

Vilma Hyttinen

LIKUNNALLISUUDEN REPRESENTAATIO INSTAGRAMISSA

Yhteiskuntatieteiden tiedekunta
Kandidaatintutkielma
1/2020

Tiivistelmä

Vilma Hyttinen: Liikunnallisuuden representaatiot Instagramissa
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Yhteiskuntatutkimuksen tutkinto-ohjelma
1/2020

Tutkielmassa tarkastellaan liikunnan ja liikunnallisuuden representaatioita Instagramissa liikunta-aiheisten julkaisujen avulla. Tarkoituksena on selvittää, miten liikunnallisuutta representoidaan Instagramissa, ja mitä ominaisuuksia liikunnallisuuteen liitetään. Kuvista välittyviä representaatioita analysoidaan kriittisesti pohtimalla kuntosalikulttuurin ulkonäkö- ja suorituskeskeisyyttä sekä fitness-kulttuurin vaikutusta rivikuntosalikäyjän treenaamisen tavoitteisiin ja kehonkuvaan.

Teoreettisesti tutkielma pohjaa Skeggsin muokkaamaan yrittäjäminuuden käsitteeseen, joka kumpuaa uusliberalistisesta ideasta pyrkiä olemaan menestyvä ”paras itse” jokaisella elämänalueella. Kuva-analyysin menetelmänä on Goffmannin kehysanalyysi, jota on tarkennettu semioottisilla käsitteillä ja kuvantutkimuksen menetelmillä. Representaatioihin pureudutaan Hallin representaatiokäsitteen avulla. Analyysia syvennetään yhdistelemällä teoriapohjaan aiempaa tutkimusta kehonrakennuksesta, fitneksestä ja ulkonäön merkityksestä.

Aineisto koostuu pääosin hyvin suunnitelluista ja harkituista liikunnallisuuden representaatioista. Suurimmasta osasta kuvista välittyy hyvin positiivinen suhtautuminen liikuntaan: liikunnallisuus on selkeästi ilon ja ylpeyden aihe. Usein tämä viesti on kuitenkin liitoksissa kuvaan, jossa korostetaan hyvinvoinnin sijaan ulkonäköä ja vartalon muotoja, jolloin se saattaa jäädä toissijaiseksi. Johtopäätöksenä liikunnallisuus on Instagramissa enemmän tietynlaista olemista ja liikunnalliselta näyttämistä kuin tekemistä.

Avainsanat: Liikunnallisuus, representaatio, kehysanalyysi, Instagram, kuntosali, fitness, ulkonäkö, yrittäjäminuus, sosiologia

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

Sisällysluettelo

Tiivistelmä.....	2
1. Johdanto.....	4
2. Tutkimuskysymykset	5
3. Aiempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys	5
3.1. Aiempi tutkimus.....	5
3.2. Teoreettinen viitekehys	6
4. Keskeiset käsitteet.....	7
4.1. Kuntosalikulttuuri, kehonrakennus ja fitness.....	7
4.2. Liikunnallisuus.....	8
4.3. Yrittäjäminuus	8
4.4. Mitä on representaatio?	9
5. Tutkimusmenetelmät	10
5.1. Aineisto ja eettiset kysymykset	10
5.2. Instagram-kuvan sosiologinen tutkimus.....	11
5.3. Kehysanalyysi	12
5.4. Semioottiset käsitteet kehysanalyysin tulkinnan apuna	13
5.5. Kuvan ihmishahmojen analysointi	15
6. Aineiston analyysi.....	16
6.1. Määräävät kehykset —mitä kuvissa tapahtuu?	16
6.2. Yleisimmät toissijaiset kehykset —mitkä elementit kuvissa toistuvat?	19
6.3. Kolme erilaista liikunnallisuuden representaatiota.....	20
6.4. Kuvanottotilanteen ja kuvanmuokkauksen vaikutukset	22
6.5. Kehysten kerrokset ja ristiriidat.....	23
6.6. Liikunnallisuus —olemista vai tekemistä?	24
7. Pohdinta	25
7.1. Liikunnallisuuden arvolatautuneisuus	25
7.2. Treenaavan naisen representaatio	27
7.3. Johtopäätökset ja itsereflektio	29
8. Lähteet.....	32

1. Johdanto

Tutkielmassani selvitän, millaisia liikunnallisuuden representaatioita Instagramissa tuodaan esille. Niiden avulla yritän päästä kiinni siihen, minkälaista ihmistä pidetään liikunnallisena, ja mitä ominaisuuksia häneen liitetään. Lähestyn aihetta kuntosaliharjoittelun näkökulmasta, sillä sen suosio on kasvanut paljon viime vuosikymmenen aikana. Kyseinen laji on myös saanut muita liikuntalajeja enemmän tilaa sosiaalisessa mediassa. Haluan tutkielmassani selvittää, olisiko tämä näkyvyys osittain fitness-kulttuurin arkipäiväistymisen ansiota. Tavoitteellinen treeni ja ulkonäkökeskeisyys korostuvat fitneksessä selkeästi —miten tämä näkyy kuvapalvelu Instagramissa?

Tilastokeskuksen vuoden 2017 vapaa-aikatutkimuksen mukaan kuntosaliharjoittelun suosio oli yli 15-vuotiailla kasvanut kymmenellä prosenttiyksiköllä verrattuna vuoteen 2002: 14 prosentista 24 prosenttiin (SVT 2019a). Kuntosaliharjoittelu on saanut paljon tilaa sosiaalisessa mediassa mm. erilaisten vaikuttajien ja verkkovalmennusten mainonnan muodossa, ja oletettavasti lajin suosio on jatkanut kasvuaan entisestään. Myös henkilökohtaisten kuntoilvalmentajien eli personal trainereiden määrä lisääntyy koko ajan. Vuodesta 2019 alkaen Suomessa on päässyt kouluttautumaan personal traineriksi myös Jyväskylän yliopiston liikuntatieteellisessä tiedekunnassa (Hirvensalo & Wallinheimo 2019, 53). Tämä kertoo siitä, että kuntosalitreenin tavoitteellisuuteen ja näkyvyyteen panostetaan koko ajan entistä enemmän. Voimaharjoittelulla on paljon terveyshyötyjä: kovatehoinen treeni parantaa esimerkiksi aerobista kestävyyttä tehokkaammin ja nopeammin kuin kevyempi ja pitkäkestoisempi kuntoilu (esim. Carpinelli & Winett 2001). Voimaharjoittelu on kuitenkin myös tehokas liikuntamuoto ulkonäön muokkaamiseen. Tässä tutkielmassa pyrin selvittämään, miten dominoiva laji on sosiaalisessa mediassa edellä mainittujen seikkojen takia, ja miten se sitä kautta vaikuttaa kuvaan, joka meillä on liikunnallisuudesta.

Aihe on tärkeä, sillä sosiaalisen median vallitseva kuva liikunnallisesta ihmisestä piilottaa liikunnan riemun usein suorittamisen ja ulkonäköpaineiden alle. Sosiaalisen median ympäristöillä on paljon vaikutusvaltaa: algoritmit muokkaavat jatkuvasti tykkäyksien ja seurattavien ihmisten kautta sitä, minkälaisia sisältöjä meille tulee siellä vastaan. Tämä vaikuttaa väistämättä ajatteluamme. Kiinnostuin aiheesta, kun aloin Instagramissa seuraamaan suomalaista personal trainer -valmentajaa, joka nopeiden tulosten ja kurinalaisen treenin sijasta keskittää koko Instagram-tilinsä itsetunnon vahvistamiselle: hän korostaa hyvinvoinnin lisäämistä liikunnan ja lempeiden elämäntapojen kautta. Muut

henkilökohtaiset valmentajat, joihin olen törmännyt sosiaalisessa mediassa, ovat antaneet lähinnä ristiriitaisen kuvan liikunnan tavoitteesta. Yhtäältä terveyttä ja hyvinvointia on korostettu, mutta toisaalta samalla on vahvistettu kuvaa siitä, että liikkujan tulisi näyttää tietynlaiselta korostamalla esimerkiksi rasvanpolttoa tai nopeaa kehonmuokkausta. Liikunnasta saatava hyvinvointi on usein jäänyt pelkäksi heitoksi.

Tutkielmani tarkoitus on tuoda piilosta esille asiat, jotka vaikuttavat liikunnallisen ihmisen kuvaan, ja täten kyseenalaistaa tuon kuvan oikeellisuus, monipuolisuus ja tarpeellisuus. Liikunnan ja liikunnallisuuden tulisi kuulua kaikille, joten haluan tuottaa emansipatorista tietoa ja vaihtoehtoisia näkökulmia aiheeseen. Sillä liikunta on tärkeä hyvinvointia ja terveyttä edistävä tekijä, sen tulisi olla asia, joka on kaikille helposti saavutettavissa ja liitettävissä omaan identiteettiin.

2. Tutkimuskysymykset

Tutkielman tavoitteena on vastata seuraaviin kysymyksiin:

- Miten liikunnallisuutta representoidaan Instagramissa?
- Mitä ominaisuuksia liitämme liikunnalliseen ihmiseen?

Hypoteesini on, että fitness-kulttuurin arkipäiväistyminen näkyy sosiaalisessa mediassa ulkonäön merkityksen korostumisena liikunta-aiheisissa julkaisuissa.

3. Aiempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys

3.1. Aiempi tutkimus

Kuntosalikäyjän kehonkuvaa on aiemmin tutkinut Taina Kinnunen väitöskirjassaan Pyhät Bodarit (2001). Teoksessa tutkitaan kehonrakennusta omana kulttuurinaan ja elämäntyylinään, ja pyritään selvittämään, mitä se kertoo ympäröivästä yhteiskunnasta. Aiheesta on tehty myös monia pro gradu -tutkielmia: esimerkiksi Mari Äikäksen tutkielma postmodernista fitnesskehosta (2006) keskittyy kilpailevaan fitness-kulttuuriin postmodernina ilmiönä. Aiemmassa tutkimuksessa esiin nousee usein kuva kuntosaliharjoittelusta kontrollin välineenä, jolla pyritään jalostamaan omaa kehoa ja sielua

vastapainona asioille, joita ei voi elämässään kontrolloida. Tämän avulla itseä pystytään tuomaan esille viehättävänä ja esimerkillisenä kansalaisena (Kinnunen 2001, Äikäs 2006.)

Minua kuitenkin kiinnostaa fitness-kulttuurin arkipäiväistyminen ja kyseistä lajia harrastavien urheilijoiden kovien vaatimusten siirtyminen uudeksi ihanteeksi myös niin sanotuille rivikuntosalikävijälle. Sitä mukaa, kun kilpakehonrakennuksen ihanne on isontunut, on myös valtakulttuurin ihannekeho muuttunut lihaksikkaamaksi (Kinnunen 2001, 164-165). Tämä on kehityskulku, jolle kuntosalikulttuurissa ei ole näkyvissä loppua: kehonrakennuksen ja fitneksen toimintalogiikka on se, että ihannettaan ei voi koskaan saavuttaa, sitä voi vain lähestyä. Lihaksikkaamman kehon tavoittelu on siis jatkuvaa. (Em., 132.) Tuore yhdysvaltalais tutkimus väittää, että tämä kaikki on vaikuttanut myös valtakulttuuriin: 2010-luvulla nuorten naisten kauneusihanne on hoikan sijasta hoikka ja lihaksikas (Bozsik 2018). Haluan tutkielmassani sitoa arkipäiväiseen kuntosali- ja liikuntakulttuuriin ja meitä kaikkia ympäröivään maailmaan sen, mitä aiempi tutkimus on saanut aiheesta selville.

3.2. Teoreettinen viitekehys

Vertailen käsitystä liikunnallisesta ihmisestä Beverley Skeggsin eteenpäin kehittämään ideaan keskiluokkaisesta yrittäjäminuudesta, joka kumpuaa uusliberalistisesta ideasta pyrkiä olemaan ”paras itse” jokaisella elämänalueella (Skeggs 2014). Tarkennan tätä yrittäjäminuuden käsitettä muun muassa kulttuuriantropologi Taina Kinnusen kehonrakennukseen keskittyvän väitöskirjan Pyhät bodarit tuloksilla sekä tuoreella suomalaistutkimuksella ulkonäön vaikutuksesta kaikilla elämänoilla (Kukkonen, Pajunen, Sarpila, Åberg 2019). Tutkin näiden kaikkien näkemysten kietoutumista käsityksemme liikunnallisuudesta liikunnan tavoitteellisuuden ja kehonmuokkauksen yleistymisen kannalta. Täten pyrin pääsemään kiinni liikunnallisuuden arvolatautuneisuuteen ja siihen liitettyihin ominaisuuksiin.

Käytän kuva-analyysin työkaluna kanadalaisen sosiologi Erving Goffmanin kehysanalyysia. Menetelmässä tarkastellaan kuvissa tapahtuvaa toimintaa asettamalla ne kontekstiinsa, ja määrittelemällä toiminnalle eri kehyksiä. Kehysanalyysia tarkennan Stuart Hallin representaatiokäsitteellä sekä semioottisilla kuvantutkimuksen menetelmillä ja käsitteillä, joista etenkin valokuvia tutkineen Roland Barthesin ajatukset nousevat keskeiseen osaan.

4. Keskeiset käsitteet

4.1. Kuntosalikulttuuri, kehonrakennus ja fitness

Kehonrakentamisessa tavoitteena on saada kurinalaisen elämäntyylin, kuntosaliharjoittelun ja oikeanlaisen ruokavalion avulla muokattua lihaksista mahdollisimman näyttäviä ja erottuvia (esim. Kinnunen 2001, 32). Kehonrakennuksessa lihakset eivät voi olla liian suuria, joten lajissa kehittymistä leimaa tietynlainen tyytymättömyys. Ihannettaan aina vain isommista lihaksista voi lähestyä, mutta ei saavuttaa: aina voi tulla isommaksi ja paremmaksi. (Em., 132.) Fitness-urheilu on kehonrakentamisesta kehittynyt laji, jonka ihannevirtalo on vähemmän lihaksikas. Kehonrakennuksesta poiketen fitness-kilpailuissa mitataan myös kestävyyttä ja notkeutta. (Em., 188.) Pääosassa kummatkin lajit keskittyvät lihasten näyttävyyteen, mutta fitneksestä on tullut laajemmalle levinnyt trendi lihasten maltillisuuden ansiosta. Kumpikin ovat kilpaurheilulajeja, mutta niistä puuttuu muulle kilpaurheilulle tyypillinen vakavamielisyys: itse urheilusuurituksen sijasta lajeissa keskitytään fyysisen ulkomuodon näyttämiseen ja arviointiin (em., 92-93).

Perinteisesti liikuntaharjoittelua käytetään ruumiintekniikkana, jolla pyritään edistämään terveyttä ja ennaltaehkäisemään sairauksia (Kinnunen 2001, 189). Taina Kinnusen kehonrakennusta koskevassa väitöskirjassa todetaan, että kehonrakennuksessa ajatus terveyden tavoittelemisesta viedään vielä pidemmälle "superterveyteen". Tämä tarkoittaa sitä, että treenin tuomilla hyödyillä ei pyritä vain edistämään, vaan *maksimoimaan* oman kehon terveys ja mahdollisuudet pitkään elämään: saliharjoittelulla tavoitellaan energisempää, viriilimpää ja nuorekkaampaa elämää. (Em., 189.) Kuntosalit hyödyntävät tätä ideaa markkinoimalla palveluitaan tavalla, joka implikoi, että jokaisesta ihmisestä löytyy aina jotain kehitettävää —kukapa ei haluaisi olla vielä terveempi (em., 190). Tiivistyksenä kuntosaliharjoittelun tarkoituksena voisi siis sanoa olevan terveellisemmän elämän tavoittelua kehon lihaksiston ylläpitämisen ja muokkaamisen avulla. Ensisijaisesti ulkomuotoon keskittyvinä lajeina kehonrakennuksen ja fitneksen perintö kuntosaliharrastukseen kuitenkin on se, että terveys ja lisääntyvä voima saatetaan nähdä välineenä hyvän ulkonäön tavoittelussa. Kaikkein tärkeintä näissä kilpaurheilulajeissa on lihaksisuus. (Em., 192; 197-198).

4.2. Liikunnallisuus

Liikunnallisuus on arvolutautunutta, ja se voidaan nähdä jopa hyveellisenä. Liikunnalliset ihmiset nähdään nuorekkaampina, terveempinä ja kauniimpina, mikä voi edistää jopa työn saantia (esim. Kinnunen 2001, 191): osoittamalla kykyjä itsensä kehittämiseen voi erottautua muista työnhakijoista silloin, kun kaikilla on tehtävään muuten samat taidot ja koulutus pohja (Skeggs 2014, 147).

Taina Kinnusen väitöskirjassa kuvataan kehonrakennusta tapana kehittää ulkonäön lisäksi myös luonnetta: askeettisuus, kurinalaisuus ja kontrolli omasta kehosta tuovat myös mielenrauhaa (Kinnunen 2001, 133, 139). Kuntoilu nähdään terveenä itsestä huolehtimisena, joka vaikuttaa positiivisesti sekä yksilön itsetuntoon että ympäröiviin ihmisiin. Itsensä kohentaminen nähdään toisten huomioon ottamisena, ja siten hyveellisenä asiana. Kehonrakennusta määrittelevä ja liikunnallisuutta korostava ideologia käy siis hyvin yhteen uusliberalistisen yksilöllisyyttä ja yksilön vastuuta korostavan diskurssin kanssa. (Em., 73.) Mari Äikäksen pro gradu -tutkielma tukee tätä käsitystä: sen mukaan fitnessurheilijat pyrkivät oman kehonsa kontrolloinnilla osoittamaan sekä muille että itselleen mielensä lujutta ja hallintaa myös muilla elämäntavoilla (Äikäs 2006). Myös näitä näkökulmia pyrin vertaamaan Instagramin kuvastoon: liikunnallisuuden lisäksi minua kiinnostaa, mitä ihmiset haluavat representoida liikunnallisuutensa esiin tuomisella sosiaalisessa mediassa.

4.3. Yrittäjäminuus

Yrittäjäminuuden käsitteen nosti ensimmäisenä esiin Nikolas Rose. Hän kuvaa yrittäjäminuudella uusliberaalin yksilön pyrkimystä muokata omaa itseä vallitsevien ihanteiden mukaiseksi, tuotteliaaksi yksilöksi. Sillä nyky-yhteiskunnassa mikään virallinen auktoriteetti ei kontrolloi sitä, miten ihmisten tulisi elää elämäänsä, arvokkuutta määrittää ikään kuin piilosta se, mitä pidetään arvostettuna. Tähän yksilö vastaa kontrolloimalla ja muokkaamalla itseään ja omaa käytöstään. (Rose 1992, 1-2.)

Skeggs on kehittänyt tätä käsitettä pidemmälle teoksessaan *Elävä luokka* (2014). Skeggsin mukaan pyrkimys itsensä kontrollointiin ja kehitykseen kuvaa sitä, että yksilöt pyrkivät muokkaamaan itseään kapitalismin ihanteiden ja toimintalogiikan mukaiseksi. Puhutaan talouden kulttuurillistumisesta, jossa kapitalismin toimintalogiikka on laajentunut määrittelemään talouden lisäksi muitakin elämäntavoja, kuten henkilökohtaista elämää ja minuutta. Ihanteellinen yksilö on yrittäjäminä, joka pyrkii tavoittelemaan voittoa myös

henkilökohtaisessa elämässään minuuden muokkaamisen keinoin. (Skeggs 2014, 132-133; 144-146.) Minuudesta tulee yksi elämän projekteista, jossa kaikkia elämän alueita, myös esimerkiksi omaa kehoa, tunteita ja seksuaalisuutta, työstetään niin, että elämästä tulisi mahdollisimman hyvää ja arvokasta (Rose 1992, 9).

Yrittäjäminuus linkittyy talouteen myös työelämän puolesta. Uusliberaalin työntekijän tulee olla tuottelias ja luova tuottaakseen yritykselle voittoa. Tuomalla näitä ominaisuuksia esiin vapaa-ajalla hän vakuuttaa olevansa myös pätevä työntekijä. (Rose 1992, 14.) Vapaa-ajalla minuuden eteen tehty työ, kuten ulkonäöstä huolehtiminen, jää kuitenkin näkymättömiin, sillä sitä pidetään itsestäänselvyytenä (esim. Kukkonen ym. 2019, 89). Uusliberaalissa yhteiskunnassa yksilö on vapaa muokkaamaan itseään ja omaa identiteettiään, mutta myös pakotettu tekemään niin (Skeggs 2014, 118-119).

Yrittäjäminä kehittää henkisiä kykyjään ja kontrolloi itseään vallitsevien moraal sääntöjen mukaisesti. Itseohjautuvien ja aloitteellisten yksilöiden kautta myös yhteiskunta pysyy jatkuvassa kehityksessä ja kontrollin alla. (Skeggs 2014, 144-146.) Yrittäjäminuuden käsite selittää siis sen, miksi ahkerat ja itsestään huolta pitävät ihmiset nähdään niin arvokkaina: heidän katsotaan pitävän koko yhteiskuntaa pystyssä. Yrittäjäminuuteen on hyvä suhtautua kriittisesti. Ideaali tuotteliaasta yksilöstä on rakentunut valkoisen keskiluokan ihanteiden perustalle, ja on hyvä ottaa huomioon, ettei kaikilla ihmisillä ole pääsyä yrittäjäminän representointiin normin mukaisella tavalla (em., 151).

Yrittäjäminuudella tavoitellaan paitsi arvokkaaksi koettua henkilökohtaista elämää, myös yhteiskunnallista arvokkuutta. Sillä liikunnallisuus on sekä yhteiskunnallisesti arvostettu että konkreettisesti yksilön omaan elämään ja hyvinvointiin vaikuttava asia, on yrittäjäminuuden käsite mielenkiintoinen näkökulma sen tarkkailuun. Käsitteen avulla pääsee kiinni usein piiloon jäävään liikunnan suorituskeskeisyyteen ja ulkonäköpaineisiin, sekä liikunnallisuuden arvolutautuneisuuteen.

4.4. Mitä on representaatio?

Representaatio on esitys, jonka avulla todellisuutta tuotetaan ja tulkitaan (Hall 1997, 1). Representaatioiden tutkimisella päästään käsiksi muun muassa siihen, kuka määrittelee, miten todellisuutta tuotetaan, ja millaisin keinoin todellisuutta esitetään (Seppänen 2005, 77). Representaatioihin liittyy aina toimintaa: niitä tuotetaan, käytetään ja kulutetaan

(Seppänen 2005, 84). Aktiivisena prosessina representaatioiden tutkiminen auttaa pääsemään kiinni kulttuuriin, sillä se kertoo, miten asioita hahmotetaan ja miten niille luodaan merkityksiä (Hall 1997, 2-3). Representaatioiden tutkiminen on siis hyvä lähtökohta, jos haluaa päästä kiinni siihen, mitä liikunnallisuus oikeastaan on Instagramia käyttäville ihmisille.

Stuart Hallin mukaan representaatiot syntyvät kahden eri järjestelmän (*systems of representation*) kautta, jotka ovat päänsisäiset representaatiot (*mental representations*) ja representaatioiden välittäminen. Päänsisäiset representaatiot ovat käsityksiämme asioista, joiden avulla hahmotamme maailmaa, eli suhteita ajatuksiemme ja asioiden välillä. Kielen ja merkkien (*signs*) avulla taas pystymme kommunikoimaan näitä ajatuksia toisille, ja luomaan suhteen merkkien ja asioiden välille. Representaatio syntyy prosessissa, joka yhdistää nämä kaksi suhdejärjestelmää. Tulkitaksemme kuvaa meidän tulee tiedostaa, että kuvat eivät ole varsinaisia representaatioita asioista, vaan merkkejä, joita tulkitsemalla synnyttämme päässämme representaation niistä. (Hall 1997, 17-19.)

Representaatiot voidaan käsittää joko todellisuuden heijastumina tai tapoina rakentaa todellisuutta (Seppänen 2005, 78). Mainoksia tutkineen Gillian Dyerin mukaan tulisi ottaa huomioon se, että vaikka mainoskuvat ovatkin enemmän tietoisesti rakennettuja kuin totuudenmukaisia representaatioita, ne luovat silti omalta osaltaan todellisuutta, jolla on vaikutusta (Dyer 2009, 91). Sama logiikka pätee sosiaaliseen mediaan: sen takia ja siitä huolimatta, että sosiaalisen median representaatiot ovat tarkkaan harkittuja ja rajattuja osia todellisuudesta, on niitä ja niiden vaikutusta tärkeää tutkia.

5. Tutkimusmenetelmät

5.1. Aineisto ja eettiset kysymykset

Aineisto koostuu Instagramin suomenkielisten, liikunta-aiheisten aihetunnisteiden huippujulkaisuista: tutkimuksen kohteena ovat #sporttinen, #liikunnallinen, #liikunta, #kuntosali ja #treeni. Huippujulkaisuihin nousee aina kerrallaan yhdeksän julkaisua, ja ne kertovat, minkälainen sisältö aihetunnisteen sisältä saa eniten huomiota. Sillä aihetunniste liikunnallinen ei ole kovinkaan suosittu (yhteensä alle 60 julkaisua), ja noin 300 julkaisua kattava #sporttinen sisältää paljon mainoksia, otan aineistoon mukaan myös muut

aihetunnisteet, jotka vain lähinnä sivuavat liikunnallisuuden kokemusta. Aihetunnisteista suosituin on #treeni, jossa on jo melkein 100 000 julkaisua. Toiseksi ja kolmanneksi suosituimmat ovat #kuntosali ja #liikunta, joissa on yli 60 000 julkaisua. Aihetunnisteiden suosio kertoo hyvin siitä, minkä tyyllisiä kuvia Instagramin käyttäjät julkaisevat itsestään, ja miten suuressa osassa tavoitteellinen kuntosalitreeni on liikunta-aiheisista julkaisuista.

Huippujulkaisuista rajaan tarkasteltavaksi vain yksityishenkilöiden tekemät julkaisut, sillä eri tahojen tekemiä mainoksia löytyi aihetunnisteiden julkaisuista runsaasti. Katson, että jos kuvan julkaisija ei ole itse kuvassa tai ole ottanut kuvaa itse, kuva ei auta vastaamaan kysymykseen, millaista liikunnallisuutta Instagram-käyttäjät haluavat tuoda itsestään esille.

Aineistossa on tärkeää ottaa huomioon, että kuvat ovat yksityishenkilöiden lataamia, ja heidän yksityisyyttään ja Instagramin tekijänoikeuksia kunnioittaakseen niitä ei voi sisällyttää tutkimukseen kuvina. Sillä huippujulkaisut voivat vaihtua päivittäin ja käyttäjät saattavat poistaa kuvansa ennen analyysin valmistumista, valitsin käytettäväksi samana päivänä (21.10.2019) huippujulkaisuina olleita kuvia ja otin kaikista analysoitavista kuvista näyttökaappaukset. Vähentääkseni personoitujen algoritmien vaikutusta siihen, mitkä kuvat valikoituvat huippujulkaisuiksi, hain kuvat selaimella, jota en ollut aiemmin käyttänyt.

On syytä suhtautua kriittisesti aineiston valintaan siinä mielessä, että Instagram on visuaalisuuteen keskittyvä media: siellä julkaistut kuvat siis todennäköisesti tulevat olemaan hyvin harkittuja itserepresentaation muotoja. Ennakko-oletukseni aineistosta on, että niissä näkyy fitness-kulttuurin arkipäiväistyminen siten, että julkaisuissa korostetaan liikkumisen riemun sijaan omaa ulkonäköä ja lihaksikkuutta. Sillä isosta takamuksesta on tullut trendi ja lähes uusi naisen kauneusihanne 2010-luvulla, uskoisin, että myös tämä näkyy ainakin naisten julkaisemissa kuvissa.

5.2. Instagram-kuvan sosiologinen tutkimus

Valokuva on sosiologisesti mielenkiintoinen tutkimuskohde, sillä se on yksi yleisimmistä itserepresentaation muodoista, ja kertoo myös aina jotain kulttuurillisista todellisuuksista ja merkityksistä (Seppänen 1997, 54). Älypuhelimien käytön yleistymisen myötä kuvien ottamisen yleisyys ja kuvien määrä omasta elämästä on moninkertaistunut viime vuosituhanteen verrattuna. Myös sosiaalinen media vaikuttaa kuvien ottamiseen ja julkaisemiseen: kuvat ovat internetissä kaikkien saatavilla, jolloin myös niiden ottamiseen

voi olla eri syitä kuin pelkästään perhealbumissa näkyvillä kuvilla. Visuaalisuuteen keskittyvässä sosiaalisessa mediassa Instagramissa kuviin ja niiden muokkaamiseen panostetaan paljon: useimmiten kuvia otetaan todella monta, joista vain paras tai parhaat julkaistaan.

Kuvantutkimuksesta tulee siinä vaiheessa sosiologinen, kun alkaa kiinnittää erityishuomiota kuvan kontekstiin eli sen ulkopuolisiin asioihin ja keskusteluihin. Pelkän visuaalisen näyttävyyden arvioimisen sijasta on mentävä syvemmälle ja problematisoitava myös oma käsitys kuvasta sekä sen tuottamasta vallasta ja kulttuurista (Seppänen 1997, 60).

5.3. Kehysanalyysi

Goffmanin kehysanalyysissä pyritään pääsemään kiinni siihen, miten konteksti määrää käyttäytymistämme (Goffman 2012, 255). Tämä saavutetaan kehystämällä tapahtuma eli määrittämällä toiminnalle ensisijaisia ja toissijaisia merkitysympäristöjä. (Goffman 2012, 244-245, Luhtakallio 2012, 195.) Kehysanalyysi auttaa hahmottamaan todellisuutta ja järjestämään sitä pyrkimällä ymmärtämään tapahtumia kerros kerrokselta. Kehysten kerrokset kertovat paitsi kontekstin merkityksestä, myös siitä, miten esitämme tapahtumaa, ja mitä tavanomainen käyttäytymisemme representoi. Kehysanalyysin tarkoituksena on siis mystifioida arkista käyttäytymistä, ja pyrkiä näkemään, mitä sillä yritetään mallintaa. (Goffman 2012, 241-242.)

Toimijat tuottavat suoraan oman olemisensa arkisen toiminnan sivussa. Vaikka toiminta voidaan nähdä konventionaalisenä ja opittuna, on se samalla rehellinen ja suora ilmaus tekijän tahdosta, mielialasta, luonteesta ja asemasta. (Goffman 2012, 250.) Henkilön ikä, sukupuoli, ulkonäkö ja mahdollinen työ ovat kaikki osana kehystä, jota henkilö luo tilanteessa: esimerkiksi työ voi tarjota valmiin roolin esitettäväksi (em., 258). Tarkoituksena onkin tutkia henkilön persoonallisuuden ja hänen esittämänsä roolin välistä suhdetta, ja sitä, miten se reagoi kehykseen, jossa roolia tuotetaan (em., 256). Kehysanalyysi pyrkii pureutumaan tällaisen vuorovaikutuksen merkityksiin tutkimalla käyttäytymisen ja kehon koreografioita. Se tarkastelee sitä, miten asentoihin asettaudutaan ja ulkonäköä muokataan. Käyttäytyminen viestii myös lisärooleista, joita ihmisellä on: keho voi esimerkiksi antaa tilanteeseen sinänsä liittymättömiä vihjeitä esimerkiksi seksuaalisuudesta tai fyysisestä voimakkuudesta. (Em., 250-251.)

Kehysanalyysin avulla pääsee kiinni siihen, että arkinen toimintakin on tarkoituksenmukaista esittämistä (Goffman 2012, 244), minkä ansiosta kehysanalyysi on hyvä valinta representaatioiden tutkimiseen. Analyysin tasolle päästään, kun pohditaan, miten nämä koreografiat toimivat muissa toiminnan kehyksissä (em., 251.). Esimerkiksi näyttelijän ja urheilijan julkiset tunteenpurkaukset saattavat näyttää samanlaisilta, mutta niissä on syntaksinen merkitysero (em., 252): tunteenpurkauksiin vaikuttavat eri taustatekijät, jolloin niistä muodostuu aivan erilaiset kokonaisuudet (esim. Fiske 1992, 83). Tällaisten merkitysten tutkiminen on Instagramissa erityisen mielenkiintoista, sillä siinä tarkastelija pääsee itse päättämään, mitä merkityksiä toiminta luo ja tutkimaan sitä, miten se toimii kehyksessään.

Eeva Luhtakallio on soveltanut goffmanilaista kehysanalyysia visuaalisen sosiologian tulkintaan tutkimuksessaan aktivismista kertovista kuvista. Hän jaottelee kehykset määrääviin ja toissijaisiin kehyksiin. Määrävä kehys vastaa kysymykseen siitä, mitä kuvassa tapahtuu. (Luhtakallio 2012, 195.) Tätä Goffman kuvaa päätoimintana tai toiminnan kanavana (Goffman 2012, 244). Toissijaiset kehykset tarkentavat tai muuttavat tätä tulkintaa (Luhtakallio 2012, 195), mihin Goffman viittaa toiminnan kerrostumina (Goffman 2012, 244). Kuvien tulkinta etenee määrittämällä ensin määräävät kehykset, ja järjestämällä kuvat niiden avulla ryhmiin. Teemoittelun avulla saadaan selville, onko useassa kuvissa jokin yhdistävä tekijä. Sen jälkeen kuvien tulkintaa syvennetään tai muutetaan määrittelemällä niille toissijaisia kehyksiä. (Luhtakallio 2012, 94-95.)

Instagramin aihe tunnisteita tutkiessa kuvien merkitykset rakentuvat sekä kuvien että tekstin pohjalle. Kehysten kerroksien avulla kaikki elementit on helppoa ottaa luontevasti mukaan analyysiin. Aihetunnisteet rajaavat tutkimuskohteet, ja tarjoavat siten eräänlaisen taustakehyksen ja näkökulman analyysille. Kuvateksti taas voi muuttaa kuvan tulkintaa moneen suuntaan, mikä on helppoa ottaa mukaan tutkimukseen toissijaisten kehysten avulla.

5.4. Semioottiset käsitteet kehysanalyysin tulkinnan apuna

Representaatiota tulkitessa semiotiikka ja semioottiset käsitteet ovat tärkeitä apuvälineitä (Seppänen 2005, 106). Päästäkseen kiinni goffmanilaiseen kehysanalyysiin, representaation muotoihin ja kuvien syvällisten merkitysten tulkintaan siihen on siis syytä tutustua. Janne Seppänen avaa teoksessaan Visuaalinen kulttuuri (2005) semiotiikkaa

kuvien tulkinnan kannalta, ja nostaa esille sen tärkeimpiä käsitteitä semiotiikan kehittäjien avulla.

Semiotiikka pohjaa merkkien ja merkitysten tutkimukselle. Saussure määrittelee merkin sellaiseksi, jossa yhdistyvät merkitty asia ja merkitsijän sille antamat merkitykset. Vakiintuneiden merkitysten käyttäminen tekee meistä ihmisiä ja sitoo luonnolliset asiat osaksi kulttuuriamme. (Seppänen 2005, 108-109.) *Ikoninen merkki* on jollain tavalla esittämänsä kohteen kaltainen (Seppänen 2005, 130). Valokuvan tarkoituksena nähdään usein olevan juuri ikonisuus, eli mahdollisimman tarkka todellisuuden jäljentäminen (Seppänen 2005, 131-132). Tämän johdosta valokuvan merkkejä tulkittaessa on kiinnitettävä huomiota kuvaajan tekemiin valintoihin siinä, miltä ihminen kuvassa näyttää (Fiske 1992, 78).

Kuvaustilanteessa tehtyihin valintoihin voi päästä kiinni esimerkiksi syntagman ja paradigman käsitteiden avulla. Niillä kuvataan merkkien välisiä suhteita. Syntagma tarkoittaa erilaisten merkkien lineaarista järjestymistä, paradigma taas samankaltaisten merkkien vaihtoehtoista järjestäytymistä. (Seppänen 2005, 126-128.) Pukeutumisessa paradigmaattisia valintoja ovat esimerkiksi valinnat eri housujen välillä, ja syntagma, koko asukokonaisuus, taas koostuu eri paradigmaattisten valintojen perusteella. Kuvanottotilanteessa tehtyjen paradigmaattisten eli vaihtoehtoisten valintojen perusteella siis rakentuu kuvan syntagmaattinen merkitys (em., 129).

Roland Barthes on semioottisen valokuvantulkinnan uranuurtaja. Hän on käsitellyt aihetta mm. teoksissaan *Mytologioita* (1994) ja *Valoisa huone* (1985). Barthesin semiotiikan tarkoituksena on riisua kuvan merkit mystisyydestään, eli kyseenalaistaa kuvan edustamiin asioihin itsestäänselvästi liitetyt asiat (Seppänen 2005, 113). Barthesin mukaan *myytti* kuvaa vakiintunutta tapaa, jolla olemme tottuneet kuvaamaan tiettyjä asioita, ja naturalisoi siten historiaa (esim. Fiske 1992, 116-117). Tähän kulttuuriseen konstruktion voi kuitenkin päästä kiinni pyrkimällä erottamaan toisistaan *denotaation*, eli kuvan selkeimmän merkityksen, ja *konnotaation*, eli kuvaan kulttuurillisesti liitetyt asiat (Seppänen 2005, 117; Fiske 1992, 113). Denotaatio kertoo, mitä kuvataan, ja konnotaatio taas, miten kuvataan (Fiske 1992, 114). Barthes jakaa tulkinnan edelleen kahteen osaan: *studiumiin*, eli tavanomaisiin, kulttuurisesti jaettuihin huomioihin, sekä *punctumiin*, eli edellistä tulkintaa häiritseviin, ”pistäviin” yksityiskohtiin, joita kaikki eivät välttämättä huomaa (Seppänen 2005, 119-120; Barthes 1985, 32-33).

Kuvan semioottisessa tulkinnassa kamppailevat ajatukset siitä, että valokuva on kuva todellisuudesta, jota on vaikeampi kiistää kuin vaikkapa tekstiä, ja siitä, että myös kuvaan piiloutuu merkkejä ja kuvaustilanteessa tehtyjä valintoja, jotka ovat muokanneet tätä todellisuutta. Huomionarvoista on myös se, että kuva saa merkityksensä kulttuurisessa kontekstissa eikä sillä siten ole totuus-, vaan pelkkää tulkinnanvaraista arvoa. Tämän lisäksi tulee tiedostaa, että kuvan todenmukaisuuden arviointia vaikeuttaa vielä kuvanmuokkauksen vaikutukset siihen, mitä näemme kuvassa. Instagramissa on usein paitsi hyvin tarkkaan suunniteltuja ja rajattuja, myös hyvin muokattuja kuvia. Tämän takia onkin hedelmällistä keskittyä tutkimuksessa nimenomaan kuvan julkaisijan tekemiin valintoihin ja tutkia niitä representaation näkökulmasta sen sijaan, että odottaisi kuvan kertovan suoraan jotain ympäröivästä maailmasta tai kyseisten ihmisten elämistä.

5.5. Kuvan ihmishahmojen analysointi

Mainoksia tutkinut Gillian Dyer on luonut listauksen siitä, mihin kuvan ihmishahmojen tulkinnassa tulisi kiinnittää huomiota, ja mitä eri osilla ja valinnoilla pyritään kertomaan. Jokainen kohta auttaa tulkitsemaan kuvan nonverbaalia viestintää ja kertoo, mitä tietoa kuva välittää tunteista, arvoista, valta-asetelmista ja suhteista. (Dyer 2009, 77.) Lista auttaa selvittämään, minkälainen on tyypillinen liikkujan representaatio Instagramissa, ja miten hyvin erilaiset ihmiset ovat huippujulkaisuissa edustettuina.

1. Ulkonäkö

- Ikä
- Sukupuoli, maskuliinisuus ja feminiinisyys: miten tuodaan ilmi kuvassa?
- "Rotu": tuodaanko esiin joitakin stereotyyppioita?
- Hiukset
- Kehon koko, muoto ja eri kehonosien käyttö: mitä peitetään ja mitä paljastetaan?
- Koko: mikä tai kuka kuvassa korostuu ja saa eniten tilaa?
- Ulkonäkö ja tyyli: minkä vaikutelman ihminen antaa ylläolevien kohtien mukaan?

2. Tapa

- Ilme: mitä tunteita pyritään ilmentämään ja/tai herättämään?
- Katsekontakti ja katseen suunta
- Asennot ja poseeraus: staattinen vai aktiivinen?
- Vaatteet

3. Toiminta

- Kosketus: kosketuksen voimakkuus, tarkoitus ja tuntu
- Liike: mitä henkilö tekee?
- Asemointi ja (valta)suhteet

4. Tausta

- Rekvisiitta: ovatko tavarat käytössä vai symboloivatko jotain?
- Miljö: tavan- vai fantasianomainen?

(Dyer 2009, 77-84.)

Käytän kuva-analyysissäni hyödyksi tätä muistilistaa, minkä lisäksi tutkin kuvista värejä, yleistä tunnelmaa, kuvan laatua ja kuvatekstiä. Pyrin myös pohtimaan sitä, kuinka suunniteltu kuva on sekä sitä, onko kuvaa muokattu.

6. Aineiston analyysi

Aineisto on teemoiteltu Goffmanin kehysanalyysin mukaan. Kokosin aineiston ja siitä esiin nousseet kehykset excel-taulukoksi, jonka avulla pystyin järjestelemään ja tarkkailemaan aineistoa kokonaisuutena. Määrääviä kehyksiä, eli mikä toiminta kuvissa ensisijaisesti korostuu, erottelin kuusi kappaletta. Toistuvia toissijaisia kehyksiä, jotka kertovat kuvissa toistuvista elementeistä, taas on kolme kappaletta. Näiden avulla olen rakentanut kolme erilaista liikunnallisuuden representaatiota, jotka ovat ikään kuin yhteenveto kaikista aineiston kuvista. Lopussa analysoin aineistoa vielä tarkemmin käyttäen apuna näistä kehyksistä ja Barthesin kuvantutkimuksesta nousseita ajatuksia. Pyrin sijoittamaan kuvat kontekstiinsa pohtimalla Instagramia toimintaa kehystävänä alustana, fitness-kulttuurin vaikutusta, kuvaustilanteita ja kaikkien eri kehysten kerrostumia.

Aineisto koostuu aiheutunnisteiden sporttinen, liikunnallinen, liikunta, kuntosali ja treeni huippujulkaisuista. Mainokset ja meemit pois lukien analysoitavana on yhteensä 38 kuvaa ja yksi video. Suurin osa kuvista on hyvin suunniteltuja, ja niissä on kuvan julkaisija yksin. Viisi julkaisuista on miesoletetuista henkilöistä, kuusi lapsista ja/tai koirista ja 27 naisoletetuista henkilöistä. Yhdessä kuvassa on useampia aikuisia. Julkaisuista melkein puolet, 17 kappaletta, on selkeästi ammattimaisia, ja otettu usein jonkinlaiseen kuvan julkaisijan itsensä brändäys- tai mainostustarkoitukseen.

6.1. Määräävät kehykset —mitä kuvissa tapahtuu?

1. Liikunnallisen elämäntavan edustaminen (15 kpl)

Kuvissa keskeiseen osaan nousee nimenomaan edustaminen. Kuvat ovat pääosin korkealaatuisia, hyvin suunniteltuja ja ammattimaisia. Valtaosa kuvista on otettu ulkona luonnon läheisyydessä tai urbaanissa kaupunkiympäristössä, muut kuntosalilla tai pukuhuoneessa. Kolmasosassa kuvista on mukana mainostusta, eli kuva on julkaistu kaupallisessa yhteistyössä jonkun yrityksen kanssa, tai kuvan ottaja mainostaa kuvalla suoraan omaa toimintaansa. Mainostaminen käy hyvin yksin edustuksen kehyksen kanssa: kuvan julkaisseet mainostavat liikunnallista elämäntapaa ja pyrkivät tuomaan tuotteet oman esimerkkinsä kautta tutuiksi seuraajille, jotka ehkä haluavat elää samanlaista elämäntyyliä. Yleisimpiä toissijaisia kehyksiä ovat inspiroiminen, esteettisyys, kontrolloitu rentous (ks. yleisimmät toissijaiset kehykset) ja suunnitelmallisuus.

Jaottelin aluksi kaksi kuvista kehykseen ”poseeraaminen treeniapaikalla”: näistä edustuskuvista suurin osa on siis otettu jossakin muualla kuin treeniympäristössä. Toimintaa tulkitaan aina kontekstissaan, ja se voi saada hyvin eri merkityksiä eri toiminnan kehyksissä (Goffman 2012, 251). Etenkin tämän määräävän kehyksen julkaisuissa voi miettiä, miten erilaisena poseeraaminen näyttäytyisi, jos kaikki kuvat olisi otettu vaikkapa kuntosalilla. Tämä määräävä kehys kertoo siitä, että liikunnallisuuden ei aina tarvitse olla varsinaisessa liikunnallisessa tekemisessä kiinni, vaan sen voi sijoittaa toisiin konteksteihin oman vartalonsa edustavuuden avulla.

2. Selfie (8 kpl)

Huomionarvoista selfieissä on, että ne on otettu peilin kautta yhtä poikkeusta lukuunottamatta, joten vaikka kyseessä on selfie, suurimmassa osassa kuvista on koko keho näkyvissä. Kuvia yhdistävät spontaanius ja yhteys liikunnalliseen ympäristöön: ne on saatettu ottaa kuntosalilla tai kotona liikkumaan lähtiessä tai sieltä tultaessa. Yleisimpiä toissijaisia kehyksiä ovat ylpeys itsestä, tyytyväisyys, positiivisuus, lihaksikkuus ja reipas asenne liikuntaa kohtaan.

Tämän määräävän kehyksen kuvissa huomionarvoista on kuvattavan täysi kontrolli kuvaustilanteesta. Kuvakulmat, ilmeet, asennot ja kaikki muut paradigmaattiset valinnat saattavat olla hyvinkin tarkkaan mietittyjä ihanteellisen lopputuloksen saavuttamiseksi. Peilin kautta otetut selfiet kertovat myös siitä, minkälaisena kuvaaja on nähnyt itsensä kuvaushetkellä. Selfiet ovat mainioita itserepresentaatioiden tutkimiseen, sillä niiden syntagmaattinen merkitys voi olla täysin tarkoituksella rakennettu.

3. Luonnosta nauttiminen (5kpl)

Kuvat on otettu ulkona liikunnan lomassa, ja niissä korostuvat luonto ja kuvan tausta. Tämän määräävän kehyksen kuvissa näkyvät ihmis- ja eläinhahmot eivät ole saaneet kuvissa niin paljon tilaa kuin muissa kuvissa, vaan luontomaisema on niissä olennaisessa osassa. Kuvaavimpia toissijaisia kehyksiä ovat liikunnan riemu, yhdessäolo ja liike.

Luonnosta nauttiminen kertoo erilaista liikunnallisuuden tarinaa kuin yleisin määräävä kehys, liikunnallisen elämäntavan edustaminen. Tässä määräävässä kehyksessä liikkuminen liittyy toiminnalliseen kontekstiin, jolloin liikunnallisuutta edustavat paitsi oma vartalo, myös ympäröivä luonto ja muut kuvan elementit. Liikunnallisuus on kuvissa luonnollista ja elämyksellistä.

4. Kehon pystyvyys ja lihaksikkuus (4kpl)

Julkaisuissa joko esitellään suoraan omia lihaksia jännittämällä niitä tai tehdään jotain vaativaa urheilusuoritusta. Yleisimpiä toissijaisia kehyksiä ovat ylpeys itsestä, voimakkuus, taitavuus ja tavoitteellisuus. Tämä määräävä kehys on teknisin. Oma vartalo on väline, jolla korostetaan liikunnallisuuden tuottamaa lopputulosta. Poseeraaminen lihaksia jännittämällä muistuttaa hieman fitness-kisojen ”täydellistymisen hetkeä” kisalavalla, jolloin olo on euforinen ja kaikki ulkonäön eteen nähty, kova työ tuntuu sen arvoiselta (ks. Kinnunen 2001, 173-174). Julkaisut ohjaavat katsomaan ja ihailemaan kovan työn tuloksia.

5. Toiminnallinen poseeraus (4kpl)

Kuvat eroavat kehon pystyvyyden ja lihaksikkuuden kehyksestä siinä, että kuvista paistaa tarkemmin suunniteltu kuvan esteettisyys. Kehys liikkuu siis edellä mainitun ja liikunnallisen elämäntavan edustamisen kehysten välimaastossa. Keholla poseeraaminen ei suoraan esitele lihaksia tai omaa pystyvyyttä, vaan ennemminkin pyrkii tekemään liikunnallisesta kehosta taidetta. Toissijaisina kehyksinä kuvissa korostuvat notkeus ja harmonia.

Liikunnallisen elämäntavan edustamisen kehyksen julkaisuista poiketen kuvat ovat kiinni liikunnallisessa kontekstissa, mutta kuvaajan ja kuvan muokkaajan tekemien paradigmaattisten valintojen synnyttämä syntagmaattinen merkitys tekee kuvasta enemmän taideteosta tai mainosta, kuin treenikuvaa muistuttavan. Kontekstin lisäksi siis myös kuvan esitystapa määrittää tämän kehyksen julkaisuja paljon.

6. Lasten ilo ja leikki (4kpl)

Tämä kehys on tyypillinen aihetunnisteelle liikunnallinen, jonka julkaisut olivat muita aihetunnisteita vähemmän ammattimaisia ja suunniteltuja. Kuvissa on lapsia tai nuoria, jotka ovat joko liikkumassa tai joiden ominaisuuksia tai elämäntyyliä kuvataan liikunnallisiksi. Kuvissa korostuvat liikunnan riemu, ilo ja vanhemman ylpeys.

Sillä kuvan julkaisija ei ole itse kuvassa, tämän määräävän kehyksen kuvissa on tärkeää miettiä, mitä jää kuvan ulkopuolelle. Tuomalla esiin lapsen leikkisää ja liikunnallista elämäntyyliä julkaisut representoivat liikunnallisuuden arkisuutta ja spontaaniutta. Leikkivän lapsen liikunnallisuus ei ole aina tarkoituksenmukaista, vaan tapa olla. Monelle kuvan julkaisijalle liikkuminen on myös ilmeisesti tapa olla yhdessä lapsen kanssa, joten liikunnallisuuteen liitetään myös yhteisöllinen ulottuvuus.

6.2. Yleisimmät toissijaiset kehykset —mitkä elementit kuvissa toistuvat?

1. Trikoot (25 kuvassa)

Liikunnallisuutta määrittäväksi tekijäksi nousee monessa kuvassa teknistä trikookangasta oleviin vaatteisiin pukeutuminen. Liikuntaan parhaiten soveltuva asu, eli tekniset trikoot, tekevät kuvasta ja kehosta liikunnallisen, vaikka kuvassa ei olisikaan näkyvissä liikettä tai muuta vihjettä siitä, että ihminen harrastaa liikuntaa. Vartalonmyötäiset trikoot myös korostavat kehon lihaksikkuutta. Naisoletetuilla legginsit ovat korkeavyötäröisiä, ja korostavat siten kapeaa vyötäröä ja treenattua takamusta.

Tämä toissijainen kehys kertoo siitä, että liikunnallisuuden representoinnilla on myös tekninen ja taloudellinen ulottuvuus. Autoetnografisen tutkimuksen maratonjuoksijaksi tulemisesta tehnyt Caroline Sutton (2010) väittää, että liikunnassa varustuksella on merkitystä: pelkkä tieto oikeanlaisesta treenistä ei tee ihmisestä liikkujaa. Liikkuja on myös kuluttaja, ja rakentaa liikunnallista identiteettiään lajin huippujen suosimien kaltaisten vaatteiden, jalkineiden, lisäravinteiden ja sykemittareiden kautta. (Sutton 2010, 70.)

Trikoot ovat näkyvä ja konkreettinen osoitus kuvista välittyvästä kuluttamistyylistä, ja siten myös liikkujan luokkarepresentaatiosta. Skeggsin mukaan keskiluokkainen minuus normalisoi tietynlaisen taloudellisen aseman tuottaman minuuden syrjäyttäen muut

minuuden muodot ja piilottaen taloudellisten resurssien vaikutuksen (Skeggs 2014, 153). Tämä tulee konkreettisesti esille siinä, miten monessa kuvassa trikoot edustavat liikunnallisen ihmisen uniformua. Muodin mukaiset trikoot ovat Instagramissa kyseenalaistamaton osa kuntosalikäyjän kuvaa. Huomionarvoista on myös se, että niissä kuvissa, joissa trikoita ei ole päällä, vaatteina on usein jonkun urheiluvaatebrändin colleague, joissa logot ovat näkyvästi esillä.

2. Kontrolloitu rentous (19 kuvassa)

Etenkin ammattimaisissa kuvissa korostuu kuvan suunnitelmallisuus hyvin selkeästi. Tämä kehys perustuu siihen, että vaikka kuvattavien asennot ja ilmeet ovat jokseenkin spontaanin ja luonnollisen näköisiä, niihin on selkeästi asetauduttu hyvin harkiten. Kehon asento näyttää rennolta, mutta on selkeästi vartalon kaaria ja parhaita puolia korostava. Tämä toissijainen kehys kertoo siitä, että kuvassa on pyritty luomaan vaivaton tunnelma sillä, että sitä on niin hyvin onnistuttu kontrolloimaan. Kontrolloitu rentous kuvastaa hyvin sosiaalisen median luonnetta: satojen otettujen kuvien lomasta julkaistaan yksi otos, joka pitää yllä uskottavaa tarinaa siitä, että hyvältä näyttäminen on vaivatonta ja elämä hymyilee.

Tämä kehys vastaa hyvin yhteiskunnalliseen käsitykseen siitä, että ulkonäöstään tulee huolehtia, mutta sen tärkeyttä tai sen eteen nähtyä vaivaa ei ole suotavaa korostaa. Ulkonäön arvostus ja sen eteen tehtävä työ on asia, joka jää piiloon, mutta vaikuttaa paljon toimintaamme näkymättömistä. (Kukkonen ym. 2019, 89.)

3. Takamus-vyötärölinjan korostaminen (14 kuvassa)

Useassa naisoletetun kuvassa toistuu kuvakulma, jossa takamus-vyötärölinjaa kuvataan sivusta tai etuviistosta niin, että vyötärön kapeus ja takamuksen suuruus korostuvat. Vaikka kuvissa olisi rintamasuunta kameraan päin, on lantiota kuvissa voitu kääntää tämän linjan korostamiseksi. Asento muistuttaa hieman fitnesskisoista tuttuja poseerauksia, joissa pyritään luomaan illuusio täydellisyydestä ja esteettisyydestä tuomalla esille vartalon parhaita puolia, ja häivyttämällä huonompia.

6.3. Kolme erilaista liikunnallisuuden representaatiota

Aineistosta nousee esiin kolme erilaista liikunnallisuuden representaatiota, joita kuvat edustavat. Nämä kolme representaatiota ovat uusia, yhteenvetäviä kehyksiä, joita olen

tehnyt aineistosta määräävien ja toissijaisten kehysten avulla. Representaatiot eivät liity suoraan mihinkään kehykseen, vaan ovat koosteita eri julkaisuissa toistuvista elementeistä. Representaatiokehykset voivat mennä päällekkäin ja limittäin muiden kehysten kanssa, ja ne voivat jopa olla läsnä samaan aikaan samassa kuvassa. Hallin mukaan representaatioiden avulla voidaan tulkita merkityksiä, joita annamme asioille (Hall 1997, 2). Näiden kolmen representaation avulla voi tarkastella karikatyyrejä erilaisista aineistossa näkyvistä liikunnallisista ihmisistä, ja sitä kautta päästä kiinni siihen, minkälaisia merkityksiä liikunnallisuudelle Instagramissa annetaan.

Ensimmäinen ja yleisin representaatio on *influencer-liikkuja*. Influencer-liikkuja on tai ainakin yrittää olla vaikuttaja sosiaalisessa mediassa ammattimaisten kuvien ja hyvin suunnitellun representaation avulla. Influencer-liikkujan kuvat ovat todellista ”instagram-materiaalia”: ne ovat ihailtavan kauniita ja esteettisiä. Kuvia voisi kuvailla sanoilla seesteisyys, raikkaus ja huolettomuus. Hiukset ovat kuvissa yleensä auki, ilme hymyilevä ja asento kontrolloidun rento. Katse on kuvattavilla ihailevasti omassa kehossa, valon suunnassa tai flirttailevasti kameraan päin. Värit kuvissa ovat yleensä vaaleita ja pehmeitä, ja valoa on paljon. Kuvien representaatio liikunnallisuudesta on se, että liikunnallinen elämäntapa on nautinnollista ja helppoa. Kuvissa pyritään niiden täydellisyydellä alleviivaamaan liikunnallisuuden tuottamaa terveyden ja onnellisuuden tunnetta.

Toinen representaatio on *perinteisen urheilijan* representaatio. Kuvissa korostuvat keskittyminen, saliteknologiat, suunnitelmallisuus, vakavamielisyys ja tavoitteellisuus. Kuvissa on enemmän kontrastia ja tummanpuhuvia värejä. Katse on usein päättäväisesti sivulle, toiminnan suuntaan tai kohden omaa vartaloa. Monen hiukset on laitettu esimerkiksi kireälle ponihännälle, mikä kertoo toimeliaisuudesta. Jotkut jopa kiristävät kuvassa ponihäntäänsä. Kuvat viestittävät sitä, että pitää treenata kovaa, jotta saisi tuloksia. Myytti on vakiintunut käsitys ja tapa kuvata jotakin asiaa (esim. Fiske 1992, 116). Nämä julkaisut uusintavat myyttiä perinteisestä suomalaisesta urheilijasta, joka treenaa vakavalla otteella pitämättä meteliä itsestään. Myös tämän representaation edustajat saattavat olla Instagram-vaikuttajia, mutta edellä kuvatun influencer-liikkujan sijasta perinteisen urheilijan representaatioissa korostetaan kovaa työtä ja motivaatiota kevyen ja hyvän olon sijasta.

Kolmas representaatio, *elämysliikkuja*, kuvaa liikunnan elämyksellisyyttä ja iloa luonnosta nauttimisen ja hauskanpidon avulla. Liikuntaa määrittävät spontaanius, suunnittelemattomuus ja leikkisyys. Kuvat tuovat esille hetken, jossa liikunnallinen

elämäntapa tuntuu hyvältä tai tuo riemua ja onnistumisen kokemuksia. Kuvat ovat tervehenkisiä, mutta eivät pyri markkinoimaan tai alleviivaamaan sitä kuten influencer-liikkujien kuvat pyrkivät tekemään: ne vain välittävät hetken, jossa liikkuminen on tuonut nautinnollisen hetken elämään. Tämän elämysliikkujan representaatio ei ole niin tarkkaan harkittu, kuin kaksi aiempaa.

Huomionarvoista on, että suunniteltuja kuvia on kahdenlaisia: sekä iloisen sävyisiä influencer-liikkujan kuvia että vakavampia perinteisen urheilijan representaatioita. Spontaaneista ja suunnittelemattomista julkaisuista löytyi kuitenkin vain positiivissävytteisiä elämysliikkujan kuvia. Itse tulkitsen tämän niin, että myös spontaanisti syntynyt elämysliikkujan representaatio on ainakin jollakin tapaa mietitty ja kontrolloitu representaatio: sosiaalisessa mediassa ei voi näyttää ihan mitä vain. Ilmeisesti Instagramissa ei ole tapana julkaista kovin vakavaa sisältöä spontaanisti ainakaan liikunnallisuuden puitteissa.

6.4. Kuvanottotilanteen ja kuvanmuokkauksen vaikutukset

Instagramin omakuvien tutkimisessa on mielenkiintoista yhdistellä valokuvantutkimusta ja mainoksen tutkimusta. Sosiaalinen media on kuvien julkaisualustana ainutlaatuinen, ja tämä konteksti tulee ottaa huomioon. Tärkeää on muistaa, että kuvassa olijat ovat itse päättäneet usein kaikesta kuvan julkaisemiseen liittyvästä: selfieiden osalta aina kuvan ottamisesta lähtien. Sillä kuvat ovat hyvin suunniteltuja ja useat miettivät tarkkaan, mitä kuvia julkaisevat sosiaalisessa mediassa, usein kuvista puuttuvat valokuville tyypilliset spontaaniudesta ja hetkellisyydestä kertovat yksityiskohdat (kuten taustalla lojuvat sukut). Häiritseviä yksityiskohtia Barthes kutsuu nimellä punctum. (Barthes 1985, 32-33.) Omakuvista ei kuitenkaan nouse häiritsevinä tekijöinä mitään muuta kuin häiritsevää täydellisyyttä esille: lenkkikengät ovat pysyneet liian valkoisina, hiukset laskeutuvat täydellisesti, kehon asento on virheettömän edustava ja ilme ylivirkeä. Oma tulkintani asiasta on, että punctum siis joko puuttuu, tai ilmenee häiritsevästä tuntemuksena siitä, että todellisuutta on muokattu.

Eräällä tapaa kuvat ovatkin enemmän mainosmaisina kuin valokuvamaisia: suurin osa niistä ei pyri vangitsemaan ohikiitävää hetkeä, vaan olemaan mahdollisimman edustava otos kuvan kohteesta. Selfieitä ja mallikuvia ottaessa tapana on usein ottaa monta kuvaa, joista valitaan paras. Semiotiikassa käytetään käsitettä ikoninen, joka tarkoittaa sitä, että kuva muistuttaa mahdollisimman paljon kohdettaan (Seppänen 2005, 130). Itse kuitenkin

tulkitsen Instagram-kuvia siitä näkökulmasta, että niissä pyritään niin paljon korostamaan omia parhaita puolia, että kuva ei välttämättä enää sinänsä muistuta itse kuvattavaa kohdetta. Viimeisen päälle kontrolloitu ja muokattu kuva kertoo enemmänkin siitä ideaalista, minkälaiselta kuvassa oleva henkilö haluaisi ehkä aina näyttää. Sosiaalinen media on kuin jatkuvat fitness-kisat, joissa pyritään luomaan omasta elämästä ja itsestä kuva, jossa vain parhaat puolet tuodaan esiin ja heikkoudet piilotetaan hymyn taakse. Tämä käy hyvin yksin yrittäjäminuuden pyrkimyksen kanssa tehdä itsestään mahdollisimman houkutteleva ja myyntikelpoinen ”tuote” (Skeggs 2014, 147).

Mainostaminen tulee ilmi myös siinä, että moni kuvan julkaisija tekee töitä liikunta-alalla, jolloin tietynlainen edustaminen ja itsensä mainostaminen liikunnallisena kuuluu työhön ja toimii käyntikorttina. Myös aihetunnisteiden käyttö voidaan nähdä eräänlaisena mainostuksena: niitä laittavat kuviinsa yleensä ihmiset, jotka haluavat saada kuvansa toisten näkyville. Useimmat kuvien julkaisijoista todennäköisesti tavoittelevat aihetunnisteiden käytöllä lisää näkyvyyttä ja sitä kautta enemmän seuraajia ja tykkäyksiä.

6.5. Kehysten kerrokset ja ristiriidat

Usein julkaisujen kuvatestit tukevat tai tarkentavat kuvan määräävää kehystä, mutta 15 julkaisussa kuvateksti muuttaa kehyksen tulkintaa. Osassa näistä julkaisuista tulkintaa muuttavat kaupallisen yhteistyön esiin tuominen tai aivan kuvasta poikkeavasta asiasta puhuminen, mutta mielenkiintoisimpia kuvateksteistä ovat ne, jotka tarjoavat mahdollisuuden päästä kuvan kulissien taakse. Kuvissa saatetaan näyttää onnellisilta, energisiltä ja tyytyväisiltä, mutta kuvateksti tuokin esiin kuvan julkaisijan kamppailuja sairastelun, kehonkuvan, motivaation puutteen tai unio Ongelmien kanssa.

Itse kuva luo liikkujasta eräänlaisen myytin, eli siis noudattaa vakiintuneita tapoja kuvata liikunnallista ihmistä (Fiske 1992, 116). Kuvateksti kuitenkin saattaa haastaa tai jopa rikkoa tuon myytin. Kehysten avulla tilannetta voi tulkita niin, että kuvan tulkinta muuttuu: kun aluksi kuvaa on määrittänyt ”terveen ja liikunnallisen kehon” kehys, jota on määrittänyt kuvassa näkyvä timmi ja trikoilla verhoiltu vartalo, terveysongelmia esiin tuova kuvateksti kehystääkin tilanteen kehon kokonaisvaltaisen terveyden pohtimiseen ja liikunnallisen elämäntavan rooliin siinä. Ristiriita vakavien tekstien ja täydellisyyttä hipovien kuvien välillä on mielenkiintoisen suuri. Vaikka kuvatekstissä tuotaisiinkin esiin jonkinlaisia heikkouksia, kuvissa niitä ei ole kuitenkaan nähtävillä.

Suhdetta ulkonäön ja terveyden välillä on kuvista jokseenkin hankalaa tulkita, mutta huomionarvoista on, että kehonrakennuksessa terveys ja voiman lisääntyminen ovat vain välineitä esteettisesti miellyttävää ulkonäköä tavoiteltaessa (Kinnunen 2001, 192;197). Instagram-kuvista välittyy hieman samankaltainen tunnelma sen perusteella, miten keskeisessä osassa kehon ulkonäkö ja kuvan esteettisyys on kaikkiin muihin liikunnallisuuteen liittyvien teemojen sijaan. Tässä kontekstissa esiin tuodut terveysongelmat ja muut taustalla vaikuttavat asiat lähinnä vain korostavat sitä, että ne eivät tavallaan kuulu liikunnallisuuden representaatioon: liikunta on keino päästä niistä yli. Ehkä se tasapainottaa suhtautumista omaan sairastelemaan kehoon, kun voi julkaista kipeänä ollessaan kuvan omasta liikunnallisen ja terveen näköisestä kehosta. Tämä toiminta muistuttaa Kinnusen mainitsemaa superterveyden tavoittelua kehonrakennuksen avulla: liikunta ei ole ratkaisu vain terveyden ylläpitämiseen, vaan myös paremman, viriilimmän elämän tavoitteluun. Liikunnallisuus auttaa luomaan illusion täydellisen onnellisesta superihmisestä, jota sairastelutkaan eivät hidasta. (Kinnunen 2001, 189.)

Heikkouksien esiin tuominen tekee Instagram-kuvien julkaisijoista samastuttavampia —voi myös olla voimaannuttavaa nähdä, että myös ”täydellisen näköisillä” ihmisillä on elämässään erilaisia vaikeuksia, ja tähän yksilöiden arkea läheltä kuvaava sosiaalinen media voi antaa ainutlaatuisia mahdollisuuksia. Tärkeää on tiedostaa, että yksi kuva ei kerro koko totuutta, ja että esimerkiksi kaikki sairaudet eivät näy päälle päin. Kuvien ristiriitoja voi siis tulkita myös näkökulmasta, että vaikka elämässä olisi minkälainen tilanne menossa, liikunta voi antaa eväitä jaksamiseen ja hyvän olon saavuttamiseen. Ehkä kuvilla halutaan tuoda tätä esille säilyttämällä niissä positiivinen ja optimistinen sävy.

6.6. Liikunnallisuus —olemista vai tekemistä?

Vain neljä julkaisua on kuvattu kesken urheilun, ja niissä on näkyvissä liikettä. Nämä julkaisut sisältävät yhden treenivideon sekä kuvia liikkuvista lapsista ja koirasta. Kaikki muut kuvat ovat enemmän tai vähemmän staattisia poseerauskuvia: vaikka kuvissa olisikin esimerkiksi venytelty, on niissä poseeraaminen korostetumpaa kuin itse liikkuminen. Poikkeuksen tähän tekee tosin yksi kuva, jossa poseerataan käsilläseisonnassa. Selfieiden kannalta syy liikkumattomuuteen on selkeä, sillä on hankalaa ottaa kuvia samaan aikaan kun itse liikkuu. Suurin osa kuvista on kuitenkin jonkun muun ottamia, joten niiden kannalta on tietoinen valinta poseerata kuvassa liikkumisen sijaan. Toisaalta on otettava myös

huomioon, että valokuva ei ole paras mahdollinen representaatio liikkeestä. Liikkeessä oleva kuva on helposti suttuinen, eikä liike välity kuvasta yhtä hyvin kuin esimerkiksi videolta.

Kuvien muita aihetunnisteita tai julkaisijoiden julkisia profiileja tutkittaessa huomaa, että monet kuvan laittaneista ovat personal trainereita tai muissa töissä liikunta-alalla. On mielenkiintoista, että vain yhdellä personal trainerilla on julkaisussaan treenivinkkejä: muut tuovat ammattitaitoaan esille lähinnä omalla kehollaan ja omalla olemisellaan. Monet kuvista keskittyvätkin liikunnallisuuden esiin tuomiseen nimenomaan kehon ulkonäön kautta: tärkeäksi korostuvat liikunnallisuuden lopputulosta edustavat lihakset sekä liikunnan teknisempää ulottuvuutta edustava urheilullinen vaatetus. Näiden eri tekijöiden avulla keho sai eri konteksteissa liikunnallisen merkityksen, vaikka se ei olisikaan liikkeessä. Vaikuttaa siltä, että liikunnallisuus on Instagramissa tekemisen sijasta olemista. Tärkeämpää kuvissa on se, että näyttää liikunnallisuutta ja terveyttä edustavalta, kuin että osoittaisi olevansa sitä.

Myös fitness-kulttuuri on rakentunut näyttävyyden idealle, ja aineiston perusteella voisi sanoa, että tämä näkyy hyvin sosiaalisessa mediassa. Kehonrakennuksessa ja fitneksessä tärkeintä on lihaksen koko ja ulkonäkö: voima ja liikunnasta saatavat terveyshyödyt ovat vain sivutuotteita (Kinnunen 2001, 192; 197-198). Lihasten kasvattaminen on ensi sijassa ammattimainen keino kauneuden tavoitteluun (em., 202). Toisaalta on otettava huomioon, että aineettomana asiana liikunnallisuuteen liitettyä terveyttä on hankalaa tuoda esille kuvien avulla. Tätä sivuaa eniten aineistosta esiin nouseva positiivinen suhtautuminen liikuntaan: lihaksikkaan ja hyvännäköisen lisäksi myös hymyilevä tai muuten selkeästi olostaan nauttiva olemus näyttäyty aineistossa liikunnallisena.

7. Pohdinta

7.1. Liikunnallisuuden arvolatautuneisuus

Liikunnallisen ihmisen ominaisuuksiin pääsee kiinni menemällä vielä syvemmälle kuvan tulkintaan, ja pyrkimällä erottamaan toisistaan kuvan ilmiselvän merkityksen, *denotaation*, ja *konnotaation*, eli sille kulttuurillisesti annetut merkitykset (Seppänen 2005, 117). Lähestyn näitä kulttuurisia merkityksiä pohtimalla aineistoa kokonaisuutena, ja yhdistämällä analyysin tuloksia yrittäjäminuuden käsitteeseen.

Mieleenpainuvimpana tuloksena aineistosta nousee esiin liikunnallisen vartalon ja ulkonäön korostaminen. Ulkonäöllä on vaikutusta jokaisella elämän osa-alueella, sillä terveyden ja hyvän kansalaisuuden ajatellaan näkyvän siitä. Ulkonäkö edustaa meitä, ja siitä huolehtiminen voidaan nähdä jopa kansalaisvelvollisuutena. (esim. Kukkonen ym. 2019, 86.) Tällä hetkellä kauneinta on treenattu keho (Kinnunen 2001, 200), joten liikunnallisuutta edustavia asioita ulkonäössä pidetään todella paljon arvossa. Stuart Hallin mukaan representaatiot edustavat suhteita asioiden ja ajatustemme välillä (Hall 1997, 17-19). Representoimalla liikunnallisuutta tai tulemalla nähdyn sellaisena viestittää siis myös asioista, joita siihen automaattisesti liitetään. Aineistosta tekemäni kolme liikunnallisuuden representaatiota paitsi uusintavat, myös luovat liikunnallisuuden representaatioita Instagramissa. Influencer-liikkuja edustaa hyvältä näyttämistä, perinteisen urheilijan representaatio kovan työn tekemistä pitämättä liikaa ääntä itsestään ja elämysliikkuja nauttimista. Tämän tutkielman perusteella nämä ovat liikunnallisuutta edustavia asioita aineistosta muuten hyvin esiin nousseiden asianmukaisen pukeutuminen, lihaksikkaan kehon sekä positiivisen olemuksen rinnalla.

Liikunnallisuuteen liitetyt positiiviset ominaisuudet nostavat yksilön imagoa kyvykkäänä ja yhteiskunnassa arvostettuna ihmisenä. Liikunnallisuus ei kerro pelkästään fyysisestä terveydestä, vaan myös henkisistä kyvyistä ja sitä kautta yhteiskunnallisesta arvokkuudesta —se on siis malliesimerkki siitä, millaisena yrittäjäminuus voi näyttäytyä. Itsestään huolehtiminen ja sitä kautta myös itsen kontrolli on tärkeässä osassa. Se, että henkilö kykenee tekemään kovaa treeniä unelmakehonsa saavuttamisen eteen ja vielä nauttii siitä, kertoo hänen olevan ahkera ja sitä kautta arvokas yksilö.

Skeggsin mukaan yrittäjäminä voi käyttää omia kulttuurisia resursseja itseään hyödyttävänä pääomana, ja siten kasvattaa omaa arvoaan (Skeggs 2014, 152). Hyvä ulkonäkö ja treenattu keho voivat toimia ruumiiseen konkretisoituneena pääomana (Kukkonen ym. 2019, 17), jota yksilö voi käyttää hyödyksi. Ulkonäöllä ja liikunnallisuudella voi esimerkiksi olla suoraan vaikutusta työelämässä menestymiseen: ne voivat toimia välineinä unelmatyön saavuttamiseen edustamalla asioita joita pidetään yhteiskunnallisesti arvokkaina (Kinnunen 2001, 203-204). Urheilullisuuden edustamisesta on tullut eräänlainen pätevyyden ja ahkeruuden mittari, joten se on tärkeää paitsi urallaan etenemään haluaville, myös johtoasemassa oleville (Kukkonen ym. 2019, 97-98). Liikunnallisella ulkonäöllä voi siis paitsi representoida, myös parantaa omaa luokka-asemaa ja statusta.

Sillä liikunnallinen ihminen nähdään ahkerana ja kauniina ihanneyksilönä, liikunnallisuus kuvaa kaikkea, mitä pidämme moraalisesti hyvänä. Arvostettuna asiana liikunnallinen keho määrittelee myös sen, minkälainen keho ei ole arvostettu. Kehonrakennusta edustaa idea, että jokainen voi lihaksiaan kasvattamalla saavuttaa onnen muuttamalla lihaksettomasta ja vastuuttomasta yksilöstä paremmaksi (Kinnunen 2001, 182-184). Liikkumattomuus voidaan siis nähdä liikunnallisuuden täytenä vastakohtana: se edustaa laiskuutta ja jopa moraalista rappiota.

7.2. Treenaavan naisen representaatio

Tein aineistoa analysoidessani tietoisin valinnan siinä, että en ota sukupuolta itsestään selvyytenä tai tee sukupuolittamista yksioikoisesti määrittelemällä kuvia esimerkiksi maskuliiniseksi tai feminiiniseksi. Sillä maskuliinisuus ja feminiinisyys ovat ajassa ja paikassa muuttuvia käsitteitä, koen, että pyrkimällä muunlaisiin erontekoihin tulkinnasta tulee paljon syväluotaavampaa. Minua kuitenkin kiinnostaa se, että suurin osa kuvan julkaisijoista on naisoletettuja ja tapa jolla osa naisoletetuista representoi itseään, joten haluan ottaa sukupuolen ikään kuin sivuhuomiona esille.

Skeggsin mukaan eri ihmisten performoimana jokin yksittäinen ominaisuus voi saada eri merkityksiä: myös liikunnallisuus ja lihaksikkuus voivat näyttäytyä erilaisina esimerkiksi sukupuolesta tai esitystavasta johtuen (Skeggs 2014, 117). Urheilun ja etenkin lihasten kasvattamiseen tähtäävän kuntosaliharjoittelun on ajateltu perinteisesti olevan maskuliininen ja miesvaltainen alue. Tämä näkyy edelleen muun muassa siinä, että monet ajattelevat naiskehonrakentajien ja muiden kovaa urheilevien naisten olevan liian lihaksikkaita ja siten nimenomaan naisina epäviehättäviä. (Kinnunen 2001, 184-185.) Naisoletettujen henkilöiden kuvien paljous aiheutunneiden kuvissa kuitenkin osoittaa, että näin ei enää välttämättä ole: Instagramissa on esillä monia kovaa treenaavia naisia. Iranilaisia naiskehonrakentajia Instagramissa tarkastellut tutkimus antaakin viitteitä siitä, että naiskehonrakentajat voidaan nähdä myös vaihtoehtoisilla tavoilla: sukupuolirooleja uudelleen neuvottelevina, androgyyneinä, yhdistelmänä maskuliinisuutta ja feminiinisyttä tai uudenlaisen feminiinisuuden edustajina. Etenkin virtuaalinen ympäristö, jossa monenlaiset näkemykset pääsevät ääneen, antaa hyvät mahdollisuudet tähän. (Rahbari 2019.) Skeggsiä mukaillen naisen esittämästä liikunnallisuudesta voi myös mahdollisesti saada erilaista hyötyä ja arvostusta kun miehen esittämästä. Lihaksikkaat naiset voidaan

nähdä esimerkiksi hyvin moderneina naisina ja vahvoina oman tien kulkijoina, kun taas miehille lihaksikkuus on lähinnä oletusarvo: se, miltä miehen "pitää näyttää".

Mielenkiintoista on kuitenkin se, miten monet naisoletetut haluavat kuvissa tuoda vartaloon esille: tiukat vaatteet päällä, hymy huulilla, ja takamusta ja vyötäröä korostaen. Vyötärön ja takamuksen kokoeroa korostava poseeraus on tietysti tuttu fitness-kisoista, mutta jäljittelee myös kauniin naisen ihannevartaloa, tiimalasia. Sillä asento, hymy ja tiukat tai paljastavat vaatteet korostavat naisvartalon parhaiksi miellettyjä puolia, voi se olla myös naisten keino tuoda esille omaa naiseuttaan ja seksikkyyttään muuten maskuliiniseksi ja miehiseksi miellettyssä kontekstissa. Goffmanin lisäroolin käsite voi selittää tätä: kehon käyttö kielii lisärooleista, joita ihmisellä on, mutta jotka eivät tule tilanteessa eksplisiittisesti esille. Seksuaalisuus ja seksikkäältä näyttäminen on lisärooleista yksi hyvä esimerkki. (Goffman 2012, 250-251.) Sensuellin naiseuden tai seksikkyyden yhdistäminen treenikuviin voi ehkä olla keino määritellä uudelleen sukupuolirooleja, omaa sukupuolirepresentaatiota sekä kuntosalikäyjän kehonkuvaa, ja siten ottaa maskuliiniseksi miellettyä aluetta haltuun.

Toisaalta kyseessä voi ajatella olevan myös kaavoihin kangistunut representaatio. Fitness-lehden kuvastoa pro gradussaan tutkinut Äikäs väittää, että naisen kuva ei lehdessä ole juurikaan ulkonäön normeja ja sukupuolirooleja murtava, vaan perinteistä heteroseksuaalista naiseuden myyttiä korostava. Urheilullinen nainen on harrastelijalehdessä keikistelevä ja kevyt, ja lähinnä korostaa miehen isoa kokoa ja voimaa sen sijaan, että olisi itse pääosassa. Nainen saa olla fyysisesti aktiivinen, mutta ei liian lihaksikas: ulkonäön tulee olla solakka ja huoliteltu, ja miehiseen katseeseen vetoava. (Äikäs 2006, 45.) Kehonrakentajien Bodaus-lehtien kuvasto tosin toi esiin lihaksikkaampia naisia, jotka mursivat perinteistä myyttiä kehonrakentajakehonsa muodoilla ja roolilla urheiluun ja itseensä keskittyvänä naisena (Äikäs 2006, 50). Maltillisempaan lihaskokoon ja ensisijaisesti esteettisyyteen tähtäävän fitneksen onkin ajateltu sopivan paremmin naisille kuin jatkuvaan lihaskasvuun tähtäävän kehonrakennuksen (Kinnunen 2001, 186).

Suomessa nuoret naiset ovat Instagramin suurin käyttäjäryhmä (SVT 2019b), mutta yhdeksi vaihtoehdoksi naisoletettujen kuvien paljoudesta olen pohtinut myös sitä, että oman vartalon muotoja korostavien kuvien julkaiseminen voi olla heille myös jollain tapaa voimaannuttavaa. Sosiaalinen media antaa luvan tuoda esiin paitsi kovan treenin tuloksia, myös esimerkiksi omaa feminiinisyyttä ja seksikkyyttä siten, että ruudun ulkopuolella saa olla katseilta piilossa. Toisen katseen ja ihailun kohteena oleminen on siellä osittain oman

kontrollin alla, joten oman sukupuolen ja liikunnallisuuden representaatiota voi toteuttaa tavalla, joka tuo itselle hyvän mielen —vaikka kuvien ottaminen salilla saatettaisiin nähdä turhamaisena, ja kadulla omaa treenattua kehoa tuijottavat ihmiset lähinnä ahdistaisivat. Sillä itse kuitenkin katson, että maskuliinisuus, feminiinisyys ja niihin samastuminen ovat yksilön itsensä määriteltävissä, olisi mielenkiintoista tutkia myös sitä, miten treenaavat naiset itse kokevat oman representaationsa ja haluavat tulla nähdyiksi.

7.3. Johtopäätökset ja itsereflektio

Ennako-oletukseni oli, että kuvista tulisi esiin suhtautuminen omaan kehoon ja sen liikunnallisuuteen, mutta kuvien ammattimaisuus ja suunnitelmallisuus yllättivät. Monen kuvan kohdalla kyseessä ei ole vain hyvin harkittu, vaan järjestelmällisesti suunniteltu itserepresentaation muoto. Monet kuvan julkaisijoista selkeästi rakentavat itsestään brändiä liikunnallisena ihmisenä. Aineiston perusteella Instagramin välittämä kuva liikunnallisuudesta on kuitenkin pääosin hyvin valoisa: suurin osa julkaisuista on positiivisuutta, hyvinvointia ja iloa korostavia. Kuvista välittyvät ylpeys ja tyytyväisyys omaan kehoon. Liikunta näyttäytyy nautinnollisena tekemisenä, joka tuo elämään hyvää tilanteessa kuin tilanteessa.

Monet näistä positiivisista viesteistä on kuitenkin liitoksissa kuvaan, jossa korostetaan ulkoisia seikkoja, kuten vartalon muotoja, jolloin ne saattavat jäädä toissijaisiksi kuvia katseleville ihmisille. Liikunnallisuus on Instagramissa enemmän olemista kuin tekemistä: kehon liikunnallisuus ja lihaksikkuus nousevat koko aineistoa eniten määrittäväksi tekijäksi. Rehellistä suhtautumista omaan kehoon epätäydellisyyteen ei juurikaan ole nähtävissä itse kuvissa. Niiden perusteella kehon liikunnallisuus ratkaisee kaikki ongelmat ja tekee elämästä hyvää. Vasta kuvateksteissä tuodaan ilmi asioita, jotka saattavat haastaa tämän käsityksen ja rikkoa myyttiä liikunnallisesta ihmisestä täydelliseltä näyttävänä yli-ihmisenä, jonka suhtautuminen liikuntaan ja omaan kehoon on aina mutkaton ja positiivinen.

Aiheeni sivuaa minuuden ja liikunnallisen identiteetin muodostumista sekä suhtautumista omaan kehoon. Mielenkiintoista olisikin tietää, miten ihmiset itse määrittelevät liikunnallisuuden, ja kokevatko he itsensä liikunnallisiksi. Liikunnallisuuden kokemusta olisi mielenkiintoista lähestyä esimerkiksi kysymyksin siitä, miten liikunnalliseksi tullaan, miten liikunnallista minuutta rakennetaan ja miten sitä toteutetaan. Myös sukupuolinäkökulmaa

olisi mielenkiintoista yhdistää tähän. Lähdeaineistoissa, etenkin Skeggsin (2014) ja Kukkonen ym. (2019) teoksissa, viitattiin yksilön ominaisuuksiin pääomana ja resurssina. Myös sitä olisi mielenkiintoista tutkia enemmän, minkälaisena resurssina liikunnallisuus toimii, ja mitä hyötyä siitä on yhteiskunnassamme. Jatkotutkimukselle olisi siis tarvetta.

Oma taustani on vaikuttanut aineiston tulkintaan varmasti siltä osin, että olen itse nuori Instagramia käyttävä nainen, jolle liikunta on tärkeää. Näen Instagramin hyvin ulkonäkökeskeisenä mediana ja suhtaudun vakavasti sen aiheuttamiin ulkonäköpaineisiin etenkin sen takia, että suurin osa sen käyttäjistä on nuoria. Miellän itseni täydellisyyden tavoittelijaksi, joka ei päästä itseään helpolla, ja koen itsekkin suoritus- ja ulkonäköpaineita. Taustani vaikuttanee siihen, miksi lähestyn aihetta kriittisesti. Pystyn kuitenkin myös samastumaan kuvan julkaisseihin ihmisiin, ja tulkiten heidän motiivejaan kuvan julkaisuun ja kuvaustilanteessa tehtyihin valintoihin varmasti tiedostamattani itseni kautta peilaten. Omien arvojeni ja näkemysteni vaikutuksen olen analyysivaiheessa pyrkinyt minimoimaan tarkastelemalla kuvia mahdollisimman monelta kantilta.

Liikunnan ensisijainen tarkoitus on tuottaa hyvinvointia ja auttaa jaksamaan, minkä tulisi mielestäni olla myös liikuntamainonnan keskiössä. Tätä ei kuitenkaan juurikaan tapahdu, sillä etenkin kuntosalit ja personal trainerit mainostavat usein itseään usein ulkonäköön liittyvillä nopeilla tuloksilla ja tavoitteilla. Sosiaalisen median vaikuttajilla on paljon valtaa siinä, millaista kuvaa liikunnasta ja liikunnallisuudesta luodaan. Sillä he kuvaavat sosiaalisessa mediassa omaa arkeaan ja näyttäytyvät siten aitoina ja helposti lähestyttävänä, on heihin helpompi alkaa verrata itseään kuin mainosten malleihin. Näkisin, että liikuntamainonta heijastelee sitä, mitä muuten liikunnallisuudessa nähdään arvokkaana, ja tällä hetkellä sosiaalisessa mediassa korostuu hyvin paljon hyvän ulkonäön tavoittelu. Sillä hoikan ja lihaksikkaan kehon saavuttaminen vaatii liikunnan lisäksi myös oikeanlaisten ruokailutottumusten ja muiden kehonmuokkausta tukevien elämäntapojen omaksumista, näkyy aineistossa selvästi fitness-kulttuurin arkipäiväistymisen vaikutukset.

Vaikka kuntosaliharrastuksen suosion kasvu on hyvä asia, sen tarkoitus voi kääntyä pääläelleen, jos keskitytään liikaa ulkoisiin seikkoihin: liikkuen ei ole tärkeää tai aina edes mahdollista näyttää hyvältä. Monet aineiston kuvista keskittyvät liikunnan lopputulokseen ja liikunnan kautta välineellisesti tuotettuun lihaksikkaaseen olemukseen, mitä haluaisin korostaa kaikille Instagram-kuvia katseleville. Olisi hyvä tiedostaa, että liikunnallisuuden ei tarvitse olla täynnä hymyä, trikoita ja timmejä lihaksia. Yksittäisinä kuvina aineistosta löytyy

myös rennompia liikunnan representaatioita, kuten koiran kanssa lenkkeilyä, leikkimistä, pelaamista ja huikeista maisemista nauttimista. Ne edustavat kuvien julkaisijoille liikunnallisuutta aivan yhtä paljon kuin toisten kuvan julkaisseiden saliselfiet. Vaikka olen tarkastellut aineistoa kriittisesti ja pyrkien tuomaan esiin liikunnallisuuden määrittelyihin piilossa vaikuttavia asioita, haluan korostaa myös sitä, että kaiken kaikkiaan Instagram antaa liikunnasta hyvin positiivissävytteisen kuvan. Mitä jos liikunnallisuus voisi olla ennen kaikkea ylpeyttä itsestä ja omasta kehosta, vaikka ei näyttäisikään siltä kuin influencer-liikkujat?

8. Lähteet

- Barthes, Roland (1994). *Mytologioita*. Tampere: Tammer-paino Oy.
- Barthes, Roland (1985). *Valoisa huone*. Jyväskylä: Gummerus Oy.
- Bozsik, Frances; Whisenhunt, Brooke L.; Hudson, Danae L.; Bennett, Brooke; & Lundgren, Jennifer D. (2018). Thin Is In? Think Again: The Rising Importance of Muscularity in the Thin Ideal Female Body. *Sex Roles* 79:9, 609–615.
- Carpinelli, Ralph L. & Winett, Richard A. (2001). Review: Potential Health-Related Benefits of Resistance Training. *Preventive Medicine* 33:5, 503-513.
- Dyer, Gillian (2009). *Advertising as communication*. London: Routledge.
- Goffman, Erving (2012). *Vuorovaikutuksen sosiologia*. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Stuart (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications.
- Hirvensalo, Mirja & Wallinheimo, Kaisa (2019). Personal trainereita ensi kerran yliopistossa. *Liikunta & Tiede* 56:2-3, 53-54.
- Kinnunen, Taina (2001). *Pyhät bodarit: Yhteisöllisyys ja onni täydellisessä ruumiissa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kukkonen, Iida; Pajunen, Tero; Sarpila, Outi & Åberg, Erica (2019). Ulkonäköyhteiskunta: Ulkoinen olemus pääomana 2000-luvun Suomessa. Helsinki: Into.
- Luhtakallio, Eeva (2012). *Practicing democracy: Local activism and politics in France and Finland*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rahbari, Ladan (2019). Pushing gender to its limits: Iranian women bodybuilders on instagram. *Journal of Gender Studies* 28:5, 591–602.
- Rose, Nikolas (1992). *Governing the Enterprising Self*. Teoksessa Paul Heelas & Paul Morris (toim.) *The Values of Enterprise Culture: The Moral Debate*. Lontoo: Routledge.
- Seppänen, Janne (1997). Miten lähestyä valokuvaa? Kolme teoreettista mallia valokuvan tutkimiseksi. *Sosiologia* 34:1, 53–63.
- Seppänen, Janne (2005). *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Vastapaino.
- Skeggs, Beverley; Lahikainen, Lauri & Jakonen, Mikko (2014). *Elävä luokka*. Tampere: Vastapaino.
- Sutton, Caroline (2010). *Embodying a Healthy Running Body in a British Non-Elite Road Running Community*. Teoksessa Elizabeth Ettorre (toim.) *Culture, bodies and the sociology of health* (s. 63–81). Farnham: Ashgate Publishing Ltd.
- SVT Suomen virallinen tilasto (2019a). *Vapaa-ajan osallistuminen*. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/vpa/index.html>. Viitattu 3.10.2019.
- SVT Suomen virallinen tilasto (2019b). *Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö*. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/sutivi/index.html>. Viitattu: 30.12.2019
- Äikäs, Mari (2006). *Identiteetin liikkuva juhla. Semioottinen analyysi postmodernista fitnesskehosta*. Pro gradu -tutkielma. *Sosiologia*. Tampere: Tampereen yliopisto.