

Outi Metsäranta

KULUTUSVALINTA JA HOLISTINEN LIIKUNTANAUTINTO

Liikunnan merkityksiä kuntokeitaassa

Jyväskylän yliopisto
Liikunnan sosiaalitieteiden laitos
Liikuntasosiologian
pro gradu -tutkielma
Syksy 2004

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Liikunnan sosiaalitieteiden laitos/liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta

METSÄRANTA OUTI:

Kulutusvalinta ja holistinen liikuntanautinto

– Liikunnan merkityksiä kuntokeitaassa

Pro gradu -tutkielma, 102 s.

Liikuntasosiologia

2004

Suomessa alkoi 2000-luvulla eräänlainen fitnessbuumi, kun uudet kuntokeidasketjut aloittivat toimintansa ja avasivat nopeasti uusia keitaita suurimpiin kaupunkeihin. Esimerkiksi Helsingissä ennen hallinnut Motivus on saanut seurakseen Elixian ja S.A.T.S:n. Kuntokeitaat ja niiden jäsenet lisääntyvät jatkuvasti, joten keitaat tavoittavat entistä suuremman joukon vaikutuspiiriinsä. Näin ne myös vaikuttavat ihmisten käsityksiin liikunnan merkityksistä. Fitnessliikunnan liikuntasosiologisessa tutkimuksessa on kuitenkin pääasiassa keskitytty tarkastelemaan kuntosaliharjoittelijoita. Palveluntarjoajan näkökulmasta tutkimukset taas ovat olleet pikemminkin hallinnollisia kuin sosiologisia. Niinpä liikuntasosiologiassakin on aika ottaa uusi näkökulma fitnessliikunnan tutkimiseen.

Tämä tutkimus tarkastelee liikunnan merkityksiä kuntokeitaissa. Tutkimustehtävää lähestytään kahdesta suunnasta, kuntokeitaan ulkoisesta toimintaympäristöstä ja sisäisestä ympäristöstä käsin. Ulkoisen toimintaympäristön osalta keskitytään kuntokeitaan ja kulttuurin vuorovaikutukseen: mitkä kulttuurin seikat vaikuttavat kuntokeitaiden toimintaedellytyksiin, sisäiseen kulttuuriin ja siten liikunnan merkityksiin. Sisäinen ympäristö käsittelee spesifisti kuntokeidakulttuuria ja erityisesti liikunnan perusteluja kuntokeitaan seinien sisäpuolella.

Tutkimus on toteutettu laadullisin menetelmin. Kuntokeitaiksi on määritelty ne liikuntapaikat, joissa on vähintään suuri kuntosali, aerobicsali ja spinningsali. Tarkastelu kohdistuu suurelta osin niihin keitaisiin, jotka kuuluvat ketjuun ja ovat tarjolla pääasiassa vain jäsenille. Tutkimukseen on valittu erityinen kohdekeidas, jossa on tehty osallistuvaa havainnointia. Havainnointi on kohdistunut enimmäkseen ohjattuihin ryhmäliikuntatunteihin. Kohdekeitaan lisäksi on tutustuttu muutamaaan muuhun kuntokeitaaseen. Havaintojen ohella on analysoitu keitaiden esitemateriaalia ja jossakin määrin keitaiden www-sivuja.

Kuntokeitaissa liikunnalla on monia, eritasoisia merkityksiä. Merkitysten paljous korostuu, koska liikuntapalvelusta on pyritty tekemään brändi. Brändin rakentamisen myötä liikunnasta on aiempaa enemmän tullut kulutusvalinta, jonka kautta asiakkaat voivat tuntea kuuluvansa tiettyyn viiteryhmään. Yhteenkuuluvuus ei kuitenkaan ole verrattavissa perinteisen liikuntakulttuurin yhdistävään voimaan. Kuntokeitaissa liikunta on myös postmodernin hedonismin väline. Kuntokeidasliikunta merkitsee ennen kaikkea hyvää oloa ja hyvää fyysistä kuntoa. Liikunnan ruumista muokkaavasta merkityksestä ollaan luopumassa.

Asiasanat: kuntosalit, merkitykset, kulutus, brandit, postmodernismi, ruumiinkulttuuri

SISÄLTÖ

Kuntokeidastelemaan!	5
1 TUTKIMUKSEN TAUSTAT, TEHTÄVÄ JA METODIT	8
1.1 Lähtökuopat: tutkimuksen tausta	8
1.2 Tutkimustehtävä ja tieteenfilosofiset lähtökohdat	10
1.3 Tutkimusstrategia	12
<i>Tutkimuskohde</i>	13
<i>Aineisto ja sen keruu</i>	14
<i>Aineiston analysointi</i>	17
2 ALKULÄMMITTELYKSI FITNESSRYNNISTYSTÄ	19
2.1 Suomen fitnesskulttuurin kehitys	19
2.2 Suomen kuntokeitaat	23
2.3 Fitnesslajien harrastajat	25
3 KUNTOKEIDASBRÄNDI NYKYKULTTUURISSA	27
3.1 Kulutuskulttuuri ja kuntokeidas kohtaavat	27
<i>Kulutussosiologisia näkökulmia kuntokeitaaseen</i>	28
<i>Kuntokeidas brändinä</i>	31
3.2 Kurkistus postmodernismiin	34
4 KUNTOKEIDAS PALVELUKEITAANA	37
4.1 Kuori ja ydin	38
<i>Täällä minä olen!</i>	39
<i>Tervetuloa keitaaseen!</i>	41
<i>Peremmälle, peremmälle...</i>	42
<i>Ja sitten muuta?</i>	46
4.2 Vain jäsenille	47
<i>Jäsenyyden koukerot</i>	48
<i>Jäsentapahtumat</i>	50

5	KUNTOKEIDAS LIIKUNNAN KIMPUSSA	56
5.1	Liikunnan perusteluihin vaikuttavia lähtökohtia	56
	<i>Dualistinen ja holistinen ihmiskäsitys</i>	57
	<i>Ruumis objektina ja subjektina</i>	58
5.2	Jotain uutta, jotain vanhaa, jotain lainattua – ohjattujen tuntien kirjo	61
	<i>Body balanssissa</i>	61
	<i>Täysiiä nyt, oman kunnan mukaan!</i>	66
5.3	Hyvää oloa esitteistä	70
5.4	Kuntokeitaan kuvamaailma	74
6	KUNTOKEIDASLIIKUNTA NYT JA HUOMENNA	79
6.1	Kolme avaintemaa	79
	<i>Brändi ja yhteisöllinen kulutusvalinta</i>	80
	<i>Laatu ja nautinto</i>	81
	<i>Kunto ja hyvä olo</i>	82
6.2	Kuntokeidasliikunnan tulevaisuus	83
7	ARVIOINTI JA TÄHDENLENNOT	88
7.1	Tutkimuksen osumat ja hudit	88
	<i>Aineiston keruu</i>	89
	<i>Aineiston analyysi</i>	90
	<i>Tutkimuksellinen kokonaisuus</i>	92
7.2	Tutkimuksen tähdenlentoja – tulevaisuuden haasteita	93

Lähteet

Kuntokeidastelemaan!

Pirjo oli viimein pistänyt pyöränsä talveksi varastoon ja ryhtynyt kulkemaan työmatkansa linja-autolla. Hän inhosi talviajan kylmyyttä ja passiivisuutta - Pirjolla kun ei pyöräilyä lisäksi ollut oikein mitään liikuntaharrastusta. Ulos hän ei ainakaan menisi hikoilemaan, eikä lähellä talviliikuntapaikkoja ollutkaan. Uinti ei kiinnostanut, koska siinä ei ollut mitään... no, hohtoa. Pirjo oli alkanut pohtia kuntosaliharrastuksen tai jumppaamisen aloittamista, ainakin näin talven ajaksi. Uudessa kuntokeitaassa, Luxuryssä, oli mainoksen mukaan jumpparyhmiä aloittelijoillekin, tai sitten Pirjo voisi varata ajan henkilökohtaiseen ohjaukseen kuntosalin puolelle. Sitä paitsi, kuntokeitaassa kävi muutamia työkavereita. Eikä siellä kuulemma haissut hikikään.

Fiktiivisen Pirjon tarina on yksi tapa päätyä kuntokeitaan asiakkaaksi. Kuntokeidas on tämän tutkimuksen nimitys suurille ja nykyaikaisille kuntokeskuksille. Kuntokeitaat ovat aivan viime vuosina lisääntyneet, kun uudet ketjut – Elixia ja S.A.T.S – ovat valloittaneet suomalaisia kaupunkeja. Kuntokeitaat ovat avanneet uuden näkökulman fitnessliikuntapalveluihin: luksuksesta haetaan lisäarvoa liikunnalle ja kuntoilemaan pääsevät vain jäsenet. Fitnesskulttuurin muoto muuttuu, eivätkä kuntokeitaat ole ainakaan viimeinen pari, joka tulee uunista ulos.

Liikuntasosiologiassa on kyllä tutkittu fitnesskulttuuria, mutta ei palveluntuottajan näkökulmasta. Sen sijaan on keskitytty esimerkiksi fitnessliikunnan harrastajien motiiveihin ja ruumiintulkintoihin. Jos palvelun tuottamista itseään on tutkittu, on näkökulma ollut pikemminkin hallinnollinen tai taloudellinen kuin sosiologinen. Kuntokeidas palveluntuottajana ei kuitenkaan ole vähäpätöinen tekijä liikuntakulttuurissa. Kuntokeitaat ja niiden jäsenet lisääntyvät jatkuvasti. Siten keitaat myös tavoittavat entistä suuremman joukon vaikutuspiiriinsä. Eikä niiden vaikutus ulotu vain jäseniin, vaan myös muut liikunnan harrastajat ja liikunnallisesti passiiviset saavat annoksen kuntokeidasta mainosten välityksellä. Niinpä liikuntasosiologiassa on aika kiinnostua siitä, *mitä merkityksiä liikunta kuntokeitaassa saa.*

Käsillä oleva tutkimus pyrkii valaisemaan kuntokeidasliikunnan merkitystä tarkastelemalla kuntokeitaan ulkoista ja sisäistä ympäristöä. Liikunnan merkityksiin

vaikuttavat kulttuurin yleiset seikat, jotka heijastuvat kuntokeitaiden suosiossa. Siten jotakin liikunnan merkityksestä voidaan sanoa jo pelkästään ulkopuolelta ilmiötä tarkkailemalla. Kuitenkin kuntokeitaan sisällä päästään seikkaperäisemmin käsiksi liikunnan merkityksiin. Tästä syystä olen kerännyt suurimman osan tutkimusaineistosta osallistuvan havainnoinnin avulla. Tutkimusote on laadullinen ja tutkimuksen johtopäätökset perustuvat omaan tulkintaani aiheesta.

Kiintymykseni teemaan kypsyi pitkästä ja monipuolisesta kosketuksestani fitnesskulttuuriin. Oman saliharrastukseni aloitin teinityttönä yli kymmenen vuotta sitten. Siitä asti harrastus on jatkunut, vaikka kipinä on välillä sammahdellut. Aerobiisiin olen tutustunut hieman myöhemmin, mutta se kuuluu edelleen liikuntasuosikkeihini. Kaiken kaikkiaan asiakkuuksien tai yksittäisten käyntien kautta kokemusta on kertynyt lähes paritakymmeneltä kuntosalilta tai -keskuksesta. Viitisen vuotta sitten suoritin kuntosaliohjaajan ja fitnessohjaajan perustutkinnot, ja olen sittemmin toiminut parilla salilla kuntosaliohjaajana ja ohjannut muutamia jumbpia. En ole kuitenkaan koskaan ollut fitnesslajien fanaattinen harrastaja tai kuulunut alan ”sisäpiiriin”. Nykyään olen siirtynyt ohjaajasta ”sosiologiseksi tarkkailijaksi” ja vaihtanut työtehtävät muille aloille. Sivuaineopintoni markkinoinnissa antoivat osaltaan lähtösäyksen tutkimuksen yrittäjäkulmaan käyttäjänäkökulman sijaan.

Aprikoivan mieleni tyynnyttämisen lisäksi tutkimuksesta soisi olevan muutakin hyötyä. Tässä ei nyt aivan liikuntakulttuurin ydinalueita kosiskella, mutta yksityisen sektorin aikuisliikunnan ydinalueita kylläkin. Toivon tutkimuksen kirvoittavan ajatuksia kaupallisten liikuntapalvelujen tuottajissa, erityisesti tietenkin kuntokeitaissa. Vastaavatko tutkimuksessa esiin tulleet liikunnan merkitykset sitä, mitä on tavoiteltukin? Mitä oikeastaan tavoitellaan? Mitä halutaan tavoitella?

Tämä työ alkaa tutkailemalla lähtökuoppia. Niistä noustuani määrittelen tutkimustehtävän ja kerron tutkimuksen metodologiasta. Luvussa kaksi edetään fitnesskulttuurin kehityksen ja nykytilan kuvauksella, josta aihetta tuntematonkin saa apua tutkielman läpi tahkoamiseen. Kolmas luku käsittelee kuntokeitaan toimintaympäristöä, eli kulutuskulttuuria ja postmodernismia. Lisäksi brändi pääsee esille. Neljäs luku pyrkii valottamaan kuntokeitaan olemusta palvelukeitana sekä kuntokeidasta tilana. Tässä luvussa käsitellään tarkemmin myös jäsenyyttä. Viidennessä

luvussa tartutaan liikunnan perusteluihin kuntokeitaassa. Käsittelyssä ovat niin ohjatut tunnit, kirjallinen materiaali kuin kuvatkin. Lopuksi kuudes luku pyrkii kertomaan jotain selkokielistä ja kokoavaa tutkimustehtävästä. Samalla pohditaan aiheen ja tutkimuksen tulevaisuuden näkymiä. Tähän lukuun loppuu varsinainen aiheen käsittely. Seitsemäs luku on pyhitetty itse tutkimuksen arvioimiseen. Viimeistään tässä vaiheessa lukija saa käsityksen siitä, missä onnistuttiin ja missä seuraavan yrittäjän kannattaa tehdä toisin. Seitsemäs luku esittelee myös muutamia ehdotuksia jatkotutkimukselle.

1 TUTKIMUKSEN TAUSTAT, TEHTÄVÄ JA METODIT

Tutkimuksella on aina jonkinlaiset lähtökuopat. Lähtökuopissa on aavistus tutkimustehtävästä ja taustaoletukset, joihin tutkimus perustuu. Lähtökuopista noustuaan tutkijan on päätettävä, mihin suuntaan lähteä, ja tutkimustehtävä täsmentyy. Tämän jälkeen on vielä päätettävä miten haluttuun suuntaan kuljetaan. Vasta sitten matka voi alkaa. Tosin matkan aikana joudutaan palaamaan usein takaisinpäin, lähtökuoppiinkin asti. Ensin on kuitenkin mentävä, että voi palata. Tässä luvussa kerrotaan lähtökuopista ja ratkaisuista kuoppien reunalla.

1.1 Lähtökuopat: tutkimuksen tausta

Se oli muistaakseni vuonna 2001, kun näin sen. Se sai vereni kuohahtamaan, ja suusta kuului sellainen pieni maiskautus, jota ihmiset päästävät, kun ovat närkästyneitä jostakin. Tunnereaktio oli ihan keskitasoa, turha sitä on mystifioida suunnattoman merkitykselliseksi. Asia tosin muodostui merkitykselliseksi, koska sittemmin siitä syntyi (minulle merkitykselliset) yksi seminaarityö, kandidaatintutkielma ja tämä pro gradu -tutkielma.

Se oli mainos kuntokeskuksen seinällä. Mainoksessa oli kaunis ja hyvin vähän hikinen spinnaaja, eli spinningpyörällä kuntoileva ikiliikkuja. Mainoksessa sanottiin kuta kuinkin niin, että spinningissä rasva palaa ja keho kiinteytyy. *Vai niin! Sitäkö te luulette kaikkien täältä kuntokeskuksesta hakevan?* Mainoksesta tuhtuneena kiinnostuin siitä, mitä fitnessliikuntapaikat ovat liikunnalle oikein tehneet. Onko liikunta vain rasvanpolttoa ja kiinteytystä vai myös kunnonkohotusta ja elämystä? Kiinnostusta seurasi huolestus siitä, että liikunnan leimaaminen tietynlaiseksi saattaa vaikuttaa asiakkaiden käsityksiin liikunnasta.

Tämän tutkimuksen mielekkyys perustuu sille ajatukselle, että kuntokeitoilla *on* vaikutusta ihmisten liikuntakäsityksiin. Muutenhan kuntokeidasliikunnan merkitykset olisivat sosiologisesti aivan yhdentekeviä, jolleivät ne ilmenisi jossakin. Kinnusen

(2001b) mukaan kuntokeitaiden kaltaiset fitnessliikuntatilat ohjaavat siellä käyviä pohtimaan ja työstämään ruumistaan tietyllä tavoin. Kuntokeitaat ovat täynnä kulttuurisia ja yksilöllisiä merkityksiä, jotka puolestaan merkityksellistävät ruumiita. (Kinnunen 2001b, 121) Siten voidaan olettaa, että kuntokeitaat merkityksellistävät myös liikuntaa.

Kuntokeitaat vaikuttavat myös seiniensä ulkopuolella liikunnan merkityksiin, muun muassa mainonnan välityksellä. Tosin Sankari (1995) toteaa, että mainonta ei ole harrastuksen alkuvoima. Mainonta pikemminkin ohjaa fitnessliikunnasta kiinnostunutta ihmistä. (Sankari 1995, 9) Mainonnan vaikutusta myös joskus liioitellaan. Tutkimusten mukaan kuluttajat eivät ole niin manipuloinnille alttiita, kuin toisinaan on oletettu (Ilmonen 1998, 92), ja kuluttajat itse suhtautuvat epäilevästi mainontaan (Salopelto 1988, 25-26). Siten on hankala sanoa, kuinka suuri vaikutus kuntokeitailla loppujen lopuksi on. Merkitys on joka tapauksessa olemassa.

Tässä tutkimuksessa käsitellään siis liikunnan *merkityksiä*. Mutta mikä merkitys merkityksellä on? Helpointa olisi sanoa, että jonkun asian merkitys on se, mitä asia tarkoittaa (Alasuutari 1994, 50). Koska ”tarkoitus” ei kuitenkaan kerro merkityksen luonteesta mitään, pitää termiä avata hieman syvemmältä.

Empiirinen sosiologia käsittää merkityksen usein niin, että se viittaa siihen symboliikkaan, jota liitetään tiettyihin objekteihin tai toimintoihin (em., 50). Siten arkitilanteissa yksinkertaisilta näyttävät asiat saavat erilaisia tulkintoja: esimerkiksi juoksuharrastus voi merkitä itsenäisyyttä ja mahdollisuutta tavoitteellisiin suorituksiin. Voidaan myös ajatella, että kaikilla asioilla on tietty merkitys, joita ihmiset tulkitsevat arkielämässään. Tällöin todellisuus on sosiaalisesti konstruoitunut, todellisuus on olemassa ihmiselle merkitysvälitteisesti. Kaikki toiminta yhteiskunnassa perustuu merkityksenantoon. Tämän vuoksi yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa keskitytään merkitysten tutkimiseen. (em., 51, 54)

Merkitykset eivät kuitenkaan synny toimijasta itsestään, vaan ovat kulttuurisia jäsennyksiä. Tässä tutkimuksessa puhutaan monenlaisesta kulttuurista: kulutuskulttuurista, postmodernista kulttuurista, fitnesskulttuurista,

kuntokeidaskulttuurista, ruumiinkulttuurista ja niin edelleen. Merkityksen lisäksi siis myös kulttuuri on avainkäsite tutkimukseen lähdeittäessä.

Kulttuuriin kuuluvat asiat ovat opittuja ja luotuja, kulttuuri ei ole biologisesti synnynnäistä (Lönnqvist 1999, 13). Kulttuuria ovat tietyn ihmisryhmän arvot, asenteet ja uskomukset. Lisäksi tavat, esimerkiksi ruokatavat, ja kieli määrittävät kulttuuria tietynlaiseksi. (Alitolppa-Niitamo 1994, 19) Kulttuuri on ikään kuin tietyn ihmisryhmän kollektiivinen subjektiviteetti, joka on omaksunut tietyn tavan elää ja kokea maailma mielekkääksi. Tämän ryhmän kulttuurituotteet peilaavat yhteiskuntaa ja arkielämää. (Alasuutari 1994, 47–48)

Kulttuurit ovat jäsentensä sisäisiä merkityskarttoja, joita tulkitaan sekä tiedostetusti että tiedostamatta. Merkityskarttojen avulla hahmotetaan maailmaa ja kommunikoidaan toisten kanssa. (Alasuutari & Siltari, 1983, 27; Heiskala 1990, 9) Tutkimuksessa käsitellään monentasoisia kulttuureja, jotka koskettavat hyvin erikokoisia ihmisryhmiä. Niinpä on hyvä muistaa, että ”yleiskulttuuri” merkitsee monia pienempien kulttuuriryhmittymien asioita (em., 28). Fitnesskulttuuri toimii kulutuskulttuurin sisällä ja kuntokeidaskulttuuri fitnesskulttuurin sisällä.

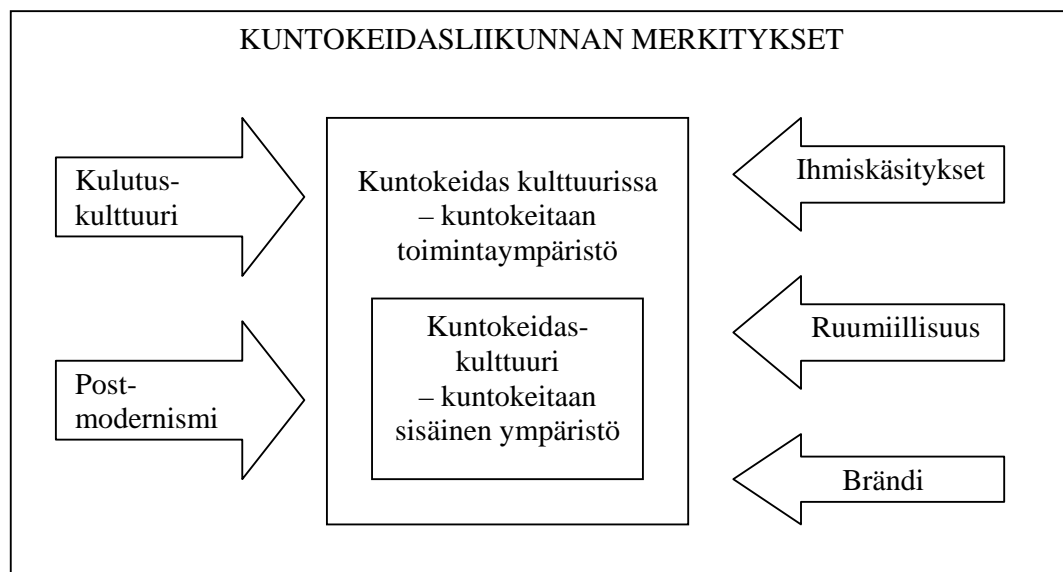
1.2 Tutkimustehtävä ja tieteenfilosofiset lähtökohdat

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, *mitä merkityksiä kuntokeidasliikunnalla on*. Tutkimustehtävä on jaettu kahteen osatehtävään, joita puolestaan tähdentävät erilaiset tutkimuskysymykset:

1. *Mitä merkityksiä kuntokeitaan toimintaympäristö liikunnalle asettaa?* Tarkastelunäkökulmana on tällöin kuntokeidas osana kulttuuria. Tähän osatehtävään liittyy kysymys siitä, miten kuntokeitaat ovat kehittyneet vallitsevan kulttuurin matkassa. Entä minkälaisen kulttuurin kanssa kuntokeidas on vuorovaikutuksessa? Miten nykypäivän kulttuuri vaikuttaa kuntokeitaisiin?
2. *Mitä merkityksiä kuntokeitaan sisäinen ympäristö liikunnalle asettaa?* Tässä kohtaa tarkasteluun nousee itse kuntokeidas ja tarkastelunäkökulmana on

pikemminkin kuntokeidaskulttuuri. Mitkä kulttuurin aineksista ovat näkyvillä myös kuntokeitaassa? Mitä perusteluja liikunnalle kuntokeitaassa tarjotaan? Miten liikunnan harrastaja mielletään kuntokeitaassa?

Osatehtävät on siis muotoiltu aineistolähtöisesti, mutta niiden käsittely ei tässä tutkimusraportissa etene suoraviivaisesti. Osatehtävät ja tutkimuskysymykset ovat täsmentyneet ja muuttuneet vielä kirjoitusvaiheessa. Vallitsevan kulttuurin sekä kuntokeidaskulttuurin elementeiksi ja siten tutkimuksen teoreettiseksi viitekehykseksi on valittu kulutuskulttuuri, postmodernismi, brändi, ihmiskäsitykset ja ruumiillisuus. Tosin kirjallisuus rönsyilee näiden teemojen ulkopuolellekin. Viitekehyksen eri elementit ovat painottuneet eri tavoin ulkoisen ja sisäisen ympäristön käsittelyssä. Teoreettisen viitekehyksen ja tutkimustehtävän suhdetta voidaan havainnollistaa seuraavalla kuviolla:



KUVIO 1. Tutkimustehtävä ja tutkimuksen viitekehys

Vaikka tässä tutkimuksessa tutkimuskohteena on kuntokeidas eivätkä kuntokeitaassa liikkuvat ihmiset, lienee ilmeistä, ettei tutkimustehtävä ole mitenkään ontologinen. Tarkoituksena ei siis ole selvittää, mikä on kuntokeidasliikunnan ”metaolemus”, merkitys ilman tulkitsijaa. Tässä tutkimuksessa tulkitsijana toimii tutkija, ja tutkimustehtävä on fenomenologinen: *millaisena kuntokeidasliikunnan merkitys ilmenee*. (Laine 2001) Tulkitsijoina voisivat yhtä hyvin toimia kuntokeitaisten asiakkaatkin, koska heidän tulkitsevat liikunnan merkitystä arkielämässä. Tällöin tutkija

joutuisi kuitenkin tulkitsemaan tulkintoja. Tässä tutkimuksessa olen nimenomaan halunnut yrittää tulkita kuntokeitaan näkökulmaa, en siellä käyvien ihmisten.

Merkitysten pohtiminen johtaa hermeneuttiseen tutkimusotteeseen, joka on yhteiskuntatieteille ominaista (Niiniluoto 1983, 166, 168). Hermeneuttisen tieteen tavoitteena on tutkimuskohteen ymmärtäminen tulkinnan avulla (Niiniluoto 1980, 72; Lönnqvist 1999, 24). Niinpä haluan painottaa, että tutkielmani lopputuloksena on tulkitsemalla saatu kuvaus siitä, mitä merkityksiä kuntokeidasliikunnalla *minun mielestäni* on. Tämä ei tarkoita, että luvassa olisi ”mutu”-tietoa kohteesta. Tieteen vaatimuksia noudattaen on subjektiivisiin havaintoihin saatu niin sanottu ”tieteellinen järjestys”, joka erottaa tämän tutkimuksen arkipäivän havainnoista. Olen kuitenkin lukijaa – ja itseäni – tulkitsijan roolistani muistuttaakseni kirjoittanut aika ajoin minämuodossa. Omaa osuuttani tutkimuksen lopputuloksessa korostaa sekin, että varsinaista aineistoa ei tutkimuseettisistä syistä ole aina voitu lukijalle sellaisenaan esitellä, vaikka kyseinen aineisto on luonnollisesti vaikuttanut omaan tulkintaani asiasta.

1.3 Tutkimusstrategia

Tässä tutkimuksessa käytetään laadullista tutkimusstrategiaa, koska tavoitteena on saada kokonaisvaltainen näkemys kuntokeidasliikunnan merkityksistä. Tutkimus toteutetaan laadullisena siitäkkin syystä, että kuntokeitaita ei ole aiemmin liikunnan merkityksen näkökulmasta tutkittu. Siten täsmällisiä tutkimusongelmia ja määrällisiä mittareita on aiheesta vaikea muodostaa. Kvalitatiivinen tutkimus mahdollistaa myös aineistolähtöisen tutkimustavan, joka tässä tutkimuksessa ilmenee herkkyytenä kuntokeitaasta esiin nouseville seikoille ja uusille tutkimuskysymyksille. Lisäksi laadullisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään useita metodeja käyttämällä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 130), mikä tässä tutkimuksessa osoittautui välttämättömyydeksi. Seuraavassa esitellään tutkimuskohteeseen ja aineiston käsittelyn metodeihin liittyviä ratkaisuja.

Tutkimuskohde

Kuten aikaisemmin tässä luvussa tuli ilmi, tutkimuksessa tarkastellaan suuria ja nykyaikaisia yksityisiä kuntokeskuksia, joita erottautumisen vuoksi nimitetään kuntokeitaiksi. Tosin termi on ollut käytössä myös keitaiden itsensä mainonnassa ja muissakin tutkimuksissa (ks. Kinnunen 2001b, 121). Kuntokeitaasta puhuttaessa viitataan nimenomaan tutkimuskohteeseen, kun taas muita termejä – esimerkiksi kuntokeskus, kuntosali, sali, kuntoklubi – käytetään viitattaessa yleisimmin fitnessalan harjoituspaikkoihin.

Sanan keidas käytöllä olen myös halunnut tuoda esiin kuntokeitaan erityisen luonteen. Nykysuomen sanakirjan (1978) mukaan keitaalla tarkoitetaan vertauskuvallisesti paikkaa, joka tuo virkistystä muuten yksitoikkoiseen ympäristöön. Keidas on myös levähdyspaikka, jossa kootaan voimia tulevaa varten. (Nykysuomen sanakirja 1978, 285) Kuntokeidas on siis nimenomaan vapaa-ajanviettopaikka, joka loistokkuudellaan eroaa monista muista liikuntapaikoista.

Kuntokeidas on pääasiassa fitnesslajien liikuntapaikka. Sana fitness tulee englannin kielestä ja tarkoittaa fyysistä kuntoa tai terveyttä. Fitness training puolestaan tarkoittaa kuntourheilua tai kuntoilua. (Rekiaro & Robinson 1991, 874) Englannin kielessä sanalla on siis hyvinkin laaja merkitys. Suomen kielessä sillä voidaan tarkoittaa mm. naisten liikuntamuotoa, ”jossa pyritään sopusuhtaisen, sulavan lihaksikkaan ja notkean kehon muodostamiseen” (Suuri tietosanakirja 2001, 177). Tässä tutkimuksessa fitnesslajeilla tarkoitetaan kuntosaliharjoittelua ja aerobicia johdannaisineen. Aerobicin johdannaisilla tarkoitetaan niitä ryhmäharjoittelun muotoja, joita on kehitelty aerobicista ja joissa musiikki ja rytmi ovat tärkeässä osassa. Perinteisimpiä johdannaisia ovat esimerkiksi step-aerobic (=laudan päälle askeltaminen), spinning (=sisäpyöräily) ja kuntonyrkkeily. Uusia johdannaisia on kehitelty taistelulajeista ja fysioterapiasta, ja nykyään voikin jumpata tunnin vaikkapa tasapainolaudan tai suuren pallon päällä. Sen sijaan, että tutkimuksessa puhuttaisiin *fitnessliikunnasta kuntokeitaassa*, olen päättänyt usein käyttää lyhyempää termiä *kuntokeidasliikunta*. Vaikka kyseessä todella onkin useimmiten naisten liikuntamuoto, tässä tutkimuksessa fitnesslajeja ei rajata koskemaan vain naisia.

Kuntokeitaiksi on tutkimuksessa luokiteltu sellaiset fitnessliikuntapaikat, joissa on kuntosali (vähintään 100 m²), aerobicsali ja spinningsali. Lisäksi kuntokeidas on pääasiassa tai ainoastaan vain jäsenille. Käytännössä tällaiset liikuntapaikat ovat kuuluvat eri ketjuille, joita ovat esimerkiksi S.A.T.S (jäljempänä lyhyemmin SATS), Elixia, Motivus ja CMS. Ketjuja käsitellään tarkemmin fitnesskulttuurin nykytilan yhteydessä.

Osa tutkimuksesta käsittelee kuntokeitaita yleensä, osa tutkimuksesta on toteutettu tarkastelemalla tiettyä kuntokeidasta. Tätä läheisempään tarkasteluun joutunutta keidasta nimitetään *kohdekeitaaksi*. Kohdekeitaan valintaan kuntokeitaiden joukosta ovat vaikuttaneet täysin henkilökohtaiset syyt. Vaikka pääosa kenttätyöstä onkin toteutettu kohdekeitaassa, myös muissa kuntokeitaissa on käyty ”tiedustelukäynnillä”.

Tutkimuksen lukija saattaa helposti tutkimuksen kuluessa unohtaa, mitä oikein ollaan tutkimassa. Siksi tässä vaiheessa on hyvä tähdentää, että vaikka tutkimuskohteena ovat kuntokeitaat, tarkoituksena ei ole kuvata niitä vaan liikunnan merkityksiä kuntokeitaissa. Luonnollisesti nämä kaksi asiaa sekoittuvat vahvasti toisiinsa, mutta tutkimuksessa käsiteltävät seikat on kuitenkin tuotu esiin tutkimustehtävää silmällä pitäen. Niinpä aikaisempien fitnessliikuntaa koskeviin tutkimuksiin perehtynyt lukija ei välttämättä löydä tästä tutkimuksesta samoja aineksia kuin aikaisemmista tutkimuksista.

Aineisto ja sen keruu

Tämän tutkimuksen aineistoa on alun alkaen leimannut se, että tutkimus on pitänyt tehdä kuntokeitailta salassa. Tällaiseen ”vakoiluun” olen ryhtynyt, koska olen halunnut välttää omaa vaikutustani kuntokeitaaseen. En tiedä, olisiko vaikutusta tapahtunut, jos kuntokeitaassa tiedettäisiin, että se on tutkimuksen kohteena. Jälkeenpäin ajateltuna tällainen ratkaisu ei tunnu kovin viisaalta, mutta tutkimuksen alkaessa en halunnut ottaa riskiä. Jos olisin alun perin lähestynyt kuntokeitaita tutkimukseni kanssa, olisi mahdollisen torjumisen jälkeen ollut hankala enää tehdä tutkimusta. Pahimmassa tapauksessa olisin tehnyt itseni ei-toivotuksi ja pääsy koko keitaaseen olisi estynyt.

Saadakseni selville aivan ensi käden tietoa, päätin tehdä tutkimukseni osallistuvan havainnoinnin avulla kohdekeitaassa. Tutkijana olen osallistunut kohdekeitaan elämään kuin kuka tahansa kuntoilija. Siten tutkimus lähentelee etnografiaa. (ks. Lönnqvist 1999, 13; Eskola & Suoranta 1998, 107) Neljän kuukauden ajan kävin säännöllisesti kohdekeitaassa, muutaman kerran kuntosalin puolella ja 66 kertaa ohjatulla ryhmäliikuntatunnilla. Lähes kaikki ryhmäliikuntatuntien variaatiot ja tasot pääsivät tutkimukseen mukaan ja jokainen keitaan ohjaaja tuli ikuistettua tutkimuspäiväkirjaan.

Koko kenttätöjaksoson ajan pidin tutkimuspäiväkirjaa. Ryhmäliikuntatunneilta kirjasin tiettyjä asioita: tunnin sisältö ja ohjaaja sekä jumppaajat ja oma roolini. Lisäksi tein muistiinpanoja muista huomionarvoisista asioista. Tutkimuspäiväkirjaan omiksi otsikoiksi pääsivät myös kohdekeidas konkreettisena tilana, kuvamaailma ja jäsentapahtumat. Myös käynneistä kolmessa muussa kuntokeitaassa on olemassa mustaa valkoisella. Tutkimusjaksoson loppua kohden päiväkirjamainen luonne korostui; pohdin enemmän yksittäisiä pikkuseikkoja kuin jo tutuksi tullutta tunnin kulkua. Siten ainakin ryhmäliikuntatuntien osalta aineisto kylläntyi. Lisää mielenkiintoista materiaalia olisi ollut haettavissa muista kuntokeitaista, mutta tämän tutkijan taidolliset ja rahalliset resurssit riittivät vain käsillä olevaan aineistoon.

Kohdekeitaasta ja muista kuntokeitaista kerättiin myös kirjallista materiaalia, mainos- ja opasvihkosia tai muuta sellaista. Lisäksi tähän aineistoon otettiin mukaan muutamia kenttätöjaksoson ulkopuolella esimerkiksi postitse saatuja mainoslehtisiä. Siten kirjallista materiaalia on kasaantunut vuosilta 2002–2004, mutta pääosa materiaalista on tutkimusjaksolta ja kohdekeidasketjun toimipisteistä. Kuitenkin kirjalliseen aineistoon kertyi vain 17 erilaista lehtistä tai lappua, joten tämä aineisto jäi melko heppoiseksi. Kuntokeitaiden lehti-ilmoittelu ei kuulunut tutkimusmateriaaliin.

Kuntokeidaskäynneistä saatua materiaalia käsitellessä tuli hyvin nopeasti selväksi, että sellaisenaan se ei tule riittämään kuntokeidasliikunnan merkitysten selvittämiseen. Suurimpia ongelmia on aiheuttanut se, että tutkimuseettisistä syistä kohdekeitaan tulee pysyä salassa. Siten monia yksityiskohtia on pitänyt jättää kertomatta. Tulkintoja taas on hankala perustella, jos niiden tueksi ei voi antaa mitään aineistosta. Lopputuloksena on ollut aineiston hieman epämääräinen laajentaminen.

Ohjattujen tuntien nimikkeitä tarkasteltaessa olen käyttänyt ketjujen www-sivuilta saatua informaatiota. Kotisivuja on muutenkin käytetty silloin, kun niiden antamaan tietoon on ollut tarvetta. Siten on loppujen lopuksi hankala sanoa, ovatko www-sivut tutkimuksen aineistoa vai kirjallisuutta. Kun keitaista puhutaan niiden omalla nimellä, on aineisto saatu niiden kotisivuilta, ellei toisin ole mainittu. Näissä kohdin tekstissä ei ole viitteitä luettavuuden ja aineistonomaisuuden vuoksi. Ketjujen www-sivujen osoitteet on merkitty lähdeluetteloon otsikon ”sähköiset dokumentit ja audiovisuaalinen aineisto” alle.

Kunnianhimoisena tavoitteena oli alun perin käsitellä myös systemaattisesti kuntokeidasketjujen www-sivuja liikunnan merkityksiin viittaavia asioita etsien. Tästä ideasta kuitenkin luovuttiin, koska käsiteltävää materiaalia olisi ollut aivan liikaa. Sitä paitsi kuntokeitaiden vaikutuskanavana ovat juuri niiden omat tilat, tuskinpa valtaosa jäsenistä surffailee keitaiden kotisivulla yhtä usein kuin keitaissa.

Kotisivujen lisäksi tutkimusaineistoa on pyritty laajentamaan sanomalehtiartikkeleilla sekä Kuntosali & Fitness -lehdellä. Näistä ei tietenkään voi suoraan vetää johtopäätöksiä kuntokeidasliikunnan merkityksistä, mutta niistä on saatavissa seikkaperäistä ja ajankohtaista materiaalia fitnesskulttuurin piirteistä. Monessa artikkelissa juuri kuntokeitaat ovat olleet pääosassa. Olen seurannut sanomalehtikirjoittelua (käytännössä vain Helsingin Sanomista) monen vuoden ajan ja Kuntosali & Fitness -lehteä pääasiassa kenttätyöjakson ajan. Tämä aineisto on toiminut lähinnä ajatusten virittäjänä ja kuntokeidaskulttuurin syventäjänä. Tästä aineistosta on joitakin artikkeleita käytetty tutkimusraportin lähteinä ja niihin on merkitty lähdeviitteet normaaliin tapaan. Artikkelit löytyvät lähdeluettelosta.

Aineiston analysointi

Aineiston analyysin eli tulkinnan alussa olo on kuin Liisalla Ihmemaassa. Tätä työvaihetta onkin luonnehdittu laadullisen tutkimuksen vaikeimmaksi:

Mielessä alkaa väijyä ajatus kyselylomakkeesta: kenties sittenkin olisi ollut parempi tyytyä perinteiseen tutkimusmenetelmään, vaikka vastassa olisikin ollut puolestaan numeroiden käsittämätön viidakko ja mystinen, tottelematon tietokoneohjelma”. (Eskola & Suoranta 1998, 138, 163)

Ensimmäistä kokonaista tutkimustaan tekevän on hankalaa päättää, mitä aineistolle ensimmäiseksi tekisi. Mitä kaikkea asioita pitää tutkimusraportissa käsitellä? Milloin tulkintaa on tarpeeksi? Lisäksi pitää varoa ylitulkintaa, johon on helppo sortua silloin, kun aineisto ei aluksi tunnukaan kertovan mitään mullistavaa tutkimuskohteestaan.

Tässä tutkimusraportissa aineiston käsittelyssä on pääasiassa käytetty teemotittelua. Tästä pidemmälle viety tyypittely on ollut apuna kuntokeitaan sisäistä ympäristöä tarkasteltaessa. Tarkoituksellisesti olen välttänyt kaikenlaista aineiston kvantifioimista, koska tutkimuspäiväkirjani saattaa sisältää erehdyksiäkin. Myöskään varsinaisesti diskurssianalyysistä ei voi puhua, koska tavoitteena ei ole ollut löytää mielenkiintoista materiaalia *tutkimuspäiväkirjasta* vaan kuntokeitaasta. Tutkimuspäiväkirja on enemminkin muistiinpanojen kokoelma merkityksellisestä aineistosta kuin merkityksellistä aineistoa sellaisenaan.

Tutkimuspäiväkirjan aineisto on luettu noin viiteen kertaan läpi. Aineistolähtöisen tutkimusotteen vuoksi aineistoa ei ole luettu eri kerroilla tiettyjen ”linssien” läpi, vaan lukukerroilla on pyritty olemaan avoimia kaikille uusille ajatuksille. Aineistoa on kuitenkin pyritty käsittelemään teoreettisen viitekehyksen termein, jotta koko aineistosta voitaisiin sanoa lopuksi jotakin yhtenevää.

Tutkimusraportti on koottu aineistolähtöisesti. Olen pyrkinyt elävöittämään ja konkretisoimaan tekstiäni lainauksilla tutkimuspäiväkirjasta. Aika ajoin sivuilla hikoilee myös Pirjo, fiktiivinen kuntokeidasliikkuja. Pirjo on olemassa asiakkaan näkökulmaa

varten. Pirjon avulla olen pyrkinyt tuomaan esiin sen, miten aineisto näkyy arkielämässä, koska oma tutkimuspäiväkirjani on tähän useimmiten turhan analyttinen. On kuitenkin hyvä muistaa, että Pirjon aiheet eivät kumpua suoraan aineistosta, vaan edustavat pikemminkin omaa mielikuvaani kuntokeitaista ja fitnesskulttuurista. Jonkun toisen tutkijan Pirjo olisi todennäköisesti hyvin erilainen.

Jälkikäteen olen pohtinut, olisiko tässä tutkimuksessa pitänyt selkeästi jakaa aineisto sen mukaan, mitä siitä voin julkisesti sanoa paljastamatta kohdekeidastani ja mikä osa jää vain tutkijan tietoon. Nyt tulkintaani on väistämättä vaikuttanut koko kuntokeidasateriaali, josta lukijalle ei kuitenkaan avata kaikkea. Niinpä lukija saattaa löytää työstä häiritseviä epäloogisuuksia. Koska tämän tutkimuksen osalta valinnat on jo tehty, en voi muuta kuin kehottaa lukijaa noudattamaan Les Mills –tunnin mainosta: ”Be Inspired!”

2 ALKULÄMMITTELYKSI FITNESSRYNNISTYSTÄ

Nykyaikaisten kuntokeitaiden syntyajankohtaa on vaikea määrittää, koska ne ovat ikään kuin jalostuneet vuosien varrella alkeellisista kuntosaleista. Yksittäisiä kuntoilijan paratiiseja on varmasti ollut jo pidempään, mutta kuntokeidasketjujen salit yleistyivät vasta tällä vuosituhannella. Sittenkin ketjujen keitaita on tullut Suomeen lisää toistakymmentä, eikä kylläisyyspistettä näytetä vielä saavuttaneen. Helsingissä fitnessliikuntapalvelut ovat kolminkertaistuneet muutamassa vuodessa (Nelonen 2004). Fitnesskulttuurilla on kuitenkin puolitoista vuosisataa historiaa takanaan ennen kuntokeitaitakin, joten aluksi on syytä valottaa hieman fitnesskulttuurin vaiheita. Tämän jälkeen käsitellään kuntokeitaiden nykytilannetta ja hieman myös fitnesslajien harrastajia.

2.1 Suomen fitnesskulttuurin kehitys

Pirjo oli kerran nuoruudessaan ostanut kymmenen kerran kortin paikalliselle kuntosalille. Eihän siitä mitään ollut tullut, kymmenen kertaa kauheaa tuskaa. Paikka oli ollut täynnä miehiä, joista Pirjo oli yrittänyt katsoa mallia, kuinka niitä käsipainoja kuului heilutella. Kuntosalilla hän tunsu itsensä pieneksi. Naisvoimistelijoiden jumpparyhmässä hän taas oli tuntenut itsensä isoksi. Luxuryssä tuntui olevan jotenkin erilainen meininki, paikka oikein tempaisi mukaan toimintaansa. Ei siellä yritetty kuunnella rytmiä kehnoista äänentoistolaitteista, heilutettu yhtä raajaa johonkin suuntaan ja toivottu että olisi jo ohi. Siellä oltiin enemmänkin että nyt minä aloitan uuden elämäntavan.

Lajikulttuuri syntyy lajin harrastajien vuorovaikutuksesta. Lajikulttuuriin kuuluu muun muassa lajin erikoiskieli, tapakulttuuri ja moraali. Lisäksi lajikulttuuri vaikuttaa siihen, mistä väestöryhmistä ihmisiä haalitaan harrastuksen pariin. (Heinilä 2001, 184) Fitnesskulttuuria ei voida pitää kovinkaan vahvana lajikulttuurina, koska sen harrastajat ovat löyhästi sidoksissa toisiinsa. Erikoiskieli näkyy parhaiten ryhmäliikuntatuntien nimissä, ja joitakin omia kirjoittamattomia sääntöjä lajin sisällä ja kuntokeskuksissa on.

Fitnesskulttuurin sisällä voidaan ajatella olevan monia alakulttuureja, esimerkiksi kehonrakentajat ja fitnessurheilijat, joilla on omat erikoistuneet tapansa. Tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan keskitytä marginaaliryhmiin, vaan käsitellään Suomen fitnesskulttuuria kokonaisuutena. Tosin on hieman harhaanjohtavaa puhua Suomen fitnesskulttuurista, koska fitnesskulttuuri on mitä suurimmassa määrin jos ei nyt aivan globaali, niin ainakin hyvin kansainvälinen liikuntamuoto. Suomessa on siis kuljettu paljon kansainvälisten tuulten mukaan. Seuraavassa selvitetään kuntosaliharjoittelun ja aerobisin kehityskaarta sekä nivotaan ne näin jälkepäin yhteiseksi fitnesskulttuurin historiaksi. Alun alkaenhan ei puhuttu mistään fitnessistä vaan erikseen kuntosaliharjoittelusta ja aerobicista. Suomen fitnesskulttuurin historian lisäksi selvitetään tärkeimpiä kansainvälisiä virstanpylväitä.

Amerikkalainen lihaskulttuuri sai alkunsa 1850-luvulla, kun Englannista lähtöisin ollut ”lihaksikkaan kristillisyyden” ideologia levisi myös Pohjois-Amerikkaan. Lihaksikas kristillisuus liitti hyvän fyysisen kunnan ja kehonrakennuksen protestanttiseen kristinuskoon. (Green 1986, 182) Lihasten harjoittamiseen kehitettiin erilaisia apuvälineitä jo varhain, ja kehonrakentajat alkoivat herättää ihailua tavallisissa kansalaisissa. Ihannekehona pidettiin isoa ja voimakasta ruumista (em., 198–200, 242). 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alussa Yhdysvaltoihin alkoi ilmestyä kuntokeskuksia sekä alaa koskevia lehtiä ja fitnessoppaita (Kinnunen 2001a, 45; Encyclopedia of World Sport 1996, 127). 1900-luvun alkuvuosikymmenillä tulivat tutuiksi erilaiset kehonrakennuskilpailut (Kinnunen 2001a, 48). Lopullisen kehonrakennuksen promootiotyön tekivät Joe ja Ben Weider 1940-luvulta lähtien. Tällöin alkoi myös muodostua ero voiman ja ulkomuodon harjoittamisen välille. (Encyclopedia of World Sport 1996, 128) Suomeen amerikkalainen lihaskulttuuri rantautui 1950-luvulla. Tätä ennen kehonrakennus oli ollut vain miesten puuhaa ja sillä oli ollut lähinnä terapeuttisia tarkoituksia. (Sankari 1995,11)

Suomen ensimmäinen nykyaikainen kuntosali avattiin 1940-luvulla. 1960-luvulla saleja oli jo kymmeniä. (Breding, Jansson & Wentus 1968, Kärjen 1993, 182 mukaan). Alan uranuurtajat Jorma Rätty ja Keijo Reiman valottavat Suomen kuntosalien historiaa 1960-luvulta lähtien: Alkuaikoina painoharjoittelupaikkojen varustetaso oli hyvin vaatimaton ja niitä käytti valikoitunut joukko. Ensimmäinen kaupallinen kuntosali syntyi 1960-luvulla, jolloin saleilla kävi jo tavallisia kuntoilijoitakin. 1960-luvun lopussa erällä

helsinkiläisellä kuntosalilla oli "100 neliötä harjoitustilaa, siistit pukuhuoneet, suihkut ja kaikki kuntosalin perusvälineet". (Sankari 1995, 11–12) Naisten, erityisesti Kike Elomaan, menestys kansainvälisessä kehonrakennuksessa 1980-luvun alussa sai julkisuutta ja yleinen kiinnostus fitnessalaan lisääntyi. Salit ja välineet kehittyivät, sittemmin myös salien oheispalvelut. (em., 13–14) 1980-luvun lopussa myös Suomen Kuntourheiluliitto reagoi uuteen buumiin ja alkoi kehittää suosituksia kunto- ja liikuntakeskuksille. Kuntosalialan järjestämiseen osallistui myös sosiaali- ja terveysministeriö sekä myöhemmin myös kuluttajavirasto. (Suomen Kuntourheiluliitto 2004) 1990-luvulta lähtien kuntosalit ovat olleet laajasti liikkujien suosiossa, ja nykyään voidaan puhua jo eräänlaisesta joukkolajista (Sankari 1995, 7-8). Kuntosaliharjoittelu on yksi työnantajien tuetuimpia henkilöstiilikuntamuotoja (Repo 2002).

Aerobic puolestaan sai alkunsa vuonna 1968, kun yhdysvaltalaisen Kenneth Cooperin kehitti aerobic-nimisen ryhmäharjoittelumuodon lähinnä sen terveysvaikutuksia silmällä pitäen. 1970-luvun alussa harjoitteluun lisättiin tanssillisia elementtejä. Lopulta 1980-luvun puolessa välissä aerobic saavutti suuren suosion myös muualla maailmassa, kun Jane Fonda ryhtyi lajin lähettilääksi aerobicvideoineen. (Encyclopedia of World Sport 1996, 6-7; Urheilun sääntö- ja kunto-opas 2000, 39) Tällöin aerobic levisi myös Suomeen. 1980-luvun lopussa alkoi ohjaajien kouluttaminen Suomen Naisten Liikuntakasvatusliiton toimesta (Kleemola 1996, 313). Suomessa ensimmäinen aerobicituntien vetäjä oli Aira Samulin (tuuli.net 2004).

1980-luvun fitnesskulttuurin leviämässä oli myös koko liikuntakulttuurin muutoksen aineksia. Kuntoliikunta lisääntyi ja keskeiseksi arvoiksi nousi ruumiin palvonta ja elämysten etsiminen. Tosin jo 1800-luvun lopun naisvoimistelussa tähdättiin muun muassa kauneuteen (Laine 1992, 113), mutta 1980-luvun buumi lienee juuri amerikkalaisen lihaskulttuurin peruja. Muodikkuus oli uutta liikunnassa (tuuli.net 2004), ja 1980-luvun liike-elämä hyödynsi itse luomaansa ihmisten vimmaa muuttua mainonnan ideaali-ihmiseksi. Kaupallisuus näkyikin muun muassa kuntosaliryitysten kasvuna. (Vasara 1992, 423, 455) ”Bodyweapon oli haluttu ase ja salilla käynti sosiaalisesti hyväksyttyä egon kiillotusta” (Friman 1993, 194). 1990-luvulla aerobicistakin tehtiin tuote (Kleemola 1996, 313), ja nykyään joillekin tuntikonsepteille

on haettu yksinoikeuksia. Tuntikirjo aerobicissa ja sen johdannaisissa on kasvanut kymmeneen erilaisiin tunteihin.

Kuten kehonrakennuksessa, myös aerobicissa alkoi kansainvälinen kilpailutoiminta, tosin vasta 1990-luvulla (Urheilun sääntö- ja kunto-opas 2000, 39). Suomessa kilpalajin kehitystä ja koko fitnesskulttuuria vauhditti Tuuli Matinsalon menestyksekkäs ura. 1990-luvulla perustettiin myös Suomen Fitnessliitto, joka on siitä asti järjestänyt fitnesskilpailuja. Kilpailuissa arvostellaan kilpailijoiden fysiikkaa ja vapaaohjelmaesitystä. (Suomen Fitnessliitto 2004) Fitness on syönyt suosiota kehonrakennukselta luonnollisemman kehoikäytöksensä vuoksi (Kinnunen 2001a, 185-186). Tosin fitnesskisoissakin ruumiinkurimus on viety äärimilleen. Nykyään voidaankin sanoa, että kaikissa näissä fitnessliikunnan kilpamuodoissa on eriydytty jo kauaksi tavallisten kuntoilijoiden harrastamisesta.

Suomessa kuntosalikulttuuri ja aerobicikulttuuri ovat siis olleet aluksi melko kaukana toisistaan, koska kuntosalit ovat olleet miesten valta-alueita ja aerobicitunnit naisten kansoittamia. Kuitenkin molemmat ovat palvelleet amerikkalaisen lihaskulttuurin tarkoitusperiä: ruumiin voimistamista ja muokkaamista. Sitten nämä lajit todella ovat yhdistyneet kaikkien tuntemissa kuntokeskuksissa, ja nyt voidaan jo puhua yhtenäisestä fitnesskulttuurista. Tosin on muistettava, että varmasti on yhä omintakeista, toisistaan voimakkaasti erottuvaa kuntosaliharjoittelua voimailusaleilla ja aerobicaamista naisvoimistelun piirissä.

Sirosen (1995) mukaan Suomessa pururatajuoksulla on keskiluokkais-kaupunkilainen ja kuntosaliharrastuksella talonpoikais-työväenluokkainen tausta (Sironen 1995, 96). Tässä valossa nykyaikaisia kuntokeittäjä tuskin voitaneen enää verrata kuntosaleihin. Fitnesskulttuuri on tavallaan "huipentunut" nykyaikaisiin kuntokeittäjiin, joiden harrastajat ovat monenikäisiä ja -tasoisia. Kuntokeittäjä voi olla jopa 3000 m² tilaa harrastaa liikuntaa (Athlon 2004). Hinnakkaista kuntokeittäjästä ja kenties koko fitnesskulttuurista on tullut pikemminkin keskiluokkais-kaupunkilaisia, köyhät juoksevat pururadoilla.

2.2 Suomen kuntokeitaat

Kuntosaleja ja -keskuksia on Suomessa runsaasti. Liikuntapaikkatietojärjestelmän (jatkossa Lipas) mukaan suuria, yli 100 neliön kuntosaleja on Suomessa 339 (Lipas 2004). Lukuun sisältyy niin kunnallisia kuin yksityisiäkin kuntosaleja. Kuntokeitaiden määrää ei tietokannan avulla saa selville, eikä uusimpia liikuntapaikkoja ole siihen päivitettykään. Kuntosalejakin on todellisuudessa varmasti enemmän, koska tuolla hakusanalla löytyi yritysrekisteristä yli 1457 yritystä (Tuula Kauppi, henkilökohtainen tiedonanto 13.7.2004). Tosin tässä luvussa ovat mukana kaikki alaan liittyvät yritykset, esimerkiksi myös laitevalmistajat. Siten on hieman hankalaa yritys näkökulmasta tarkastella, kuinka suuresta ilmiöstä on kyse.

Kuntokeitaiden tarkka lukumäärä on siis hämärän peitossa. Niiden toimintaa voidaan kuitenkin hahmottaa Suomen Kuntourheiluliiton Kuntosalibarometrin 2003 kautta, johon vastasi 195 kuntosalin tai -keskuksen edustajaa. Tutkimuksen mukaan yli puolella kuntosaleista ja -keskuksista on tilat aerobicille ja vastaavalle musiikkiliikunnalle. Erityistiloja, joihin myös spinning kuuluu, on joka kolmannella salilla. Monipuolisuus on saleilla lisääntynyt. (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 1-2)

Kuntokeitaiden toiminta on voimakkaasti ketjuuntunutta. Tällä hetkellä Suomessa vaikuttaa ainakin neljä ketjua: Elixia, SATS, Motivus ja CMS-ketju. Tosin uusia ketjuja syntyy aika ajoin, joten tämänkin tutkimuksen aikana tilanne on saattanut muuttua. CMS-ketjuun voi liittyä jo olemassa olevia kuntoklubeja. Jäsenklubeja on nykyään Suomessa 33, kun niitä toiminnan alkaessa vuonna 2000 oli 11. Henkilöjäsenten määrä on siten kivunnut 30.000 paremmalle puolelle. (CMS 2004) Näiden klubien palvelutasosta on kuitenkin vaikea sanoa mitään, koska ketjulla ei ole yhteistä palvelukonseptia. Siten pienetkin kuntosalit voivat liittyä ketjun jäseneksi. Tämän vuoksi CMS-ketjun jäsenklubit on tässä työssä jätetty lähes kokonaan tarkastelun ulkopuolelle.

Kansainvälinen Elixia-ketju starttasi alun perin niin ikään kansainvälisenä Frisk-ketjuna. Muutaman vuoden taipaleen aikana nimi on siis vaihtunut, ja keskuksia nousut Suomeen viisi kappaletta: Jyväskylään, Turkuun ja Tampereelle yksi sekä Helsinkiin

kaksi. Euroopan maissa keskuksia on yhteensä 54. (Elixia 2004) Alun perin suomalainen Wellness-ketju puolestaan myytiin Pohjoismaiden johtavalle kuntokeskusetjulle SATS:lle, joka omistaa Suomen ulkopuolella 70 keskusta (Wellness 2003). Suomessa SATS-keskuksia on kahdeksan: Helsingissä kolme, Oulussa kaksi sekä Espoossa, Turussa ja Jyväskylässä kussakin yksi (S.A.T.S 2004). Motivus vaikuttaa Helsingissä viidellä keskuksella ja Turussa kahdella. Näistä keskuksista yhteensä kolme täyttää kuntokeitaan tilavaatimukset. (Motivus 2004)

Trendinä on fitnessliikuntapaikkojen kansainvälinen ketjuuntuminen. Tällä hetkellä ketjuihin kuuluu noin viidennes yksityisistä kuntosaleista (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 19). Ketjuuntumisen myötä asiakkaat voivat käyttää lähikeitaansa lisäksi muita ketjun keitaita, ollessaan vaikkapa työmatkalla. Rakenteelliset fuusiot, kuten esimerkiksi Wellnessin myynti SATS:lle, näyttävätkin lisäävän kuluttajan vaihtoehtoja. Kuitenkin vallan keskittyminen todennäköisesti vähentää kuluttajan liikkumavaraa. Kulutustarjonnan paljous vain sokaisee meidät niin, ettemme näe sen takana olevaa vimmittua yhtenäistämiskehitystä. (Klein 2000, 196; Pantzar 1995, 55) Tästä hyvin pelkistetty esimerkki on oma kokemukseni, kun tutkimusjaksoni jälkeen toivoin löytäväni liikuntapaikan, jossa voisin käydä BodyPump-tunnilla kerran viikossa. Tällaista palvelua ei kohtuuhinnalla tunnu olevan tarjolla, kun kuntokeitaat myyvät vain kokonaisvaltaisia jäsenyyksiä. Tarjonta siis näyttää monipuoliselta, vaikka vaihtoehtoja ei kuluttajalle juuri anneta. Tosin tällainen kehitys on paljon huolestuttavampi monilla muilla kaupallisilla aloilla kuin fitnessliikunnassa.

On hankalaa (ja tässä työssä sivuseikka) arvioida, jäävätkö kuluttajat loppujen lopuksi voitolle vai tappiolle tässä ketjuuntumiskehityksessä. Tappiolle jäävät ainakin kuntokeitaita pienemmät liikuntapaikat, jotka yrittävät pyristellä ketjujen imagon rinnalla. Monet kotimaiset fitnessalan yrittäjät kokevatkin kansainvälisen ketjuuntumisen uhkaksi omalle toiminnalleen (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 23). Tosin tällä hetkellä myös kuntokeidasketjuista ainakin Motivus, SATS ja Elixia tekevät tappiota. Muutamassa keskeisessä kaupungissa fitnessliikuntapalveluista on ylitarjontaa. (Nelonen 2004) Niinpä ketjuuntuminen ei ole suinkaan polkenut hintoja alas vaan pikemminkin nostanut niitä. Tappiollisesta tuloksestaan huolimatta kuntokeidasketjut pystyvät kilpailemaan pienempiään vastaan isolla organisaatiolla ja rahalla: asiakkaille pystytään tarjoamaan kaikki fitnessalan uusimmat vempeleet ja metkut.

2.3 Fitnesslajien harrastajat

Vaikka tässä ei ole tarkoitus tutkia fitnesslajien harrastajia, niin koko fitnesskulttuurin ymmärtämiseksi on syytä avata asiaa hieman heidänkin kautta. Sitä paitsi, liikuntapalvelussakin on kaksi osapuolta – tuottaja ja käyttäjä. Ei voida ajatella, että kuntokeitaat toimisivat täysin omin päin, kysyntään katsomatta. Selväähän on, että kuntokeitaat pyrkivät vetoamaan asiakkaiden tarpeisiin ja siten haalimaan itselleen taloudellista voittoa. Kuntokeidas merkityksellistää liikuntaa, mutta myös asiakkaat merkityksellistävät liikunta takaisin kuntokeitaaseen päin (ks. Kinnunen 2001b, 121).

Suuren liikuntatutkimuksen mukaan Suomessa oli vuonna 2001–2002 kuntosaliharrastajia 359 000 ja aerobicin harrastajia 182 000. Tutkimuksessa tarkastellaan 19–65-vuotiaita. Oletettavasti moni ryhmäliikkuja viihtyy myös kuntosalin puolella. Kun päällekkäisyys huomioidaan, fitnessliikunnan harrastajamääräksi muodostunee 400 000–500 000. Säännöllisesti toteutettavassa liikuntatutkimuksessa kuntosaliharjoittelu ohitti ensimmäistä kertaa juoksulenkkeilyn, jolla on muutama tuhat harrastajaa vähemmän. Kuntosaliharjoittelun suosio myös nousi edelliseen, vuosina 1997–1998 toteutettuun liikuntatutkimukseen verrattuna. Tosin kuntosaliharjoittelijoita oli vuonna 1997 vielä 377 000. Aerobicin harrastajat ovat lisääntyneet vuoteen 1994 nähden, mutta 1990-luvun lopun tutkimuksessa harrastajia oli peräti 211 000. Tällä hetkellä kuntosaliharjoittelu on viidenneksi suosituin ja aerobic yhdeksänneksi suosituin liikuntamuoto aikuisten keskuudessa. (Suuri kansallinen liikuntatutkimus 2001–2002)

Sankarin tutkimuksen mukaan yleisin syy kuntosalilla käymiseen on kunnon ylläpito. Myös ulkonäön vuoksi käydään salilla. Näiden lisäksi salilta toivotaan saatavan ”hyvää oloa”. (Sankari 1995, 49–50). Frederickin ja Ryanin tutkimuksen mukaan taas kuntosaliharjoittelijoilla (lajeina mm. juoksu ja painonnosto) tärkeä syy liikunnan harrastamiseen liittyy kehon ulkonäköön. Ulkonäköön liittyvät liikunnan motiivit olivat yhteydessä tutkittavien kokemaan ahdistukseen. Naiset kertoivat miehiä useammin ulkonäön olevan päämotiivi harrastamiseen. (Frederick & Ryan 1993, 133, 136, 139)

Chelladurain (1992) mukaan liikuntapalvelujen käyttäjien tavoitteena voi olla esimerkiksi jonkin konkreettisen kunto- tai taitotavoitteen saavuttaminen, terveydelliset

tai ulkonäölliset syyt, tai pelkkä nautinnon tavoittelu. Eri ihmisillä syyt ovat erilaiset, ja jotkut tarvitsevat toisia enemmän ohjaajan tukea harrastukselleen. (Chelladurai 1992, 42–44) Lienee perusteltua olettaa, että kuntokeitaan asiakkaina on tavallista enemmän nautinnon tavoittelijoita. Kuntokeitaan laadukkailla välineillä, ohjaajilla ja tiloilla havitellaan luksusta arkeen. Liikunta saatetaan kokea elämyksellisempänä kuntokeitaan diskohenkisellä spinningtunnilla kuin kunnan salilla kuntopyörää polkien.

Miehillä kuntosaliharrastus on alkanut useimmiten pienessä porukassa koti- tai kellarioloissa. Naiset taas ovat saaneet sysäyksen yleisestä fitnessbuumista. Nykyään kuntokeitaassa käyvät niin superliikkujat kuin suklaa-addiktitkin, ja ne, joilla on ollut aiemmin huonoja kokemuksia liikunnasta (Sankari 1995, 47). Siten ei voida ajatella, että määriteltäisiin yksi yhtenäinen fitnessliikkujajoukko. Tähän kukaan tuskin on pyrkinytkään, vaan on keskitytty tutkimaan jotakin tiettyä alakulttuuria kuntosalilla, useimmiten kehonrakentajia (ks. esim. Kinnunen 2001a). Nykyään kuntosalilla kävijöistä ei voi sanoa mitään muuta yhtenevää, kuin että he käyvät salilla ja arvostavat sitä, kukin omien syidensä vuoksi (Sankari 1995, 26).

Mielenkiintoisen näkökulman aiheeseen antavat myös ne käyttäjät, jotka eivät missään tapauksessa halua kuntokeitaiden asiakkaita. Heiltä tosin harvemmin kysytään mitään tutkimuksellisessa mielessä. Tirkistyksen aiheeseen antaa kuitenkin eräs Helsingin Sanomissa ollut mielipidekirjoitus, jossa kuntokeitaiden asiakkaita nimitettiin "fitness-irvistelijöiksi" ja kuntokeitaita "jytämusiikilla varustetuiksi vempainvarikoiksi" (Anhava 2003). Joidenkin mielestä siis kuntokeitaiden kohdalla ei voida puhua ainakaan "jalostumisesta".

3 KUNTOKEIDASBRÄNDI NYKYKULTTUURISSA

Kun edellisessä luvussa on selvennetty fitnesskulttuurin historiaa ja kuntokeitaiden nykytilannetta, tässä kappaleessa pyritään avaamaan koko vallitsevan kulttuurin nykytilaa ja kuntokeitaiden suhdetta siihen. Kulttuurin käsittelyssä on päädytty niihin seikkoihin, jotka ovat olennaisia kuntokeitaiden ympäristön selvittämiseksi. Näitä katson olevan postmodernismi yleensä ja sen sisällä kulutusyhteiskunta. Postmodernismilla viitataan useimmiten kulttuuriseen ilmapiiiriin, kun taas kulutusyhteiskunnalla määritetään ihmisten todellisia elintapoja (Räsänen 2000, 229). Tässä työssä käytän kuitenkin pääasiassa termiä kulutuskulttuuri, joka sisältää kulutuksen sosiaalisen aspektin kulutusyhteiskuntaa paremmin. Myös kirjallisuutta on tarkasteltu kulutussosiologian piiristä. Kulutuskulttuuri on yksi postmodernismin ilmentymä. Toisaalta postmodernismin voidaan ymmärtää alkaneen juuri kulutuskulttuurin muutoksesta (Bauman 1992, 49–51).

3.1 Kulutuskulttuuri ja kuntokeidas kohtaavat

Kulutus ei ole mikään uutuustrendi, vaikka termiä käytetäänkin kuvaamaan juuri nykyajan yhteiskuntaa. Veblen puhui jo 1800-luvun lopulla kerskakulutuksesta. Termillä hän viittasi miltei kautta aikojen tapahtuneeseen sellaiseen kulutukseen, jolla on haluttu osoittaa omaa asemaa. (Veblen 1975, 86) Tosin Baudrillardin mukaan esimerkiksi feodaaliherrojen tuhlailevuus ei ollut varsinaista *kulutusta*, jonka olennainen piirre on merkkeihin kietoutuminen (Baudrillard 1988, 21–22). Kulutusvalinnat *merkitsevät* siis muutakin kuin vaurautta.

Nykyaikaisen kulutuskulttuurin synty nivoutuu kapitalismin voittokulkuun: markkinoiden laajeneminen edellytti kulutusta (Ilmonen 1993, 22). Kun tavaroita ryhdyttiin valmistamaan markkinoille eikä omaan käyttöön, ihmisten välinen riippuvuus moninaistui. Tämä ”tarpeiden järjestelmän vakiintuminen”, palkkatyöläistyminen, maailmankaupan vakiintuminen ja tavaroiden merkillistyminen synnyttivät yhteiskuntaan kuluttajan (em., 31, 257). Varsinainen länsimaisen kulutuskulttuurin

kukkaan puhkeaminen tapahtui 1960-luvulla (Helenius 1995, 9). Worldwatch-instituutin mukaan maailmassa onkin nykyään jo 1,7 miljardia kuluttajaa. (Paukku 2004)

Suomessa yksityinen kulutus sai vauhtia toisen maailmansodan jälkeen, ja verrattuna vuoteen 1952 kulutus oli kaksinkertaistunut jo vuonna 1975. Tästä kulutus on edelleen vahvistunut. (Ilmonen 1993, 40) Kuluttajien tuloerot ovat vuosikymmenien saatossa vuoroin kaventuneet ja vuoroin kasvaneet. Laman jälkeisessä Suomessa varallisuus alkoi jakautua epätasaisesti ja nykyajan yhteiskuntamme onkin polarisoitunut. Hyvin toimeentulevien ja toimeentulo-ongelmaisten välinen ero on suuri. (Heinonen 2000, 19) Samoin miesten ja naisten kulutusedellytyksissä on eroja, edellisten hyväksi (Ilmonen 1993, 143–145, 150). Suomi kulkee kuitenkin kulutuskulttuurin etulinjassa, kun tarkastellaan kulutuksen muutosta maailmanlaajuisesti.

Nykyajan ihmistä riivaa kyltymätön kulutushalu. Usein ajatellaan, että vallitseva kulutuskulttuuri on vääristymä jostakin paremmasta. (Lehtonen 1999, 23, 28) Kulutus on saanut paljon arvokritiikkiä osakseen, mm. luontoa riistävänä ja ihmistä henkisesti köyhdyttävänä toimintana (Helenius 1995, 12). Kritiikkiä on noussut esiin myös empiirisissä tutkimuksissa. Esimerkiksi Suomessa vuonna 1988 tehdyn kuluttajatutkimuksen mukaan yli kaksi kolmasosaa vastanneista oli sitä mieltä, että kulutus hallitsee liikaa suomalaista elämäntapaa (Salopelto 1989, 10). Suomessa kulutuskriittisiä näkemyksiä on esiintynyt paljon myös viimeaikaisissa keskusteluissa nuorten ylivelkaantumisesta. Tähän yhtenä syynä pidetään korkeakorkoisia kulutusluottoja, joita käytetään liian huolettomasti.

Kulutussosiologisia näkökulmia kuntokeitaaseen

Ylätaljalaitteen oikealla puolella, kaukana penkkien ja painojen takana oli peili. Tauon aikana Pirjo vilkuili salaa peilistä itseään. Sitten muita. Sitten taas itseään. Sitten muita. Ja sarja. Ja sitten taas vilkuilua. Hän oli kuntokeitaan asiakas, muttei jotenkin näyttänyt siltä. Välillä tuntui, että ylätaljalaittekin haluaisi sanoa, että oletko tosissasi. Pirjo halusi jumppahousut, jotka olivat polyamidia ja lycraa. Vain mummot käyttivät vaatteita, joissa oli puuvillaa, ja hän oli sentään vasta 42-vuotias. Uusi juomapullo oli

myös ostettava, eihän kukaan näköjään käyttänyt enää litteitä mehupulloja. Sarja. Peilin sijaan Pirjo yritti katsella välillä muualle, ja hänen katseensa osui lattialla olevaan pyyhkeeseen. Pyyhe oli pörröinen, mintunvihreä ja sen alareunaan oli kirjailtu perhonen. Se oli ostettu vuonna 1989, kun raskaana ollessaan Pirjo oli hankkinut lähes kaikki kodin tavarat vihreänä, koska ei tiennyt tulisiko tyttö vai poika. Pyyhekin pitäisi vaihtaa johonkin tyylikkäämpään malliin... minkäslaisia näillä muilla on... Pirjo päätti, että heti treenin jälkeen hän säntäisi ostamaan itselleen kuntokeidaslookin.

Kulutussosiologian mielenkiintona on ollut selvittää yksilön tai ryhmän kulutuksen ja yhteiskunnan rakenteiden välisiä suhteita. Tässä tutkimuksessa ei omista mitään asiaa käsittelevää teoriaa työn ohjenuoraksi, mutta lähestymistapoja on kuitenkin syytä tarkastella ilmiön moninaisuuden ymmärtämiseksi. Pyrkimyksenä on hahmottaa palanen kuntokeitaan toimintaympäristöä, koska aerobicissa ja kuntosalilla käynnistä on tullut yhtä lailla kulutusta kuten vaatteidenkin ostamisesta (Kärki 1993, 185). Tässä pyrin sovittamaan kulutusmalleja kuntokeitaan näkökulmaan.

Perinteisesti on ajateltu, että yhteiskuntaluokat määräävät kulutuksen: rakenteet luovat ja uusintavat tietyn luokan elämäntapaa. Tämä malli on tullut nykyaikana ongelmalliseksi, koska selväpiirteinen luokkatietoisuus tuntuu hävinneen. Luokat ovat ennemminkin ”horisontaalisia ryhmiä, jotka elävät lähes pluralistisessa ignoranssissa toisiinsa nähden”. (Noro 1995, 2) Äkkiseltään tuntuu, että kuntokeidaskulutusta luokat eivät todella määrää. Keitaassa hikoilevat niin opiskelijat, duunarit kuin ylemmät toimihenkilötkin. Toisaalta joidenkin kulutustapojen voidaan edelleen huomata palautuvan yhteiskuntaluokkien rakenteisiin, ja liikuntakin saattaa olla kulutuskohteena tutumpi ylemmille kuin alemmille tuloluokille (Räsänen 2000, 237, 241). Siten kuntokeidas lienee saavutettavissa lähes kaikkien *liikuntaan sijoittavien* parissa, mutta köyhimmällä osalla väestöstä ei ole varaa tuhlata kuntokeitaisiin tai liikuntaan yleensä. Tosin esimerkiksi työttömiä ja eläkeläisiä kohdellaan usein lempeämmin halvoilla päivähinnoilla. Eräässä kuntokeitaassa kuukausimaksu päiväajalle, eli kello 16 asti, oli 60 % normaalista kuukausihinnasta. Pääasiassa kuntokeidas profiloituu kuitenkin keskiluokkaiseksi.

Kulutuksen voidaan myös nähdä tapahtuvan eri maailmoissa, esimerkiksi kuvataiteen, metsästyksen, ruuan tai asumisen maailmassa. Tällöin ei kuluteta tyhjiössä, vaan

kulutukseen vaikuttaa myös johonkin maailmaan osallistumisen tuoma objektiivinen estetiikka. (Noro 1995, 5-6) Maailmassa on siis erilaisia piirteitä, jotka vaikuttavat kulutukseen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö maailmoilla voisi olla yhteisiä piirteitä (em., 6). Samaa ajatusta on ajanut takaa myös Räsänen käsitellessään erilaisia viiteryhmiä. Kuluttaja voi kulutuksensa kautta samaistua useaan erilaiseen viiteryhmään, jolla puolestaan on merkitystä sosiaalisen identiteetin rakentajana (Räsänen 2000, 230). Näiden ajatusten yhdistäminen kuntokeitaassa käy vaivattomasti: kuluttajat samaistuvat kuntokeidaskuluttajiksi ja muovaavat sillä tavoin osan identiteetistään. Lisäksi kuntokeitaan objektiivinen estetiikka ohjaa kulutusvalintoja. Tämä työ käsittelee paljolti tätä objektiivista estetiikkaa ja liikunnan merkityksiä siinä. Kuitenkaan ei pidä harhautua ajattelemaan, että kuntokeidas ajaa vain ryhmäidentiteetin asiaa. Kuten aikaisemmin on todettu, fitnesskansaa on liikkeellä mitä erilaisin motiivein. Siten täytyy myös huomioida kulutussosiologinen näkemys, jonka mukaan kulutus ja ihminen–esine-suhteet luovat raamit yksilön identiteetille. Tällöin kulutus ei toimi pelkkänä luokkien uusintajana tai hierarkioita luovana mekanismina. (Noro 1995, 3)

Kulutussosiologisesti mielenkiintoinen ajatus on, että kulutus luo luokat. Kulutuksen kohteet eli merkit järjestäytyvät tai kasautuvat luoden merkkilähtöisiä luokkia. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että tietyntyypiset ihmiset kuluttavat samalla tapaa, olipa kyse sitten liikunnasta, elokuvista tai ravintoloista (em., 4). Baudrillardia mukaillen kulutus siis *merkitsee* tietylle ihmisryhmälle samoja asioita. Tämä ajattelu on myös Bourdieun teorioiden lähtökohta, vaikka hän sitookin tulkintansa perinteisiin yhteiskuntaluokkiin (em., 4). Kuitenkin merkityksen painoarvo on eri ihmisille erilainen. Keitaassa liikkuvia yhdistää se, että he kokevat liikunnan merkitykselliseksi. Kuntokeitaan tarjoama liikuntakäsitys vahvistaa tiettyjä merkityksiä.

Merkityslähtöisten luokkien pohjalta Gerhard Schulze on luonut erilaisia sosiaalisia miljöitä (ryhmiä), joissa kulutuksen päämäärä on kullekin miljöölle sopiva nautinto. (em., 4–5) Nautinto puolestaan ei välttämättä tarkoita aistimellista havaintoa vaan tunneperäistä kokemusta (Ilmonen 1993, 102). Tämä tarkoittaa siis kulutuksen kohteesta saatavaa henkistä tyydytystä. Tällä tavoin voitaisiin varmasti selittää osa kuntokeitaidenkin suosioista: ehkä monille kuntokeitaan asiakkuus sinänsä tuottaa enemmän nautintoa kuin itse liikunta kuntokeitaassa. Nautinnon tärkeys näkyy siinä,

että kulutuskeskusteluun on viime aikoina pulpahtanut kulutuskäsitteen (consumere) toinen merkitys eli täydellistyminen (consummare). On siirrytty reaalista imaginaariseen, hyödystä elämykseen ja tarpeesta haluun. (Noro 1995, 1–2) Täydellistyminen liittyy vahvasti muihin postmodernismin piirteisiin, joita käsitellään myöhemmin.

Kulutuskulttuuria on kulutussosiologiassa edellisten mallien mukaan määritelty ihmisten ja ryhmien kulutusta pohtimalla. Kuitenkaan tässä tutkimuksessa ei ole tarkoitus selvittää, mitä kulutuskulttuuri kertoo kuntokeitaan asiakkaista, vaan mitä se kertoo keitaista itsestään ja miten se vaikuttaa kuntokeidasliikunnan merkityksiin. Yritysmaailman näkökulmaa kulutuskulttuuriin voi etsiä taloustieteiden puolelta, mutta silloin hukataan helposti asian sosiaalinen aspekti ja liikunta. ”Taloustieteellistä kulutussosiologiaa” voi kuitenkin hieman valottaa kiinnittämällä huomiota nykyajan mielikuvavaltteihin, brändeihin.

Kuntokeidas brändinä

Brändistä on tullut nykyajan muotisana (Koskinen 2003, 154). Samalla brändi on saanut monia erilaisia määritelmiä. Useimmiten brändi sekoitetaan esimerkiksi tavaramerkkiin tai merkkitavaraan (em., 154; Järvi 2001, 4). Järven mukaan termin käsittelyssä onkin ongelmana se, että pyritään hallitsemaan koko brändin käsite (Järvi 2001, 4). Aiheen käsittelyä on lisäksi vaikeuttanut se, ettei termistä olla oltu teoreettisesti kiinnostuneita (Koskinen 2003, 154). Koska brändiä käsittelevää kauppatieteellistäkin tutkimusta on vähän (Lahtinen 2002, 54), lienee ymmärrettävää, ettei brändistä ole tarjolla tyhjentävää sosiologista näkemystä. Niinpä tässä työssä brändin käsittely tukeutuu lähinnä kauppatieteelliseen käsitteen määrittelyyn ja yleistajuisiin pohdintoihin.

Yksinkertaistaen voidaan sanoa, että brändi tarkoittaa tuotteen tai palvelun identiteettiä (Järvi 2001, 4). Brändi on se lisäarvo, joka on rakennettu palvelun ”päälle” (Virkkunen 2002, 5). Siten brändi välittää palvelun ominaisuuksia, etuja, arvoja ja persoonallisuutta (Kotler, Armstrong, Saunders & Wong 1999, 571–572). Brändin luomisesta on tullut yrityksille lähes välttämättömyys, koska nykypäivän kulutus kohdistuu merkkeihin ja

ideoihin, ei niinkään tavaroihin itseensä (Baudrillard 1988, 22, 24). Merkitykset nousevat brändistä osaksi kuluttajaa (Järvi 2001, 22), joten kuluttaja luo omaa identiteettiään kuluttamalla brändejä. Niinpä yhtiöt ovat siirtyneet hyödykkeen tuottamisesta merkkituotteen imagon tuottamiseen. Samalla merkittävin työ on siirtynyt tehtaasta markkinointiosastolle. (Klein 2000, 31)

Brändi koostuu sekä yrityksen rakentamasta imagosta että ihmisten mielikuvista. Imagolla tarkoitetaan sitä viestinnällistä kokonaisuutta, jonka viestin lähettäjä antaa itsestään (Karvonen 1997, 32). Siten imago on brändin ”yrityksen osa” ja mielikuvat ”kuluttajien osa”. Mikään tuotehan ei voi olla brändi, jos ihmisillä ei ole siitä mielikuvia. Brändin rakennusaineista huolehtii yritys, mutta brändin elinvoimaisuus on kiinni juuri sen suosioista (Lahtinen 2002, 55).

Maailman tunnetuimpia brändejä ovat esimerkiksi Coca-Cola ja Sony. Siten on ehkä hieman pörhistelevää puhua kuntokeidasbrändistä. Kuntokeitaat ovat monelle tuntemattomia. Silti on sanottava, että kyllä kuntokeitaat jos mitkä ovat Suomessa ymmärtäneet bränditaiston tärkeyden ja luoneet omalle palvelulleen identiteetin. Samalla kuntokeitaissa on hylätty ajatus siitä, että liikunnan ohella tarjottavat lisäpalvelut ja lisäarvo olisivat jotenkin sivuseikkoja (vrt. Chelladurai, Scott, Haywood-Farmer 1987). Brändin titteliin tarvittavat mielikuvatkin ovat syntyneet ainakin kuntokeitaiden asiakkaille, vaikka joillekin kuntokeitaat olisivatkin yhtä harmaata massaa pienten kuntosalien kanssa. Tosin on myönnettävä, että kuluttajalle on työnnetty ennemminkin kuntokeidasbrändi kuin SATS-brändi, Elixia-brändi tai Motivus-brändi. Kuntokeitaiden profiloituminen ja toisistaan erottautuminen on vielä käymistilassa. (Rahkonen 2003, 11)

Kävin tutustumassa Kuntokeidas A:han nähdäkseni, eroaako se olennaisesti kohdekeidasketjun saleista. Vastaus: ei. (Tutkimuspäiväkirja)

Brändi on asiakkaalle lupaus jostakin, esimerkiksi palvelun laadusta (Koskinen 2003, 156). Kuntokeidasbrändin perässä juokseva tietää, mitä hän tilaa ja mitä saa. Huomionarvoista on se, että kerran luotu brändipersona on lähes muuttumaton (Järvi 2001, 4). Ihmisetkään eivät voi yhtäkkiä muuttua toisenlaisiksi ja silti herättää toisissa luottamusta. Samalla tavalla brändin muuttumattomuudella tavoitellaan asiakkaiden

brändilojaaliutta. Siten brändi on ikään kuin yritysten keino hallita yksilöllistyneitä kulutustapoja. Brändille lojaalit kuluttajat eivät helposti vaihda brändiään toiseen, vaikka heillä siihen nykykulttuurissa periaatteessa olisikin mahdollisuus. Brändin pysyvyyden vuoksi taas ei ole yhdentekevää, mitä liikuntakäsitystä kuntokeitaat brändinsä yhteydessä levittävät. Jos kerran Kike Elomaasta hölistään vieläkin, kyllä kuntokeitaidenkin aloittama ”uusi aalto” omine liikunnan perusteluineen on tallentunut nykyisen jumppakansan mieliin.

Vaikka tämä tutkimus on mitä vähimmässä määrin taloustieteellinen, kiteytyy sen tehtävä kuntokeidasbrändin tutkimiseen. Tarkoituksena on tarkastella kuntokeidasbrändin imago-osassa ilmeneviä liikunnan merkityksiä. Selväähän on, että liikuntaan ladataan täyteen merkityksiä, muuten liikuntapalvelusta ei voida tehdä brändiä. Kuntokeitaat viestivät paljon muutakin liikunnasta, kuin että ”meillä voit harrastaa liikuntaa”. Imagon sijaan tutkimuksessa käytetään pääasiassa termiä brändi, joka korostaa imagon yhteyttä kulutuskulttuuriin. Pyrkimyksenä on kuitenkin keskittyä brändin sellaisiin tekijöihin, jotka kertovat jotakin nimenomaan *kuntokeidasliikunnasta*. Se, onko kuntokeidasbrändi hyvä vai huono tai onnistunut vai epäonnistunut, ei ole tämän tutkimuksen ratkaistavissa. Sosiologisesta näkökulmasta voidaan tarkastella brändin sisältöä, mutta sen rakenteet ja markkinataloudellinen toimivuus jääköön taloustieteilijöiden pohdittavaksi.

Brändin käsittelyssä on vielä hyvä muistaa, ettei ole tarpeen suurennella sen voimaa. Suomen tasa-arvoa korostavassa kulttuurissa sosiaalisen arvon ja kulutuksen välinen yhteys ei ole yhtä yleistä kuin amerikkalaisessa kilpailuyhteiskunnassa (Norrena 2003, 16-17). Suomessa ei kai voi vakavissaan (ainakaan vielä) väittää, että yritysten valta olisi riistäytynyt hallitsemattomaksi, kuten brändikriittisissä teoksissa on tapana varoitella (ks. Klein 2000, Quart 2003). Niinpä tämä tutkimus haluaa selvittää brändin antamia merkityksiä liikunnalle sen enempää brändäystä moralisoimatta.

3.2 Kurkistus postmodernismiin

Postmodernilla tarkoitetaan yleisesti modernin jälkeistä. Monet tutkijat määrittävät nykyhetkeä siirtymisenä yli kolme vuosisataa kestäneestä modernista yhteiskunnasta postmoderniin yhteiskuntaan (esim. Maffesoli 1995, 31). Tosin joidenkin tutkijoiden mielestä elämme yhä modernia aikaa. Postmodernismi nähdään myös modernismin vastakohtana, kehittäjänä tai täydellistäjänä. (ks. Myllykangas & Tuomainen 1997, 161; Päivänen 1992, 82). Postmodernia käsitettä käytettiin ensimmäisiä kertoja jo 1930–1940-luvuilla, mutta pääasiassa sitä ryhdyttiin käyttämään 1960- ja 1970-luvuilla. Sosiologiaan termi vakiintui vasta 1980-luvulla. (Jallinoja 1996, 30). Vaikka yhteiskunnassa tapahtuvia asioita ei voidakaan suoraan siirtää urheiluun (Bourdieu 1985, 153), ajatellaan tässä työssä juuri postmodernismista olevan apua kuntokeitaita ja niiden liikuntakäsitystä tulkitessa.

Postmodernismi on hankala käsite. Käsitteellä viitataan yhteiskunnan kulttuuriseen ja sosiaaliseen evoluutioon, mutta sitä on luonnehdittu mm. seuraavin sanoin: vauhti ja sekavuus (Päivänen 1992, 83), taantumus ja rappeumailmiö (Myllykangas & Tuomainen 1997, 163), hierarkioiden tasoittuminen ja rajojen sumentuminen (Connor 1997, 205), pysähtyneisyys (Graham, Doherty & Malek 1992, 19), perusteellinen ja elinkelpoinen (Bauman 1992, 49), amerikkalaisen kulttuurin puhdasverinen ilmentymä (Taipale 1989, 26) sekä yhteisöllisyys, kuva ja tyyli (Maffesoli 1995). Baumanin mukaan postmodernismissä vahva tunnuspiirre on pluralismi (Bauman 1992, 27, 30–31, 35–36). Siten koko postmodernismillehan ei pitäisi olla löydettävissä mitään suuria yhtenäisiä linjoja tai säännönmukaisuuksia (Jallinoja 1996, 34–35). Tässä tutkimuksessa (kuten kaikissa muissakin postmodernismin tarkasteluissa) sorrutaan kuitenkin käsittelemään joitakin postmodernille kulttuurille *tyypillisiä* piirteitä.

Pluralismi kuvaa postmodernia ilmapiiriä. Erilaisista arvoista yksikään ei ole toista parempi (Taipale 1989, 28). Postmodernissa universaalit kokemukset ovat pirstaloituneet (Scraton 1994, 249), ja annetuista totuuksista on vapauduttu (Myllykangas & Tuomainen 1997, 161). On jopa ajateltu perinteisten sukupuolten rajojen hämärtyvän (Scraton 1994, 251). Totuuksista vapautuminen on merkinnyt myös itse totuuskäsityksen muuttumista. Postmoderni totuus on relativistista, eli yhtä ainoaa

totuutta ei ole olemassakaan (Graham, ym. 1992, 17). Samassa rytäkässä on hylätty modernismille ominainen edistyksen tavoittelu: postmoderni yhteiskunta ei ole matkalla minnekään, pääasiana on matkanteko. Toinen modernismin tunnuspiirre, rationaalisuus on myös lakaistu maton alle. (Graham, ym. 1992, 15–16, 18–19)

Universaaliuden pirstoutumisen myötä vanhat luokkarakenteet sumentuvat ja ajan ilme syntyy yksilöissä (Scraton 1994, 250–251; Päivänen 1992, 88). Yksilöllisyydestä ovat esimerkkinä jo aiemmin esitetyt kulutusvalinnat, jotka ovat postmodernissa kulttuurissa aiempaa omintakeisempia kullekin yksilölle. Yksilön kulutuksesta syntyvät uudet, kulutukseen pohjautuvat luokkarakenteet. Tämän edellytyksenä on ollut pääasiassa korkeakulttuurin popularisoituminen, johon palataan vielä myöhemmin. Yksilöiden kapina on näyttäytynyt myös auktoriteettien kyseenalaistamisena, asiantuntijat ja oikeuslaitos joutuvat jatkuvasti perustelemaan olemassaoloaan (Myllykangas & Tuomainen 1997, 166).

Maffesolin (1995) mukaan uusi yksilöllisyys on herättänyt yhteisöllisyyden ihanteen. Tämä yhteisöllisyys eroaa modernista demokratiasta ja täydellisen yhteiskunnan tavoittelusta siinä, että sillä ei ole tulevaisuuden päämäärää. Nyt tavoitteena on muokata nykyhetkestä niin hedonistinen kuin mahdollista. Yhteisöllisyyden ihanne nojautuu muinaisille elementeille, joiden luultiin hävinneen maailman rationalisoinnin myötä. Siten mm. kiihkouskonnolliset virtaukset ja alueelliset takertumiset ovat nykypäivää. Samaa yhteisöllisyyttä ilmentävät urheiluriennot, musiikkihumut ja kulutusjuhlat. (Maffesoli 1995, 24–25) Myös muut tutkijat ovat huomanneet uudenlaisen yhteisöllisyyden kasvun mm. maailmaa parantavina liikkeinä (ks. Ahponen 1990, 51; Myllykangas & Tuomainen 1997, 166; Päivänen 1992, 88).

Yhteisöllisyyttä edistäviä kulutusjuhlia on mahdollistanut ylevän maallistuminen (Virkki 1994, 20). Ilmapiirin muutoksen ohella tähän on vaikuttanut myös talouskasvu, yhä useammilla on varaa luksukseen. Samalla nautinnollisuuteen pyrkimisestä, hedonismista ja laadullisuudesta on tullut päämäärä arjessa (Maffesoli 1995, 25, 83; Bauman 1992, 50). Arjesta on tullut oikea paratiisi. Tarpeesta on siis siirrytty haluun ja itsen täydellistämiseen (Noro 1995, 1). Tosin postmoderni luksus koskee vain länsimaita, aivan globaalia ylevän maallistuminen ei ole (Bauman 1996, 297). Toisaalta rajojen rikkoutuminen on tehnyt arjesta vaikeasti hallittavan (Ahponen 1990, 49, 52).

Vauhti kiihtyy ja yhteiskuntaa hallitsevat massiiviset tietoverkot (Päivänen 1992, 83). Joka tapauksessa arjen merkitys korostuu postmodernissa kulttuurissa: koko postmodernismi syntyy arjen pohjalta, ei makrotason rakenteista (Räsänen 2000).

Nautinnollisuuden korostumisesta voisi luulla seuraavan sen, että ruumista kuormittava ja pitkäjänteisyyttä vaativa liikunta ei ole kovinkaan suosittua. Narsistinen ja nautinnollinen tyyli ei kuitenkaan tarkoita ruumiin kurin loppua (Featherstone 1991, 171; Hänninen 1997, 122–123). Mike Featherstone puhuu laskelmoivasta hedonismista, joka tarkoittaa sitä, että ruumiista huolehtiminen on edellytys aistinautinnolle (Johansson 2001, 34). Ruumiista huolehtimisen suosioon vaikuttanee myös yksi postmodernismin tunnuspiirre, pinnallistuminen (Päivänen 1992, 86). Kulttuurimme on vahvasti visuaalista (Hietala 1993, 5), muodoista ja merkeistä on tullut viestintävälineitä ja kulutustavaraa (Scraton 1994, 251; Taipale 1989, 26). Visuaalisia elementtejä pidetäänkin usein maallisena tai pinnallisena. Maffesolin (1995) mukaan kuva ei kuitenkaan ole henkevyuden hylkäämistä vaan hengen avartamista. Kuvan myötä palataan eheämpään ja konkreettisempaan henkiseen elämään. Tämän kautta voidaan ymmärtää postmodernin kuvan räjähdysmäistä leviämistä. (Maffesoli 1995, 116) Myös Kinnunen painottaa, että kulttuurimme on pikemminkin pintaistunut kuin pinnallistunut (Kinnunen 2001a, 314). Siten visuaalisuutta ei pidä ymmärtää taantumana, vaan kulttuurin uutena orientaationa. Pintaistuminen taas näkyy (sosiologiankin) kiinnostuksena ruumista kohtaan (Ilmonen 1998, 92).

Kuten edellä olevasta huomaa, harhaidutaan postmodernia tonkiessa helposti kauas kuntokeitaista. Tosin termin kanssa käy usein niin, Sakari Aholan mielestä postmodernilla mielentilalla on vain vähän jos lainkaan sanottavaa arkipäiväisistä asioista (Ahola 1997, 66). Lisäksi sosiologian alokkaan on lähes mahdotonta saada aihetta käsittelevistä teksteistä tolkkua, koska keskustelua käydään lähinnä intellektuaalien voimin ja aiheeseen on lukuisia erilaisia näkemyksiä (Scraton 1994, 251; Rahkonen 1996, 23–24). Ongelmia aiheuttaa myös se, että postmodernismia käsittelevässä kirjallisuudessa ei ole tapana arvioida liikuntaa tai vapaa-aikaa aiheen näkökulmasta. Postmoderneja tunnusmerkkejä arvioidaan esimerkiksi muodista tai taiteesta (esim. Connor 1997). Jatkossa pyritään kuitenkin kiskomaan postmodernismia ja kuntokeitaita lähemmäs toisiaan, sikäli kuin niistä ylipäätään on toistensa tulkeiksi.

4 KUNTOKEIDAS PALVELUKEITAANA

Kuntokeitaat eroavat monin tavoin ”tavallisista” kuntosaleista. Kuntokeitaat ovat suuria ja tilavia. Kuntokeitaat ovat vain jäsenille. Kuntokeitaissa on paljon henkilökuntaa. Kuntokeitaissa on kahvio. Kuntokeitaissa on sauna, solarium ja föönit. Kuntokeitaissa on lukuisia erilaisia jumppatunteja. Kuntokeitaissa on uusimmat välineet. Kuntokeitaissa on sisustettu hyvällä maulla. Ja kuntokeitaissa harjoittelu maksaa kaksi kertaa enemmän kuin perussalilla.

Kuntokeitaiden jalostuminen tuntuu kuitenkin vain luonnolliselta kehitykseltä siinä sirkustoitumisessa, jossa maailma on muutenkin elänyt. Lehtonen (1999) kirjoittaa tavaratalojen synnystä seuraavasti:

Tavaratalot demokratisoivat luksuksen siinä mielessä, että ne antoivat kaikille asiakkailleen yhtäläiset kaupankäynnin kehykset, tunteen loiston ja vaurauden läsnäolosta. Ne olivat muodoltaan kuin katedraaleja, mutta uskonnollisen vakavuuden tilalla oli lumoava kaupallinen loiste ja kirkkaus. Tavarat olivat niissä esillä sellaisinaan, haaveilun ja esteettisten arvostelmien objekteina erillään käyttöyhteyksistään tai osina koristeellisia asetelmia, joiden avulla tunnelmasta luotiin kiihdyttävä ja juhlava. (Lehtonen 1999, 50)

Kuvaus on melko osuva – joskin hieman kärjistävä – myös kuntokeitaiden syntyä ajatellessa. Kuntoiluvälineet ovat tavaroiden tapaan esteettisten arvostelmien objekteina ja osina koristeellisia asetelmia. Kaiken pitää näyttää sulavalta ja kauniilta, toiminnallisuus ei ole ainut tavoite. Luksus sekä tunne loiston ja vaurauden läsnäolosta – puhumattakaan kaupallisesta loisteesta ja kirkkaudesta – on tullut lähes kaikkien ulottuville. ”Luksuksen demokratisoituminen” onkin perin tavallista nykyiselle kulutuskulttuurille ja postmodernismille (esim. Virkki 1994, 20). Tosin kuntokeitaiden hinnat pitävät huolen siitä, että demokratisoitumisellakin on rajansa.

Toisinaan kuulee mielipiteitä, että hinnoittelu ja luksuksen tavoittelu on mennyt yli äyräiden, ei vain kuntokeitaissa. Veblenin lanseeraama kerskakulutus (Veblen 1975, 86) on villiinnyttänyt muutkin kuin tosirikkaat. Kleinin mukaan nykyään on siirrytty

ironisen kulutuksen aikakauteen (Klein 2000, 128) ja Hermenaut-lehden toimittajat kehottavatkin seuraamaan Michel de Certeaua ohjetta tasapainoilun taidosta:

Ei se ole kumouksellista, jos menee Disney Worldiin vetämään LSD:tä ja pottuilemaan Mikille; se että menee Disney Worldiin selvästi tiedostaen, miten naurettavaa ja turmiollista koko touhu on mutta nauttii silti käynnistään ihan vilpittömästi jollain alitajuisella, jopa psykoottisella tavalla, on taas jotakin täysin muuta. (Hermenaut 1995, Kleinin 2000, 128-129 mukaan)

Ironinen kuluttaja siis ymmärtää, kuinka hölmöä loppujen lopuksi on polkea sisällä pyörää pääsemättä yhtään eteenpäin tai huitoa ilmaa osumatta mihinkään. Epäilemättä useimmat kuntokeitaiden asiakkaista ovat tällaisia tiedostavia ironisia kuluttajia ja tempaantuvat mukaan kulutuskeitaan humuun. Ja juuri tästähän kuntokeitaiden menestyksessä on kysymys. Ihmiset ovat hyväksyneet ja omaksuneet uuden ja kalliin tavan liikkua, vaikka tietenkään samaan fyysiseen lopputulokseen voisi päästä paljon vähemmälläkin (rahan) kulutuksella. Punttien kanssa riehumiseen liittyvästä autenttisen primitivismin kaipuusta (Kinnunen 2001a, 180–181) ei ole enää kuin rippeet jäljellä. Tärkeää on luksusympäristö, luksuspalvelu ja merkityksellinen jäsenyys.

Kesken tunnin päähäni tulee ajatus siitä, kuinka pullamössöä on polkea sisällä paikallaan pysyvää pyörää, kun ikkunan takana olisi mitä hienoin ulkoilukeli. Sellaisina hetkinä sitä toivoo, ettei ulkoavaruudesta tulisi koskaan vierailijoita. Etteivät ne näkisi, mitä typeryyksiä mikrosirun keksijät vapaa-ajallaan harrastavat. (Tutkimuspäiväkirja)

4.1 Kuori ja ydin

Kuntokeitaan kuori on konkreettinen ja näkyvä osa keidasbrändistä, joka taistelee elintilastaan muiden brändien joukossa. Darwinin evoluutioteoria pätee siis myös tähän erittäin luonnottomaan ilmiöön: kulutuskeitaiden selviytymistaisteluun. Luonnottomalla tarkoitan nimenomaan kaukana muusta luonnosta olevaa, ihmisluonnolle kuntokeitaassa kuluttaminen tuntuu sopivan mainiosti. Tässä luvussa keskityn tarkastelemaan

kuntokeitaan brändistä niitä aineksia, jotka tuovat lisäarvoa liikuntapalveluun. Samalla tulee aiempaa seikkaperäisemmin avatuksi termi kuntokeidas.

Täällä minä olen!

Kaupungin keskipisteestä on tullut se paikka, jonne kuntokeitoita halutaan perustaa. Paikaksi kelpaa myös joku muu yhtä näkyvä, vilkas ja helposti saavutettava paikka, esimerkiksi automarkettien lähialueet. Esimerkiksi SATS-ketjulla on keitaat Helsingissä ja Jyväskylässä rautatieasemalla sekä Espoossa kauppakeskus Isossa Omenassa. Kuntokeitoissa näkyy selvästi liikuntapalvelun paradoksi: hikoilemaan on päästävää mahdollisimman vähällä vaivalla (ks. Lavonius 2001). Tosin hektisessä nykykulttuurissa lienee kyse pikemminkin ajansäästöstä, ei niinkään siitä, että ihmiset olisivat laiskistuneet. Moni elämäntapajumppari varmasti kävelisikin kolme varttia kuntokeitoaseen, jollei samana iltana tarvitsisi vielä käydä kaupassa, laittaa ruokaa ja hakea lapsia pois jäähallilta. Perheelliset tai työnarkomaanit eivät yksinkertaisesti ehdi tuhlata kolmea tuntia yhtä liikuntakertaa kohden. Liikkumaan on päästävää nopeasti ja pois vielä nopeammin. Hedonistinen kulttuuri ei ole verkkaista. Kuntokeitoaiden sijaintia määrittää myös se, että monilla fitnessliikuntapaikoilla tärkeänä asiakasryhmänä ovat yritykset. Valtaosalla kuntosalirytyksistä asiakasrytysten kanssa tehdyt sopimukset kattavat neljänneksen koko liikevaihdosta, ja ketjuun kuuluvilla paikoilla yritysten taloudellinen merkitys on tavallista suurempi. (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 9, 11).

Kuntokeitoaan sijainnissa on tärkeää myös se, että logo näkyy. Brändi haluaa itselleen tilaa. Ei riitä, että kuntokeitoaseen tepasteleva näkee, mihin keitoaseen on tullut. Myös ulkopuolisen kulttuurin pitää saada maistiaisia brändistä. (ks. Klein 2000, 61) Niinpä kuntokeitoaan logo on aina mahdollisimman iso ja mahdollisimman näkyvillä. Myös ikkunoita on monessa kuntokeitoassa paljon, ja ne toimivat samaan tapaan kuin näyteikkunat. Toisten paikkojen näyteikkunat on vuorattu keskuksen logoilla, toisten paikkojen ikkunoista voi katsella fitnesskansaa aherruksessaan. Tämä on sinänsä uusi ilmiö, koska ennen peitettyjä ikkunoita pidettiin itsestäänselvyytenä (esim. Sankari 1995, 36). Nyt ei tulisi kuuloonkaan, että jonkun virastotalon kellarikerros täytettäisiin kuntosalivälineillä ja jumppasalilla ja sanottaisiin, että tässä on nyt sitten kuntokeidas.

Kuntokeidasta lähestyttäessä luksus yleensä huokuu vastaan: sisäänkäynti on isompi kuin pelkkä normaalimittainen ovi. Kuntokeidasbrändi on kaikkea muuta kuin vaatimaton. Tosin kaikki eivät ole luksusta pystyneet tilaratkaisujensa vuoksi ihan ulos asti ulottamaan: pariin isoon kuntokeitaaseen pitää edelleenkin etsiä sisäänkäyntiovea, vaikka logot näkyisivätkin kauas. Sijainnilla ja näkyvyydellä kuitenkin taataan, että asiakkaan on helppo tulla paikalle. Tosin helppoudessakin voidaan mennä liiallisuuksiin, kuten kuvassa 1 voidaan huomata. Kuva on eräästä saamastani roskasähköpostista, jossa kerrottiin kuvan olevan peräisin Yhdysvalloista.



KUVA 1. Vähällä vaivalla liikkumaan (tuntematon lähde).

Nurja puoli kuntokeitaiden hyvässä saavutettavuudessa on se, että keskeisten paikkojen tilavuokrat ovat kalliita. Voi vain kuvitella, paljonko SATS maksaa tiloistaan Helsingin rautatieasemalla. Keskeisempää paikkaa ei kai voi Suomessa ollakaan. Kalliit tilavuokrat siirtyvät luonnollisesti asiakkaiden kuukausimaksuihin. Asiakkaan pohdittavaksi jää, haluaako hän maksaa pelkästä sijainnista.

Tervetuloa keitaaseen!

Aikaisemmin kuntokeskuksissa hyvää palvelua oli se, jos sisään pääsi magneetikortilla eli avainkortilla melkein ympäri vuorokauden. Harrastaja ei ollut sidottu aukioloaikoihin, ja erityisen kiitollisia olivat varmasti ne asiakkaat, joilla oli epäsäännöllinen työaika. Henkilökuntaa oli paikalla silloin tällöin asiakkaiden kysymyksiä ja ohjaustarpeita varten. Toki joillakin saleilla oli aikaisemminkin henkilökuntaa paikalla koko aukioloajan, varsinkin, jos salilla oli paljon ryhmäliikuntatunteja tarjolla. Monet kuntokeskukset toimivat edelleen avainkorttien avulla ja pitivät henkilökuntaa paikalla vain osan aikaa päivästä.

Kuntokeitaissa ei useinkaan avainkortilla pääse enää itsekseen sisään, vaan kaikki asiakkaat kulkevat harrastuksensa pariin kuntokeitaan vastaanoton kautta. Nykyään voi todellakin käyttää termiä vastaanotto kassan sijaan (vrt. Sankari 1995, 36). Tosin joissakin vastaanotoissa on käytössä ”itsepalvelu”, eli asiakas vetää kortin laitteen läpi mennessään salille tai halutessaan lipun jumppatunnille. Joka tapauksessa, useissa kuntokeitaissa asiakas on sidottu aukioloaikoihin, jotka eivät ole yhtä joustavia kuin ”avainkorttiajat”. Esimerkiksi Helsingin Aleksanterinkadun Elixia on auki sunnuntaisin klo 11-20, kun taas Jyväskylän pieneen TopShape-kuntosaliin pääsee avainkortilla sisälle sunnuntaisin(kin) klo 5-22 (TopShape 2004). Aukioloaikojen suhteen kuntokeitaissa on siis usein ja yllättäen huonompi palvelu kuin monissa perinteisissä kuntosaleissa tai -keskuksissa. Ketjuuntumisen tuoma näennäinen vaihtoehtojen lisääntyminen on itse asiassa vähentänyt kuluttajan mahdollisuuksia. Niinpä pieniin ”magneetikorttisaleihin” löytyy varmasti jatkossakin oma asiakaskuntansa.

Kuntokeitaaseen sisään päästyään asiakas huomaa heti eron kuntokeitaan ja ”sen vanhan treenisalin” välillä. Kuntokeitaan vastaanottotiski on iso, lähes jo pienen hotellin vastaanottoa vastaava (ks. kuva 2). Tiskin takana häärii usein enemmän kuin yksi työntekijä. Kortin näyttäminen tiskillä työntekijälle tai laitteelle on ikään kuin ilmoittautuminen paikalle.



KUVA 2. Kuntokeitaan vastaanottotiski on iso ja henkilökuntaa on paljon (Athlon 2004).

Kun kulku kuntokeitaaseen tapahtuu vastaanottotiskin kautta, kuntokeidas voi kontrolloida sisään tulijoita ja saada kontaktin asiakkaaseen. Kontakti on useimmiten hymy ja tervehtiminen, mikä kuuluu olennaisesti kuntokeitaiden imagoon. Paikan hengen onkin sanottu olevan puolet palvelusta (Sankari 1995, 15). Lisäksi henkilökunta on useimmiten pukeutunut keitaan omaan yhtenäiseen työasuun. Vastaanottotiski voi myös viestiä asiakkaalle, että hänen jäsenyyteensä ja oikeuteensa käyttää kuntokeidasta suhtaudutaan vakavasti eikä ketä tahansa pääse livahtamaan kuntokeitaaseen. Usein vielä kulku vastaanottotiskiltä puku- ja liikuntatiloihin on tehty niin ahtaaksi, ettei ketään tosiaan pääse ohi henkilökunnan näkemättä. Henkilökunnan kautta voikin kätevästi välittää kuntokeidasbrändiä, ”kylmillä” magneettikorttisaleilla brändin esiin tuominen jää pakostakin hieman valjummaksi kuin kuntokeitaissa.

Peremmälle, peremmälle...

Vastaanottotiskin jälkeen seuraava sisääntulo tehdään pukuhuoneisiin. Tässä tutkimuksessa havaintoja on tehty vain naisten puolelta, mutta oletettavasti miesten

pukuhuoneet ovat ainakin perusilmeeltään samanlaisia kuin naisten pukuhuoneet. Pukuhuoneiden taso ja tilavuus vaihtelee paljon jopa keitaissa, vaikka ne muuten laadullisuuteen pyrkivätkin. Joissakin uusissa paikoissa pukuhuoneisiin on panostettu yllättävän vähän, vaikka pukuhuone toimii eräänlaisena sosiaalityönä, ainakin naisten puolella. Ei monikaan viihdy yleisten tilojen sohvilla tai penkeillä, parhaimmat juttutuokiot käydään pukuhuoneen penkillä tai saunassa.

Myös pukukoppi ja suihkutilat olivat ahtaat. Keskus muistutti lähinnä lähikuntokeskusta, ei niinkään tutkimuskohteena olevaa kuntoketusta. (Tutkimuspäiväkirja)

Pukukaappeja oli todella paljon, meikkauspöytiä ainakin kolme ja vessojakin useita. Pukuhuone toi mieleen jonkinlaisen kylpylän. Pukuhuone oli paitsi suuri, myös erittäin puhdas. Oikein miellyttävä. (Tutkimuspäiväkirja)

Kuntoketissa pukuhuoneiden varustus ei siis välttämättä poikkea tavallisten keskusten pukuhuonevarustuksesta: pari peiliä seinällä ja pari fööniä. Toisaalta joissakin paikoissa postmoderni esteettisyys löytyy myös pukuhuoneesta. Suihkutilaa on yleensä ruhtinaallisesti, eikä suihkuissa tule ruuhkaa. Saunassa ruuhkaa on sitäkin vähemmän. Silmämääräisesti arvioituna yhden jumppatunnin jälkeen vain murto-osa käy keitaassa peseytymässä. Niinpä lämmintä vettä ja ilmaisia peflettejä riittää kaikille halukkaille.

Pukutilojen jälkeen päästään käsiksi itse ydinpalveluun, liikuntatiloihin. Kuntoketissa erilaisia liikuntatiloja on monia. Vaativa liikkuja on kuin herkuttelija (Repo 2001), ja kuntoketassaliikunta pyrkii tarjoamaan kaikki mahdolliset herkut. Seuraavassa käsitellen tiloja lähinnä kohdeketiäni kautta, mutta tilat olivat hyvin samankaltaisia muissakin käymissäni keitaissa.

Kuntoketiaan määritelmäänhan kuului tilojen puolesta kuntosali, spinningsali ja ryhmäliikuntasali. Kohdeketiässa on tilava ryhmäliikuntasali aerobicille kaikkine johdannaisineen. Ryhmäliikuntasalissa kaksi seinää on tapetoitu peileillä, yhdellä on (peitettyjä) ikkunoita ja suuria Les Mills -tuntien mainoksia ja yhdellä pääasiassa jumppavälineitä. Lattia on parkettia, kuten kai kaikissa jumppasaleissa on tapana. Katto on korkealla ja ilmastointi toimii. Mitään häiritseviä, tilaa rikkovia tolppia ei ole

keskellä salia, kuten joskus näkee tilanteen olevan. Jumppavälineitä on kaikenlaisia: painoja, mattoja, lautoja, palloja, keppejä, kuminauhoja, ja niin edelleen. Välineet ovat uusia, mikä tietenkin johtuu myös siitä, että itse keidas on melko uusi. Kohdekeitaassa on tarjolla melkein kaikki uusimmat jumppavariaatiot.

Aerobicsalin lisäksi kohdekeitaassa on tila kuntosali- ja muilla välineillä tehtävälle kiertoarjoittelulle. Tätä varten on olemassa erikseen omat ohjatut tuntinsa, mutta tilaa saa käyttää myös tuntien ulkopuolella. Tämä tila on vähiten käytössä, koska tunnit eivät ole yhtä suosittuja kuin esimerkiksi spinningtunnit. Spinningsalilla on pyöriä vierä vieressä, kaikki suunnattuna korokkeella olevaa ohjaajan pyörää kohti. Ikkunat on peitetty tummennetuilla verhoilla, koska spinningtunnilla poljetaan usein hämärässä. Salissa on lisäksi muutama värivalo, joita käytetään tunnelman tehosteina. Luksusta tarjoaa katossa roikkuva peilipallo. Sitä tosin käytetään hyvin vähän, koska jotkut asiakkaat voivat pahoin sen aiheuttaman pyörimistunteen vuoksi.

Kun edellä mainituissa ryhmäliikuntatiloissa vallitsee yleensä hektinen tunnelma (paitsi venyttelytuntien aikana), kuntosalilla tunnelma on rauhallisempi. Kuntosalin esteettisyyteen on selvästi kiinnitetty huomiota, värit sointuvat toisiinsa. Laitteita on runsaasti, ja ne ovat samanmerkkisiä ja siten samanvärisiä. Tilaa on runsaasti, muttei liikaa avaruutta. Tolppiin on maalattu keitaan logoja, jottei brändi pääsisi unohtumaan keitaan sisälläkään. Viihtyisyyttä on lisätty monilla viherkasveilla, mikä onkin erittäin yleistä kuntosaleilla. Peilejä on riittävästi, vaikka niiden määrää rajoittavatkin parilla sivulla olevat suuret ikkunat (joista osasta näkee ulkopuolelta hyvin sisään). Aerobisten laitteiden edessä on televisioita, joista kaikilta tulee eri ohjelmaa. Laitteet ovat jonossa televisioiden takana siten, että mahdollisimman moni voi nähdä ne. Kuvista 3 ja 4 voi saada käsityksen kuntosaleiden yleisilmeestä.



KUVA 3. Kuntokeitaan sali on avara ja laitteet esteettisesti esillä (Athlon 2004).



KUVA 4. Aerobista kuntoa harjoittamassa (Athlon 2004).

Taina Kinnunen arvioi oman tutkimuksensa kuntokeitaan miesten salin viestivän maskuliinista uhoa ja itsekontrollia, perinteisiä urheilun elementtejä. Naisten sali

puolestaan viesti haurautta ja lempeyttä, ei-urheilijamaista itsekontrollia ja alistuvuutta. (Kinnunen 2001b, 123, 127). Kohdekeitaan sali on sekasali, ja niinpä tunnelma on sekoitus Kinnusen tutkimuksen saleista. Minä itse kuvaisin salin täyttyvän *sivistyneestä uhosta*, joka huokuu niin naisista kuin miehistä. Postmoderni sukupuolten rajojen hämärtyminen (ks. Scraton 1994, 251) pilkahtaa myös kuntokeitaassa.

Kuntokeitaan tiloissa on joitakin kuvia, mutta kuvia käsitellään seikkaperäisemmin seuraavassa luvussa. Samoin liikunnan sisältöihin paneudutaan myöhemmin.

Ja sitten muuta?

Kuntokeitaan vastaanottotiskien yhteydessä on poikkeuksetta myynnissä fitnessaiheisia tuotteita. Lähes kaikilla saleilla ja kuntokeskuksissa myydään ravitsemukseen liittyviä tuotteita, mutta kuntokeitaissa myynnissä on myös muita tuotteita. Kohdekeitaassani juomahyllyn täyttivät erilaiset energia- ja palautusjuomat, tarkasti en tuoteselosteisiin ja juomien vaikutuksiin tutustunut. Lisäksi tarjolla oli lähdevettä. Juomien vierellä oli erilaisia proteiini- ja energiapatukoita. Jos patukat eivät riittäneet proteiininalkään, niin asiakas saattoi valita monista erilaisista proteiinijauhepurkeista. En tosin saata kuvitella, että superlatiivisin ilmauksin koristellut valtavat purkit tekisivät kauppaansa kuntokeitaassa, jossa suurin osa asiakkaista on kuitenkin ihan tavallisia fitnessharrastelijoita.

Kaikenlaisten suuhunpantavien lisäksi kohdekeitaassa on myynnissä kuntosaliharjoittelua varten vöitä ja hansikkaita, jumppavaatteita ja -tossuja sekä juomapulloja ja hikipyyhkeitä. Näistä viimeksi mainituilla saattaa olla kysyntää. Kuitenkin oma tulkintani on, että koko myyntiosasto on keitaassa pääasiassa imagollisista syistä, koska kertaakaan en nähnyt kenenkään todella ostavan mitään. Toisaalta voidaan ajatella, että tuotetarjonta on hieman epäonnistunut osa brändiä, koska asiakkaat eivät halua olla tekemisissä tämän brändin osan kanssa. Kenties menekkiä voisi olla enemmän jumppakansalle kohdistetuilla tuotteilla (ei siis proteiinipurkeilla), esimerkiksi liikuntaan sopivilla hiusnauhoilla, virkistävillä minisuihkusaippuoilla ja fitnesslehdillä.

Erialaisten oheistuotteiden lisäksi kuntokeitaassa on saatavilla myös oheispalveluja. Solarium lienee niistä vanhin ja käytetyin. Noin joka neljännellä kuntosalilla on solarium (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 4), joten keitaiden varustukseen se kuuluu ehdottomasti. Kauneusihanne vaatii päivettyntä ihoa. Solariumin lisäksi merkittävä lisäpalvelu keitaassa on lapsiparkki, jonne voi lahjoittaa lapsensa treenin ajaksi. Lapsiparkilla halutaankin mahdollisesti viestiä ensinnäkin oman keitaan tarjoamasta lisäarvosta sekä siitä, että jokaisella tulee olla mahdollisuus liikunnan harrastamiseen. Tosin tämä palvelu on saanut kuluttajat takajaloilleen, kun kaikkien lapset eivät mahdukaan parkkiin. Brändi ei siis aina ole pystynyt pitämään lupaustaan. Lapsiparkin aukioloajat ajoittuvat usein alkuillan ruuhkatunneille. Lapsiparkin toiminnan havainnointi on tämän tutkimuksen yhteydessä ollut vaikeaa, koska kohdekeitaan lapsiparkki sijaitsee hieman sivussa kulkuväyliltä, eikä tilaa voinut huomiota herättämättä havainnoida. Yhtenä lisäpalveluna keitaassa on usein vielä kahvion tapainen pöytärykelmä, jossa asiakas voi nauttia ostamiaan fitnessjuomia tai -patukoita, lukea lehtiä tai muuten vaan seurustella. Tosin aulan pöytiä näytettiin käytettävän lähinnä asiakkaiden jäsenneuvontaan, kuntoilijat eivät niissä juuri istuskele.

4.2 Vain jäsenille

Alun perin Pirjo oli halunnut kuntokeitaan asiakkaaksi talven ajaksi, mutta jäseneksi oli pitänyt sitoutua koko vuodeksi. Vasta parin käynnin jälkeen Pirjo oli alkanut pohtia, jaksaisiko hän käydä keitaassa kesäkuumallakin. Ja entäs jouluna, kun pitää siivota ja leipoa ja lähteä mummolaan ja valmistella uuttavuotta... Toisaalta, vaikei keitaassa ehtisikään aina käymään, niin onpahan ainakin mahdollisuus siihen. Tai mitä jos keitaaseen kyllästyy? Pirjo pudisti päätään ja totesi, ettei sellainen nyt ollut vaihtoehtona. Eihän hän voisi sanoa miehelleen kahden kuukauden jälkeen, että nyt en enää jaksakaan käydä ja se maksaa 60 euroa kuukaudessa. Hienoa kuitenkin oli se, että nyt hänellä oli kahvipöydässä yhteistä puhuttavaa vuodeksi eteenpäin työpaikan trenditietoisten kanssa.

Koko liuta suomalaisia kuntokeskuksia on siirtynyt jäsenyysperiaatteeseen, ja uudet kuntokeitaat ovat tarjolla lähes poikkeuksetta vain jäsenille. Loppuvuodesta 2003 jäsenkeskukset olivat haalineet arviolta 15 prosenttia Suomen kuntokeskusasiakkaista, mutta tilanne on muuttunut viime vuosina nopealla tahdilla, joten tämän tutkimuksen valmistuessa luku on varmasti jo suurempi (Katajisto 2003a). Malli on tuotu ulkomailta, ja useat ketjut ovatkin kansainvälisiä. Jäsenyys on uusi rakennusaine fitnessliikunnassa ja se on tuonut liikuntapalveluun mukaan monia sellaisia ulottuvuuksia, jotka aikaisemmin ovat puuttuneet.

Jäsenyyden koukerot

Käytännössä jäsenyys tarkoittaa sitä, että maksettuaan jäsenmaksun asiakas pääsee keitaan jäseneksi ja sitoutuu – usein vähintään vuodeksi eteenpäin – maksamaan kuukausittaisen harjoittelumaksun, tai vaihtoehtoisesti asiakas voi ostaa vuoden jäsenyyden kerralla. Kuukausittainen harjoittelumaksu on kuntokeitaissa noin 60 euroa, kerralla maksettu vuoden kortti tulee yleensä hieman halvemmaksi. Vastineeksi jäsen saa rajattomasti harrastaa kuntokeitaassa ja osallistua keitaan järjestämiin jäseniltoihin, esimerkiksi pikkujouluihin. Tosin eräässä tutkimuksen varrelle osuneessa keitaassa jäseniltäkin oli vielä erikseen maksullinen.

Kuntokeitaiden tultua Suomeen jäsenyyksistä syntyi paljon eripuraa. Ihmiset eivät ilmeisesti ymmärtäneet, mihin olivat sitoutuneet, ja kuluttajaviranomaisille valitettiin, kun jäsenyydestä ei päässyt eroon (Sommers 2001). Tällä hetkellä ainakin eräässä käymässäni kuntokeitaassa sopimuksen voi purkaa tai lykätä, jos tulee raskaaksi, sairastuu tai muuttaa pois paikkakunnalta. Lisäksi joidenkin ketjujen jäsenyyksiä voi vuokrata tai myydä toiselle, jos vain itse löytää sopivan ostajan. Uusi valitusaalto syntyi vuoden 2004 alussa siitä, että keitaat vähensivät ohjattujen tuntien määrää jopa kolmasosalla. Moni jäsenyytensä maksanut suivaantui, kun palvelu ei enää vastannut sitä, mitä jäsenyyden alussa luvattiin. Ilmeisesti alkuhuuman jälkeen on ryhdytty tarkastelemaan talouslukuja ja keitaat pyrkivät tekemään vaihteeksi myös voittoa (ks. Nelonen 2004). Lisäksi tutkijan korviin on kantautunut huhuja siitä, että Helsingin suosituimpiin jumppiin on haettava paikka tuntia ennen jumpan alkua, jos mielihäntä

mukaan. Nykyään joissakin liikuntapaikoissa onkin siirrytty internetin kautta toimivaan jumppavarausjärjestelmään (Katajisto 2003b). Ongelmia on aiheutunut myös lapsiparkeissa, kun kaikki tuodut lapset eivät ole mahtuneet lapsiparkkiin, eivätkä siten kaikki halukkaat jumppaajat ole päässeet liikkumaan. Yleisesti nuristaan vielä siitä, että keitaisiin ei saa kymmenen kerran kortteja tai kertaliput ovat järkyttävän kalliita, useimmiten kymmenestä eurosta ylöspäin. Nähtäväksi jää, miten tällaiset seikat vaikuttavat kuntokeitaiden suosioon pitkällä aikavälillä.

Jäsenyyspakkoa on pääasiassa perusteltu sillä, että sen avulla motivoidaan asiakas harrastamaan liikuntaa säännöllisesti (Sommers 2001; Astikainen 2003). Tämän perusteella keitaat siis kuvittelevat tyydyttävänsä asiakkaidensa liikuntatarpeet täysin, vuodenaajasta riippumatta. Viis siitä, jos joku mieluummin hiihtäisi muutaman talvikuukauden ajan tai kesäkuukausina haluaisi rullaluistella, hölkkäillä, pyöräillä, uida tai soudella auringonpaisteessa. Kuntokeidasliikunnan ongelma on myös liikuntaharrastuksen yksipuolisuus (keitaan laajasta tarjonnasta huolimatta): tuskin kaikilla on varaa enää kuntokeitaan jäsenyyden rinnalla maksaa uinnista, laskettelusta tai keilaamisesta. Edistyksestä tietysti on, jos ja kun jäsenyyspakko motivoi jonkun muuten laiskanpuoleisen henkilön harrastamaan liikuntaa. Silti ei ole epäilystäkään siitä, etteikö jäsenyyden solmimisessa voittaja olisi nimenomaan kuntokeidas. Omiin korviini ei ainakaan ole kantautunut, että joku olisi erityisen hyvillään jäsenyyspakosta.

Jäsenyys on keitaille yksinkertainen tapa luoda brändilojaaliutta. Kun keidas on saanut yhden asiakkaan, sillä on vuosi aikaa vakuuttaa asiakas palvelunsa erinomaisuudesta. Kun vuoden aikana asiakas on siirtänyt brändin merkityksiä itseensä, ei hän enää välttämättä ole yhtä halukas luopumaan uudesta kulutusvalinnastaan, kuin jos jäsenyyttä olisi voinut harkita uudestaan jo kuukauden jälkeen. Idea on siis samantapainen, kuin pakata tuotteet suuriin monen kappaleen pakkauksiin.

Asiakkaiden värväminen jäseneksi on ihan oma lukunsa. Jo pelkkä hintojen tiedustelu puhelimitse on mahdotonta, potentiaalisen asiakkaan on vaivauduttava keitaaseen kuulemaan jäsenneuvojalta, paljonko touhu maksaa. Jäsenyyttä yritetään myydä sinnikkäästi, koska yhdellä allekirjoituksella on saatu asiakas kokonaiseksi vuodeksi. Usein myös kuntokeitaaseen tutustuminen edellyttää tapaamista jäsenneuvojan kanssa. Tässä tutkimuksessa tapaamiset olivat vähintäänkin kiusallisia, koska minulla ei ollut

aikomustakaan ostaa koko vuoden jäsenyyttä. Siten jouduin epäeettisesti valehtelemaan parin keitaan henkilökunnalle.

A [jäsenneuvoja] on silmin nähden pettynyt – –. Lupasin ottaa yhteyttä, mikäli haluaisin kortin kuntokeitaaseen. A yrittää ängätä tapaamista ja haluaa itse palata asiaan... pysyn tiukkana ja kerron olevani valmis asian kanssa vasta myöhemmin. (Tutkimuspäiväkirja)

Lisäksi neuvoja kyseli ja jutteli paljon muutakin. Tilanne oli sinänsä onnistunut, koska huomasin sosiologisen tarkkailun sijaan löpötteleväni kaikenlaista suunnitelmistani. Tämä oli sitäkin mielenkiintoisempaa, koska puolet jutuistanihan olivat valhetta – –. (Tutkimuspäiväkirja)

Jäsenyyden kautta kuntokeitaisiin luodaan löyhää yhteisöllisyyttä. Huomionarvoista kuitenkin on, että ainakin kohdekeitaassa yhteisö syntyy nimenomaan kulutusvalinnan kautta suhteessa ympäröivään maailmaan, ei niinkään keitaassa itsessään. Yhteisöllisyys on siis ikään kuin individualistista, kollektiivista yhteisöllisyyttä en juurikaan päässyt tutkimusjaksoni aikana kohdekeitaassa kokemaan. Tietysti tähän vaikuttanee myös se, että tutkimusjaksoni kohdekeitaassa kesti vain neljä kuukautta. Me-henkeä yritetään kyllä nostaa jäsentapahtumilla, mutta moni saapuu niihin omien ystäviensä kanssa. Kuvaavaa on, että itsekkin koin huomattavasti miellyttävämmäksi napata ystäväni mukaan toiseen jäsentapahtumaan, kun ensimmäisessä olin tuntenut itseni lähinnä ulkopuoliseksi. Seuraavassa kerron hieman enemmän näistä tapahtumista.

Jäsentapahtumat

Jäsentapahtumat ilmentävät hyvin postmodernismia. Jäsentapahtumat eivät tähtää mihinkään päämäärään, käsillä oleva hetki on nautintoa varten. Humu yhdistää enemmän kuin normaali arki. (ks. Maffesoli 1995, 24–25) Jäsentapahtuma heijastaa enemmänkin halua kuin tarvetta.

Ensimmäinen jäsentapahtuma oli melko pienimuotoinen. Kyseessä oli jumppatunti, jota oli muunneltu päätarkoituksena hulluttelu ja ”bilemeiningin” nostaminen kattoon. Perjantai-illan spesiaalissa ohjaajat olivat pukeutuneet peruukkeihin ja yhdenmukaisiin juhlatoppeihin. Lisäksi jumppakansan seassa rohkaisijoina toimi muutama henkilökuntaan kuuluva, jotka olivat myös pukeutuneet enemmän ravintolailtaa kuin jumppatuntia ajatellen. Jumppasalia ei oltu koristeltu, mutta yhdessä nurkkauksessa oli tarjolla snackseja ja hedelmiä sekä boolia.

Tapahtuman odottelu salin ulkopuolella ei juuri mitenkään eronnut tavallisen jumppatunnin odottelusta, ihmiset eivät olleet ainakaan vielä riehaantuneet jäsentapahtumasta. Niinpä kaverukset jutustelivat keskenään ja muut odottivat hiljaa. Minä itse tulin tunnille yksin. Aika ajoin lauman ohi pyyhälsi salamyhkäisen näköistä henkilökuntaa. Tunnelma oli odottava.

Jumppatunti tai oikeammin jäsentapahtuma alkoi jumppaajien osalta tavallisen tunnin tavoin, mutta ohjaajat kiljuivat innosta heti alusta pitäen. Vauhtia oli enemmän kuin asiakkaat pystyivät vastaanottamaan, mukaan tempautuminen tuntui ilmeisesti liian rajulta rauhallisen odottelun jälkeen. Vähitellen ryhdyttiin etsimään hieman tanssillisia ja vapautuneita liikeratoja, aika ajoin kirmailtiin ympäri jumppasalia. Vierustoverin kanssa vaihdettiin paikkoja ja läppäiltiin käsiä. Vaikka asiakkaat alkoivat vähitellen löytää sisäisen huvittelijansa, suhtauduttiin kaikenlaiseen ylimääräiseen intoutumiseen vielä varauksella.

Seuraavien musiikkikappaleiden aikana jaettiin palkintoja ”parhaiten bailanneille” ja innokkaimmin mukana laulaneille. Mahdollisuus palkintoon piristi joidenkin juhلاميelta, ja yksi nuori nainen väläytti riehakkuuttaan liimaantumalla tanssiin ventovieraan miehen kanssa (vieraus selvisi minulle jälkeenpäin kuullessani heidän keskustelunsa). Suurin osa kuitenkin pysytteli omalla reviirollään ja jammaili tai lauleskeli maltillisesti. Välillä pidettiin taukoa, syötiin hedelmiä ja suolaisia sekä hörpittiin mehua tai boolia. Pelkästään jo mahdollisuus boolin juontiin herätti hieman hilpeyttä, vaikkei kukaan sitä ehtinyt humaltumiseen asti tauon aikana juomaankaan. Tauon jälkeen sovellettiin perinteistä tuolileikkiä, jossa yksi leikkijöistä jää musiikin loputtua ilman tuolia, jolle istua. Jäsentapahtumassa poisputoaja joutui lyhyeksi aikaa ringin keskelle tanssimaan. Tämä tuntui melkoisen rankalta esilläololta, ja niinpä

taistelu putoamista vastaan oli totinen. Onnistuakseen kyseinen leikki olisi vaatinut huomattavasti tuttavallisemman tunnelman tai kenties enemmän boolia. Leikki venyi todella pitkäksi, mutta viimeiset jäljelle jääneet, jotka eivät siis joutuneet esittelemään tanssitaitojaan, palkittiin tavarapalkinnoin.

Varsinaisen liikunnan loputtua käytiin vielä käsiksi boolimaljaan ja jäljelle jääneisiin naposteltaviin. Ihmiset seurustelivat keskenään, jotkut juttelivat ohjaajien kanssa. Yksin paikalle tulleet vaeltelivat salissa sen näköisinä, etteivät haluaisi näyttää yksinäisiltä. Boolin loputtua ihmiset alkoivat pikku hiljaa siirtyä pukuhuoneisiin. Osalla meno jatkui saunan jälkeen keskustan yöelämässä, mutta tutkija itse oli tässä vaiheessa poistunut näyttämöltä.

Tutkimusjakson ensimmäisen jäsentapahtuman ero tavalliseen jumppatuntiin oli siinä, että ohjaajat olivat pukeutuneet eri tavalla ja kiljahtelivat paljon normaalia enemmän, jäseniltä odotettiin improvisoitua liikehdintää ja tarjolla oli palkintoja, ruokaa ja juomaa. Omalta osaltaan lisämausteet tietenkin antoivat vastinetta jäsenyyden hinnalle. Tavoiteltu ilmapiiri ja ”kohdekeidaslaisuuden” tunne jäivät kuitenkin melko häilyviksi.

Toinen jäsentapahtuma oli ensimmäistä laajamittaisempi. Ensin tarjolla oli kolme erilaista, päivän teeman mukaan rakennettua jumppatuntia, joista sai valita mieleisensä. Jumppatuntien jälkeen oli aikaa saunomiselle, ja sen jälkeen alkoi iltaesitys aerobic-salissa. Tapahtumassa mukana oli lähes koko henkilökunta ja satakunta osallistujaa. Kaikki osallistujat eivät kuitenkaan olleet jäseniä, koska mukaan sai tuoda ystävän myös keitaan ”ulkopuolelta”. Kokonaisuudessaan tämä jäsenilta kesti reilu kolme tuntia.

Kuten aiemmin jo totesin, ensimmäisen jäsenillan kokemuksen jälkeen koin miellyttävämmäksi ottaa jonkun tutun mukaan jäsentapahtumaan. Ystäväni kanssa osallistuimme spinningtunnille. Tunnin aihe oli koottu tarinaksi ja tunti eteni kahden ohjaajan ja yhden kertojan voimin. Ohjaajien asut oli huolella suunniteltu ja ne vaihtuivat tarinan edetessä tiuhaan. Jumppaajat oli jaettu kahteen ryhmään ja he osallistuivat tarinan kulkuun välillä toisiaan vastaan taistellen, eli vimmatulla polkemisellä yritettiin nujertaa vastapuolen selkäranka. Ohjaajien näyttelijäsuoritusten, kertojan ja jumppaajien osallistumisen lisäksi tuntia värittivät kohtauksiin sopiva musiikki ja valot. Varsinaista liikunnallista ohjaamista tunnilla oli vähän.

Jumppaajat suhtautuivat ajoittaisesta kummastelusta huolimatta tuntiin hyvin. Vasta jälkepäin tulin pohtineeksi, että tällainen elämystunti on kenties ”henkisesti vaarattomampi” järjestää spinningin pariin kuin muihin ryhmäliikuntamuotoihin. Spinningissä ollaan sidottuja oman pyörän reiviin, joten yksityisyyttä ei päästä tunnin aikana helposti uhkaamaan. Teematunnilla kokeiltu ”toisia vastaan polkeminen” ei vaadi samalla tavalla esillä oloa kuin jos samaa ideaa toteutettaisiin perinteisillä aerobic-tunneilla. Lisäksi tietysti kaikkien on helppo pysyä polkemisessa mukana, mutta muilla tunneilla esimerkiksi koreografian vaikeus saattaa aiheuttaa ongelmia. Mielenkiintoista olisikin ollut nähdä toiset asiakasillan teematunnit, miten ne onnistuivat ja millaista mukaan heittäytymistä niissä jumppaajilta vaadittiin.

Jumppatuntien jälkeen ohjelmassa oli saunomista. Naisten pukuhuone oli odotetusti aivan turvoksissa ja suihkuihin joutui jonottamaan. Saunassa istuttiin likistyksissä, mikä kylläkin oli omiaan nostattamaan hilpeää juhlatunnelmaa. Jotkut jopa avoimesti joivat omia alkoholijuomiaan saunassa ja pukuhuoneessa. Pukutiloissa ilma paksuuntui, kun kymmenet ehostautuvat asiakkaat suihkivat hiuslakkaa ja hajuvesiä koko loppuillan edestä. Peilien edessä oleilivat äskeisten punaisten ja hikisten naamojen sijaan maalatut ja itseään huolellisesti tarkkailevat kasvot. Kohdekeidas oli hetkessä muuttunut laatuliikuntapaikasta levottomaksi baari-illan lämpiöksi. Hämmäntävintä muutoksessa oli kuitenkin se, että tällaiset perinteisesti liikuntapalvelubrändiin kuulumattomat asiat eivät herättäneet mitään hämmennystä.

Ennen illan esitystä päästiin taas käsiksi boolimaljaan. Jokainen oli saanut keitaaseen tullessaan vastaanotosta kaksi juomalippua, joilla sai lunastaa itselleen kaksi lasia boolia. Tässä kohtaa ei voi välttyä ajattelemasta sitä kritiikkiä, minkä urheilijoiden kosteat voitonjuhlat ovat herättäneet. Näyttää siltä, että alkoholi on olennainen osa myös kuntoliikkujien juhlintaa. Nyt siitä on tehty yksityisellä sektorilla samaan tapaan kollektiivista kuin urheiluseurojen saunaillat. Uusinta uutta kohdekeitaan tavassa vain oli se, että alkoholin käyttö tapahtui *liikuntapaikassa*. Liiottelematta voi sanoa, että näky oli asiaan tottumattomalle (tutkijalle) groteski.

Boolimaljan kautta päästiin vihdoin aerobic-saliin odottelemaan illan ohjelmaa. Penkeiksi kannettiin step-lautoja, mutta lopulta sali tuli niin täyteen, että puolet

joutuivat seisomaan takarivissä. Osa oli tullut katsomaan vain iltaohjelmaa ja jättänyt jumppatunnit väliin.

Iltaohjelmaan kuului tanssia, voimistelua, kilpa-aerobicia, näytelmä ja yhteinen laululeikki. Osa ohjelmanumeroista oli humoristisesti karrikoituja versioita mutta lavalla nähtiin myös vaativaa osaamista. Kokonaisuudessaan ohjelma oli erittäin viihdyttävä, ja sen eteen oli selvästi nähty paljon vaivaa. Yleisö oli erikoisen innokkaasti mukana: se jaksoi taputtaa musiikin tahdissa *joka kerta*, kun siihen oli tilaisuus. Lisäksi esiintyjät saivat ansaitsemansa suosionosoitukset. Illan ehdoton huipentuma oli laululeikki, johon yleisö lähti yllättävän hyvin mukaan. Niinpä sata aikuista ihmistä vaappui ja heilui vähäjärkisen näköisinä ja nautti siitä. Ilmeisesti ironisella kulutuksella on tässäkin mielessä vapauttavia piirteitä.

Esityksen jälkeen tungos siirtyi taas boolipisteen luokse. Ihmisiä parveili yllättävän paljon vielä keitaassa, joten ilmeisesti moni oli päättänyt jatkaa juhlintaansa. Tässä vaiheessa poistuimme ystäväni kanssa paikalta, koska meille kotiin suuntaaville ei tuntunut olevan enää mitään tarjolla. Siten molemmista jäsentapahtumista jäi näkemättä se, mihin kuntokeitaassa aloitettu hummailu oikein päättyy. Todennäköisesti kuitenkin yhteinen juhlinta hajaantuu pienempiin porukoihin viimeistään keitaan ulko-oven sulkeuduttua.

Jäsentapahtumat ovat ehkä omintakeisin lisä, mitä kuntokeitailla on tarjottavanaan tavallisten kuntokeskusten kuukausikortteihin verrattuna. Koska itse liikunta ei kuntokeitaassa ole suunnattoman elämyksellistä (tätä käsitellään seuraavassa luvussa), haetaan sitä jäsentapahtumista. Asiakkaille tuntuu kuitenkin olevan tärkeää se, ettei elämyksien tuottamiseen tarvitse näkyvästi osallistua. Kukaan ei halua olla esillä tai aktiivinen kuntokeitaan jäsentapahtumassa. Tästä syystä ensimmäinen jäsentapahtuma ei ollut yhtä onnistunut kuin toinen. Siispä jäsentapahtumilla tuskin kannattaa tavoitella samaa yhteenkuuluvuuden tunnetta, jota urheiluseurassa voidaan tavoittaa.

On hyvä huomioida, että tutkimusjaksolle osuneissa jäsentapahtumissa oli vain pieni osa jäsenistä. Useita satoja jäseniä ei ollut nauttimassa tästä lisäpalvelusta (kohdekeitaan jäsenmäärä on oma arvioni, ja se perustuu kuntokeitaiden johtohenkilöiden yleensä esittämiin lukuihin keitaansa jäsenmäärästä). Niinpä voisi kuvitella, että suurin osa

jäsenistä maksaa tästä lisäpalvelusta aivan turhaan, koska he haluavat vain liikuntapalveluja. Ja toisinpäin: onko jäsentapahtumista saatava hyöty kuntokeitaalle vaivan väärti? Jos jäsentapahtumaan uhrattu rahasumma käytettäisiin kaikille tarjolla oleviin asioihin, saavutettu asiakkaiden lojaalius ja tyytyväisyys voisi olla nykyistä suurempi. Jospa siis vastaanotosta saisikin juomalippujen sijaan pienen näytteen urheilujuomaa.

*

*

*

Jäsenyyspakolla liikuntaan on ympätty uusia merkityksiä. Kuntokeitaan jäsenyysperustelujen linjassa fitnessliikunnasta on tehty aiempaa suunnitelmallisempaa ja pitkäjänteisempää. Tosin käytännössä tämä jää sanahelinäksi, tavoitteellisuus ei juurikaan tule esiin aineistossa.

Pääasiassa jäsenyys on tehnyt fitnessliikunnasta entistä selvemmin kulutusvalinnan. Postmoderni yhteisöllisyys on juuri tällaisten yksilöllisten valintojen kautta muodostuvaa yhteisöllisyyttä. Kuntokeitaan yhteisöllisyys on jotain aivan muuta kuin liikuntakulttuurimme perinteinen ”talkoohenki”. Uuden yhteisöllisyyden ei kuitenkaan pidä ymmärtää olevan jotenkin väärään suuntaan vievä tai epäaito. Kulutuskriittisessä tarkastelussa on helppo sortua tuomitsemaan uusi kulutusyhteisöllisyys, mutta näkökulmaksi voi valita myös postmodernin pluralismin, jonka mukaan yksikään arvo ei ole parempi kuin toinen (Taipale 1989, 28). Uusi yhteisöllisyys ei myöskään sulje pois perinteistä liikuntayhteisöä, esimerkiksi urheiluseurajäsenyyttä, vaan antaa tilaa monen erilaisen viiteryhmän jäsenyydelle. Tosin ketjuun kuuluvat kuntosalirytykset tyypillisesti kokevat urheiluseuratoiminnan uhkaksi omalle toiminnalleen (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 123). Kuntokeidasjäsenyyden avulla voi tuntea kuuluvansa ainakin yhteen viiteryhmään, joka on vahvempi kuin perinteiset fitnessviiteryhmät. On siinä vaan erilainen kaiku, jos kymppikortin sijaan on jonkin kuntokeitaan *jäsen*.

5 KUNTOKEIDAS LIKUNNAN KIMPUSSA

Aikaisemmissa luvuissa on pyritty kuvailemaan ja selittämään kuntokeitaan toimintaympäristöä ja kuntokeidasta palvelukeitana sekä niiden vaikutusta kuntokeidasliikuntaan. Tässä luvussa tarkastellaan sitä, mitä ohjatut tunnit, esitemateriaali ja kuvat kertovat liikunnan merkityksistä. Liikunnan merkityksiä ja perusteluja selventämään olen teoreettiseksi taustaksi ottanut ihmiskäsitykset ja ruumiillisuuden tulkinnat. Selkeyden vuoksi tässä luvussa esitellään ensin teoreettista taustaa, jota sitten sovelletaan aineiston käsittelyyn.

5.1 Liikunnan perusteluihin vaikuttavia lähtökohtia

Pirjo oli tilannut ajan henkilökohtaisen kunto-ohjelman tekoon. Pirjo oli itse ajatellut, että tavoitteena olisi pysyä hyvässä kunnossa talvenkin läpi - ja ehkä vähän kiinteytyä. Ohjaaja puolestaan kertoo, että tärkeintä harjoittelussa on kokonaisvaltainen hyvinvointi. Liikunnan pitää tuntua hyvältä ja kuntoilemaan on turha tulla, jos ei yhtään huvita. Pirjo on ihmeissään: mitä tekemistä hyvällä tai pahalla mielellä on kiinteytymisen kanssa? Mitä on tapahtunut "no pain, no gain" -ajattelulle?

Liikunnan merkityksiä tarkasteltaessa ei voi välttyä kiinnittämästä huomiota ruumiiseen, koska se liikuntaa näkyvästi harjoittaa. Usein siis liikuntaa perustellaan sen vaikutuksilla ruumiiseen. Ruumiiseen voi suhtautua monella eri tapaa, vaikka kulttuurimme antaisikin raamit yleisille ruumiintulkinnoille. Kuitenkin myös mieli on matkassa liikuntaa harjoitettaessa. Tämän tutkimuksen alkusysäys ja ydin keskittyy juuri tähän ongelmaan: mitä perusteluja liikunta kuntokeitaassa saa ja mitä elementtejä liikunnan vaikutuksiin liitetään. Hyötyykö liikunnasta ruumiin lisäksi myös psyyke? Ja mitä ruumiille liikunnan avulla tapahtuu?

Dualistinen ja holistinen ihmiskäsitys

Ruumiin ja mielen eroavaisuus tai symbioosi on ollut kautta aikojen kiinnostava pohdinnan aihe. Liikunnassa erilaisia suhtautumistapoja tähän lienee eniten esiintynyt kilpaurheilun valmennuksessa. Kuitenkin myös fitnessliikuntapaikoissa on selkeästi havaittavissa erilaisia vivahteita mielen ja ruumiin yhteydestä. Tässä tutkimuksessa näiden vivahteiden selventämiseksi otetaan välineiksi dualistinen ja holistinen ihmiskäsitys.

Dualistisen ihmiskäsityksen mukaan ihmisessä on kaksi toisistaan erillistä osaa: psyyke ja ruumis (Suuri Tietosanakirja 2001, 138). Ruumis nähdään naturalistisella tavalla eräänlaisena koneistona. Kretchmarin (1994) mukaan tämä ajattelu on tuonut paljon edistystä: lääketieteellisiä ratkaisuja ja kehitystä urheiluvalmennuksessa. Toisaalta tämä ajattelu on vaarallinen liikuntatieteille. Ruumiin ja psyyken erottelu johtaa ruumiin kohtelemiseen objektina, koneena, ja vähemmän tärkeänä kuin psyyke. Psyyke ohjailee ruumista. (Kretchmar 1994, 34–35) Tässä tutkimuksessa kuntokeitaan dualistisella ihmiskäsityksellä tarkoitetaan sitä, että liikunnan vaikutukset kohdistuvat vain ruumiiseen. Psyykeä ei ajatella liikuntaa perusteltaessa, vaan psyyke on ruumista ohjaileva elementti.

Holistinen ihmiskäsitys näkee ihmisen yhtenä kokonaisuutena, josta ei eroteta ruumista ja psyykeä. Kretchmarin (1994) mukaan holistisessa katsannossa ei edes käytetä sanaa ruumis ja psyyke, vaan ihminen suorittaa joko ajatustyötä tai motorisia toimintoja. Molemmat näistä voivat olla oivaltavia ja luovia tai yksinkertaisia ja rajattuja. (em., 74–78) Fitnesslajeissa motorinen taitavuus ja luovuus voivat olla päämääränä, mutta se tuskin on ainoa tavoite. Holistisuus näkyy tässä tutkimuksessa lähinnä käsityksenä, joka käsittää ruumiin ja mielen osallistuvan liikuntaan ja hyötyvän liikunnasta. Usein arkikielessä kuulee psyykkistä ja fyysistä terveyttä kuvattavan sanalla hyvinvointi, joka on suosittu termi kuntokeitaiden mainonnassa. Vaikka Kretchmar ei haluakaan puhua käsitteillä ruumis ja psyyke, niin tässä tutkimuksessa niitä kuitenkin käytetään myös holistista ihmiskäsitystä kuvattaessa.

Kretchmar painottaa voimakkaasti holistisen ihmiskäsityksen paremmuutta dualistiseen verrattuna. Myös Sankari (1995) antaa näin ymmärtää: Sankarin mukaan vie aikansa, ennen kuin ruumis ja henki lakataan erottelemasta toisistaan ja yleensäkin ruumiin toisarvoisuus hylätään (Sankari 1995, 24). Tässä tutkimuksessa ei oteta kantaa kummankaan ihmiskäsityksen paremmuuteen. Dualismi ja holismi on otettu vain välineiksi liikunnan merkitysten selvittämiseksi.

Ruumis objektina ja subjektina

Ruumiillisuus ei ole mikään postmodernin ajan ilmiö, onhan ruumis aina ollut olemassa. Aikaisemmin ruumista käsiteltiin lähinnä lääke- ja luonnontieteissä, mutta myös antropologiassa ollaan pitkään oltu kiinnostuneita ruumiillisuudesta (Turner 1991, 1). Yhteiskuntatieteissä ruumiillisuus tuli mielenkiintoiseksi 1980-luvulla, jolloin heräsi keskustelu tieteen suhtautumisesta ruumiillisuuteen. Ruumiin kohteleva toisarvoisuus ei enää käynyt laatuun. Aihe oli yhteiskunnallisestikin kiinnostava, joten ruumiillisuuden käsittelyssä päästiin nopeasti eteenpäin. (Oinas 2001, 18, 21) Ruumiin merkityksen kasvu näkyi myös valtakulttuurissa: syntyi ajatus bodypääomasta. Ruumiin toiminnallisuudella ja ulkonäöllä ryhdyttiin tavoittelemaan ympäristön arvostusta. (Silvennoinen 1992, 471)

Ruumiillisuudelle on vaikeaa löytää yhtä selkeää määritelmää, eikä vähiten siksi, että sitä käytetään eri tieteenaloilla erilaisissa merkityksissä. Ruumiillisuuden pohtiminen on levinnyt laajalle, samoin ihmisen määrittelevä psykofyysinen kokonaisuutena. Luonnollisesti ruumis saa myös eri elämäntilanteilla erilaisia tulkintoja ja tarkoituksia: uskonnon ruumis on erilainen kuin teollisuuden ruumis ja urheilun ruumis erilainen kuin taiteen ruumis. (Itkonen 1996, 99–135) Yhteistä ruumiillisuuden käsitteille tuntuu kuitenkin olevan konkreettisuus, ruumiin mieltäminen erillisenä hengestä. Tässä tutkimuksessa yhdytään Sankarin (1995) käyttämään määritelmään ruumiillisuudesta: se sisältää ”olemassa olemisen, kokemuksen ja esilläolon”, eikä erottele ruumiinkulttuuria ja -kokemusta toisistaan (Sankari 1995, 16). Lienee ilmiselvää, että yleisimmät ruumiintulkinnat vaikuttavat myös liikuntakulttuuriin (Itkonen 1996, 160).

Koska jo pelkästä kuntokeitaan ruumiinkuvasta olisi voinut tehdä oman tutkimuksensa, olen tässä yksinkertaistanut ruumiiseen liittyviä tulkintoja. En käsittele sitä, kuka ruumiin konstruoi ja kuka sitä tulkitsee, tai kuinka ruumis on vapautettu tai kahlittu. En myöskään pureudu ruumiillisuuden tiukkaan teoriaan, koska ruumiillisuus on tässä vain yksi monista välineistä liikunnan merkityksiä pohdittaessa. Niinpä olen jaotellut ruumiintulkinnat tämän tutkimuksen osalta ruumiiseen toiminnan objektina ja ruumiiseen toiminnan subjektina. Featherstone puhuu lähes samaa tarkoittaen ulkoisesta ja sisäisestä ruumiista (Featherstone 1991, 171). Ruumis objektina tai subjektina kuuluu dualistisen ihmiskäsityksen piiriin, holistista ihmiskäsitystä tulkittaessa objektin ja subjektin käsitettä ei käytetä.

Tulkinnalla ruumiista toiminnan objektina tarkoitan sitä, että ruumis on toiminnan kohteena ilman, että se ”hyötyy” toiminnasta. Mieli pakottaa ruumiin työhön, jotta ruumiista tulisi sellainen, kuin mieli haluaa. Yksinkertaisesti tämä tarkoittaa sitä, että ruumista muokataan (sisäisten tai ulkoisten) ulkonäköihanteiden vuoksi. Tässä näkökulmassa ruumis on siis kuntoilijan oman toiminnan kohteena, ei toisten kuntoilijoiden katseiden kohteena. Tosin on myönnettävä, että juuri viimeksi mainitusta objektisuuden muodosta on edellä mainittukin varmasti saanut alkunsa, joten siitä muutama sana.

Ruumiista katseiden kohteena on puhuttu paljon. Tällaisesta ruumiin objektisoinnista on syytetty milloin mediaa, milloin miehiä, milloin koulun jumppaopea. Keskustelu on keskittynyt usein naisiin, kenties sen vuoksi, että puhe ruumiillisuudesta on aika ajoin liittynyt vähemmistöjen oikeuksien ajamiseen (Oinas 2001, 20). Miehet eivät kuitenkaan ole yhtään vähemmän ruumiillisia kuin naiset (Sankari 1995, 17). Nykypäivänä miesten ruumiillisuudesta on tullut naisten ruumiillisuuden tavoin ongelmallinen. Suomen kaltaisissa maissa, jossa naisten asema on hyvä, maskuliininen ruumis joutuu uudella tavalla katseen kohteeksi ja mainonnan välineeksi (Hänninen 1997, 119, 125; vrt. Johansson 2001, 38). Ääritapauksena naisten anoreksian rinnalle on tullut miesten adoniskompleksi, lihasdysmorfia (Pope, ym. 2000, Kinnusen 2001b, 125 mukaan). Toisaalta ulkonäkökeskeisyys on - ainakin toistaiseksi vielä - useimmille miehille vierasta, koska sillä on hyvin naisiset perinteet (Hänninen 1997, 130). Siten uusi, yhä esteettisempi ruumiinkulttuuri odottaa vielä vaikutustaan tavallisten miesten toimiin ruumiiden suhteen. Koska kuntokeidas kuitenkin edustaa uusimpia asioita

kulttuurissamme, en halua tässä tutkimuksessa tehdä perinteistä eroa naisten ja miesten välille. Sukupuolierot eivät ole olennaisin seikka senkään vuoksi, että tutkimuskohteena on kuntokeidas, eivät sen käyttäjät. Kuntokeidas liikuntakäsityksineen tarjoutuu – ainakin pääosin – kaikille samanlaisena sukupuolesta ja muista ominaisuuksista riippumatta.

Ruumiin alistamisesta katseiden kohteeksi ja arvosteltavaksi on hyvin lyhyt matka siihen, että ihmiset itse objektisoivat oman ruumiinsa. Ruumiista halutaan tehdä katseiden kestävä. Ulkonäkösytyt ovat yksi tekijä liikunnankin harrastamisessa. Tästä puolestaan on hyvin lyhyt matka siihen, että palveluntarjoajat ottavat kaiken irti ulkonäköpaineista. Jäljempänä aineiston käsittelyn yhteydessä selviää, miten kuntokeidat ovat mukana ruumiin objektisoinnissa.

Tulkinnalla ruumiista toiminnan subjektina tarkoitan sitä, että ruumis on yhtä lailla sekä toteuttava että hyötyvä elementti. Liikuntaa harrastetaan sen vuoksi, että myös ruumis hyötyy siitä toiminnallisesti eikä vain muokkautu jonkin näköiseksi. Tärkeää on toiminta.

Jostakin syystä ruumiin toiminnallisuus on kirvoittanut paljon vähemmän pohdintoja kuin ruumis toiminnan kohteena. Kuitenkin esimerkiksi norjalaisen Kirsti Pedersenin mukaan naiset ovat ryhtymässä aikaisempaa aktiivisemmiksi toimijoiksi eri elämäntilanteilla (Kärki 1993, 188). Ruumiin subjektisuus kanavoidaan usein ruumiinkokemuksiin (esim. em., 188; Oinas 2001, 26). Tutkimuksissa ruumiinkokemuksiin liittyy paljon negatiivisia piirteitä, ahdistusta ruumiillisuudesta (esim. Kosonen 1997). Toisaalta toimijakeskustelussa ongelmallista on se, että toimijasta on tehty oman elämänsä sankari, joka on täysin itsenäinen ympäröivästä kulttuurista huolimatta (Oinas 2001, 27). Featherstone taas väittää, että loppujen lopuksi sisäisen ruumiin huoltamisen tarkoituksena on parantaa ulkoista ruumista (Featherstone 1991, 171). Tarkoituksenmukaista olisi nähdä ruumis sekä toimijana että kulttuurin kohteena (Oinas 2001, 26). Tässäkään tutkimuksessa ei haluta sulkea pois toista tulkintaa toista käsiteltäessä. Tutkimuskohteen selventämiseksi jatkossa käytetään kuitenkin pääasiassa aina vain toista tulkintaa.

5.2 Jotain uutta, jotain vanhaa, jotain lainattua – ohjattujen tuntien kirjo

Ohjattu ryhmäliikunta lienee näkyvin ja selkein väylä, jolla kuntokeitaat voivat – tiedostetusti tai tiedostamatta – vaikuttaa asiakkaidensa liikuntakäsityksiin. Ryhmätuntien sisällöt ja nimekkeet kantavat monia (piilo)merkityksiä liikunnasta. Ohjaajat puolestaan pukevut sanoiksi sen, miksi tunnille on ylipäättään tultu tai miksi sinne pitäisi jatkossakin tulla. Seuraavassa käsitellään ihmiskäsitysten ja ruumiintulkintojen avulla sitä, millainen merkitys ohjattuun ryhmäliikuntaan kuntokeitaassa liitetään.

Body balanssissa

Aerobicista lähteneiden ryhmäliikuntamuotojen ja erilaisten jumppavälineiden kirjo on erittäin värikäs. Pääasiassa kaikenlaiset variaatiot ovat tulleet jäädäkseen, ja ohjattujen tuntien nimikkeiden repertuaari onkin karannut tavallisen jumppaajan käsityskyvyn ulottumattomiin. Kehitys ei näytä hiipuvan, ja uusia tuulia puhaltaa joka vuosi ”Amerikan jumppalandiasta” (Pulkkinen 2001). Välineinä ryhmäliikuntatunneilla käytetään spinningpyöriä, jättipalloja, käsi- tai levypainoja, tuubeja, kuminauhoja, core-lautaa, step-lautaa, voimatankoa, jumppamattoa, kuntosalilaitteita ja niin edelleen. Oman jumppahistoriani aikaisista keksinnöistä unholaan on tietääkseni jäänyt vain slide-luistelumatto, ja keppijumppakin taitaa olla jo hiipumaan päin. Uutena villityksenä tarjoillaan crossingia, joka on eräänlainen spinningin, sauvakävelyn ja stepperin yhdistelmä (Lindblom 2003).

Viime vuosina jumppatunteihin on saatu hieman järjestystä, kun lisenssitunnit tulivat markkinoille. Lisenssitunnit ovat tietyn mallin mukaisia ja niitä saa pitää vain lisenssinmukaisen koulutuksen käynyt ohjaaja. Siten siis asiakaskin tietää suurin piirtein, mitä on odotettavissa. SATS-ketjulla on omia lisenssituntejaan ja tietyn kaavan mukaisia tunteja on varmasti muillakin ketjuilla. Tunnetuin lisenssituntien lanseeraaja on kuitenkin Les Mills International.

Globalisaation perusolemus, ajan ja tilan muutos (Giddens 1994, 4), ilmenee fitnesssteollisuudessa osuvasti Les Mills –tuntien kautta. Yritys on uusiseelantilainen, mutta tismalleen samanlaisia tunteja harjoitetaan samaan aikaan 50 maassa ja 8000 eri kuntokeskuksessa. Sama ohjelma pyörii kaikkialla samanlaisena aina neljännesvuoden. Vaihtoehtoina ovat BodyBalance, BodyPump, BodyStep, BodyCombat, RPM (spinning), BodyAttack ja BodyJam. Näistä viisi ensin mainittua tuntikonseptia on tarjolla myös suomessa. Suomessa Les Mills -tunteja voi harjoittaa 105 kuntokeskuksessa. (Les Mills International 2004) Siten siis kyseessä on verrattain massiivinen ilmiö fitnessliikunnassa.

Les Mills –tunteja on myös niissä keitoissa, jotka on otettu tässä tutkimuksessa ohjattujen tuntien tarkasteluun. Mukaan olen ottanut yhden SATS-ketjun, Elixia-ketjun ja Motivus-ketjun helsinkiläisen kuntokeitaan. Helsinki on valittu sen vuoksi, että todennäköisimmin tarjonta on Helsingissä runsainta. Tähän tarkasteluun materiaali on saatu kunkin keitaan kotisivuilta. Olen jaotellut ryhmäliikuntatunnit nimekkeidensä ja kuvaustensa perusteella holistisiin tunteihin ja dualistisiin ruumis objektina -tunteihin ja ruumis subjektina -tunteihin. Taulukossa 1 on nähtävänä kussakin kategoriassa olevien tuntien nimikkeitä ja niihin liittyviä ominaisuuksia.

TAULUKKO 1. Ohjattujen tuntien jakautuminen eri tulkintakategorioihin tuntinimikkeiden ja ominaisuuksien mukaan.

Tulkinta-kategoria	Holistinen	Dualistinen/ ruumis objektina	Dualistinen/ ruumis subjektina
Tuntien nimikkeitä	<p>Astangajooga, SATS Yoga, K&M-venyttely, KlassinenCore, LesMills BodyBalance, Motivus Jooga, Syvävenyttely</p> <p>AfroDance, HappyHour, Latin, Easy-Bailatino, Free Funk, Latin Jam</p> <p>VoimaTotal ja VoimaTotalStep, Step, Vario, SATS Pulse, Core-circuit, LatinoPace, FunPace, Indoor Cycling (BodyPump) (K&M Xycling)</p>	<p>Kiinteytys Muokkaus Rasvanpoltto RVP-muokkaus (reisi, peppu, vatsa) Step-muokkaus</p> <p>Pace Indoor Cycling BodyPump Core Coreball Voima 30</p>	<p>Hurlinki (eri tuntivariaatioita) Pace, LadyPace, Sporttipace, Express</p> <p>Venyttely, Bodylogic, Basic Streching, Power Streching</p> <p>TerveSelkä, VatsaSelkäTreeni Niska-selkä</p> <p>Xycling, ShapeUp, Extreme, Race, SATSEasy, WakeUp</p> <p>Aerobic, Step, WellBall, Bosu, Voima 30, CoreTraining, BodyStep, BodyPump, Bodybar, Elixiri, Motivus, Motivus Army, Motivus Mix, Rasvanpoltto, Sykejumppa, (Core ja Coreball),</p> <p>BodyCombat, Kick Power, Combat Mix, Kuntonyrkkeily</p> <p>Bailatino, Salsa, Combo, LatinoFit</p>
Tuntien ominaisuuksia	<p>(vaikutuksen ruumiiseen) keho & mieli body & mind stressistä rentoutuminen tunne paremmasta olost hauskuus, nautinto fiilis/mukaansatempaava tietoisuus kehosta</p>	<p>kiinteytyminen kalorien kulutus rasvanpoltto</p>	<p>aerobinen kestävyys lihaskunto liikkuvuus painonpudotus kestävyysharjoittelu kuormitus tehokas tasapaino</p>

Tuntien jaottelu osoittautui kovin monimutkaiseksi, eikä edellä oleva taulukkokaan siten ole tyhjentävä. Joidenkin tuntien kohdalla kuvaus sisälsi lukuisan määrän erilaisia vaikutuksia ja liikunnan merkityksiä, ja tästä syystä jotkut tunnit ovat useammassa kategoriassa. Pääasiassa kukin tunti on kuitenkin pyritty sijoittamaan vain yhteen ryhmään. Joissakin kuvauksissa kerrottiin lyhyesti vain tunnin kulusta, ja tällöin tunnit on sijoitettu ruumis subjektina -kategoriaan. Taulukko antaa kuitenkin pääpiirteittäisen kuvan siitä, mitä merkityksiä liikunnalle kuntokeitaissa annetaan.

Holistisiin tunteihin olen laskenut kaikki sellaiset tunnit, joilla on kerrottu ruumiillisten vaikutusten lisäksi olevan psyykkisiä vaikutuksia. Psyykkisiksi vaikutuksiksi on huomioitu kaikki henkisestä rentoutumisesta elämyksiin. Tosin rajanveto tässä on

hankalaa: rentoutumisella voidaan tarkoittaa niin lihasten kuin mielenkin rentoutumista. Rajanvetoa on tehty myös pikkutarkasti sanamuotoja mukailleen – mukaan on otettu vain itse liikuntaan liittyvät ominaisuudet, ei esimerkiksi ohjaajaan tai musiikkiin liittyviä ominaisuuksia. Siten siis hauska tunti on eri asia kuin tunti hauskan musiikin siivittämänä. Luonnollisesti myös ohjaajalla ja musiikilla on vaikutusta tunnin sisältöön, mutta selkeyden vuoksi olen noudattanut edellä mainittua jakoa. Taulukossa on holistisiin ominaisuuksiin lueteltu vain liikunnan vaikutuksia psyykeen.

Selkeimmin holistisiin tunteihin kuuluvat erilaiset joogan versiot, joita luonnehditaan mm. stressistä vapauttaviksi. Lisäksi moniin tanssillisiin tunteihin liitetään emotionaalisia piirteitä: hauskanpitoa ja nautintoa. Hauskuutta liitetään myös moniin ”tavallisiin” tunteihin, jotka ovat taulukossa alimpana lokerossaan. Erikoista on se, että mieleen liittyvien vaikutusten kirjo on paljon kapeampi kuin ruumiiseen liittyvien vaikutusten. Ehkäpä tämä johtuu siitä, että liikuntaa on perinteisesti pidetty ruumiin suorittamana toimintona, ja vasta viime aikoina on ryhdytty korostamaan sen holistisia piirteitä. Tällä hetkellä suurin osa tunneista ei kuitenkaan saa mitään psyykkisiin vaikutuksiin liittyviä perusteluja.

Ohjattuja tunteja luokittelemalla näyttäisi siltä, että ainakin suorasta ruumiin objektisoinnista oltaisiin kuntokeitaissa pääsemässä eroon. Vain noin joka seitsemännellä tunnilla kerrottiin olevan vaikutuksia ruumiin ulkomuotoon, eli perusteltiin liikuntaa ulkonäöllisillä syillä. Vielä 1990-luvulla suosiossa olleet kiinteytys-, muokkaus- ja rasvanpolttotunnit ovat korvautumassa ruumiin toiminnallisuutta korostavilla tuntinimikkeillä (vrt. Kinnunen 2001b, 127). Kuitenkin joidenkin uusienkin tuntien kuvauksissa (lokerossa alempi ryhmä) kerrotaan kehon kiinteytymisestä ja rasvan palamisesta.

Suurin ryhmä tuntien jaottelussa on ruumis subjektina -tunnit. Kuten aikaisemmin totesin, olen tähän ryhmään sijoittanut myös ne tunnit, joiden kuvauksissa on puhuttu vain tunnin kulusta. Pääasiassa näillä tunneilla on kerrottu olevan vaikutuksia ruumiin fyysiseen kuntoon. Joidenkin tuntien kohdalla fyysisiä vaikutuksia on kuvailtu hyvin monipuolisesti. Olen sijoittanut tähän ryhmään myös niitä tunteja, joiden kerrotaan auttavan painonpudotuksessa. Laihtuminenhan saattaa olla myös toiminnallinen, ei

ainoastaan ulkonäöllinen tavoite. Lisäksi tässä luokassa on myös tunti ShapeUp, vaikka shape-kunnon lisäksi tarkoittaa myös muotoa (Rekiaro & Douglas 1991, 1245).

Yleisesti tuntien nimistöä tarkasteltaessa voi huomata, että jotkut tuntinimikkeet liittyvät yksinkertaisesti vain tunnilla käytettyyn välineeseen: Bosu, Bodybar, Hurlinki, WellBall, ja niin edelleen. Välineisiin liittyvät tuntien nimet ovat neutraaleja ja tarjoavat tilan kaikenlaisille kuntoilijoille kaikenlaisten tavoitteiden kanssa. Monessa tuntinimikkeessä korostetaan kuitenkin itse *toimintaa*: Venyttely, Xycling, CoreTraining, BodyPump, BodyCombat, VatsaSelkäTreeni, WakeUp, ja niin edelleen. Näistä tunneista saa jo ensi maulta sellaisen kuvan, että pääosassa on toimija, ei niinkään väline. Tunnit ovat aktiivisille ja itsenäisille ihmisille. Lisäksi erikoistumisen myötä osa tuntivariaatioista on saanut ikään kuin urheilulajin statuksen: sitä voidaan harjoittaa vakavissaan ja tavoitteellisesti. Enää ei käydä pelkästään aerobicissa, vaan toinen käy Pumpissa siinä missä toinen spinnaa, eli harrastaa spinningiä. Tämä tietenkin aiheuttaa sen, että jumppakansaa on yhdessä keitaassa joka lähtöön.

Les Mills –tuntien nimet sisältävät lähes kaikki sanan body, mikä on ihan ymmärrettävää tähdättäessä ruumiintavoitteisiin. Hieman yllättäen myös mind & body –teemalla mainostetun tunnin nimi on BodyBalance. Nimi viittaa enemmänkin ruumiin tasapainoon kuin mihinkään henkiseen. Toisaalta body-sanankäyttö voi liittyä aivan patenttitekniikkiin asioihin. Mielenkiintoista kuitenkin on, että muut tunnukset sisältävät hyvin harvoin sanoja body tai fitness. Ilmeisesti kuntokeitaat haluavat profiloitua nimenomaan hyvinvointikeskuksiksi, eivät niinkään fitnessliikuntapaikoiksi.

Tuntien nimistöä tarkasteltaessa ei voi olla puuttumatta vielä yhteen seikkaan – englannin kielen käyttöön. Suurin osa tunneista on saanut englanninkielisen nimen. Tämä viittaa jo aikaisemmin mainittuun globalisaatioon, johon mukaan pääsevät vain kielitaitoiset. Heitä taas pääasiassa ovat nuoret kaupunkilaiset. He ovat myös niitä, jotka suurelta osin ovat valloittaneet kuntokeitaat. Siten on vaikeaa sanoa, kumpi oli ensin, muna vai kana – englannin kieli vai asiakasryhmä. Vaikeaa on myös arvioida, kuinka paljon englannin kielen käyttö tuntien nimissä todella sulkee asiakkaita ulkopuolelleen.

Nimiviidakosta selvittyään tunnille uskaltautuva kohtaa uuden liikunnan määrittelijän, ohjaajan. Mitä ohjaajalla on sanottavanaan vetämästään tunnista ja liikunnasta yleensä?

Täysiiä nyt, oman kunnon mukaan!

Hyvin suuri osa tämän tutkimuksen kenttätöajasta kului kohdekeitaassa ohjattujen tuntien parissa. Tarkoituksena oli selvittää, mitä merkityksiä ohjaajat liikuntaan lataavat. Ohjaajathan ovat ikään kuin auktoriteetin asemassa kuntoilijoihin nähden. Tutkimuksen aikana selvisi, että ohjaajat perustelevat liikuntaa yllättävän vähän. Kenties liikunnalle ei haluta antaa tietynlaisia merkityksiä, koska ne voivat olla ristiriidassa asiakkaan omien merkityksien kanssa. Seuraavassa kuitenkin ruoditaan ohjaajien merkitystä ja tapoja liikunnan perustelijoina.

Vaikka tuntitarjonta on lisääntynyt jatkuvasti, ryhmäliikuntatunneilla jumpataan edelleen usein saman vanhan kaavan mukaan. Tunnit kestävät sitkeästi edelleen kolmesta vartista tuntiin. Tosin pirteän poikkeuksen tekee Elixia, joka tarjoaa tunteja vartista tuntiin ja varttiin. Jumpassa alkuverryttely ja jäähdyttely venyttelyineen kuuluvat tietenkin asiaan, mutta niiden välissä tapahtuvien asioiden soisi vaihtelevan enemmän. Nyt edelleen huhkitaan ensin hiki pintaan ja lihaskunto-osuuden viimeisenä liikkeenä ovat lähes poikkeuksetta vatsalihasliikkeet. Tuntien sisältö voisi olla loputtomasti mielikuvituksen muokattavissa. Niinpä puheet elämyksellisyydestä tuntuvat hieman liioitelluilta, vaikka fitnesssteollisuus haluaa sitä painottaakin: Les Mills Internationalin mukaan fitness on siirtymässä palveluteollisuudesta viihdeteollisuuteen (Les Mills International 2004).

Koko liikuntakulttuurin kannalta viihteellistäminen on varmaankin ihan hyvä kehityssuunta, koska liikunta joutuu taistelemaan muiden vapaa-ajanvietteiden kanssa ihmisten kiinnostuksesta. On myös otettava huomioon, että teknokraattisen yhteiskunnan vastapainoksi ihmiset ovat tulleet uudella tavalla psykologisesti herkiksi. Yksilö haluaa kokea kohtaamansa tilanteet myös emotionaalisesti. (Ziehe 1991, 29–30; ks. myös Sankari 1995, 7) Liikuntapalvelun menekkiin ei enää riitä, että se on terveellinen ja järkevä vapaa-ajanviettotapa. Impulsiivista elämysliikuntaa ei kuntokeitaissa kuitenkaan ole tarjolla kuin jäsentapahtumissa. Tämä on hieman ristiriitaista juuri elämysteollisuuden kasvaessa. Toisaalta lienee kai oletettua, että kuntokeitaissa liikunnan perusvire löytyy ensisijaisesti muusta kuin elämysthakuudesta. Luksusympäristöstä huolimatta jumppatunnille ei lähdetä

samoista syistä kuin hohtokeilaamaan, lumilautailemaan tai minigolfaamaan. Niinpä elämysten olisi löydettävä niille sopiva tie myös fitnessliikuntapalveluihin.

Tietenkin on hyvä pohtia, mikä oikein tekee liikuntapalvelusta elämyksen. Elämykseen vaaditaan vahvoja tunteita, ja ne syntyvät eri ihmisillä erilaisista asioista. Jos elämystä on jumppatunnin liikunnallinen sisältö, niin kuten sanottu, elämykset jäävät fitnessliikkujalta vähiin. Jos elämystä on erilaiset värivalot, niin siinä tapauksessa spinningtunnit ovat elämyksellisiä. Jos elämystä on hyvä musiikki, niin monet tunnit ovat elämyksellisiä, koska tylsästä konemaisesta jumppamusiikista on siirrytty ihan oikeiden ja alkuperäisten kappaleiden soittamiseen. Tosin Les Mills –tunneilla musiikki on kolme kuukautta samanlainen, joten joku saattaa tympääntyä. Itselläni syntyi kuitenkin BodyPump-tunneilla soitettuihin kappaleisiin erityinen suhde: kun kappale soi jossakin muussa yhteydessä, saatoinkin miltei tuntee poltteen lihaksissa ja miedon hien tuoksun, mieleen syöksyi uhmaa ja tunsin itseni voimakkaaksi. Kun sama tunne pulpahtaa esiin myös uudessa ympäristössä, on kai pakko olla kyse jonkinasteisesta elämyksestä. Jos taas elämystä on hyvä, persoonallinen ja räiskyvä ohjaaja, kohdekeitaassa muutama ohjaaja kykeni tuottamaan elämyksellisiä tunteja, enemmistö kuitenkin ei. Toiset ohjasivat hyvin, mutta eivät räiskyneet, toiset taas räiskyivät vähän liiaksikin ja ohjaaminen jäi hoitamatta.

Tunnelma oli aika ajoin hieman rock-konserttimainen, kun ohjaaja huudatti jumppaajia. Lienee ilmiselvää, että ohjaaja on melko suosittu. (Tutkimuspäiväkirja)

Ohjaaja yritti hieman väkinäisesti saada ihmisiä liikkumaan innostuneesti. Hän kehotti jumppaajia hymyilemään ja unohtamaan kaikki arkihuolet. – Minä itse olin aika ajoin hieman pihalla, koska tunti oli huonosti ohjattu. Myös jotkut muut näyttivät olevan epätietoisia siitä, mitä oikein tapahtuu. (Tutkimuspäiväkirja)

– – ohjaajan hötkyily menee tavallaan kaikilta hieman ”ohi”. (Tutkimuspäiväkirja)

Ajoittaisten positiivisten ja hauskojen elämysten lisäksi holistisia piirteitä tunteihin tuo henkinen rentoutuminen. Tunneilla, joissa tähdätään kiireettömyyteen ja psyykkiseen

”hiljentyminen”, on onnistuttu tavoitteessa hyvin. Kohdekeitaassa rentouttavat tunnit erosivat selkeästi muusta ryhmäliikunnasta. Myös muilla tunneilla kehoitettiin jättämään kaikki päivän huolet sivuun ja keskittymään tunnilla vain itsen. Tämä kuitenkin tuntui jäävän irralliseksi huomautukseksi, kun tunnilla jo kiiruhdettiin eteenpäin.

Kuten kaikkea liikunnan perustelua, myös ruumiin subjektiivisuuden vahvistamista oli kohdekeitaan ryhmäliikuntatunneilla vähän. Vain muutaman kerran ohjaaja todella kertoi tunnin vaikutuksesta aerobiseen tai anaerobiseen kestävyYTEEN. Toisaalta samasta ”jumppalajista” oli eritasoisia tunteja, joten kuntoilija pystyi sillä tavoin tarkkailemaan itse edistystään harrastuksessaan. Kuntotavoitteista puhuttiin enemmän vaativimmilla tunneilla, helpoilla tunneilla ohjaaja kehotti useimmin tekemään ”oman tason mukaan”. Toisin sanoen, fyysisesti kovakuntoisimpia jumppaajia piiskattiin parempaan suoritukseen kun taas hieman heikompi tasoisia ohjattiin liikkumaan hyvän fiiliksen rajoissa. Tällä tapaa ilmeisesti halutaan vähentää fitnessliikunnan drop out -ilmiötä; kun asialle vihkiytymättömätkin kokevat liikunnan mielekkäänä, he luultavasti pysyvät matkassa mukana ja ostavat jäsenyyden seuraavallekin vuodelle. Varmaankin samasta syystä liikuntaa on ryhdytty perustelemaan muilla tavoin kuin ruumiin muokkaamisella. Moni nimittäin muokkaustehtävässä epäonnistuu ja siten turhautuu koko liikuntapalveluun.

Hengitys- ja verenkiertoelimistön kunnon lisäksi yllättävän vähän puhutaan taidoista. Tosin taitojen oppiminen tai oppiminen ylipäätään ei yleisesti kuulu fitnesskulttuuriin samalla tapaa kuin moneen muuhun liikuntamuotoon (Dietrich 1989, 101–102). Taitojen oppimista ei aseteta tavoitteeksi eikä taitoja tunneilla juuri harjoiteta. Koordinaatiokyvyn parantumisesta puhuttiin kohdekeitaan tunneilla vain pari kertaa. Suoritustekniikkaa neuvottiin useimmiten turvallisuuden vuoksi, ei motorisen oppimisen vuoksi. Kuitenkin taitojen oppimiselle tuntuu olevan tilausta:

Tunnilla oli alku- ja loppuverryttely, mutta muuten tunti oli erityislaatuinen. Tunnilla keskityttiin aluksi selkeästi pallon hallintaan, ja muitakin koordinaatiota vaativia liikkeitä oli runsaasti. – – Tunnilla siis opittiin selkeästi TAITOJA. – – Tunti oli todella aloittelijoille. Muilla aloittelijoiden tunneilla olen törmännyt usein liian nopeaan tempoon. (Tutkimuspäiväkirja)

Ihmettelen hieman, miksi näillä aloittelijoiden tunneilla ei HARJOITELLA mitään, vaan tähdätään heti kuntotavoitteisiin. Monilla oli vaikeaa pysyä rytmissä. (Tutkimuspäiväkirja)

Tunnilla viljeltiin paljon asentojen nimiä... miksi tästä ei ole tekniikkatunteja!?! (Tutkimuspäiväkirja)

Taitoja kuitenkin opittiin joillakin tunneilla. Enimmäkseen taitoelementtejä oli niillä tunneilla, joilla harjoitettiin tasapainoa. Lisäksi kohdekeidas järjesti muutamaa jumppalajia varten tekniikkatunteja, joilla nimensä mukaisesti harjoiteltiin ainoastaan tekniikkaa eli taitoja. Nämä tunnit olivat melko koulumaisia, ja ohjaaja antoi yksilöllistäkin palautetta. Tekniikkatunnit olivat suosittuja, ja joskus varsinaisilla tunneilla jumppaajia katsellessa tuli mieleen, että tekniikkatuntien pitäisi olla pakollisia. Voitaisiinhan normaaleihin tunteihinkin sisällyttää enemmän motoristen taitojen oppimista. Ilmeisesti kuitenkin taitojen oppimista pidetään kuntokeitaissa toissijaisena, koska esimerkiksi ohjaaja hyvin harvoin neuvoo liikkeitä väärin tekevää jumppaajaa.

Ruumiin objektisointi ohjaajan toimesta oli yhtä harvinaista kuin kyseiseen kategoriaan kuuluvat tuntien nimikkeet. Tutkimusjakson aikana ohjaaja viittasi liikunnan ulkonäköä kohentaviin vaikutuksiin vain muutamia kertoja. Enemmän ulkomuotovirikkeitä antoi ohjaajien pukeutuminen. Osa ohjaajista voisi luonnehtia enemmänkin ekshibitionisteiksi kuin pedagogeiksi. Jotkut ohjaajat pukeutuivat selkeästi paljastaviin ja hyvältä näyttäviin vaatteisiin. Paljastavaksi pukeutumisen katsoin silloin, kun napa näkyi tai muuten asussa oli tavallista vähemmän kangasta. Niukkoihin vaatteisiin pukeutuminen ei ollut ohjaajan vartalonmuodoista kiinni. Fitnesskulttuurin vaatekoodit istuvat siis tiukassa. Lähes kaikilla ohjaajilla oli ihonmyötäisiä vaatteita, mutta koska muukin (nuoriso)muoti on tällä hetkellä melko ”tiukkaa”, ei ohjaajien pukeutuminen näyttänyt mitenkään erikoisen paljon ruumiinmuotoja korostavalta. Sitä paitsi ihonmyötäiset trikoovaatteet ovat myös oikeasti mukavia ja käytännöllisiä jumppatunneilla.

Mitä ohjaaja sitten itse asiassa tunnin aikana juttelee? Kysymykseen on vaikea vastata, eikä tutkimuspäiväkirjani merkinnätkään anna siitä yksiselitteistä vastausta. Ohjaajan roolina kohdekeitaan tunneilla oli enimmäkseen ohjeistaa tunti läpi ja viihdyttää sekä

kannustaa jumppaajia. Viihdyttäminen kulminoitui hyvin usein tuttavallisuuteen, joten ohjaaja ei useinkaan ottanut auktoriteetin asemaa. Joskus se toimi, joskus ei:

Kokonaisuudessaan ohjaaja yritti selkeästi pitää kaverillista ilmapiiriä yllä – –. Hauskin tilanne syntyi, kun yhden jumppaajan hervoton nauru tarttui ohjaajaan kesken vatsalihassarjan. (Tutkimuspäiväkirja)

Näillä BodyPump-tunneilla vallitsee joku ihmeellinen kauhu siitä, että joutuu eturiviin hikoilemaan. Heti salin ovien avauduttua osa porukasta ryntää takariviin, ja täyttäminen alkaa sieltä käsin. Minä itse jouduin vaihtamaan jo valitsemaani paikkaa, koska ihmisiä tunki jatkuvasti lisää salin muutenkin ahtaaseen takaosaan! Muilla tunneilla sentään osa ihmisistä HALUAA eturiviin ja salia täytetään tasapuolisesti. Nyt edessä oli jälleen väljempää ja paljon tyhjääkin tilaa. Eikä ohjaaja tee mitään korjatakseen tätä epätasapainoa. (Tutkimuspäiväkirja)

Useimmiten ohjaajan kannustus liittyi tunnin kulkuun tai pinnistelyyn jonkun liikkeen kanssa: *enää XX jäljellä, nyt et luovuta, purista, anna mennä, tsemppaa vielä vähän aikaa, ole voimakas, rullaa kevyesti, mieti miten hyvä olo tämän jälkeen on, tämä vaatii jo vähän asennetta, hyvä.* Kerran yksi ohjaajista intoutui valitsemastaan musiikista niin, että huusi joka toisen kappaleen alkaessa: ”*Kuunnelkaapas tätä!*” Toisinaan joidenkin ohjaajien kommunikointi ja kannustaminen ei kohdannut omaa sisäistä taistelijaani:

Ohjaaja kannusti tunnilla jonkin verran, mutta enimmäkseen tunnilla oli melko leppoinen meininki. Monesti ohjaaja huuteli musiikin tahtiin ”hop, hop, hop”. Mitä hop? (Tutkimuspäiväkirja)

5.3 Hyvää oloa esitteistä

Esitemateriaali koostuu vuosina 2002–2004 keitaista tai postitse saaduista erilaisista julkaisuista: avajaislehdessä, mainoksista, erään kuntokeitaan säännöistä sekä tiedotetyyppisestä materiaalista. ”Materiaaliosia” kertyi yhteensä 17 kappaletta. Pääosa

materiaalista on kohdekeidasketjun saleista. Kaikki materiaali on suunnattu nimenomaan asiakkaille ja suurin osa aloittelijoille, mikä tietenkin vaikuttaa aineiston sisältöön. Monessa lehtisessä on esitelty kuntokeitaassa tarjottavia palveluja, mitä on käsitelty jo aiemmin luvussa neljä. Lehtisissä on kuitenkin kerrottu auliisti myös liikunnan vaikutuksista, joihin uppoudutaan tässä luvussa. Tässä kohtaa materiaalia käsitellään samoin välinein kuin ohjattuja tunteja. Lisäksi pyritään avaamaan muita mielenkiintoisia näkökulmia. Tekstin seassa esiintyvät lainaukset ovat kaikki esitemateriaalista.

Esiteaineistossa korostui kuntokeidasliikunnan turvallisuus. Lähes jokaisessa materiaalissa tuotiin esille, että luvussa on turvallista liikuntaa. Tarkemmin tätä ei eritelty, liittykö turvallisuus itse liikuntaan vai laitteisiin? Monessa kohtaa turvallisuus on kuitenkin ymmärrettävissä niin, ettei asiakas venäyttele tai rasita liikaa paikkojaan tunnilla heiluessaan. Siten halutaan tehdä ero raskaampiin ja vauhdikkaampiin liikuntalajeihin kuten juoksuun ja pallopeleihin. Turvallisuuden korostamisen suosiota selittänee se, että kuntosalirytykset arvioivat keski-ikäisten ja senioreiden lisääntyvän asiakasryhmänä tulevaisuudessa (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 11). Ristiriitaista kuitenkin on, että erään kuntokeitaan säännöissä nimenomaan korostettiin, että asiakas on vastuussa omasta turvallisuudestaan. Eli jos aloittelija tunnilla kaatuu (mitä itse asiassa tapahtui monella aloittelijan tunnilla, kun jumppaaja menetti tasapainonsa), hän on itse vastuussa seurauksista. Eikä keidas tuntunut vastuulliselta silloinkaan, kun yhdellä BodyCombat-tunnilla oli niin paljon ihmisiä, että potkut ja lyönnit olivat oikea turvallisuusriski vieressä huitojalle. Toisaalta turvallisuudesta saatetaan huolehtia vähän liiankin kanssa: erään keidasketjun kuntosalitilat on tylästi kielletty alle 16-vuotiailta.

[Tunnit] ovat suunniteltu ihmisille, jotka haluavat aloittaa kuntoilun turvallisesti, ammattilaisen avulla.

Turvallisuusasioista ja palvelun laadusta emme myöskään tingi.

Kuntokeskus ei vastaa jäsenten omaisuudesta, sairastumisesta, loukkaantumisesta tai onnettomuudesta klubin tiloissa tai sen alueella.

Aloittelijoita houkuteltiin ryhmäliikuntaan myös sillä, että tunti ei sisällä monimutkaisia askelsarjoja. Kuten aikaisemminkin olemme huomanneet, taitojen opettelu on toissijaista kuntokeitaassa. Aloittelijoiden liikunnassa ei siis ole tärkeää se, että monimutkaisia askelsarjoja opittaisiin, vaan se, että niitä ei ole. Näin onnistumisen elämyksiä on luvassa jokaiselle ja heti.

Kuntokeidasliikuntaa ohjaa aina ammattilainen. Muutenkin palvelutaso on korkea. Tosin laadukkaaseen palveluun vaaditaan paljon myös asiakkaan panosta: kuntokeidassääntöjen mukaan kaikenlaiset hyvät käytöstavat ja hygieniasta huolehtiminen ovat edellytys asiakkuudelle. Siten tätäkin kautta voi sanoa, että kuntokeitaan liikunta on ladattu sivistyneellä uholla (ks. kappale 4.1): tosissaan treenataan, mutta hikoilun kontrollointi ja toisten treenaajien huomioiminen kuuluu salietikettiin.

Turvallisuuden lisäksi vahvimmin aineistosta esiin nousee liikunnan merkitys hyvinvoinnin edistäjänä. Vaikka sana hyvinvointi tai ”hyvä olo” ei juuri tullut esiin ohjattujen tuntien yhteydessä, esitemateriaalissa hyvinvoinnilla kuvattiin koko kuntokeidasharrastusta. Siten voidaan tulkita, ettei pelkkä liikunta ole holistista, vaan koko keidas on holistinen. Oma keidas on ”hyvän olon kuntokeskus” tai ”liikunta- ja hyvinvointikeskus”.

– – samalla saat neuvoja terveyteen, liikuntaan, ravintoon ja hyvään oloon liittyvissä kysymyksissä.

Arvokkain Lahjani Sinulle, hyvinvointisi!

– – on yksi Euroopan johtavista hyvinvointialan yrityksistä. Haluamme, että sinä tunnet olosi hyväksi.

Liikunnan holistisia piirteitä tuodaan esiin myös mm. hauskuuden, rennon fiiliksen ja henkisen rauhoittumisen kautta. Erään kuntokeitaan viesti on selkeä: ”*Liiku ja nauti!*”

Panostamme rentoon ja rauhalliseen tunnelmaan sekä turvallisiin lajeihin.

Tämä uusi liikuntamuoto ei jätä ketään kylmäksi!

Luonnollisesti kirjallisessa materiaalissa tuodaan esiin myös ruumiin subjektisuuden piirteitä. Tosin tämä kategoria näkyy kirjallisessa materiaalissa vähemmän kuin ohjatuissa tunneissa. ”Kunnosta” puhutaan paljon, ja se on ajankohtainen joka hetki: ”Kesäksi kuntoon!” tai ”Kesällä kuntoon!” Muuta materiaalia enemmän myös tavoitteellisuus on tärkeää. Monessa esitteessä puhutaan jäsenyyden myötä saatavasta yksilöllisestä liikuntaohjelmasta. Tarvittaessa on tarjolla myös kuntotestausta ja muuta seurantaa. Toisinaan kuitenkin kunnan kohottaminenkin unohtuu muiden sanankäänteiden taakse. Eräessä esitteessä liikunnan tehtäviksi lueteltiin mielialan parantaminen, terveyteen ja ulkonäköön vaikuttaminen sekä uusien ystävien saaminen.

Ulkonäköön liittyvistä seikoista puhutaan esitemateriaalissa hyvin vähän. Ruumiin kiinteytymistä tai muokkaamista ei mainita lainkaan, ainoastaan mainitaan painonhallinta, kaloreiden kuluminen ja rasvaprosentin mittaaminen. Näillä on merkitystä myös ”sisäisen ruumiin” kannalta, joten niitä ei voi kokonaan leimata objektisoiviksi motiivintekijöiksi.

Fitnesskulttuurin kehitystä seurattaessa ja tämänkin tutkimuksen aineiston perusteella näyttää siltä, että ruumista esineellistävistä elementeistä on aivan viime vuosina ryhdytty luopumaan. Pari vuotta sitten postiluukustani tipahti juuri avattavan keitaan lähettämä kyselykaavake. Se toimi samalla mainoksena, ja vastatessa saattoi osallistua jäsenyyksien arvontaan. Vielä tuolloin 13 kohdan kyselykaavakkeesta huokui se, miten ruumis nähtiin muokattavana objektina. Yhdessä kysymyksessä tiedusteltiin, minkälaisista ryhmäliikuntamuodoista asiakas oli kiinnostunut. Vaihtoehtoina olivat aerobic ja step, spinning, rasvanpoltto (!) ja rentoutus/venyttely. Rasvanpolttohan ei ole mikään ryhmäliikuntamuoto samaan tapaan kuin muut vaihtoehdot. Kenties kyselyn laatija on oletanut, että moni on kiinnostunut ainoastaan siitä, että harjoituksessa palaa rasvaa. Toisessa kysymyksessä parannettaviksi erityisalueiksi sai listata keskivartalon, reidet, ylävartalon tai takamuksen. Selittämättäkin on selvää, että tässä on ilman ammattimaisia perusteita mainittu erikseen reidet ja takamus (eikä esimerkiksi alavartalo), koska nämä mielletään perinteisiksi naisten ”ongelma-alueiksi”. Kysymyksenasettelu saattaa johdatella vastaajia ja kuntekkeitä saamaan vinoutunutta tietoa. Lopputuloksena on se, että kuntokeskus tarjoaa entistä enemmän reisien ja takamuksen

kutistamista ja asiakas alkaa kuvitella sen olevan liikunnan tärkein tavoite. Sokerina pohjalla vastauslipukkeessa oli kolmas kysymys, jossa arvuuteltiin vastaajan tavoitteita kehonsa suhteen. Vaihtoehdot olivat hoikistuminen, painonpudotus, lisääntynyt kestävyys ja kiinteytyminen. Ei siis mitään mahdollisuuksia esimerkiksi voiman lisäämiseen tai liikkuvuuden parantamiseen. On hankala kuvitella, että kahden oppivuoden jälkeen tällaista materiaalia pääsisi enää keitaasta ulos.

5.4 Kuntokeitaan kuvamaailma

Kuvat eroavat kaikesta muusta tämän tutkimuksen materiaalista, joka on ollut käsiteltävissä tavalla tai toisella tekstinä. Kuvien käyttäminen tutkimusmateriaalina on liikuntasosiologiassa vähäistä, joten en ole tutkijana siihen lainkaan harjaantunut. Sen vuoksi käsittelen kuvia melko yksinkertaisella tulkintatasolla. Kuvien erityislaatuisuutta selventääkseni käsittelen ensin joitakin kuvien piirteitä ja tulkintaan vaikuttavia seikkoja.

Maffesolin (1995) mukaan postmodernissa maailmassa kuva leviää räjähdysmäisesti. Kuvien pelosta vapautuminen merkitsee hengen avartumista. (Maffesoli 1995, 116) Toisaalta kulttuurin on sanottu nimenomaan pinnallistuneen (Päivänen 1992, 86). Veijo Hietala (1993) pohtiikin, että postmodernismin teoriat heijastavat pelkoa siitä, että kuvien myötä on menetetty kulttuuristamme jotakin aitoa ja alkuperäistä. Kuvaa pidetään pinnallisena jäljennöksenä, jota ihmiset sitten pitävät virheellisesti totena. Kuvan merkityksen nähdään olevan kohdallaan silloin, kun sen takaa erottuu toinen taso ja viittaussuhde. Kuvaa ei kuulu pitää arvona tai totena sinänsä. (Hietala 1993, 27)

Omassa tutkimuksessani kuvaa käsitellään juuri tällaisessa tulkinnallisessa mielessä. Tärkeää on, mitä kuva kertoo liikunnan merkityksestä. Kuvan tulkinnallista merkitystä sanotaan kuvan konnotaatioksi, ja se voi vaihdella eri ihmisillä eri tilanteissa (em., 32). Konnotaatio on ikään kuin merkityksen ylijäämä, kulttuurinen arvo tai tunteiden herättäjä (Seppänen 2002, 182). Kuvan denotaatio puolestaan on kuvan konkreettinen merkitys. Kuvalla ja kohteella on perinteisesti koettu olevan vahva semioottinen sidos,

eli kuva ja kohde koetaan helposti kyseenalaistamatta samankaltaisiksi. (Hietala 1993, 20, 32)

Erityisen ”totuutta jäljentäväksi” koetaan valokuva. Valokuva on merkki jostakin todellisesta tilanteesta tai asian tilasta ja valokuva todella muistuttaa kohdettaan. Todellisuus myös rajoittaa eri tavalla valokuvaa kuin esimerkiksi maalausta. (Seppänen 2002, 178–180) Juuri tästä syystä kuntokeitaassa käytettävät kuvat ovat lähes poikkeuksetta valokuvia. Piirrookset tuntuvat epärealistilta, eivätkä ne siten voi toimia treenin määrittäjänä. Valokuva kertoo, millaista liikunta on tai millaiseksi sen avulla voi tulla. Tässä tutkimusraportissakin valokuvia käytetään sellaisessa tilanteessa, kun halutaan selvittää, miten asian laita ”todella” on. Kohdekeitaassa valokuvien ja todellisuuden suhde tähdentyy myös siinä, että keitaassa oli valokuvia asiakkaista. Kohdekeitaassa oli siis *todistettavasti* tapahtunut asiakkaiden viihtymistä ja kunnan kohotusta. Toisaalta valokuva ei toimi aivan ilman tulkinnallista osuutta – samasta aiheesta voi ottaa monenlaisia kuvia. Siten valokuva on syntagma, erilaisten paradigmojen eli vaihtoehtojen summa. Paradigmoja voivat olla esimerkiksi kuvakulmat tai kuvattavat ihmiset. (em., 184) Kuntokeitaankin kuvat ovat tarkkaan harkittu syntagma, eivätkä vain otoksia arkisista tilanteista. Kuntokeidas tuskin kuitenkaan aina on perillä kaikista kuviensa viestittämistä merkityksistä.

Kuntokeidas ei tietenkään voi laittaa seinilleen mitä tahansa kuvia. Kuntokeitaan kuvamaailmaan vaikuttavat kulttuurimme visuaaliset järjestykset. Visuaaliset järjestykset muotoutuvat vakiintuneista ja jaetuista kokemuksista. (Seppänen 2002, 36–38) Siten visuaaliset järjestykset ovat ikään kuin kuvamaailman kulttuuri. Yleisen kulttuurin lisäksi kuntokeitaassa vaikuttaa fitnesskulttuuri, jolla on oma visuaalinen järjestyksensä.

Kuntosalien visuaalisen järjestykseen ovat perinteisesti kuuluneet kuvat, joissa poseeraa lihaksikas, ruskettunut ja vähäpukeinen vartalo. Kuvaavaa on juuri poseeraaminen, joka antaa vaikutelman siitä, että kuvattava itse haluaa sanoa jotakin (em., 129). Siten kuva on omalla tavallaan päälle tunkeva. Lisäksi poseerauskuvissa ruumis on vahvasti objektin asemassa. Tästä syystä esimerkiksi kehonrakennuslehdet ovat täynnä kuvia poseeraavista lihaskimpaleista. Kuntokeitaat ovat rikkoneet tätä fitnesskulttuurin visuaalista järjestystä ja hylänneet poseerauskuvat täysin. Samalla ruumiista on tullut

subjekti objektin sijaan. Ilmeisesti perinteisten kuvien tarjoamat ihanteet on koettu liian rajoittaviksi, kun otetaan huomioon asiakaskunnan kirjo. Tosin on myönnettävä, että vieläkin lihavat ja rumat eivät koreile kuntokeitaan seinillä.

Yllättävää on, että seinillä eivät itse asiassa koreile juuri muutkaan; kuntokeitaissa kuvia on selvästi vähemmän kuin mihin fitnessliikuntapaikoissa on totuttu. Esimerkiksi kohdekeitaan salilla oli yksi ainut kuva fitnesskuva, ja siinäkin esiteltiin erilaisia liikkeitä. Tämä tuntuu erikoiselta, koska postmoderni kuvan ”räjähtäminen” näyttäytyy kuntokeitaissa päinvastaisena.

Poseeraamisen sijaan kuntokeitaan kuvissa korostuu toiminnallisuus. Hyvin usein kuvissa ollaan harrastamassa liikuntaa. Tällaisista kuvista ovat esimerkkinä kuvat 5 ja 6.



KUVA 5. Jumppaajat ovat vauhdissa, eivät esillä (S.A.T.S 2004).



KUVA 6. Lihaskäyttö, ei poseeraa (S.A.T.S 2004).

Molemmissa kuvissa on käynnissä ryhmäliikuntatunti. Suurin osa jumppaajista ei edes ”huomaa” kameraa, joten kuva antaa vaikutelman autenttisesta tilanteesta. Huomionarvoista on, että molemmissa kuvissa on käynnissä toiminta. Lisäksi

kummassakaan kuvassa ei esiinny lihaksia poseeraavasti pullistelevia tai luonnottoman ruskettuneita ruumiita. Näin korostetaan ruumiin subjektiivista näkemystä.

Objektin ja subjektin välimaastossa seikkailevia ruumiita on Les Mills –tuntien mainoksissa. Näissäkin kuvissa on pääosassa toimiva ruumis, mutta useimmiten se on myös esteettisessä mielessä esillä. Les Mills –mainoksissa ruumiit ovat ruskettuneita ja erityisen hyvin treenattuja. Havaintojeni mukaan kuvissa esiintyy usein joku tuntien ohjaaja tai suunnittelija, eli pitkän linjan lemmisläinen. Joissakin mainoksissa malleilla on yllään vähemmän vaatteita kuin todellisuudessa jumppaajilla on. Isoissa lakanamainoksissa kuvan viestiä on korostamassa vielä jokin sana, esimerkiksi power, impact tai release.

Uutta kuntokeitaan kuvamaailmassa on myös se, että liikunnan psyykkisiä vaikutuksia pyritään kuvaamaan. Kuntokeitaisissa on lähikuvia iloisista ja nauttivista ihmisistä. Nämä ihmiset voivat olla myös ikääntyneitä, liikunta ei ole vain nuorten ilo. Liikunta on todella holistinen harrastus. Kuva 7 antaa tästä osviittaa.



KUVA 7. Kun nautinto tuli tärkeäksi (S.A.T.S 2004).

Uudenlaisten valokuvien lisäksi joihinkin kuntokeitaisiin on tullut taidekuvia. Näissä kuvissa ei kuvata harjoitteluun liittyviä asioita, vaan kuvat ovat esimerkiksi maisemamaalauksia tai abstraktia taidetta. Siten kuvilla on pikemminkin viihtyisyyttä kuin motivaatiota kohottava vaikutus, kuvat eivät määritä itse liikuntaa. Vaikka tällaisten kuvien tulo kuntokeitaisiin on uutta, se ei ole mitenkään yllättävää. Postmoderni korkeakulttuurin popularisoituminen näkyy myös liikuntakulttuurissa.

Vanhan sanonnan mukaan yksi kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Siten voisi ajatella, että kuvat vangitsevat kuntokeidasliikunnan merkityksen seikkaperäisemmin kuin teksti. Lisäksi Seppäsen (2002) mukaan katsominen ei lopu siihen, kun kuva häviää näkökentästä. Samaa kuvaa voidaan ”katsoa”, työstää mielessä ja pohtia vielä silloinkin, kun kuva ei ole konkreettisesti nähtävillä. (Seppänen 2002, 97) Kuntokeitaan kuvien välittämä viesti voi siis seikkailla kuntoilijan mielessä kauankin. Toisaalta, toiset unohtavat heti näkemänsä eivätkä jää pohtimaan kuvan viestiä. Joka tapauksessa, kuvat kuuluvat fitnesskulttuuriin, enkä usko niiden missään vaiheessa kokonaan poistuvan.

6 KUNTOKEIDASLIIKUNTA NYT JA HUOMENNA

Tässä tutkimuksessa on käsitelty kuntokeidasliikunnan merkityksiä niin kuntokeitaan ulkoista kuin sisäistäkin ympäristöä tarkastelemalla. Merkityksen murusia on ripoteltu pitkin työtä, eivätkä ne aina ole tulleet, yrityksistäni huolimatta, kovin selväpiirteisesti esitellyksi. Niinpä on paikallaan omistaa muutama sivu pelkistetylle yhteenvedolle, joka viimeistään antaa kuvan siitä, mitä merkityksiä liikunnalla kuntokeitaassa on. Yhteenvedon jälkeen pohdin kuntokeidasliikunnan ja sitä koskevan tutkimuksen tulevaisuuden näkymiä.

6.1 Kolme avaintemaa

Olen tässä työssä käynyt läpi monia kuntokeitaan ominaisuuksia ja fitnesskulttuuriin liittyviä asioita. Ihan kaikki käsitellyt asiat eivät ehkä vastaa kysymykseen kuntokeidasliikunnan merkityksistä. Toiset seikat kyllä vastaavat, mutta ovat kokonaisuuden kannalta sivuroolissa. Joskus taas pohdinta on lipsahtanut myös käyttäjien puolelle, eli mitä merkityksiä liikunnalla heille on. Tutkimuksen tehtävänä kuitenkin oli tarkastella niitä merkityksiä, joita kuntokeidas liikuntapalvelujen tuottajana liikuntaan lataa. Tässä vaiheessa unohdetaan siis syrjähyppyt sekä sivujuonteet ja poraudutaan tutkimuksen ytimeen.

Postmodernissa hengessä pohdinta liikunnan merkityksistä on tässä tutkimuksessa ollut hyvin pluralistinen. Ei ole yhtä tai kahta merkitystä, joita kuntokeitaan voitaisiin sanoa välittävän. Tietysti tässä tutkimuksessa oltaisi voitu keskittyä johonkin merkitykseen ja valita kirjallisuutta vain yhdestä teemasta. Koska nyt kuitenkin olen pyrkinyt kokonaisvaltaiseen tuotokseen, on ”lopputulokseksi” saatu kolme avaintemaa, jotka määrittävät kuntokeidasliikunnan merkityksiä.

Brändi ja yhteisöllinen kulutusvalinta

Fitnessliikunta ei ole uusi liikuntamuoto, joka olisi tullut muotiin aivan viime vuosina. Nykyaikaista kuntosaliharjoittelua on Suomessa ollut jo 1900-luvun puolivälistä asti ja aerobic tuli liikuntakulttuuriin 1980-luvulla. Kuntokeitaat ovat ikään kuin jalostuneet perussaleista, palvelutarjonta vain on monipuolistunut. Koska saliharjoittelu itsessään ei ole juuri muuttunut ja aerobicissakin on yhä perinteisiä elementtejä, samat harrastajat ovat voineet säilyä 1960-luvun saleilta kuntokeitaisiin asti. Kuntokeitaissa liikkuu siis myös pitkän linjan harrastajia, vaikka kuntokeitaissa fitnessliikunta onkin karistanut viimeiset työväenluokkaiset tomut jaloistaan. Fitnessliikunnan kehityskaaren valossa kuntokeidasliikunnan merkitys ei ole ollut uuden alakulttuurin luominen vaan erottautuminen muusta fitnessliikunnasta muun muassa laadun kautta. Erottautumisen vuoksi liikunnasta on pitänyt tehdä brändi.

Brändin rakentamisen yhteydessä liikuntaan ympäröidään erilaisia merkityksiä. Kuluttaja puolestaan käyttää brändin merkityksiä oman identiteettinsä muodostamiseen. Samalla kuluttaja samaistuu johonkin viiteryhmään, joka muodostuu nimenomaan kulutusvalintojen kautta. Kulutuksellinen viiteryhmä luo jäsentensä välille löyhää yhteisöllisyyttä. Kuntokeidaskulutuksen avulla voidaan rakentaa ja ilmentää omaa ja viiteryhmän identiteettiä.

Postmoderni yhteisöllisyys on erilaista, kuin mihin liikuntakulttuurissa on totuttu. Uudesta yhteisöllisyydestä on tullut tärkeää, koska postmodernissa yhteiskunnassa aatteet ja suuret ideologiat ovat hiipuneet. Lisäksi brändien merkitys identiteetin rakennusaineena kasvaa jatkuvasti kaikilla elämänaloilla. Erilaiset yhteisöllisyydet eivät kuitenkaan sulje toisiaan pois, joten kulutuksellisen viiteryhmän ei tarvitse nähdä uhkaavan esimerkiksi perinteistä seuratoimintaa.

Liikunnan merkitys yhteisöllisyyttä ja identiteettiä rakentavana voimana konkretisoituu kuntokeitaissa jäsenyyspakeroon. Kulutusvalinnan symboliksi saadaan jäsenkortti ja kulutusvalinta ikään kuin uusiutuu joka kerta kuntokeitaassa käydessä. Jäsenyyteen sisältyy myös ajatus siitä, että henkilö on kokenut oman hyvinvointinsa tärkeäksi.

Kuntokeidasliikuntaa merkitsee siis kuulumista sellaiseen ryhmään, joka sijoittaa terveyteensä ja laatuun. Laadusta onkin tullut nykypäivän kuluttajan mantra.

Laatu ja nautinto

Postmodernissa kulttuurissa tavoitteena on muokata nykyhetkestä niin hedonistinen kuin mahdollista. Laadullisuudesta on tullut arjen päämäärä. Tätä on edesauttanut yleinen luksuksen maallistuminen, ja nyt yhä useampi pystyy nauttimaan myös kuntokeitaiden hohdokkuudesta. Nautinnollisuudella ei tarkoiteta vain aistimellista vaan myös tunneperäistä kokemusta. Hedonismi ei siis tarkoita sitä, että ruumiin kurista oltaisiin luovuttu. Yleinen kiinnostus ruumista kohtaan on päinvastoin lisääntynyt.

Jos ajatellaan hedonismia, laatua ja ruumisprojekteja, kuntokeidas on mitä oivallisin paikka kaiken tämän toteuttamiseen. Hedonisti rentoutuu saunanlauteilla tai muuten nauttii kuntokeitaan laadusta. Kuntokeidasliikunta ei merkitse vain kulutusta vaan täydellistymistä. Kuntokeitaassa asiakkaiden ei tarvitse harjoitella raihaisten vempaimien avulla tai jumpata huonolla alustalla. Kuntokeitaissa liikunta merkitsee sivistynyttä uhoa, ei primitiivistä lihastyötä. Laatu kuuluu kuntokeitaan brändiin. Tosin kuntokeidasliikunnassa laatu on merkinnyt myös mahdollisuuksien vähenemistä. Esimerkiksi aukioloajat ovat kaventuneet, koska kuntokeitaissa ilmoitaudutaan vastaanottohenkilökunnalle, ei pelkälle laitteelle.

Kuntokeitaan omissa ryhmäliikuntatuntien kuvauksissa ja esitemateriaaleissa puhutaan jonkin verran nautinnosta tai elämyksistä. Liikunnan merkitykset löytyvät nyt kunnan lisäksi myös viihteellisyydestä. Vaikka varsinaisista elämyksiä ei kai voida kuntokeidasliikunnan yhteydessä hehkuttaa, on siinä jo enemmän viihteellisiä elementtejä kuin perinteisessä fitnessliikunnassa. Mukaan ovat tulleet värivalot ja toinen toistaan ihmeellisemmät välineet. Lisäksi uusinta uutta ovat kuntokeitaan jäsentapahtumat. Näissä liikunta saa todella vain viihteellisen merkityksen, esimerkiksi kunnosta ei jäsentapahtumissa puhuta lainkaan. Tosin kohdekeidas tuntui jäsentapahtumissa pyrkivän viihdyttämisen lisäksi asiakkaiden me-hengen

kohottamiseen. Tämä taas ei oikein istu ”kulutusvalintayhteisöön”, jossa ihmiset eivät hae konkreettisia kontakteja.

Kunto ja hyvä olo

Vaikka viihteellisyys onkin noussut entistä tärkeämmäksi liikunnan merkitykseksi, pääasiassa keitaat haluavat liikuttaa asiakkaita kunnan ja hyvän olon vuoksi. Kuntokeitaat ovat hyvän olon keskuksia ja liikuntaakin perustellaan jo yleisellä hyvinvoinnilla. Holistinen ihmiskäsitys on siis vallannut liikuntaperusteluiden alaa. Tämä on perinteisesti ollut kuntien toiminnan aluetta, mutta nyt hyvinvointi on tullut tärkeäksi myös kaupallisessa liikunnassa. Ilmeisesti siis hyvinvointimarkkinat on se, jolla uskotaan saavutettavan mahdollisimman suuri taloudellinen voitto. Hyvää oloa ja nautintoa on vaikea erotella toisistaan, ja niinpä kuntokeidasliikunnan voisikin sanoa merkitsevän yhä useammin holistista liikuntanautintoa. Samalla (keitaiden omien sanojen mukaan) koko keidas on holistinen: tarjolla on ”kaikki”, mitä ihminen hyvään oloon tarvitsee.

Holistinen liikuntanautinto tulee kuntokeitaissa esille niin piilomerkityksinä kuin ihan konkreettisesti esiintuotuinakin. Jos kuitenkin tarkastellaan varsinaisia keitaan tarjoamia liikunnan perusteluja (eli vastauksia kysymykseen ”miksi liikuntaa pitäisi harrastaa?”) , vahvimmin kuntokeidasliikunta merkitsee edelleen hyvän fyysisen kunnan tavoittamista. Kuntokeitaissa liikuntapalveluiden esittelyissä puhutaan esimerkiksi aerobisesta kestävyydestä, lihasvoimasta tai liikkuvuudesta. Siten modernia rationaalisuutta ei ole täysin keitaissa hukattu (ks. Bauman 1996, 285). Dualistisen ihmiskäsityksen mukainen ruumiin subjektisuus ja toiminnallisuus tulee kuntokeitaissa vahvasti esille, ruumis ei ole vain muovailuvahaa.

Omasta mielestäni tämän tutkimuksen merkittävä anti on siinä huomiossa, että ruumiin muokkaaminen, eli kiinteyttäminen, rasvanpoltto ja muut ruumista objektina kohtelevat elementit on kuntokeitaissa miltei kokonaan lakaistu maton alle. Kuvittelin keitaiden edelleen ratsastavan ainakin osittain rasvanpolttoiteemalla, josta tulistuneena aikoinaan olen koko tutkimusaiheen valinnut. Vaikka ruumiinpalvonta vielä tunkeutuu hienoisesti

esiin esimerkiksi ohjaajien pukeutumisessa tai tuntien esittelyteksteissä, fitnesskulttuuri on todella muutoksessa. Ilmeisesti ruumiin muokkaaminen on aiheuttanut liikaa drop out -ilmiötä, kun moni epäonnistuu ruumiinsa uudelleen muotoilussa ja siten turhautuu koko liikuntapalveluun. Ruumiin ulkokuoren muuttamista ei pidetä *kestävänä* liikunnan perusteluna. Ruumisprojektien muuttuminen näkyy myös siinä, että kehonrakennusta harrastavien määrä on viimeisen vuosikymmenen aikana rajusti laskenut (Suuri kansallinen liikuntatutkimus 2001–2002).

Uusi suhtautuminen ruumiiseen on kuitenkin ristiriidassa sen väitteen kanssa, että kulttuuri olisi pinnallistumassa ja pintaistumassa. Kenties voitaisiin ajatella, että pintaistuminen ilmenee herkkyytenä ruumista kohtaan, mutta ei tarkoita sen objektisoimista. Ulkonäköprojektien sijaan tärkeää on tietoisuus ruumiista eli samalla myös ihmisen pinnasta. Toisaalta voidaan myös pohtia, ovatko kuntokeitaat ryhtyneet kamppailuun yleistä pintaistumista vastaan. Paljastavan ja pinnallisen ruumiinkulttuurin kritiikkihän on aika ajoitin ollut vahvaa ja tuloksellista muilla kulttuurimme alueilla.

6.2 Kuntokeidasliikunnan tulevaisuus

Ketjuihin kuuluvat kuntokeitaat ovat vasta tällä vuosituhanella rynnistäneet suomalaiseseen fitnesskulttuuriin. Kuntokeitaiden synnyttäminen on vaatinut suuria investointeja, joten näiden uusien liikuntapaikkojen ei uskoisi ainakaan heti häviävän. Kun selustaa turvaa vielä ylikansallinen keidasketju, ei nykyinen tappiollinen toimintakaan liene kovin hälyttävää. Mutta mihin suuntaan kuntokeitaat ja liikunnan merkitykset kallistuvat?

Brändiajattelu tuskin on vielä poistumassa, koska se itse asiassa vasta tekee tuloaan Suomeen. Todennäköisesti brändejä ryhdytään rakentamaan entistä enemmän liikuntapalvelujen ympärille. Vaikka brändejä pidetään pahimmillaan kaupallisen kulttuurin valjastamina aivopesijöinä, on niissä jotain hyvääkin. Nykyisessä arvomaailmassa voidaan sanoa, että liikunta on ainakin brändeistä oivallisimpia. Jos joku intoutuu brändin saattamana harrastamaan liikuntaa, pitäisi kai olla vain hyvillään. Valitettavasti nurja puoli on brändin omistajan valta, jonka julmuuksista

meitä brändikriittisissä teoksissa varoitellaan. Kenties brändin uhat ovat liioiteltuja, mutta liikuntakulttuurissa on syytä kiinnittää tähänkin seikkaan huomiota.

Jos liikuntapalveluja ryhdytään todenteolla brändäämään, tulee erityisen tärkeäksi erottautuminen muista brändeistä. Niinpä kuntokeidasliikuntaankin liitetään silloin nykyistä vahvempia ja omintakeisempia merkityksiä. Tällöin myös kuluttaja saa entistä enemmän identiteettinsä ja kulutuksellisen viiteryhmän rakennusaineita. Liikunta saattaa nousta aikaisempaa tärkeämmäksi tekijäksi merkityksellistävänä kulutusvalintana. Vaikka periaatteessa vastustan kulutuksen lisääntymistä, toivon liikuntakulttuurin pysyvän mukana kulttuurimme brändituotannossa. Brändäyksen hän ei tarvitse tarkoittaa kulutuksen tekemistä itseisarvoksi. Jos erilaiset liikuntapalvelut ja -muodot jäävät ilman brändiä, siis persoonallisuutta ja lisäarvoa, ovat ne vaarassa jäädä myös ilman harrastajia.

Brändäyksen myötä uudentyyppinen postmoderni yhteisöllisyys kasvattaa merkitystään. Brändivalinnan kautta muodostuva yhteisö voi olla myös ”paikallinen”. Kuntokeitaan jäsenet tapaavat kuntokeitaassa, jossa yhteisö ilmenee vahvempana kuin pelkkänä kulutusvalintana. Uusi yhteisöllisyys tuskin kuitenkaan merkitsee perinteisen urheiluseurayhteisöllisyyden suosion laskua. Uskon, että bränditaistossa myös muut kuin kaupalliset elementit tulevat tärkeiksi. Niinpä urheiluseurabrändi on varmasti yhtä voimallinen kuin jokin kaupallinenkin brändi, jos se vain osataan markkinoida oikein.

Tällä hetkellä kuntokeitaat yrittävät seikkailla perinteisen ja uuden yhteisöllisyyden välimaastossa. Toisaalta jäsenyys on ennen kaikkea kulutusvalinta, ihmiset ostavat itselleen hyvää oloa vuodeksi. Toisaalta taas jäsenyydellä ja erityisesti jäsentapahtumilla yritetään edistää konkreettisia kontakteja, joita ihmiset eivät kuitenkaan tunnu kuntokeitaassa kaipaavan. Asiakkaiden reaktioita korostaa vielä se, että jäsentapahtumiin osallistui vain pieni osa keitaan asiakkaista (vaikka tilaa olisi ollut useammallekin). Niinpä uskoisin jäsenyyden saavan tulevaisuudessa nykyistä selväpiirteisempiä muotoja. Kenties keskitytään enemmän kulutusvalinnan tapaisiin seikkoihin ja haetaan synergiaetuja toisten hyvinvointiin ja nautintoon tähtäävien palvelujen kanssa. En usko, että nykyinen jäsenyys on löytänyt vielä ideaalia tapansa antaa lisäarvoa kaupalliselle liikuntapalvelulle. Oma lukunsa tietenkin on se, mitä

tulevaisuudessa tapahtuu koko jäsenyysajattelulle. Haluavatko ihmiset vastaisuudessakin ostaa palvelua vuodeksi kerrallaan?

Yhteisöllisyyden lisäksi postmoderni kulttuuri vahvistaa liikunnan pehmeitä arvoja: nautintoa ja elämyksiä. Nautinnollisuutta ja liikunnan henkisiä vaikutuksia tullaan varmasti korostamaan, jahka fitnesskansa on ensin oppinut aurinkotervehdyksensä. Yhä enemmän kiinnitetään huomiota liikunnan elämänlaatua parantaviin tekijöihin ja painotetaan, että ”nuppi ei yksin riitä – kroppa ei yksin jaksaa” (Tukonen 2003). Lisäksi Les Mills –gurut lienevät oikeassa julistaessaan fitnessliikunnan siirtyvän entistä enemmän viihdeteollisuuteen (Les Mills International 2004). Tunti- ja välinekirjo siis vain kasvaa, ja tulevaisuudessa myös tuntien rakenteet tulevat varmasti varioimaan nykyistä enemmän.

Liikunnan viihhteellistyminen ei kuitenkaan tarkoita sitä, että ruumisprojektit tulisivat merkityksettömiksi. Saleilla käydään edelleen nimenomaan treenaamassa. Kuntokeitaissa on lisäksi nousemassa uusi himoliikkujien joukkio. (esim. Jalkanen 2003) Myös raskaiden tuntien tarve on kasvanut (esim. Ranin 2003). Himoliikkujien perimmäisenä tavoitteena ei ilmeisesti ole ruumiin muokkaaminen tai sosiaalinen kanssakäyminen vaan fyysisen kunnan kehittäminen. Siten fitnessliikuntaan on tulossa sille uudenlaisia haasteellisuuden elementtejä. Tavoitteellisen liikunnan myötä henkilökohtainen ohjaus tulee yhä tärkeämmäksi (Tukonen 2003).

Tällä hetkellä kuntokeitaat tarjoavat palveluitaan pääasiassa nuorille ja työssäkäyville (Suomen Kuntourheiluliitto 2003, 23). Lapsiparkeista huolimatta perheelliset eivät ole kuntokeitaiden tähtäimessä, ainakaan palveluvalikoimaa tarkasteltaessa. Kenties tulevaisuudessa kuntokeitaiden toiminta voisi laajentua siten, että tarjolla olisi mielekästä tekemistä koko perheelle. Individualistisessa kulttuurissa on tilaus myös perheiden yhteiselle harrastukselle. Pelkän fitnessliikunnan ympärillä tämä ajatus ei kuitenkaan oikein voi toteutua, koska fitnessliikunta on nimenomaan aikuisten kuntoliikuntaa. Siten nykyiset kuntokeitaat eivät välttämättä tule jalostumaan perheiden liikuntapaikoiksi, vaan perhekeitaat syntyvät toisista lähtökohdista.

Jos kuntokeidasliikunnan tulevaisuutta pitäisi ennustaa yhdellä sanalla, arvelisin sen olevan pirstaloituminen. Jo nyt osa harrastajista on vain tietyn jumppalajikkeen

tosiuskovaisia. Toiset tulevat rentoutumaan ja toiset hakemaan haasteita. Eri asia on, kuinka kuntokeitaat pärjäävät fitnessliikunnan moninaistumisen kanssa. Jos brändikehitys jatkuu vähänkään amerikkalaiseen suuntaan, ovat kuntokeitaat valinnan edessä. Tuntuu nimittäin epäuskottavalta, että kuntokeitaat voisivat profiloitua tulevaisuudessakin kaikenlaisten harrastajien liikuntapaikoiksi. Niinpä kenties tulevaisuudessa tutkittavana on erilaisia keitaita erilaisine liikunnan merkityksineen. Ehkä tulevaisuudessa tarvitsemme useita eri Pirjoa kuvaamaan erilaisia kuntokeitaita. Esimerkiksi:

Pirjo huohotti ja puuskutti, jumppatunti oli jo loppullaan. Loppukiri! Tämänkertainen step-maratoni oli kestänyt kaksi ja puoli tuntia. Jälkeenpäin Pirjo voisi purkaa sykemittarinsa tiedot kuntokeitaan tietokoneelle, joka sitten kertoo, kuinka harjoitus on mennyt. Toivottavasti paremmin kuin viimeksi, muuten kuukausien harjoittelu on mennyt hukkaan. Sitä paitsi kesän triathlon-tapahtumaan oli enää muutama kuukausi, joten kunnon pitäisi olla vielä nousussa. Paljonkohan tällä kertaa oli keskisyke? Entä kuinka usein lipsahdettiin anaerobisen kynnyksen yli?

Tai

Pirjo makasi miehensä kanssa vatsakkain ja yritti keskittyä hengittämiseen. Oli yllättävän vaikeaa löytää toisen kanssa sellainen rytmi, etteivät keuhkot pullistu vastakkain. Minuuttien katkonaisen hengittämisen ja haukkomisen jälkeen rytmi löytyi, ja he saattoivat molemmat rentoutua. Pirjo aisti miehensä lämmön ja omien raajojensa painautuvan yhä sitkeämmin lattiaa kohden. Juuri nyt hän tunsu voimakasta tyytyväisyyttä siitä, että oli saanut miehensä houkutelua seksuaalista ja positiivista energiaa vapauttavaan parijoogaan.

Tai

Pirjo polki yhä vimmatummin salamoita karkuun. Rajuilma oli yllättänyt spinnajaat, ja kaikkien tuli kiirehtiä alta pois. Pyöritä, pyöritä, pyöritä.... Salammat lentelivät ja sali välkkyi. Pikku hiljaa sää alkoi kirkastua ja ohjaaja väänsi aurinkolamput poutaisen kesäpäivän tasolle. Ilmaan suhautettiin metsän tuoksua ja polkeminen jatkui leppoisasti metsätiellä. Skriinillä koreilivat ruiskaunokit. Pirjo piti luontospinningtunneista.

Seuraavana päivänä olisi kuitenkin taas viikon paras tunti, kun hiki haettaisiin pintaan mallaillemalla musiikkivideoiden tanssikuvioita. Pirjo ei tiennyt mitään hauskeempaa liikuntaa kuin MTVlook-tunnit!

7 ARVIOINTI JA TÄHDENLENNOT

Tässä viimeisessä luvussa tarkastelun kohteeksi nousee itse tutkimus. Ensin arvioin tutkielmaani tieteellisenä työnä ja pohdin tehtyjä valintoja. Sen jälkeen kerron tutkimuksellisista tähdenlennoistani, jotka toimivat myös jatkotutkimusehdotuksina.

7.1 Tutkimuksen osumat ja hudit

Laadullisessa tutkimuksessa arviointiosuus on hieman monimutkainen, koska tutkimuksen onnistumista ei voida tarkastella millään mittareilla. Luotettavuuden arviointikin voi olla ”epäluotettava”, koska sen tekee tutkija itse. Laadullisessa tutkimuksessa lukija ei juurikaan saa eteensä sellaista materiaalia, jota ei olisi tutkijan itsensä läpi suodatettu. Niinpä laadullisessa tutkimuksessa arviointi kohdistuu tutkimusprosessiin, ei tutkimustuloksiin (Eskola & Suoranta 1998, 211).

Tutkimuksen kuluessa tutkija joutuu argumentoimaan tekemiään valintoja koskien esimerkiksi tutkimustehtävää, menetelmiä ja tutkimuskohdetta (em., 228). Tutkimusraportissa saatetaankin usein tiedostamatta antaa ihanteellinen kuva tutkimuksen kulusta (Grönfors 1982, 39). Niinpä viimeistään tässä vaiheessa on aika punnita tutkijan onnistumisia ja tehtyjä virheitä. Lisäksi kykyä oman työn arviointiin voitaneen pitää erityisen tärkeänä osana opinnäytetyötä.

Ensimmäinen hyvä tutkimuksen kriteeri on yhteiskunnallisesti merkittävä aihe (Mäkelä 1990, 48). Olen pyrkinyt perustelemaan aiheen tärkeyttä tämän työn alussa, joten siihen en enää tässä yhteydessä palaa. Aiheen merkittävydestä voi kuitenkin sanoa sen verran, että tämäkin tutkimus tuotti uutta tietoa kohteestaan, mitä ei kai voida pitää pro gradu -tutkielmalle aivan vähäpätöisenä saavutuksena. Tässä luvussa keskityn kuitenkin arvioimaan tutkimusprosessia. Aluksi tarkastelen aineiston keruuta, sitten aineiston analyysia ja lopuksi tutkimuksellista kokonaisuutta.

Aineiston keruu

Tässä tutkimuksessa aineisto on kerätty pääasiassa osallistuvan havainnoinnin avulla kohdekeitaassa. Lisäksi on havainnoitu muutamia muita kuntokeittäiä. Niinpä pääosa tutkimusmateriaalista muodostuu tutkimuspäiväkirjasta. Lisämateriaalina ovat keitaista saadut esitteet ja keitaiden kotisivut.

Kuten jo luvussa yksi olen tuonut ilmi, tämän tutkimuksen suurin ongelma oli se, että kohdekeitaasta ei pyydetty tutkimuslupaa. Päädyin tähän ratkaisuun sen vuoksi, että pelkäsin käynnissä olevan tutkimuksen vaikuttavan jotenkin keitaan toimintaan. Niinpä aineiston keruu oli tehtävä salassa. Aika ajoin oloni oli kuin Matti Virtasella Juoksuhaudantiessa, kun yritin lymyillä lehtiöni kanssa salaa kohdettani tarkkaillen. Koska piilopaikkojakin oli vähemmän kuin Matilla, merkinnät lehtiössäni olivat hyvin lyhyitä. Olisin varmaankin herättänyt henkilökunnassa kummastusta, jos olisin avoimesti katsellut ympärilleni ja jatkuvasti kirjaillut ylös havaintojani. Keitaassa tehtyjen muistiinpanojen hataruutta pyrin korvaamaan sillä, että kirjoitin tutkimuspäiväkirjaa joka kerta (miltei) heti kohdekeitaasta kotiin päästyäni.

Kuuliaisesta tutkimuspäiväkirjan pitämisestä huolimatta en tietenkään ole voinut saada ylös kaikkea kohdekeitaassa tapahtunutta tai sanottua. Tässä tutkimuksessa ehdottomasti paras tapa osallistuvaan havainnointiin olisi ollut avoin muistiinpanojen tekeminen. Tämä tietenkin olisi tarkoittanut sitä, että tutkimuksen suorittamisesta olisi sovittu kuntokeitaan kanssa. Ryhmäliikuntatunnilla nauhurista olisi ollut korvaamaton apu, koska tunnin jälkeen pystyin muistamaan korkeintaan kaksi ohjaajan repliikkiä. En kuitenkaan ole varma nauhurinkaan toimivuudesta, koska ohjaajan kommentit saattaisivat puuroutua musiikin alle. Toinen vaihtoehto nauhurille olisi muistiinpanojen tekeminen ohjattujenkin tuntien aikana. Jumppatunneillahan tutkijan ei ole pakko osallistua itse liikuntaan. Tosin tällöin tuskin voitaisiin puhua enää osallistuvasta havainnoinnista ja tutkijan tarkkailu saattaisi kohtuuttomasti häiritä ohjaajaa tai mikä pahempaa, maksavia asiakkaita.

Koska tutkimusta varten ei pyydetty lupaa, piti tutkijan tietenkin itse hankkia kortti kuntokeitaaseen. Tarvittavaa kenttätöaika oli etukäteen vaikea määrittää, joten

päädyin vuokraamaan kortin neljäksi kuukaudeksi. Tämä osoittautui tarpeettoman pitkäksi ajaksi. Koska vuokrajäsenyys kuitenkin oli hankittu, suoritin osallistuvaa havainnointia koko tutkimusjakson ajalta. ”Varmuuden vuoksi tutkimisesta” olisi kuitenkin pitänyt ymmärtää luopua. Loppujen lopuksi tutkimuksen aineiston hankintaan, eli matkoihin (siis kulkemiseen kohdekeitaaseen ja pois), havainnointiin (myös muissa kuin kohdekeitaassa) ja tutkimuspäiväkirjan kirjoittamiseen kului kokonaisuudessaan aikaa n. 200 tuntia. Koska tämä vastaa noin kolmasosaa koko pro gradu -tutkielman tekemiseen tarkoitetusta ajasta, olisi tarkoituksenmukaista ollut puolittaa tämä aika. Etusijassa aineiston kylläntyminen olisi luonnollisesti antanut aiheen siirtyä kenttätövävaiheesta eteenpäin.

Osallistuvan havainnoinnin osalta aineiston keruuta häiritsi vielä tutkijan harhaileva ajatus. Joskus oli hankala keskittyä tulkitsemaan tunnin ja ohjaajan välittämiä liikunnan merkityksiä. Toisinaan ajatus juoksi enemmän tunnin pedagogisen onnistuneisuuden puolella. Toisinaan taas mietteet olivat kaikkialla muualla kuin tutkimuksessa.

Tunnissa ei ollut juuri mitään erikoista. Oma olo oli hieman väsähtänyt, joten en oikein saanut siitä mitään irti. (Tutkimuspäiväkirja)

Aivan tutkimuksen alkuvaiheilla tarkoituksena oli, että koko tutkimusaineisto koostuu omista muistiinpanoistani. Tämä ei kuitenkaan tuntunut riittävältä, joten aineistoon otettiin mukaan keitaiden esitteitä ja www-sivut joiltakin osin. Mielestäni tällainen ”aineistopaketti” oli tutkimuksen kannalta erittäin onnistunut ratkaisu. Tutkimukseen tutustunut huomaa, että erilaisista aineistoista saatiin esiin hieman erilaisia painotuksia. Eri aineistot myös paikkasivat aloittelevan tutkijan heikkouksia toisten aineistojen keruussa. Aineistoa olisi voinut vielä täydentää esimerkiksi henkilökunnan haastatteluilla, mutta lisäaineistona ne olisivat olleet liian työläitä käsiteltäviksi.

Aineiston analyysi

Aineiston analyysi alkoi osittain jo aineiston hankinnan vaiheessa. Alustava analysointi oli erittäin tärkeää sen vuoksi, että siten kenttätöjäjakson aikana saattoi huomata, mitä

havaintoja puuttui. Jos olisin käynyt aineistoon käsiksi vasta tutkimusjakson loputtua, ei tarkentavaa työtä olisi ollut mahdollista enää tehdä.

Tutkimuksen pääteemat olivat valikoituneet jo aikaisemmissa tekeleissäni, joten siinä mielessä aineiston teemoittelu oli kohtuullisen helppo tehdä. Teemat noudattelevat tämän tutkimuksen päälukuja. Tarkempaa tyypittelyä on käytetty esimerkiksi luvussa viisi, kun erilaiset ruumiintulkinnat on jaettu holistisiin tulkintoihin sekä dualistisiin ruumis objektina ja ruumis subjektina -tulkintoihin. Aineiston teemoittelu ja tyypittely on siinä mielessä onnistunut, että tutkimustehtävän ratkaisu on pystytty lopulta tiivistämään selkeäksi esitykseksi. Lisäksi mielestäni kaikki tärkeimmät elementit kuntokeidasliikunnan merkityksistä on tullut käsiteltyä.

Aineiston analyysia voidaan pitää siinä mielessä luotettavana, että tutkimuksessa käytetyt erilaiset aineistot ovat antaneet samansuuntaisia vastauksia kuntokeidasliikunnan merkityksistä. Kuitenkin epäilyksiä herättää se, että aikaisemmissa tutkimuksissa liikunta on saanut huomattavasti enemmän ruumiin ulkomuotoon liittyviä merkityksiä. Toisaalta on hyvä huomioida, että kaikki tässä tutkimuksessa käsitellyt aikaisemmat fitnessliikunnan tutkimukset ovat keskittyneet harrastajien tutkimiseen. On siis mahdollista, etteivät palveluntarjoajan ja palvelunkäyttäjän liikuntakäsitykset kohtaa toisiaan. Aineiston analyysissa korostui paljon myös keitaiden hohdokkuus. Sen todellista merkitystä on kuitenkin hankala arvioida, koska uutuushan on ajan mittaan katoavaista. Kuntokeidaskin rapistuu vuosien kuluessa, jollei luksusta pidetä investoinneilla yllä.

Tässä tutkimuksessa pyrittiin luomaan kokonaisvaltainen käsitys kuntokeidasliikunnan merkityksistä. Tästä syystä jouduttiin käsittelemään monia teemoja, ja käsittely jäi toisinaan melko pintapuoliseksi. Jos aineiston analyysissä oltaisi käytetty vain yhtä tai kahta teemaa, oltaisiin näistä teemoista voitu sanoa jotakin seikkaperäisempää. Tässä yhteydessä on kuitenkin mahdotonta arvioida, olisiko tutkimuksellinen anti silloin ollut parempi vai huonompi. Kun pyritään muodostamaan kokonaisvaltainen kuva jostakin, kuten tässä tutkimuksessa liikunnan merkityksistä, on tyydyttävä siihen, ettei jokaista teemaa voi analysoida kovin syvällisesti.

Tutkimuksellinen kokonaisuus

Erilaisia työvaiheita tarkasteltaessa löytää helposti monia onnistumisia ja epäonnistumisia. Loppujen lopuksi käsillä on kuitenkin kokonainen tutkimus, joka ei ole tarjolla hyvinä tai huonoina paloina. Niinpä uhraan tässä vielä muutaman rivin tutkielmani kokonaisuuden arviointiin.

Tämän tutkimuksen lähtöasetelma oli melko vaativa: edessä oli tulkinnallisen kokonaiskuvan muodostaminen aiheesta, jonka näkökulmasta ei ollut saatavilla aikaisempaa tutkimusta. Niinpä viitekehys ja tutkimustapa oli muotoiltava itse, tosin tutkielman ohjaajien suosiollisella avustuksella. Tutkimuksen tekeminen on aloittelijalle haastavaa, jos tarjolla ei ole tieteellistä oljenkortta, eli läheltä liippaavaa aikaisempaa tutkimusta.

Jos ensin pohditaan, missä tämä tutkimus ei ole onnistunut, nousee päällimmäiseksi ajatukseksi tieteellinen mallintaminen. Vaikka laadullista tutkimusta pidetään teoriaa luovana, ei tässä tutkimuksessa ole esitelty systemaattista tapaa, jolla jatkossa voitaisiin kuntokeittäitä tai samanlaisia aiheita tarkastella. Luovuus on kulminoitunut lähinnä uusien näkökulmien löytämiseen, ja työn ainut selkeä ”malli” on kuvio tutkimustehtävästä. Tosin uusien teorioiden tai mallien luonti lienee melkoisen haastava tehtävä pro gradu -tutkielman tasoisille tutkimuksille. Voidaan myös sanoa, etteivät tutkimuksen näkökulma ja metodi ole kohdanneet parhaalla tavalla: osallistuvalla havainnoinnilla on hankala saada tietoa kuntokeittään näkökulmasta. Yleensä osallistuvalla havainnoinnilla tutkitaan nimenomaan sitä ryhmää, minkä toimintaan osallistutaan. Toisaalta tässä tapauksessa ujuttautuminen kuntokeittäiden omistajien ryhmään ei tietenkään olisi ollut mahdollista.

Jos taas kiinnitetään huomiota tutkimuksen ansioihin, niin varmastikin on painotettava niitä uusia näkökulmia, joita fitnessliikuntaan on löydetty. Erityisen hyvin mielestäni on pohdittu kulutusellisia vivahteita, jotka tekevät tuloaan kuntokeittäissa. Perinteisestihän fitnessliikuntaa ei ole tästä näkökulmasta pohdittu lainkaan. Toisaalta tutummastakin teemasta eli ruumiillisuudesta on kaivettu esiin uusia suuntauksia: ruumis ei ole enää objekti vaan subjekti. Uusien näkökulmien löytämisen lisäksi tutkimuksen ansioksi

voidaan lukea se, että monimerkityksisestä liikunnasta on esitetty johdonmukainen kokonaisuus.

7.3 Tutkimuksen tähdenlentoja – tulevaisuuden haasteita

Tutkimusraporteissa on tapana esitellä omasta aiheesta kirvonneita jatkotutkimusmietteitä. Etukäteen ajateltuna pohdinta tuntuu hieman pakkopullalta, koska ajatustyötä tuntuu olevan aivan tarpeeksi käsillä olevan työnkin kanssa. Lisäksi tutkimuksen loppumetreillä moni ajattelee jotakin ihan muuta kuin seuraavia tutkimuksia. Ilmeisesti tästä syystä ehdotukset seuraaviksi tutkimuskysymyksiksi jäävät usein parin kappaleen mittaisiksi. Tutkimusraporttia kirjoittaessani koin kuitenkin monia ”tähdenlentoja”, eli hetken innostuksen kohteita, jotka valitettavasti oli tutkimuksellisessa mielessä hylättävä ja palattava takaisin aiheen pääurille. Seuraavassa esittelen vilpittömästi innostuneena näitä sivuraiteita, joista osa kelvannee myös jatkossa tutkittavaksi.

Yksi erittäin mielenkiintoinen tähdenlento oli ilmiö taistelulajien tulosta fitnessliikuntaan. Onko (ilmaan) lyöminen ja potkiminen itsessään tärkeää, vai onko kyseessä vain tehokkaan liikuntatunnin metsästys? Mitä näillä tunneilla halutaan viestittää? Aika ajoin tuntui siltä, että television ja pelien väkivaltaviihde on saanut jumppakansankin hurmukseen ja että nykyään Kill Bill -näytöksiä on myös kuntokeitaissa. Toisaalta näidenkin tuntien kohdalla voitaisiin puhua samasta sivistyneestä uhosta, joka on muuallakin keitaassa havaittavissa. Toistaiseksi näitä Les Mills -konseptin mukaisia BodyCombat-tunteja on kuitenkin tarjolla verraten vähän, joten ainakaan mistään fitnessliikunnan väkivaltaistumisesta ei voida huolestua. Kenties tulevaisuudessa kohdattava fitnessliikunnan pirstaloituminen antaa aiheen tutkia tarjonnan ja fitnessliikkujien mieltymysten eri suuntauksia.

Les Mills -tunnit herättivät mielenkiintoisia ajatuksia muutenkin kuin BodyCombatin osalta. Ilmiöstä saisi varmasti yhden kokonaisen tutkimuksen. Tätä tutkimusta huomattavasti enemmän olisi käsiteltävä fitnessliikunnan globaalia luonnetta ja sen

vaikutuksia liikunnan merkityksiin. Miten Les Mills -tunnit istuvat eri kulttuureihin ja millainen suosio niillä on eri maissa? Ja tietysti kutkuttavan kiintoisaa olisi selvittää tunneilla kävijöiden avulla, miksi tunnit ylipäättään ovat niin suosittuja.

Vaikka tässä tutkimuksessa pyrittiin tietoisesti jättämään sukupuolierot taustalle, olisi niissäkin pohdinnan aihetta. Kuntokeitaassa jumppatunnit ovat edelleen pääosin naisten kansoittamia, mutta miehet ovat ryhtyneet käymään esimerkiksi spinningissä sekä BodyPump- ja BodyCombat-tunneilla. Tällä hetkellä vain miehet tietävät, miksi nämä tunnit kelpaavat heidän liikuntaharrastukseensa mutta muut tunnit pääsääntöisesti eivät. Entä muuttuuko jako tulevaisuudessa? Ehkäpä olisi myös tarpeellista tarkastella niitä eroja, joita on miesten ja naisten suhtautumisessa kuntokeitaaseen. Vai onko eroja?

Kaikkien tässä tutkimuksessa esitettyjen arvailujen ja päätelmien jälkeen samaa tutkimusaihetta voidaan tietenkin jatkossa lähestyä toisesta suunnasta. Olisi jännittävää päästä käsiksi kuntokeitaiden omiin materiaaleihin: kävijätilastoihin, missioihin ja muihin raportteihin. Kuntokeidasyritysten tavoitteista saisi erittäin mielenkiintoista tutkimusmateriaalia. Toistaiseksi tutkimaton aineisto on myös kuntokeitaiden henkilökunta. Millaisia merkityksiä he liikuntaan liittävät ja millaisena he näkevät asiakkaan? Lisäksi tässäkin tutkimuksessa käytettyä aineistoa voidaan aina syventää. Erityisesti kuntokeitaan kuvamaailma kaipaisi seikkaperäisempää tutkimusta.

Erilaisten tutkimusaiheiden lisäksi toivon tämän tutkimuksen näkökulman herättävän jatkotutkimusmielteitä. Tämä työ tuotti uutta tietoutta fitnessliikunnasta, joten palveluntarjoajan näkövinkkeä ei sovi liikunnan sosiaalitieteellisessä tutkimuksessa jättää täysin huomiotta. Lisäksi yritysten näkökulma tulee tulevaisuudessa erityisen tärkeäksi, jos ennustettu yritysten vallan kasvaminen todella toteutuu.

LÄHTEET

Kirjallisuus

Ahola, Sakari (1997). *Tarvitseeko postmoderni oman sosiologisen teorian?* Sosiologia 34 (1), 64–66.

Ahponen, Pirkkoliisa (1990). *Postmoderni arki*. Suomen antropologi 15 (1), 49–53.

Alasuutari, Pertti (1994). *Laadullinen tutkimus*. Tampere: Vastapaino.

Alasuutari, Pertti & Siltari, Jorma (1983). *Miehisen vapauden valtakunta – Tutkimus lähiöravintolan tikkakulttuurista*. Tampereen yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos.

Alitolppa-Niitamo, Anne (1994). *Kun kulttuurit kohtaavat – matkaopas maahanmuuttajan kohtaamiseen ja kulttuurien väliseen vuorovaikutukseen*. 2. painos. Helsinki: Suomen Mielenterveysseura ry ja Sairaalahoitajien koulutussäätiö.

Baudrillard, Jean (1988). *Selected writings*. Stanford: Stanford University Press.

Bauman, Zygmunt (1992). *Intimations of postmodernity*. London: Routledge.

Bauman, Zygmunt (1996). *Postmodernin lumo*. Tampere: Vastapaino.

Bourdieu, Pierre (1985). *Sosiologian kysymyksiä*. Suom. J.P. Roos. Tampere: Vastapaino.

Chelladurai, Packianathan (1992). *A Classification of Sport and Physical Activity Services: Implications for Sport Management*. Journal of Sport Management 6 (1), 38–51.

Chelladurai, Packianathan; Scott, Fiona L. & Haywood-Farmer John (1987). *Dimensions of Fitness Services: Development of a Model*. Journal of Sport Management 1 (2), 159–172.

Connor, Steven (1997). *Postmodernist Culture. An Introduction to Theories of the contemporary*. Second edition. Oxford: Blackwell Publishers.

Dietrich, Knut (1989). *Fitneßsport als Teil der Großstadtkultur*. Teoksessa Henning Eichberg & Jørn Hansen (toim.) *Körperkulturen und Identität: Versuche einer alternativen Aufmerksamkeit*. Münster: Lit, 101–112.

Encyclopedia of World Sport: From Ancient Times to the Present (1996). California: ABC-CLIO.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 3. painos. Tampere: Vastapaino.

Featherstone, Mike (1991). *The Body in Consumer Culture*. Teoksessa Mike Featherstone, Mike Hepworth & Bryan S. Turner (toim.) *The Body – Social Process and Cultural Theory*. London: Sage, 170–196.

Frederick, Christina M. & Ryan, Richard M. (1993). *Differences in motivation for sport and exercise and their relations with participation and mental health*. *Journal of Sport Behavior* 16 (3), 124–146.

Friman, Jarmo (1993). *Homo Fitness*. Teoksessa Esa Sironen (toim.) *Ryhtilästä Ramonin kentälle*. Jyväskylä: Atena kustannus, 193–196.

Giddens, Anthony (1994). *Beyond left and right – The Future of Radical Politics*. Cambridge: Polity Press.

Graham, Elspeth; Doherty, Joe & Malek, Mo (1992). *Introduction: The Context and Language of Postmodernism*. Teoksessa E. Graham, J. Doherty & M. Malek (toim.) *Postmodernism and the Social Sciences*. London: Macmillan, 1–23.

Green, Harvey (1986). *Fit for America: Health, Fitness, Sport and American Society*. New York: Pantheon Books.

Grönfors, Matti (1982). *Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät*. Helsinki: WSOY.

Heinilä, Kalevi (2001). *Terve sielu terveessä ruumiissa?* Jyväskylä: Kopijyvä.

Heinonen, Visa (2000). Näin alkoi ”kulutusjuhla”. Suomalaisen kulutusyhteiskunnan rakenteistuminen. Teoksessa Hyvönen, Kaarina; Anneli Juntto; Pirjo Laaksonen & Päivi Timonen (toim.) *Hyvää elämää – 90 vuotta suomalaista kuluttajatutkimusta*. Kuluttajatutkimuskeskus & Tilastokeskus, 8–22.

Heiskala, Risto (1990). *Sosiologinen kulttuuritutkimus*. Teoksessa Klaus Mäkelä (toim.) *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, 9–29.

Helenius, Ralf (1995). *Kulutusyhteiskunnan synty ja kehitys*. Teoksessa Johanna Peltola (toim.) *Kulutuskulttuuria – sosiologian näkökulmia kulutukseen*. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos, oppikirjoja No. 1, kuluttajaekonomia, 7–16.

Hietala, Veijo (1993). *Kuvien todellisuus – Johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan*. Helsinki: Kirjastopalvelu Oy.

Hirsjärvi, Sirkka; Remes, Pirkko & Sajavaara Paula (1997). *Tutki ja kirjoita*. 5. painos. Helsinki: Tammi.

Hänninen, Jorma (1997). *Mr. Finland ja miesruumiin estetiikka*. Teoksessa Eeva Jokinen (toim.) *Ruumiin siteet: kirjoituksia eroista järjestyksistä ja sukupuolesta*. Tampere: Vastapaino, 119–133.

Ilmonen, Kaj (1993). *Tavaroiden taikamaailma: Sosiologinen avaus kulutukseen*. Tampere: Vastapaino.

Ilmonen, Kaj (1998). *Sosiologia, rutiinit ja kulutus*. *Sosiologia* 35 (2), 92–103.

Itkonen, Hannu (1996). *Kenttien kutsu – Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta*. Helsinki: Gaudeamus.

Jallinoja, Riitta (1996). *Sosiologiaa postmodernisuudesta: Zygmunt Bauman*. Teoksessa Keijo Rahkonen (toim.) *Sosiologisen teorian uusimmat virtaukset*. Helsinki: Gaudeamus, 30–54.

Johansson, Anna (2001). *Norsu nailoneissa*. Suom. Jaana Nikula. 2.painos. Helsinki: Like.

Järvi, Pentti (2001). *Brandikeskustelun ulottuvuuksia ja keskeisiä käsitteitä*. Jyväskylän yliopisto, taloustieteiden tiedekunta, working paper N:o 231/2001.

Karvonen, Erkki (1997). *Imagologia – Imagon teorioiden esittelyä, analyysia, kritiikkiä*. Tampereen yliopisto. Acta Universitatis Tamperensis 544.

Kinnunen, Taina (2001a). *Pyhät bodarit*. Helsinki: Gaudeamus.

Kinnunen, Taina (2001b). *Ruumiiden ja tilojen kohtaaminen kuntosalilla ja aerobicissa*. Teoksessa Anne Puuronen & Raili Välimaa (toim.) *Nuori ruumis*. Helsinki: Gaudeamus, 121–134.

Kleemola, Irja (1996). *Naisliikuntaa 100 vuotta*. Helsinki: Otava.

Klein, Naomi (2000). *No logo – tähtäimessä brändivaltiaat*. Suom. Liisa Laaksonen & Maarit Tillman. 5. painos. Helsinki: WSOY.

Koskinen, Jari (2003). *Kokonaisviestintä muutoksessa*. Helsinki: Finn Lectura.

Kosonen, Ulla (1997). *Nähdyksi tulemisen kaipuu ja häpeä*. Teoksessa Eeva Jokinen (toim.) *Ruumiin siteet: kirjoituksia eroista järjestyksistä ja sukupuolesta*. Tampere: Vastapaino, 21–41.

Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Saunders, John & Wong Veronica (1999). *Principles of Marketing – Second European Edition*. London: Prentice Hall Europe.

Kretchmar, R. Scott (1994). *Practical philosophy of sport*. Champaign: Human Kinetics.

Kärki, Anita (1993). *Ryhtilästä kuntokouluun*. Teoksessa Esa Sironen (toim.) *Ryhtilästä Ramonin kentälle*. Jyväskylä: Atena kustannus, 181–191.

Laine, Leena (1992). *Urheilu valtaa mielet*. Teoksessa Teijo Pyykkönen (toim.) *Suomi uskoi urheiluun*. Helsinki: VAPK-kustannus, 100–131.

Laine, Timo (2001). *Tieteellisen toiminnan perusteet*. Luentosarja, syksy 2001. Jyväskylän yliopisto.

Lehtonen, Turo-Kimmo (1999). *Rahan vallassa – Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki*. Helsinki: Tutkijaliitto.

Lönnqvist, Bo (1999). *Mitä etnologia on?* Teoksessa Bo Lönnqvist, Elina Kiuru & Eeva Uusitalo (toim.) *Kulttuurin muuttuvat kasvot – Johdatusta etnologiatieteisiin*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 13–33.

Maffesoli, Michel (1995). *Maailman mieli: Yhteisöllisen tyylin muodoista*. Suom. Mika Määttänen. Helsinki: Gaudeamus.

Myllykangas, Markku & Tuomainen, Raimo (1997). *Postmoderni loikkaus modernista*. *Hallinnon tutkimus* 16 (2), 161–167.

Mäkelä, Klaus (1990). *Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet*. Teoksessa Klaus Mäkelä (toim.) *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, 42–61.

Niiniluoto, Ilkka (1980). *Johdatus tieteenfilosofiaan*. Helsinki: Otava.

Niiniluoto, Ilkka (1983). *Tieteellinen päättely ja selittäminen*. Helsinki: Otava.

Noro, Arto (1995). *Uudemman kulutussosiologian mallit ja figuurit*. *Sosiologia* 32 (1), 1–11.

Norrena, Vaula (2003). *Alkusanat*. Teoksessa Quart, Alissa: Brändätyt – ostetaan ja myydään nuoria. Suom. Taina Juvala. Helsinki: Like, 11–22.

Nykysuomen sanakirja 1 (1978). Helsinki: WSOY.

Oinas, Elina (2001). *Ruumiita akatemiassa! Sosiaalitieteellistä väittelyä, innostusta ja teoretisointia*. Teoksessa Anne Puuronen & Raili Välimaa (toim.) Nuori ruumis. Helsinki: Gaudeamus, 17–29.

Pantzar, Mika (1995). *Uutuuden viehäytys – modernin kulutuksen kehityssuunnat*. Teoksessa Johanna Peltola (toim.) Kulutuskulttuuria – sosiologian näkökulmia kulutukseen. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos, oppikirjoja No. 1, kuluttajaekonomia, 46–59.

Quart, Alissa (2003). *Brändätyt – ostetaan ja myydään nuoria*. Suom. Taina Juvala. Helsinki: Like.

Rahkonen, Keijo (1996). *Teorian vastaanotosta suomalaisessa sosiologiassa*. Teoksessa Keijo Rahkonen (toim.) Sosiologisen teorian uusimmat virtaukset. Helsinki: Gaudeamus, 9–29.

Rekiaro, Ilkka & Robinson Douglas (1991). *Suomi/englanti/suomi-sanakirja*. Jyväskylä: Gummerus.

Räsänen, Pekka (2000). *Kulutusvalintojen postmodernit piirteet ja rakenteelliset reunaehdot*. Sosiologia 37 (3), 228–242.

Salopelto, Timo (1989). *Selvitys suomalaisten kuluttamiseen liittyvistä mielipiteistä ja ongelmista vuonna 1988*. Elinkeinohallitus. Kuluttaja-asiaainosaston julkaisuja, 3/1989.

Sankari, Anne (1995). *Kuntosaliruumis: Kappaleita nuorten aikuisten ruumiillisuuksista*. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 44.

Scraton, Sheila (1994). *The changing world of women and leisure: feminism, 'postfeminism' and leisure*. Leisure Studies 13 (4), 249–261.

Seppänen, Janne (2002). *Katseen voima – kohti visuaalista lukutaitoa*. 2. painos. Tampere: Vastapaino.

Silvennoinen, Martti (1992). *Liikuntapedagogiikka ja ruumiillisuus*. Teoksessa Teijo Pyykkönen (toim.) Suomi uskoi urheiluun. Helsinki: VAPK-kustannus, 456–477.

Sironen, Esa (1995). *Urheilun aika ja paikka*. Jyväskylä: LIKES-tutkimuskeskus.

Suomen Kuntourheiluliitto (2003). *Kuntosalibarometri 2003*. Helsinki: Suomen kuntourheiluliitto.

Suuri kansallinen liikuntatutkimus 2001–2002, Aikuisliikunta (2002). Helsinki: Suomen liikunta ja urheilu.

Suuri Tietosanakirja (2001). Helsinki: WSOY.

Turner, Bryan S. (1991). *Recent developments in the theory of the body*. Teoksessa Mike Featherstone, Mike Hepworth & Bryan S. Turner (toim.) *The body – Social Process and Cultural Theory*. London: Sage, 1–35.

Urheilun sääntö- ja kunto-opas (2000). Toimittaja Markku Siukonen. Jyväskylä: Kustannusnotariaatti oy.

Vasara, Erkki (1992). *Liikunta sirpaloituu*. Teoksessa Teijo Pyykkönen (toim.) *Suomi uskoi urheiluun*. Helsinki: VAPK-kustannus, 421–455.

Veblen (1975/1899). *The theory of the leisure class*. New York: Augustus M. Kelley. Alkuperäisjulkaisu 1899.

Virkki, Juha (1994). *Tuleeko ideologiasta enää kalua? Populaarikulttuurin tutkimuksesta postmodernissa tilanteessa*. *Kulttuuritutkimus* 11 (1), 20–30.

Virkkunen, Sinikka (2002). *Merkit/MTL*. Teoksessa *Merkit/Brändikirja*. Helsinki: Markkinointiviestinnän toimistojen liitto MTL, 5.

Ziehe, Thomas (1991). *Uusi nuoriso: epätavallisen oppimisen puolustus*. Suom. Raija Sironen & Jussi Tuormaa. Tampere: Vastapaino.

Sanoma- ja aikakauslehdet

Anhava, Martti (2003). *Liian viihtyisä kuntosali?* Helsingin Sanomat 8.4.2003, A 5.

Astikainen, Riitta (2003). *Vain Jäsenille?* Helsingin Sanomat 1.10.2003, D 2.

Jalkanen, Anna (2003). *Jumppari ottaa nyt kaiken irti*. Helsingin Sanomat 8.12.2003, D 1.

Katajisto, Ari (2003a). *Kuntosalin unelma-asiakas?* *Kuntosali & Fitness* 8 (7), 2.

- Katajisto, Ari (2003b). *Uudistumista Gym1:llä*. Kuntosali & Fitness 8 (8), 27.
- Lahtinen, Jukka (2002). *Brandien nousu, uho ja tuho*. Fakta 22:4, 53–55.
- Lavonius, Leena (2001). *Liikeelle lähdetään varta vasten*. Helsingin Sanomat 2.3.2001, C 16.
- Lindblom, Anna (2003). *Crossing rantautuu*. Kuntosali & Fitness 8 (7), 18.
- Paukku, Timo (2004). *Maaailmassa jo 1,7 miljardia kuluttajaa*. Helsingin Sanomat 3.2.2004, D 3.
- Pulkkinen, Pauliina (2001). *Myönnän olevani hikiliikkuja*. Helsingin Sanomat 23.3.2001, C 16.
- Päivänen, Carita (1992). *Postmodernin luonne*. Muoto 13 (3), 82–88.
- Rahkonen, Jorma (2003). *Lisätarjonta houkuttaa kuntokeskuksiin*. Keski-suomalainen 22.4.2003, 11.
- Ranin, Tiina (2003). *Spinning on meidän juttu*. Kuntosali & Fitness 8 (8), 14.
- Repo, Päivi (2001). *Vaativa liikkuja on herkuttelijan sukua*. Helsingin Sanomat 20.4.2001, C 16.
- Repo, Päivi (2002). *Joka kolmas osallistuu työpaikkaliikuntaan*. Helsingin Sanomat 11.12.2002, A 12.
- Sommers, Sanna (2001). *Jumppaa vain jäsenille*. Helsingin Sanomat 2.9.2001, B 8.
- Taipale, Kaarin (1989). *Sinivalkoinen postmodernismi*. Arkkitehti 86 (1), 26–30.
- Tukonen, Mikko (2003). *Fitnesskulttuurin vallankumous on vasta alussa*. Kuntosali & Fitness 8 (7), 27.

Sähköiset dokumentit ja audiovisuaalinen aineisto

Athlon (2004). Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.gymathlon.net/index2.html>>. Ajalla 18.2.–13.7.2004.

CMS (2004). *CMS Finland Oy*. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.cms-sweden.com/finland>>. 13.7.2004.

Elixia (2004). Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.elixia.fi>>. Ajalla 12.4.–13.7.2004.

Les Mills International (2004). Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.lesmills.com>>. Ajalla 9.–12.6.2004.

Lipas (2004). *Liikuntapaikat*. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.sport.jyu.fi/lipas/index.htm>>. 13.7.2004.

Motivus (2004). Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.motivus.fi>>. Ajalla 7.6.–13.7.2004.

Nelonen (2004). *Kahdeksan uutiset*. 2.6.2004.

S.A.T.S (2004). Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.sats.fi/etusivu.htm>>. Ajalla 13.5.–13.7.2004.

Suomen Fitnessliitto (2004). *Fitnessliitto*. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.kpfitness.fi/fitnessliitto.html>>. 15.1.2004.

Suomen Kuntourheiluliitto, Kunto ry (2004). *Perustietoa kuntourheiluliitosta*. Saatavilla www-muodossa: <URL: http://www.helsinkivirtualvillage.fi/Resource.phx/sig/sig-kunto.info_paasivu/index3.htx#historia>. 13.1.2004.

TopShape (2004). Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.topshape.fi>>. 12.4.2004.

tuuli.net (2004). *Sorensen, Fonda, Samulin...* Saatavilla www-muodossa <URL: <http://www.tuuli.net/kuntoaerobic/index.htm>>. 15.1.2004.

Wellness (2003). *Wellness yhdistää voimansa S.A.T.S:n kanssa*. Tiedote 7.7.2003. Saatavilla www-muodossa: <URL: <http://www.groupwellness.com/press/070703-PressRelease-Fi.doc>>. 30.12. 2003.