



ARTIKKELI

Urheilulajien synty

Tanja Kotro, Mika Pantzar

Vox consumptoris – Kuluttajan ääni

Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005

Toimituskunta: Johanna Leskinen, Hannele Hallman,
Merja Isoniemi, Liisa Perälä, Taina Pohjoisaho,
Erja Pylvänäinen

Kansi/taitto: Taina Pohjoisaho

Valokuvat: Petteri Repo

Julkaisija:

KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

PL 5 (Kaikukatu 3)

00531 HELSINKI

Puh. (09) 77 261

Faksi (09) 7726 7715

www.kuluttajatutkimuskeskus.fi

ISBN 951-698-129-1

Savion Kirjapaino Oy, Kerava, 2005

URHEILULAJIEN SYNTY

Tanja Kotro, Mika Pantzar

Miten urheilulajit syntyvät? Miten markkinat ja teknologia muokkaavat liikunnan käytäntöjä? Onko suomalaisessa liikunnan taloudessa ja ihmisten tavassa harrastaa liikuntaa jotakin erityistä? Artikkelin tavoite on käynnistää keskustelua näistä teemoista ja synnyttää tutkimuskysymyksiä, joihin palaamme myöhemmin laajemmassa tutkimushankkeessa. Tarkastelumme lähtökohta on urheilun nivoutuminen elämäntapaan ja erilaisiin urheiluvälineisiin (Kotro 2005, Shove & Pantzar 2005, Pantzar, & Shove 2005). Haluamme korostaa liikuntaa elämän rikkauden lähteenä ja yksilöiden roolia urheilun nykykehityksessä.

Suomalaiset liikkuvat ja urheilevat huomattavasti enemmän kuin eurooppalaiset keskimäärin. Kymmenen maan vertailussa sekä suomalaiset miehet (42 min) että naiset (34 min) urheilivat päivittäin eniten (European Commission 2004). Yhdeksälle kymmenestä suomalaisesta liikkuminen luonnossa ja kävely on keskeinen vapaa-ajan harrastus (Gallup 1999/Yhtyneiden kuvalehtien erillistutkimus). Turhaan ei urheilufilosofian klassikko Tahko Pihkala ole sanonut, että ”sellaista murhetta ei olekaan, joka ei kävelemällä helpotu” (Palolampi 1983).

Suomalaiset poikkeavat myös asenteiltaan eurooppalaisista: liikunta ei ole leikkiä vaan tavoitteellista toimintaa kunnon ylläpitämiseksi (Pan EU Survey 1998). Tämä on jatkoa pitkälle linjalle, jota Tahko Pihkala edisti jo 1900-luvun alussa ollessaan perustamassa mm. Suomen Latua (1938) ja Suomen Urheiluopistoa (1927). Koko kansakunta piti saada liikkeelle ja liikekannalle.

Pihkalalle urheilussa oli kyse kolmesta hyvin erilaisesta asiasta: ensinnäkin urheilu ja kilpaileminen on biologis-perusteista vaistotoimintaa, joka palvelee menestystä yksilöiden välisessä taistelussa. Toiseksi urheilulla on yhteisöllinen tehtävä (sota-)joukkojen voiman kasvattajana.

Kolmanneksi urheilu on yksilön taistelua ikääntymistä vastaan. Tällaista ajatusta kuvaa hyvin sykemittarivalmistaja Polar Electron lehdistötiedote vuodelta 2004, jossa luvattiin, että mittarin avulla kukin voi itse tarkistaa 'oman todellisen ikänsä'. Seuraavassa esitämme, että erityisesti viime vuosina urheilulajien synnyssä on nähtävissä neljäs aalto. Liikunnan ilo, jaetut elämykset ja haasteet ovat luomassa tilaa elämäntapaurheilulle. Uskaltaudumme väittämään, että suomalaiset kuluttajat ja liikunnan organisaatiot ovat jo pitkään toimineet tällä alueella suorastaan suunnan- näyttäjinä.

Urheilun innovaatiot

Innovaatiotutkimus on viime vuosina alkanut kiinnittää lisääntyvää huomioita kuluttajiin ja niin sanottuihin ”tavallisiin ihmisiin” ja käyttäjäyhteisöihin. Kuva tuottajista ja kuluttajista toisilleen vastakkaisina ja erilaisen tiedollisen kapasiteetin omaavina toimijoina on hämärtynyt. Kuluttaja ei ole ainoastaan innovaatioiden vastaanottaja vaan myös innovaattori: tuotteet löytävät lopullisen muotonsa eletyissä elämässä. Merkkejä ajattelutavan muutoksesta on lukuisia. Tietotekniikan alueella ns. open source -koulukunta korostaa käyttäjien roolia ohjelmistojen kehittäjinä. Viimeistään tekstiviestien yllätyksellinen läpimurto kertoi telekommunikaatioalalle siitä, kuinka juuri kuluttajat luovat puhelimen käyttötavat. Myös urheilun ja liikunnan alueella parhaat innovaattorit löytyvät harrastajayhteisöistä (ks. Franke & Shah 2003, Shah 2005, Kotro 2005, Lilien ym. 2002, Luthje ym. 2002, Pantzar & Shove 2005).

Urheilun innovaatiot syntyvät monipuolisissa verkostoissa, joissa tiivis yhteistyö ja jopa roolien päällekkäisyys alan yritysten, erilaisten asiantuntijoiden ja organisaatioiden sekä asiantuntevien kuluttajien välillä on tyypillistä. Innovaatiot eivät leviä automaattisesti ikään kuin valuen ylhäältä alaspäin vaan kyse on monimutkaisesta prosessista, johon kuuluu oleellisena osana paitsi toisilta oppiminen ja jäljittely niin myös ratkaisujen etsiminen oman yksityisen kokemusmaailman pohjalta ja jopa hyvien tapojen uhmaaminen. Tästä on kyse esimerkiksi salibandyn, sauvakävelyn tai lumilautailun yleistymisessä. Kaikissa näissä lajeissa vastavoimat olivat merkittäviä. 1980-luvun alussa sähly kiellettiin kouluissa, koska sen ajateltiin pilaavan liikuntasalien puupinnat. 1990-luvun lopussa lehtien yleisönosastokirjoituksissa sauvakävelijät nähtiin paitsi naurettavina tuulipukukansan edustajina niin vaarana muulle liikenteelle. Samanlaista kriittistä keskustelua käytiin rinteillä 1980-luvun alussa. Lumilautailijat vaaransivat rinneturvallisuuden.

Uusien lajien edustajat mullistivat myös tyylin. Esimerkiksi lumilautailijat ottivat vaatetuksellaan kantaa laskettelun konservatiivisia arvoja

vastaan. Käsittääksemme se, että kyseiset lajit ovat nousseet suosioon vastuksista huolimatta, kertoo lajien palkitsevuudesta. Liikunnan tutkijoilla on tapana selittää tällaista kehitystä ulkoisilla seikoilla, kuten esimerkiksi normatiivisilla paineilla. Esimerkiksi sosiologi J. P. Roos analysoi 1980-luvun lopussa, että ”liikunta elämäntapana on hyvin työn kaltaista, kaukana siitä keveydestä ja elämyksellisyydestä, jonka pitäisi liittyä postmoderniin ihmiseen” ja että kysymys liikunnassa on teollisen ajan uudenaikaisesta itsekurin muodosta (Roos 1989). Meidän käsityksemme on toinen. Moniin liikunnanlajeihin sisältyy sellaista palkitsevuutta, jota ei ole helppo ottaa käsitteellisesti haltuun. Sellaiset seikat, kuten tunteet ja liikunnan tuntemukset, ansaitsevat enemmän painoa puhuttaessa liikuntaharrastuksista.

Suomalainen liikuntakulttuuri

Tilastokeskuksen vapaa-ajantutkimus kertoo erityisesti kahden uuden lajin vallankumouksellisen nopeasta kehityksestä Suomessa: salibandyn ja sauvakävelyn. Salibandya on pelattu noin kolme vuosikymmentä ja sauvakävelyä on harrastettu vajaa kymmenen vuotta. Kummassakin lajissa harrastustoiminta perustuu tai on ainakin aluksi perustunut huomattavasti enemmän leikkimielisyyteen kuin monissa perinteisissä lajeissa. Salibandy on selkeästi nuorten laji (10–24-vuotiaat) ja sauvakävely vanhempien laji (yli 45-vuotiaat). Kumpikin laji on kuitenkin moniin muihin lajeihin nähden sukupuolisesti varsin sallivia. Salibandy painottuu hieman enemmän poikiin kuin tyttöihin ja vastaavasti sauvakävely on ainakin toistaiseksi ollut enemmän naisten laji (Suomen Latu/Gallup).

Muita markkinavoittajia Suomessa ovat rullaluistelu (nuoret) ja ohjattu voimistelu (naiset) (Liikkanen ym. 2005). Listaamme voitaneen lisätä myös golf, jonka harrastajien määrä ylitti 100 000 rajan vuonna 2004. Golf on siinä mielessä mielenkiintoinen, että esteet sen harrastamiselle ovat huomattavan korkeat. Golfin pelaaminen vaatii lupakirjan hankkimista (green card), kentät ovat lähes poikkeuksetta automatkan päässä ja pelaaminen vaatii huomattavaa taloudellista uhrausta. Salibandyn ja sauvakävelyn menestys on varmasti liittynyt hyvin päinvastaiseen. Kummassakin kynnys aloittamiseen ja harrastamiseen on lähes mitätön.

Kiinnostavaa olisi myös kysyä, miksi eräät lajit ovat menettäneet huomattavasti kannatustaan. Mitä on tapahtunut esimerkiksi squashille, hiihdolle tai yleisurheilulle? Maastohiihdon renessanssi 2000-luvun alussa kertoo, että muutokset ovat usein aaltoliikettä. Seuraavassa keskitymme kuitenkin uusiin lajeihin ja pohdimme, mikä niitä yhdistää.

Nousun dynamiikkaa

Sähly ja salibandy saivat alkunsa Ruotsissa 1970-luvun alussa ja suomalaiset seurasivat muutamaa vuotta myöhemmin. Jo vuonna 1974 alettiin pelata ensimmäisiä yliopistosarjoja. Lajin synty voitaneen sijoittaa 1980-luvun alkuun, kun ruotsalaiset, suomalaiset ja sveitsiläiset sopivat lajin standardeista. Esimerkiksi maalin kooksi päätettiin suomalaisten pienen maalikehikon ja sveitsiläisten suuremman maalikehikon puoliväli. Nykyään salibandya pelataan kymmenissä maissa ja laji on hakemassa itselleen olympiakelpoisuutta. Keskeistä salibandyn menestyksessä on sen monimuotoistuminen. Salibandy integroituu erilaisiin elämänmuotoihin ja -tapoihin. Sitä pelaavat lapset ja aikuiset. Se on sekä opiskelijaliikuntaa, työpaikkaliikuntaa että kilpaurheilua. Sitä voi pelata sekapelinä sukupuolien kesken. Sähly on 'yhteisöllistä hauskanpäättämistä'. (Shove, Pantzar & Hand 2005). Sählyn menestystarina ei kuitenkaan ole särötön. Esimerkiksi Australiaan laji ei ole yrityksistä huolimatta löytänyt tietään (Lai 1999).

Urheilulajien kehitystä voidaan osittain ymmärtää managerialistisen luomistarinan kautta. Sauvakävely on hyvä esimerkki. Exel, pieni mäntyharjulainen yritys, on onnistunut rakentamaan täysin uudenlaisen tuotteen ja käsitteen (ns. Nordic Walking Sticks/Nordic Fitness Concept, 1996) ja myös tavan markkinoida kuntoliikuntaa. Varsinaisesti tuote tuli markkinoille syksyllä 1997 (Pantzar & Shove 2005). Innovaatiokirjallisuus kertoo, että vastavoimat ovat aina suuria ennen kuin keksintö (invention) muuttuu valmiiksi tuotteeksi (innovation) (Lilien ym. 2002). Näin oli myös sauvakävelyn tapauksessa. Lehdistöissä uutuukselle naurettiin, vähittäiskauppa ei ollut halukas ottamaan tuotetta myyntiin eikä kansainvälisillä urheilumessuilla tuotteelle povattu vähäisintäkään menestystä. Jakelutie oli pullonkaula ja tästä syystä Exelin ja sen yhteistyöpartnereiden oli kommunikointi suoraan loppukuluttajien kanssa.

Sen jälkeen kun vuonna 1999 julkaistiin maailman ensimmäinen sauvakävelyopas (Kantaneva & Kasurinen 1999), uusi "nelijalkaisen liikkumisen" laji on saanut miljoonia harrastajia ympäri maailman. Kun yritys esitti kävelysauvat ensi kertaa kansainvälisillä messuilla 1990-luvun lopussa, epäilijöitä riitti. Muutamaa vuotta myöhemmin Exelin myymien sauvojen lukumäärä lasketaan jo miljoonissa. Sauvakävely on lyönyt Euroopan päämarkkinoilla itsensä läpi ja nyt puhutaan jo Nordic Fitness Sports -käsitteestä, jonka Exel on tuonut jatkeena Nordic Walkingille. Konsepti taas sisältää erityyppisiä sauvaliikuntalajeja, joista voi löytää harrastuksen ympärivuotisesti. Esim. saksalainen johtava fitness-lehti "Fit for Fun" joulukuun numerossaan nimesi Nordic Fitnessin 2005 Saksan Megatrendiksi liikunnan saralla.

Harva Suomessa kehitetty käsite tai brändi on yhtä laajalti maailmaan levinnyt kuin Exelillä 1990-luvun puolivälin jälkeen kehitetty sana-yhdistelmä 'Nordic Walking'. Nordic-sanalla pyrittiin tietoisesti liittämään kävelyyn pohjoisen raikkauden ja puhtaan luonnon sekä terveiden elämäntapojen komponentti. Luultavasti Exelin markkinointimateriaali ja markkinointi ei olisi ikinä innostanut urheilukauppiaita tai marketteja ottamaan sauvoja myyntiin, jos sauvailijoita ei olisi nähty ja lajin hyvän olon tuntemukset olisivat kiirineet. Syksyllä 1998 Suomen Latu alkoikin kouluttaa sauvakävelyohjaajia ja samalla se käynnisti sauvakävelyn kokeiluryhmiä eri puolilla Suomea. Kokeiluryhmät olivat ilmaisia ja ne mahdollistivat kokemuksen sekä sen kautta tarpeen hankkia sauvakävelysauvat. Ohjaajia oli Suomessa vuonna 2004 yli 3 500 – osa ammattilaisia, osa vertaisohjaajia.

Vastavoimien voittamiseksi tarvittiin urheiluopiston tilauksia, runsaasti kokeiluja ja myös kriittistä keskustelua. Esimerkiksi Helsingin Sanomien yleisöosastossa käytiin vilkasta sananvaihtoa parinkymmenen kirjeen virittämänä. Tarvetta pidettiin yleensä keinotekoisena, sauvakävelijät sotkivat pururadat sauvoillaan, he kiusasivat koiria ja vanhuksia, eivätkä he näyttäneet sopeutuvan muun liikenteen rytmiin. Ja Suomen Ladun edustaja Sirpa Arvonen vastasi kritiikkiin. Vielä vuosituhannen vaihteessa sauvakävelijät saivat vastata jatkuviin kyselyihin, mihin sukset ovat unohtuneet.

Muutamassa vuodessa tilanne kääntyi päinvastaiseksi. Sadat tuhannet suomalaiset alkoivat kävellä viikoittain sauvojen kanssa. Jopa miehet uskaltautuivat lenkkipoluille. Enää ei myöskään tarvittu kaveria vierelle jakamaan häpeää. Pienehköä mäntyharjulaista yritystä alettiin ylistää kansainvälisillä urheilumessuilla ja sauvakävelyä alettiin määrätä esimerkiksi Saksassa ja Skotlannissa lääkkeiden sijaan erilaisiin sairauksiin. Itävallassa ja Norjassa suomalaisena pidetyn keksinnön ympärille syntyi suoranainen kansanliike. Pienen markkinointibudjetin korvasi pyramidi-markkinointi ja erityinen kouluttajien koulutusjärjestelmä. Sitten Exelin osakkeen arvo lähti voimakkaaseen nousuun. Tätä kehitystä kiihdytti entisestään tieto (syksy 2004), jonka mukaan Kiinan urheiluministeriö alkoi yhteistyön Mäntyharjulla valmistettujen sauvojen markkinoimiseksi Kiinan markkinoilla¹⁸. Kyseessä on suorastaan käänteinen Kiina-ilmiö.

¹⁸ Exel Oyj solmi 9.12.2004 China Institute of Sports Sciences kanssa (Kiinan Urheilulääketieteen Instituutti) sopimuksen yhteisyrityksen perustamisesta Kiinaan. Exel on yksi ensimmäisiä länsimaisia yrityksiä, joka hakee viranomaisilta lupaa yhteisyrityksen perustamiseksi tuodakseen Kiinaan ja markkinoidakseen siellä Kiinan ulkopuolella valmistettuja tuotteita. Alkuvaiheessa yhteisyrityksen tavoitteena on myydä ja markkinoida Kiinassa urheiluvälineitä, lähinnä Nordic Walking-, maastohiihto- ja alppisauvoja. Myöhemmin tuotevalikoimaa laajennetaan mahdollisesti muihin tuotteisiin.

Liikunnan innovaatioita voi lähestyä myös hitaasti kypsyvinä *evolutionaarisina prosesseina*, joissa liikunnan mielikuvat ja tavat saavat uuden materiaalisen muotonsa. Näin ajateltuna esimerkiksi sauva-kävelyinnovaatio näyttäytyi hiljalleen kypsyvänä ja jopa satunnaisena *keitoksena*, joka koostui uudeltaisista kävelyliikunnan ajatuksista, sen ympärille syntyneistä esineistä ja itse toiminnasta ja kävelyn tekniikasta. Keitoksen ainesosien kypsymisen ja ainesosien yhteenliittymän tuloksena miljoonat ihmiset ympäri maailmaa ovat palaamassa aikaan ennen Homo Erectusta (noin 1,6 miljoonaa vuotta sitten), jolloin kulkeminen tapahtui neljällä jalalla.

Se että innovaatio syntyi Suomessa, ei ollut ainoastaan Exelin ansiota, vaan kyseessä oli monimutkainen keitos, jossa erilaiset historiallisesti muokkaantuneet ainesosat löysivät toisensa. Esimerkiksi koulutusjärjestelmän luomisessa Suomen Ladun rooli oli tärkeä. Exel on sittemmin käyttänyt hyödyksi näitä kokemuksia luodessaan kansainvälistä koulutusjärjestelmää. Innovaation taustalta voi löytää yhtäläillä Tahko Pihkalan ajatuksia hitaasti kiihuhtamisen ja kävelemisen arvoista. Unohtaa ei sovi myöskään urheiluopistoja, joissa tuotetta pääsivät testaamaan tuhannet ja tuhannet ihmiset. Sauvakävelyn, kuten myöskin salibandyn, menestystä nähdä laajemmassa elämäntapaurheilun yhteydessä.

Kohti elämäntapaurheilua

Elämäntapaurheilu ('lifestyle sport') on Belinda Wheatonin ym. (2004) mukaan uudehko ilmiöksi. Sitä kuvaa uusien lumilautailun kaltaisten lajien räjähdysmäinen suosio ja myös vanhojen lajien uudelleenlämmittely, kuten surffauskulttuurin uusi aalto Kaliforniassa. Vapaus ja ainakin vapauden unelma kuvastaa näitä lajeja. Ne eivät ole sidottuja tilaan vaan niissä liikutaan luonnossa, vuorilla ja poluilla tai kaupunkiluonnossa, kuten jättömailla (Beale & Wilson 2004).

Elämäntapaurheilun alkuperä voidaan jäljittää ruohonjuuritasolle. Se on yhteisöllistä ja se perustuu "mukana olon" kokemukseen, vaikka suoritusset sinänsä voivat olla täysin yksilöllisiä eikä varsinaista kilpailuhenkeä tai ainakaan kamppailua suosita. Usein lajeihin liittyy tietty yhteisössä jaettu asenne ja rahallinen tai vähintäänkin ajallinen uhrautuminen lajille. Innovaatioita jaetaan ilmaiseksi vertaisryhmissä. Tämä on herättänyt samanlaista ihmetystä taloustieteellisesti orientoituneessa innovaatiotutkimuksessa kuin tietokoneohjelmistojen kehittäminen ilman korvausta (open source) (Luthje ym. 2002). Luovassa harrastustoiminnassa onkin usein kyse jostakin muusta kuin rahan ansaitsemisesta, esimerkiksi maineesta tai asioiden tekemisestä entistäkin paremmin (Leadbetter & Miller 2005, Stebbins 1982). Käyttäjyhteisöissä tekeminen itsessään

synnyttää tarpeita esimerkiksi uusiin laitteisiin, ja käyttäjäyhteisö siten edistää jopa prototyypin syntymistä ja leviämistä (Shah 2005).

Elämäntapaurheilulta haetaan elämyksiä, voimakkaita kokemuksia ja mielihyvää. Kyseessä ei kuitenkaan ole pelkästään asenteet tai nuorisokulttuurin ilmentymä. Elämäntapaurheilu voi kukoistaa keskiluokan keskuudessa, kuten sauvakävelyn menestystarina kertoo.

Uudet urheilumuodot rakentuvat usein jonkin uuden laitteen, välineen tai ideologian ympärille. Väline voi olla tekninen innovaatio (rannetietokone) tai kysymyksessä voi olla yksinkertaisen urheiluvälineen käyttö uudella tavalla (kävelysauvat). Suomalaiseen arkeen nivoutunut kuntosalija jumppakulttuuri on myöskin innovaatio, jonka suosio on vakiintunut Jane Fondan päivistä. Erkki Palolampi kirjoitti vuonna 1983 ”kuivasta kuntokoulusta”, joka aiheutti sen, että ”Iloinen seuravoimistelu jäi naisille. Heistäkin eräät lankesivat hengettömään, narsistiseen kehonsa rakentamiseen pullistellen ja jännitellen. Ei liikettä, ei refleksiä, ei koordinaatiota. Monet kai luulivat sitä esteettiseksi. Luonnotonta mikä luonnotonta.” (Palolampi 1983, 49). 2000-luvulle tultaessa kuntokoulut ovat muuttuneet saleiksi ja kapitalismin nykävaihetta kuvaavasti ’palautumiskeskuksiksi’.

Nykyään on ”luonnollista” polkea kuntopyörää sisätiloissa ryhmässä ja kutsua sitä ”spinningiksi”. Globaalit jumppakonseptit vaeltavat menestyksekkäästi maasta toiseen ja kymmenet tuhannet ihmiset tekevät samoja liikkeitä saman musiikin tahdissa saleilla ympäri Eurooppaa, Pohjois-Amerikkaa ja Australiaa. Erilaiset ohjatun liikunnan kaupalliset ja tarkasti konseptiksi tuotteistetut muodot ovat vakiintuneet niin nuorten, nuorten aikuisten kuin vanhemman kansanosan suosioon. Tutkijoiden mukaan tällaisessa kehityksessä on osittain kyse globalisaation etenemisestä ja kulttuurisesta hegemoniataistelusta (Houlihan 1994, Rowe, Lawrence, Miller & McKay 1994, Mahony & Howard 2001, Westerbeek & Smith 2003). Mielenkiintoisen taustan liikuntalajien globalisaatiolle tarjoaa myös Tahko Pihkalan 1920-luvun Amerikan matkasta kertova ”Tahkon mukana jenkkien maassa” (K.P 1928). Meidän käsityksemme mukaan ilmiötä voidaan lähestyä myös yksittäisen ihmisen ja liikunnan nautittavuuden näkökulmasta.

Velvoitteista mielihyvään

Ronald Inglehartin (1997) mukaan siirtymää traditionaalista moderniin ja modernista jälkimoderniin arvomaailmaan voidaan luonnehtia seuraavasti: ensiksi siirryttiin agraarista velvoiteyhteisöstä teolliseen suoritetalouteen ja sittemmin suoritetaloudesta elämisyhteiskuntaan. Päätrendinä on ollut yksilöllistyminen. Hieman kärjistetysti voisi väittää, että suku, tehdas ja kylpylä edustavat tällaista historiallista jatkumoa. Myös urheiluhistoriaa

voidaan lähestyä tästä näkökulmasta. Traditionaalisessa maatalousyhteiskunnassa urheilua leimasi joukkoliikkumisen järjestys ja kuri. Modernissa teollisessa urheilussa tärkeäksi tulivat ”rekordit”: yksilölliset suoritusket, nopeus, pituus ja korkeus. Jälkmodernissa liikunnassa keskeisintä on urheilun ja liikkumisen tuottamat elämykset, haasteet ja niiden jakaminen muiden samanhenkisten ihmisten kanssa.

Maratonjuoksijan perimmäinen liikuttaja ei ehkä olekaan sisäistetty itsekuri vaan omien rajojen koettelu ja tunnelatautuneen jaetun kokemuksen metsästäminen – tai pelkkä nautinto juosta tavoitteellisesti. Elämyksissä fyysisyys ja psyyke kietoutuvat yhteen. Tuskin kukaan motivoituu harjoittelemaan satoja kilometrejä juostakseen 42 kilometriä kerralla, ellei nauti harjoittelukilometreistä edes joskus. Jää nähtäväksi, missä määrin uusi teknologia vapauttaa biologisen uutta luovan minämme agraarin ja teollisen järjestyksen keinotekoisesti tuottamasta järjestyksestä ja itsehillinnästä (vrt. Maryanski & Turner 1992). Onko ihminen 10 000 vuoden jälkeen palaamassa kuuntelemaan jälleen omaa kehoansa, tunteita ja tunteuksia? Kumpi lopultakin voittaa – kulttuuriimme kehittynyt sosiaalinen säätelyjärjestelmä vai keho?

Lähteet

- Beale B, Wilson C (2004). "Chicks Dig Scars", in *Understanding Lifestyle Sports*. Ed. by B Wheaton. Routledge. London.
- European commission (2004) *How Europeans spend their time. Everyday life of women and men. Data 1998–2002*. Eurostat. Pocket books: Theme 3: Population and social conditions.
- Franke N, Shah S (2003) *How communities support innovative activities: an exploration of assistance and sharing among end-users*. *Research Policy* 32 (1) 157–178
- Houlihan B (1994) *Homogenization, Americanization, and Creolization of Sport: Varieties of Globalization*. *Sociology of Sport Journal*, 11, 356–375
- Inglehart R (1997) *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton University Press, Princeton.
- Kantanen M, Kasurinen R (1999) *Sauvakävelystä sauvaliikuntaan (From stick walking to stick exercises)*. Esa Print. Lahti
- K.P (1928) ”Tahkon” mukana jenkkien maassa. (Following Tahko to the country of yankees). WSOY. Porvoo.
- Kotro T (2005) *Hobbyist Knowing in Product Development. Desirable Objects and Passion for Sports in Suunto Corporation*. Dissertation. Helsinki, University of Art and design. Publication Series of the University of Art and Design Helsinki A 56.
- Lai F (1999), *Floorball's penetration of Australia: Rethinking the nexus of globalisation and marketing*, *Sport Management Review* (2) 133–149.

- Leadbetter C, Miller P (2005) *The Pro-Am Revolution*. Demos. London.
- Liikkanen M, Hanifi R, Hannula U (2005) *Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002*. (toim.) Tilastokeskus, Helsinki.
- Lilien G, Morrison P, Searls K, Sonnack M, von Hippel E (2002) *Performance Assessment of the Lead User Idea Generation Process for New Product Development*, MIT Sloan School of Management working paper, April, 2002.
- Luthje C, Herstatt C, von Hippel E (2002) *The dominant role of “local” information in user innovation: The case of Mountain biking*. MIT Sloan School Working Paper, July 2002.
- Mahony D, Howard D (2001), *Sports Business in the Next Decade: A General Overview of Expected Trends*. *Journal of Sport Management* 15: 275–296.
- Maryanski A, Turner J H (1992) *The Social Cage. Human Nature and the Evolution of Society*. Stanford University Press. Standford.
- Palolampi E (1983) *Tahkon hengessä. Urheilun puolesta urheilua vastaan*. Helsinki. Otava.
- A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Physical Activity, Body Weight and Health / European Commission, Directorate-General for Employment, Industrial Relations and Social Affairs, Directorate V/F.3 1998
- Pantzar M, Shove E (2005b) *Towards a theory of practice innovations – first and second order producers of Nordic Walking*; submitted.
- Roos J-P (1989) *Liikunta ja elämäntapa*. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikkö nro. 14.
- Rowe D, Lawrence G, Miller T, McKay J (1994) *Global sport? Core concern and peripheral vision*. *Media, Culture and Society*, Vol. 16, 661–675.
- Shah S (2005) *Open Beyond Software*. In *OpenSources 2*. Ed. by D Cooper, C DiBona, M Stone. Sebastopol, O’Reilly Media. Forthcoming.
- Shove E, Pantzar M (2005) *Consumers, producers and practices: understanding the invention and reinvention of Nordic Walking*, *Journal of Consumer Culture*, 1/2005.
- Shove E, Pantzar M, Hand M (2005) *Innovations in fun: the careers and carriers of digital photography and floorball*, in *Manufacturing Fun: Innovations in happiness, well-being and fun*. Ed. by M Pantzar, E Shove. NCRC. Publications 1/2005.
- Stebbins R (1982), *Serious leisure. A conceptual statement*. *Pacific Sociological Review* 25 (2) 251–272.
- Westerbeek H, Smith A (2003), *Sport Business in the Global Marketplace*. Palgrave Macmillan. New York.
- Wheaton B (2004) *Understanding Lifestyle Sports. Consumption, Identity and Difference*. (ed.) Routledge. London.