst* 26.2.2025. <https://theanalyst.com/eu/2025/02/arsenal-100-consecutive-seasons-english-top-flight>

BBC. *London Calling Europe is launched*. <https://www.bbc.com/historyofthebbc/anniversaries/july/london-calling-europe>

Blue Creator Fund. *About the BCF*. <https://bluecreatorfund.com/>

Chelsea FC. *Chapter 8: The Roman Conquest and Time of Change*. <https://www.chelseafc.com/en/the-story-of-chelsea-chapter-eight>

Chelsea FC. *Stadium history*. <https://www.chelseafc.com/en/stadium-history>

Chelsea FC. *The History Of Chelsea FC*. <https://www.chelseafc.com/en/history>

Chelsea FC. *Women's trophy cabinet*. <https://www.chelseafc.com/en/womens-trophy-cabinet>

Tarkistettu 10.4.2025.

Eldridge, Alison: Instagram. *Britannica Money* Päivitetty 27.3.2025 <https://www.britannica.com/money/Instagram>

Euromonitor International. *Euromonitor International reveals world's Top 100 City Destinations for 2024*. <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/december-2024/euromonitor-international-reveals-worlds-top-100-city-destinations-for-2024>

FIFA. *The Football Landscape: A global ecosystem*. <https://publications.fifa.com/en/vision-report-2021/the-football-landscape/>

- Kelly, Ryan: Who are the Premier League ‘big six’? Top English clubs & nickname explained. *GOAL* 21.8.2021. <https://www.goal.com/en/news/who-are-premier-league-big-six-top-english-clubs-nickname-explained/130iokmi8t8dt1k3kudou73s1k>
- Labrum London. *About*. <https://labrumlondon.com/pages/about>
- Poli, Raffaele, Besson, Roger, Ravenel, Loic & Gonzalez Thomas: Clubs with the most followers on social networks. *CIES Football Observatory*. <https://football-observatory.com/WeeklyPost467>
- Premier League. *Arsenal Season History*. <https://www.premierleague.com/clubs/1/arsenal/season-history>
- Premier League. *Chelsea Season History*. <https://www.premierleague.com/clubs/4/chelsea/season-history>
- Premier League. *Tottenham Hotspur Season History*. <https://www.premierleague.com/clubs/21/tottenham-hotspur/season-history>
- StreetCheck. *All Postcodes in the N5 Postcode District*. <https://www.streetcheck.co.uk/postcode/startingwith/n5>
- Tieteen Termipankki. *Kulttuuri*. <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Ihmistieteet:kulttuuri> Tarkistettu 10.4.2025.
- Tottenham Hotspur FC. *Welcome to Tottenham Hotspur Stadium*. <https://www.tottenhamhotspur.com/the-stadium/>
- Tottenham Hotspur FC. *White Hart Lane*. <https://www.tottenhamhotspur.com/the-club/history/white-hart-lane/>
- Tottenham Hotspur FC. *Year by year*. <https://www.tottenhamhotspur.com/the-club/history/year-by-year/>
- Transfermarkt. *Arsenal FC*. <https://www.transfermarkt.co.uk/arsenal-fc/erfolge/verein/11>
- Transfermarkt. *Chelsea FC*. <https://www.transfermarkt.com/chelsea-fc/erfolge/verein/631>
- Transfermarkt. *Tottenham Hotspur*. <https://www.transfermarkt.com/tottenham-hotspur/erfolge/verein/148>
- Transfermarkt. *Arsenal FC*. <https://www.transfermarkt.co.uk/arsenal-fc/erfolge/verein/11>
- Transfermarkt. *Chelsea FC*. <https://www.transfermarkt.com/chelsea-fc/erfolge/verein/631>
- Transfermarkt. *Tottenham Hotspur*. <https://www.transfermarkt.com/tottenham-hotspur/erfolge/verein/148>
- World Population Review. *London*. <https://worldpopulationreview.com/cities/united-kingdom/london>