

MONDON MANNEKIINEJA VAI TARTANIN TRENDSETTEREITÄ?  
URHEILUN KAUPALLISTUMISEN VAIKUTUS NAISURHEILIJOIDEN  
ULKOASUUN

Annika Raninen

Pro gradu –tutkielma

Sosiologia

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian

laitos

Jyväskylän yliopisto

Syksy 2008

# TIIVISTELMÄ

## MONDON MANNEKIINEJA VAI TARTANIN TRENDSETTEREITÄ?

Urheilun kaupallistumisen vaikutus naisurheilijoiden ulkoasuun

Annika Raninen

Sosiologia

Pro gradu –tutkielma

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos

Ohjaajat: Maritta Itäpuisto, Hannu Itkonen

Syksy 2008

Sivumäärä: 80 sivua + liitteet 5 sivua

Pro gradu –työni käsittelee naisyleisurheilijoiden näkemyksiä heidän käyttämistään urheiluvaatteista. Aineisto on kerätty haastattelemalla 10 suomalaista naisyleisurheilijaa kesän 2007 aikana. Tutkimuksen tehtävänä on selvittää, kuinka naisurheilijat voivat vaikuttaa heidän käyttämiinsä urheiluvaatteisiin, kuinka vaatteet vaikuttavat urheilusuoritukseen sekä mitkä tekijät vaikuttavat yleensä vaatevalintaan. Varsinaisten tutkimustehtävien ratkaisemisen lisäksi tutkimuksen tarkoituksena on parantaa naisurheilijoiden asemaa sekä tuoda heidän äänensä kuuluviin.

Tutkimus on tehty urheilufeministisestä näkökulmasta. Se heijastuu menetelmien, teoreettisen viitekehyksen sekä tutkimustehtävien valinnassa. Urheilufeministit näkevät että mm. sukupuoli ja luokkajako aiheuttavat naisten ja miesten epätasa-arvoisen kohtelun urheilukulttuurissa. Oma tutkimukseni otaksuu, että urheilupukeutuminen ylläpitävän ja edistävän epätasa-arvoa naisten ja miesten välillä.

Tutkimuksen perusteella urheiluvaatteiden valintaan vaikuttaa eniten urheilija itse, lajin pukeutumiskulttuuri sekä siihen sosiaalistuminen. Vaatteiden malleja sanelevat eniten kuitenkin urheiluvaatevalmistajat. Tulosten perustella naisten on hankalaa päästä vaikuttamaan vaatevalmistajien vaatteisiin. Urheilijoiden mielipiteitä vaatteista ei kysytä, mikä heijastuu puutteellisena valikoimana ja epämukavina malleina. Epämukavat urheiluvaatteet taas vaikuttavat negatiivisesti urheilusuoritukseen, koska urheilijan ajatukset kiinnittyvät suorituksen sijaan vaatteisiin.

Kaupallistumisen vaikutukset näkyvät selkeinten vaikuttamismahdollisuuksien sekä urheilijoiden toivomien, hieman peittävämpien vaatevaihtojen puuttumisena. Tämän tutkimuksen johtopäätös onkin, että urheilijoiden seksikkäällä ulkonäöllä on tarkoitus ylläpitää kaupallisen urheilun voittokulkua käyttämällä naisia hyväksi urheilumarkkinoinnissa. Samalla ylläpidetään ja mahdollistetaan naisten epätasa-arvoinen asema urheilukulttuurissa.

Avainsanat: Urheilun kaupallistuminen, feministinen urheilututkimus, urheilufeminismi, urheiluvaatteet, naisurheilijat

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO	4
2 FEMINISTINEN NÄKÖKULMA URHEILUUN	6
2.1 Feministinen tutkimus	6
2.2 Feministisen tutkimuksen ominaispiirteet	7
2.3 Feministinen urheilututkimus	8
3 URHEILUPUKEUTUMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	10
3.1 Säännöt	10
3.2 Muoti ja vaatteiden tekninen kehitys	13
3.3 Naisurheilijoiden vartalon hyödyntäminen urheilumarkkinoinnissa	15
3.4 Naisurheilijoiden seksuaalisointi	19
4 URHEILUN KAUPALLISTUMINEN	22
4.1 Median, sponsoreiden ja urheilun symbioosi	22
4.2 Urheilun kaupallistumisen kielteiset seuraukset	24
4.3 Penkkiurheilijoiden merkitys kaupallisessa urheilussa	26
5 TUTKIMUSTEHTÄVÄT	28
6 AINEISTO JA MENETELMÄT	30
6.1 Haastattelurunko -ja teemat	30
6.2 Haastateltavat ja haastattelut	31
6.3 Aineiston analyysi	34
6.4 Ajatuksia tutkimuksen uskottavuudesta	36
6.4.1 Tutkimuksen toistettavuus ja luotettavuus	36
6.4.2 Tutkimuksen pätevyys	38
7 VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	40
7.1 Urheilija itse	40
7.2 Lajikulttuuri ja siihen sosiaalistuminen	41
7.3 Muoti	43
7.4 Urheiluvaatevalmistajat	44

7.5 Näkyvyys	47
7.6 Sukupuoli	48
8 VAATTEISIIN VAIKUTTAMINEN	49
8.1 Vaikuttamismahdollisuudet	49
8.1.1 Vaatteiden valitseminen	49
8.1.2 Vaatesponsorin valitseminen ja vaihtaminen	50
8.1.3 Palautteen antaminen	51
8.2 Vaikuttamisen esteet	51
8.2.1 Tiedotuksen puuttuminen	51
8.2.2 Mielipiteiden huomioimattomuus	53
9 VAIKUTUKSET URHEILUSUORITUKSEEN	55
9.1 Suoritusta edistävät tekijät	55
9.1.1 Vaatteen miellyttävyys	55
9.1.2 Itsetunnon kohoaminen	56
9.1.3 Vaatteen symbolinen arvo	57
9.2 Suoritusta heikentävät tekijät	58
9.2.1 Liian paljastavat vaatteet	58
9.2.2 Vaatteen aiheuttamat fyysiset haitat	59
9.2.3 Vaatetoimittajan huonot käytänteet	61
10 TULOSTEN TARKASTELU JA TULKINTA	63
11 POHDINTA	69
LÄHTEET	74
LIITE 1: Nais- ja miesurheilijan vaatteet rantalentopallossa	81
LIITE 2: Haastattelurunko	82
LIITE 3: Haastatteluissa käytetyt kuvat	84
LIITE 4: Kokovartalojuoksuasu	85

# 1 JOHDANTO

Viime vuosikymmenten aikana urheilu on alkanut muistuttaa yhä enemmän liiketoimintaa. Sen myötä taloudellisten voittojen tavoittelu on noussut liikkumisen ja itseilmaisun ohi urheilun tärkeimmäksi tavoitteeksi. Tästä syystä urheilua seuraavista katsojista onkin tullut urheilun kentän tärkeimpiä toimijoita. Vaate- ja välinevalmistajien käydessä kiivasta kamppailua kuluttajista ja näkyvyydestä joutuvat he nykyään kiinnittämään enemmän huomiota myös urheilijoiden ulkonäköön. (Rowe & Guttmann 2008; Robinson 2002, 82; Mäkilä 1993, 72.) Uudenlaisista asuista varsinkin uimapuvut ovat viime aikoina herättäneet vilkasta keskustelua mediassa.

Urheilijoiden ulkonäköön liittyy myös oma tutkimukseni. Penkkiurheilua harrastavana vaatetusalan ammattilaisena olen seurannut paljon sitä miten urheilijat pukeutuvat. Huomioni ovat kiinnittäneet etenkin naispikajuoksijat pienissä housuissaan. Maaliin tullessaan yllättävän moni heistä oikoo ensimmäisenä housujaan peittämään paremmin takapuoltaan. Aloinkin miettimään urheilijoiden osuutta vaatteiden suunnittelussa, sillä ne eivät selvästikään palvelleet vaatteelta vaadittua funktiota. Mitkä tahot siis itse asiassa olivat vastuussa vaatteista ja urheilijoiden ulkoasusta kentällä ja mitkä tekijät selittäisivät vaatteiden valintaa? Olisiko tällaisilla pikkuruisilla vaatteilla kenties suoritusta edistäviä vaikutuksia, joiden takia niitä pidetään? Urheiluvaatevalmistajien kaupalliset intressit tietäen olin myös kiinnostunut siitä, kuinka hyvin urheilijoiden toiveet otetaan huomioon vaatteiden suunnittelussa.

Urheilijoiden mielipiteiden huomioonottaminen vaatesuunnittelussa on tärkeää, sillä naisurheilijat esitetään yleensä huomattavasti seksikkäämmin ja paljastavammin kuin miehet. Nähdessäni eron johtuvan muusta kuin pelkästä sukupuolten erilaisesta pukeutumiskulttuurista, omaksun tutkimukseeni urheilufeministisen näkökulman. Perinteiset feministiset urheilututkijat näkevät sukupuolen ja luokkajaon aiheuttavan naisten sorta-

misen sekä resurssien epätasaisen jakautumisen urheilussa (Birrel 2000, 61; Boutilier & SanGiovanni 1994, 98). Oma tutkimukseni osoittaa kuitenkin, että urheilun kaupallistumisen myötä urheilupukeutumisesta on tullut tekijä, joka ylläpitää sukupuolten välistä epätasa-arvoa ja naisten huonompaa asemaa urheilukulttuurissa. Tutkimuksen edetessä tulen osoittamaan miten naisurheilijoita hyväksikäytetään kaupallisen urheilun vahvistamisessa sekä mikä merkitys tietynlaisella urheilijoiden ulkonäöllä on sen edistämisessä.

Tutkimuksella pyritään siis selvittämään onko naisurheilijoiden nykyinen ulkonäkö urheilukentillä suoraa seurausta siitä, että huippu-urheilusta on tullut kaupallisempaa, sponsorisidonnaisempaa sekä mediamyötäilevämpää vai voiko ilmiötä selittää joillain muilla tekijöillä. Paras keino ratkaista asettamani tutkimustehtävät oli haastatella naisyleisurheilijoita, jotka joutuvat toimimaan urheiluvaatteiden kanssa päivittäin. Näin halusin myös tuoda naisurheilijoiden äänen paremmin kuuluviin sekä parantaa heidän asemaansa urheilukulttuurissa.

Edellä mainittujen ongelmien käsittelemisen aloitan luvussa 2 kuvailemalla sekä feminististä tutkimusta että feminististä urheilututkimusta määritteleviä tekijöitä. Kolmas luku osoittaa kuinka vähän tutkimuksia aiheesta on tehty ja kuinka huonosti naisurheilijoiden mielipiteet on asiassa otettu huomioon. Luku kuitenkin esittelee sen mistä naisten seksikkään ja miehiä paljastavamman ulkonäön on tehtyjen huomioiden valossa todettu joutuvan. Neljännessä luvussa esittelen urheilun kaupallistumisen teorian, jolla siis selitän tutkimaani ilmiötä. Siinä esittelen kuinka kiinteästi taloudelliset intressit ovat nykyään takertuneet urheiluun ja mikä vaikutus ilmiöllä on urheilijoihin. Luku myös käsittelee sitä, miksi urheilukatsojista ja penkkiurheilijoista on tullut urheilukulttuurin tärkeimpiä toimijoita ja mitä tekemistä sillä on urheilijoiden ulkonäön kanssa. Työn loppupuolella (luvut 5 – 9) esittelen omaa tutkimusaineistoani sekä siitä tekemiäni tulkintoja. Avatessani tuloksiani sekä naisurheilijoiden kokemuksia ilmiöstä tulen vastaamaan graduni otsikossa esittämäni kysymykseen. Ovatko naisurheilijat siis pelkästään urheiluvaatteita kantavia mallinukkeja vai pystyvätkö he havainnoillaan, kokemuksillaan ja palautteillaan luomaan jotain uutta ja parempaa kuten trendsetterit muotia ja trendejä?

## 2 FEMINISTINEN NÄKÖKULMA URHEILUUN

### 2.1 Feministinen tutkimus

Kriittistä tutkimusotetta käyttävät yhteiskuntatieteilijät pyrkivät selvittämään vallan sijaintia yhteiskunnassa ja parantamaan alistettujen ryhmien asemaa. Tämä on mahdollista todistamalla ryhmien ja niiden jäsenten väliset valtasuhteet, auttamalla alistettuja ryhmiä vapautumaan valtaa pitävien hallinnasta sekä edesauttamalla niitä muutoksia, jotka johtavat ryhmien jäsenten väliseen sosiaaliseen tasa-arvoon. (Sparkes 1994 Curtner-Smithin 2002, 47 mukaan.) Varsinkin naistutkijat ja feministiset tutkijat käyttävät yleensä työssään kriittistä otetta. He pyrkivät selvittämään sukupuolten väliseen epätasa-arvoon liittyviä syitä ja parantamaan naisten asemaa yhteiskunnassa.

Hall (1988, 12) lainaa käyttämänsä feminismin käsitteen Ackerilta, Barryltä ja Esseveldiltä (1983). He toteavat, että feminismi on a) näkökulma, joka näkee naiset hyväksikäytetyiksi, aliarvioiduiksi ja usein sorreituiksi, b) on sitoutunut muuttamaan naisten olosuhteita, ja c) omaksuu kriittisen perspektiivin dominoivia tieteellisiä tutkimusperinteitä kohtaan, jotka ovat sivuuttaneet tai oikeuttaneet naisten sortamisen.

Ei ole olemassa yhtä ainoa tapaa tai metodia tehdä feminististä tutkimusta. Sillä on lukuisia muotoja ja se ottaa käyttöön hyvin erilaisia lähestymistapoja. Niistä piirteistä, jotka erottavat feministisen tutkimuksen perinteisestä sosiaalitieteellisestä tutkimuksesta, naistutkimuksesta ja sukupuoleen keskittyvästä tutkimuksesta, ollaan feministien keskuudessa kuitenkin yhtä mieltä. Ne ovat feministisen tutkimuksen suhtautuminen teoriaan, menetelmiin sekä käsitys tutkimuksen vaikuttavuudesta. Nämä piirteet yhdistävät kaikkea feminististä tutkimusta tieteenalasta riippumatta. (Hall 1996, 74; Maynard 1994, 10; Brayton 1997).

## 2.2 Feministisen tutkimuksen ominaispiirteet

Feministinen tutkimus juontaa juurensa siitä teoreettisesta näkökulmasta, joka käsittää sukupuolisen jaon tunkeutuvan sosiaaliseen elämään. Feministinen teoria johtaa feminististä tutkimusta, koska kaikki muut teoreettiset perinteet jättävät huomioimatta sukupuolen ja miesvallan välisen vuorovaikutuksen. (Hall 1996, 74.) Feministisellä teorialla on täten paljon yhteistä klassisen sekä kriittisen sosiologisen teorian kanssa, jota mm. Marx, Durkheim, Simmel, Weber ja Mannheim sekä viimeaikaisimpana Jürgen Habermas ovat harjoittaneet työssään. Yhteistä klassisille ja feministisille yhteiskuntateorioille on positivismin ja tieteellisyyden kritiikki sekä teorian näkeminen olennaisena osana käytännön välittämisessä. Tärkeintä teoriassa on sen vapauttava luonne. (Farganis 1986a & 1986b, Hallin 2002, 12 mukaan.)

Käsitykseen feministisen teorian tehtävästä liittyy olennaisesti myös feministisen tutkimuksen toinen määrittävä ominaisuus eli feministisen tutkimuksen poliittisesti motivoitunut luonne ja potentiaali. Se pyrkii ennen kaikkea muuttamaan vallitsevaa tilannetta ja tuomaan muutoksia naisten elämään. Feminististä tutkimusta onkin yleensä luonnehdittu iskulauseella "naisten tekemää tutkimusta naisista ja naisille". (Maynard 1994, 12 – 14, 16; Brayton 1997.)

Kolmas feminististä tutkimusta määrittävä ominaisuus on feminististen tutkijoiden käyttämät tutkimustekniikat ja menetelmät. Feministinen tutkimus asettaa ensisijaisiksi tutkimusmenetelmiksi laadulliset metodit. Feministinen tutkimus lähtee liikkeelle naisten lähtökohdista ja kokemuksista ja näkee naiset oman alansa asiantuntijoina. Paras tapa selvittää naisten kokemuksia on käyttämällä laadullisia menetelmiä. Monet feministiset tutkijat kutsuvatkin haastateltavia mieluummin osallistujiksi kuin tutkittaviksi, sillä he eivät halua luoda hierarkisia valtasuhteita tutkijan ja haastateltavan välille. (Maynard 1994, 11 - 16; Brayton; Eichler 1987, Hallin 1988, 13 mukaan.)



## 2.3 Feministinen urheilututkimus

Feministinen urheilututkimus käyttää työssään samoja metodologisia ja teoreettisia lähtökohtia kuin feministinen tutkimus (Hall 1996, 74). Yksi niistä on kriittinen suhtautuminen urheilun sosiaaliseen maailmaan. Tämä johtuu siitä, että feministiset urheilututkijat kokevat urheilun maailman perustuvan sukupuoleen, ikään ja rotuun perustuville erotte-lujen järjestelmille. Niillä on tapana voimistaa jo valmiiksi vahvaa patriarkaalista järjes-telmää sekä miesvaltaa urheilussa. (Costa & Guthrie 1994, 233; Birrel 2000, 62.) Feminis-tiset urheilututkijat (ts. urheilufeministit) ovat täten pyrkineet selvittämään kuinka perin-teistä sukupuolierottelua ylläpidetään ja uudelleentuotetaan urheilun sisällä. Toisin sano-en he ovat halunneet selvittää millä tavoin urheilussa rakennetaan ja edistetään sukupuolieroja korostamalla naisten alempiarvoisuutta ja ylistämällä miesten paremmuutta. (Theberge & Birrel 1994, 341.)

Feminismi perustuu ajatukselle, että naisilla on lähtökohtaisesti samat yhteiskunnalliset oikeudet kuin miehilläkin. Urheilun näkökulmasta tämä tarkoittaa, että naisten ja tyttöjen pitäisi saada osallistua urheiluun sekä liikuntaan ja tehdä se ilman ennakkoluuloja, rajoit-teita tai pakotteita. (Thompson 2002, 106.) Susan Birrelin (2000, 61) mukaan tämä on ongelmallista sillä, urheilutoiminta on "miesvarjeltua" (male preserved). Tällä tarkoite-taan ensinnäkin sitä, että miehet hyväksytään helpommin urheilun piiriin kuin naiset. Toi-sekse ne taidot, joita urheilussa arvostetaan ja korostetaan, ovat maskuliinisuuden värit-tämiä. Ei olekaan yllättävää, miksi feministit ovat nähneet juuri urheilun "ihanteellisena paikkana analysoida sukupuolisuhteita." (Bryson 1987, 48; Birrel & Theberge 1994, 342.)

Urheilufeministit ovat siis niitä miehiä ja naisia, jotka haluavat, että juuri tällainen suku-puoleen perustuva syrjintä urheilussa loppuu. He yrittävät selvittää naisten asemaa urhei-lussa, huolehtia heidän oikeuksistaan ja tarpeistaan urheilun kentällä sekä auttaa saavut-tamaan sukupuolten välinen tasa-arvo. (Hargreaves 1994, 26; Hall 1996, 7; Costa & Guthrie 1994, 235 – 248.) Kaikki feministit eivät ole kuitenkaan samaa mieltä siitä, miten nämä sortosuhteet tuotetaan ja uudelleen tuotetaan. (Birrel 2000, 62.) Tämän takia myös urhei-

lufeminismistä löytyy useampia suuntauksia, jotka selittävät epätasa-arvon pohjimmaisia syitä. Kaikkia urheilufeminismin ilmenemismuotoja yhdistää kuitenkin se, että ne pyrkivät saamaan aikaan muutoksia naisten sosiaalisissa urheiluolosuhteissa, jotta urheilumaailma olisi parempi paikka naisille. (Hargreaves 1994, 26.)

## 3 URHEILUPUKEUTUMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

### 3.1 Säännöt

Useissa urheilulajeissa naiset pukeutuvat paljon paljastavammin kuin mieskollegansa. Näitä eroja ei voi selittää pelkästään naisten suuremmalla koristautumisvietillä vaan monissa tapauksissa ulkoasua säädellään virallisissa säännöissä naisurheilijoille epäedullisella tavalla. Pukeutumissäännöt ovat sukupuolille täysin eriarvoiset ja eriluonteiset vaikka sukupuolten fyysinen erilaisuus tai sen vaikutus suoritukseen eivät pakota urheilijoita pukeutumaan eri tavoin tai ainakaan niin, että naiset olisivat paljastavimmissa vaatteissa kuin miehet.

Urheilu on sääntösidonnaista. Jan Boxill (2003, 4) toteaa, että urheilussa on olemassa kahdenalaisia sääntöjä. Ensimmäiset ovat urheilun perustavaa laatua olevia sääntöjä, jotka tekevät urheilusta urheilua erottaen lajit toisistaan ja urheilun esim. leikistä. Ne määrittävät myös kunkin lajin sallitut liikkeet. Näiden sääntöjen olemassaolo ja noudattaminen kumpuaa niiden yhteisestä ja yleisestä hyväksynnästä.

Toiset urheiluun liittyvät säännöt ovat säädyllisyyden ja reilun pelin sääntöjä. Ne taas syntyvät yhteiskunnan muista moraalistandardeista (Boxill 2003, 4) ja urheiluyhteisön sisällä muodostuneista hiljaisista käytännöistä. Vaatetukseen liittyvät säännöt ovat ennen kaikkea tähän jälkimmäiseen ryhmään kuuluvia. Reilun pelin näkökulmasta urheiluvaatteisiin liittyviä sääntöjä on jouduttu viime vuosikymmenen aikana miettimään enemmänkin. Kehityksen myötä uudet materiaalit, mallit ja leikkaukset voivat saada aikaan liiankin suosittuisia vaikutuksia suoritukseen. Säännöillä tällä tavoin halutaan varmistaa tuloksen syntyvän urheilijan fyysisen kyvykkyyden seurauksena eikä vaatteiden, välineiden tai muiden varusteiden avulla.

Urheilijoiden säädyllyisyyteen liittyen monien lajien sääntöihin on kirjattu vaatteiden ulkoasua koskevia pykäläiä. Mm. kansainvälinen yleisurheiluliitto IAAF antaa säännöissään pukeutumista (vaatteita, kenkiä ja numerolappuja) koskevia määräyksiä. Säädyllyisyyden osalta säännöissä todetaan seuraavaa: "Kaikissa lajeissa urheilijan täytyy pitää vaatteita, jotka ovat puhtaat ja suunniteltu ja puettu niin, etteivät ne aiheuta paheksuntaa. Asut täytyy valmistaa materiaaleista, joista ei näy läpi vaikka ne kastuisivat." (IAAF, 2008.) Sääntö on sinänsä hyvin epämääräinen, sillä se ei mainitse minkälaiset tai millä tavalla puettut vaatteet aiheuttavat paheksuntaa. Kun säännöt jättävät nämä asiat määrittelemättä, antaa se myös suunnittelijoille hyvin vapaat kädet valmistaa vaatteita, jotka paljastavat naisvartaloa kenties enemmän kuin urheilijat sitä itse haluaisivat.

Esimerkki, jota feministiset urheilututkijat ja naispuoliset urheilututkijat yleensä käyttävät säännöistä puhuttaessa, löytyy rantalentopallosta. Kansainvälisen lentopalloliiton sääntöjen mukaan naisrantalentopalloilijoiden tulee pukeutua joko uimapukuun tai bikineihin, kun miespallolijjat urheilevat puolestaan hihattomassa paidassa ja löysissä shortseissa. (Liite 1.) Robinsonin mukaan alaosa, jota urheilijan täytyy käyttää, tulee olla vähintään 7 senttimetriä lantiolta. (2002, 50.) Vuoden 2002 jälkeen ovat rantalentopallon säännöt muuttuneet ainakin bikinien mittojen osalta, mutta eivät niinkään naisurheilijoiden hyväksi. Nykyisissä säännöissä ei mittoja mainita ollenkaan (ks. FIVB, 2008), joka saa aikaan vielä selkeämmän eron mies- ja naisurheilijoiden ulkonäön välillä. Monet lentopalloliiton pukeutumissääntöä vastustavat ovatkin olleet sitä mieltä, että sääntö on suunniteltu pelkästään naisurheilijoiden esineellistämiseksi ja katsojien houkuttelemiseksi (Brooks 2001, 1).

Rantalentopallo ei ole ainoa urheilulaji, jossa naisurheilijat esitetään sääntöjen edesauttamana vähäpukeisempina kuin vastakkainen sukupuoli. Virallisissa kansainvälisen taitoluisteluliiton säännöissä sanotaan, että luisteluasut eivät saa olla liian paljastavia tai näyttää siltä, että urheilija olisi alasti. Tästä huolimatta ne edistävät epätasa-arvoa eräällä toi-

sella tavalla. Vasta muutama vuosi sitten taitoluistelusäännöistä poistettiin pykälä, jonka mukaan naisluistelijoiden oli pakko pukeutua hameeseen esiintyessään. Sääntöuudistuksen jälkeen myös naisurheilijoiden sallittiin pukeutua lahkeellisiin asuihin. Muutoksen jälkeen arvokilpailuissa nähtiinkin monia pitkiin, tiukkoihin trikoohaalareihin pukeutuneita naisluistelijoita. Siitä huolimatta, että säännöt ovat nyt muuttuneet tasa-arvoisempaan suuntaan, erottelevat ne edelleenkin nais- ja miesurheilijat yhden asian suhteen. Toisin kuin naiset miehet eivät saa pukeutua trikoisiin vaan heillä täytyy olla suorituksessaan suorat housut. (ks. ISU)

Myös voimistelu pitää säännöillään yllä voimakkaasti naisellista ja naissoveliasta ilmettä. Nais- ja miesvoimistelijat pukeutuvat esim. telinevoimistelussa täysin eri tavoin, vaikka lajin luonne ei sitä vaadi. Haug ja muut (1987, 176) ovat huomioineet, kuinka voimistelussa miehet pukeutuvat pitkiin housuihin naisten trikoiden noustessa korkealle lantiolle korostaen muita naisille ominaisia vartalonpiirteitä. Miesten housut eivät myöskään ole niin tiukat kuin naisten vaan niitä pidetään tiukalla olkainten avulla. Tällöin miesten sukupuolielimet eivät ole samalla tavoin näkyvillä kuin naisvartaloa määrittävät vartalonmuodot. Toisin kuin miesten asuissa, naisilla saattaa olla asuissaan pitkät hihat, jotka tekevät käsi- ja hartialihakset näkymättömiksi, peittäen viimeisetkin vihjaukset ”oikeista urheilijoista”. Miesten hihattomissa paidoissa lihakset taas korostuvat hyvin niiden ollessa näkyvillä.

Kansainvälisen voimisteluliiton säännöt estävät naisia pukeutumasta muihin kuin voimistelutrikoisiin. Miehet taas ovat pakotettuja pukeutumaan pitkiin housuihin kaikissa muissa lajeissa paitsi permannolla ja voltissa, jossa he saavat pistää jalkaansa shortsit. (ks. FIG, 2008.) Monissa telinevoimistelun lajeissa, joissa naisurheilijoilta vaaditaan liikkeiden täytävä visuaalista esteettömyyttä, ei miehiltä tätä taas odoteta. Säännöillä siis halutaan joko käyttää naisia hyväksi lajin markkinoinnissa, vähentää heidän arvoaan urheilijoina tai pitää yllä lajin voimakkaasti sukupuolittunutta ilmettä.

## 3.2 Muoti ja vaatteiden tekninen kehitys

Nyad ja Lyle Hogan (1988, 47, 49) toteavat, että naisten asema urheilussa on parantunut urheiluvälineiden kehittymisen myötä. Heidän mielestään urheiluteknologian kehittyminen on miehille tarkoittanut vauhdin, voiman ja turvallisuuden lisääntymistä, kun taas naisille ennen kaikkea vapautta ja edistystä. Ennen 1980-lukua naisille tehtiin hyvin vähän juuri heille erikseen suunniteltuja urheiluvaatteita. Nyt valmistajat käyttävät paljon aikaa selvittääkseen mitä juuri naisurheilijat tarvitsevat tehdäkseen parhaita mahdollisia tuloksia ja estääkseen heille tyypillisimmät fyysiset vauriot.

Se, mitä Nyad ja Lyle Hogan kutsuvat naisurheilijoiden vapaudeksi, on oman tutkimukseni valossa hieman kyseenalaista. Heidän mielestään tiukat lycrasta valmistetut housut toimivat kuin toinen iho, joka liikkuu tasaisesti ja häiritsemättä tuoden naisille suurempaa vapautta. He jopa toteavat elastaanin ratkaisevan vaatteiden paljastavuusongelmat (Nyad & Lyle Hogan 1988, 47, 50), joka kuulostaa täysin ihmeelliseltä väitteeltä ottaen huomioon, että lycrasta valmistetut vaatteet ovat yleensä erittäin vartalonmyötäisiä.

Kirjoittajien mielestä muodon kehitysoppi ja teknologia ovat kuitenkin selvästi hyödyttäneet naisia kulttuurisesta näkökulmasta miehiä enemmän. Tätä he perustelevat sillä, että naisurheilijoiden huimasti parantuneet saavutukset ja jatkuvasti keventyneet varusteet ovat tehneet naisten urheilusta nopeampaa ja katsojille houkuttelevampaa. Nämä tekijät ovat yhdessä johtaneet naisten urheilun korostuneempaan näkyvyyteen. (Nyad & Lyle Hogan 1988, 47.) Uskoisin kirjoittajien esittämän korrelaation olevan kuitenkin vääristynyt parantuneiden tulosten osalta. Omasta mielestäni suurin osa katsojista on kiinnostunut naisurheilijoista ennemminkin keventyneen varustuksen kuin parantuneiden suoritusten takia.

Tekstiileissä tapahtunut kehitys heijastuu myös Marika Mäkilän (1993) yleisurheiluvaatteita koskevassa pro gradu -tutkielmassa. Hän tutki miten naisten yleisurheiluasu-  
ta

muuttuneet olympialaisissa vuosien 1928 – 1992 aikana. Työ tuo hyvin esille minkälaisia muutoksia naisyleisurheilijoiden vaatteissa on ajan saatossa tapahtunut. Mäkilä on jakanut ne seuraavan luokittelun mukaisesti: muutokset materiaaleissa, väljyydessä, malleissa, paljastavuudessa sekä väreissä.

Kuva-analyysissään Mäkilä havaitsi, että naisten yleisurheiluasuut ovat säilyneet vuodesta 1928 saakka yleensä lyhytaihaisina tai hihattomina sekä lyhytlaheisina tai laheettomina. Vaatteissa tapahtuneet suurimmat muutokset ovat johtuneet tekstiilien kehitymisestä. Uudenlaiset tekstiililaadut ja niiden tekotavat ovat vaikuttaneet vaatteiden malleihin, sekä niiden väljyyteen että paljastavuuteen. (1993, 68 – 69.)

Neulotun kankaan syrjäyttäessä kudotun sekä lycran yleistyessä urheiluvaatteiden valmistuksessa nähtiin vaatteissa täysin uusia malleja. Huomattavin oli yksiosaisen ”uimavuvun” yleistyminen trikoiden ja housujen rinnalla. Vuoden 1992 kisoissa yksiosainen asu lopulta ohitti kaksiosaiset asut vaatteiden välisessä suosiossa. (Mäkilä 1993, 68 – 69.) Tämän päivän urheiluasuissa on kuitenkin huomattavissa, että kaksiosainen asu on palannut suosituimmaksi vaihtoehdoksi, muttei samassa muodossa kuin ennen. Nykyään pikkuhousut ovat korvanneet shortsit ja paidat lyhentyneet topeiksi.

Toppien ja pikkuhousujen yleistyminen toi mukanaan myös toisen ilmiön, joka oli ennen näkemätön yleisurheilumuodissa, nimittäin keskivartalon paljastumisen. Mäkilä (1993, 70) huomauttaa, että vaikka vaatteet ovatkin muodin muuttuessa välillä lyhentyneet ja sitten taas pidentyneet, on suunta kuitenkin ollut koko ajan kohti vähemmän peittävään. Tutkielmantekohetkellä hän näki vaatteiden olevan niin peittäviä kuin säädyllisyyden rajoissa oli mahdollista. Tarkasteltaessa tilannetta tämän päivän valossa, vaatteet ovat kuitenkin pienentyneet entisestään ja ne ovat selkeästi niukempia kuin 15 vuotta sitten.

Vaikka naisten vaatteet eivät ole kovin väljiä koskaan olleetkaan, ovat ne kuitenkin tiukentuneet kisa kisalta. Vuonna 1992 elastisuus mahdollisti sen, että puvuissa ei tarvinnut väljyyttä enää ollenkaan ja ne pystyttiin valmistamaan urheilijan vartalon mittoja pienemmiksi. Verratessaan kuva-analyysinsä valokuvia Mäkilä havaitsi naisten vartalon olevan viimeisissä kisoissa huomattavasti ensimmäisiä paljaampi. Paljastavuutta on lisännyt myös se, että housut ovat koko ajan lyhentyneet jalantien kaaren noustessa ylemmäs ja topit avartuneet käden- ja päätteiden muutosten myötä. (Mäkilä 1993, 69 – 70.)

Myös Jennifer Hargreaves on ottanut kantaa naisurheilijoiden tiukkoihin vaatteisiin. Hän toteaa, että uudenlaisista materiaaleista valmistetut vaatteet ovat tulleet entistä tiukemmiksi ja ihonmyötäisemmiksi. Joustavat materiaalit on ensisijaisesti kehitetty kestämään rasitusta paremmin kuin kudotut kankaat, mutta samalla ne tarjoavat erinomaisen tavan paljastaa vartalo ja sen seksuaalinen puoli. Asun ja materiaalin myötäillessä ihoa vaate ei jätä paljon katsojan arvailujen varaan. Katsoessaan vähäpukeista urheilijaa katsoja pystyy luomaan mielikuvan alastomasta vartalosta, jota korostavat vielä entisestään monien urheilulajien eroottisävyiset liikkeet ja asennot. (1994, 159.)

### 3.3 Naisurheilijoiden vartalon hyödyntäminen urheilumarkkinoinnissa

Urheilusta on viime vuosina tullut yhä enemmän liiketoimintaa. Se minkälaisessa asussa urheilija urheilee, näyttelee hyvin suurta osuutta taloudellisten voittojen ja näkyvyyden tavoittelussa. Voittoa eivät tavoittele pelkästään yritykset, vaan myös urheilijat. Ammattilaisuus tarkoittaa osittain sitä, että urheilija on riippuvainen myös muista ulkopuolisista tahoista kuin itsestään. Tällaisia ovat mm. kilpailu- ja mainospalkkioita maksavat yritykset sekä sponsorit. Urheiluvaatteita valmistavalle yritykselle parasta mahdollista mainosta on se, jos suosittu ja menestyvä urheilija käyttää valmistajan vaatteita. Urheilijalle etu on siinä, että jotkin valmistajat ovat jopa valmiita maksamaan, että urheilija kilpailee juuri kyseisen valmistajan vaatteissa. Edullinen ulkomuoto tuo myös huomiota, joten pukeutumiseen kannattaa panostaa. (Rauste 1997, 493; Mäkilä 1993, 74.)



Urheilijoiden tietynlainen ulkonäkö ei lähde pelkästään naisurheilijoista vaan Anthony Sparkesin (1988) mukaan urheilun ja liikunnallisen vapaa-ajan lisääntymisen myötä on ajauduttu ikävään tilanteeseen, jossa naisten vartalo ja heidän seksuaalisuutensa on kaupallistettu. Seksuaalisuutta pursuavat urheilukuvat ilmentävät sitä kuinka tärkeä rooli naisvartalolla on länsimaisessa kulttuurissa ja ne ovat samalla tehneet siitä kuluttamisen ja tuottamisen välineen. (Hargreaves 1994, 158.)

Laura Robinson (2002, 81) on Sparkesin kanssa samoilla linjoilla. Hän esittää, että television keksimisen myötä olemme siirtyneet kulttuuriin, jossa olemme kiinnostuneempia urheilun katsomisesta kun sen harrastamisesta. Kaupallisen urheilun tärkeimmäksi kiinnostuksen kohteeksi ovatkin nousseet katsojat, passiiviset ja välilliset kuluttajat, joiden houkuttelemisessa urheilijan vartalo on arvokas väline.

Haitalliseksi urheilijoiden vartaloiden kaupallistamisen varsinkin naisurheilijoille tekee se, että suurin osa urheilua seuraavista katsojista on miehiä. Useimmat heistä seuraavat naisurheilua juuri sen viihteellisyyden eivätkä huikeiden urheilusuoritusten ja tulosten takia, kuten taas miesten urheilua. Kaupallisesti ajateltuna urheilijat toimivat näyteikkunoina, joiden tarkoitus on kiihottaa ja houkuttaa katsojia. He ovat seksualisoituja objekteja, joiden tarkoitus on saada kuluttajat ostamaan juoksukenkiä ja tennismailoja. (Robinson 2002, 81 – 83.) Mitä enemmän urheilija näkyy mediassa sitä enemmän hän myös tuo näkyvyyttä tuotteelle ja sponsorille.

Urheilijoiden ulkonäkö on ymmärretty ottaa käyttöön urheilumarkkinoinnissa myös virallisemmilla tahoilla. Hyvän esimerkin antaa naisten seiväshyppy. Naiset saivat ensimmäistä kertaa olympiatasolla osallistua seiväshyppyyn Sydneyssä vuonna 2000. Muutama päivä olympiakisojen jälkeen aloitettiin vuoden 2001 Edmontonin maailmanmestaruuskilpailujen markkinointi, jonka myötä lajille luvattiin vielä entistä suurempaa näkyvyyttä. Kisoja järjestävä taho kertoi australialaisen naisseiväshyppääjä Tatiana Grigorievan esiintyvän

virallisen kisaohjelman kannessa. Calgary Heraldille annetussa haastattelussa naisten seiväshypyn saaman huomion koettiin yleensäkin tuovan MM-kisoille enemmän huomiota ja auttamaan niiden markkinoinnissa. (Robinson 2002, 85.)

Robinson (2002, 85) kertoo kuinka MM-kisojen alkaessa Edmontonissa Kanadan toiseksi suurin sanomalehti The Globe and Mail uutisoi naisten seiväshypystä otsikolla "Pole vaulting fashion is all T and A: technology and advancement." Artikkelin yhteydessä oli Tatiana Grigorievan keskivartaloon tarkennettu kuva, joka oli varustettu kuvatekstillä "The skimpiest clothing in sports?". Otsikolla viitattiin Niken edustajan kommenttiin, jonka mukaan tällaisissa keskivartalon paljastavissa vaatteissa urheilevat naiset altistuvat yleensä suuremmalle ylikuumenemiselle. Nämä naiset edustavat niitä lajeja, joiden kohdalla halutaan mahdollisimman vähän rajoituksia.

The Globe and mail -lehden artikkeli saattaa antaa hataran urheiluvaateteknologiaan tai fysiologiaan liittyvän selityksen naisten pienistä ja tiukoista asuista. Todellisuus, ja mikä ainakin mieskatsojia lajissa kiinnostaa, on jutun otsikossa. Amerikkalaisessa slangissa "T and A" ei nimittäin käänny 'teknologiaksi ja edistykseksi' kuten otsikossa todetaan vaan sanoihin "tits and ass" eli rinnoiksi ja takapuoleksi. Tämä lienee myös syy, jonka takia useat miehet näitä lajeja seuraavat. Robinsonin (2002, 50 – 51) näkemyksen mukaan urheilijat halutaan juuri tämän takia pitää paljastavissa ja pienissä asuissa. Eniten urheilua seuraavat 18 – 35-vuotiaat miehet, joka on otettu huomioon myös urheilumarkkinoinnissa. Mikä muu olisikaan paras tapa saada mieskatsojat liimattua sohvan ja television ääreen kuin vähäpukeiset ja hyvävartaloiset naiset. Urheilu tarjoaakin mieskatsojille harvinaisen julkisia tilanteita, joissa he pääsevät oikeutetusti katsomaan niukasti puettuja naisia ja siten käyttämään heitä välineinä fantasioilleen (Hargraeves 1994, 168).

Rantalentopallokaan ei ole säästynyt urheilijoille kielteisistä markkinointikeinoista. Rantalentopallo on ollut ensimmäisestä esiintymisestään vuoden 1996 olympialaisista lähtien yksi suosituimmista ja seuratuimmista lajeista. Kiitoksen on todettu kuuluvan vähäpukei-

sille naisille ja lihaksikkaan vartalonsa paljastaville miehille. Näitä paljaita vartaloita on myös avoimesti käytetty hyväksi lajin sekä kisojen markkinoinnissa. Siinäkin valitettavasti juuri naisurheilijat ovat joutuneet kärsimään eniten. Esimerkiksi Ateenan kesäolympialaisissa 2004 vähäpukeisia naischeerleadereita käytettiin nostattamaan tunnelmaa. Kritiikkiä naisrantalentopalloilijoiden keskuudessa herätti se, että muutkin kuin he joutuivat laittamaan itsensä esille urheilumarkkinoinnin nimissä. Närkästyä ei helpottanut se, että yhtäkään miesurheilijaa samanlaisissa cheerleader-tehtävissä ei nähty. (ESPN, 2004)

Brooks (2001, 1, 3, 11 – 13) huomauttaa, että seksuaalisen aspektin lisääminen urheiluun ja sen markkinointiin ei aina johda haluttuun lopputulokseen. Hän toteaa, että sillä saattaa olla jopa kielteiset seuraukset ainakin kahdelta kannalta. Ensinnäkin tuotteet, joita markkinoidaan urheilijoiden seksuaalisuudella, ovat ainakin joissain tutkimuksissa saaneet aikaan kielteisiä reaktioita kohdeyleisössä. Katsojat saattavat ärsyyntyä, joka saattaa vaikuttaa siihen, mitä tuotteesta ajatellaan. Tällaiset tuotteet koetaan yleensä huonolaatuiseksi ja yritykset, jotka niitä valmistavat vähemmän hyvämaineisimmaksi. Tällaisilla mielikuvilla on myös vaikutusta kuluttajien ostoskäyttäytymiseen. Sellaiset tuotteet, jotka koetaan vastenmielisiksi tai huonon maun mukaisiksi, voidaan jättää ostamatta.

Toinen Brooksinkin mainitsema vaikutus liittyy siihen, miten urheiluun liitetty seksuaalisuus vaikuttaa suoraan urheilijoihin ja asenteisiin heitä kohtaan. On mahdollista, että kohdeyleisö kokee urheilijat, jotka ovat esillä seksuaalisissa kuvissa vähemmän lahjakkaiksi, epäurheilijamaisiksi ja huonommiksi esikuviksi. Vance (1989) on todennut, että seksuaalisuus on miellyttävää, mutta vaarallista varsinkin silloin, kun naiset ovat sen objekteina. (Brooks 2001, 10.)

### 3.4 Naisurheilijoiden seksualisointi

Seksualisoimisella tarkoitetaan seksuaalisuuden haitallista soveltamista tai seksuaalista käsitystä yksilöstä tai luokasta (Merriam-Webster's Medical Dictionary). The American Psychological Association (APA) on todennut, että seksualisoimisesta voidaan puhua jos:

- henkilön arvo tulee pelkästään hänen seksuaalisesta viehätysvoimastaan tai seksuaalisesta käyttäytymisestään sekä muiden henkilön ominaisuuksien poissulkeamisesta
- henkilö mielletään hyvin kapean, fyysistä ulkonäköä koskevan käsityksen perusteella seksikkääksi
- henkilöstä tehdään seksiobjekti eli henkilö nähdään pikemminkin kohteena muiden seksuaaliselle käytölle kuin henkilönä, joka on kyvykäs itsenäiseen toimintaan ja päätösten tekoon
- seksuaalisuus pakotetaan henkilöön asiaankuulumattomalla tavalla.

Näitä määritelmiä soveltaen naisurheilijoiden heteroseksualisoimisella tarkoitetaan siis sitä, että naisurheilijat ovat kentällä mieskatsojien seksiobjekteja. Naisurheilijoissa korostetaan pelkästään heidän sukupuoltaan ja eikä kyvykkyyttä tai statusta urheilijoina.

Heteroseksualisointi kumpuaa sekä urheilun sisäisistä, urheilukulttuurin ylläpitämistä että sen ulkopuolisista, naisurheiluun yleensä liitetyistä mielikuvista. Vikki Krane (2001, 115) toteaa, että naisurheilijat, jotka ovat piirteiltään ja ulkomuodoltaan naisellisia, saavat osakseen enemmän arvostusta ja etuoikeuksia kuin urheilijat, jotka ovat maskuliinisempia. Se, että urheilija ei sovellu urheilun yhdenmukaisen naiskäsityksen sisälle, saa aikaan seksististä ja heteroseksististä syrjintää. Estääkseen ennakkoluulot ja syrjinnän, monet naisurheilijat korostavat naisellisia piirteitään esimerkiksi meikillä ja koruilla. Sovelmaisuu- den rajan ylittäminen johtaa kuitenkin entistä suurempaan seksualisointiin ja väheksyntään.

Välttääksensä moniin naisurheilijoihin liitetyn lesbon leiman, naisurheilijoiden on tarvinnut osoittaa, että voivat olla sekä urheilullisia että sosiaalisesti hyväksytyjä. Tämän ajatuksen edistämiseksi on keksitty ottaa käyttöön teema "voimme olla urheilijoita ja naisellisia yhtä aikaa". Tällaisilla naisia hyväksikäyttävillä kampanjoilla (kuten naisjäähkiekkjoukkueiden alastonkalentereilla) on pyritty naisurheilijoiden naiseuden ja heteroseksuaalisuuden julkituontiin sekä tekemään heistä sosiaalisesti hyväksytyjä naisia. Tämä on monesti vaikeaa, sillä naisurheilijat ovat yleensä voimakkaita ja lihaksikkaita, mutta heidän pitäisi kuitenkin olla heteroseksuaalisesti viehättäviä. Täten naiset joutuvat jatkuvasti taapainottelemaan urheilun naisellisten ja vähemmän naisellisten piirteiden kanssa. (Krane 2001, 116.)

Hargreavesin (1994, 159) mukaan naisurheilussa vartalon esittäminen tavalla, joka tuo esille naiselliset muodot sekä naisvartalon seksuaalisuuden, on lisääntynyt huomattavasti. Kaikista näkyvämmiin on seksualisoitu lajeja, jotka korostavat jo valmiiksi vahvaa mielikuvaa naisellisesta olemuksesta ja naisten eroa miehistä kuten voimistelu, jäätanssi ja taitouinti. Lajien luonteen takia ne koetaan yleensä naisille soveltuviksi. Näiden urheilijoiden on haluttu täten myös kuvastavan sitä, miltä odotamme naisten heteroseksuaalisessa kulttuurissamme näyttävän. Myös lajien sisältämä liikekieli heijastaa naisellista seksuaalisuutta asentojen, eleiden ja vihjailevien poseerauksien myötä. Yllättäen ne kaikki ovat myös lajeja, joissa urheiluvaatteet ovat tiukkoja ja vartalonmyötäisiä ja niiden leikkaukset korostavat naisvartalon piirteitä lisäten seksuaalisia virikkeitä.

Tietty osa seksualisoinnista lähtee myös naisurheilijoiden omasta käyttäytymisestä. Lähestyvät arvokilpailut ovat ainakin kansainvälisesti saaneet aikaan erilaisten naisurheilijoiden esittävien alastonkalenterien ja -kuvien ryöpyn. Tällöin ei enää puhuta, mitä naisurheilijoilla on päällään, vaan pikemminkin siitä mitä heillä ei ole. Williams (1990) onkin todennut, että naisurheilijat eivät ole enää passiivisia välikappaleita, jotka purematta nielevät kaiken mitä muoti ja kaupallinen vaatetusteollisuus heille syöttävät. Hän toteaa naisten olevan yhtä kiinnostuneita seksuaalisuudesta kuin miehet. Olennaista tässä kysymyksessä

on se, että kohdellaanko heitä aktiivisina subjekteina vai passiivisina objekteina. (Hargreaves 1994, 167.)

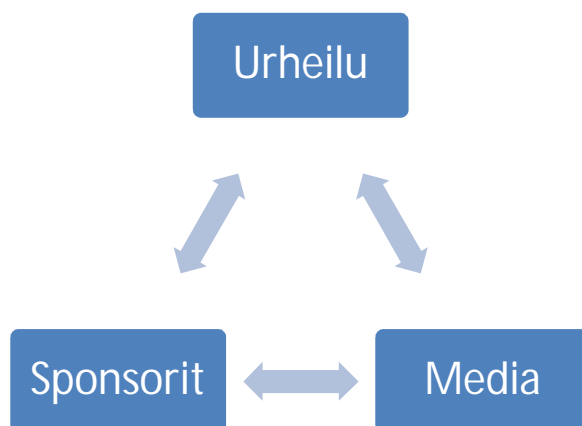
Hargreavesin mukaan on selvää, että naisurheilijat välittävät itsestään radikaalisti erilaista kuvaa kuin aiemmin. Mielikuva naisurheilijoista ei ole muuttunut pelkkien vaatteiden vaan myös vartaloissa tapahtuneiden muutosten myötä. Lihaksikkaan vartalon esittelemisen - uudenlaisten vaatteiden lisäksi - luovat täysin uudenlaista kuvaa naisurheilijoista. Tätä käsitystä he myös itse haluavat vahvistaa. Nykyinen kuva onkin täten ristiriidassa sen suositun ajatuksen kanssa, jonka mukaan naiset olisivat passiivisia ja kuuliaisista hyödykkeitä katselulle ja omistukselle. (1994, 167 – 168.)

Vaikka liitto naisurheilun ja naisruumiin seksualisoinnin välillä ei olekaan koskaan ollut yhtä vahva kuin nyt, suhde tulee olemaan entistä monimutkaisempi tulevaisuudessa. Hargreaves (1994, 167 – 168) huomauttaa, ettemme voi enää sanoa naisurheilijoita seksualisoitavan vasten heidän tahtoaan. Tulevaisuudessa naisurheilijat tulevat olemaan yhä enemmän sekä aktiivisesti seksuaalisia että kulttuurisesti hyväksikäytettyjä. (Hargreaves 1994, 167 – 168.)

## 4 URHEILUN KAUPALLISTUMINEN

### 4.1 Median, sponsoreiden ja urheilun symbioosi

Vaikka viitteitä urheilun kaupallisuudesta löytyy jo Antiikin Kreikan ajoilta, viimeisen 20 vuoden aikana kaupallisuus on läpäissyt koko urheilun kentän tehden siitä miljoonabisnessä (Rowe & Guttmann 2008). Kaupallisuuden on nähty tunkeutuneen urheiluun lopullisesti vuoden 1984 Los Angelesin olympialaisissa. Vuoden 1976 tappiollisten Montrealin kisojen jälkeen olympiabrändi kaupallistettiin myymällä oikeudet virallisiin olympiatuotteisiin kaikista korkeimmin tarjonneille tahoille. Tämä tarjosi urheiluun aikaisemmin harvemmin liitetuille tahoille, kuten olutpanimoille ja luottokorttiyrityksille, mahdollisuuden päästä osaksi urheilun suurta kansansuosiota ja näkyvyyttä. Enää ei puhuttu pelkästään mitalien voittamisesta ja parhaiden suoritusten tekemisestä vaan huomion veivät televisiointisopimukset, virallisten tuotteiden markkinointi sekä täydentävien palvelujen myynti. (Encyclopedia Britannica; Magdalinski & Nauright 2004, 193.)



KUVIO 1. Urheilun, median ja sponsoreiden symbioosi

Urheilu, media ja sponsorit ovat erottamattomasti sidoksissa toisiinsa. Mediaa ja sponsoreita urheilu kiinnostaa, koska se tarjoaa yleisöä kiinnostavaa sisältöä lehtiin ja televisioon. Se on myös erinomainen näyttämö mainostaa yritysten tuotteita sekä tuoda esille niiden brändiä. Kiinnostusta herättää myös huippu-urheiluun liitetyt myönteiset mielikuvat, jotka antavat positiivista nostetta kaikille sen vaikutuspiirissä oleville. Siksi ei olekaan ihme miksi media ja suuryritykset haluavat tunkeutua yhä syvemmälle urheilun maailmaan. Yleensä tämä tarkoittaa, että urheilutapahtuman täytyy saavuttaa riittävä määrä kansainvälistä huomiota. Sen saavuttamiseen urheilutapahtuma ei taas kykene ilman sponsoreita ja yrityksiä. (Slack & Amis 2004, 269 – 270; Suomen Olympiakomitea 2002, 12 - 13; Westerbeek & Smith 2003, 136.)

Nykyinen huippu-urheilu on hyvinkin paljon riippuvainen yritysrahoista ja mediasta. Ensinnäkin kaupallinen sponsoritoiminta on edistänyt urheilun medianäkyvyyttä. Urheilukatsojat ympäri maailman pystyvät seuraavaan sellaisia lajeja ja urheilijoita, joita ilman yritysrahoja ei olisi mahdollista nähdä. Globalisoituessaan urheiluviestintä on tuonut maailman tähdet lähemmäksi meitä, kuin paikalliset urheilutapahtumat ovat ikinä olleet. Toinen positiivinen puoli liittyy urheilijoiden ansaitsemismahdollisuuksiin. Sponsoritulot ja kilpailupalkkiot ovat antaneet urheilijoille mahdollisuuden elättää itsensä urheilulla sekä urheilla ammatikseen olematta riippuvaisia apurahoista ja muista tuista. (Slack & Amis 2004, 269 – 276.)

Päällisin puolin vaikuttaisikin siltä, että kyseessä on hyvin hedelmällinen suhde, jossa sponsorit tarjoavat rahaa urheiluseuroille, urheilijoille sekä tapahtumille ja saavat puolestaan näkyvyyttä tuotteelleen (Slack & Amis 2004, 269 – 270). Monien urheilusosiologien mielestä (ks. Rowe & Guttman 2008; Slack 1998; Slack & Amis 2004) kaupallistuminen tuo kuitenkin kielteisiä vaikutuksia urheilukulttuuriin, minkä vuoksi ilmiötä tulisi tutkia kriittisemmin.



## 4.2 Urheilun kaupallistumisen kielteiset seuraukset

Varsinkin median lisääntyneen mukaantulon on nähty vaikuttaneen urheiluun enemmän negatiivisesti kuin positiivisesti. Sen on nähty muuttaneen tapaa, jolla koemme urheilun sekä sitä, miten nykyään itse asiassa pelaamme ja urheilemme eli urheilun sääntöjä ja rakennetta. (Slack & Amis 2004, 275 – 276; Rowe & Guttmann 2008.) Tämä tehdään mm. muokkaamalla kilpailuaikatauluja enemmänkin katsojille kuin urheilijoille sopiviksi. Kilpailu- ja ottelukalenterien järjestäminen median tarpeita ajatellen voi olla urheilijan hyvinvoinnin näkökulmasta haitallista ja jopa vaarallista. Lyhyet palautumisajat ja täten parhaan mahdollisen suorituskyvyn saavuttamisen estäminen voi johtaa koko kauden keskeyttäviin loukkaantumisiin. (Suomen Olympiakomitea 2002, 13.)

Urheilu onnistuu tavoittamaan mahdollisimman suuren yleisön juuri median avulla. Koska myös media ja yritykset haluavat hyötyä tästä urheilua seuraavasta ihmismassasta, astuvat ne alueelle, joka ei ole niille alun perin kuulunut. Tämä näkyy toistuvina mainoskatkoina ja ylimääräisinä pelikatkoina. Median suurta vaikutusta urheiluun kuvaa esimerkki Soulin olympialaisista vuodelta 1988. Tuolloin sprintterit juoksivat kisansa aamulla kello viiden aikaan, jotta amerikkalainen yleisö pystyi seuraamaan pikamatkojen kisoja parhaaseen katseluaikaan. (Rowe & Guttmann 2008.)

Toisaalta urheilu ei pärjää ilman mediaa ja sponsoreita. Monet lajit eivät saisi riittävää näkyvyyttä ilman mediaa. Tämän takia monet urheilulajit ovat tehneet muutoksia, joilla on pyritty lisäämään niiden kiinnostusta ja viehätysvoimaa televisioyleisöjen ja sponsoreiden silmissä. Näiden joukossa ovat mm. jalkapallo, golf, kriketti, yleisurheilu, rugby, lentopallo ja soutu. (Slack & Amis 2004, 277.) Myös hiihdon Tour de Ski'n alkuperäinen tarkoitus on ollut nostaa maastohiihdon imagoa ja näkyvyyttä muuallakin kuin perinteisissä hiihtomaissa kuten Pohjoismaissa ja Keski-Euroopassa.

Vaikka urheilun medianäkyvyys on lisääntynyt, se ei silti ole kuitenkaan ole koitunut kaikkien urheilijaryhmien eduksi. Urheilulajit, jotka eivät nauti suuren yleisön suosiota eivät täten myöskään pysty saamaan taloudellisia avustuksia yritysmaailmasta (Slack 1998). Sama koskee myös naisurheilua. Se ei nauti samanlaisesta medianäkyvyydestä kuin miesurheilu. Vaikka naisurheilija menestyisi kansainvälisestikin, hän saa silti vain osan siitä huomiosta mitä miespuolinen urheilija. (Opetusministeriö 2004, 31.)

Se, että urheilun kaupallistuminen on mahdollistanut ammattimaisen urheilun, on urheilijoiden kannalta hyvä asia. Nykyiset lainsäädäntömuutokset ovat monissa maissa mahdollistaneet palkintorahojen tallettamisen urheilijarahastoihin, joka on valtiojohtolta merkki siitä kuinka paljon kansallisella tasolla arvostetaan urheilua, sen tuomaa menestystä ja kansakuntaa yhdistää voimaa. Rahan tuleminen mukaan urheiluun ei kuitenkaan ole pelkästään hyvä asia. Magdalinski ja Nauright (2004, 193) toteavatkin, että kun aikaisemmin urheilijat urheilivat intohimosta lajia kohtaan, nykyään he tekevät sen korvausta vastaan. Jatkuva kilpailu paremmuudesta, yleisön, median ja sponsoreiden huomiosta sekä niiden tarjoamista resursseista luovat taas monenlaisia lieveilmiöitä huippu-urheilussa.

Suuret palkintorahat, saatu hyöty ja kunnia ruokkivat yhä enemmän kiellettyjen keinojen käyttämistä urheilussa. Varsinkin huippu-urheilussa on viime vuosina nähty paljon tapauksia, jotka ovat syöneet urheilun positiivista julkisuuskuva. (Opetusministeriö 2004, 10; Suomen Olympiakomitea 2002, 13.) Suurimmaksi osaksi kyky ja taito ovat edelleen niitä tekijöitä, jotka mahdollistavat ammattimaisen urheilun ja täysipäiväisen harjoittelun, mutta rahan ja sen ansaitsemisen tullessa urheilun itsetarkoitukseksi, taloudellinen hyöty ja menestyksen julkisuusarvo eivät ainakaan karkota pois yrittäjiä (Boxill 2003, 3).

Kaupallisen urheilun negatiivisista piirteistä huolimatta median ja sponsoreiden erottaminen urheilusta on mahdotonta. Tätä symbioosia ruokkivat kaikkien kolmen tahon tarpeet. Rowe ja Guttman (2008) kuvaavatkin tätä kolmiodraamaa pitkäksi ja intiimiksi avioliitoksi, jonka osapuolet tuskin tulevat eroamaan lähivuosina.

### 4.3 Penkkiurheilijoiden merkitys kaupallisessa urheilussa

Urheilun kaupallistumisen myötä urheilun tärkeämmäksi tekijäksi, ohi urheilijoiden ja heidän suoritustensa, ovat nousseet katsojat eli urheiluviihteen kuluttajat (Robinson 2002, 82). Urheilumarkkinoinnilla pyritään vaikuttamaan penkkiurheilijoiden ostopäätöksiin ja kulutustottumuksiin niin, että kuluttajat valitsevat tuotteiden joukosta juuri tietyt vaihtoehdot. Tämä tapahtuu luomalla keinotekoisia tarpeita, jotka perustuvat urheilijoiden sekä urheilujoukkueiden ominaisuuksiin. Ostamalla tai kuluttamalla tiettyä tuotetta, kuluttajalle halutaan uskotella, että hän pääsee osaksi tuotteen imagoa. (Slack & Amis 2004, 271; Skov Holt 1988, 15.)

Tuotteistaminen on merkittävä osa sponsorointia. Joukkueisiin ja urheilijoihin liittyvät tuotteet ja välinemarkkinat nojaavat median tarjoamaan näkyvyyteen, jonka avulla luodaan suuret, lojaalit ihmisryhmät lukijoita, kuuntelijoita, katsojia ja vuorovaikutteisia kuluttajia. Kun kannattajat ja katsojat haluavat samaistua suosikkiurheilijansa tai joukkueensa kannattajaksi, suurimman voiton käärivät tuotteita myyvät yritykset. (Rowe & Guttmann 2008.) Kuluttajien suuren merkityksen takia Westerbeek ja Smith (2003, 58) ovatkin todenneet, että fanien motivaation ja käyttäytymisen ymmärtäminen on tärkein elementti sponsorointia harjoittavien yritysten menestyksessä.

Katsojakäyttäytymistä on selitetty usealla eri tavalla. Tyypillisimmin urheilun on koettu irrottavan arjesta ja tuovan jännitystä elämään. Monille urheilu on myös väline sosiaaliselle integroitumiselle sekä olla osa urheiluyhteisöä. Varsinkin Keski- ja Etelä-Euroopassa yhteisöllisyys kulminoituu rituaalisiin seremonioihin joukkueen kannustuslaulujen, värien ja mottojen muodossa. Urheilun kannattamisella pääsee siis ilmaisemaan omaa henkilökohtaista identiteettiä ja löytämään muita samankaltaisia. Toki urheilulla on myös suuri viihde- ja speaktaakkeliarvo ja se tuo seuraajilleen esteettistä mielihyvää. (Westerbeek & Smith 2002, 61 – 63.)

Urheilun viihteellinen ja esteettinen arvo ovat myös niitä mihin urheilufeministit ovat huomioissaan puuttuneet. Westerbeek ja Smith (2003, 62 – 63) tarkoittavat esteettisellä mielihyvällä lähinnä katsojien mieleen piirtyviä ikimuistoisia hetkiä ja silmiä hiveleviä suorituksia. Joidenkin urheilufeministien mielestä mieskatsojien urheilunkulutuskäyttäytymistä, ainakin naislajien seuraamisen suhteen, voidaan selittää vain naisurheilun viihteellisyyden ja urheilijoiden ulkonäköön liittyvillä syillä (Esim. Robinson 2002, 50 – 51, 82 - 83). Ottaen huomioon urheilua eniten seuraavan yleisön eli miehet ei ole vaikea kuvitella, miltä urheiluvaatevalmistajat ja jotkut sponsorit haluavat naisurheilijoiden näyttävän.

## 5 TUTKIMUSTEHTÄVÄT

Vaikka viimeisen 20 vuoden aikana sosiaalitieteissä on havaittu lisääntyvää kiinnostusta ruumiin tutkimista kohtaan, tehdyt tutkimukset ovat harvoin yhdistäneet ruumiin ja vartalon muotiin ja pukeutumiseen. Näin ollen vaatteiden yleiset käytänteet ja vartalon koristaminen eivät ole saaneet paljonkaan huomiota. (Entwistle & Wilson 2001, 1, 3.) Jos urheilututkijat ovat olleet kiinnostuneita vaatteista, se on ollut enemmän fysiologista kuin sosiologista.

Siitä huolimatta, että feministiset urheilututkijat ovat huomanneet pukeutumisen epätaasa-arvoa ylläpitävänä tekijänä, eivät he kuitenkaan ole ryhtyneet suurimpiin tutkimusprojekteihin asian suhteen. Feminististen urheilututkijoiden ja urheilusosiologioiden tulisi kuitenkin olla enemmän kiinnostuneita urheilupukeutumisesta sillä,

- urheiluvaatevalmistajien keskinäinen kamppailu markkinajohtajuudesta merkitsee urheiluvaatteiden sekä –materiaalien kehittymistä ja erikoistumista vuosi vuodelta (ks. Pulkkinen 2008)
- median lisääntynyt läsnäolo sekä merkitys kaupallisen urheilun edistäjänä merkitsevät ulkonäköpaineita urheilijoille ja ulkonäön korostumista entisestään (ks. Nyström 2008b)
- sallituilla keinoilla tulostasot eivät voi nousta kuin tiettyyn pisteeseen, jolloin urheiluvaatetuksen ja –välineiden merkitys urheilussa tulee korostumaan entisestään
- vaatteilla on urheilussa merkittäviä symbolisia, sosiaalisia sekä taloudellisia funktioita

- urheilufeministisestä näkökulmasta vaatteet ylläpitävät sortavia sukupuoliasetelmia seksualisoimalla naisurheilijoita ja esittämällä heidät vähempiarvoisina urheilijoina
- vaatteet ovat muuttuneet paljastavimmiksi varsinkin naisurheilijoiden kohdalla (Entwistle & Wilson 2001, 3).

Vaikka edellä mainitut tosiasiat ovatkin merkittäviä syitä sille, miksi urheilupukeutumista tulisi tutkia tulevaisuudessa enemmän, tulivat minun mielestäni tärkeimmät syyt ilmi omassa tutkimuksessani. Ne olivat urheilijoiden henkilökohtaiset kokemukset ja näkemykset vaatteista ja varsinkin niiden huomioitta jättäminen. Tähän näkemykseen liittyy läheisesti myös yksi feminististä tutkimusta määrittävistä tekijöistä eli halu tuoda esille naisten ääni heitä koskevissa asioissa.

Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Mitkä tekijät vaikuttavat urheilijoiden pitämiin ja valitsemiin vaatteisiin?
2. Miten urheilijat kokevat vaatteisiin vaikuttamisen?
3. Miten urheiluvaatteet vaikuttavat urheilusuoritukseen?

Tutkimuksella siis pyritään selvittämään yleisurheiluvaatteisiin vaikuttavia tekijöitä (luku 7), urheilijan vaikutusta vaatteisiin (luku 8) sekä itse vaatteiden vaikutuksia urheilusuorituksessa (luku 9). Koin tärkeäksi juuri nämä tutkimustehtävät sillä, pelkästään urheilijat voivat tietää minkälaiset urheiluvaatteet palvelevat heitä ja heidän suorituksiaan parhaiten. Jos muut tahot kuin urheilijat määrittelevät mikä on heidän etujensa mukaista, lähtee ongelmanratkaisu liikkeelle väärästä päästä. Vaatteiden tulisi mielestäni palvella vain ja ainoastaan urheilusuoritusta sekä urheilijoiden hyvinvointia.

## 6 AINEISTO JA MENETELMÄT

### 6.1 Haastattelurunko ja -teemat

Tässä tutkimuksessa käyttämäni haastattelurunko kehittyi vuoden aikana useassa eri vaiheessa. Aloitin haastattelurungon tekemisen ensimmäisessä graduseminaarissa. Sen aikana ryhdyin miettimään erilaisia kysymyksiä, joilla voitaisiin selvittää mitkä eri tekijät määrittävät nykyistä urheilupukeutumista ja mitkä kaikki tahot vaikuttavat siihen. Seminaarin myötä alkoivat myös muodostua teemat, joiden ympärille kysymykset muotoutuivat.

Haastattelurungossa (Liite 2) keskityin seuraaviin teemoihin:

- Urheilijoiden vaikuttamismahdollisuudet vaatteisiin
- Vaatteet urheilusuorituksessa
- Vaatteissa tapahtuneet muutokset
- Sponsoreiden saaminen ja niiden vaikutus pukeutumiseen
- Median läsnäolon vaikutus urheilijan ulkonäköön
- Urheilun etiikka
- Kuvat urheiluvaatteista

Rajallisten resurssien vuoksi koehaastattelujen tekeminen oli mahdotonta. Näin ollen suurimmat muutokset haastattelurunkoon tapahtuivat varsinaisten haastattelujen yhteydessä. Haastattelut toivat runkoon joitain uusia kysymyksiä mutta niitä myös poistin siitä. Uudet kysymykset koskivat mm. urheilijoiden omia vaatesponsoreita, joita en ollut osannut ottaa huomioon rungon ensimmäisessä versiossa. Kysymykset, jotka poistin joukosta koskivat esim. valmentajan ja perheen vaikutusta pukeutumiseen. Poistin nämä kysymykset, sillä heti ensimmäisten haastattelujen aikana kävi selväksi, että urheilijat eivät pa-

hemmin kysele muilta ihmisiltä mielipiteitä valitessaan vaatteita. Myös urheiluvaatteiden kuvia esittelevä osuus muuttui. Myöhemmistä haastatteluista jätin pois miesten asuja koskevat kuvat, sillä niitä koskevat kysymykset eivät näyttäneet tuovan mitään lisäarvoa.

Haastattelurungon taustatiedoissa kartoitin urheilijoiden iän, harrastusajan, siviilisäädyn ja pääasiallisen toimeentulon lähteen. Vaikka haastattelujen yhteydessä huomasin esim. iän ja harrastusajan vaikuttavan urheilijoiden vastauksiin vaatemuutosten kokemiseen en näitä tietoja kuitenkaan tarkemmin analysoinut.

Litteroin eli kirjoitin haastattelut puhtaaksi lähinnä kirjakielellä. Yhteensä haastatteluaineistoa litterointina tuli 110 sivua (fonttikoko 12, riviväli 1,5). Litteroinnissa otin huomioon tauot ja naurahdukset, mutta en äänenpainoja tai huokauksia. Naurahdukset olivat mielestäni merkittäviä, sillä ne kuvastivat epäilevää suhtautumista miesten osallisuuteen yleisurheiluvaatteisiin. Eli jos vaatteet koettiin liian paljastaviksi tai niukoiksi, naiset epäilivät miessuunnittelijoiden olevan niiden takana. Osittain urheilijat laskivat asialla leikkiä, mutta reagointi selvästi ilmaisi myös sen, että naisilla ei ollut tietoa suunnitteluprosessista.

## 6.2 Haastateltavat ja haastattelut

Aineistoni koostuu 10 puolistrukturoidusta haastattelusta, jotka suoritin kesällä 2007 ympäri Suomea. Tarkoitukseni oli haastatella useampaakin urheilijaa mutta ajanpuutteen, matkustuskulujen sekä toisaalta aineiston kylläntymisen takia en enempää urheilijahaastatteluja tehnyt. Urheilijoiden lisäksi haastattelin myös kahta Urheiluliiton edustajaa, mutta nämä haastattelut eivät sisälly varsinaiseen aineistooni.

Haastateltavat tutkimukseeni hankin ottamalla itse yhteyttä urheilijoihin. Urheiluliiton edustaja toimitti minulle parinkymmenen haluamani urheilijan osoitetiedot. Helpoim-



maksi yhteydenottotavaksi kokemani soittaminen ontui kuitenkin puhelinnumeroiden puuttuessa listalta. Osan puhelinnumeroista löysin suoraan numeropalvelusta, mutta salaisten numeroiden osalta jouduin tekemään pientä salapoliisityötä. Näissä tapauksissa otin yhteyttä urheilijoiden seurojen toimistoihin, urheilijoiden valmentajiin, heidän vanhempiinsa ja kaksi pyyntöä laitoin myös sähköpostitse. Yhtä poikkeusta lukuun ottamatta sain yhteydenoton kaikilta haluamiltani urheilijoiltani. Kaikki 10 valitsemaani urheilijaa lähtivät todella mielellään tutkimukseen haastateltaviksi.

Aineisto koostuu seuraavien lajiryhmien urheilijoista:

- 2 moniottelijaa
- 1 hyppääjä
- 2 heittäjää
- 3 pikamatkojen juoksijaa ja aituria
- 2 pidemmän pika- ja keskimatkan juoksijaa.

Haastateltavien ja heidän edustamiensa lajien valintakriteereinä oli, että haastateltavia tulisi valituksi useista eri yleisurheilulajeista. Haastateltavista päätettiin rajata pois pitkän matkan juoksijat, koska heidän vaatteensa eivät vaihtele kovinkaan paljon naisten ja miesten välillä. Yhtenä kriteerinä urheilijavalinnoille oli myös se, että urheilijat ovat oman lajinsa huippuja Suomessa ja että he ovat edustaneet Suomea maajoukkueessa. Tavoitteeni oli, että urheilijoilla olisi kokemuksia mahdollisimman monien vaateoimittajien vaatteista (= maajoukkue-, sponsori- ja seuravaatteet).

Haastattelut olivat kestoiltaan eripituisia. Lyhin haastattelu kesti 40 minuuttia ja pisin yhden tunnin ja 15 minuuttia. Keskimäärin haastattelut kestivät noin tunnin. Haastattelujen pituuteen vaikuttivat sekä haastateltavien aikataulut että oma matkustusaikatauluni. Haastattelut saatiin yleensä tehtyä ilman kiireitä ja häiriöitä. Yhden haastattelun loppuosa tehtiin parihaastatteluna toisen urheilijan kanssa omasta aikataulustani johtuen. Kahden

haastateltavan yhteinen haastatteluosio ei kuitenkaan ollut huono ajatus ja kyseisen teeman käsittelyyn se toimi itse asiassa hyvin.

Haastattelupaikat sovittiin yhdessä haastateltavien kanssa. Suurin osa haastatteluista tehtiin kahviloissa tai ravintoloissa, yksi haastateltavan kotona ja yksi yliopiston tiloissa. Muutamissa haastatteluissa kahvilaympäristön äänet vaikuttivat haastattelujen äänenlaatuun ja sitä kautta litterointiin, mutta eivät niin pahasti, että se olisi vaikeutunut huomattavasti.

Puolistrukturaalisen haastattelun luonteen mukaan kysymykset esitettiin tietyssä järjestyksessä. Puheliainmat haastateltavat vastasivat osiin kysymyksistä jo ennen niiden kysymistä, joten tässä suhteessa kysymysjärjestys saattoi muuttua. Haastattelurunkooni kuului myös osuus, jossa esittelin urheilijoille kuvia erilaisista yleisurheiluvaatteista. (Liite 3.) Kuvat osoittautuivat hyvin hyödyllisiksi välineiksi saada tietoa yleisurheilupukeutumisesta. Monet sellaisetkin urheilijat, joiden vastaukset tavallisiin kysymyksiin olivat vähäsanaisia, löysivät kuvista enemmän kerrottavaa. Esimerkiksi kysymyksiin urheiluvaatteiden muutoksista vastasivat monet haastateltavat hyvin lyhyesti, mutta nähdessään kuvat heille muistui paremmin mieleen minkälaisia vaatteet olivat olleet ennen ja minkä lajin edustajat pitävät mitäkin vaatteita. Kuvien avulla löytyi kattavampia selityksiä myös sille, miksi urheilijat pitävät ja valitsevat tietynlaisen asun useista vaihtoehdoista. Luulenkin, että muutoksia koskevien kysymysten kohdalla kuvia olisi voinut olla myös vanhemmista vaatemalleista.

Toisessa kuvasarjassa oli esitelty myös miesurheilijoiden asuja. Monet haastateltavat totesivat, että naisten vaatteet ovat niukempia ja paljastavampia miesten vaatteisiin verrattuna, mutta tämä oli myös asia, joka oli käynyt selväksi sukupuolten vaate-eroja koskevassa kysymyksessä. Näin ollen jätin miesten kuvat haastatteluosuuden ja –rungon ulkopuolelle.

### 6.3 Aineiston analyysi

Kuten jo aiemmin tässä tutkimuksessa totesin, tutkimaani aihetta eli urheilupukeutumista ei ole aikaisemmin juurikaan tutkittu urheilusosiologiassa. Tämän takia yksi tutkimukseni tarkoituksista oli tuoda uutta tietoa urheilupukeutumisesta ja naisurheilijoiden vaikutusmahdollisuuksista sekä tasa-arvosta suomalaisessa urheilukulttuurissa. Käytettävissäni ei näin ollut montaa lähdeostoa tai tutkimusta, joita olisin suoraan voinut hyödyntää. Lähdin siis ratkaisemaan tutkimusongelmiani aineistolähtöisesti. Laadullisen tutkimusten yhteydessä tällaisesta ongelmanratkaisusta puhutaan yleensä induktiivisena päättelynä (Eskola & Suoranta 1998, 95 – 96). Siitä huolimatta, että työni ei edennyt yleisestä yksittäiseen eli deduktiivisesti, ei se tehnyt sitä täysin myöskään aineistolähtöisesti ilman minikäänlaisia ennakkokäsityksiä. Sekä urheilufeministeillä ennen minua, että myös itselläni oli tietty mielikuva siitä, mistä naisurheilijoiden ulkoasu johtuu nykyisessä urheilukulttuurissa ja mitkä tekijät sitä todennäköisesti ylläpitävät. Täten käyttämäni päättely kuvastaa parhaiten abduktiivista eli teoriasidonnaista analyysiä.

Teoriasidonnainen analyysi ei pohjautu puhtaasti teoriaan vaan saattaa käyttää joitain sen ominaisuuksia apuna analyysin etenemisessä. Sen tarkoitus ei ole niinkään testata aiempaa teoriaa vaan luoda uusia näkökulmia tutkittavasta aiheesta. (Eskola & Suoranta 1998, 98 – 99.) Näin tapahtui myös omassa tutkimuksessani. Analysoin aineiston aineistolähtöisesti, mutta otin yhteenvedossa huomioon aiheesta jo olemassa olevat tulokset. Päättely alkoi täten käytännön tasolta, mutta johti teorian ja käytännön väliseen vuorotteluun. Tutkimukseni ei siis kiellä teorian olemassaoloa ilmiön taustalla, vaan on pyrkinyt tuomaan sen esille käytännön kautta.

Huolimatta aiemmasta teoriasta, joka minulla oli aiheesta, aloitin analyysin perehtymällä huolellisesti koko aineistoon lukemalla sen läpi muutaman kerran. Tiesin kuitenkin jo, että yksi tutkimuskysymyksistäni tulisi koskemaan niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat urheilijoiden ulkoasuun. Tämä oli myös teema, jonka ympärille teoreettinen viitekehäkseni keskittyi. Halusin siis verrata sitä, ovatko saamani tulokset yhdenmukaisia aiemman teorian kanssa.

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni ohjasi täten osaltaan aineiston alustavaa teemoittelua. Kahden muun tutkimuskysymyksen osalta tein teemoittelun niiden aiheiden mukaan, jotka nousivat aineistosta selkeästi ongelmina. Teemoittelu ei siis noudattanut suoraan haastattelurunkoni teemoja, eikä tämä ollutkaan tarkoitus, koska kyseessä oli puolistrukturaalinen haastattelu (Fielding 1993, 136; Robson 1993, 231).

Ensimmäisen teemoittelun jälkeen erittelin aineiston eri värien avulla seuraaviin teemoihin:

- Vaikuttamismahdollisuudet: teot, yritykset, keinot, halu, vaikeus/helppous, välineet/väylät, vaikuttamisen vaikutuksen näkeminen
- Kokemukset ja merkitykset: mukavuus, vaikutus, ulkonäkö, funktio, vaatteen tehtävä (työasuna, itseilmaisun välineenä, tms.) ja vaatteen vaikutus fiilikseen
- Vaatteisiin vaikuttavat tahot: seura, liitto, säännöt, urheilulaji, urheilija itse, urheiluvaatevalmistaja
- Vaikutus urheilemiseen ja suoritukseen: positiivisesti, negatiivisesti, henkisesti, fyysisesti

Alustavan teemoittelun jälkeen alkoivat myös kaksi muuta tutkimuskysymystäni olla selviä joten järjestin tutkimuskysymyksiini vastaavat haastattelukatkelmat tutkimuskysymyksittäin kokoelmiksi. Pystyäkseen selvittämään mitkä tekijät vaikuttivat tutkimiini kysymyksiin kaikista eniten, luokittelin vastaukset vielä taulukoksi sen mukaan, oliko urheilijan haastattelussa maininta kulloisestakin toimintatavasta, vaatteen valintaperusteesta tai suoritukseen vaikuttavasta tekijästä. Lopullisen analyysin tein siis kvantitatiivisesti, jolloin tiettyjen esiintymien määrä aineistossa osoitti asian merkittävyyden aineistossa.

## 6.4 Ajatuksia tutkimuksen uskottavuudesta

Tutkimuksen luotettavuutta on yleensä tapana tarkastella reliabiliteetin ja validiteetin käsitteiden avulla. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen toistettavuutta. Tällöin samalla aineistolla ja menetelmillä tulisi saada vastaavanlaiset tulokset, siinä tapauksessa että tutkimus toistettaisiin. Validiteetilla taas tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä antaa vastauksia juuri niihin kysymyksiin, joita on lähdetty ratkomaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 23.)

Tutkimuksen luotettavuudessa on toisaalta kyse myös tutkimuseettisistä kysymyksistä. Mäkelä (1987, 180) erittelee ne kahteen ryhmään. Ensimmäinen kattaa tutkimuksen tiedonhankintaan ja tutkittavien suojaan liittyvät kysymykset ja toinen puolestaan tutkimustulosten soveltamisen vastuuseen liittyvät kysymykset. Mäkelän luokittelussa ensimmäinen luokka liittyy täten reliabiliteettiin ja toinen validiteettiin.

### 6.4.1 Tutkimuksen toistettavuus ja luotettavuus

Tämän tutkielman luotettavuutta ja toistettavuutta on pyritty parantamaan kertomalla tutkimusprosessin vaiheet ja tehdyt toimenpiteet selkeästi ja avoimesti. Tällä on haluttu helpottaa tutkimusprosessin kulun sekä päättelyn ymmärtämistä. Tehdyt menetelmä- ja teoriavalinnat on perusteltu ja niissä on huomioitu tutkimusnäkökulman sanelemat velvoitteet. Aineisto on analysoitu tarkasti ja moninkertaisesti luotettavien tulosten aikaansaamiseksi. Saadut tulokset ja päätelmät on tulkittu teorialla ja aineisto on osaltaan tuottanut myös uutta teoriaa.

Suomen huippu-urheilupiirin ollessa niin pieni, paransin haastateltavien intymiteettisuojaajättämällä haastatteluotteissa mainitsematta urheilijoiden lajin. Lajiryhmää tarkemmin en ole myöskään kertonut urheilijan urheilutaustaa. Niissä haastatteluotteissa, joissa mainitaan viittauksia urheilijan lajiin, jätin urheilijan numeron mainitsematta kokonaan, jotta

haastattelupätkiä ei voitaisi yhdistää yksittäiseen tai tietyn lajin urheilijaan. Myöskään vaatesponsorien nimiä ei ole mainittu, sillä myös niiden perusteella on helppo tehdä päätelmiä urheilijoiden henkilöllisyydestä. Taustamuuttujia kuten ikää, paikkakuntaa, siviilisäätyä, ammattia tai muita tekijöitä ei ole tuotu ilmi tutkimuksen missään vaiheessa.

Tutkielman reliabiliteettia olisi kenties osittain voinut parantaa lisäämällä haastateltavien määrää. Oma haastatteluaineistoni koostui 10 naisyleisurheilijan haastattelusta. Haastateltavat valittiin kattamaan yleisurheilun monilajinen kenttä mahdollisimman hyvin. Koska haastatteluissa ilmeni ennakkokäsitysteni mukaan kahtiajako heittolajien ja juoksu- sekä hyppylajien urheilijoiden välillä, olisi heittäjiä voinut mielestäni luotettavuuden lisäämiseksi olla hieman enemmän. Halusin haastatella kuulantyoöntäjiä, mutta valitettavasti yksikään kuulantyoöntäjä ei täyttänyt haastateltaville asettamiani kriteerejä. Tästä syystä jouduin jättämään heidät pois joukosta.

Jotkut tutkielman lukijat saattavat miettiä, miten feministisistä lähtökohdista tutkimusta tekevä tutkija pystyy pitämään henkilökohtaiset mielipiteensä sekä taustaoletuksensa pois tutkimuksesta. Vastaus on, että ei mitenkään ja itse asiassa hänen ei tarvitsekaan. Feminististen tutkijoiden oletetaan olevan yksi osa tutkittavaa ilmiötä eikä tutkijaa ole mahdollista irrottaa ilmiön ulkopuolelle (Ollenburger & Moore 1992, 59). On kuitenkin hyvän tutkimustavan mukaista, että tutkija ei yritä vaikuttaa tutkittavien vastauksiin tai pyri muuttamaan tuloksia saadakseen ne paremmin vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Kuten monilla tutkijoilla, myös minulla oli tietyt oletukset saatavista tuloksista ja siitä, minkälaisia halusin niiden olevan. Ensimmäisten haastattelujen aikana oli välillä vaikea malttaa mielensä ja tai olla kaivamatta jotain syvempää tai järisyttävämpää haastateltavista. Pian kuitenkin huomasin, että urheilijat todellakin olivat huonosti kuultuja ja edustettuja vaatteita koskevissa kysymyksissä ja lisäksi jotkut vaatteet aiheuttivat heille keskitymisvaikeuksia suoritusten aikana. Kun tiesin, että haastattelut tukivat omia ennakkokäsityksiäni, en enää epäillyt ettei tuloksilla olisi vaikutusta urheilijoiden tilanteeseen.

#### 6.4.2 Tutkimuksen pätevyys

Vaikka ajan ja mahdollisuuksien niin salliessa olisinkin voinut tehdä vielä muutaman haastattelun, uskon kuitenkin aineiston olevan riittävä vastaamaan asettamiini tutkimuskysymyksiin. Tätä tukee myös saturaation saavuttaminen joissain kysymyksissä hyvinkin varhaisessa vaiheessa. Vastauksissa oli muutenkin havaittavissa selkeä suunta, joten suurempi aineisto olisi siihen tuskin tuonut suurempia muutoksia.

Yhteneväisistä vastauksista poiketen nousi esille vain yhden urheilijan vastaukset koskien vaatteisiin vaikuttamista. Poikkeavaa tapausta en kuitenkaan koetellut tulosten yhteydessä tai tulkinnassa, sillä yksityiskohdat olisivat asettaneet urheilijan intymiteettisuojan liian alttiiksi tunnistamiselle. Kokemuksen ollessa poikkeuksellinen muihin urheilijoihin nähden se ei täten vaikuta siihen yleiseen kuvaan, joka esittää suomalaisten naisurheilijoiden mahdollisuutta vaikuttaa vaatteisiin.

Tutkijana minulla ei ole myöskään mitään syytä epäillä, että haastateltavat olisivat vastanneet kysymyksiin epärehellisesti, sillä tutkimuksella on kuitenkin haluttu parantaa naisten asemaa liikuntakulttuurissa. Monet haastateltavat olivat osaltaan jopa innoissaan tutkimuksen mahdollisista positiivisista vaikutuksista pukeutumiseen ja nykyisin vallitseviin käytänteisiin. Joissain kysymyksissä tosin huomasin, että urheilijat sensuroivat puheitaan koskien esim. laittautumista kisoihin ja ulkonäön kohentamista, joka taas tuli esille muiden kysymysten lomassa. Tämä otettiin huomioon myös tulosten tulkinnassa. Joten vaikka en epäilytkään haastateltavien sanomisia, olin kriittinen niiden suhteen. Urheilijat ovat kuitenkin hyvin tietoisia urheilukulttuurin arvostuksista, eivätkä halua asettaa itseään niiden vastaiseen valoon.

Aineiston riittävyttä ja tutkimuksen pätevyttä lisää myös se, että siinä tarkastellaan pukeutumista urheilun erilaisilla kentillä ja urheilukilpailuissa. Tutkimuksessa on otettu huomioon niin seurojen kuin henkilökohtaisten sponsorien sekä maajoukkueen yleisur-

heiluvaatteet. Lisäksi haastateltavat edustavat sekä pieniä että isoja seuroja, he ovat eri-ikäisiä sekä eri puolilta Suomea ja edustavat eri urheilulajeja. Tärkeimmäksi kuitenkin koken sen, että he edustavat niitä naisia, jotka elävät tässä kulttuurissa ja joutuvat kohtaamaan sen joka päivä. Täten uskon, että tutkielma kuvaa hyvin suomalaisen naisurheilijan ajatuksia ja kokemuksia urheiluvaatteista.



## 7 VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

### 7.1 Urheilija itse

Melkein kaikkien urheilijoiden mielestä urheilija itse vaikuttaa eniten siihen, miltä hän näyttää urheilukentällä. Tätä perustellaan sillä, että urheilija pystyy yleensä valitsemaan tarjolla olevista vaihtoehdoista itselleen sopivimmat ja mieluisimmat vaatteet. Valintoihin vaikuttaa yleensä tottumus, itselle hyväksi koettu malli sekä vaateen käytännöllisyys. Myös ulkonäkö on usean urheilijan mielestä hyvin tärkeä tekijä vaatteiden valinnassa. Vaatteiden halutaan näyttävän hyvältä mutta myös tuntuvan mukavalta.

Vaateen ulkonäön halutaan yleensä heijastavan sitä, minkälainen persoona urheilija on myös kentän ulkopuolella. Niiden halutaan pukevan kantajaansa, sopivan urheilijan tyyliin, kuvastavan hänen persoonallisuutta ja korostavan urheilijan parhaita ja peittävän epäedullisia piirteitä. Kuitenkin:

*Ja heittäjät ei esitä niitä hauksia vaikka niillä niitä olisikin. Urheilija 3*

Vaikka urheilijat haluavatkin yleensä korostaa vartalonsa hyviä piirteitä pukeutumisella, heittäjät tekevät niin vähemmän kuin muiden lajien urheilijat. Heittäjät eivät muutenkaan myönnä kiinnittävänsä niin paljon huomiota ulkonäköseikkoihin. Juoksijat ja hyppääjät taas kategorioivat vaatteita suorasanaistemmin ja ovat selkeästi valveutuneimpia niiden suhteen. Heittäjillä tärkeämpää on se, miltä vaatteet tuntuvat ja että niissä on hyvä olla.

Vaatteiden toimivuus ja käytännöllisyys näkyy vaateen valinnassa kaikkien lajien urheilijoiden kohdalla. Selkein esimerkki tästä on valinta yksi- ja kaksiosaisen asun välillä. Mies-

urheilijoista poiketen, naiset eivät voi riisua asun yläosaa suorituksen jälkeen, joten kaksiosainen asu on käytännöllisempi. Yksiosainen asun riisuminen vie myös enemmän aikaa ja on huomattavasti työläämpi kuin kaksiosainen.

Urheilijoille on myös hyvin tärkeä, että vaate tuntuu miellyttävältä päällä. Tiukat hihalliset ja vetoketjulliset versiot koetaan yleensä puristaviksi ja ahdistaviksi suorituksessa. Ideaaliseksi vaate koetaan silloin, kun sitä ei tule ajateltua ollenkaan ja urheilija tuntee olonsa kuin vaatteita ei olisi laisinkaan.

## 7.2 Lajikulttuuri ja siihen sosiaalistuminen

Urheilijoiden mielestä myös laji vaikuttaa paljon siihen, mitä urheilijat pistävät päällensä kentälle mentäessä ja miltä he siellä näyttävät. Ero on nähtävissä varsinkin juoksu- ja hyppylajien sekä heittolajien urheilijoiden välillä.

*No, kyllä tietenkin heti juoksulajit huomaa jo kuvasta, että minkälaisia vaatteita nuo sprintterit pitää. Et mahdollisimman vähän ja mahdollisimman pientä. Heittäjillä on sitten taas vähän enemmän päällä ja ehkä vähän enemmän peittävämpää.*

Pikajuoksijoiden ja hyppääjien yleensä todetaan pukeutuvan tiukkoihin, paljastaviin, ihonmyötäisiin ja pieniin vaatteisiin. Heittäjien nähdään urheilevan peittävämmissä ja löysemmissä vaatteissa ja yleensä heillä sanotaan olevan enemmän vaatetta päällä verrattuna pikajuoksijoihin ja hyppääjiin. Lajien välistä pukeutumiseroa selitetään mm. seuraavasti:

*Mä en tiedä, onko se niinkään se urheilulaji vai sen urheilijan oma ajatusmaailma siitä, miten kokee tai näkee itsensä. Et emmä tiedä onko heittäjillä sitten niin, että ne kokee olevansa niin paljon isompia kuin muut sitten ja haluaa peitellä ja olla isommissa. Mutta olishan se vähän silleen, että jos joku keihäänheittäjä lähtis pikkuhousuillaan heittämään, niin olishan*

*se vähän erikoisen näköistä. Se vasta silmään ottaisikin vaikka niinku oliskin kropaltansa ihan hyvä. Ehkä se on aina ollut niin. Urheilija 5.*

Monet urheilijat toteavat, että kahtiajaon takana on urheilijoiden erilainen ruumiinrakenne. Heittäjien ja työntäjien todetaan olevan yleensä isokokoisempia ja raavaampia naisia. Peittävämmillä vaatteilla saadaan mahdolliset ylimääräiset kilot ja kurvit piiloon. Heittäjät käyttävät myös paljon erinäisiä tukivöitä, jotka löysemmillä paidoilla halutaan piilottaa.

Haastattelupätkä tuo hyvin myös esille toisen tekijän, jolla lajikohtaista pukeutumista selitetään. Se on urheilulajien oma pukeutumiskulttuuri. Sekä heitto-, juoksu- ja hyppylajien urheilijat toteavat, että oman lajikulttuurin "vastaisesti" pukeutuminen herättäisi varmasti ihmettelyä ja keskustelua muiden urheilijoiden joukossa. Heittäjät kuitenkin kokevat oman lajin sosiaalisen paineen voimakkaammin kuin juoksijat ja hyppääjät. Jotta heittäjä voisi pukeutua toppiin ja pikkuhousuihin kisoissa, täytyy heidän mielestään vartalon olla todella hyvässä kunnossa eikä senkään koeta aina antavan syytä paljastavampaan pukeutumiseen. Seuraava heittäjä on joskus miettinyt, sitä että haluaisi joskus kokeilla jotain uutta ja säväyttää itseään sekä yleisöä, mutta:

*Kyllähän mä olen leikilläni sitä miehelleni sanonut, että pitäiskö ottaa paita pois yhteen heittoon tai tehdä joku repäisy. Mutta ei tällainen kiltti tyttö sellaiseen rupee tai tekemään sellaisia juttuja.*

Jotkut urheilijat selittävät kahtiajaon heitto- ja vauhtilajien pukeutumisen välillä myös vaatteiden mahdollisilla häiriötekijöillä suoritukseen. Vaikka urheilijat toteavatkin, että suoritukseen housun pidemmät lahkeet tai paidan löysyys eivät vaikuta, halutaan ne kuitenkin riisua suoritukseen.

### 7.3 Muoti

Muoti perustuu uusien kulutustavaroiden jatkuvaan tuottamiseen ja kehittämiseen sekä niiden tuomiseen markkinoille. Yleisurheiluvaatteissa näin tapahtuu yleensä kerran vuodessa. Urheiluvaatevalmistajat toimittavat urheilijoille vaatteet kisakauden alussa, joita pidetään kaikissa tavallisissa halli- ja ulkokisoissa. Urheilijat käyttävät vaatteita vuoden, jonka jälkeen he saavat uudet sponsorivaatteet. Joidenkin pienempien vaatevalmistajien vaatteita urheilijat voivat pitää kisakauden jälkeen myös seuraavina vuosina. Suuremmat ja yleensä kansainväliset vaatevalmistajat ovat tarkempia vuosittaisen kisa-asun käytöstä.

Vaikka naisurheilijat kuvaavatkin nykyisiä yleisurheiluvaatteita niukoiksi, pieniksi ja aikaisempaa paljastavimmiksi, muodin tuomat muutokset koetaan kuitenkin yleisesti positiivisiksi. Uusista vaatteista katsotaan löytyvän myös aiempaa enemmän valinnan varaa. Veratessaan nykyisiä vaatteita niihin, joita on ollut aikaisemmin, ovat nykyiset trendikkäämpiä ja urheilijoiden silmää enemmän miellyttävämpiä. Parhaaksi muutoksissa on koettu valinnan varan kasvaminen ja värivaihtoehtojen monipuolistuminen.

Urheilijat ovat myös pistäneet merkille malleissa tapahtuneet muutokset. Moni muistaa 1990-luvulla yleistyneet haalarit ja "uimapuvut", jotka olivat ensimmäisiä askeleita nykyisen vaatemuodin suuntaan:

*No mullakin oli ne puolitrikoot aluksi ja sellaista peittävää ja vähän väljää. Ja silloin murrosiässä niin ei sitä kehdannut laittaa mitään uikkarimallista. Mutta koska mä olen kilpaillut esim. Ringa Rovon kanssa samoissa kisoissa muutaman kerran ennen kuin hän lopetti, niin ehkä on ihan ok pitää tällaisia uimapukuja ja muita. Että sitten mä että okei. --- Niin se oli ensimmäinen semmoinen aika niukka, jota mä pidin aika rohkeana pukuna. Että sen jälkeen niin on ollut sitten vielä niukempia verrattuna siihen. Et ei niihin sitten tuon viimeisen 13 vuoden aikana tullut hirveenä muutoksia. Että mä olen niitä käyttänyt jo niin kauan samanlaisia.*

Muoti on 2000-luvulla tuonut myös malleja, joita ei ole aikaisemmin nähty. Useat urheilijat mainitsevat "avaruuspuvut" ja "kokovartalokortsut", joilla naiset tarkoittavat (hupullisia) pitkähihaisia ja –lahkeellisia kokovartalopukuja. (Liite 4.) Vaikka jotkut urheilijat ovat näitä asuja kokeilleet, nähdään niiden olevan enemmänkin asuja, joihin pukeudutaan erikoistilanteissa. Tällaisia voivat olla esimerkiksi arvokilpailut, joissa halutaan herättää huomiota tai erottautua joukosta.

*No, sitten noissa maajoukkueasuissa on tullut niitä ufo-malleja enemmän, semmoisia ihmeellisiä. Mä en muista oliko se joku vedonlyönti vai mikä mutta oon mäkin muutaman hypyn hypännyt semmoisessa. Just mietin yksi päivä, että mitä mäkin silloin ajattelin. Mutta en tiedä oliko niitä hämyjä silloin aikaisemmin.*

#### 7.4 Urheiluvaatevalmistajat

Vaikka urheilijat kokevatkin itse vaikuttavansa eniten siihen miltä he näyttävät, vaikuttavat urheiluvaatevalmistajat kuitenkin siihen, minkälaiset vaatteet urheilijoilla on käytettävänä maajoukkueessa, urheiluseuroissa sekä henkilökohtaisten vaatesponsorien antamina. Urheiluvaatevalmistajat vaikuttavat täten vaatteisiin sekä suunnittelu- että väri-, malli- ja materiaalivalinnoilla. Tästä huolimatta vain kahden urheilijan mielestä vaatevalmistajat vaikuttavat eniten siihen miltä urheilijat näyttävät:

*Varmaan just ne vaatevalmistajat ja suunnittelijat. Koska emmä nyt koe, että ne urheilijat ois siellä hirveästi päättämässä millaisia vaatteita valmistetaan. Että kyllä ne on ne suunnittelijat, jotka niitä suunnittelee. Urheilija 10.*

Vaikka vaatevalmistajien ei koetakaan eniten vaikuttavan pukeutumiseen, tulee niiden suuri merkitys esille kuitenkin muiden kysymysten ohessa. Vaatevalmistajien ja -sponsorien suuri vaikutus valta näkyy esim. seuraavanlaisessa tapauksessa:

*Millaista on mielestäsi nykyinen yleisurheiluvaatemuoti?*

*--- Toisaalta se tasapäistää. Ja mulla on sponsorina X niin yleensä kansainvälisissä kisoissa saattaa olla monia urheilijoita, joilla on samanlaiset vaatteet. Et se on vähän silleen, että ei paljon poikkeaa massasta.*

*Olisiko susta hyvä, että poikkeaisi?*

*Olis. Koska siellä on kuitenkin kaikki omia persoonia. Ja tavallaan jos haluaa tuoda omaa maata, kotipaikkaa tai persoonallisuutta esiin, niin se on nyt sitä markkinoiden ehdoilla. Sä olet sitten X:ää tai jotain muuta merkkiä. Urheilija 3.*

Haastatteluotteesta tulee hyvin ilmi se, miten vaatesponsorien ja -valmistajien asema nähdään. Ennen urheiluvaatemerkkien vaatteet erosivat toisistaan, mutta muutama urheilija teki huomion kuinka urheiluvaatevalmistajat ovat viime vuosina valmistaneet jopa samanvärisiä vaatteita. Saadakseen parasta näkyvyyttä itselleen, urheilijan olisi hyvä näkyä ja erottua muista urheilijoista, mutta naisurheilijoiden mielestä nykyiset vaatevalmistajien vaatteet eivät aina anna siihen mahdollisuutta.

Urheiluvaatesponsorien väliset erot ja vaikutus urheilijoiden ulkonäköön tulevat selkeimmin esille verrattaessa suuria kansainvälisiä merkkejä pienempiin vaatevalmistajiin. Pienillä merkeillä mallistot omaksuvat nopeammin muutoksia ja niitä käyttävät voivat enemmän varioida pukeutumistaan eivätkä he ole rajattuja esim. yhteen kilpailuasuun. Suuret vaatevalmistajat taas sanelevat hyvinkin tarkasti sen, millä asuilla urheilijat kilpailevat:

*Sen kisa-asun ne aina lähetti postitse, vaikka mä sanoin, että mä en voi tätä käyttää niin ne sanoivat, että tulee joka tapauksessa. --- Että en mä niillä ikinä kilpaillut. --- Et kyllä niiltä löyty kilpailuasua, mutta se piti hommata sitten aina erikseen, käydä kokeilemassa tai... Urheilija 7.*

Tässä haastattelupätkässä urheilija kuvaa entisen sponsorinsa menettelytapaa lähettää urheilijalle joka vuosi kisa-asuksi toppi ja pikkuhousut, vaikka hän oli moneen kertaan to-

dennut, ettei halua näissä vaatteissa kilpailla. Pienempien merkkien urheilijat ja ne, jotka ovat oman merkkinsä ainoita edustajia, voivat helpommin pukeutua esim. edellisen vuoden asuihin ilman suurempia ongelmia. Täten heillä on enemmän vaihtoehtoja, kuin suurempien vaatevalmistajien urheilijoilla.

Parhaiten urheiluvaatesponsorien erot urheilijoiden ulkonäköön tulee esille puhuttaessa maajoukkuevaatteista. Eri maiden omilla yleisurheiluliitoilla on vaatesponsorisopimuksia eri urheiluvaatemerkkien kanssa. Yleisimmät vaatemerkit ovat Nike, Adidas, Reebok, Asics ja Puma. Se, minkä sisältöinen sopimus kullakin lajiliitolla on, riippuu maan koosta ja menestyksestä. Isoilla mailla on suurempi valikoima vaatteita ja he pystyvät myös uusimaan urheilijoiden vaatteet joka vuosi. Suurien urheilumaiden urheilijat saavat yleensä myös pitää itsellään maajoukkuevaatteet toisin kuin Suomessa, jossa ne palautetaan jokaisen kisan jälkeen liitolle.

Kun suomalaiset naisurheilijat puhuvat maajoukkuevaatteista, nousee yleensä esille se, minkälaisia vaatteita Ruotsin maajoukkueen naisurheilijoilla on.

*Mutta semmoinen mikä on nyt pistänyt silmään on noi ruotsalaiset, ainakin Kallurin siskokset ja Klüfti, et niillä monesti saattaa olla semmoinen tiukka paita. Niillä on siis semmoinen tiukka toppi, mutta se on alas asti. Et se on pistänyt silmään näistä huipuista. Mä en tiedä mistä se... Tai onko niillä vaan niin hyvät vaatteet, kun ei ainakaan Suomen joukkueella ole sellaisia tiukkoja paitoja, mitkä olisi sitten alas asti. Urheilija 6.*

Yleinen kommentti maajoukkuevaatteista tuntuu olevan, että ruoho on vihreämpää aidan toisella puolella. Toki osa urheilijoista kokee vaatteet myös hyväksi, mutta puhuessaan Suomen maajoukkuevaatteiden valikoimasta, moni kaipaa juuri näitä pidempiä paitoja ja lankeellisia pikkushortseja, joita Ruotsin joukkueen päällä kateellisina ihailaan.

## 7.5 Näkyvyys

Urheilutilanne ja sen tapahtumapaikka vaikuttavat hyvinkin paljon siihen miltä urheilijat näyttävät. Haastattelujen perusteella voidaan sanoa, että mitä suurempi näkyvyyden aste on sitä vähemmän vaatetta naisilla on päällään. Näkyvyys vaikuttaa myös vaatteiden laatuun ja ulkonäköön:

*Kilpailussa mä käytän pelkästään kilpailuasua ja harjoituksissa on omat. Harjoituksissa voi olla vähän sellaiset retkutkin. Se tietenkin vaikuttaa missä mä harjoittelen. Että jos mä olen jossain yleisillä paikoilla niin. Mutta mä harjoittelen myös tosi paljon itsekseen niin mä en sitten kauheesti kato mitä päälleni laitan. Periaatteessa laitan sellaista vaatetta päälle mikä on puhdas ja mikä sitten käsiin sopii ja missä mä viihdyn. Niin mutta sitten tietenkin kun lähtee kentälle ja ulkopuolelle niin pitää olla vähän parempaa päällä. Ja kilpailuasua on sitten ihan erikseen ja eri kun harjoituksissa. Urheilija 8.*

Urheilijat pukeutuvat siis peittävämmiin harjoituksissa kuin kilpaillessa. Tyypillisiä harjoitusvaatteita ovat t-paidat, pitkälahkeiset housut, verkkarit ja väljemmät vaatteet yleensä. Toppia ja pikkuhousuja ei yleensä harjoituksissa pidetä eikä varsinkaan kisa-asua. Urheilijat siis sopeuttavat pukeutumisensa ympäristöön ja muiden ihmisten läsnäoloon.

Myös kilpailun aste, ainakin huonommalla säällä, vaikuttaa siihen miten urheilijat pukeutuvat. Mitä suuremmat ja tärkeämmät kisat ovat kyseessä, sitä nihkeämmin urheilijat ovat valmiita urheilemaan peittävämmissä vaatteissa. Vähemmän tärkeissä kilpailuissa voidaan pukeutua sään niin sanellessa hieman peittävämmiin, mutta isoissa kisoissa valinnan sanelee enemmänkin medianäkyvyys.

*Miten sää vaikuttaa valittaviin yleisurheiluvaatteisiin kilpaillessa?*

*No ei oikeastaan mitenkään muuten kuin se, että ottaako sadekamppeita päälle ja kuinka paljon sitä vaatetta laittaa päälle. Esim. kisatilanteessa mä juoksen aina... Tai no se riippuu vä-*



*hän kisasta. Jos nyt on vaikka piirimestaruusviestit niin... Tai kun nytkin oli esim. kylmä ilma niin juoksin pitkät trikoot päällä, mutta jos on vaikka tiukka ja kova kisa niin, on sitten kylmä tai lämmin niin se on aina se toppi.*

## 7.6 Sukupuoli

Usea naisurheilija kokee, että sukupuoli vaikuttaa urheiluvaatteisiin. Tämä on tietenkin luonnonnollista ottaen huomioon, että naiset ja miehet ovat fyysiseltä ulkomuodoltaan erilaisia. Sukupuolikysymys nousee kuitenkin esille myös toisessa merkityksessä:

*Kai se on vähän niin, että halutaan, että naisilla on tiukkaa vaatetta päällä ja miehillä on sitten mitä on. Miehillä se ei ole niin tärkeää mitä niillä on päällä. Naisilla pitäis olla sitten kivan näköiset vaatteet. Naisilla se on ehkä enemmän niin, että miehet katsoo enemmän sitä vaate- tusta, että minkälaiset vaatteet näillä nyt on päällä. Miehillä keskitytään enemmän ehkä siihen urheilusuoritukseen ja naisilla taas siihen ulkonäköön. Urheilija 10.*

Naisurheilijoiden nähdään yleensä urheilevan pienemmissä ja paljastavimmissa asuissa kuin miesten. Verratessaan mies- ja naisyleisurheilijoiden vaatteita, miesten nähdään yleensä urheilevan shortseilla ja hihattomilla paidoilla naisten pukeutuessa tiukempiin ja istuvampiin vaatteisiin. Miesten vaatteet ovat heidän mielestään yleensäkin peittävämpiä kuin naisten. Syyt sukupuolten erilaiseen pukeutumiseen löytyvät urheilijoiden mielestä yleensä juuri siitä, että naiset halutaan esittää seksikkäämpinä ja yleensä vielä miespuolisten suunnittelijoiden toimesta.

Siitä huolimatta, että naisurheilijat tunnistavat mies- ja naisurheilijoiden pukeutumisesta löytyvät erot, ne eivät kuitenkaan saa heitä kokemaan oloaan kiusalliseksi tai alastomaksi. Monet eivät osaa kuvitella itsensä urheilevan peittävämmissä vaatteissa tai ainakaan niissä asuissa, joita miesurheilijat käyttävät. Huoli vaatteiden paljastavuudesta ja sukupuolten erilaisuudesta nousee kuitenkin esille, kun puhutaan lapsi- ja nuorisourheilijoista. Heidän ei haluta pukeutuvan samalla tavoin ja yhtä paljastavasti kuin aikuisurheilijoiden.

## 8 VAATTEISIIN VAIKUTTAMINEN

### 8.1 Vaikuttamismahdollisuudet

#### 8.1.1 Vaatteiden valitseminen

Suurin osa naisyleisurheilijoista on sitä mieltä, että he voivat itse vaikuttaa eniten siihen miltä näyttävät urheillessaan. Kaikki urheilijat saavat tavalla tai toisella valita vaatteet, joissa he urheilevat. Se, kuinka paljon urheilijoilla on valinnanvaraa, riippuu urheilijan sponsorista, seurasta ja Urheiluliitosta. Yleensä urheilijoilla on kuitenkin aina muutama vaihtoehto, joista valita itselleen mieluisin pukeutumisvaihtoehto.

Seuratasolla urheilijoilla ei tavallisesti ole kovinkaan montaa vaihtoehtoa mistä valita. Naisten vaihtoehtona on yleensä pukeutua toppiin ja pikkuhousuihin tai puolestaan pidempiin trikoiisiin ja miesten urheilupaitaan. Joillain pienillä seuroilla ei välttämättä ole omaa kisa-asua ollenkaan. Tällaisissa tilanteissa urheilijan oma valinta korostuu vielä enemmän, sillä urheilijat ovat itse vastuussa vaatteista, joita hankkivat ja joilla urheilevat.

Urheilijoiden asema ensisijaisina valitsijoina korostuu tapauksissa, jossa urheilijat tietoisesti kiertävät sääntöjä valitessaan vaatteita:

*Entäs seuran asu?*

*--- Että en mä ole hirveästi pitänyt. Totta kai pitäis pitää Kalevan kisoissa ja sitten noissa piirimestaruuskisoissa, mutta sitten taas Kalevan Kisat on ainut kisa tai Eliittikisojen lisäksi, jossa omat sponsorit sais näkyvyyttä ja sitten mä en ole kauheasti sitä seuran asua pitänyt. Urheilija*

9.

Kun sääntöjen rikkomisesta ei pahemmin rankaista, voivat urheilijat tehdä heille itselleen parempia valintoja. Valintoja voi sanella esim. sponsorien näkyvyys tai sääolosuhteet. Jos kylmä sää edellyttää lämpimämpää pukeutumista ennen suoritusta mutta maajoukkuevaatteissa ei ole tällaista vaihtoehtoa, saattaa urheilija pukeutua omiin trikoisiin vaikka se onkin säännöissä kiellettyä. Tietävätpä urheilijat tapauksiakin, joissa maajoukkuevaatteita on tuunattu itselle mielekkäämmiksi (esim. leikkelemällä niitä ja poistamalla hoito-ohjelappuja), vaikka urheiluvaatteen toimittajan puolelta tätä harvoin katsotaan hyvällä.

### 8.1.2 Vaatesponsorin valitseminen ja vaihtaminen

Vaatteiden valitsemiseen liittyy osaltaan myös sponsorin valinta. Haastattelemi naisurheilijat edustavat yhteensä kuutta urheiluvaatemerkkiä ja kokemuksia heillä on yhdeksästä merkistä. On hyvin tavallista, että urheilijalla on ainakin kaksi eri vaatesponsorina uransa aikana. Ääripäissä ovat ne, joilla on ollut vain yksi ja ne, joilla on ollut neljäkin eri sponsoria urheilu-uransa ajan.

Jos urheilijan tulokset ovat tarpeeksi hyvällä tasolla ja hänen julkisuuskuvansa muutenkin myönteinen, pystyy hän yleensä vaihtamaan huonoksi kokemansa vaatesponsorin toiseen. Kaikissa vaihtamistapauksissa sponsoria ei ole vaihdettu pelkästään huonojen kokemusten takia. Joukosta kuitenkin nousee yksi kansainvälinen vaatevalmistaja, jonka sponsoriyhteistyöhön ja vaatevalikoimaan naisurheilijat ovat olleet hyvin tyytymättömiä. Tämä on johtanut useiden urheilijoiden osalta sponsorin vaihtamiseen:

*Et mä olen sellainen vaatefriikki, että mua ärsytti kun ne X:n vaatteet on vähän sitä sun tätä. Et mä saatoin ostaa jostain alennuksesta jotain X:n vaatteita ja se oli mun mielestä tyhmää kun mulla olis kuitenkin ollut siinä sovituksessa rahamäärässä vielä varaa ja mä en sitten saanut sieltä niitä vaatteita. Urheilija 9.*

### 8.1.3 Palautteen antaminen

Kolme naisurheilijaa kertoo antaneensa jonkinlaista palautetta koskien urheiluvaatteita:

*Millä tavoin koet itse voivasi vaikuttaa tuohon pukeutumiseen?*

*No just oman sponsorin kautta. Että siinä pystyy antamaan sitten niitä ohjeita siihen mitä itse toivois mutta sitten taas emmä tiedä pystynkö mä noihin Suomen edustusvaatteisiin sitten. Et musta tuntuu, että se on se mikä siellä on ja niihin ei juurikaan sitten voi vaikuttaa. Urheilija  
10*

Oma-aloitteisesti palautetta annetaan yleensä vain omalle vaatesponsorille. Se koskee yleensä vinkkejä, mielipiteitä tai parannusehdotuksia vaatteita koskien. Pari urheilijaa on antanut palautetta myös Urheiluliitolle heiltä sitä kysyttäessä. Vaatesponsori ja urheiluseura ovat pyytäneet palautetta vain muutamalta urheilijalta.

Palautteen antaminen tuntuu olevan helpompaa niille urheilijoille, jotka edustavat pienempiä tai harvinaisempia merkkejä. Kansainvälisten vaatemarkkien edustusurheilijat eivät ole oikeastaan päässeet antamaan palautetta sponsoreilleen ja useat urheilijat kokevat, että niihin on vaikea päästä vaikuttamaan. Sama pätee myös maajoukkuevaatteisiin.

## 8.2 Vaikuttamisen esteet

### 8.2.1 Tiedotuksen puuttuminen

Yhdelläkään urheilijoista ei ollut tietoa siitä miten vaatteiden suunnittelu- ja valmistusprosessi menee seuratason ulkopuolella. Myös seura-asun suunnittelu ja valitseminen on enemmistölle täysin pimennossa. Epätietoisuus johtuu suurimmaksi osaksi tiedottamisen puuttumisesta:

*Kysytäänkö urheilijoilta mielestäsi tarpeeksi mielipiteitä koskien vaatteita?*

*Ei. Pitäis kyllä kysyä. Kun mäkään en ole antanut sitä palautetta vaikka mulla on kylläkin mielipiteitä täällä taskussa. Mutta kun en ole itse ollut aktiivinen niin ei siitä ole sitten varmaan mennyt viesti perille. Mutta jos joku ois kysynyt niin olis kyllä painava sana sanottavana. Että siinä mielessä vois kysyäkin eikä vaan odottaa, että ihmiset aktiivisesti antaa sitä palautetta. Että siinä mielessä kyllä. Niistä ensi vuoden vaatteista (Urheiluliiton) en ole varsinkaan kuullut mitään. En ole pihaustakaan kuullut mitään. Urheilija 1*

Urheilijat kokevat, että heillä ei ole vaikutuskanavia, joiden avulla he voisivat tuoda esille vaatteita koskevat mielipiteensä. Myöskään Urheiluliitto, urheilijoiden sponsorit tai seurat eivät tiedota urheilijoita siitä, millä tavoilla he pystyisivät antamaan palautetta tai onko se edes mahdollista. Tarvetta vaikuttamiskanaville sekä tiedotukselle on kuitenkin paljon. Melkein kaikki urheilijat haluaisivat tietää kuka vaatteet suunnittelee, missä se tapahtuu ja miten prosessi yleensäkin menee. Moni urheilija on odottanut esim. Urheiluliiton taholta jonkinlaista lomaketta, jolla he pääsisivät antamaan palautetta käytettävissä olevista vaatteista.

Tiedotuksen puute ei koske pelkästään palautteenantokanavia vaan myös niitä vaatemaleja, jotka esim. Urheiluliitolla on urheilijoille tarjota. Jotkut urheilijat eivät edes tienneet kaikista vaihtoehdoista, mitä liitolla oli tarjota. Urheilijat myös totesivat, että erikoisten vaatteiden olemassaolosta ja tilauksesta "pitää tietää" erikseen.

## 8.2.2 Mielipiteiden huomioimattomuus

Urheilijoiden mielestä heiltä ei kysytä tarpeeksi mielipiteitä yleisurheiluvaatteista. Heidän mielestään vaatteissa ei olisi niin paljon epäkohtia jos urheilijoilla olisi mahdollisuus nähdä vaatteet suunnitteluvaiheessa:

*Mitkähän olis ollut Ateenan olympialaiset niin kaikki protestoivat vastaan kun oli ihan hirveän näköisiä näitä vapaa-ajan asuja. Että ne oli todella sellaisia mammamaisia. Että kuka siellä on ollut suunnittelemassa ja valitsemassa niitä ensinnäkin. Että vois vaikka kysyä urheilijoilta ja katsoa vähän ikärakennetta ketkä siellä urheilee. Et ei ihan silleen osuvat valinnat. Urheilija 8*

Moni urheilija on samaa mieltä. Haastateltavat toteavat, että urheilijat ovat kuitenkin niitä, jotka joutuvat tekemään suoritukset ja liikkumaan vaatteissa. Näin ollen he myös tietävät varmasti parhaiten mitä he haluavat ja mikä on heille sopivinta. Varsinkin se, että urheilijoita on niin erimallisia, -mittaisia ja -tyylisiä, kasvattaa tarvetta kysyä urheilijoiden mielipiteitä. Epäsoveliaat vaatteet ja mallit ovat saaneet jokusen urheilijan miettimään myös sitä, kuka vaatteet itse asiassa suunnittelee:

*No joskus ollaan keskenämme mietitty, että kun X:llä (vaatemerkki) oli kerran ihan valkoinen toppi mistä näkyi läpi, että ei olisi ainakaan itselle tullut mieleen suunnitella semmoista. Että onko ollut joku miespuolinen suunnittelemassa, mutta en tiedä. Urheilija 2.*

Yleensä tällaiset miessuunnittelijoihin liittyvät kommentit heitetään huumorilla, mutta ne ilmentävät aitoa huolta siitä, että naisilta ei kysytä tarpeeksi mielipiteitä koskien vaatteita. Naisilla on kuitenkin paljon parannusehdotuksia, mutta monetkaan eivät tuo niitä julki, koska heiltä ei ole kysytty suoraan tai heille annettu väylää, jolla sen voisi tehdä.

*Kertoisitko miten yleisurheiluvaatteiden suunnitteluprosessi menee?*

*Ei mitään hajua. Toivottavasti jatkossa jotkut urheilijat. Koska se huokuu sieltä, että niissä ei ole kuultu urheilijoiden omia mielipiteitä. Urheilija 9.*

Varsinkin maajoukkuevaatteet herättävät paljon ristiriitaisia palautteen keruun tarpeellisuudesta:

*No mä ite koen sen niin, että mä en niihin hirveesti tekis muutoksia, mutta kyllä sitä tietenkin kuulee aina semmosta narinaa kavereilta, että ei olla tyytyväisiä. Enkä mä oo itse asiassa ikinä kuullut, että maajoukkuevaatteista kysyttäis tai ois vaikka jotain palautelappua, että vois antaa palautetta mitä vois tarvita enemmän. Että ehkä se vois olla ihan hyvä. Urheilija 2.*

Jotkut urheilijat kokevat, että heillä ei ole mitään parannettavaa maajoukkuevaatteiden osalta, mutta toisilla kritiikkiä olisi sitäkin enemmän. Kaikki urheilijat ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että riippumatta onko heillä kritiikkiä annettavanaan vai ei, olisi hyvä jos sen antamiseen olisi mahdollisuus. Toisaalta jokunen urheilija kokee, että vaatteisiin tuskin oikeasti pystyy vaikuttamaan, jolloin palautteenanto koetaan turhaksi.

## 9 VAIKUTUKSET URHEILUSUORITUKSEEN

### 9.1 Suoritusta edistävät tekijät

Vaatteilla voi olla suoritukseen joko positiivisia tai negatiivisia vaikutuksia. Kun yleisurheilijat puhuvat vaatteiden vaikutuksesta suoritukseen, he tarkoittavat sitä, kuinka hyvin vaate noudattaa hyvälle yleisurheiluvaatteelle asetettuja vaatimuksia. Näin ne parhaimmillaan joko edistävät suoritusta tai häiritsevät siihen keskittymistä.

Yleensä urheilijat ovat sitä mieltä, ettei vaate yksinään saa aikaan hyvää tulosta. Ennätykset ja huipputulokset ovat suurimmaksi osaksi kiinni urheilijan fyysisestä kunnosta ja häiriöttömästä valmistautumisesta. Urheilijat näkevät kuitenkin joidenkin tekijöiden vaikuttavan suoritukseen suotuisasti. Koska nykyiset urheiluvaatteet pyritään suunnittelemaan hyvin tarkasti, ovat nämä vaikutukset lähinnä psyykkisiä. Asua, joka estäisi urheilemisen fyysisesti, tulemme tuskin ikinä näkemään urheilukentillä.

#### 9.1.1 Vaatteen miellyttävyys

Urheilijat mainitsevat hyvien urheiluvaatteiden edellytyksiksi laadukkaat ja kestävät materiaalit, jotka hengittävät urheillessa sekä sen, että ne eivät häiritse suoritusta. Ihanteellinen vaate luo lähes alastomuuteen rinnastettavan tunteen:

*Tuntuvat päällä mukavilta ja sellaisilta, että niitä ei välttämättä edes huomaa ja totta kai se myös merkitsee miltä ne näyttävät. Pääasia kuitenkin se, että ne eivät saa hiertää ja kiertää eikä ahdistaa mistään. Urheilija 2.*



Vaatteiden tulee olla myös turvalliset ja istuvat. Tällä urheilijat tarkoittavat, että vaatteet pysyvät päällä ja eikä heidän kesken suorituksen tarvitse miettiä pysyvätkö vaatteet paikoillaan. Monet urheilijat mainitsevat "mukavan tunteen", joka kattaa sekä turvallisuuden että hyvän olon niin fyysisesti kuin psyykkisesti.

Tärkeintä yleisurheiluvaatteissa on kuitenkin, että ne ovat sellaiset, joissa urheilija viihtyy. Oikeanlaiset vaatteet antavat urheilijalle varman tunteen hänen mennessään tekemään suoritustaan. Tällöin urheilija pystyy keskittymään täysillä suoritukseen eikä hänen tarvitse huolehtia vaatekseen.

#### 9.1.2 Itsetunnon kohoaminen

Vaatteiden koetaan vaikuttavan suoritukseen positiivisesti, kun ne kohottavat itsetuntoa. Vaatteet voivat kohottaa itsetuntoa ja lisätä itsevarmuutta monella eri tavalla. Tämän vaikutuksen havaitaan olevan mm. vaatesponsorin kilpailukautta varten lähettämällä sekä yleensäkin urheilijalle itselleen uudet vaatteet. Kisa-asu on se, jossa katsojat näkevät urheilijan ja joka päällään hän tekee tärkeimmät suorituksen, joten sillä onkin yleensä pyhä rooli urheilijalle:

*Jos on joku uusi ja kokee sen vielä hienoksi tai joka on viimeisen päälle sulle tehty tai jotain tällaista niin sitä tulee sellainen juhlava tunne. Jos mä saan vaikka sen uuden vaatekerran niin mä en käytä sitä koskaan harjoituksissa, varsinkaan kilpailuasua, ennen kuin vasta kilpailussa. Se tekee siitä kilpailustakin tavallaan ainutlaatuisen, kun just siihen tilaisuuteen pukeutuu sillä tavalla. Että kyllä sillä lailla sillä on positiivinen vaikutus. Urheilija 1.*

Myös muiden urheilijoiden vaatteista edukseen erottuvat vaatteet ovat asia, jolla voidaan ylpeillä. Kisakenttien täyttyessä yhä enemmän samojen vaatesponsorien samanlaisista ja -tyyppisistä vaatteista, urheilijat kokevat positiiviseksi, jos he pystyvät jotenkin erottumaan joukosta.

Hyvä apukeino erottautumisessa on värien kanssa leikkittely. Pienempien ja harvinaisempien merkkien urheilijat pystyvät erottautumaan muita paremmin esim. pukeutumalla edellisten kilpailukausien sponsorivaatteisiin, mikä tuo heille enemmän vaihtelua ja valinnanvaraa. Väri voi myös edistää suoritusta silloin kun urheilija kokee värin itselleen sopivaksi ja turvalliseksi, niin ettei väriin liittyviä ominaisuuksia (kuten läpinäkyvyyteen tai likaantumiseen) tarvitse miettiä.

Vaate kohottaa itsevarmuutta myös silloin, kun se tukee urheilijan mielikuvaa omasta vartalostaan ja tuo esille hänen vartalonsa hyviä piirteitä. Heittäjät näkevät omaa vartalokuvansa parhaiten tukeviksi peittävämmät mallit, joilla saadaan mahdollisesti isompi ruumiinrakenne piiloon. Vaikka hyppääjät ja juoksijat pitävätkin yleensä pienempiä vaatteita, ei urheilijoiden mukaan niiden tarkoitus ole esitellä urheilijoiden vartaloita. Tällaiset vaatteet vain koetaan luonnollisemmiksi vaihtoehdoiksi.

### 9.1.3 Vaatteen symbolinen arvo

Kaikista parhaiten vaatteiden positiivinen vaikutus nousee esille puhuttaessa maajoukkueen edustusasuista. Varsinkin ensimmäinen kerta maajoukkuevaatteissa on monelle yksi mieleenpainuvimmista kokemuksista urheilu-uralla:

*Ehkä suurin merkitys on ollut, ja ainakin nuorempana on ollut se ensimmäinen kerta kun pääsi maajoukkueeseen, niin siitä tuli niin hyvä fiilis, kun sai sen Suomi puvun päälle. Että siitä sai hirveesti tsemppiä. Urheilija 7*

Esiintyminen Suomen asussa ja sen pukeminen ylle on tuonut monelle urheilijalle lisätsemppiä suoritukseen. Maajoukkuevaatteisiin pukeutuminen on myös merkki jostain suuremmasta:

*On se niin, että jos laitat Suomen asun päälle, niin kyllä siinä tulee tietynlainen velvollisuus, että nyt pitää juosta hyvin. Samalla tuntee edustavansa, tuntee identiteettinsä vahvasti suomalaisena ja tuntee edustavansa joukkuetta. Tulee tietty kunnioitus..*

Isot arvokilpailut eivät ole itsestänselvyys edes oman lajinsa huipuille. Mukaan pääseminen ei ole kiinni aina urheilijasta itsestään vaan myös muista urheilijoista, heidän tulos-  
tasostaan sekä tulosrajoista. Lisäksi kisoja, joissa maajoukkueasua pidetään, on harvassa, joten myös se luo näiden vaatteiden pitämiselle täysin oman merkityksensä. Maajoukkuevaatteissa urheilijat eivät edusta itseään tai omaa seuraansa, kuten kauden muissa kilpailuissa vaan koko Suomea, joka tuo suoritukseen sitä ylimääräistä tsemppiä.

## 9.2 Suoritusta heikentävät tekijät

Urheilusuoritukseen negatiivisesti vaikuttavia vaatteiden ominaisuuksia sekä niiden aikaansaamia seurauksia suoritukseen urheilijoiden puheessa esiintyy paljon enemmän kuin positiivisia. Vaikka kaikki urheilijat eivät löytäneetkään vaatteista yhtään heidän mielestään suoritukseen positiivisesti vaikuttavaa tekijää niin negatiivisia löysi melkein jokainen. Jos hyvien vaatteiden edellytykset ovat naisurheilijoiden mielestä turvallisuus, mukavuus, istuvuus ja mielekkyys, niin negatiiviset vaikutukset ovat juuri näiden ominaisuuksien vastakohtia.

### 9.2.1 Liian paljastavat vaatteet

Eniten vaate vaikuttaa psyykkisesti suoritukseen silloin, kun urheilija joutuu miettimään onko hän liian paljastavassa asussa. Tätä ongelmaa esiintyy varsinkin pikkuhousumallisten housujen kanssa, jotka eivät urheilijoiden mukaan pysy niille tarkoitetuilla paikalla.

Pikkuhousumalliset housut ovat käytössä yleensä sprinttereillä, hyppääjillä sekä ottelijoilla. Ongelmallisimmiksi nämä housut koetaan etenkin pidempien pikamatkojen ja keski-

matkan juoksijoiden parissa. Tämä johtuu suorituksen kestosta, jonka aikana urheilija ehtii huomata mahdollisen ongelman ja miettiä sitä pahimmillaan useamman kierroksen. Seuraavassa haastatteluotteessa urheilija miettii hallissa tehtyä Suomen ennätys juoksuun:

*Muistan itse asiassa yhden huonon kokemuksen kisa-asusta, kun juoksin X metriä ja oli sellainen tunne, että asun ollessa niin niukka X:n(vaatemerkki) housuissa, että menee ihan vaikka minne ja mitä näkyy. Keskittyminen meni siihen. Silloin kiinnitti siihen asuun huomiota. --- Muistan kun mietin etusuoralla, että missä nuo housut oikein on, kun vielä valokuvat räpsäh-teli ja näin.*

Vaikka ongelma onkin yleisin keskimatkan juoksijoilla, sen ovat maininneet kuitenkin kaikki urheilijat heittäjiä lukuun ottamatta. Urheilijoiden pakaralihakset ovat yleensä niin hyvin kehittyneet, että lahkeen pitäisi olla tarpeeksi reilu, jotta koko lihas peittyisi. Monet naisurheilijat haluaisivatkin pitää hieman pidemmällä lahkeella varustettuja housuja välttääkseen takapuolen paljastumisen. Tällä hetkellä suurin ongelma on kuitenkin tällaisten housujen huono saatavuus.

### 9.2.2 Vaatteen aiheuttamat fyysiset haitat

Vaikka urheilijat haluavatkin vaatteiltaan istuvuutta ja napakkuutta myös liian tiukat vaatteet aiheuttavat kielteisiä vaikutuksia urheilusuoritukseen. Vaatteet ovat tiukentuneet osaltaan malli- ja materiaalikehityksen vuoksi, ja tämän takia osa vaatteista onkin osoittautunut niin kapeiksi, että vaatteita on jopa vaikea saada päälle tai päältä pois:

*No esim. Suomella on ne pitkät trikoot. Ne on ihan törkeän tiukat. Niitä ei saa edes kiinni, ne jää polveen saakka auki. --- No ne verkkarit on vähän sellaisia leveitä ja hankalia, mutta niiden kanssa ei tarvi urheilla. Että kisa-asu on se tärkein. Vähän sitten kun on heittäjillä ja kaikilla samat asut niin niiden pitää olla vähän sellaiset unisex, että ne menee kaikille. Et se on ehkä syy miksi ne ei voi olla sellaisia just omalle kropalle sopivia. Urheilija 5.*

Eniten palautetta on tullut maajoukkueen housuista, jotka ovat usean urheilijan mielestä liian kapeat. Vaatteiden niukkuus ja kapealinjaisuus on ongelmallinen asia mm. heittäjille, jotka ovat tottuneet pitämään päällyskerroksen alla paljon välivaatteita. Nykyisten mallien antaessa tähän huonosti mahdollisuuden heittäjät valitsevat yleensä isomman koon. Tästä seuraa kuitenkin se ongelma, että vaate kasvaa myös pituus- eikä vaan leveyssuunnassa. Jotain lajikohtaisten asujen puuttumisesta osaltaan kertoo myös se, että jotkut pienemmät urheilijat kokevat verryttelyasut liian väljiksi.

Yksi asia, joka varmuudella vaikuttaa negatiivisesti urheilusuoritukseen, virittäytymiseen ja varsinkin fyysiseen hyvinvointiin, ovat kiristävät narut ja vyötärökuminauhat. Ongelma ei välttämättä ole kisa-asujen housujen nauhat vaan monien päällekkäisten housujen nauhojen puristuksen yhteisvaikutus:

*Tietenkin nuo jokaiset arvokisat on vähän sellaisia, kun ne Suomen vaatteet ei ole niin kauhean istuvia ja sitten kun joutuu ottamaan pienen koon niin ne on vyötäröltä kauhean kireät ja sitten sulla pahimmassa tapauksessa 3-4 sellaista tosi kireitä niin ne muistuu aina mieleen ja se ahdistava tunne kun muutenkin on vähän sellainen hermostunut olo ja maha kuralla niin sitten kun siinä kuristaa monta eri kerrosta niin se nyt varmaan on sellainen mikä vaatteista jää melkein joka kerta mieleen. Urheilija 9.*

Osaltaan tämän tyyppisen palautteen takia housuihin on luultavasti laitettu solmittavat nauhat. Nekään eivät kuitenkaan toimi kaikkien urheilijoiden mielestä täysin ongelmitta. Nauhat saattavat nimittäin mennä umpisolmulle, mikä on häiritsevää varsinkin oman suoritusvuoron tullessa tai vessassa käydessä.

### 9.2.3 Vaatetoimittajan käytänteet

Verratessaan Suomen maajoukkueasuja muihin ja yleensä suurempiin urheilumaihin, urheilijat ovat huomanneet eroja sekä vaatetoimituksen käytännön järjestelyissä että saatavilla olevassa vaatevalikoimassa:

*Sitten niillä samoilla urheillaan joku viis vuotta tai enemmänkin. Mun aikana se on jokusen kerran muuttunut se. Niin myöhemmin nuo junnut joutuu käyttämään vielä niitä ennen kuin ne sitten lopullisesti annetaan pois. Sitten jos sattuu huonoja väliin, että mikään niistä kilpailumalleista ei sovi niin onhan se aika kurjaa. Urheilija 1*

Haastatteluote kuvastaa hyvin tilannetta, johon maajoukkuevaatteiden pitkä kierto voi pahimmillaan johtaa. Mahdollisia puutteita ja malliongelmia vaatteissa ajatellessaan urheilijat kokevat, että vaatteet vaihtuvat liian harvoin. Henkilökohtaiset vaatesponsorit pystyvät vuosittain vaihtuvilla vaatteillaan reagoimaan ongelmiin nopeammin kuin mitä asia on maajoukkuevaatteiden kohdalla.

Edellisessä haastattelupätkässä urheilija viittaa myös toiseen huolestuttavaan asiaan. Sen jälkeen kun maajoukkueen vaatteet vaihtuvat uudelle olympiadille, vanhat vaatteet siirtyvät nuorten maajoukkueen käytettäväksi. Näin mahdolliset epäkohdat vaatteissa siirtyvät sukupolvesta toiseen.

Pitkässä vaatekierrossa todetaan olevan myös muita harmillisia piirteitä. Menneen olympiadin vaatteet suunniteltiin Ateenan kuumia olosuhteita ajatellen, jolloin niihin lisättiin mm. verkkokankaasta valmistettu selkäosa. Tämä ei kuitenkaan ollut urheilijoiden mielestä ollut järkevä ratkaisu vaatteiden pitkää kiertoa ajatellen:

*Et siinä tosiaankin on sellainen verkkoselkä, ettei se pahemmin lämmitä. Että ilma kiertää siellä. Ja varmasti menee hiekkaa sisälle jos hyppää, että ei sitäkään ole kauheasti ole ajateltu.*  
*Urheilija 3.*

Asia, joka on ollut urheilijoiden mielessä vielä aikaisempaa enemmän varsinkin Helsingin 2005 MM-kisojen jälkeen, on sadevaatteiden puuttuminen maajoukkuevaatteista. Vaikka Suomen maajoukkueen tuulipuvuissa onkin osittain vettä läpäisemätön kerros, ei se kuitenkaan käy sadetakista. Virittäytymisen kannalta kunnollisten sadevaatteiden puuttuminen on merkittävä epäkohta, sillä suoritukseen on vaikea orientoitua kylmissään ja märkänä. Tämä ongelma ei esiinny pelkästään maajoukkueen vaan myös vaatesponsoreiden tarjoamissa vaatteissa.

## 10 TULOSTEN TARKASTELU JA TULKINTA

Olen tarkastellut gradussani suomalaisten naisyleisurheilijoiden näkemyksiä urheiluvaatteista. Ensimmäinen tutkimuskysymyksenäni koski niitä tekijöitä ja tahoja, jotka vaikuttavat naisurheilijoiden ulkoasuun ja perusteluihin, joilla vaatteet valitaan. Halusin myös tietää minkälaisia käytännön vaikuttamiskeinoja urheilijoilla on ja mitkä tekijät taas puolestaan estävät heitä vaikuttamasta vaatteisiin. Kolmatta tutkimuskysymystä, ja myös koko tutkimusaiheen valintaa, ohjasivat omat havaintoni penkkiurheilijana vaatteita suorituksen jälkeen oikovista urheilijoista. Sen pohjalta olinkin kiinnostunut siitä miten vaatteet voivat vaikuttaa suoritukseen eli onko vaatteilla suoritusta heikentäviä tai edistäviä vaikutuksia.

Pro gradu –työni alussa erittelin niitä tekijöitä, jotka ovat urheilufeministien ja kriittistä paradigmaa työssään käyttävien urheilusosiologien mukaan aiheuttaneet naisten vartaloiden paljastumisen urheilukentillä viime vuosikymmeninä. Mm. joidenkin urheilulajien säännöt, vaatteiden tekninen kehitys, urheilun kaupallistuminen ja samalla sen viihteellistyminen ovat kaikki osaltaan heteroseksualisoineet naisurheilijoita ja näin tehneet naisurheilijoille mahdottomaksi saavuttaa samat edut ja oikeudet kuin miesurheilijat. Mutta kuvastavatko omat tulokseni sitä, mitä tutkimastani ilmiöstä on aikaisemmin todettu?

Tulosteni perusteella vaatteisiin (ts. urheilijan ulkoasuun kentällä) ja niiden valintaan vaikuttaa eniten urheilija itse. Valitessaan vaatteita urheilijat kiinnittävät huomiota vaatteen mukavuuteen, käytännöllisyyteen sekä malliin. Urheiluvaatteilta halutaan enimmäkseen samoja ominaisuuksia, kuin tavallisetkin kuluttajat valitsemltaan vaatteilta. Vaatteen valitseminen tukee vaatteelta haluttua suojaus-, kauneus- tai symbolifunktiota. (Luoto 2002, 49.)



Kun urheilijat valitsevat vaatteensa, he siis myös itse määrittävät miltä haluavat näyttää. Vaikka feminististä urheilututkimusta teenkin, en voi kuitenkaan väittää, että naisurheilijat olisivat täysin viattomia välikappaleita urheilijoiden seksuaalisoinnissa (ks. Williams 1990, Hargreavesin 1994, 167 – 168 mukaan). Kuitenkin jos urheilijan ainoat pukeutumisvaihtoehdot ovat naisellinen toppi ja miehekäs urheilupaita, ei naisurheilijoita voi valinnasta syyttää. Urheilijat tietävät mikä urheilumarkkinoilla on eduksi, vaikka he eivät sitä suoraan halunneet myöntää. Tarkkoja ollaan varsinkin siitä, ettei lukeuduta ulkonäöllä pelaavien urheilijoiden joukkoon. Vaikka useat eivät haluakaan myöntää kisoihin laittautumista, käy se kuitenkin ilmi siinä, miten näkyvyys vaikuttaa urheilijoiden vaatevalintaan. Yleensä asu on sitä pienempi mitä tärkeämmät ja isommat kisat ovat kyseessä. Urheilijat haluavat näyttää hyvältä kentälle ja katsojien eteen mennessään kuten kuka tahansa esiintyjä (Nyström, 2008b) ja siihen tarkoitukseen halutaan pistää parasta päälle.

Urheilijat siis kokevat itse vaikuttavansa eniten ulkonäköönsä valinnanvapautensa takia. He pystyvät valitsemaan tietyistä vaatteista ne, joihin pukeutuvat kilpailuissa. Mutta mikä saa urheilijat valitsemaan tietyt vaatteet? Henkilökohtaisilla mieltymyksillä näyttäisi kuitenkin olevan suhteellisen vähän tekemistä valinnan kanssa. Tulosten perusteella syynä on yleensä kunkin urheilijan laji sekä sosiaalistuminen oman lajiryhmän pukeutumistyyliin. Vaikka tiettyihin yleisurheilulajeihin (esim. heitot) yhdistetään tietynlainen ruumiinrakenne, vaikutti lajikulttuurin mukainen pukeutuminen kuitenkin fyysistä ulkomuotoa enemmän vaatteiden valintaan. Vaikkei eri lajiryhmillä olekaan omaa pukeutumissääntöstöä, on jokainen urheilija kuitenkin tietoinen siitä, minkälainen pukeutuminen on "sallittua" kunkin lajin urheilijoille. Varsinkin heittolajien urheilijat kokevat oman ryhmänsä paineen hyvin voimakkaana.

Heittolajien välillä on kuitenkin eroja. Omien havaintojeni sekä myös joidenkin haastateltavien mukaan esim. naisten moukarinheitossa nähdään enemmän toppeja kun keihäänheitossa. Onko siis liian radikaalia yleistää heittäjien kuuluvan tällaiseen "peittävästi pukeutuvien" kategoriaan? Näillä lajeilla on kuitenkin yksi suuri ero. Toisin kuin keihäänheiton kohdalla, moukaria naiset saivat heittää olympialaisissa vasta Sydneyssä vuonna 2000.

Lajit ovat siis kehittyneet täysin erilaisessa ilmapiirissä ja ympäristössä. Moukarinaiset ovat joutuneet heti taistelemaan näkyvyydestään ja paikastaan kaupallisessa urheilukulttuurissa muiden lajien, kuten naisten seiväshypyn kanssa, johon naiset saivat edustusoikeuden samaisissa olympialaisissa. Keihästä naiset ovat taas saaneet arvokilpailutasolla heittää jo pitkään. Tämän perinteen ja erilaisen lajihistorian takia naiskeihäänheittäjiä katsottaisiinkin pitkään, jos he alkaisivat pukeutua nykyistä niukempiin ja pienempiin vaatteisiin. Heittäjät ainakin vielä kantavat niitä viimeisiä rippeitä "ei-neitimäisestä urheilusta" (ks. Nyström 2008a) ja naisista, jotka eivät ole lähteneet kaupallisen urheilun vietäviksi. Koska heidän kohdallaan rajan ylittäminen herättäisi huomiota, on sitä hyvin vaikea tehdä vaikka se tietyt olosuhteet huomioon ottaen se saattaisikin olla näille urheilijoille edullista. Naisurheilun tasa-arvopyrkimyksiä ajatellen tällainen kehitys tosin olisi päinvastainen.

Pukeutumiskulttuuri noudattaa heittolajeissa sitä linjaa, mitä meikkaaminen yleensä maskuliinisissa lajeissa. Helsingin Sanomien (Nyström 2008b, B4) artikkelissa nyrkkeilijä Eva Wahlström ja keihäänheittäjä Mikaela Inberg toteavat, että mitä maskuliinisemmän lajin kanssa naisurheilijat ovat tekemisissä, sitä varovaisemmin täytyy miettiä, miltä he näyttävät ja mitä kasvoihinsa pistävät. Urheilijat joutuvat siis jatkuvasti tasapainottelemaan urheilijan ja naisen roolin välillä (Krane 2001, 116).

Naisurheilijat eivät koe urheiluvaatevalmistajilla olevan kovinkaan suurta merkitystä siinä miltä urheilijat näyttävät kentällä. Niiden merkittävä vaikutus nousee silti esille tarkastellessa konkreettisia tapoja vaikuttaa vaatteisiin sekä sitä, miten vaate vaikuttaa urheilu-suoritukseen. Vaikka muutama urheilija onkin päässyt esittämään vaatteita koskevia toiveita ja mielipiteitä omalle sponsorilleen, jää palautteen vaikutus kuitenkin vähäiseksi. Kun palautetta kerätään lähinnä pienten vaatemarkkien taholta, ei esim. maajoukkueiden ja suurempien vaatevalmistajien ongelmakohtia saada kitkettyä. Vaikutusmahdollisuuden puute näkyy myös tiedon puutteena koskien vaatteiden suunnittelu- ja valintaprosesseja.

Vaatteiden suunnitteluun liittyvät myös uudenlaiset asut urheilukentillä. Urheiluvaate-teknologiaa on viime vuosina kehitetty niin, että vaate saattaa ratkaista eron häviämisen ja voittamisen välillä tai säästää elintärkeitä sekunteja. Uudenlaiset leikkaukset, materiaalit ja mallit pitkin lahkeineen sekä hihoineen (Liite 4.) on kehitetty parantamaan suoritus-ta entisestään. (O'Mahoney & Braddock 2002, 129). Pekingin olympialaisten aikana on uutisoitu vilkkaasti esimerkiksi uimapukuvalmistajien "avaruusasuista", joiden on sanottu auttavan urheilijaa uimaan noin 2 % nopeammin. Uimareille pukujen edut ovat peiton-neet niiden sisältämät haittapuolet, kuten kalliin hinnan ja pukeutumiseen vievän ajan. (esim. Lehtovaara 2008; Ilta-Sanomat 2008; Sorjonen 2008.) Urheiluvaatteiden monimut-kaistuminen ja teknistyminen ovat kuitenkin viitteitä urheilijoiden käytännön kokemusten sekä mielipiteiden huomiotta jättämisestä.

Omassa tutkimuksessa haastattelemani urheilijat kokivat tällaiset kokopitkät asut yleensä ahdistavina ja suoritusta heikentävinä. Mistä sitten johtuu, että näitä vaatteita yleensä valmistetaan ja pidetään esim. maajoukkuevaatemallistoissa? Uskoisin vastauksen löyty-vän taas kaupallisen urheilun pohjimmaisesta tarkoituksesta. Urheilukilpailuissa nämä "avaruusasut" ja muut massasta poikkeavat vaatteet ovat medialle ja katsojille samalla kuin punainen vaate härälle. Erikoiset vaatteet pääsevät takuulla lehtien valokuviin ja te-levision kisatallenteisiin. Näkyvyys taas tuo esille urheiluvaatevalmistajan brändiä, jonka toivotaan piirtyvän kuluttajan mieleen ja vaikuttavan ostotilanteessa tuotteiden valin-taan. Siitä huolimatta, että erottautuminen koetaan merkittäväksi tekijäksi nykyisessä urheilukulttuurissa (esim. Nyström 2008a; Sykkö 2008, 75), tuntuvat siihen tarjotut puit-teet palvelevan enemminkin vaatevalmistajia kuin urheilijoita.

Epämukavat vaatteet liittyvät läheisesti myös kolmanteen tutkimuskysymykseeni, jonka myötä pohdin vaatteiden vaikutusta urheilusuoritukseen. Saamieni tulosten perusteella vaatteilla voi olla suoritukseen nähden joko positiivisia ja suoritusta edistäviä tai negatiivi-sia ja sitä heikentäviä vaikutuksia. Vaate ei pelkästään edistä suoritusta tuomalla lisäsent-

tejä tai nipistämällä sadasosia. Uudet ja toisista urheilijoista positiivisesti poikkeavat vaatteet lisäävät myös itsevarmuutta, joka välittyy suoritukseen. Näin tapahtuu varsinkin silloin, kun urheilijat pääsevät pukeutumaan maajoukkuevaatteisiin.

Positiiviset vaikutukset ovat siis yleensä psyykkisiä. Kun vaate vaikuttaa suoritukseen negatiivisesti, tulevat mukaan myös fyysiset vaikutukset. Tällöin vaate saattaa aiheuttaa kipua tai muita fyysisiä oireita. Yleisempiä ovat kuitenkin vaateen aiheuttamat psyykkiset häiriötekijät, jotka saavat urheilijan kiinnittämään huomionsa suorituksen sijasta vaatteeseen. Tällöin urheilija kiinnittää suorituksen sijaan huomionsa vaatteeseen. Tämä tapahtuu yleensä silloin kun vaate on liian paljastava, kiristävä tai ei pysy sille tarkoitettulla paikalla. Suurin ongelma ovat urheilijoiden mukaan pikkuhousumalliset urheiluhousut, jotka paljastavat huomattavasti enemmän kuin olisi tarkoitus.

Urheiluvaatesuunnittelijoille tuskin tulee yllätyksenä, että vaatteet eivät pysy paikoillaan tai että naiset ovat huomattavasti seksikkäämmissä asuissa kuin miehet. Tämän takia näenkin ilmiön takana halun ylläpitää naisyleisurheilun viihteellistä ilmettä. Näkisinkin, että asia on kuten Sparkes (1988) on sen esittänyt. Naisia ja huomiota herättävää ulkonäköään, jota vaatteet edesauttavat, käytetään palvelemaan kaupallisen urheilun voittokulussa. (Hargreaves 1994, 158.) Median miehille suunnatussa urheilutarjonnassa vähäpukuisilla naisurheilijoilla on hyvin tärkeä asema markkinoinnin kohdentamisessa juuri tietyille ryhmille. Kun urheiluvaatevalmistajat ja mainostajat tietävät mikä haluttua kohderyhmää kiinnostaa ja millä perusteella sen jäsenet urheilua kuluttavat, on menestyksen varma resepti kasassa (Westerbeek & Smith 2003, 58).

Omalla tutkimuksellani olen yrittänyt osoittaa kuinka urheilun kaupallistuminen vaikuttaa ja sanelee nykyään hyvin pitkälle sitä, miltä naisurheilijat näyttävät kentällä. Vaikka urheilijat loppukädessä tekevät vaatevalinnat itse, vaikuttavat suuremmat tahot kuten vaatevalmistajat ja jopa lajiliitto toimillaan siihen, miltä urheilijoiden halutaan näyttävän. Urheiluvaate ja -välinevalmistajat käyvät tiukkaa kilpailua kuluttajista markkinoilla, jolloin

kaikki keinot ovat sallittuja. Kun kansainvälinen yleisurheiluliittokin antaa hyvin epämääräiset säännöt urheilijoiden vaatetuksesta, on urheiluvaatesuunnittelijoilla hyvin vapaat kädet pistää urheilijat paljastaviin asuihin. Oman haastatteluni urheilijat kaipasivat mm. pidempiä paitoja ja shortseja, joita valikoimissa ei ole ollut. Tämä tosiasia kertoo, kuinka kauas vaatevalmistajat ovat kaupallisessa urheilukulttuurissa karanneet urheilijoilta, lajilijoilta sekä urheiluseuroilta. Valitettavasti Rowe ja Guttmann (2008) taitavat osua ennustuksessaan naulan kantaan: tulevaisuudessa tuskin tulemme näkemään tilanteessa suurempia muutoksia.

## 11 POHDINTA

Pro gradu –työni johdannossa jäin pohtimaan sitä, mikä rooli naisurheilijoilla on suhteessa heidän ulkoasuunsa. Toimivatko urheilijat pelkästään urheiluvaatevalmistajan mainoskasvoina vai ovatko he vaikutusvaltaisia toimijoita, jotka sanelevat ulkonäköään ja luovat olemassa olevien palasten avulla jotain uutta ja parempaa? Urheilijoiden vaikutusmahdollisuuksia pohti myös yksi tutkimukseni haastateltavista:

*--- pitäisi olla se valinnanvapaus kaikilla. Että jos haluaa esim. juosta mahdollisimman peittävässä asuissa niin kaikilla pitäisi olla se mahdollisuus eikä se tulisi jostain ylempää se sääntö, että topeilla ja pikkuhousuilla.*

Mielestäni haastatteluote kiteyttää hyvin sen, mistä tutkimukseni lähti liikkeelle ja mitä lähdin selvittämään. Se oli naisurheilijoiden mahdollisuus vaikuttaa omaan ulkoasuunsa ja pystyä urheilemaan tasapainoisesti ilman häiriötekijöitä. Mutta onko se tulosteni valossa mahdollista vai säädelläkö pukeutumista täysin vaatevalmistajien, lajiliiton sekä urheiluseurojen taholta? Ovatko naisyleisurheilijat siis Mondon mannekiineja vai Tartanin trendsettereitä?

Tutkimuksen jälkeen en ole pelkästään kallistunut ensimmäiseen vaihtoehtoon, vaan tulokset ovat myös vahvistaneet sitä mielikuvaa, joka minulla oli ilmiöstä ennen tutkimuksen tekoa. Kaupallistuminen ja taloudellisten intressien ensisijaisuus on tehnyt urheilusta viihdettä ja urheilijoista kauppatavaraa, joita voi myydä, ostaa ja vuokrata (Linnakangas 2000, 31). Urheilija on hyvin pitkälti urheiluvaatemerkkejä esittelevä malli ja myynninedistäjä, joka palkitaan tehtävästään ilmaisella vaatekerralla. Naisyleisurheilijoiden pitämien ja heille tarjottavien vaatemallien taas uskon olevan yksi tapa vahvistaa naisurheilun viiheellistä luonnetta. Tämän tehdessään ne samalla myös ylläpitävät sitä miehistä hege-

moniaa, joka urheilussa on aina vallinnut. Samaan aikaan urheiluvaatevalmistajat käärivät urheilijoita hyväksikäyttäen suuret voitot omiin taskuihinsa.

Olen tutkinut naisyleisurheilijoiden pukeutumista urheilufeministisistä lähtökohdista käsin. Olen siis omaksunut sen lähtökohdan, että vaatteet ovat yksi asia, jotka ylläpitävät sukupuolierottelua ja estävät naisia saavuttamasta urheilukentällä sitä samaa arvostusta, jota miehet saavat osakseen. Koska feminismissä on kyse naisten pyrkimyksestä tasa-arvoon, suuren osan työni validiudesta täytyy nousta urheilijoiden kokemuksista eikä omistani tutkijana (Maynard & Purvis 1994, 6). Parhaiten koen voivani osoittaa tämän palaamalla tutkimieni naisten kokemuksiin ilmiöstä.

Erittelen tutkimukseni tasa-arvoa määritelmällä, jota Suomen Liikunta ja Urheilu on käyttänyt tasa-arvojulkaisussaan. Siinä todetaan, että tosiasiallinen tasa-arvo lähtee yksilön omista kokemuksista, tunteista, vuorovaikutuksesta sekä ruumiillisista itsemääräämiskysymyksistä (SLU 2005, 11). Mitä tasa-arvosta voidaan siis todeta kun tarkastellaan tutkimieni urheilijoiden kokemuksia ja näkemyksiä? Monet haastattelemistani urheilijoista pohtivat miksi naiset pukeutuvat paljastavammin miesurheilijoihin verrattuna. Syitä etsittiin urheilun viihteellistymisestä sukupuolten luonnollisiin eroihin. Olennaista eivät kuitenkaan ole syyt vaan kokemus tasa-arvon puuttumisesta, mitä tulee pukeutumiseen.

Vaatus *kokemuksista* siis ainakin täytyy. Samoin on myös *vuorovaikutuksen* osalta. Jotta vuorovaikutuksen voitaisiin nähdä tasa-arvoa tukevana, täytyisi sitä olla etenkin urheilijoiden, vaatevalmistajien sekä liiton että seurojen välillä. Näin ei kuitenkaan näytä olevan, vaan urheiluvaatteista päätetään ilman suurempaa kanssakäymistä urheilijoiden kanssa.

*Ruumiilliset itsemääräämiskysymykset* olivat yksi graduani voimakkaammin ajaneista voimista. Halusin tietää mitkä tekijät urheilijoiden ulkonäköä säätelevät: urheilijat vai jot-

kin muut tahot. Ruumiillisten itsemääräämiskysymysten tasa-arvoisuudesta on kuitenkin vaikea tämän tutkimuksen puitteissa sanoa mitään, sillä vastaavanlaista tutkimusta ei miesurheilijoista ole tehty. Mutta tässäkin kysymyksessä merkittävämpää on tieto siitä, että pukeutumista määritellään enemmän vaatevalmistajista kuin urheilijoista käsin. Urheiluseuran vaatteet eivät myöskään pahemmin tue urheilijoiden ruumiillista itsemääräämisoikeutta. Haastattelemini urheilijoiden mukaan urheiluseuroissa käytettävissä olevat asut ovat yleensä miehille puolipitkät trikoot ja urheilupaita sekä naisille toppi ja pikkuhousut. Edustaessaan seuraansa, urheilijoilla on siis usein valittavanaan vain yksi vaatevaihtoehto. Tällöin seuran voi todellakin sanoa määrittelevän sitä, miltä urheilijat näyttävät. Aikuisurheilijoilla kisoja, joissa seuran asua pidetään, ei ole montaa, mutta lapsi- ja junioriurheilijoilla sitäkin enemmän. Heillä ei ole mahdollisuutta vaikuttaa seuravaatteiden kautta ulkonäköönsä edes murto-osaa siitä vähäisestä määrästä, mitä naisurheilijat voivat. Tämä asia liittyykin vahvasti siihen, miten urheilu pysyy niin voimakkaasti sukupuolittuneena ja naisurheilu sen myötä viihteellisenä.

Liikuntaa harrastavat ja urheilua seuraavat lapset ja nuoret ovat hyvin vaikutusalttiissa iässä. He omaksuvat helposti eri sukupuoliin liitettyjä odotuksia ja hyväksytyjä tapoja ilmaista sukupuolisuuttaan. Tämän takia tulisi olla hyvin tarkkoja siitä, minkälaista kuvaa heille välittämme naisurheilijoista ja naisurheilijana olemisesta. Se, mikä omaksutaan lapsena, siirtyy yleensä myöhemmällä iällä normaaleiksi ajattelutavoiksi ja käytännöiksi. Tämän takia urheilijoiden vaatetusta ja varsinkin siitä, millaista se on seuratasolla, tulisi miettiä tulevaisuudessa huomattavasti tarkemmin.

Yllämainitut asiat ovat mikro- ja makrotasolla eräitä asioita, joilla tämän tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää. Urheilijoiden hyvinvointia ja parhainta mahdollista suoritusta ajatellen tärkeintä mielestäni olisi kuitenkin urheilijoiden mielipiteiden kysyminen koskien urheiluvaatteita. Tämä tulisi tehdä niin urheilijan oman vaatesponsorin, Urheiluliiton sekä urheiluseurojen toimesta. Palautteenkeruun tulisi olla systemaattista ja säännöllistä. Helpon palautetta olisi kerätä palautelomakkeella, joka tekee sen helpommaksi myös niille urheilijoille, jotka eivät välttämättä uskalla antaa sitä suullisesti.



Urheilijoiden mielipiteitä tulisi kerätä sekä kilpailu- että edustusvaatteita koskien. Vaikka edustusvaatteita (vapaa-ajan asu ja seremonia-asu) ei pidetäkään kilpaillessa, on niiden ulkonäkö kuitenkin hyvin tärkeä asia naisurheilijoille. Ei ole yhdentekevää, miltä urheilijat haluavat näyttää miljoonien katsojien edessä. Toivoisinkin, että jatkossa Olympiakomitea ja Urheiluliitto keräisivät urheilijoilta palautetta hyvissä ajoin ennen suuria arvokilpailuja ja uusien, monivuotisten sponsorisopimusten solmimista. Yhteistyökumppanin valinnassa tulisi ottaa ennen kaikkea huomioon urheilijoiden hyvinvointi taloudellisten intressien sijaan. Tieto siitä kuinka kateellisina ja katkerina naisyleisurheilijat puhuvat, Ruotsin maa-joukkuevaatetoimittajan Puman vaatteista, pistää todellakin miettimään kenen tarpeita ajatelleen Suomen nykyiset yhteistyökumppanit ja vaatetoimittajat on valittu.

Haastatteluissani tuli myös esille puute heittäjille suunnatuista urheiluvaatteista. Kuten aiemmin kerroin, heittäjien pukeutumiskulttuuri antaa harvoin myöden pukeutua toppeihin ja pikkuhousuihin. Urheilijat haluaisivat pukeutua hieman peittävämmiin joutumatta kuitenkaan urheilemaan urheilupaidoissa, jotka vievät jo valmiiksi maskuliinisesta lajista viimeisetkin feminiinisyyden rippeet. Haastatteluja tehdessäni kuulinkin Urheiluliiton edustajilta, että Niken edustajat olivat muutama vuosi sitten käyneet ottamassa mittoja ja haastattelemassa joitain suomalaisia heittäjiä ja työntäjiä. Nyt onkin mielenkiintoista nähdä pääsevätkö urheilijoiden esittämät mielipiteet urheilukentälle asti. Tämä lopputulos olisikin todella iso edistys nykyiseen kaupallisen urheilukulttuurin sanelemassa valintaja suunnittelujärjestelmässä. Parannusehdotuksista huolimatta, suuremmat kaupalliset voimat ja taloudelliset intressit ovat tunkeutuneet niin syväälle myös tälle urheilun saralle, että urheilijoiden hyvinvointi ei näytä enää olevan vaatesuunnittelussa etusijalla. Tämän tosiasian toivon myös tulevien tutkielmantekijöiden ottavan huomioon tutkimusaiheita ja -ongelmia pohtiessaan.

Vaikka tässä tutkimuksessa urheilun kaupallistumisen nähtiin vaikuttavan pelkästään urheiluvaatteisiin, pukeutumiseen ja ulkonäköön, toi se esille myös muita tekijöitä, jotka

ylläpitävät tarpeettomasti naisurheilun vähäisempää arvostusta ja epätasa-arvoa urheilun kentällä. Tällaisia olivat mm. mies- ja naisurheilijoiden erilaiset palkitsemisjärjestelmät kilpailuissa. Toivoisinkin feminististen tutkimusten yleistyvän urheilututkimuksen tekijöiden keskuudessa. Suurimpina esteinä näkisin sille nyt olevan feminismin negatiivisen leiman sekä tämän tieteen alan huonon tuntemuksen. Näistä jälkimmäinen on myös asia, johon tulisi tarttua etenkin liikuntatieteiden opetuksessa.

Vaikka oma tutkimukseni onkin feministinen urheilututkimus, odotan mielenkiinnolla jonkun tarttuvan myös miesurheilussa vallitsevan koristautumiskulttuuriin. Ainakin suomalaisissa iltapäivä- ja aikakauslehdissä miesurheilijoiden hiusasiat tuntuvat välillä olevan suorituksia merkittävimmässä roolissa. Urheilijoiden ulkonäön triviaalisuus onki yksi asia, jota tälläkin aineistolla olisi voinut tarkemmin tutkia, mutta aiheen rajauksen takia se jätettiin tekemättä. Omista haastatteluista saamieni vastausten perusteella tämä tutkimushanke ei tule kuitenkaan olemaan helppo. Ulkonäkökysymykset varsinkin naisurheilussa ovat asia, joilla määritellään ”kyvykkään” ja ”kulttuuria hyödyntävän” urheilijan raja. Ne ovat asioita, jotka ovat visuaalisuuden lisääntymisestä huolimatta urheilukulttuurissa edelleen hyvin arkoja asioita.

Nyt kun pro gradu –työni on muutamaa lausetta vaille valmis, katselen aikaansaannostani ylpeänä ja tyytyväisenä. Koen ratkaisseeni asettamani ongelmat hyvin ja tuoneeni tärkeää ja merkittävää tietoa naisurheilijoiden asemasta sekä mahdollisuudesta vaikuttaa siihen kulttuuriin, jonka sisällä he joutuvat toimimaan. Tulokseni näen merkittäviksi juuri siksi, että monet esittämäni ongelmat olisivat naisurheilijoiden mielestä ratkaistavissa, kunhan heiltä vain kysyttäisiin mielipiteitä ja ne myös otettaisiin huomioon. Osoitin mielestäni myös sen, että kyseessä on urheilufeministisestä näkökulmasta katsoen ongelma, eikä pelkästään sukupuolten erilaisen pukeutumisen aiheuttama luonnollinen ero. Koska ilmiötä ei ole aikaisemmin kansallisesti tai kansainvälisesti tutkittu paljoakaan, toivonkin että työlläni saan kylvettyä siemenen tätä urheilussa jatkuvasti suuremman merkityksen saavan ilmiötä kohtaan ja viljeltyä lisää aihetta koskevia mielenkiintoisia jatkotutkimuksia.

## LÄHTEET

- Acker, J., Barry, K. & Esseveld, J. 1983. Objectivity and truth: Problems in doing feminist research. *Women's studies international forum*. 6. 423 – 435.
- APA. The American Psychological Association. APA Task Force on the Sexualization of Girls. Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls, Executive Summary. Saatavana [www-muodossa: <URL: http://www.apa.org/pi/wpo/sexualizationsum.html>](http://www.apa.org/pi/wpo/sexualizationsum.html) (Luettu 22.2.2008)
- Birrel, S. 2000. Feminist theories for sport. Teoksessa Coakley, J. J. & Dunning, E. (toim.) *Handbook of sports studies*. London: SAGE.
- Birrel, S. & Theberge, N. 1994. Ideological control of women in sport. Teoksessa Theberge, N. & Birrel, S. (toim.) *Women and sport. Interdisciplinary perspectives*. Illinois: Human Kinetics.
- Boutillier, M. A. & SanGiovanni, L. F. 1994. Politics, public policy and title IX: Some limitations of liberal feminism. Teoksessa Birrell, S. & Cole, C. L. (toim.) *Women, sport and culture*. Illinois: Human Kinetics.
- Boxill, J. 2003. Introduction: The moral significance of sport. Teoksessa Boxill, J. (toim.) *Sports Ethics – an anthology*. Malden: Blackwell Publishing.
- Brayton, Jennifer. What makes Feminist Research Feminist? The Structure of Feminist Research within the Social Sciences. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.unb.ca/PAR-L/win/feminmethod.htm>](http://www.unb.ca/PAR-L/win/feminmethod.htm) (Luettu 8.12.2007)
- Brooks, Christine M. 2001. Using sex appeal as a sport promotion strategy. *Women in sport and physical activity journal* 10, No. 1. 1 – 14.
- Bryson, L. 1987. Sport and the maintenance of hegemonic masculine hegemony. Teoksessa Birrell, S. & Cole, C.L. 1994. (Toim.) *Women, sport and, culture*. Illinois: Human Kinetics.

- Costa, D. M. & Guthrie, S. R. 1994. Feminist perspectives: Intersection with women and sport. Teoksessa Costa, D.M. & Guthrie, S. R. (toim.) Women and sport.
- Curtner-Smith, M. 2002. Methodological issues in research. Teoksessa Laker, A. (toim.) The sociology of sport and physical education. An introductory reader. London: Routledge Falmer.
- Eichler, M. 1987. The relationship between sexist, non-sexist, woman-centred and feminist research in the social science. Teoksessa G. H. Nemiroff (toim.) Women and men: Interdisciplinary readings on gender. (21 – 53) Toronto: Fitzhenry & Whiteside.
- Encyclopedia Britannica. Olympic Games. Commercialization. Saatavana [www-muodossa: <URL: http://www.britannica.com/eb/article-249550>](http://www.britannica.com/eb/article-249550) (Luettu 5.6.2008)
- Entwistle, J. & Wilson, E. 2001. Introduction. Teoksessa Entwistle, J. & Wilson, E. (toim.) Body dressing. Oxford: Berg.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.
- ESPN. Beach volleyball a popular spectator sport. Saatavan [www-muodossa: <URL: http://sports.espn.go.com/oly/summer04/gen/news/story?id=1860176>](http://sports.espn.go.com/oly/summer04/gen/news/story?id=1860176) (Luettu 17.12.2007)
- Farganis, S. 1986a. The social construction of the feminine character. Totowa, NJ: Rowman & Littlefield
- Farganis, S. 1986b. Social theory and feminist theory: The need for dialogue. Sociological Inquiry, 56, 50 – 68.
- Fielding, N. 1993. Qualitative interviewing. Teoksessa Gilbert, N. (toim.) Researching social life. London: Sage.
- FIG. Rules. Saatavana [www-muodossa: <URL: http://www.fedintgym.com/rules/>](http://www.fedintgym.com/rules/) (Luettu 24.8.2008)

- FIVB. Official beach volleyball rules 2008. Saatavana [www-muodossa: <URL: http://www.fivb.org/EN/BeachVolleyball/Rules/RulesoftheGames2007\\_2008.pdf>](http://www.fivb.org/EN/BeachVolleyball/Rules/RulesoftheGames2007_2008.pdf) (Luettu 20.3.2008)
- Hall, A. M. 1996. *Feminism and sporting bodies: Essays on theory and practice*. Human Kinetics, Illinois.
- Hall, A. M. 1988. *The discourse of gender and sport: From femininity to feminism*. Teoksessa Flintoff, A. & Scarton, S. (toim.) 2002. *Gender and sport: A reader*.
- Hargreaves, J. 1994. *Sporting females: critical issues in the history and sociology of women's sports*. Routledge. London.
- Harding, S. 1987. *Introduction: Is there a feminist method?* Teoksessa Harding, S. (toim.) *Feminism and methodology*. Bloomington: Indiana University Press.
- Haug, F. (toim.) 1987. *Female sexualization. A collective work of memory*. Verso. London.
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. *Tutki ja kirjoita*. Tammi. Helsinki.
- IAAF. 2008. Competition rules. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.iaaf.org/newsfiles/42192.pdf>](http://www.iaaf.org/newsfiles/42192.pdf) (Luettu 19.1.2008)
- Iltä-Sanomat. Valmentaja: Uusi puku rikkoo kaikki ennätykset Pekingissä. Muhkea riita uusista uimapuvuista. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.iltasanomat.fi/urheilu/uutinen.asp?id=1517948>](http://www.iltasanomat.fi/urheilu/uutinen.asp?id=1517948) 11.4.2008. (Luettu 14.8.2008)
- ISU. 2006. *Special regulations & technical rules. Single and pair skating and ice dancing*. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.isu.org/vsite/vfile/page/fileurl/0,11040,4844-178078-195296-111175-0-file,00.pdf>](http://www.isu.org/vsite/vfile/page/fileurl/0,11040,4844-178078-195296-111175-0-file,00.pdf) (Luettu 24.8.2008)
- Krane, V. 2001. We can be athletic and femine, but do we want to? Challenging hegemonic femininity in women's sport. *Quest* 53, 115 – 133.

- Lehtovaara, M. Pukuun ahtautuminen voi viedä puoli tuntia. Avaruusajan asu vaatii käyttäjältään kärsivällisyyttä. Karjalainen. Verkkolehti. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.karjalainen.fi/Karjalainen/Urheilu/pukuun\\_ahtautuminen\\_voi\\_vied%C3%A4\\_puoli\\_tuntia\\_4538656.html>](http://www.karjalainen.fi/Karjalainen/Urheilu/pukuun_ahtautuminen_voi_vied%C3%A4_puoli_tuntia_4538656.html) (Luettu 14.8.2008)
- Linnakangas, E. 2002. Urheilutoiminnan yhtiöittämisen veroedut ja –haitat. Urheilu ja oikeus: Urheiluoikeuden jäsenlehti. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://www.urheiluoikeudenyhdistys.fi/urheilu\\_ja\\_oikeus-lehti/2001/esko\\_linnakangas/>](http://www.urheiluoikeudenyhdistys.fi/urheilu_ja_oikeus-lehti/2001/esko_linnakangas/) (Luettu 14.8.2008)
- Luoto, P. 2002. Ammattina vaate. Helsinki. WSOY.
- Magdalinski, T. & Nauright, J. 2004. The commercialization of the modern Olympics. Teoksessa Slack, T. (toim.) The commercialization of sport. London: Routledge.
- Maynard, M. 1994. Methods, practice and epistemology: The debate about feminism and research. Teoksessa Maynard, M. & Purvis, J. (toim.) Researching women's lives from a feminist perspective. London: Taylor & Francis.
- Maynard, M. & Purvis, J. 1994. Doing feminist research. Teoksessa Maynard, M. & Purvis, J. (toim.) Researching women's lives from a feminist perspective. London: Taylor & Francis.
- Meriam-Webster's Medical Dictionary. Saatavilla [www-muodossa: <URL: http://medical.merriam-webster.com/medical/sexualization](http://medical.merriam-webster.com/medical/sexualization) (Luettu 22.2.2008)
- Mäkilä, M. 1993. Naisten yleisurheiluasut olympialaisissa 1928 – 1992. Kehitys ja yhteydet muotiin sekä yhteiskunnallisiin tilanteisiin. Helsingin yliopisto. Käsityönopettajan koulutuslaitos. Pro gradu –tutkielma.
- Mäkelä, K. 1987. Yhteiskuntatieteellisen tiedonhankinnan eettiset säännöt ja tietosuoja. Teoksessa Mäkelä, K. (toim.) Tieteen vapaus ja tutkimuksen etiikka. Helsinki: Painokaari.

- Nyad, D. & Lyle Hogan, C. 1988. Women: Empowered by the evolution of sports technology. Teoksessa Busch, A. (toim.) Design for sport. London: Thames & Hudson.
- Nyström, P. 2008a. Neitieurheilua ja huippu-urheilua. Helsingin Sanomat. 20.7.2008
- Nyström, P. 2008b. Meikki kohentaa urheilijan itseluottamusta. Helsingin Sanomat. 20.7.2008
- Ollenburger, J. C. & Moore, H. A. 1992. A sociology of women. The intersection of patriarchy, capitalism, and colonization. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- O'Mahoney, M. & Braddock, S. E. 2002. Sportstech: revolutionary fabrics, fashion and design. London: Thames and Hudson.
- Opetusministeriö 2004. Huippu-urheilutyöryhmän muistio. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2004: 22. Helsinki: Yliopistopaino.
- Pulkkinen, P. 2008. Usain Bolt juoksi Pumalle tärkeän voiton. Helsingin Sanomat. Digilehti. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa.com) <URL: <http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Usain+Bolt+juoksi+Pumalle+t%C3%A4rke%C3%A4n+voiton/1135238745599>> (Luettu 24.8.2008)
- Rauste, Olli 1997. Urheiluoikeus. Jyväskylä: Gummerus.
- Robinson, L. Black tights. Women, sport and sexuality. 2002. Ontario: HarperCollins.
- Robson, C. 1993. Real world research. A resource for social scientists and practitioner-researchers. Oxford: Blackwell Publishers.
- Rowe, D. C. & Guttmann, A. 2008. Commercialization of sports. Encyclopedia Britannica. Saatavilla [www-muodossa](http://www.muodossa.com): <URL: <http://www.britannica.com/eb/article-253580>> (Luettu 6.5.2008)
- Slack, T. & Amis, J. 2004. Money for Nothing and Your Cheques for Free? A Critical perspective on sport sponsorship. Teoksessa Slack, T. & Amis, J. (toim.) The commercialization of sport. London: Routledge.

- Slack, T. 1998. Studying the commercialization of sport: The need for critical analysis. *Sociology of sport online*. Saatava [www-muodossa: <URL: http://physed.otago.ac.nz/sosol/v1i1/v1i1a6.htm>](http://www.muodossa: <URL: http://physed.otago.ac.nz/sosol/v1i1/v1i1a6.htm>)
- Skov Holt, S. 1988. Notes on an infinity of sports cultures. Teoksessa Busch, A. (toim.) *Design for sport*. London: Thames & Hudson.
- Sorjonen, J. Uinnissa avarusseikkailu 2008. *Kymen Sanomat*. Verkkolehti. Saatavana [www-muodossa: <URL: http://www.kymensanomat.fi/olympia-tuoreimat/2008/08/05/Uinnissa+avarusseikkailu+2008/200835656363/287>](http://www.muodossa: <URL: http://www.kymensanomat.fi/olympia-tuoreimat/2008/08/05/Uinnissa+avarusseikkailu+2008/200835656363/287>) 5.8.2008. (Luettu 14.8.2008)
- Sparkes, A. C. 1994. Research paradigm in physical education: Some brief comments on differences that make a difference. *British journal of physical education research suppl.* 14. 11-16.
- Sparkes, R. 1988. Ways of seeing differently. *Sociology of sport journal*. Vol. 5. 155 – 168.
- Suomen Liikunta ja Urheilu 2005. Näköaloja laaja-alaisiin tasa-arvokysymyksiin. Kaikkien tasavertainen oikeus liikuntaan ja urheiluun. *Reilu Peli*. SLU-julkaisusarja 5/2005. SLU-paino.
- Suomen Olympiakomitea. Huippu-urheilu 2000-luvulla. Strategia suomalaisen huippu-urheilun kehittämiseksi 2002 – 2006. Suomen Olympiakomitea. Kainuun Sanomain Kirjapaino.
- Sykkö, S. 2008. Strassikoruja tuulitakkeihin. *Helsingin Sanomien kuukausiliite*. Heinäkuu.
- Thompson, Shona. M. 2002. Sport, gender and feminism. Teoksessa Maguire, J. & Young, K. (toim.) *Theory, sport & society*. Amsterdam: Elsevier B.V.
- Vance, C. 1989. *Pleasure and danger: Towards a politics of sexuality*. London. Pandora.
- Westerbeek, H. & Smith, A. 2003. *Sport business in the global marketplace*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.



Williams, L. 1990. Hard core: Power, pleasure and the "Frenzy of the visible". London: Virago.

#### Liitteissä esitetyt kuvat

Liite 1: FIVB. Official beach volleyball rules 2008. Saatavana www-muodossa: <URL: [http://www.fivb.org/EN/BeachVolleyball/Rules/RulesoftheGames2007\\_2008.pdf](http://www.fivb.org/EN/BeachVolleyball/Rules/RulesoftheGames2007_2008.pdf)> (Luettu 20.3.2008)

Liite 3: Palmunoksa, J., Rikkonen, M. & Hakanen, J. 2005. Yleisurheilun MM-kisat 2005 Helsinki. Vantaa: Intereuropean Publications.

Liite 4: O'Mahoney, M. & Braddock, S. E. 2002. Sportstech: revolutionary fabrics, fashion and design. London: Thames and Hudson.

## LIITTEET

### LIITE 1: Nais- ja miesurheilijan vaatteet rantalentopallossa



## LIITE 2: Haastattelurunko

### I TAUSTATIEDOT

1. Kerro itsestäsi ja urheilutaustastasi
  - ❖ nimi
  - ❖ ikä
  - ❖ siviilisääty
  - ❖ ammatti
  - ❖ urheilulaji, harrastusaika
  - ❖ suurimmat saavutukset
  - ❖ tavoitteet urheilussa

### II ALOITUSKYSYMYKSET

1. Mitkä ovat hyvien urheiluvaatteiden tärkeimmät ominaisuudet?
2. Minkälaista on mielestäsi nykyinen yleisurheiluvaatemuoti yleensä?
3. Miten yleisurheilupukeutuminen vaihtelee eri yleisurheilulajien välillä?
4. Entä miten yleisurheilupukeutuminen vaihtelee eri kansallisuuksien urheilijoiden välillä?

### III VAIKUTTAJAT

1. Kertoisitko miten yleisurheilijoiden urheiluvaatteiden suunnitteluprosessi menee? (Kuka? Miten? Urheilijoiden osallisuus?)
2. Mitä tekijöitä tulisi mielestäsi ottaa huomioon suunnitellessa yleisurheiluvaatteita? (Esim. mitat, mallit, vaatekappaleet)
3. Onko sinulla henkilökohtainen vaatesponsori? Miten olet päätenyt yhteistyöhön kyseisen valmistajan kanssa?
4. Miten vertaisit oman vaatesponsorisi vaatteita muiden valmistajien vaatteisiin?
5. Kerro urheiluseurasi edustusasusta?
6. Miten vaatteiden valintaprosessi menee koskien maajoukkue-edustusta? (Euroopan-cup, maaottelut, EM- ja MM- kisat)?
7. Millaisia sääntöjä on olemassa koskien yleisurheilijoiden vaatteita?
8. Mitä mieltä olet ollut niistä vaatteista, joita olet pitänyt edustusasolla?
9. Millä tavoin koet itse voivasi vaikuttaa tähän pukeutumiseen?
10. Kysytäänkö urheilijoilta mielestäsi tarpeeksi mielipiteitä koskien heidän edustusasujaan?
11. Kuka mielestäsi vaikuttaa eniten siihen millä urheilija näyttää kentällä?

### IV URHEILUSUORITUS

1. Kertoisitko kilpa- ja harjoitteluvaatteiden eroista?
2. Mikä on vaatteiden merkitys urheilijalle urheilusuorituksessa?
3. Miten sukupuoli vaikuttaa käytettäviin urheiluvaatteisiin?
4. Entä urheilulaji? (Onko esim. omalla lajilla erikoisvaatimuksia?)
5. Miten sää vaikuttaa valittaviin yleisurheiluvaatteisiin kilpaillessa?
6. Kertoisitko positiivisesta vaikutuksesta, mikä vaatteilla on ollut suoritukseesi/tulokseesi?
7. Entä negatiivisia?
8. Miten pyrit korostamaan ulkonäköäsi tai tuomaan esille persoonallisuuttasi valmistautuessasi kilpailuihin ja esiintyessäsi kentällä?

(jatkuu)

(Liite 2 jatkuu)

#### V MUUTOKSET

1. Minkälaisia muutoksia olet kokenut yleisurheiluvaatemuodissa oman urheilijaurasi aikana?
2. Minkälaisiksi olet ne kokenut?
3. Mistä ne mielestäsi johtuvat/ovat johtuneet?
4. Minkälaisia muutoksia haluaisit vaatteisiin?

#### VI SPONSORIT

1. Mitkä asiat vaikuttavat mielestäsi sponsoreiden saamiseen?
2. Miten sponsorit tai mainospaikat vaikuttavat yleisurheilupukeutumiseen?
3. Mitä mieltä olet sponsoreiden huomion herättämisestä muilla kuin urheilullisiin näyttöihin perustuvilla keinoilla?

#### VII MEDIA

1. Mikä merkitys medialla on sinulle urheilijana?
2. Mitkä asiat vaikuttavat mielestäsi urheilijan medianäkyvyyteen?
3. Minkälaista naisurheilijaa koskeva uutisointi mielestäsi on?
4. Miten yleisurheilupukeutuminen ja urheilijan persoonallisuus näkyy lehtikuvissa ja televisiossa?
5. Mitä mieltä olet median huomion herättämisessä muilla kuin urheilullisilla avuilla?

#### VIII URHEILUN ETIIKKA

1. Mitä urheilun etiikka mielestäsi tarkoittaa; mitä se pitää sisällään?
2. Mitkä ovat mielestäsi yleisurheiluvaatteisiin liittyviä urheilun eettisiä kysymyksiä?
3. Voitko kertoa esimerkkejä mielestäsi "sopimattomasta" yleisurheilupukeutumisesta?
4. Vallitseeko suomalaisessa yleisurheilussa mielestäsi miesten hegemonia?
5. Miten se ilmenee tai vaikuttaa urheilijana olemiseen?
6. Miten vertaisit miesten ja naisten asemaa yleisurheilussa?
7. Oletko törmännyt yhteiskunnassa muuten vallitseviin sukupuolirooleihin/rooliodotuksiin urheilussa?
8. Mitä ajattelet mies- ja naisurheilijoiden vaatetuksen tasavertaisuudesta/tasa-arvoisuudesta?

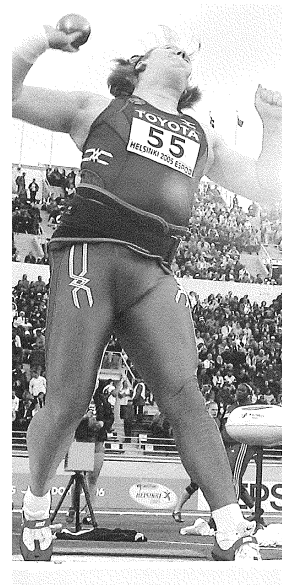
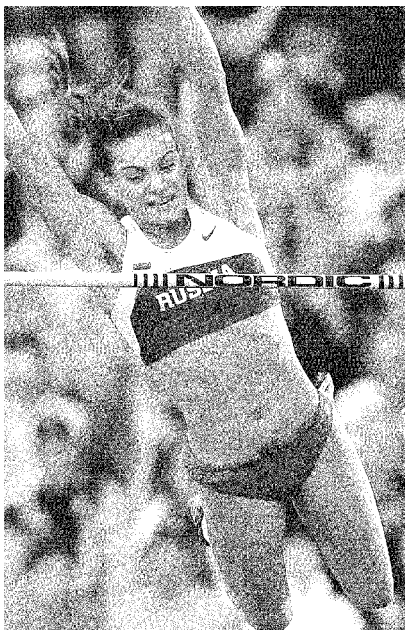
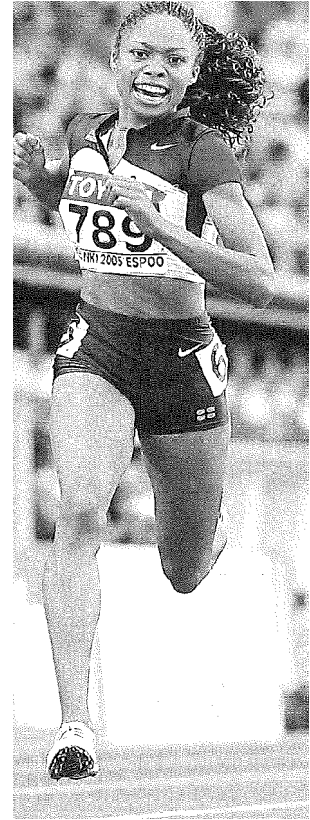
#### IX VALOKUVAT

- A. Valokuvia erilaisista naisten yleisurheiluasuista, viisi erilaista
- ❖ Minkä asun valitsisit itsellesi kilpailuasuksi näistä vaihtoehdoista?
  - ❖ Miksi?
  - ❖ Kun vertaat miesten ja naisten vaatteita esim. saman lajin sisällä, mitä ajatuksia se sinussa herättää?

#### X LOPUKSI

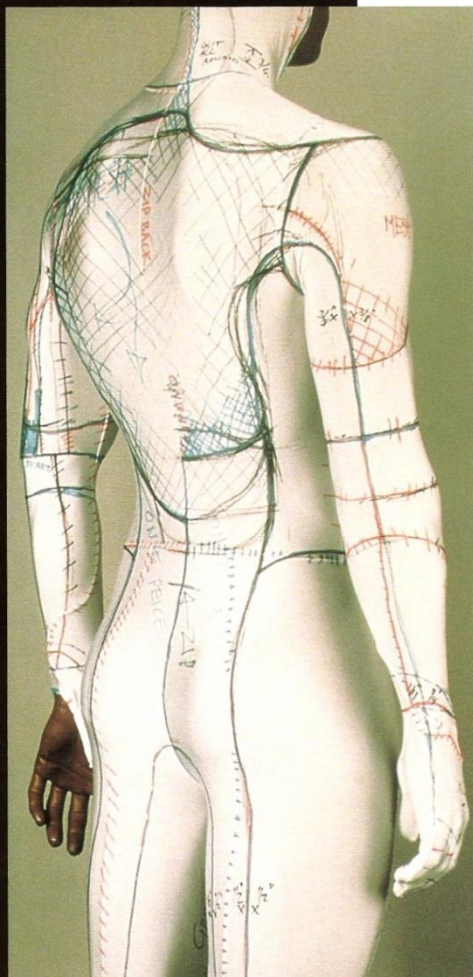
1. Kertoisitko mieleenpainuvimman urheiluvaatteisiin liittyvän muiston tai kokemuksen?

## LIITE 3: Haastatteluissa käytetyt kuvat



## LIITE 4: Kokovartalojuoksuasu

Nike's Swiftsuit is shown below at concept stage and opposite worn by Maurice Greene. One of the unusual features of the suit is that it leaves very little of the body exposed, even covering the head, to avoid wind-resistance caused by the athlete's hair.



The Swift Suit is Nike's aerodynamic solution to the problem of drag in track events. As a full bodysuit it covers the hair and even the hands, where a low-friction coated fabric is used. The designers assigned to each part of the body a Reynolds number based on its velocity and size. The Reynolds number is a measurement of a fluid (in this instance air) flowing over a surface. An appropriate fabric has been assigned to each segment, taking account of additional needs, such as insulation: the torso features a polyester/spandex microfibre tricot fabric; the head (hood) area is a combination of nylon/spandex mesh and textured polyester/spandex tricot; the upper leg region is comprised of a polyester/spandex microfibre tricot and a three-layer textured polyester/spandex tricot; the hands and stirrups use a polyurethane-coated nylon/spandex tricot. Wherever possible, the seams have been moved to the back of the garment to reduce drag, and those at the front have been carefully positioned in the direction of airflow. All seams are cut to be horizontal when at maximum velocity. This is not a simple garment, and it takes two machinists two days to assemble one garment.