

Teksti: NIKO KAUPPINEN

Naisten jalkapallo kansainvälisen kehitysloikan kynnyksellä

Naisten euro ei ole miesvaltaisina pidetyissä joukkueurheilulajeissa montaa senttiä. Ounastelen, että takamatkaa kaventava kehitysloikka piilee kaupallistuneen huippu-urheilun markkinoilla ja muutosta vaativien kuluttajien kukkaroissa.

Sukupolten välinen tasa-arvo on noussut viime vuosina yhä vahvemmin julkiseen keskusteluun myös urheilussa. Suomessa kuin maailmallakin liikunnan ja urheilun tasa-arvotyössä riittää edelleen tehtävää, vaikka naisten ja tyttöjen määrä on kasvanut vuosikymmenten työn tuloksena tasaiseen tahtiin niin urheilukentillä kuin kabineteissakin.

Naisten huippu-urheilun ammattimaistumiseen ruohonjuuritason myönteinen vire ei ole vielä kantanut. KIHU:n mukaan vuonna 2017 Suomessa urheili 1380 ammattiuurheilijaa. Tilastossa näkyvät käytännössä vain joukkuelajien urheilijat, joista ammattilaisia löytyi jääkiekosta, jalkapallosta, koripallosta, pesäpallosta ja lentopallosta. Naisia mahtui joukkoon alle 2 prosenttia, yhteensä vain 22 urheilijaa. Tekstini käsittelee jalkapalloa, mutta ammattimaistumiseen liittyviä ongelmia esiintyy laajalti myös muiden lajien huipulla.

Kansainväliset markkinat luovat työpaikkoja

Maailmalla tapahtuva kehitys on lupaavaa. Useat jalkapallon eurooppalaiset suurseurat ovat perustaneet viime vuosina omia naisten ammattilaisjoukkueitaan kuin tyhjistä. Juventuksen kaltaisen pörssi-yhtiön kohdalla tällaisessa peliliikkeessä ei ole kyse hyväntekeväisyydestä. Väitän, että naisten jalkapalloon panostamalla seurat haluavat kasvattaa kannattajapohjaansa ja houkutella lisää naiskatsojia vielä hyvin miesvaltaisena säilyneisiin katsomoihin. Naisten joukkueet siis tukevat seurojen liiketoiminnallisia tavoitteita, ja samalla miesten joukkueiden valtavat resurssit ja tunnettuus vauhdittavat naisten jalkapallon kasvua ja ammattimaistumista. Uusien ammattilaisryhmien syntyminen Eurooppaan luo työpaikkoja myös huipulle tähtääville suomalaispelaajille, joiden on vaikeaa luoda ammattimaista jalkapallouraa perifeerisessä kotimaassaan.

Jalkapallotoimiala uskoo tällä hetkellä vankasti naisten jalkapallomarkkinoiden kehittymiseen. Esimauksi kelpaa Atlético Madridin ja Barcelonan välinen ottelu maaliskuussa 2019, jota seurasi Madridin uudella Wanda Metropolitanolla yli 60 000 katsojaa. Samalla rikkoutui naisten seurajalkapalloilun 99 vuotta vanha yleisöennätys, kun vuonna 1920 Dick, Kerr Ladiesin ja St Helens Ladiesin ottelun näki Englannin Liverpoolissa 53 000 katsojaa.

Ounastelen, että naisten jalkapallon historia näyttäisi erilaiselta, jos Englannin jalkapalloliitto ei olisi ennätysottelua seuranneena vuonna kieltänyt naisia pelaamasta jalkapalloa liiton jäsenseurojen hallinnoimilla kentillä. Kielto pysyi voimassa vuoteen 1971 saakka, ja jätti osaltaan naisten jalkapallon vuosikymmenten takamatkalle.

Tekohengitystä, kunnes kuluttajat täyttävät katsomot

Moderni huippu-urheilu on kaupallista toimintaa, jossa ammattiuurheilijoiden palkan maksavat urheiluseurat. Suomessa rahaa liikkuu seurakentällä vähän, joten Opetus- ja kulttuuriministeriön urheilija-apurahat, sekä suurimpien lajiliittojen maajoukkuepelaajille maksamat palkkiot antavat tekohengitystä, joka mahdollistaa parhaiden naispelaajien ammattilaisuuden.

Urheilun laajamittaisempi ammattimaistuminen ei onnistu ilman toimivia markkinoita, joiden syntyminen vaatii huippu-urheilutuotteen rinnalle median, yhteistyökumppaneiden ja kuluttajien välistä symbioosia. Suomen pienellä markkina-alueella toimivan yhdistelmän luominen on ilman valtion ja lajiliittojen resursseja hankalaa. Lopulta kuitenkin, kun kuluttajat löytävät katsomoihin, sponsorit ja kaupallinen media seuraavat oikeista naruista vetämällä perässä. Tällä yksinkertaisella, mutta vaikeasti toteutettavalla reseptillä huippu-urheilu ammattimaistuu vähitellen niin maailmalla kuin Suomessakin.

NIKO KAUPPINEN

Liikunnan yhteiskuntatieteiden opiskelija

Jyväskylän yliopisto

Sähköposti: niko.p.kauppinen@student.jyu.fi