

# NAISET MIESTEN JALKAPALLON KANNATTAJINA: TAPAUSTUTKIMUS SEINÄJOEN JALKAPALLOKERHON KANNATTAJARYHMÄ KLOPEISTA

**Susanna Liljander**, LitK, LitM-opiskelija, Jyväskylän yliopisto / Liikuntatieteellinen tiedekunta. PL 35, FI-40013 Jyväskylän yliopisto. P. 040 579 9060. Sähköposti: susanna.m.liljander@student.jyu.fi (yhteyshenkilö). **Anna-Katriina Salmikangas**, LitT, Jyväskylän yliopisto. **Mihaly Szerovay**, LitT, Jyväskylän yliopisto.

## TIIVISTELMÄ

Liljander, S., Salmikangas, A-K. & Szerovay, M. 2024.  
Naiset miesten jalkapallon kannattajina: tapaustutkimus  
Seinäjoen Jalkapallokerhon kannattajaryhmä Klopeista.  
Liikunta & Tiede 61 (1), 96-104.

Jalkapallokannattaminen on nähty miehisenä toimintana, mutta 2010-luvun tutkimukset ovat nostaneet esiin naisten roolia ilmiössä. Suomessa aihetta ei kuitenkaan ole vielä tutkittu. Tämän fenomenologis-hermeneuttisen tapaustutkimuksen tehtävänä on selvittää, millaisia kokemuksia Seinäjoen Jalkapallokerhon (SJK) kannattajaryhmä Klopeihin kuuluvilla naisilla on jalkapallokannattamisesta. Tutkimusaineisto muodostuu keväällä ja kesällä 2021 suoritetuista teemahaastatteluista (n = 7) sekä osallistuvasta havainnoinnista SJK:n kotiottelussa keväällä 2022. Aineisto analysoitiin teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä muun muassa Richard Giulianottin katsojaidentiteettiympäristöä hyödyntäen.

Tutkimukseen osallistuneiden kokemukset kannattamisesta olivat myönteisiä. Ensinnäkin naiset olivat sosiaalistuneet Klopeihin joko socialisaatioagenttien kautta tai oman aloitteellisuuden myötä. Aiempaan tutkimukseen verrattuna poikkeuksellisesti tässä tutkimuksessa perheenjäsenillä ei ollut merkittävää roolia sosiaalistumisessa. Toiseksi naiset identifioituivat Klopeiksi ja/tai kannattajiksi ilman nais-etuliitettä, joka voi luoda kuvan naisten epäautenttisuudesta miehiin verrattuna. Lisäksi sosiaalista Kloppi-identiteettiä rakennettiin erottautumalla muista SJK:n katsojista.

Kolmanneksi Klopit oli avoin ja yhdenvertainen yhteisö, jossa äänekästä kannattajakäyttäytymistä ohjasi itsesääntelyllä valvotut kirjoittamattomat säännöt. Tuloksesta voidaan päätellä, että jalkapallokannattaminen voi olla tasa-arvoista ja hyväkäytöksistä ryhmissä, joissa toimintaa ohjaa valvottu normisto. Neljänneksi naiset olivat kohdanneet jalkapallon katsomiseen liittyviä sukupuolistuneita oletuksia lähinnä Kloppien ulkopuolella. Tuloksen perusteella ja aikaisempaan tutkimukseen nähden eriyvästi tällaisia oletuksia voidaan kohdata joissakin kannattajaryhmissä vähemmän kuin muualla jalkapallokatsomisen yhteydessä.

*Asiasanat: jalkapallo, kannattajat, naiset, kokemukset*

## ABSTRACT

Liljander, S., Salmikangas, A-K. & Szerovay, M. 2024.  
Women as supporters of men's football: a case study  
of Seinäjoen Jalkapallokerho's supporter group Klopit.  
Liikunta & Tiede 61 (1), 96-104.

Supporting football has been perceived as a manly activity yet the studies in 2010's have highlighted the role of women in the phenomenon. However, the topic has not yet been studied in Finland. The purpose of this phenomenological-hermeneutical case study is to examine what kind of experiences do the women in supporter group Klopit of Veikkausliiga team Seinäjoen Jalkapallokerho (SJK) have on supporting football. The research data consists of theme interviews (n=7) carried out in spring and summer 2021 and of participation observation from SJK's home match in spring 2022. The data was analysed with theory-guided content analysis utilising inter alia the spectator identity taxonomy of Richard Giulianotti.

The experiences of the participants of the study were positive. Firstly, the women had socialized into Klopit either through socialization agents or via their own initiative. Contrary to previous research, this study found that family members did not have a significant role in socialization. Secondly, they identified as Klopit and/or supporters without the prefix of female, which can create a view of women as inauthentic when compared to men. In addition, the social Kloppi-identity was constructed by differentiating from other spectators of SJK.

Thirdly, Klopit was an open and equal community in which the loud supporter behavior was guided by self-regulatory unwritten rules. The result indicates that supporting football can be equal and well-mannered in groups that are guided by monitored norms. Fourthly, the women had encountered gendered assumptions related to spectating football mostly outside of Klopit. According to the result and contrary to previous research, these kind of assumptions can be encountered less in some supporter groups in relation to elsewhere when spectating football.

*Keywords: football, supporters, women, experiences*

## JOHDANTO

Jalkapallo on 2020-luvulla maailman katsotuin urheilulaji miesten ja naisten keskuudessa (Nielsen Sports 2022, 3), ja Suomessa se on toiseksi suosituin paikan päällä katsottu laji jääkiekon jälkeen (Mäkinen ym. 2018, 32). Miehet katsovat urheilua, mukaan lukien jalkapalloa, tapahtumapaikalla naisia enemmän kaikissa eurooppalaisissa maissa (Lagaert & Roose 2018). 2010-luvulla naisia oli keski- ja pohjoiseurooppalaisissa jalkapallokatsomoissa 10–30 prosenttia (Radmann & Hedenborg 2018, 242). Suomessakin jalkapallon katsominen paikan päällä on sukupuolistunut eli eri sukupuolille erilaisena ilmenevä ilmiö useiden muiden palloilulajien tapaan, sillä jalkapalloa katsoi paikan päällä vuonna 2018 ainakin kerran 526 600 suomalaista, joista 31 prosenttia oli naisia. Luku on samankaltainen verrattuna jääkiekkoon (34 %) ja koripalloon (33 %). (Mäkinen ym. 2018, 32–33.) Jalkapallon korkeimman kansallisen miesten sarjataso eli Veikkausliigan katsojamäärä ei liene tilastoitu sukupuolittain.

Sukupuolistuneisuutta selittää kansainvälisesti ainakin historiallinen käsitys urheilun katsomisesta miehisenä toimintana ja katsomoista naisille sopimattomina tiloina. Naisten ulossulkemisella urheilusta on yhteys sukupuolten sosiokulttuuriseen erotteluun. Brittiläisen jalkapallon kehittyessä ja levitessä 1800-luvun puolivälistä alkaen saarivaltiossa vallitsi viktoriaanisen ajan (1837–1901) sukupuolikäsitys, jossa naisuus yhdistettiin luontoon, kodin yksityiseen piiriin ja äitiyteen, kun taas mieheys liitettiin kulttuuriin ja julkiselämään. Urheilu, jalkapallo mukaan lukien, nähtiin miehisen ylivallan näyttämönä, johon naiset eivät kuuluneet.

Erottelen purkamiseen pyrki Isossa-Britanniassa 1960- ja 1970-luvuilla naisten sosiaalista ja kulttuurista vapautumista ajanut feministinen aktivismi, ja 1990-luvulla alkaneelta jälkifeministiseltä ajalta lähtien naisten ja tyttöjen on ollut mahdollista kontrolloida elämäänsä entistä vapaammin. (Pope 2017, 40–41; 83–84.) Jalkapalloon heijastunut yhteiskunnallinen kehitys on tehnyt paikan päällä katsomisesta naisille aiempaa houkuttelevampaa. Katsomot ovat naisistuneet 1990-luvulta alkaen naisten yhteiskunnallisen vapautumisen, jalkapallon kaupallistumisen (Mintert & Pfister 2015; Pope 2017, 19–20; Antonowicz ym. 2021, 1183) ja katsomoiden keskiloikkaistumisen vaikutuksesta (Ben-Porat 2018, 883). Ottelutapahtumista on myös tullut aiempaa turvallisempia (Nevala 2012, 251).

Naisten määrä etenkin Euroopan suurten jalkapallosarjojen katsomoissa näyttää olevan kasvussa (Pfister ym. 2013, 864; Radmann & Hedenborg 2018, 246; Scholtz 2020, 1803). Naisten mahdollisuus katsoa jalkapalloa paikan päällä ei kuitenkaan ole kaikkialla itsestäänselvää. Yhteiskunnan tasa-arvoisuudella on havaittu yhteys naisten ja miesten katsojalukujen välisen eron suuruuteen (Lagaert & Roose 2018). Eurooppalaisissa maissa naiset voivat katsoa jalkapalloa paikan päällä, mutta esimerkiksi joissakin Lähi-Idän maissa urheilun katsominen on edelleen sukupuolistuneesti säänneltyä. Merkkejä sääntelyn purkamisesta on kuitenkin nähtävissä, sillä Qatarissa jalkapallo oli ensimmäinen ammattitason laji, jota naiset ovat päässeet katsomaan paikan päälle (Theodorakis ym. 2017, 104).

Jalkapallon katsojatutkimuksen kiintopisteinä on ollut kannattaminen, jota on tutkittu 1960-luvulta lähtien historiallisista, taloudellisista, sosiologisista, psykologisista ja kulttuurisista lähtökohdista (Radmann & Hedenborg 2018, 241). Kannattajatutkimuksen kehyksenä olevaa liikuntatieteellistä tutkimusta on pitkään leimannut ukonvirtainen (eng. malestream, O'Brien

1981) lähestymistapa, joka on yhdistänyt urheilun katsomisen miehiin. Kannattamista on pidetty luonnollisesti ja itsestäänselvästi miehisenä kenttänä, mitä ei ole juurikaan kyseenalaistettu akateemisissa kirjallisuudessa tai julkisessa keskustelussa (Jones 2008, 517; Lenneis & Pfister 2015, 157–158).

Naisten rooli kannattajina on huomioitu tutkimuksessa vasta myöhään 2000-luvulla. Miesten jalkapalloa kannattavia naisia on tutkittu enenevästi, mutta suhteessa miehiin edelleen vähän. Aihetta on tutkittu kansainvälisessä tutkimuksessa seurajalkapallon näkökulmasta esimerkiksi seksismien (Jones 2008; Erhart 2011; Pfister ym. 2013; Lenneis & Pfister 2015; Pitti 2019), identiteetin ja joukkueeseen samaistumisen (Jones 2008; Parry ym. 2014) sekä socialisaation näkökulmista (Parry ym. 2014; Radmann & Hedenborg 2018).

Suomalaisen jalkapallon kannattajatutkimus on niin ikään keskittynyt miesten seurajalkapalloon. Aihetta on tutkittu Vaasan Palloseuran kannattajaksi valikoitumisen ja identiteetin (Autio 2018) sekä FutisForum<sup>2</sup>-keskustelupalstan kielenkäytön (Lindberg 2017) ja siellä ilmenevien suomalaisen jalkapallokannattajuuden arvojen, merkitysten ja päämäärien (Kananen 2019) näkökulmista. Suomen Palloliiton strategiakauden 2020–2024 tavoitteena on kasvattaa naisten osuutta jalkapallopöytäroolien eri rooleissa, myös kannattajina (Suomen Palloliitto 2020), ja naisten kokemuksia tutkimalla on mahdollista saada tavoitetta palvelevaa tietoa. Suomalaisen jalkapallon kannattajatutkimuksessa sukupuolinäkökulma on kuitenkin pitkälti ohitettu ja naisten kokemukset ovat jääneet näkymättömiksi. Tämä artikkeli täyttää kyseistä kannattajatutkimuksen aukkoa.

Tutkimustehtävämme on selvittää, millaisia kokemuksia Seinäjoen Jalkapallokokerhon kannattajaryhmä Kloppeihin kuuluvilla naisilla on jalkapallokannattamisesta. Tehtävää tarkentaa neljä tutkimuskysymystä: 1. Miten naiset ovat sosiaalistuneet Kloppeihin? 2. Millaisena naiset käsittävät jalkapallon katsojaidentiteettinsä? 3. Millaista naisten kannattajakäyttäytymistä on Klopeissa? ja 4. Millaisia sukupuolistuneita oletuksia naiset ovat kohdanneet jalkapallokannattamisen yhteydessä? Tutkimustehtävää pohjustaaksemme esittelemme jalkapallokatsojia kuvaavia käsitteitä ja kannattajatoiminnan sukupuolistuneisuutta, jotka muodostavat tutkimuksen viitekehyksen.

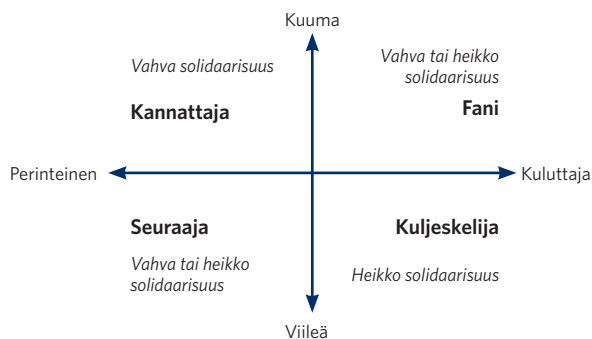
## TUTKIMUKSEN VIITEKEHYS

Liikuntasosiologisessa tutkimuksessa jalkapallon katsojia on käsitteellistetty eri tavoin. Katsojakäsitteiden yhteydessä on puhuttu usein identiteetistä, jonka sosiologi **Erving Goffman** jakaa persoonallisen, sosiaalisen ja egon osatekijöihin. Näistä ensimmäinen kuvaa yksilön pysyvää käsitystä itsestään, toinen viittaa mahdollisesti tilapäiseen ryhmiin tai yhteisöihin samastumiseen ja kolmas merkitsee mahdollisuutta valita tilanteeseen sopiva identiteetti. (Goffman 1986.)

**Richard Giulianotti** katsojaidentiteettityypittelyä vuodelta 2002 voi jäsentää Goffmanin identiteettijaottelun näkökulmasta. Tyypittely on yksi käytetyimmistä jalkapallon katsojakäsitteistä (mm. Jones 2008; Ben-Porat 2009; Pope 2011; Pfister ym. 2013; Scholz 2020). Luokittelussa katsoja on yläkäsite neljälle katsojaidentiteetin ideaalityypille, joita ovat kannattajat (supporters), seuraajat (followers), fanit (fans) ja flanöörit (flâneurs) eli kuljeskelijat. Taksonomian lähtökohdista on jalkapallon kaupallistuminen ja seurukset. (Giulianotti 2002.) Giulianotti näkee ideaalityypit persoonallisen identiteetin tapaan melko pysyvinä ja toisaalta määrittelee ne seuraan samastumisen perusteella, mikä viittaa identiteetin sosiaaliseen osatekijään. Egon tapaan yksilöllä voidaan

kuitenkin nähdä olevan mahdollisuus valita tilanteeseen sopiva katsojaidentiteetti.

Giulianotti (2002) tyypittelyä mukailevassa kuvassa 1 vaak-akseli perinteinen–kuluttaja viittaa katsojan panostukseen seuraan kohtaan. Perinteiset katsojat sitoutuvat paikalliseen seuraan pitkäaikaisesti, kun taas kuluttajakatsojia määrittää markkinaorientoituneisuus, kuten seuratuotteiden kuluttaminen. Pystyakseli, katsojaidentiteetin kuumuus tai viileys, sen sijaan heijastaa seuraidentifikaatiota eli seuran roolia yksilön minäprojektissa. Lisäksi akseli kertoo katsomistavasta: kuumat katsojat ovat paikan päällä, kun taas viileät katsojat seuraavat jalkapalloa teknologiavälitteisesti. Ylä- ja alakulmiin merkitty solidaarisuus puolestaan kuvaa seuran ja katsojan välistä yhteyttä, jonka heikko muoto merkitsee yhteyden henkilöitymistä yksilöihin, kuten pelaajaan tai valmentajaan, ja vahva muoto viittaa yhteyden ideologiseen rakentumiseen esimerkiksi seurahistorian ja poliittisten kytkösten perusteella. (Giulianotti 2002, 31.)



**Kuva 1.** Jalkapallon katsojaidentiteetit Giulianottia (2002, 31) mukailleen.

Ensimmäinen neljästä katsojaidentiteetistä on perinteisen kategorian kuuma katsoja eli kannattaja, joka tukee yhtä, yleensä kotikaupunkinsa seuraan uskollisesti paikan päällä. Kannattajan identifioituminen seuraan on voimakasta ja sitoutuminen pitkäaikaista sekä tunteellista. Kannatettavan seuran vaihtaminen on mahdotonta, ja kannattajayhteisöjen sisällä arvostetaan heikosti menestyvän joukkueen tukemisesta karttuvaa alakulttuurista pääomaa. Pelipäivät ovat kannattajille juhlallisia erilaisine rituaaliseen ja chäntteineen eli kannatuslauluineen. Fyysiset lajiympäristöt, kuten kotistadion, ovat kannattajien seuraidentifikaation pyhättöjä, joilla otetaan kantaa erilaisiin jalkapalloa koskeviin poliittisiin ja yhteiskunnallisiin ilmiöihin.

Toisena identiteettinä on seuraaja, perinteisen kategorian viileä katsoja, joka seuraa eri pelaajia, valmentajia ja joukkueita. Hän tuntee seurojen historiaa, seuraa kiinnostuksen kohteitaan viileän etäisesti median välityksellä ja katsoo otteluita teknologiavälitteisesti. Seuraajalla voi olla sisäkkäisiä identiteettejä, eli hän voi tuntea identifioituvansa useaan eri seuraan, ja solidaarisuus joukkuetta kohtaan voi olla ohutta tai vahvaa. Fyysisillä lajiympäristöillä ei ole seuraajalle yhtä symbolista merkitystä kuin kannattajalle. (Giulianotti 2002, 33–36.)

Tyypittelyn kolmantena identiteettinä on kuluttajakategorian kuuma fani, joka on kiintynyt seuraan tai tiettyihin pelaajiin ja jolle voimakas seuraidentifikaatio on tärkeä osa minuutta. Suhde seuraan on kuitenkin etäisempi kuin esimerkiksi kannattajalla ja kiintymystä määrittää kaupallisuus sekä fanituskohteeseen liittyvien oheistuotteiden kuluttaminen. Seuraajalle ja kannattajalle epätyypillisesti fanituksessa olennaista on jalkapallotuotteen laatu eli esimerkiksi menestys ja trendikkyys.

Fanin solidaarisuus seuraa kohtaan voi olla seuraajan tapaan ohutta tai vahvaa. Ohuissa muodoissa fanitettava seura saattaa vaihtua, jos seurajohto ei täytä fanin menestysodotuksia, jolloin vahvaa solidaarisuutta edustavat fanit voivat puolestaan aktivoitua kritisoimaan johtoa. Kannattajista poiketen fanit tukevat seuraansa usein etäältä, mutta fanin kulutustottumukset voivat kannattajan tavoin kallistua rituaalisuuteen.

Neljäs identiteetti on toinen kuluttajakategorian katsoja, viileä kuljeskelija, jonka solidaarisuus on heikkoa, sillä suhde eri seuroihin on ulkopuolinen, jopa puolueeton. Giulianottiin mukaan keskiluokkaisen kuljeskelijan kartuttamat pääomat mahdollistavat jalkapalloelämysten keräilyä, joka tapahtuu pelin taktisia hienouksia arvostaen. Kuljeskelijan identiteetti rakentuu lähinnä teknologiavälitteisesti. (Giulianotti 2002, 36–40.)

Giulianottiin tyypittely soveltuu jalkapallon katsomisen tapojen ja tyylien analysoimiseen, vaikka se on yli 20 vuotta vanha. Hänen tapansa käsitämme katsojan muiden identiteettien yläkäsitteeksi niin, että kannattajat ovat katsojia, mutta kaikki katsojat eivät ole kannattajia. Tässä tutkimuksessa olemme kiinnostuneita paikan päällä jalkapalloa katsovista kannattajista, jotka ovat järjestäytyneet kannattajaryhmiksi. Näiden ryhmien on nähty toimivan yhteisöjen tapaan eli jäsentensä toimintaa ohjaten ja säädellen (Erhart 2011; Lenneis & Pfister 2015; Pitti 2019; ks. Aro & Jokivuori 2014, 84). Kannattajaryhmien yhteisöllisyys on yhteisöjen tapaan peräisin jäsenten yhteistoiminnasta ja yhteisistä kiinnostuksen kohteista (ks. Baumann 1997, 92).

Miesten seurajalkapallon kannattajaryhmiin keskittynyt tutkimus on osoittanut kannattamiskokemusten olevan sukupuolistuneita, eli jalkapallokannattaminen on ilmennyt erilaisena naisille ja miehille (Jones 2008; Pitti 2019; Antonowicz ym. 2021). Sukupuolistuneisuuden on nähty juontuvan ryhmässä vallitsevasta sukupuolijärjestyksestä, joka kuvaa australialais-sosiologi Raewyn Connellin (1987) mukaan eri sukupuolten välisiä ja sisäisiä, sosiaalisesti ja historiallisesti rakentuneita valtasuhteita.

Useiden kannattajaryhmien käytännöt ovat seurausta miehisestä sukupuolijärjestyksestä. Pfister ja kumppanit (2013, 858) ovat kuvailleet joissakin kannattajaryhmissä vallitsevaa sukupuolijärjestyksestä jalkapallomaskuliiniseksi, joka on kärjistyimmässä muodossaan käyttäytymisen ja olemisen tapa, jossa korostetaan miesten valta-asemaa, heteroseksuaalisuutta ja kielteisten tunteiden näyttämistä jalkapallon yhteydessä. Samalla naiset alennetaan seksuaaliseksi objekteiksi esimerkiksi chänteissä. (Pfister ym. 2013, 858.)

Kannattajaryhmässä vallitseva sukupuolijärjestys vaikuttaa käsitykseen autenttisuudesta kannattajasta. Autenttisuus voidaan nähdä kokoelmana sosiaalisesti määrittyviä ihanteellisia ominaisuuksia, joihin yksilön piirteitä verrataan (Guignon 2008). Eurooppalaisessa kehyksessä autenttisen jalkapallokannattajan ominaisuuksina on pidetty työväenluokkaisuutta, valkoihoisuutta ja kattavaa jalkapallotietämystä (Giulianotti 2002, 27; Jones 2008, 517). Autenttisen kannattajan on nähty olevan heteroseksuaalinen mies, joka esittää katsomossa sopivaa maskuliinisuutta. Naisuus ja feminiinisyys sen sijaan on liitetty epäautenttisuuteen. (Heinonen 2005, 52; Jones 2008, 520; Erhart 2011, 94; Pfister ym. 2013, 858; Lenneis & Pfister 2015, 160; Pitti 2019, 326.)

Jalkapallon kannattajaryhmien jalkapallomaskuliininen sukupuolijärjestys ja sukupuolistunut autenttisuuskäsitys ovat luoneet alustan epätasa-arvoistavalle toiminnalle, kuten seksismille, joka on henkilön väheksymistä, syrjimistä tai alistamista sukupuolen perusteella. Seksismi on ilmennyt kannattajaryh-

missä kannattajakäyttäytymisen tapoina, naisiin kohdistuvina oletuksina ja ulossulkemisen käytäntöinä. Ensinnäkin Englannissa seksismi on näkynyt kannattajakäyttäytymisessä, jossa miespelaajia haukuttiin seksistisesti yhdistämällä heidät naiseuteen, joka liitettiin heikkouteen, kykenemättömyyteen ja pelkuruuteen (Jones 2008, 521).

Toiseksi tanskalaiset naiset ovat kohdanneet seksistisiä oletuksia, joiden mukaan naiset tulevat katsomoihin kumppanin etsimisen tai pelaajien ihastelemisen vuoksi. Lisäksi naiset on nähty kykenemättöminä ymmärtämään pelin taktisia yksityiskohtia. Näissä ennakkoluuloissa naiset eivät näyttäytyä autenttisina jalkapallokannattajina, vaan pseudokannattajina, joille peli ja kannattaminen on toissijaista muihin katsomoon tulemisen motiiveihin nähden. (Lenneis & Pfister 2015, 168–169.) Kolmas seksismin muoto on ollut naisten ulossulkeminen kannattajaryhmistä tai ryhmän tietyistä rooleista. Ruotsissa ja Tanskassa joihinkin kannattajaryhmiin ei ole hyväksytty naisia tai heitä ei ole toivotettu tervetulleiksi samalla tavalla kuin miehiä (Pfister ym. 2013; Radmann & Hedenborg 2018). Naisilta on vaadittu autenttisuuden, jalkapallotietämyksen ja jalkapalloa kohtaan tunnetun rakkauden osoittamista ryhmän jäsenyyttä vastaan (Radmann & Hedenborg 2018, 246–249). Italialais- ja puolalaistutkimusten mukaan useat ultraryhmät eli erityisen järjestäytyneet ja omistautuneet kannattajaryhmät hyväksyvät naiset joukkoonsa tietyin varauksin: naisten läsnäolo ei saa häiritä perinteiden toteuttamista tai uhata miesten valta-asemaa yhteisön hierarkiassa (Pitti 2019, 323; Antonowicz ym. 2021, 1183).

Naiset ovat reagoineet kokemaansa seksismiin eri tavoin sukupuolistrategioilla, jotka kuvaavat sukupuolen sopeuttamista tai suhteuttamista sukupuolistuneen sosiaalisen toiminnan alueella (Jones 2008, 516). Sukupuolistrategioilla voidaan sopeuttaa omaa toimintaa esimerkiksi maskuliiniseen toimintaympäristöön. Jalkapallokannattamisen yhteydessä naiset ovat käyttäneet näitä strategioita vastataksaan kannattamisen yhteydessä kohtaamaansa seksismiin. Osa naisista on trivialisoitunut eli arkipäiväistänyt tai luonnollistanut seksismiä ja he ovat jopa osallistuneet seksistisiin käytäntöihin (Jones 2008; Lenneis & Pfister 2015; Pitti 2019). Toisaalta osa naisista on ryhtynyt vastarintana toimiin seksismiä vastaan, mikä on ilmennyt vain naisille tarkoitettujen kannattajaryhmien perustamisena ainakin Turkissa (Erhart 2011) ja Tanskassa (Lenneis & Pfister 2015).

## TUTKIMUSMENETELMÄ JA -AINEISTO

Tutkimus asemoitui feministiseen tieteenfilosofiaan, jonka mukaisessa tiedontuotannossa huomioidaan sukupuolen, tiedon ja vallan kytkökset sekä tutkijan ja tiedon paikantuneisuus tieteenalan tai -alojen käytäntöihin (Liljeström 2021, 7). Artikkelin kirjoittajina paikannumme liikuntasosiologiseen tutkimukseen, joten ymmärrämme esimerkiksi käsitteet liikuntatieteiden ja sosiologian näkökulmista. Tutkimuksen ontologis-epistemologisenä katsantokantana oli feministinen sosiaalinen konstruktionismi. Sosiaalisen konstruktionismin mukaan ihmisten sosiaalisissa tilanteissa käyttämä kieli tuottaa sosiaalista todellisuutta (Lock & Strong 2010, 6–7). Lähestymistavan mukaan jalkapallokannattamiseen liitetyt merkitykset rakentuvat kielenkäytössä. Feministinen näkökulma sosiaaliseen konstruktionismiin näkyy kriittisyydessä sukupuolistuneisiin kielenkäyttötapoihin kannattajatutkimuksessa ja kannattajiin liittyvässä arkipuheessa.

Tutkimusmenetelmä oli fenomenologis-hermeneuttinen tapaustutkimus, jonka mukaan tulkinta ja ymmärtäminen ovat tietämisen lähtökohdita (Laine 2001, 26). Ne ovat lähtöisin ihmisestä, jonka käsitämme yhteisöllisenä ja jatkuvasti kokemuksiaan merkityksellistävänä toimijana. Tutkimus nojasi aikaisempien tutkimusten tapaan sosiaaliseen sukupuolikäsitykseen, joka lähestyy yhteiskunnallisia ilmiöitä sukupuolen näkökulmasta (esim. Jones 2008; Erhart 2011; Pope 2011; Lenneis & Pfister 2015; Pitti 2019). Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena, sillä kannattajaryhmään tutustuminen oli olennaista kokemusten syvässä tulkinna ja ymmärtämisessä.

Seinäjoen Jalkapallokerhoa kannattava Klopit valittiin tutkimuksen kohdejoukoksi yhdeksälle veikkausliigajoukkueen kannattajaryhmälle lähetetyn, sukupuolijakaumaa tiedustelleen sähköpostin perusteella. Neljässä vastanneessa ryhmässä naisia oli keskimäärin 18 prosenttia. Klopeissa oli noin 40 naista 200 aktiivisen kannattajan joukossa, eli arvioitu naisten osuus oli 20 prosenttia – lukema ei eronnut merkittävästi muista vastanneista ryhmistä. Klopit valittiin tutkittavaksi, koska ryhmästä oli mahdollista rekrytoida riittävästi osallistujia. OmaSp Stadionin Kannattajapäädystä kannattava, yhdistysrekisteriin kuulumaton Klopit kuuluu SJK Kannattajiin, joka käsittää myös pääkatsomossa paikkaa pitävän SJK Naiskatsomon ja itäpäädyn junioripäädyn.

Tutkimukseen osallistui seitsemän iältään 31–54-vuotiaasta naista, joille annettiin salanimet, eli he eivät esiintyneet tutkimuksessa omilla nimillään (Anne; Laura; Sari; Riikka; Suvi; Katariina; Jenni). He voivat silti olla Kloppeiden sisällä tunnistettavissa aineistosta kokemustensa perusteella, mistä keskusteltiin osallistujien kanssa. Heiltä pyydettiin nimenomainen suostumus henkilötietojen julkaisuun tutkimustuloksia raportoitessa, vaikka oikeita nimiä ei julkaistakaan. Tutkimuksessa noudatettiin suomalaisen tiedeyhteisön ja sen tutkimuksen eettisyyttä ylläpitävän Tutkimuseettisen neuvottelukunnan määrittelemiä hyvän tieteellisen käytännön ohjeita (TENK 2023).

Kaksiosaisen aineiston muodostivat seitsemän teemahaastattelua, jotka toteutettiin videohaastatteluina kevään ja kesän 2021 aikana sekä kaksi havainnointikertaa, joista ensimmäinen oli esiyymmärrystä rakentava pilottihavainnointi lokakuussa 2021 Veikkausliigan ylempien loppusarjan ottelussa HJK–SJK ja toinen Seinäjoella huhtikuussa 2022 SJK:n Veikkausliigan avausottelussa HIFK:ta vastaan. Haastattelurunko rakennettiin neljästä aikaisempaan jalkapallon kannattajatutkimukseen perustuvasta teemasta. Havainnointiaineisto pohjautui toiseen havainnointikertaan, joka toteutettiin osallistuvana havainnointina Kloppeiden joukossa.

Litteroitu haastatteluaineisto analysoitiin teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä, jossa vuorottelivat fenomenologisesti aineistolähtöisyys ja hermeneuttisesti aikaisempi tutkimus, kuten Giulianotti (2002) taksonomia. Analyysin vaiheina olivat alkuperäisilmaisujen pelkistäminen, tematisointi ja käsitteellistäminen Tuomen ja Sarajärven (2018) mallia soveltaen. Taivoitteena oli muodostaa tutkimukseen osallistujien kokemuksia tulkien mahdollisimman tarkkoja pääteemaa kuvaavia ylä- ja alateemoja (taulukko 1).

Taulukossa 1 ei havainnollisteta neljättä yläteemaa, koska sillä ei ollut alateemoja. Haastattelemalla saatiin tietoa kaikkiin yläteemoihin. Havainnointiaineistoa hyödynnettiin lähinnä kannattajakäyttäytymisen kohdalla, joka oli ainoa yläteema, josta voitiin saada tietoa Kloppeja havainnoimalla. Analyysin perusteella muodostetut yläteemat kuvasivat yhteneväisyyksiä

**Taulukko 1. Haastatteluaineiston teoriaohjaava sisällönanalyysi.**

<p>”Se oli sellanen hivuttautumistaktiikka, et mä kävin muutaman SJK:n pelin kattomassa kauden 2011 lopussa, silloin olin Keskus kentällä aurinkokatsomon puolella. SJK nousi Ykköseen sen kauden päätteeks. Sitte ku pelattiin Ykköstä, niin mun kaverin kans menttiin sinne, et ei, nyt mennään kyllä tonne kannattajakatsomon puolelle. Me ruvettiin pikku hiljaa hivuttautumaan peli peliiltä lähemmäs Kloppeja.”</p>	<p>SJK:n noustua Ykköseen henkilö hakeutui kaverinsa kanssa hiljalleen Kannattajapäättyyn ja Kloppeihin.</p>	<p>Oma aloitteellisuus</p>	<p>Kloppeihin sosiaalistuminen: ajautuen ja päätyen tai hakeutuen</p>
<p>” – siinä on se, että kun ei meillä puhuta naiskannattajista. Et meil ei sitä eritellä ollenkaan, et me nyt ollaan vaan kaikki Kloppeja, ollaan me sit naisia tai miehiä.</p>	<p>Klopeissa ei puhuta naiskannattajista ja sukupuolta ei eritellä. Kaikki ovat Kloppeja.</p>	<p>Naiskannattaja -käsitteen ongelmallisuus</p>	<p>Katsojaidentiteetit: kannattajia ja Kloppeja</p>
<p>”No jotenki ku siinä ollaan sen saman asian ääres, ni siinä on helppo kokee yhteenkuuluvuuden tunnetta. Ja justiin se on myöski mun mielestä tärkeä asia, että vaikka Kloppeihin-päähän tulis kuka tahansa uus ihminen, niin kaikki on heti osa sitä porukkaa. Eikä mitenkään sillä lailla varmasti koe, että jotenki katottais kieron, että kukas tänne nyt tuli, vaan kaikki ottaa tääl tosi avoimesti vastaan.”</p>	<p>Yhteisen kiinnostuksen-kohteen takia koetaan yhteenkuuluvuuden tunnetta. Kannattajapäädystä otetaan avoimesti kaikki osaksi porukkaa.</p>	<p>Toimintaympäristönä avoin ja yhdenvertainen yhteisö</p>	<p>Kannattajakäyttäytyminen: yhdenvertaisesti, hyväkäytöksisesti ja äänekkäästi</p>

osallistujien kokemuksissa, kun taas erot näkyivät alateemoissa. Tulosten esittelyyn valitut aineistolainaukset edustavat parhaiten koko aineistoa, eli usealla tutkimukseen osallistuneella oli samankaltaisia kokemuksia tai näkemyksiä.

## TULOKSET

Tutkimustulokset rakentuvat neljästä yläteemasta, joista kolmella on alateemoja. Seuraavaksi esittelemämme teemat vastaavat neljään sosiaalistumista, katsojaidentiteettejä, kannattajakäyttäytymistä ja sukupuolistuneita oletuksia koskevaan tutkimuskysymykseen.

### Kloppeihin sosiaalistuminen

Jalkapallokannattajaksi sosiaalistuminen merkitsee kannattajaryhmien yhteydessä ryhmän jäseneksi tulemisesta, sen normiston sisäistämistä ja mahdollisesti ryhmän käytäntöjen muuttamisesta (Giulianotti 2002, 34; ks. Antikainen 1998). Paikallisen seuran kannattajaksi tuleminen avaintapahtuma on yleensä ottelun katsominen paikan päällä, sillä katsoja voi muuttua kiinnostuneesta tarkkailijasta fanaattisen yleisön osaksi, kun katsomossa koetut tunteet vahvistavat suhdetta seuraan (Pfister ym. 2018, 227). Perhe, ystävät ja tuttavat ovat yleisimpiä jalkapallokannattamiseen sosiaalistumista edesauttavia henkilöitä eli sosialisatioagentteja, jotka ovat jo jonkin seuran kannattajia (Giulianotti 2002, 34; Heinonen 2005, 56; Parry ym. 2014, 253; Pfister ym. 2013, 861; Pfister ym. 2018, 222).

Tutkimukseen osallistuneet sosiaalistuivat Kloppeihin joko sosialisatioagenttien avulla tai oman aloitteellisuuden myötä. Naisista viisi (Sari, Riikka, Suvi, Katariina ja Jenni) oli sosiaalistunut kannattajaryhmään sosialisatioagenttien kautta. Yleisimpiä sosialisatioagentteja olivat naisten miehet, ystävät ja tutut, jotka olivat jo Kloppeja. Suurin osa naisista kuvaili tätä prosessia joko päättymisen tai ajautumisen sanoilla:

”Sit vaan rupes aina välillä käymään peleissä, ja siellä oli tosiaan Kloppeis jo vanhoja tuttuja aika paljon. Niin sitten jotenki ajautu sinne.” (Riikka)

Laura ja Anne puolestaan kuvailivat hakeutuneensa oma-aloitteisesti kannattajapäättyyn ihmisen kanssa, joka ei vielä ollut mukana Klopeissa. Sosiaalistumistapoja yhdistävästi päättyyn ei menty yksin – kannattajien joukkoon meneminen voi tuntua helpommalta yhdessä toisen ihmisen kanssa kuin itsekseen (ks. Pfister ym. 2018).

Puolisojen ja ystävien rooli kannattamiseen sosiaalistajina oli samankaltainen kuin Isosta-Britanniasta (Parry ym. 2014), Tanskasta (Pfister ym. 2013; Pfister ym. 2018; Lenneis & Pfister 2015) ja Ruotsista (Radmann & Hedenborg 2018) saaduissa tuloksissa. Kloppeihin sosiaalistuminen kuitenkin erosi aikaisempiin tuloksiin nähden siinä, että naisten vanhemmat eivät olleet sosialisatioagentteja (vrt. Parry ym. 2014, 253; Pfister ym. 2013, 861; Lenneis & Pfister 2015, 222), mitä selittää ainakin SJK:n nuori ikä. Seura on perustettu yhdistämällä TP-Seinäjoki ja Sepsi-78 vuonna 2007, eli sillä ei vielä ole monta sukupolvea ylittävää kannattajahistoriaa, vaikka Klopeissa onkin kahden vanhan seuran kannattajia ja siten pitkäaikaista kannattajuutta.

### Katsojaidentiteetit

Tutkimukseen osallistuneet olivat katsojaidentiteeteiltään kannattajia ja Kloppeja. Katsojaidentiteetit paikantuivat Giulianotin taksonomiassa kannattajuuteen, koska suhde SJK:hon oli sitoutunut ja aktiivinen. Sitoutuneisuudesta kertoivat seuran ikään nähden pitkät kannattajaurat, sillä pisimpään mukana ollut oli Kloppeiden jäsen jo vuodesta 2009 alkaen ja lyhyimmän aikaa kannattanut liittyi ryhmään vuonna 2015. Katsomistotumukset kertoivat aktiivisuudesta, sillä lähes kaikki kävivät jokaisessa kotiottelussa ja suurin osa osallistui vierasotteluihin satunnaisesti. Naiset identifioituivat omien määritelmien mukaan kannattajiksi ja Kloppeiksi. Kannattajaksi identifioituminen kuvasi identiteetin persoonallista osatekijää, kun taas Klopiksi identifioituminen kuvasi sosiaalista identiteettiä. Toisaalta kloppius oli pysyvää, mikä viittaa persoonalliseen identiteettiin. Kannattaja-sana kuvasi Kloppeiden toimintaa osuvimmin:

*”Kyl se kannattaja kuvaa nimenomaan sitä jotenki eniten. Mun mielestä fani on jotenki vähän, se on vähän outo sana. Tai se tuntuu jotenki kevyeltä tai sellaselta, et se ei tekis tehtäväänsä siellä katsomossa, jos se on vaa joku fani.”* (Laura)

Tutkimukseen osallistujien käsitykset kannattajasta vastasivat Giulianottin (2002) määrittelyä, mutta katsojakäsitteet voidaan ymmärtää myös eri tavoin. Toisinaan tutkijat (Heinonen 2005, 29–30) tai tutkimukseen osallistuvat (Pope 2011, 8) käsitteävät kannattajuuden faniutta miedompänä identiteettinä ja jalkapallon katsomisen tapana.

Naisten katsojaidentiteettejä määritti kaksi alateemaa: naiskannattaja-käsitteen ongelmallisuus ja eronteko muihin SJK:n katsojaryhmiin. Jos kannattajuus ja kloppius kuvasivat sitä, mitä naiset olivat, niin alateemoissa kuvatuilla ulottuvuuksilla naiset määrittelivät, mitä he eivät olleet. Kannattajat eivät toivoneet itsestään puhuttavan naiskannattajina, koska sana ei kuulunut arjen kielenkäyttötapaan ja koska Klopeissa sukupuolella ei nähty olevan merkitystä:

*”Mä en koe, miksi pitäis sanoa naiskannattaja. Se tulee varmaan aika paljon Klopeista, ku kaikki me siellä ollaan samanarvosia ja samalla viivalla. Eikä siellä koe mitenkään, että olis sukupuolella mikään merkitys. Ja ihan samanlaista mun kannattaminen on ku kaikkien muidenkin, oli ne sitten miehiä tai naisia, et mä en tiä, miks pitäis alleviivata sukupuolta täs asias.”* (Katariina)

*”Meil ei sitä eritellä ollenkaan, et me nyt ollaan vain kaikki Kloppeja, ollaan me sit naisia tai miehiä. Meillä ei puhuta naiskannattajista ollenkaan. – Se on mun mielest ainoa, mitä mä nyt keksin, kun meillä ei koskaan puhuta, että naiskannattajat sitä, naiskannattajat tätä, koska me ollaan kaikki Kloppeja ja ei eritellä sukupuolta.”* (Sari)

Kansainvälisessä tutkimuksessa on puhuttu jalkapallon naiskannattajista (female football supporters) ja suomalaisessa tutkimuksessa naiskatsojista, mutta tällaista sukupuolen merkitsemistä ei liene aikaisemmin kyseenalaistettu (vrt. Jones 2008; Pope 2011; Pfister ym. 2013; Lenneis & Pfister 2015; Jansson & Rosendahl 2016; Pitti 2019). Sukupuolen merkitseminen nais- tai miesetuliitteellä liittyy piilosukupuolisuuteen, joka kuvaa lähtökohtaisesti sukupuolineutraalien ihmisen nimitysten mielleyhtymällistä sivumerkitystä tietyistä sukupuolesta (Engelberg 2016, 21).

Naiskannattajista puhuminen voi siis viitata kannattajien lähtökohtaiseen miessukupuoleen ja luoda käsityksen naisista pseudokannattajina, joiden toiminta eroaa perinteisestä kannattamisesta ja on siten epäautenttista. Etuliitteen käyttö ei sopinut Kloppeihin, sillä esimerkiksi Suvin mukaan naisten ja miesten erottelu on epätarkoituksenmukaista, koska naiset eivät eroa kannattajina miehistä mitenkään. Suvi kuitenkin pohdi, että etuliitteen käyttö ei sikäli ole väärin, että he ovat naisia. Tulkitsimme osallistujien kokemuksista, että naiseutta ei haluttu korostaa kielenkäytössä, mutta sitä ei ollut tarpeen häivyttää esimerkiksi katsomossa.

Katariinan ja Sarin sitaattien mukaan ryhmässä ei eritellä sukupuolta ja kaikki ovat Kloppeja. Kloppius kuitenkin viittaa miehiin, minkä Suvi ja Anne huomioivat katsojakäsitteistä puhuttaessa:

*”Niin, sitten tullaan taas tuohon. Joskus me naurettiinkin, ollaanko me sitten Klopittaria. Mutta jos pitäis valita naiskannattaja tai Kloppi, niin enemmän mä oisin Kloppi.”* (Anne)

*”Kyllä mä Kloppi oon. Kun jossain puhutaan, että Klopitar, niin en mä nyt oo Klopitar. Vaikka Kloppi onkin pojasta, kyllä mä Kloppi oon silti.”* (Suvi)

Klopin mieltäminen kaikkia kannattajia kuvaavaksi yleiskäsitteeksi voidaan tulkita normatiivisen maskuliinisuuden ilmentymäksi, mikä näkyy kielenkäytössä kyseenalaistamattomana yleisenä mieheytenä: kannattajaryhmän jäsen ei esimerkiksi voisi olla yhtä neutraalisti Klopitar. Tulkitsimme kannattajien pohdinnoista, että Kloppi-käsitteeseen suhtaudutaan sukupuolistrategiana yhtäältä Suvin tapaan luonnollistamalla sen normatiivista maskuliinisuutta ja toisaalta Annen tapaan kyseenalaistamalla sitä ainakin jossakin määrin. Naiskannattajuudesta irtisanoutumisen sen sijaan tulkitsimme sukupuolistrategiana vastarinnaksi epätasa-arvoistavalle kielenkäytölle.

Naiskannattajuudesta irtisanoutumisen lisäksi moni tutkimukseen osallistuneista halusi erottautua muista SJK:n katsojista, etenkin OmaSP Stadionin pääkatson SJK Naiskatsomosta:

*”Seinäjoella on myös SJK Naiskatsomo. En oikein tiedä, miksi sellainen on ja missä ne on, mutta mä en sitten taas kuulu heihin. Mä taas mieluummin kuulon Kloppeihin ku Naiskatsomoon.”* (Anne)

Kloppien näkemysten perusteella SJK Naiskatsomossa on seuran työntekijöitä ja toimihenkilöitä tai naisia, joilla on sukulaisuus- tai muu ihmissuhde SJK:n pelaajaan, henkilökunnan jäsenen tai toimihenkilöön. Ryhmää ei liene perustettu sukupuolistrategian lähtökohdista (vrt. Erhart 2011; Lenneis & Pfister 2015). Naiskatsomosta erottautuminen oli yhteydessä irtisanoutumiseen naiskannattajuudesta, jonka osa kannattajista assosioi kyseiseen ryhmään. Tulkitsimme, että tutkimukseen osallistuneet korostivat kuuluvansa juuri Kloppeihin esimerkiksi kannattamisen tyyllisten seikkojen vuoksi – pääty liene tilana sopivampi karnevalistiselle kannattamiselle pääkatsoomoon verrattuna. He rakensivat sosiaalista Kloppi-identiteettiään muista ryhmistä erottautumalla, mikä on tärkeä osa yhteisöllisyyden tuottamista (ks. Baumann 1997, 92).

### Kannattajakäyttäytyminen

Kannattajakäyttäytymisellä tarkoitetaan tässä tapauksessa oman joukkueen tukemista ja kannustamista kannattajaryhmässä paikan päällä taputtamalla ja chännteihin osallistumalla. Kloppien käyttäytymistä määritti yhdenvertaisuus, hyväkäytöksisyys ja äänekkyyys, jotka ilmentyivät neljässä alateemassa. Ensinnäkin kannattamisen toimintaympäristönä oli avoin ja yhdenvertainen yhteisö: ryhmään on helppo tulla, sillä kaikki toivotetaan tervetulleiksi ja jäsenten välillä ei ole erityistä arvojärjestystä, vaikka kannattajakatsomon toimintaa johdaakin capo:

*”Klopeissa ei oo koskaan ollu sellasta. Päätyyn on tervetullut kuka vaan. Ja toimintaan saa tulla ketä kiinnostaa ja ollaan kuitenkin hyvin avoimia ja tavallaan riittää, että kannatat SJK:ta, niin tervetuloa joukkoon.”* (Jenni)

*”En mä koe, että kukaan on kuitenkaan missään arvojärjestyksessä ylempänä kuin muut. Kuitenkin jonkun sitä touhua pitää johtaa. Mutta ihan kaikki on samassa asemassa.”* (Anne)

Toiseksi päädyssä kannattamisen kiehtovuutta määritti tunnelma, yhteenkuuluvuus ja sosiaalisuus, jotka sitoutuivat kannattajia tulemaan päätyyn yhä uudelleen. Kloppien yhteisöllisyys juontui SJK:n kannattamisesta yhdessä.

*”No jotenki ku siinä ollaan sen saman asian ääres, ni siinä on helppo kokee yhteenkuuluvuuden tunnetta.”* (Katariina)

Kolmanneksi Klopeissa kannattamista ja ryhmän jäsenyyttä säätelivät kannattajakäyttäytymisen kirjoittamattomat säännöt, joiden ytimessä oli vaatimus käyttäytyä hyvin sekä väkivaltaisuuden ja rasismien kiellot.

”Kloppi-porukassa osataan käyttäytyä, et vaikka joskus jolain tulee vähän ylilyöntejä, niin siellä ei saa huudella ihan mitä vaan. Et sillä lailla on vähän niin ku kirjottamattomat säännöt, että mitään törkeyksiä, esimerkiks rasistisia huutoja, ei sallita missään nimessä.” (Sari)

SJK:ta kannattavien naisten käyttäytyminen vaikutti hyväkäytöksisemmältä joihinkin kansainvälisiin tapauksiin verrattuna. Esimerkiksi tšekkiläisen Slavia Prahan kotiotteluissa naisista 80 prosenttia oli käyttänyt vulgaaria kieltä (Scholtz 2020, 1806), ja tanskalaistutkimuksen mukaan naiset kiroilevat ja herjaavat tuomaria miesten tapaan (Pfister ym. 2013, 858–859). Havainnointi ja haastattelut osoittivat, että Klopeissa käyttäytymistä valvotaan itsesääntelyllä, eli ryhmä reagoi törkeyksiin tai liialliseen kielteisyyteen peittämällä ne chänttämällä ja rummuttamalla. Tarpeen mukaan huonokäytöksiset ohjataan muualle. Hyvän käytöksen ohella Klopeilta toivotaan ääneen kannattamista:

”Odotetaan aktiivista osallistumista ja että kannattaminen näkyy ja kuuluu. Keneltäkään ei vaadita mitään, mutta olisi hyvä olla valmis kannattamaan, jos päätyyn menee. Päätyyn on hyvä mennä sellaisen, joka haluaa näyttää että kannattaa ja osallistuu ja joka tykkää taputtaa ja chänttää.” (Jenni)

Neljänneksi käsitykset kannattajakäyttäytymisen sukupuolieroista vaihtelivat, sillä toisten mukaan naiset eivät eronneet mitenkään miehistä, kun taas joidenkin mukaan naisilta tuli vähemmän ylilyöntejä ja he huutelivat vähemmän yksittäisiä huutoja chänttien välillä. Havainnointikerta tuki jälkimmäistä näkemystä. Kuitenkin kaikkien tutkimukseen osallistuneiden ja havainnoinnin mukaan chänttääminen ja taputtaminen oli Klopeissa samanlaista sukupuoleen katsomatta.

Klopeissa häiriökäyttäytyminen on ehdottoman kiellettyä. Tätä ei voida yleistää koskemaan kaikkia suomalaisia jalkapallon kannattajaryhmiä, mutta tuloksen pohjalta on mahdollista pohtia kotimaisen jalkapallokannattamisen erityispiirteitä, joita voidaan etsiä suomalaisen yhteiskunnan ja jalkapallon historiasta. Suomalaisen jalkapalloyleisön perinteinen rauhallisuus on ensinnäkin yhdistetty hyvinvointiyhteiskunnan rakentamiseen, jossa liikunnan ja urheilun tehtävänä oli terveyden edistäminen ja kansan sivistäminen esimerkiksi kannustamalla kansalaisia raittiuteen ja itsehillintään.

Kun urheilun nähtiin olevan yksiselitteisesti hyväksi kansalaisille, jalkapallokatsojankaan ei ollut soveliasta reagoida pelin tapahtumiin ylitsepuosuvan tunteikkaasti, mikä nähtiin epäurheilijamaisena ja haitallisena luonteenpiirteiden kehityk-

selle. 1900-luvun puolivälistä lähtien raittiusliikkeen vaikutus suomalaiseen yhteiskuntaan vähentyi. Käännekohtana katsokäyttäytymisen normien muuttumiselle voidaan pitää vuotta 1995, jolloin Suomessa sallittiin alkoholin myynti ja mainonta urheilutapahtumissa ja jolloin koettiin jääkiekon maailmanmestaruuden ennennäkemättömät nationalistiset juhlinnat. (Heinonen 2002, 29–30.) Urheilun hyvä kertomus saattaa heijastua edelleen suomalaiseen jalkapallokannattamiseen. Perinteet saattavat ilmetä Kloppien tapauksessa hyväkäytöksisyytenä, joka kuitenkin yhdistyy äänekkääseen karnevalismiin.

Toiseksi eroja ja erityispiirteitä voi selittää verrattain lyhyt suomalaisen jalkapallokannattamisen historia. Heinonen (2002, 29) yhdistää suomalaisen jalkapallon kannattamisen nousun 1990-luvun jälkipuoliskolle, kun maajoukkueen peliesitykset kohentuivat, HJK eteni ensimmäisenä suomalaisjoukkueena vuonna 1998 Mestarien liigan lohkovaiheeseen ja kun suomalaispelaajat esiintyivät enenevästi eurooppalaisissa sarjoissa. Myös monet kotimaisen jalkapallon kannattajaryhmät perustettiin tänä aikana Veikkausliigan perustamisen jälkeen 1990-luvulla ja Nevalan ja kumppanien (2020, 2) ajoittamana lamavuosien jälkeisenä lajin käytäntöjen ammatimaistumisen aikana. Tällöin länsieurooppalainen jalkapallo oli jo pitkälle ammattilaistunut.

Isossa-Britanniassa jalkapallo oli kaupallistunut ja repeytynyt työväenluokkaisista juuristaan, mitä yleisö protestoi häiriökäyttäytymisellä 1980-luvulla. (Nevala 2012, 250–251.) Suomalaiseen kannattajakulttuuriin ei liene rakentunut yhtä voimakasta toimintaympäristön muutoksesta johtuvaa jännitteisyyttä kuin useissa muissa eurooppalaisissa maissa, mikä näkyisi kannattajakäyttäytymisen tavoissa ja tyyleissä. Kokonaiskuvan muodostamiseksi ja toisaalta kirjavuuden esille tuomiseksi tarvitaan kuitenkin lisää tutkimusta suomalaisista kannattajaryhmistä.

### Kannattamiseen liittyvät sukupuolistuneet oletukset

Kannattajista Laura, Anne ja Riikka olivat kohdanneet Kloppien ulkopuolella jalkapallon katsomisen tai kannattamisen yhteydessä sukupuolistuneita oletuksia, jotka implikoivat pseudokannattajuutta eli sitä, että naisten kannattamista ei aina nähdä itseisarvoisena. Sen sijaan heille voidaan miehiä helpommin olettaa jokin muu ensisijainen motiivi katsomossa olemiselle kannattamisen tai pelin katsomisen sijaan:

”Joskus on ollu tilanne, että kun on ollut kattomassa peliä, on luultu jonkun pelaajan tyttöystäväksi. Tai ei oo hoksattu,

**Taulukko 2.** Tutkimuksen neljä yläteemaa ja kolme alateemakokonaisuutta.

Kloppeihin sosiaalistuminen: ajautuen ja päätyen tai hakeutuen	Sosialisaatioagentit Oma aloitteellisuus
Katsojaidentiteetit: kannattajia ja Kloppeja	Naiskannattaja-käsitteen ongelmallisuus Eronteko SJK:n muihin katsojaryhmiin
Kannattajakäyttäytyminen: yhdenvertaisesti, hyväkäytöksisesti ja äänekkäästi	Toimintaympäristönä avoin ja yhdenvertainen yhteisö Päädystä kannattamisen kiehtovuus Kannattajakäyttäytymisen kirjoittamattomat säännöt Kannattajakäyttäytymisen sukupuolierot
Kannattamiseen liittyvät sukupuolistuneet oletukset: kannattaminen ei-itseisarvoisena toimintana	

että mä voin siellä olla ihan yhtä lailla kannattamas ku joku muuki.” (Riikka)

Kuitenkin vain Laura oli törmännyt sukupuolistuneisiin olettuksiin SJK:n kannattamisen yhteydessä: häneltä on muutaman kerran kysytty, missä hänen miehensä on ja miksi tämä ei ole hänen kanssaan kannattajapäädystä.

Tutkimukseen osallistuneiden mukaan sukupuolella, ihonvärillä, iällä tai seksuaalisella suuntautumisella ei ole kannattamisen autenttisuuden puolesta merkitystä Klopeissa, vaan autenttinen SJK:n kannattaminen näyttää olevan nimenomaan Klopeissa kannattamista. Kloppejen kokemukset erosivat kansainvälisistä tuloksista erityisesti tämän yläteeman kohdalla, sillä aiemmissa tutkimuksissa naiset olivat kohdanneet seksismiä ja sukupuolistuneita oletuksia kannattajaryhmissä (vrt. Erhart 2011; Pfister ym. 2013; Pitti 2019; Antonowicz ym. 2021). Tulosta voi selittää paikallisuus ja ryhmän yhteisöllisyys, sillä Klopeissa jäsenet joko tuntevat tai ainakin tietävät toisensa. Kloppejen tapauksessa kielteiset kokemukset voivat olla yleisempiä kannattajaryhmän ulkopuolella kuin sen sisällä, sillä esimerkiksi vieraan ihmisen toimintaa voi olla helpompi kommentoida ikävään sävyyn.

Tutkimustulosten neljä yläteemaa ja niitä koskevat alateemat on kuvattu taulukossa 2.

## YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämä tutkimus oli avaus suomalaista miesten seurajalkapalloa kannattavien naisten tutkimiseen. Tutkimme aihetta sosiaalisaation, identiteetin, kannattajakäyttäytymisen ja sukupuolistuneiden oletusten näkökulmasta. Tapaustutkimuksessa ei tule tehdä yleistyksiä ilmiöstä, mutta joitakin johtopäätöksiä SJK:ta Klopeissa kannattavien naisten kokemuksista voidaan tehdä. Ensinnäkin Kloppeihin oli sosiaalistuttu joko sosiaalisuagenttien avulla ajautuen tai päätyen tai oman aloitteellisuuden myötä kannattajapäättyyn hakeutuen. Kukaan ei ollut mennyt päättyyn yksin, mistä voidaan tämän ja aikaisemman tutkimuksen perusteella päätellä muiden ihmisten olevan tärkeitä naisten sosiaalistumisessa kannattajaryhmään (ks. Pfister ym. 2013; Parry ym. 2014; Lenneis & Pfister 2015; Pfister ym. 2018; Radmann & Hedenborg 2018).

Toiseksi tutkimukseen osallistuneet identifioituivat kannattajiksi ja/tai Klopeiksi, jolloin he paikantuivat Giulianotti (2002) tyypittelyssä kannattajuuteen. He erottivat Kloppejen toiminnan muista SJK:n pelien katsomisen tavoista ja heille oli tärkeää olla kannattajia ilman nais-etuliitettä. Tuloksista voidaan päätellä, että sukupuolen merkitsemistä etuliitteillä tulee myös jalkapallokannattamisen yhteydessä välttää, sillä kieli rakentaa todellisuutta ja se voi luoda tai ylläpitää epätasa-arvoisia rakenteita.

Kolmanneksi Klopit koettiin yhdenvertaiseksi yhteisöksi, jossa äänekkään kannattamisen hyväkäyttöisyyttä ohjattiin itsesääntelyllä valvotuilla kirjoittamattomilla säännöillä. Paikan päällä kannattamisessa kiehtoivat tunnelma, sosiaalisuus ja yhteenkuuluvuus. Tutkimukseen osallistuneiden käsitykset naisten ja miesten välisistä kannattajakäyttäytymisen eroista vaihtelivat, mutta havainnointi tuki näkökulmaa naisten vähäisemmästä äänekkäästä kiroilusta ja huutelusta. Neljänneksi kolme kannattajaa oli kohdannut naisten kannattamisen tai jalkapallon katsomisen itseisarvoisuutta kyseenalaistavia sukupuolistuneita oletuksia Kloppejen ulkopuolella ja vain yksi Klopeissa.

Tuloksen perusteella esitämme aikaisempiin tutkimustuloksiin nähden uuden näkökulman: sukupuolistuneita oletuksia

voidaan kohdata joissakin kannattajaryhmissä vähemmän kuin muualla jalkapallokatsomisen yhteydessä. Kolmannen ja neljännen yläteeman perusteella naisten kokemukset jalkapallokannattamisesta Klopeissa olivat myönteisiä. Tapaustutkimuksesta voidaan päätellä, että jalkapallokannattaminen voi olla hyväkäytöksistä ja tasa-arvoista ainakin ryhmissä, joissa on näitä ominaisuuksia arvostava, valvottu normisto. Kannattajien kokemusten esille nostaminen voi rohkaista etenkin seinnäjäjokisia naisia liittymään Kloppeihin ja herättää kiinnostusta kannattamiseen muuallakin.

Tutkimuksellamme oli joitakin rajoitteita. Ensinnäkin vertailua ei voitu tehdä muihin suomalaista jalkapalloa kannattaviin naisiin nähden, vaan ainoastaan kansainväliseen tutkimukseen peilaten. Toisena tutkimuksemme rajoitteena oli sukupuolteen esittäminen binäärisinä nais–mies-erottelun myötä, ja jatkossa tulisi tunnistaa kannattamisen moninaisuus sukupuolivähemmistöt huomioimalla. Kolmanneksi on mahdollista, että tutkimusasetelma on vaikuttanut tuloksiin, jos tutkimuksen ulkopuolelle on jäänyt huonoja kokemuksia omaavia tai jos osallistuneet ovat jättäneet jotakin kertomatta.

Suomalaisen jalkapallon kannattamisesta tarvitaan lisää tutkimusta, sillä esimerkiksi seurajalkapallon kannattajatutkimus tuottaa seuroille arvokasta tietoa ilmiöstä päätöksenteon tueksi. Kannattajat ovat seuroille tärkeitä myös taloudellisesti, koska intohimoiset ja äänekkäät kannattajaryhmät luovat otteihin tunnelmaa ja voivat houkuttaa niihin lisää katsojia, mikä voi lisätä yhteistyökumppanien kiinnostusta. Tulevaisuuden kannattajatutkimuksessa on tärkeää tarkastella suomalaisen jalkapallon ja sen kannattamisen historiaa sekä kannattajaryhmiä yhteiskunnallisen toiminnan muotona, jotta tutkimuksen taustalle on esittää kansallinen viitekehys. Lisäksi olisi tärkeää tutkia naisten jalkapallon katsojia ja kannattajia, sillä tutkimustieto voisi palvella esimerkiksi naisten korkeimman kotimaisen sarjatason Kansallisen Liigan kehittämistä.

## LÄHTEET

**Antikainen, A.** 1998. Kasvatus, elämänkulku ja yhteiskunta. Helsinki: WSOY.

**Antonowicz, D., Kossakowski, R. & Jakubowska, H.** 2021. A bittersweet welcome: Attitudes of Polish ultra-fans toward female fans entering football stadiums. *Sport in Society* 24(7), 1183–1199.

**Autio, J.** 2018. ”Sinne on pakko päästä... purkaa niitä tunteita... ja elää sen matsin mukana”. Jalkapallon miesten Veikkausliigaseura VPS:n kannattajaksi valikoituminen ja kannattajuuden rooli osana identiteettiä. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, liikunnan yhteiskuntatieteiden pro gradu -tutkielma.

**Aro, J. & Jokivuori, P.** 2014. Klassinen sosiologia ja moderni maailma. Jyväskylä: Docendo.

**Baumann, Z.** 1997. Postmodernity and its discontents. Cambridge: Polity Press.

**Ben-Porat, A.** 2009. Not just for men: Israeli women who fancy football. *Soccer & Society* 10(6), 883–896.

**Connell, R. W.** 1987. Gender and power. Cambridge: Polity Press.

**Engelberg, M.** 2016. Yleispätevä mies. Suomen kielen geneerinen, piilevä ja kieliopillistuva maskuliinisuus. *Nordica Helsingensia* 44. Väitöskirja. Viitattu 16.2.2022. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-51-2086-1>.

**Erhart, I.** 2011. Ladies of Besiktas: A dismantling of male hegemony at İnönü Stadium. *International Review for the Sociology of Sport* 48(1) 83–98.

**Giulianotti, R.** 2002. Supporters, followers, fans, and flaneurs. *Journal of Sport & Social Issues* 26(1), 25–46.

**Goffman, E.** 1986. Stigma: Notes on the management of spoiled identity. Harmondsworth: Penguin Books.

**Guignon, C.** 2008. Authenticity. *Philosophy Compass* 3(2), 277–290.



- Heinonen, H.** 2002. Finnish Soccer Supporters Away from Home: a Case Study of Finnish National Team Fans at a World Cup Qualifying Match in Liverpool, England. *Soccer and Society* 3 (3), 26–50.
- Heinonen, H.** 2005. Jalkapallon lumo. Tutkimus suomalaisesta Everton-faniudesta. Jyväskylä: Atena Kustannus. Väitöskirja.
- Jansson, L. & Rosendahl, R.** 2016. Naiset Veikkausliigan katsojina. Kajaani: Kajaanin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- Jones, K. W.** 2008. Female fandom: Identity, sexism, and men's professional football in England. *Sociology of Sport Journal* 25(4), 516–537.
- Kananen, M.** 2019. Sarjat, joiden vuoksi taistella – suomalaisen jalkapallokannattajuuden arvoja, merkityksiä ja päämääriä FutisForum<sup>2</sup>-keskustelupalstalla. *Liikunta & Tiede* 56(6), 68–76.
- Lagaert, S. & Roose, H.** 2018. The gender gap in sport event attendance in Europe: The impact of macro-level gender equality. *International Review for the Sociology of Sport* 2018, 53(5), 533–549.
- Laine, T.** 2001. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysintentteihin*. Toim. J. Aaltola & R. Valli. Jyväskylä: PS-Kustannus, 29–50.
- Lenneis, V. & Pfister, G.** 2015. Gender constructions and negotiations of female football fans. A case study in Denmark. *European Journal for Sport and Society* 2015, 12(2), 157–185. DOI: 10.1080/16138171.2015.11687961.
- Liljeström, M.** 2021. Feministinen tietäminen: keskustelua metodologiasta. Tampere: Vastapaino.
- Lindberg, E.** 2017. Jalkapallokannattajien toisistaan käyttämät nimitykset ja niiden semanttinen prosodia FutisForum<sup>2</sup>-keskustelupalstalla. *Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, kieli- ja viestintätieteiden laitos, Jyväskylän yliopisto, pro gradu -tutkielma*.
- Lock, A. & Strong, T.** 2010. *Social constructionism: Sources and stirrings in theory and practice*. Cambridge: Leiden Cambridge University Press.
- Mäkinen, J., Lämsä, J. & Pusa, S.** 2018. Huippu-urheilun arvostus ja lajien seuraaminen; väestökyselyn 2018 tuloksia. Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus. KIHUn julkaisusarja 63. [https://kihuenergia.kihu.fi/tuotostiedostot/julkinen/2018\\_mki\\_huippu-urh\\_sel20\\_42699.pdf](https://kihuenergia.kihu.fi/tuotostiedostot/julkinen/2018_mki_huippu-urh_sel20_42699.pdf).
- Mintert, S. & Pfister, G.** 2015. The FREE project and the feminization of football: The role of women in the European fan community. *Soccer & Society* 16(2–3), 405–421. DOI: 10.1080/14660970.2014.961383.
- Nevala, A.** 2012. "Mitään jalkapalloa miehekkäämpää ei voi ollakaan" – viisi vaihetta kylätappelusta viihdetuotteeksi. Teoksessa K. Ilmanen ja H. Vehmas (toim.): *Liikunnan areenat: yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta*. Jyväskylä: Yliopistopaino, 239–260.
- Nevala, A. & Isotalo, K. & Itkonen, H.** 2020. Miksi Suomesta tuli vuosikymmeniksi jääkiekko- mutta ei jalkapallomaa? *Ennen ja nyt*, 20(3), 2–23. <https://doi.org/10.37449/ennenjanyt.94378>.
- Nielsen Sports.** 2022. What Fans Want – The 2022 World Football Report. Viitattu 9.3.2023. <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/2/2022/07/Nielsen-World-Football-Report-2022.pdf>.
- O'Brien, M.** 1981. *The politics of reproduction*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Parry, K. D., Jones, I., & Wann, D. L.** 2014. An examination of sport fandom in the United Kingdom. A comparative analysis of fan behaviors, socialization processes, and team identification. *Journal of Sport Behavior* 37(3), 251–267. <https://search.proquest.com/docview/1553181577>.
- Pfister, G., Lenneis, V. & Mintert, S.-M.** 2013. Female fans of men's football – a case study in Denmark. *Soccer & Society* 14(6), 850–871. <http://dx.doi.org/10.1080/14660970.2013.843923>.
- Pfister, G., Mintert, S.-M. & Lenneis, V.** 2018. "One is not born, but rather becomes a fan": The socialization of female football fans – A case study in Denmark. Teoksessa G. Pfister & S. Pope (toim.) *Female football players and fans: Intruding into a man's world*. London: Palgrave Macmillan, 211–240.
- Pitti, I.** 2019. Being women in a male preserve: An ethnography of female football ultras. *Journal of Gender Studies* 28(3), 318–329. DOI: 10.1080/09589236.2018.1443803.
- Pope, S.** 2011. 'Like pulling down Durham Cathedral and building a brothel': Women as 'new consumer' fans? *International Review for the Sociology of Sport* 46(4), 471–487.
- Pope, S.** 2017. *The feminization of sports fandom. A sociological study*. Abingdon: Routledge.
- Radmann, A. & Hedenborg, S.** 2018. Women's football supporter culture in Sweden. Teoksessa G. Pfister & S. Pope (toim.) *Female football players and fans: Intruding into a man's world*. London: Palgrave Macmillan, 241–258.
- Scholz, P.** 2020. Female visitors and their behavior at football stadiums: Czechia case study. *Journal of Physical Education and Sport* 20(4), 1803–1808.
- Suomen Palloliitto.** 2020. *Suomalaisen jalkapallon ja futsalin strategia 2020–2024*. Viitattu 29.1.2023. [https://www-assets.palloliitto.fi/62562/1648711536-suomalaisen-jalkapallon-ja-futsalin-strategia\\_2020-24\\_2.pdf](https://www-assets.palloliitto.fi/62562/1648711536-suomalaisen-jalkapallon-ja-futsalin-strategia_2020-24_2.pdf)
- TENK.** 2023. Hyvä tieteellinen käytäntö (HTK). Viitattu 13.3.2023. <https://tenk.fi/fi/tiedevilppi/hyva-tieteellinen-kaytanta-htk>.
- Theodorakis, N., Al-Emadi, A. & Wann, D.** 2017. An examination of levels of fandom, team identification, socialization processes, and fan behaviors in Qatar. *Journal of Sport Behavior* 40(1), 87–107.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A.** 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.