

A fitness-jelenség

Jelen korunk egyik legégetőbb kérdése az egészségünk, és annak fenntartása. A 21. század életviteli trendjei megkövetelik a modern embertől, hogy az előtte álló feladatokban maximálisan, és tökéletesen teljesítsen. Ennek azonban ára van, az emberek élete egyre több stresszel telítődik. Mindehhez – közmegegyezésszerűen – egy igazán egészséges megküzdési mód a sport. A 90-es évektől kezdődően látványosan növekszik az egészségtudatos emberek tábora, akik nem csak az orvos utasítására – a betegség elkerülése miatt, de saját testi-lelki jóllétük érdekében is látogatják a fitness-termeket. A harmadik évezred elejére megszületett a wellness, mely az emberek – ma még főleg – teljes testi kényeztetését tűzte ki céljául.

Az új trendek, a médiából és a környezetünk-ből érkező elvárások leginkább a felnövekvő fiatalságra van befolyással. Számptalan kutatást ismerünk, melyek az idősebb korosztály rossz egészségügyi állapotáról adnak tanúságot, annak ellenére, hogy rengeteg prevenció program igyekszik hatást gyakorolni, illetve felhívni a figyelmet az egészséges életmódra. Ez gyakran hatástalan a megrögzött szokások, a változással szemben bezárkózó életvitel mellett. Továbbá azt is tudjuk, hogy az életkor előre haladtával a fizikai aktivitás drasztikusan lecsökken (Kopp és Kovács, 2006). Ezzel szemben az ifjúság éppen az a réteg, akik hatékonyan megszólíthatók. Éppen ezért nagyon fontos a megfelelő példa mutatása, így a sport esetében is. Jelenleg a társadalmi ideál a tökéletes testet tartja elfogadhatónak, a karcsú, egészséges, fiatalos megjelenést (Featherstone, 1982; Türy és Szabó, 2000). Ezt sugározza a tv, erről

olvashatunk a magazinokban, ezt mutatják az óriás plakátok. Ezek az elvárások szükségletként jelennek meg a fiatalok számára, hiszen személyiségük részévé válnak. A média több lehetőséget is kínál a megfelelés eléréséhez, például a divatozást, fogyókúrát, a „super size” menüt, a plasztikai sebészetet és a sportolás különböző formáit. Mindegyik esetében a kulcs a fogyasztás, de mint láthatjuk, ezek a jelenségek egymással ambivalens tényezők, amennyiben a vásárlás, bekebelezés szembe kerül a karcsú, önmagának megálljt parancsolni tudó ember képével. Pikó és Keresztes (2007) megállapítja, hogy, habár fontos fejlemény a fiatalok sportolásra buzdítása, ez csak akkor válik igazán hatékonyá, ha a mozgás szeretete belsővé válik, személyes igénnyé, nem csak divatirányzattá. A belsővé válás első lépése a kisgyermeki megfigyelőkészség. Amennyiben azt látja, hogy szülei sportos, egészséges életmódot folytatnak, számára is ez lesz a természetes út. A következő lépés az iskola, amelynek feladata lenne, hogy megszerettesse a mozgást a tanulókkal. Egy finn és magyar diákokat összehasonlító vizsgálatból azonban kiderül, hogy a magyar iskolák nem túl sikeresek e téren (Huszár és Bognár, 2006). Az iskolából kikerülve megszűnik a közvetlen befolyás a sportolásra, így már csak az egyes ember személyes döntése marad. Itt kerülnek képbe többek között a már említett egészségvédő programok. Az egészség iparágá válásának versenyébe új jelentkezők is beszálltak. Ilyenek a fitness/wellness központok, melyek újabb és újabb szolgáltatásokkal teszik vonzóvá magukat, és ilyenek a gombamód szaporodó wellness szállodák, melyek az egészsé-

ges kényeztetés ígéretével várják a stresszel teli városi létben megfáradt vendégeket.

A fizikai jóllét, valamint fejlődés láthatjuk, nem elképzelhető a lelki egészség megléte nélkül. A harmonikus életvitel elengedhetetlen feltétele e kettő egyensúlya, harmóniája. Magyarországon még gyermekcipőben jár a pszichológusok jelenléte a fitness/wellness területén. Ilyen irányú segítségre egyelőre csak a profi versenyzők körében van kereslet. Ez utóbbi tény azért is fontos, mivel egyre gyakrabban tapasztalhatjuk, hogy a testedzésnek egészségkárosító következménye is lehet.

A következőkben a fitness, mint jelenség világát mutatom be. Mindezt több szempontból is fontosnak tartom. Először is egyre több tudomány foglalkozik a városiasodás, a környezet változásainak a mindennapi emberre gyakorolt hatásaival. Ezek az irányzatok, úgy mint a környezet-pszichológia, a szociológia, és főképp az antropológia egyre pontosabban határozzák meg, milyen összefüggések mutathatóak ki a városi ember élete, lelkivilága, viselkedése, szociális kapcsolati között (Düll és Szokolszky 2006; al-Zubiadi 2009). A fitness jelensége, mint lentebb látható lesz, a városi élet és az emberi kapcsolatok egy új formáját hívta életre, ezért mindenképpen megfigyelésre és további tanulmányozásra érdemes. A modern kor, a modern társadalom új viselkedési, valamint új típusú életformát alakított ki magának, ezzel idomulva a rohanó, eredményekre, fogyasztásra koncentráló társadalom elvárásaihoz (Featherstone 1982). A fitness-wellness azonban nem csak az emberek belső világára, kapcsolatrendszerére van hatással, hanem a jelenség tárgyiasult megjelenésére is, vagyis azokra a helyszínekre, ahol az emberek a sportnak, kikapcsolódásnak hódolhatnak. Így a sportközpontok városi elhelyezkedését, felépítését, ennek az új rendszernek a megismerését is fontosnak tartottam bemutatni írásomban.

Fitness-termek, sportrendezvények új nézőpontból

Mindeddig a fitness-termek világát leginkább hirdetések, látványos internetes felületekről ismerhettük meg. Szakmai igényű vizsgálatuk még nem került a tudományos élet látószögébe. Tanulmányomban arra vállalkoztam, hogy e terület változásait helyezzem a középpontba. Mielőtt azonban ebbe belevágnék, egy érdekes párhuzamra szeretnék rámutatni, mely a sport világát összeköti más, az addiktológia területéről ismert jelenséggel is. Fejér Balázs, kultúrantropológus, szakdolgozati munkájában az elektronikus zenei partik világát elemezte, ahol olyan fontos szempontokat tekintett át, mint a résztvevők térbeli mozgása, a szórakozó közönség és a dj, mint irányító kapcsolata, a zene és a kábítószerek hatása a módosult tudatállapotra (2000). A partit mint fizikai és szimbolikus teret írja le. Ezt az összefüggést megfigyelhetjük a fitness termék esetén is, még élesebben pedig a „mega mozgás” rendezvényeken. Míg előbbi általában nem helyszínhez, hanem szervező csapathoz kötődik, addig a fitness mindig egy meghatározott klubhoz kötődik. Egy wellness klubhoz több terem is tartozhat, nemcsak az adott városban, akár országos hálózatról is beszélhetünk, de a tulajdonos/vezetőgárda azonos. Az óriási fitness rendezvényeket nagyobb sport klubokban, de még inkább sportcsarnokokban tartják, sőt akár több helyszínen is egyszerre. Jó idő esetén a szabadban, ahogyan a parti szervezők is szívesen viszik zenészeiket a természetbe.

Mind a partik világára, mind a fitness termekre jellemző, hogy a részvétel egyik célja a kikapcsolódás. A mozgás, a tánc segítségével létrejöhet a külvilág kizárásának élménye, a figyelem az éppen végzett tevékenységre szűkül be (Fejér, 2000). Így mindkét említett tér az ellazulás lehetőségét kínálja, kiszabadulást a mindennapi bosszúságoktól, stressztől teli világunkból.

A sportlétesítmény szimbolikusan az egészség és a mozgás megjelenítője a külvilág számára, míg az odajáróknak életük egy fontos tere,

ahol baráti kapcsolatok, párkapcsolatok is szövődhetnek. Az aktivitás, a helyszín és a társaság élménye életük egyik legfontosabb szegmensévé válhat. A tagok magukra, mint bennfentekre gondolnak, amit befolyásol az ott eltöltött hónapok, évek száma. Ez alatt megismerik egymást a többi vendéggel, az oktatókkal, vezetőkkel. Ez az ismeretségi kör, akár presztízs értékű is lehet a klubtag számára, aki bevezethet egy-egy új embert a belső körökbe. Ugyanígy ír Fejér (2000) a már tapasztalt parti látogatóról, aki ismeri azokat, akik „számítanak”. Ő az, aki naprakész információkkal rendelkezik az aktuális pletykákról, fontos tudnivalókról, ő az, aki tudja, hogyan zajlik a parti, hogyan kell viselkedni egy mámoros éjszakán, kívül érdemes megismerkedni. Ő az, aki az új „látogatót” bevezeti ebbe az új világba, mely a külső szemlélőnek ismeretlen, idegenül hat. Hasonlóképpen, a fitness termék „nagy öregjei” segítik és irányítják az újonnan jötteket, mely órákon érdemes részt venni. Ezzel a szimpátia és a szakmai elismerés tényezője is belép a rendszerbe, hiszen a kedvelt oktatók óráin mindig tele van a terem, rajongókkal, elkötelezett sportolókkal. Ez a kép a partin, a dj körül álló csodáló táborra emlékeztet. A bennfentességet mutatja az is, hogy bizonyos órákon kialakult rendje van, hogy ki, hol állhat, hol a helye. Mindez egyfajta hierarchiára is utalhat, jobb pozícióból jobbak a látási viszonyok és jobb a láthatóság is. A kemény mag említésekor, ki kell térni a fitness termék és az itt végzett együttes cselekvés csapatépítő funkciójára. A közös mozgás, a közös izzadás több találkozási ponton keresztül teremti meg a baráti kapcsolatok lehetőségét. Kezdve az öltözőbeli beszélgetéstől a büfében való közös fogyasztáson keresztül, egymás biztatásával egy-egy nehéz feladat esetén, míg végül a közös szaunázás „felteszi a pontot az i-re”. Ez a csoport, valamint a mozgás élménye gyakran a résztvevők egyik legfontosabb életterévé válik. Gyakran megfigyelhető, hogy az elhivatottság a sportközösség felé, együtt jár a más területeken megélt sikertelenségekkel. Ilyen például a párkapcsolat, barátok hiánya. Így a mozgás és a

hozzá kötődő életvitel hiánypótló funkciót tölt be. Ez a jelenség a kábítószer használattal kapcsolatosan már régen ismert (Hoyer és Tremkó 2000), így egy újabb összefüggést fedezhetünk fel a partilátogatás és a fitness jelenségvilága között, hisz előbbi terület szorosan összefügg az említett élvezeti anyagokkal való visszaéléssel. Az illegális szerek használata természetesen a mozgás világát sem kerüli el, gondoljunk csak az anabolikus szteroidok és egyéb teljesítményt fokozó készítmények használatára.

A vizsgált területeket kommunikációs szempontból is „szemügyre” vehetjük. Fejér (2000) leírja, hogy a parti-térben a szóbeli kommunikáció igen korlátozott, mivel a zene betölti a teret. Hasonló jelenség figyelhető meg az aerobik órákon is, ahol a beszéd, kivéve persze az edző utasításait, megzavarhatja a koncentrációt, ezáltal megbomlik a koreográfia egysége, a végzett gyakorlat pontossága. A résztvevők ezért sokkal inkább mimikával, kacsintással, egy-egy biztató mosollyal üzennek egymásnak, ami erősíti a közösség érzését, de nem zavarja az elsődleges mozgásra való fókuszálást. Magára a résztvevők által végrehajtott mozgásformára is a kommunikáció egy válfajaként tekinthetünk, hiszen, leolvasható a személyről a fáradtság, a lelkesedés, vagy akár aktuális hangulata is.

A nonverbális kommunikáció irányát követve vessünk egy pillantást a „magasból” is a partik és fitness rendezvények világára. Az ajtón belépve, mindkét helyszínen már látjuk is, de legalábbis felsejlik a tánc – mozgástér mint a rendezvény szíve. Ezt a dinamikus dübörgéssel megtöltött teret veszik körbe a kiegészítő helyiségek. Míg a partin a tánc-tér mellett beszélhetünk chill-out és egyéb zene szobákról, addig a fitness rendezvényeken a kisebb helyiségekben kapnak teret a nyújtáshoz, prevencióhoz kapcsolódó mozgásformák, vagy például a spinning órák. A partik világában egy fontos helyszín a büfék látogatása, ahol az italok (ritkábban ételek) vásárlásán kívül lehetőség nyílik az ismerősökkel való beszélgetésre, vagyis társadalmi életet élni. Ugyanez megtalálható a sport rendezvényeken is, abban a módosult formában, hogy itt külön-

böző kiállítók termékei között válogathatunk, miközben régi ismerősökkel vehetjük fel újra a kapcsolat fonalát. Fejér (2008) lézengőknek nevezi a partin ismerőstől ismerősig vándorlókat. Megfigyelései szerint a már beavatott parti látogatókra jellemző ez a viselkedés, akik a zene és a tömeg, a tánc varázsának megismerését követően, új élményeket keresnek. Hasonlóan zajlik ez a fitness rendezvényeken. Ahogy a partin, itt is izgalmas élmény kivonulni a tömegből, és a karzatról, új megvilágításból, egészben látni a zenére egyszerre mozgó, lüktető tömeget, ahogy a Dj, prezenter (edző) irányítására több százan együtt mozognak.

Míg a partik világában a módosult tudatállapot elérésének egyik fő katalizátora a kábítószer, addig a sport világában ez a mozgás.¹ Számptalan kutatás erősítette meg azt a tényt, hogy a kábítószerek és a mozgás kiváltotta változások (endogén opiát termelés, stb.) közös agyi területről származnak. Bár utóbbi esetben egy egészséges viselkedésformáról beszélünk, maga a sport is addiktív vá válhat. A sport iránti elköteleződés e szélsőséges formáját a testedzésfüggőség írja le (Szabó, Demetrovics, Kun, Kurimay, 2010; Menczel, 2008). Sem az aerobic, sem a partizás esetében nem mondhatjuk, hogy a cél egy módosult tudatállapot elérése. Jellemző azonban, hogy a cselekvésre való koncentráció magával vonja a tudat beszűkülését a táncra (ezt érthetjük mindkét helyzet leírására), az aktuális mozgásformára való elmélyült figyelmet. Ezáltal a sport közben lehetőség nyílik arra, hogy miközben a testünket megmozgatjuk, a lelkünknek, gondolatainknak is egy kis pihenőt adjunk. Nem ritka, hogy valaki olyannyira át tudja adni magát a tánc élményének, hogy a flow állapotát éli meg (Csíkszentmihályi 2001). A mozgásban való elmélyülés során a felzaklatott, stresszel teli psziché megnyugodhat, sőt gyakori tapasztalat, hogy a korábban zavaros gondolatok is letisztulnak, így a személy képes lehet problémáit új, tiszta fejjel szemlélni.

A kikapcsolódás egyik legfontosabb mozgatórugója az edző, vagy, ahogy a nagyobb rendezvényeken említik a prezenter. Ő az, aki a

lemezlovashoz hasonlóan a partikon, mint egy karmester megtáncoltatja a „nagyérdeműt”. Zeneválasztása, a megtervezett koreográfia, ha dance óráról beszélünk, a mozdulatsorok összeállítására erősítő, zsírégető óra esetén, a személyes hangulata mind-mind befolyásolja a résztvevők élményét. Mint a zene, úgy a mozgás világában is vannak kiemelkedő edzők, akiket akár termeken át is követnek a résztvevők, mivel szakmai tudásuk, karizmájuk, a csoportot pozitív irányba megmozgató képességük magával ragadók. Természetesen a már említett bennfentesek, a kemény mag egyből megérzi, ha valaki aznap nem úgy teljesített, és ezt sokszor tudtára is adják, ugyanúgy, ahogy a DJ-k aznap esti teljesítményét is értékeli a laikus és a szakmai közönség egyaránt.

A fitness-termék virágkora

A fent bemutatott összefüggések után a fitness mint mozgalom időbeli és térbeli változásainak bemutatására térek át. Az 1980-as években a tömegsportok mellett egy új sportolásra alkalmas irányzat indult meg. A fitness mint sportág célja nem feltétlenül a versenysport, a versenyzők kitermelése, hanem az „átlagember” mozgásra buzdítása, amit kellemes környezetben, önmaga által irányítottan, szabadidejében tehet meg. A fitness kezdetét jelentette a testépítés egyre nagyobb térhódítása, valamint az aerobic Amerikából megindult hulláma. A két sportágat olyan pregnáns személyek közvetítették számunkra, mint Arnold Schwarzenegger és Jane Fonda. A külföldön már elterjedőben lévő edzőtermek – a fitness „környezeti tárgyasulása” - megjelentek Magyarországon is.

A fitness termék világot két nagyvárosi edzőterem-hálózaton keresztül mutatom be. Választásom azért e kettőre esett, mivel jellemző típusként állíthatóak a körülbelül húsz év alatt lezajlott változás élére. A szerző „sportkarrierje” kezdetén az elsőként bemutatott termet látogatta, napjainkban pedig a másodikként bemutatott centrum lelkes tagja. A két hálózat, egyikük

két teremmel, míg a másik három helyszínnel rendelkezik pillanatnyilag, híven bemutatja azt a fejlődést, melyet párhuzamba állíthatunk a gazdasági, kulturális téren végbement változásokkal is. A kulturális antropológia elvárásainak megfelelően a fitness központok elnevezése fikatív; Magyarországon, Budapesten találhatóak. A nagyvárosi elhelyezkedést azért tartom fontosnak kiemelni, mivel a kisebb városokba, községekbe, falvakba még nem vagy csak ritkán ért el a fitness-termek lentebb bemutatott fejlődési íve.

A bemutatás szempontjai a következők:

A fitness-központ

- elhelyezkedése a nagyvárosban;
- elhelyezkedése a térben, a fent/lent tekintetében;
- igénybevevői;
- szolgáltatásai.

A fitness-terem a '80–90-es években

Az első edzőterem híre leginkább szájról-szájra terjedt. A termék minőségének, színvonalának tekintetében a legautentikusabbak mindig is azok az emberek voltak, akik a klubokat látogatták. A Downtown Fitness Centrum létezéséről leginkább a teremnek otthont adó épületen kiállított tábla értesítette a sportolni vágyót, miközben elsétált a klub valamelyik belvárosi épülete mellett. Ma már természetesen az interneten is megtalálunk minden fontos tudnivalót a termekről. Akkoriban kiemelkedő voltát jelzi az is, hogy megindult a terem népszerűsítése, a – bizonyos – egyetemekre járó hallgatók kedvezményesen vehették igénybe a terem szolgáltatásait. A terem látogatói köre az egyetemisták mellett is főleg a fiatal felnőtt rétegből állt.

A Downtown Fitness Centrum, ahogy oly sok másik terem is, lakóházak pincéjében került kialakításra. Különlegessége az általam kiemelt műintézménynek, hogy a '90-es évek közepén már két teremmel rendelkezett, mindkettő, egymáshoz közel, a belvárosban található. Felépítését tekintve a következők szerint írható le. A

látogató egy belvárosi bérház kapuján belépve a pince felé vette az útját. Itt nem volt nehéz dolga a sportolni vágyónak, hiszen az átható, dohszaggal keveredő izzadság pontosan vezette útján. A lépcső alján többnyire a recepcióba „ütközött”, ahol a kedves pultos hölgy eligazította a sportolási lehetőségek, valamint jegy- és bérletárak szűkebb keretei között.

A választási lehetőségek mellett a rendelkezésre álló tér is szűknek mondható mai szemmel, a maga 200-400 nm-ével. A recepció egyben büféként is funkcionált. Innen egy folyosón keresztül vezet az út, az öltözők felé. A férfi és női öltözők között helyezkedik el a szauna, mely akkoriban még nem számított alapfelszereltségnek egy fitness-centrumban. Az öltözőkből kilépve, a folyosó útvonalaát követve érhető el az aerobic-terem, továbbhaladva pedig a különböző erősítő és cardio (zsírégető) gépekkel felszerelt „gyúró” terem.

A szolgáltatások köre, bár egy akkoriban még jól felszereltnek számító teremről van szó, ma már elég átlagosnak tekinthető. A csoportos órák leginkább erősítő, zsírégető típusú, valamint alap step és aerobic, ritkábban bokszt, illetve egyéb küzdősportokon alapuló foglalkozásokra épültek.

A második hálózat bemutatása előtt kis kitérőként említeném azon női torna klubokat, amelyek hol egy ház lakásában kaptak helyet, hol szintén pincékben létesültek. E helyeket kizárólag hölgyek látogatják (ma is létező formáról van szó). A cél az alakformálás, ami egy gondosan összeválogatott zeneszámokra, és ezekre alámondott mozgássorozatra épül. A kazettát természetesen kiegészíti egy edző is, aki bemutatja a résztvevőknek a megfelelő mozgásformákat, segít a tartásban és a pontos végrehajtásban. Egy-egy ilyen felvétel pár héten keresztül folyamatosan megy, majd újabb változat követi.

A wellness iparág

A '80-as évektől kezdődően napjainkig, a fitness-wellness „iparág” óriási fejlődésen ment keresztül. Az elmúlt több mint húsz évben a

gazdasági, kulturális átalakulással párhuzamosan a sportolási szokások is megváltoztak. A gazdasági növekedés, ahogy korábban már láttuk, magával hozta a fogyasztás megemelkedett szükségességét. A fogyasztást a szó több értelmében is tekinthetjük. Hiszen elfogyaszthatjuk a sokféle ételt, amit kínálnak nekünk, elfogadhatjuk a különböző fogyasztó módszerek ajánlotta lehetőségeket, ha az étkezés okozta súlyfelesleget akarjuk eltüntetni. Ezt a társadalmi szükséglet használják ki a wellness jegyében működő különböző kényelmi és szépségügyi szolgáltatásokat nyújtó intézmények. Ezért virágzik a diétaipar, egyre több fogyasztó központ alakul, rengeteg különleges módszert kitalálnak, hogy akinek nem elég erős az akarata, de elég vastag a tárcája, az is közelebb kerülhessen a vékonyság még mindig divatos ideáljához (Vas 2007). A plasztikai sebészetek aranykorukat élik. Összefoglalóan a cél a tökéletes megjelenés elérése. A tökéletes megjelenés elérésének egyik útja pedig a fitness termek világa. Természetesen ma is sokan vannak, akik egyszerűen jobban érzik magukat a sporttól, akik tudatosan figyelmet fordítanak az egészségükre. Ezzel mintegy felelősséget vállalnak saját magukért és ezen keresztül a számukra fontos emberekért is.

Kiemelendő, hogy míg korábban nem volt ennyire látványos a sportolás területén az elanyagiasodás, a mai termek esetében már komoly üzletekről, külön iparágról beszélhetünk (Vas 2007). Az újonnan alakuló mozgás-központok, számára kihívás az egyre telítettebb piacon életben maradni. Annál is inkább, hogy egy-egy terem megnyitásához, ha az alapítók valóban életképes létesítményt szeretnének működtetni, legkevesebb félmilliárd forintot kell befektetniük.

Wellness-központ az ezredforduló után

A Buda-Wellness, mely bemutatásom második felét képezi, minden tekintetben megfelel a manapság kívánatos, minőségi szolgáltatást nyújtó

termek elvárásainak. A Buda-Wellness létezéséről számtalan fórumon keresztül értesülhetünk. A legszembetűnőbb éppen elsőként alapított termük, mely (hasonlóan más, az ezredforduló környékén alapított központhoz) egy irodaház földszintjén helyezkedik el, a Duna-part közelében. A teremből óriási ablakokon keresztül lehet nézni a járókelők és a forgalom minden napjait, vagy épp fordítva, csodálni a teremben izzadó, önmagát formáló férfiak és nők csoportját. Természetesen a klub megtalálható az interneten is. Itt olvashatunk a terem történetéről, felszereltségéről, az oktatók népes taboráról, a különböző szolgáltatásokról és az éppen aktuális tudnivalókról is.

A Buda-Wellness három terméből kettő Buda felkapott kerületeiben található, a harmadik pedig a pesti oldalon. A városközpontból egy átszállással többnyire mindegyik terem elérhető. Érdekes azonban látnunk, hogy a termek már nem korlátozódnak a belvárosba, megközelítésük elsősorban azok számára az igazán szerencsés, akik a budai oldalon élnek, vagy gépkocsival rendelkeznek. Ez szintén a látogatói kör megsűrűsését jelzi.

Az elsőként alakult terem tehát egy irodaház földszintjét foglalja el. A másik két terem, melyek az elmúlt években kerültek kialakításra, már egy-egy bevásárló központ tetején helyezkednek el. Különlegességük, hogy nyitott tetőterasszal rendelkeznek, így maximálisan kihasználható magasban lévő elhelyezkedésük, hiszen a sportban megfáradt, relaxálásra, jacuzzira és napozásra vágyó sportoló, a légszennyezés fölött nyugodtan pihenhet, élhet társas életet. Fontos még egyszer kiemelni azt a látványos térbeli változást, ami lezajlott ezen a területen. Az edzőtermek a gazdasági változással és a társadalmi elfogadottsággal párhuzamosan a pincéből kikerültek először a nagyközönség szeme elé, az utcáfrontra, de a változás itt nem állt meg. A termek a fitness-wellness „ipar” térhódítása nyomán a csúcsra törtek, és felköltöztek a már amúgy is a térből kiemelkedő, magas épületek tetejére.

A belső tér egyik leglátványosabb változásaként tekinthetünk a fitness-centrumok területi

növekedésére. A Buda-Wellness termei 1000-1500 m²-t foglalnak el, így természetesen a szolgáltatások köre is kiterjedt, hiszen ilyen óriási térben sokkal több helyiség elfér, mint korábban. A termek berendezése hasonlóan épül fel, különbség csak a terembe érkezés módjában található, miszerint az elsőként megnyílt terembe az utcáról lépünk be, a másik kettő leginkább lift segítségével megközelíthető.

A szolgáltatások bővülését jelzi, hogy az öltöző kulcsa mellé törülközőt is kapunk (persze az igényes sportoló, a vendégek véleménye szerint, otthonról is hoz magával, minimum egyet). A minőség egy nem elhanyagolható részét képezik a kiegészítő szolgáltatások, mint az öltözőben megtalálható hajszárítók, a feltöltött szappantartályok, hogy a recepcióban több, mint tíz féle bérlettípusból válogathatunk, és egyből vásárolhatunk magunknak különböző üdítő italokat is. Természetesen a termek rendelkeznek külön büfé egységgel is, mely a recepciótól nem messze található. A büfé további funkciója, hogy az itt kitett asztalok köré többen is le tudnak ülni egy kis beszélgetésre, pihenésre, így közösségépítő határról is szólhatunk. Külön kis bolthelyiségben vásárolhatunk sportruházati, egészségügyi termékeket. A szolgáltatások körét bővíti a masszázs, továbbá helyet kapott a komplexumban fodrászat, kozmetika, manikűr és pedikűr is, valamint a gyermekmegőrző, melyek manapság egy színvonalas szalon elkerülhetetlen részét képezik. A kiegészítő helyiségek után vegyük szemügyre a központ lelkét alkotó egységeket, vagyis a sportolásra alkalmas termeket.

Mindhárom komplexumban helyet kapott egy nagyobb és egy kisebb aerobic terem, sőt az egyikben még külön spinning (kerékpár) helyiség kialakítása is lehetővé vált, így a különböző csoportos órákat mindig a megfelelő méretű helyiségben tudják tartani. A helyszükséglet függ az óra típusától, népszerűségétől. Igazi sikernek mondható, ha egy foglalkozás a kicsiből a nagyterembe költözhet át. Az aerobic mellett különösen nagy hangsúlyt fektettek a gépterem kiépítésére. A korábbi rozoga felszerelésekkel

ellentétben, ezekben a centrumokban a legjobb minőségű eszközök találhatóak meg. A felszerelés csoportosítása is megváltozott. Külön részt képeznek az erősítő helyiségen belül a cardio gépek, például futópadok, lépcsőző gépek, szoba-biciklik, és külön helyezkednek el a kötött, valamint szabad súlyos eszközök is. A sportolásra alkalmas területek, valamint a különböző szépségügyi szolgáltatásokat nyújtó egységek mellett a harmadik legfontosabb területe a központnak a wellness rész. Itt két vagy három különböző típusú szaunában pihenhetünk meg, és pezseghetünk a jacuzziban is.

Ahogy megnőtt az igény az egyre magasabb színvonalú sportolási lehetőségek iránt, az aerobic, mint mozgásforma fejlődése is nagy lendületet kapott. Egyre újabb típusú foglalkozásokat fejlesztenek ki. Ezek egyik nagy csoportját képezi a táncos, koreografált órák megjelenése, melyek nagy sikert arattak, például a dance aerobic, step dance, ¾ wellness step. A csoportos órák következő változatát képezik a különböző zsírégető, alakformáló és erősítő típusúak. Fontos még megemlíteni a küzdősportokra épülő edzésformákat, például a well-box, taе-bo, valamint a nyújtó, gerincvédő, joga formákat, mint a pilates és a stretching, body art. Külön irányvonallá nőtte ki magát a spinning, melynek során egy órás kerékpáros edzésben lehet részünk.

A látogatók köre igen szélesnek mondható, mind a korosztály, mind az érdeklődés, a társadalmi elhelyezkedés szempontjából. Többnyire a fiatal felnőtt réteggel találkozhatunk a központban, de egyre több középkorú vendég is megjelenik, és a gyerekek számára is tartanak már foglalkozásokat. Az idősebb korosztály számára senior-tornákat is indítanak, ahol a cél kifejezetten az öregkori problémák megelőzése, karbantartása. Azonban nem csak a kor tekintetében mondható igen színesnek a vendégkör, hanem abban is, honnan jöttek, milyen háttérrel rendelkeznek. A középiskolás, egyetemista diákoktól kezdve, a szellemi munkát végzőkön keresztül, az üzleti szféra számtalan képviselője megfordul a központban.

További pozitív változásként tekinthető, hogy sok cég elért a fejlettség olyan szintjére, ahol felismerték, hogy a dolgozók számára adott természetbeni juttatások fontos motivációt jelentenek a cég iránti elköteleződés tekintetében. Így több vállalat is ingyenes, vagy olcsóbb bérletvásárlási lehetőséget biztosít dolgozói számára. Ez azért is fontos felismerés, hiszen az egészséges alkalmazott anyagi befektetésnek is tekinthető. A fejlődés egy további szintjének elérését jelenti a finnországi példa (Szilágyi 2007), ahol az állam felismerte, hogy olcsóbb az egészséges ember, mint a beteg, ezért támogatja az emberek sportolási tevékenységét is.

Elgondolkodtató, hogy innen még hova lehet fejlődni. Talán az egyre népszerűbb fitness-napok iránya az, ami közelebb viheti a mozgás örömét a nagyközönséghez. Ezeket az alkalmakat leginkább a tömegsporthoz hasonlíthatjuk. Egy-egy ilyen nap folyamán óriási csarnokokba invitálják meg a sportolni vágyókat, ahol a rangos termék kedvelt edzői, valamint külföldi „presenterek” részvételével tartanak jó hangulatú és egyben kedvébresztő órákat.

Megfigyelésem utóélete

Elemzésem megírása óta az élet természetesen haladt tovább. Ez pedig azt hozta magával, hogy anyagi jellegű gondokból kifolyólag a Buda-Wellness bezárta kapuit a nagyközönség előtt. Pontosabban az első terem végleg megszűnt üzemelni, míg a másik kettőt átvette két különálló cég, így azok továbbra is üzemelnek megváltozott edzői és közönség-gárdával. Ezzel párhuzamosan újabb termék épültek, melyek mindig nagyobbak, jobban felszereltebbek, mint az előzőek voltak. Az új termék nem feltétlenül egy már működő épület-komplexumhoz csatlakoznak (például bevásárlócentrumhoz), hanem önmagukban alkotnak különálló, több emeletes fitness-központot, szállodákat megszégyenítő wellness-részleggel. Végül pedig, egy Magyarországon még csak néhány helyen működő, viszonylag újnak számító típusként tekinthetünk azokra az exkluzív léte-

sítményekre, ahol zártkörű klubot alakítanak ki. Ez azt jelenti, hogy csak éves elköteleződésre van lehetőség ezen helyeken, ami természetesen az anyagi szűrést is maga után vonja. Cserébe viszont folyamatos figyelmet, különleges szolgáltatásokat élvezhet az idejáró.

Láthatjuk, hogy a szolgáltatások és a lehetőségek határa csupán a csillagos ég. A fitness-wellness iparág épp olyan dinamikusan fejlődik, mint a fogyasztói társadalom. Az állandó átalakulás és fejlődés, mely korunk velejárója, így ezen a téren is tárgyiasul, leképeződik.

Jegyzet

- 1 Jelen írásban nem térek ki a teljesítményfokozó szerek használatára és azok hatására.

Irodalom

- al-Zubaidi, L. (1998): *Urban Anthropology – An Overview*. http://www.indiana.edu/~wanthro/theory_pages/Urban.htm. 2010-01-29
- Csikszentmihlyi M. (2001): *Flow. Az áramlat*. Akadémia Kiadó, Budapest.
- Demetrovics Zs. (szerk.) (2000): *A szintetikus drogok világa*, Animula Kiadó, Budapest.
- Demetrovics Zs., Kun B. (szerk.) (2007): *Az addiktológia alapjai IV.* (pp. 283-305). Budapest: ELTE Eötvös Kiadó.
- Dúll A. - Szokolszky Á. (2006): *Környezet-pszichológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Featherstone, M. (1982): *A test a fogyasztói kultúrában*. In: Featherstone, M. - Hepworth, M. - Turner, B. S. (1995). *A test. Társadalmi fejlődés, kulturális teória. Jászöveg Műhely Kiadó*. 70-107.
- Featherstone, M. - Hepworth, M. - Turner, B. S. (1995): *A test. Társadalmi fejlődés, kulturális teória*. Jászöveg Műhely Kiadó.
- Fejér B. (2000): *A parti. Antropológiai sűrű leírás*. Replika 39. 61-74.
- Hoyer M. - Tremkó M. (2000): *Istenkeresés helyett egyszerűhasználatos kapcsolat, avagy a drogfogyasztó magatartás, mint a társadalmi változások tükré*.

- In: Demetrovics Zsolt (szerk.) (2000): A szintetikus drogok világa, Animula Kiadó, Budapest
- Huszár A. - Bognár J. (2006). *Fiatal felnőttek testkultúrája, avagy az iskolai testnevelés felnőttkori hatásai Magyarországon és Finnország példáján.* Új pedagógiai szemle 6. <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=2006-06-mu-Tobbek-Fiatal>
- Kopp M. – Kovács M. E. (szerk.) (2006): *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón.* Semmelweis Kiadó
- Menczel Zs. (2008): *A testedzésfüggőség családi és adiktív vonatkozásai.* Szakdolgozat.
- Pikó B – Keresztes N. (2007): *Sport, lélek, egészség.* Akadémia Kiadó, Budapest.
- Szabó A., Demetrovics Zs., Kun B., Kurimay T. (2010). *Testedzésfüggőség.* In Demetrovics Zs., Kun B. (szerk.), *Az addiktológia alapjai IV.* (pp. 283-305). Budapest: ELTE Eötvös Kiadó.
- Szilágyi Gy. (2007): *A kórház kéménye.* Élet és Irodalom, 48.
- Túry F., Szabó P. (2000). *A táplálkozási magatartás zavarai: Az anorexia nervosa és a bulimia nervosa.* Medicina Könyvkiadó Rt., Budapest.
- Vas B. (2007): *Kilós tűzletek.* Reflex magazin. 4 (6).



