

Kjøpepress?

Eit kvalitativt studie om
foreldres betydning for
ungdom si idrettsdeltaking i
ein forbrukarkultur

Ingfrid Mattingsdal Thorjussen

Masteroppgave i Idrettsvitenskap

Seksjon for idrett og kultur

Norges idrettshøyskole 2010

Samandrag

Utgangspunktet for dette studie har vore å sjå kor vidt foreldre som har ungdom med i organisert idrett opplever eit kjøpepress i tilknytning til dette, og kva som i så høve er faktorane som er med på å skape eller forhindre at dette oppstår. Vidare har det òg blitt retta eit blikk mot kva rolle foreldre spelar for barn og unge si deltaking i idrett.

Undersøkinga tar utgangspunkt i sykling som organisert idrett. Studie byggjer på kvalitative intervju av 10 foreldre. Kriteriet for desse var at dei alle hadde minst ein ungdom i aldersgruppa 14-16 år med i sykling som organisert idrett. Av dei intervju er det representert 5 fedrar og 5 mødrer, desse representerar 4 jenter og 7 gutar i den gitte aldersgruppa. Utvalet er henta frå to klubbar, der den eine er knytt til eit sentralt by–strøk, medan den andre har base i ein mindre tettstad.

Resultata for oppgåva viser at nærast ingen av dei intervju har opplevd eller opplever at det eksisterar eit kjøpepress i tilknytning til barna deira si idrettsdeltaking. Men på bakgrunn av intervju er det likevel grunn til å tru at dette eksisterar i større grad enn det dei intervju foreldra i denne undersøkinga sjølve erfarar eller gjev uttrykk for. Mellom anna har fleire av dei konkret kjennskap til andre foreldre som har opplevd eit kjøpepress knytt til det å ha barn eller ungdom med i organisert idrett; her under vert nemnt mellom anna sykling, symjing, skiskyting og ishockey. Ut frå ei tolking av data kan reklame og kommersielt press, forbrukarkultur, utstyrsfokus og sosialt miljø, sjåast å vere faktorar som kan bidra til at det oppstår kjøpepress. Vidare kan ein òg sjå sosialt miljø, som foreldre, jamaldrane og trenarar, som viktige for å hindre eller redusere kjøpepress knytt til idrettsdeltakinga. Funna vert diskutert opp mot Bourdieu sin teori kring symbolsk vald. Her vert det mellom anna stilt spørsmål kor vidt forbrukarane, i dette høve foreldre, på bakgrunn av idrettens sterke legitimitet i samfunnet, er offer for marknadsføringa sin symbolske vald.

Funna knytt til foreldre si betyding for ungdoms idrettsdeltaking kan sjåast frå to ulike vinklingar. På den eine sida handlar historiene til dei intervju om engasjerte foreldre som er villige til å legge ned stor innsats, i både tid og pengar, for barna deira si idrettsdeltaking. Nærast alle foreldra ser idretten som ein viktig og trygg arena for ungdom, og fleire indikerar at dei av denne grunn er villige til å strekkje seg langt for å hindre at barna deira sluttar med

idrett. På den andre sida kan funna vise til at det eksisterer sider ved den organiserte idretten som ikkje utelukkande er positive. Her kan ein stille spørsmål om kor vidt engasjerte foreldre har skapt ein kultur der stor grad av foreldreinvolvering vert ein føresetnad for at ungdom skal kunne delta i idrett.

I lys av Bourdieu sine omgrep knytt til kapital, vert det mellom anna sett på korleis foreldre si innehaving av ulike former kapital kan vere av betydning for ungdom si deltaking i sykling som organisert idrett. Mellom anna kan det sjå ut til at sosial kapital i form av eit nettverk foreldre imellom, kan ha betydning for dei unge si deltaking i organisert idrett. I tillegg kan det sjå ut til at ungdomsidretten er prega av eit større alvor enn tidlegare. Som konsekvens av dette vert òg utstyret ein viktig faktor for å kunne hevde seg i konkurransar, og foreldre sin økonomiske kapital kan slik sjå ut til å vere av betydning.

Nøkkelord: Kjøpepress, forbrukarkultur, ungdomsidrett, foreldre, Bourdieu, kapital

Førord

Tidligere proffsyklist Dag Otto Lauritsen, uttalar til stadigheit si hjartesak om at ingen vinnarar av Tour de France ville stått på sigerspallen hadde det ikkje vore for innsatsen til hjelperyttarane på laget. Når eg no har kome til vegs ende med masteroppgåva, sit eg på same måte att med tanken om at dette ikkje hadde vore mogeleg utan god hjelp frå familie, venner og vegleiar.

Først av alt vil eg rette ein stor takk til mine foreldre. Takk for god hjelp med å skaffe kontaktpersonar for intervjuundersøkinga, og for nyttige innspel og idear til oppgåva. I tillegg ei ekstra takk til far som tålmodig har retta på nynorsken min.

Vidare vil eg òg gje ei stor takk til mannen min Pål. Takk for kritiske innspel og tålmodig lytting, og for at du har diska opp med gode og næringsrike middagar i travle periodar.

Takk til kontaktpersonar som har hjelpt til med å skaffe informantar, og til foreldre som frivillig har teke seg tid til å stille til intervju, og på denne måten lete meg få eit innblikk i kvardagen de har som foreldre til aktive idrettsungdomar.

Til sist vil eg sei ei stor takk til Kari Fasting, først og fremst kanskje for inspirasjonen til å velje idrettssosiologi som fagområdet for masteroppgåva. Det har vore utruleg kjekt og lærerikt. Takk for konstruktive og nyttige tilbakemeldingar under vegleiingstimane. Har alltid gått heim derifrå med ny giv og med ei kjensle av å ha fått utvida kunnskapshorisonten litt meir.

Ingfrid Mattingsdal Thorjussen

Oslo, Mai 2010

Vedlegg

Vedlegg 1: Skriv frå Idrettshøgskulen v/Kari Fasting og Matti Goksøy

Vedlegg 2: Samtykkeerklæring

Vedlegg 3: Intervjuguide

Vedlegg 4: Kodesystem

Innhaldsfortegning

Samandrag	ii
Forord	iv
Vedlegg	v
1. Innleiing	1
1.1 Bakgrunn for prosjektet	1
1.2 Kommersiell oppvekst	2
1.3 Kva bruker ungdom(foreldre) pengar på?	5
1.4 Sportsindustrien og det norske forbrukarsamfunnet	6
1.5 Forbruk og leverstandard	7
1.6 Idrett og identitet	8
1.7 Utviklinga av idrettskulturar	9
1.8 Foreldreperspektivet	11
1.9 Tidlegare forskning	13
1.10 Problemstillingar	15
2. Teoretisk perspektiv	16
2.1 Forbrukarkultur	16
2.1.1 Makt i forbrukarsamfunnet i lys av Bourdieu	19
2.2 Bourdieu - Kapital og makt	21
2.2.1 Sentrale omgrep	21
2.2.2 Sosial kapital	22
2.2.3 Økonomisk kapital	24
2.2.4 Kulturell kapital	24
2.2.5 Fysisk kapital	25
2.2.6 Symbolsk kapital	26
2.3 Kritikk av Bourdieu	26
3. Metode	28
3.1 Ontologi og Epistemologi	28
3.2 Metodeval	29
3.3 Kvalitativ metode	29
3.4 Det kvalitative forskingsintervju	30
3.5 Kriteria for vurdering av forskingsarbeidet	31
<i>Den praktiske gjennomføringa</i>	
3.6 Utval	32
3.7 Intervjuet – planlegging og gjennomføring	35
3.8 Analyse	36
3.9 Eit kritisk blikk på kva rolle forskaren si førehandsforståinga spelar ved ein kvalitativ forskingsprosess	38

4. Problemstilling 1 og 2 – presentasjon og diskusjon	42
4.1 Eit bakgrunnstepp: To historier om forbruk	42
4.2 Problemstilling 1.....	44
4.2.1 Kjøpepress– egne opplevsar, historiar om andre og generelle tankar	44
4.3 Problemstilling 2	48
4.3.1 Reklame og kommersielt press	49
4.3.2 Utstyrsfokus	51
4.3.3 Idrettsglede eller galskap?	53
4.3.4 Forbrukarkultur	54
4.3.5 Sosialt miljø	56
4.3.6 Finst det kjønnskildnar?	59
Diskusjon av problemstilling 1 og 2	61
4.4 Kven har makt i den organiserte sykkelidretten? To perspektiv	61
4.5 Om forbruk, identitet og symbolsk vold	65
4.6 De symbolske godars økonomi – Språkets makt	66
5. Problemstilling 3 – presentasjon og diskusjon	67
5.1 Problemstilling 3	67
5.1.1 Blodig alvor	67
5.1.2 Foreldre i organisert idrett	68
Diskusjon av problemstilling 3	72
5.2 ”Me foreldre har det òg kjekt!”	72
5.2.1 Gjenbruk for kven?	74
5.3 Økonomiens rolle	75
5.4 Aktivitetsmønster i endring	77
6. Sluttkapittel	79
6.1 Funn	79
6.2 Avsluttande tankar og vegen vidare	80
Kjelder	82
Vedlegg	92

1. Innleiing

1.1 bakgrunn for prosjektet

Den organiserte barneidretten har sidan si spede byrjing på 70-talet hatt ein enorm auke i både medlemstal, talet på idrettar og tidsbruk. Statistikken viser at heile 80 % av norske barn i dag er innom den organiserte idretten (ap.no 31.05.07). Norges idrettsforbund rapporterer at av barn til og med 12 år er over 75 % med å trener anten organisert eller uorganisert i laga sine tilbod (Årsrapport NIF 2008). Idretten har som eit av sine hovudmål at den skal ha rom for alle. Noko som igjen har ført til at kritiske blikk fleire gonger er blitt retta mot idretten: Greier Norges Idrettsforbund å leve opp til slagordet om "ein open og inkluderande idrett"? I kva grad vert funksjonshemma inkludert og/eller integrert i idretten, korleis er kjønnsbalansen, vert born av minoritetsgrupper rekruttert i like stor grad som majoriteten av befolkninga (Fasting og Sand 2009, Rotevatn 2007, Walseth 2006)? Ut frå statistikken er det ingen tvil om at idretten famnar stort om seg i det norske samfunnet. Likevel er det somme som ikkje er med. Kvifor er t.d. fråfallet så stort i ungdomsalderen i somme idrettar (Solenes og Strandbu, 2007)? Medlemstala frå Norges idrettsforbund viser at idrettar som fotball, handball, friidrett, symjing og langrenn alle har eit stort fråfall av medlemmar frå aldersgruppa 6-12 år til aldersgruppa 13-19 år. I Norges skiforbund var det i 2006 27.000 registrerte medlemmar for jenter i aldersgruppa 6-12 år, i aldersgruppa 13-19 år var talet redusert til 8200, for gutar var tala 34.300, for gruppa 6-12 år, kontra 14.200 i gruppa 13-19 år.

I tillegg til at delen av barn og unge som er innom den organiserte idretten har hatt ei kraftig auke, har òg talet på idrettar under Norges idrettsforbund nærast dobla seg på dei siste 20 åra (NIF Årsrapporter). Fleire av idrettane under forbundet er idrettar som krev mykje og til dels dyrt utstyr. Idrettar som før var å rekna for overklasseidrettar, når nå ut til massane.

Utstyrsidrettar som segling, golf og alpint har i dei siste åra opplevd ein enorm auke i talet på medlemmar i lag og foreiningar. Golf forbundet som i 1988 hadde i underkant av 10.000 medlemmar, var i 2008 registrert med meir enn 100.000 aktive medlemmar (Årsrapport NIF, 1988, 2008, Aftenposten 09.06.04 [1](#)), og Norges seglforbund har i same perioden hatt ei dobling i talet på medlemmer. Tala viser her til den totale medlemsmassen, men ein kan sjå ei trend der stadig fleire idrettar som krev mykje og til dels dyrt utstyr òg vert organisert for barn, t.d. klatring, snowboard/alpint og golf. I Noregs golf forbund var det totalt sett for jenter

og gutar opp til 17 år i 1987 registrert i underkant av 1000 medlemmar, 20 år seinare er talet nærare 15.000¹ (Årsrapport NIF 1988 og 2008). I tillegg merker ein seg at det stadig vert utvikla spesifikt utstyr for idrettar som før var billige og lite utstyrkrevande, t.d. løpsklær med spesielle puste og fukttransporterande eigenskapar og joggesko for lange turar, korte og intensive turar, mengdetreningssko og konkurransesko, sko for asfalt, grus, terreng eller tredemølle.

”Foreldre bør bremse kjøpepresset fra barna”(Stavanger Aftenblad, 04.08.10). Gjennom media kan ein ofte få inntrykk av at barn og unge i dag utøvar eit nærast uoverkommeleg press på sine foreldre, anten det dreier seg om kjøp av dyre merkevarer eller ulike typar moteprodukt, som mobiltelefonar eller mp3-spelarar. Kjøpepress kan forståas som at ein vert pressa til å skaffe seg ting (Regjeringa NOU 2001-6). Barneombodet skriv mellom anna på si nettside at dei får henvendelsar frå både born og vaksne som fortel at dei opplever eit *sterkt* kjøpepress, og at det er vanskelig både for barn og vaksne å stå imot (Barneombodet.no). Kven er det som utøvar presset, kvifor opplevast dette som så sterkt og kva er grunnen til at fleire her opplev det som vanskeleg å stå imot? Fører ovanfor nemnte trendar innan idretten t.d. til eit større kjøpepress? Kor viktige er foreldre for born si deltaking i idrett i ein kultur der nærast alt kostar pengar? I lys av dette har eg funne det interessant å undersøkje i kva grad kjøpepress, forbrukarkultur og foreldreinvolvering kan ha ein innverknad på ungdom si deltaking i idrett.

Kjøpepress er eit uttrykk av relativt ny dato, og kan sjåast som ein konsekvens av fleire sider ved det moderne samfunnet; kommersialiseringa av stadig nye områder, det store fokuset på forbruk, individualisering og forbruk som identitetsskapande prosess. Som eit bakgrunnstykke vil eg difor i det følgjande gje eit bilete av ulike trendar knytt til forbruk og kommersialisering i det norske samfunnet.

1.2 Kommersiell oppvekst

Røyster talar for at barn er i dag er deltakarar i ein forbrukarkultur på lik linje med vaksne (Olesen, 2003). Og mange har ymta si bekymring om ein materialisert barndom ute av

¹ Grunna endringar i NIF si aldersinndeling i medlemsrapport, reknar medlemstalet for 2006 opp til 19 år.

kontroll. Barne-TV er i dag blitt ein stor industri. Mat, klede, leiker og hygieneartiklar får trykt på seg figurar frå kjente seriar (barnevakten.no). Forsking viser at svenske barn i gjennomsnitt har over 500 leiker (lego er her rekna som ein leike) på barnerommet, og det er tvilsamt at norske barn har særleg færre (Brusdal og Frønes, 2008). TV-reklame retta mot born er i dag forbode i Noreg (Forbrukerombudet.no1), men med m.a. sal av spin-offprodukt frå kjente barneseriar, internettbruk, norskproduserte kanalar sendt frå utlandet eller reklame for barneprodukt skjult under fana at den er retta mot foreldre, er moglegheitene likevel mange. I tillegg kan det verke som at aldersgrensa for kven som vert rekna som barn stadig vert senka. Ein er vitne til ein kultur der barn blir sett stadig meir i fokus og gitt meir og meir innflytelse både i den private og den offentlege sfæren (Storø, 2007). Tidligare forskning viser at barn ofte har meir kunnskap enn sine foreldre når det kjem til teknisk utstyr, merkevarer og nyheitar på marknaden, og stadig oftare er delaktige i familiens innkjøp (Ekstrøm og Forsberg, 1999). Og ser ein til dømes på utviklinga til barne-tv på NRK, har sendingane gått frå å vere utelukkande vaksenstyrt, til dagens program der det ofte er barn sjølve som er programleiarar, og kor dei ofte har stor innverknad på både innhald og format (NRK nett-tv, Med lisens til å sende – barnas øyeblikk).

”Den kommersielle barndommen handler ikke primært om barns stabler av kosedyr eller andre unyttige produkter, men om at det meste har fått ein prislapp, og ikke minst den kraftige markedsføringen for å få solgt produktene” (Brusdal, 2005). I USA viser undersøkingar at jenter i aldersgruppa 9-14 år dagleg vert utsett for i gjennomsnitt 500 reklameinstrykk frå TV (Aftenposten, Innsikt, mai 2009). Sjølv om talet nok er vesentleg lågare i Noreg, viser dette til ein reklamebransje på offensiven. Eit aktuelt eksempel på dette finn ein ved å sjå på barn og unge sine aktivitetar i nettsamfunn og bloggforum. Blogging har endå til vorte ei viktig inntektskjelde og deltidsjobb for eit stadig aukande tal barn og ungdom. Forbrukarombodet uttrykker bekymring ettersom fleire bloggar har gått frå dagbøker til *”kommersielt interessante markedsføringskanaler”* (Mediemakt frå jenterommet, A-magasinet 20.11.09, s.10). Sponsing i bytte mot god produktanmelding på populære bloggar, er effektiv reklame. *”Endelig har tenåringsjenter fått seg sjølv som idoler”* skriv artikkelforfattaren (Ibid, s.11). Ein kan sette spørsmålsteikn ved kor vidt *”seg sjølv”* refererar til den gjennomsnittlege tenåringsjenta.

Medan konservative krefter argumenterar for at ein i størst mogleg grad må søkja å beskytte dei unge frå dei kommersielle kreftene, finn ein òg dei meir liberalistiske syna som ser

konturane av ein moderne barndom der møte mellom barn og marknad bør står sentralt. Barn bør ikkje haldast utanfor, men bli tekne på alvor som aktive og seriøse aktørar.

Materialiseringa av barndommen er slik berre ein naturleg del av samfunnsutviklinga elles (Olesen, 2003). Ei undersøking om kommersielt press mot barn og unge i Norden viser at foreldre i stor grad er positive til det moderne forbruket og til moglegheitene det å eige ting gjev, men at dei er bekymra for dei udefinerbare konsekvensane av ein kommersiell oppvekst (Brusdal, 2005). Heile 80% av dei norske foreldra seier seg heilt eller delvis einige i påstanden om at reklame gjer stadig fleire unge missnøgd med utsjånaden. Dette gjer det etter mi meining interessant å undersøkje foreldre si oppleving av kjøpepress og kommersialisering knytt til barn og unge si deltaking i *idretten*, ettersom idrett og trening av mange nettopp kan opplevast som kroppsfiksert.

I følgje Olesen (2003) er det politisk sett vanskeleg å kritisere eller stå fram å bedømme kva som er eit godt og nødvendig forbruk, og kva som ikkje er det, av di ein då ”*treffer verdidomme*” over forbrukarane sine val (Olesen, 2003). Dette kan vere sær problematisk i høve til det idrettsrelaterte forbruket, etter som det her ligg både ønskjer, strev etter, forventningar og anbefalingar om ein sunn livsstil.

Kor grensene skal gå i ein slik samanheng er eit verdiladd spørsmål. Skal ein la marknaden få vende seg direkte til dei unge, eller er det betre å la foreldre ta avgjersler om kva som er til det beste når det kjem til dei unge sitt forbruk. Sportsutstyr vert stadig meir spesialisert, og fokus på design gjer at sjølv fullt ut brukande utstyr vert bytta ut. Samstundes har spennet i pris blitt enormt. Innanfor landevogs- og terrengsyklar kan det i seg sjølv eksistere prisforskjellar på fleire ti-tusen kroner. Kven skal vere den som set grensa for kva som er utstyr nok? Bør det vere fritt fram for kva dei unge kan stille med på trening i den organiserte idretten? Om ein let marknaden vende seg direkte til dei unge, vil ikkje dette like fullt vere å la dei vaksne få styre dei unge sitt forbruk? Eller er produsentar i stor grad avhengig av å ta dei unge sine ynskjer og behov på alvor for å kunne overleve? Ein kan i så høve spørje kven som i utgangspunktet skapar dette behovet.

Barn har inga inntekt eller pengar til disposisjon utan gjennom foreldre eller føresette. Dette gjeld til ein viss grad òg ungdom opp til fylla 18 år. Legg ein dette faktum til grunn vil spørsmåla ovanfor vere av mindre betydning. Det er til sjuande og sist foreldra som godkjenner forbruket. Marknadskreftene skulle slik sett ikkje ha noko å vinne om dei ikkje har foreldra på

lag. Utan dette vil det å vende seg direkte til dei unge vere effektlaust. Forsking viser likevel at dette har ein effekt (Brusdal og Frønes, 2008). Barn er anerkjent som subjekt med rett til å velje i forbrukarsamfunnet (Bauman, 2007). I 2003 vart det frå Barne- og familiedepartementet lansert ein tiltaksplan mot kommersielt press mot barn og unge (forbrukerombudet.no2). Som ein del av dette prosjektet utarbeida forbrukarombodet, i samarbeid med idrettsforbundet, fleire retningslinjer som skal gjelde i høve til marknadsføring overfor barn og unge i idretten. T.d. skal reklamen vere tydelig, den skal ikkje oppfordre til mas på foreldre og heller ikkje bruke termer som t.d. seier at produktet er nødvendig for å ”vere med i gjengen” (forbrukerombudet.no3). Barn og unge er aktørar, men dei er likevel sårbare og treng beskyttelse. Mykje tydar i tillegg på at idretten er ein arena der marknaden nett har foreldra på si side. Marknaden har, med god støtte frå til dømes skule, stat/helsesektor og idretten sjølv, greidd å etablere behov og ønskjer om idrettsrelaterte produkt og tenester. Idrettsforbruket er nødvendig, og ei investering i både eiga og barna si gode helse. På bakgrunn av tal frå mellom anna Sportsbransjen.as (2), kan mykje i tillegg tyde på at fleire foreldre sjølv er storforbrukarar av idrettsrelaterte produkt, og at det slik sett for mange foreldre vil vere vanskelegare å kontrollere (i den grad dette er ønskeleg) for barna sitt forbruk. I ein kultur der forbruket har fått ein sentral plass, kan det sjå ut til at opplæring i forbruk heller har inngått som ein del av oppsedinga, der barn og unge vert sosialisert til forbruk (Brusdal og Frønes, 2008).

1.3 Kva bruker ungdom(foreldre) pengar på?

Storm-Mathisen gjennomførte i 2003 ei kartlegging av ungdom og pengeforbruk. Forskinga viser både til kva dei unge bruker pengar på, og kor mykje. I tillegg er skilnader knytt til kjønn og alder, og skilnader mellom urbane og rurale områder, teke med. Av undersøkinga kjem det fram at pengar brukt på organiserte fritidsaktivitetar utgjer ein relativt liten del av det totale forbruket. Dette kan, etter mi meining, tyde på at foreldre i større grad er bidragsytande i denne kategorien. Denne påstanden vert støtta av forskning gjort på foreldre sitt syn på barna sitt forbruk, og på eige forbruk (Brusdal, 2005). Idrettsrelatert forbruk, særskild om det er i tråd med foreldre sine preferansar, vert for fleire ungdommar støtta opp om (Brusdal, 2005).

I ei undersøking om kommersielt press mot barn og unge i Norden, seier ca 15 % av foreldra seg heilt eller delvis einig i at barna utøvar eit forbrukspress som går utover familiens økonomi (Brusdal, 2005). Fleire foreldre opplever at det å sette grenser for barna sitt forbruk er vanskelig, når det ligger et sosialt press bak kravet/ønsket ("alle andre har det..."). I et intervju i Stavanger Aftenblad seier nestleiar i det lokale foreldreutvalet for grunnopplæring, Nina Bøhnsdalen, at kjøpepress blant barn og unge er eit tema som ofte er oppe på foreldremøte (Stavanger Aftenblad, tirs 4.aug 2009). Mange er redde dei er åleine om å sei nei. Ei viktig årsak til at barn og unge driv idrett, er det sosiale aspektet (Eliasson 2009, Breivik og Vaagbø, 1998, Sisjord, 1993). Idretten vert i tillegg av mange foreldre sett på som ein positiv og trygg arena som held ungdom borte frå å bli fanga opp av dårlige miljø (Eliasson, 2009). Det kan difor tenkjast at villigheita til å betale for eit forbruk knytt til idrett er relativt høg, samstundes som ein kan tenkje seg at fleire foreldre nett av denne grunn vil oppleve eit kjøpepress knytt til det å ha barn/ungdom med i organisert idrett.

1.4 Sportsindustrien og det norske forbrukarsamfunnet

Our love of sports takes us to a host of natural environments, whether we're mountain biking, golfing or playing volleyball at the beach. Even cities are rife with rollerbladers, basketball players and joggers giving free rein to their physical vitality. And in inclement weather, we can always resort to our local fitness club. Air cushioned shoes, ultralight fabrics, as well as clothing that absorbs perspiration bring these pleasures to near perfection. (Asensio, 2004:162)

I tråd med marknaden generelt har ein òg innan sportsindustrien vore vitne til ein enorm ekspansjon og utvikling gjennom heile førre hundreåret, og lite tyder på at dette ikkje vil fortsette. Som sitatet ovanfor viser, gjer produktspesialisering, nyvinningar og forbetringar at ein no kan nyte idrettsutøvinga til det fulle. Utstysindustrien rettar seg i tillegg i stadig større grad mot spesielle idrettar og bestemte målgrupper innanfor idretten, og fører slik til ei større behovstilfredstilling og muligheit for perfektjonering av aktiviteten (Manzenreiter og Horn, 2006). Mykje tyder på at det norske samfunnet i stor grad har vore mottakeleg for sportsindustrien sin vekst. Til trass for finanskrisen og nedgang i det generelle forbruket, hadde sportsbransjen i Noreg i 2008 ein rekordhøg vekst på 750 millionar kroner. Noreg ligg på verdstoppen når det kjem til kjøp av sportsutstyr per innbyggjar ([Sportsbransjen as](#) 1+2). Tal frå SSB viser at forbruket knytt til kultur og fritid hjå norske hushald, har meir enn dobla seg dei siste 50 åra ([SSB 2008](#)). Kva er det som gjer forbrukarane så mottakeleg for denne enorme utviklinga? Er forbruket av sportsartiklar ein nødvendig og uunngåeleg konsekvens av det

offentleges storsatsing på å få opp aktivitetsnivået i befolkninga? Eller er det slik ein til tider kan få inntrykk av, at sportsindustrien, anten det er butikkjedar eller treningssenter, utnyttar folk sitt dårlege samvit om at dei burde trene. I eit samfunn der forbruket knytt til idrett og trening er så høgt, reiser det seg spørsmål kor vidt dette bidreg til å auke presset på barne- og ungdomsidretten. Viser det høge forbruket seg att her i form av t.d. høgt utstyrsfokus? Står idretten i denne samanhengen fram som ein arena der ulike grupper (i høve til barne og ungdomsidretten: foreldre) kan vise sin økonomiske overlegenheit?

1.5 Forbruk og leverstandard

Som nemnt ovanfor er samfunnet i dag i stor grad prega av konsum på dei fleste område, og pengar er avgjerande for å kunne føre det som vert sett på som ein normal livsførsel (Brusdal, 2007). Eit omgrep som ofte vert nytta i denne samanhengen er levestandard. I Noreg finn ein i dag det økonomiske talet på ein minstestandard i denne samanhengen, gjennom grunnbeløpet i folketrygda (Myrvang, 2009). Men ein høg levestandar er ikkje åleine knytt til å kunne dekke utgiftene til å leve eit nøkternt og anstendig liv materielt sett, ein skal òg kunne forvente at forbrukaren sin sjølvrespekt vert ivareteken i den moderne varekulturen (Myrvang, 2009). Levestandardomgrepet vert ofte inndelt i tre kategoriar: Korleis folk faktisk lever, korleis folk ynskjer å leve og korleis dei burde leve (Myrvang, 2009). Denne inndelinga er etter mi meining særst interessant i tilknytning til folk sin idrettsdeltaking, og det generelle nivået av fysisk aktivitet i befolkninga, etter som det her ligg inne både offentlege standarar, i tillegg til ei rekkje anbefalingar og oppmodingar for korleis folk burde leve ([helsedirektoratet](#)). Fokuset har dei siste tiåra vore retta mot ei befolkning i forfall, som stadig vert tyngre, slit med nakke- og ryggproblem grunna stillesitjande arbeid, og der stadig fleire får påvist livstilssjukdommar som diabetes eller hjerte- og karsjukdommar. Forsking viser i tillegg at ulikskapar knytt til helse er nært forbunde med faktorar som inntekt og utdanning (Claussen, 2008). Det same mønsteret finn ein når ein ser på kven som er fysisk aktive. Kartleggingar gjort av SSB viser til at idrettsdeltaking og medlemskap i organisert idrett aukar med auka utdannings- og/eller inntektsnivå (Vaage, 2004). Med det sterke fokuset på dei positive effektane av trening og fysisk aktivitet frå både politikarar, helsepersonell, media og treningsbransje, har det på bakgrunn av dette samstundes vakse fram ein kultur som legitimerer stor grad av idretts- og treningsrelatert konsum. I perioden 2005-2007 var 12% av

utgiftene til ein gjennomsnittleg hushald knytt til kultur og fritid. Å bruke pengar på treningsutstyr eller års-kort på treningssenter kan begge forklarast anten det er som nødvendige investeringar for velvere i kvardagen, betre helse eller for framtida og ein god alderdom. Vidare vert idrett og fysisk aktivitet sett på som viktig, om ikkje avgjerande, for at borna skal få vere friske og ha både ei god fysisk og psykisk utvikling (Coakley, 2006). Ein skulle på bakgrunn av dette kunne forvente at økonomisk mogelegheit for deltaking i idrett både for vaksne og born, er sentrale faktorar ved utarbeiding av kriterium for levestandardomgrepet.

1.6 Idrett og identitet

Identitetsdanning og defineringa av "sjølv" gjennom forbruksvarer er eit tema som er blitt belyst av fleire sosiologar (Vebeln 1994, Goffmann 1992, Beck 1997). Eit trekk ved vestlege samfunn kan seiast å vere at ein ikkje lenger vert fødd inn i ein fiks ferdig identitet, men snarare komponerer sin eigen gjennom forbruk av ulike varer, og ofte gjennom livsstilar knytt opp mot forbruket (Enjolras, 2002). Forbruket får på denne måten ein sterk symbolsk verdi (Enjolras, 2002, Brusdal, 2005). Lynne (2000) si undersøking blant aust- og vestkant ungdom i Oslo, underbyggjer òg nett korleis dei unge konstruerer sin eigen identitet gjennom ulike stilar og merke. Heile 67% prosent seier seg her eining i at klede er eit uttrykk for personlegdom. Trendar talar for at sportskjedane i det norske samfunnet tek marknadsandelar frå tekstil- og skobransjen ([Sportsbransjen as 1](#)). Å kle seg sporty kan på eine sida verke til å ha blitt ein motesak, men på den andre sida er det naturleg å tenke at stadig fleire ønskjer å gje uttrykk for ein aktiv livsstil gjennom å kle seg sporty. I tillegg inneber deltaking i idrettsaktivitetar ofte meir enn det å inneha eit minimum av utstyr for å kunne gjennomføre aktiviteten. I idrett kan det å ha spesielle merker, ulike typar av tilleggsutstyr eller dei nyaste utgåvene vere av betydning både for utvikling og motivasjon, trivsel og sosial posisjon eller i somme høve sikkerheit. Ungdomstida er ofte ei sårbar tid i identitetsdanninga. Presset frå jamaldrane er i denne samanhengen og ofte stort. Forsking viser at foreldre i stor grad er opptekne av korleis dei unge har det sosialt, og at forbruks- og kjøpepresset er størst når jamaldrande og det sosiale aspektet vert trekt inn (Brusdal 2005, Evans og Chandler, 2006). Ein av dei viktigaste motivasjonane for born og unges idrettsdeltaking er som nemnt ovanfor, det sosiale. Eit viktig spørsmål vert i denne samanhengen slik sett om den organiserte idretten er ein sær utsett stad for kjøpepress. Er idretten ein arena der born, ungdom og foreldre ut frå

rasjonelle val sjølv har vald å vere med, og der dei sjølve kan bestemme over vidare handlingar innanfor denne ramma, eller er idretten eit felt² der somme har makt til å setje trendar både knytt til deltaking, forbruk og åtferd? Mykje tyder på at det i mange høve er det siste som er tilfelle. Foreldre er ofte i ein sårbar situasjon og mange er redde for å halde barna utanfor, av frykt for at borna skal skilje seg ut eller bli mobba (Evans og Chandler, 2006). Slik eg tolkar det vil kjøpepress i ein slik kontekst kunne opplevast uavhengig av kvar på den økonomiske stigen ein er i utgangspunktet.

1.7 Utviklinga av idrettskulturar

Innan sosiologien har forskning tradisjonelt sett krinsa rundt problem knytt til klasse, kjønn og rase. Dette gjeld òg for idrettssosiologien som fag. Idrett og klasse har m.a. gitt seg klare utslag gjennom historia. Og ein finn framleis idrettar som ber med seg merkelappen overklasseidrett eller arbeidaridrett. Likeeins har tradisjonelle kjønnsmonster ført til at somme idrettar vert referert til som typiske jente- eller gutteidrettar. Anette Sagen sin årelange kamp for kvinnehopping er eksempel på korleis tungrodd oppfatninga av kjønn kan verke både ekskluderande og diskriminerande. Armour (2000) nyttar i boka "Sociology of sport" ei inndeling i fire kategoriar som er vesentlege for å skape eit heilskapleg bilete av sambandet mellom idrett og klasse. Gjennom å studera (i) historia, (ii) den sosiale statusen knytt til enkelt idrettar, (iii) korleis sosiale strukturar vert danna innan idretten og (iv) gjennom å kartlegge mekanismar som bidreg til å oppretthalde sosiale ulikskapar i idretten, vil ein kunne verte merksam på kva maktrelasjonar som eksisterar og kva konsekvensane av desse er og har vore. Slik eg ser det vil desse fire innfallsvinklane ikkje berre kunne sei noko om idrett i relasjon til klasse, men kunne verke som verky til å forstå korleis ulike kulturar har kunne utvikle seg i høve til enkeltidrettar, og korleis desse kulturane for somme kan verke inkluderande eller ekskluderande.

Den franske sosiologen Bourdieu stiller i sin artikkel "Sport and social class" (1978), spørsmål knytt til korleis den moderne idretten har kunna utvikle seg til eit felt. Frå når kan ein snakke om at idretten har gått over frå å berre vere leik/spill, som i det engelske ordet play, til å bli ein institusjon som rommar idrettsorganisasjonar, ein serviceindustri av trenarar,

² Dette er spørsmål som er knytt til Bourdieu sin teori om felt, kapital og habitus (Bourdieu 1978) Dette vil eg kome tilbake til i teorikapitlet.

legar, fysioterapeutar, lærarar, sportsjournalistar, produsentar og seljarar av klede og utstyr eller tileggsprodukt knytt til lag eller stjerneutøvarar... osv. Spørsmålet er viktig i høve til å forstå kven som har hatt og som har makt i feltet. Ei historisk innfallsvinkel gjev vidare grobottn for å stille seg kritiske spørsmål knytt til idretten som felt. Kva er det som gjer at somme vel (i den grad ein snakke om valmogelegheiter) den eine idretten medan andre vel annan idrett? Kvifor er det (og har det alltid vore!) langt større andel jenter enn gutar som spelar handball (NIF Årsrapportar)? Kvifor viser tal at folkesporten langrenn, i størst grad utøvast av barn der foreldra har god økonomi (Vaage, 2004)? Kva innverknad har medieomtale og omfang eller frontfigurar og ekspertar knytt til idrettar? Har det noko å seie at den moderne idretten vart starta av og for overklassens gutar og menn? Og om ein dreg spørsmålet over til vårt eige samfunn, kan ein spørje kva rolle det spelar at det i stor grad er foreldre som har utvikla og som driv den organiserte barne- og ungdomsidretten?

I lys av Bourdieu sin teori kan ein knyte utviklinga av ulike kulturar innan idrett til hans omgrep habitus. Habitus³ handlar her om dei kroppsleggjorte kulturelle kodane for korleis ein til dømes skal te seg, snakke om eller kle seg i høve til ein bestemt idrett. I ein artikkel i Dagbladet 22.11.09 kunne ein lese om "joggarane". Det handlar ikkje om sjølvpining eller eit nødvendig vonde for å leva opp til visse sunnheitsideal, det er dei(menn!) som spring fordi dei er avhengige, trening er som ein rus og går før alt anna. I artikkelen ligg det samstundes eit budskap om at jogging ikkje er for kven som helst, somme er ikkje ekte joggarar. Artikkelen viser at det eksisterer distingverande mekanismar med bakgrunn i ein dominerande kultur for dei som har det rette språket og åtferda knytt til det å jogge. Dersom den organiserte idretten på denne måten er eit felt for kulturproduksjon, er det etter mi meining viktig å kunne gjere ei kulturanalyse av denne, og slik kunne bidra med viktig innsikt i høve til kven som har makt til å setje standarane m.a. i høve til forbruk.

Idrett handlar i dei fleste samfunn om langt meir enn den fysiske utøvinga til enkeltmenneske, eller grupper av menneske. Idretten er eit kulturelt fenomen. Kva hadde vel fotballkampene vore utan fansen? OL på Lillehammer hadde ikkje blitt det same utan folkefesten og den sterke nasjonalkjensla som vart vekt i det norske folket. Utstyrs- og kledeindustrien knytt til idrett ville neppe vakse fram i same grad hadde det ikkje vore for media, dei politiske tiltaka for å få folk i aktivitet, eller dei sterke norske tradisjonane knytt til både idrett og friluftsliv.

³ Habitus-omgrepet vil verte nærare omtala i kapittel 2.

Ein kan heller ikkje sjå vekk frå den rolla og makta som media har hatt og har i høve til den historiske utviklinga av ulike idrettar. Kven er det som formidlar idretten, kven er førebileta og korleis vert det heile presentert? Prinsesse Märtha Louise som kommentator for eit sprangriding-arrangement sender heilt andre signal enn Kjetil Rekdal på sidelinja under ein Aalesundkamp. Fans med det norske flaget måla i andletet og vikinghjelm på hovudet er eit vanleg syn i handballhallen og langs skiløypene, men ville vore uhørt blant tilskodarar på tenniskampar, dansetevlingar eller på golfbanen. Det ligg med andre ord mykje i dei utrykka ein idrett ber med seg. I si masteroppgåve gjorde Trygve Borch (2008) ei analyse av kommenteringa knytt til handballkampar for herrar, og fann at det ofte vart nytta krigsmetaforar om situasjonar på banen. Det same er tilfelle når t.d. viktige fotball- handball- eller ishockeykampar for menn, eller store meisterskap vert annonsert. Dramatisk musikk, voldsame taklingar og nærbilete av grimasar som uttrykker smerte, lidenskap, kampvilje og sigersrus. Sjølv om det er vanskeleg å sei noko om kausaliteten her, vil media si framstilling av ein idrett i stor grad kunne påverke eller forsterke korleis ulike identitetar vert knytt til ulike idrettar. Media vil slik eg ser det av denne grunn ha stor makt til å kunne påverke forbruket knytt til idrett.

1.8 Foreldreperspektivet

Kvardagslivet hjå dei fleste familiar i det norske samfunnet har endra seg radikalt berre dei siste tiåra (Fauske og Øia, 2003). Tidsklemma er ein realitet i mange familiar, og for mange foreldre er skulefritidsordningar og andre etter-skuletid-tilbod kjærkomne instansar for å få puslespelet i kvardagen til å gå opp. Tal frå statistisk sentralbyrå viser at nær tre fjerdedelar av barna nyttar SFO 15 timer eller meir i veka (ssb.no 2003) I tillegg utgjer den organiserte fritida for mange barn i Noreg ein stor del av kvardagen utanom skulen. Tilbodet er somme stader enormt. Organisert idrett, korps, 4H, speidargrupper og kulturskule. Idretten er her utvilsamt den største kategorien. Jay Coakley skriv i sin artikkel "The good father"(2006) om årsakene til at foreldre vel å ha barn med i organisert idrett. Han framhevar mellom anna endring i familiemønster (begge foreldre i arbeid, auke i talet på skilsmisseborn og åleineforsørgjarar...etc.), trua på idrettsdeltaking sin rolle for karakterdanning, beskyttelse mot verda utanom det kontrollerte og den statlege fokuseringa på idrettsarrangement som

kulturelle arenaer og idrettsutøvarar som nasjonale heltar (Coakley, 2006). Idrettsdeltaking er med andre ord både sett på både som ein del av oppsedinga, og til å ha ei djupare kulturell mening.

I Levekårsundersøkelsen 1997-2007 vart det blant anna kartlagt kva idrettar/aktivitetar det norske folk i aldersgruppa 16-79 driv, kor mykje tid dei bruker og kor mykje pengar dei nyttar på t.d. utstyr, medlemskontingentar eller årskort på treningssenter. Denne forskinga er lite retta mot den organiserte idretten, men kartlegg i hovudsak den aktiviteten som vaksne frivillig driv på fritida. Undersøkinga viser til dømes tendensar i høve til grad av aktivitet og økonomisk og/eller utdanningsmessig bakgrunn (Vaage, 2009). Dei med høgare utdanning var her meir aktive enn dei med lågare. Pengeforbruk og tidsbruk knytt til idrett og trening auka òg med utdanning og inntekt. Under same prosjektet vart det òg utarbeidd tal som viser foreldre si inntekt i relasjon til born si idrettsdeltaking (Våge, 2004). Her er tala mindre klare. Aktivitetsnivået blant born ser ut til å vere høgt, uavhengig av foreldre si inntekt eller utdanning. Den einaste idretten som skil seg ut er langrenn, og til dels andre vinteridrettar som slalåm, telemark og snøbrett, der deltaking aukar med foreldreinntekt. Andre undersøkingar viser til ein klarare samanheng mellom foreldre sine økonomiske ressursar og born si deltaking i idrett. Bengt Larsson viser i sin doktorgradsavhandling til Stig Elofsson sine funn om at ungdommar frå familiar med store økonomiske ressursar i større grad er med i organiserte idrettsaktivitetar, enn dei med mindre (Larsson, 2008). Forsking viser òg at utgifter (pengebruk) knytt til borna si trening aukar med foreldre si inntekt, og born som bur i byar og sentrale strøk viser seg å ha generelt større utgifter knytt til trening enn dei som bur i mindre sentrale strøk (Vaage, 2004). Men knyter ein dei ulike funna opp mot at dei med høgare inntekt og/eller utdanning er meir fysisk aktive, er det naturleg å stille spørsmål kor vidt det er ein samanheng mellom kor mykje pengar foreldre prioriterar brukt i høve til barna si idrettsdeltaking, og sannsynet for at dei vil vere aktive òg i eldre alder. Vert det å kunne ha eit høgt forbruk knytt til ein aktivitet, uavhengig om det i utgangspunktet er å rekne for ein dyr utstyrsidrett eller ikkje, på nokon måte favorisert? Er dei høgare utgiftene i denne samanhengen knytt til dyrare og betre utstyr, privattimar, større reiseutgifter, og større moglegheit til å kunne delta på t.d. treningssamlingar? Sagt på ein annan måte: kor stor betyding har foreldre sin moglegheit til eller vilje til økonomisk investering for barn og unge si deltaking i den organiserte idretten? Kva rolle spelar i så måte ein slik samanheng for om det oppstår eit uønska kjøpepress? I mi oppgave er ikkje fokuset på å sjå deltaking opp mot sosioøkonomisk bakgrunn eller klasse. Men desse trendane viser etter mi mening til trekk

som gjer det interessant å studere høve i den organiserte idretten, for på denne måten kunne kartlegge om det er faktorar som favoriserar t.d. det å ha god økonomi eller det å ha overskot av kulturell kapital⁴.

Det er ingen tvil om at dei unge stadig har fått meir innflytelse og merksemd i dagens samfunn, og for nokre år tilbake oppstod Curling-foreldre som eit omgrep til å beskrive korleis foreldrerolla i det moderne samfunnet hadde utvikla seg. Foreldre var blitt slavar for små keisarar og keisarinner (Brusdal og Frønes, 2008). Ein kan likevel stille spørsmål kor vidt ein slik påstand samsvarar med barn og unges deltaking i idrett. Dei unge deltek på ofte på foreldra sine premiss. Fri leik er i dag plassert innanfor organiserte rammer, styrt av foreldre og vaksne. Curling-metaforen reiser slik sett spørsmålet om kven som kostar for kven. Er det dei unge i sentrum som krev at foreldre nærast kontinuerlig stiller opp og underheld dei gjennom ulike fritidstilbod eller er dei unge blitt offer for foreldre si organisering og ønske om kontroll over barndom og oppseding? Sjølv om dette vert å setje det heile på spissen, reiser dette etter mi meining spørsmålet om foreldre sin rolle og posisjon, og i kor stor grad foreldre i denne samanhengen er avgjerande for barn og unge sin deltaking i idrett.

1.9 Tidlegare forskning

- om kjøpepress, forbruk og kommersielt press:

Det er i Noreg ikkje blitt gjennomført forskning som direkte omhandlar kjøpepress i høve til born og unges deltaking i den organiserte idretten. Ut frå eit meir generelt perspektiv har likevel forskinga på områda knytt til kommersialisering av barndommen og kommersielt press overfor barn og unge auka stort i omfang dei siste 10-15 åra, både i Noreg, men òg internasjonalt (sjå t.d. Cook, 2004, Evans and Chandler, 2006). I Noreg har det som eg har vore inne på, blitt gjennomført fleire forskingsarbeid knytt til mellom anna kommersielt press på barn/unge og barnefamiliar, ungdomskultur og kjøpepress, og oppveksten i det moderne forbrukarsamfunnet (Brusdal 2005, 2007, Storm-Mathiesen 2008, Lynne 2000). Mykje av denne forskinga legg spesielt vinn på å kartleggje forbruket si rolle for identitetsdanninga, t.d. Storm-Mathiesen i si doktorgradsavhandling ”*Kontekstualisert mening – en diskursiv analyse*

⁴ Se kap. 2

av unges klær og identiteter”. Ragnhild Brusdal har i sitt forskingsarbeid kartlagt og retta fokus på forbrukarkultur, kjøpepress og foreldre-barn relasjonar i høve til dette (Brusdal 2005, 2007). I 2008 kom boka ”Små keisere – barn og forbruk i verdens rikeste land” (Brusdal og Frønes), som med bakgrunn i eiga forskning på området, gjev eit mangfaldig innblikk i korleis born og unge trer fram som forbrukarar i det norske samfunnet. Forfattarane peikar mellom anna på korleis stadig fleire områder av barn si fritid vert kommersialisert. Dei trekk òg fram korleis foreldre og barn har ulikt syn på forbruket. Foreldre forsvarar ofte forbruk ut frå pedagogiske motiv, medan born og unge er retta mot augeblikket og forbrukets ”nåverdi”. Det er lett å tenkje seg at dette òg vil vere å finne i høve til barn og unge si idrettsdeltaking.

- om ungdomsidrett og foreldre i organisert idrett:

Det er gjennomført fleire undersøkingar knytt til kva motiv ungdom har for å drive med idrett og kva som er årsakene til fråfallet utover i ungdomsåra (Sisjord 1993, Jakobsen, 2003, Seippel, 2005). Mari-Kristin Sisjord fann i si doktorgradsavhandling frå 1993 om ungdom og idrettsdeltaking, at venner utgjorde den største og viktigaste faktoren for deltaking i idrett, medan opplevingar innan idrettsaktiviteten var av størst tyding for det å fortsette kontra det å slutte. I rapporten ”Orker ikke, gidder ikke, passer ikkje?” (Seippel, 2005), var funna at det i hovudsak var andre interesser, og ønske om meir tid til andre ting som var årsaka til at ungdom valde å slutte. Denne forskinga konsentrerar seg i hovudsak kring dei unge si eiga oppleving av idretten. Kva angår foreldre si betydning for ungdoms deltaking i organisert idrett, er det slåande å registrere at dette nærast ser ut til å vere eit fråverande tema i den norske forskinga. Det er likevel liten tvil om at den organiserte idretten er avhengig av å ha engasjerte foreldre som er villige til å ofre tid og krefter på å halde tilbodet i gang. I Enjolras og Seippel (1999) si kartlegging av kven som er frivillige i norske idrettslag, viste funna m.a. at det i hovudsak er foreldre som utfører trenar og instruktør oppgåver, foreldre er i tillegg i stor grad med å utfører administrative oppgåver i laget/klubben, og oppgåver knytt til omsorg og transport. Samstundes er idretten i stor grad ein aktivitet som krev økonomisk støtte, og barn og unge i forbrukarkulturen er avhengige av å ha foreldra med på laget. Foreldre i organisert idrett ser likevel ut til å vere eit tema som har fått aukande merksemd i dei seinare åra. Men forskinga på området er framleis mangelfull sett med norske auge. I 2009 kom avhandlinga ”I skilda idrottsvärldar Barn, ledare och föräldrar i flick- och pojkfotboll” (Eliasson, 2009). Denne undersøkinga byggjer på eit 2 års feltstudie av gute- og jentefotballag

i den svenske barneidretten. Eliasson ser her på korleis foreldre, ledarar og barn er deltakarar i same kultur, men med ulike mål, og med ulike forventninga til kvarandre. Det kan vidare, i følgje ho, sjå ut til at foreldre og trenarar sosialisert inn i ein kultur dei ikkje fullt ut har kontroll over. Mellom anna var funna at foreldre ofte gav uttrykk for at dei opplever det å vere høge forventningar og mykje arbeid (t.d. i form av dugnad, loddsal, transporter etc.) knytt til foreldrerolla, men at ein samstundes kan få inntrykk av foreldre sjølve er med på å produsere og forsterke desse forventningane gjennom sine forventningar til kvarandre. Studiet viser at foreldre har ei sentral rolle i barneidretten, både i høve til drift og organisering, og i høve til å lette trykket på trenarar, m.a. ved å sikre at barnet møtar presis og ferdig utstyrt til trening og kamp. Men krav og forventningar til foreldre på si side òg medføre konsekvensar for det deltakande barnet, mellom anna gjennom at barn der medlemsavgifta ikkje vart betalt ikkje fekk delta i kampar. Forventningar til foreldre, og slik sett betydninga av foreldre sitt engasjement, kunne ut frå denne avhandlingsa sjå ut til å auke med barnet sin alder.

1.10 Problemstillingar

På bakgrunn av det eg til no har skissert opp har eg vald å formulere tre problemstillingar for denne oppgåva:

- Opplever foreldre som har barn i alderen 14-16 år med i organisert idrett at det er eit kjøpepress i tilknytning til dette?
- Kva er faktorane som skaper og kva er faktorane som forhindrar eit kjøpepress i den organiserte idretten?
- Kva rolle/betyding har foreldre for ungdom si aktive deltaking i den organiserte idretten?

2. Teoretisk perspektiv

Eksistens av kjøpepress i eit samfunn fordrar at det eksisterar maktrelasjonar. Det teoretiske perspektivet her vil difor vere knytt til korleis makt ter seg i forbrukarsamfunnet. Dette vil eg i gjere med utgangspunkt i mellom anna Baumann sine teoriar knytt til forbrukarsamfunn og forbrukarkultur, og Bourdieu sin teori kring symbolsk vald. Under analysen knytt til problemstilling 3 om foreldre si betyding for ungdoms deltaking i idrett, har eg funne det nyttig å kunne bruke Bourdieu sine teoriar knytt til ulike formar for kapital, med hovudvekt på sosial kapital. For her å gje eit rikare innblikk i sosial kapital, vil eg òg ta med deler av sosiologen James Coleman sitt bidrag til dette omgrepet. Bourdieu sine teoriar gjev vidare viktige bidrag til å kunne analysere, og til å kunne forstå dominansforhold og maktstrukturar i dagens samfunn. Hans teoriar om kapital, symbolsk makt og symbolsk vold vil difor stå sentralt i tolkinga og diskusjonen av alle dei tre problemstillingane.

2.1 Forbrukarkultur

Økt forbruk blir ofte framhevet som kilden til det gode liv, et redskap til å oppnå frihet, makt og lykke, måten å sikre sosial status på, beviset på vellykkethet og nøkkelen til økonomisk vekst og global utvikling. (V.W.Thoresen 2006:6)

Den industrielle revolusjonen medførte ein enorm auke i tilgang på varer i samfunnet. Det som før berre var eigd av overklassen, blei tilgjengeleg for massane; det som ein før investerte i ein gong i livet, kunne ein no kjøpe opptil fleire gonger; og det som ein før kjøpte for nytteverdien, kunne ein no kjøpe ut frå eit reint ønske om å følgje mote eller unne seg luksus i kvardagen (Gottdiener, 2000). Dette medførde ei stor endring av samfunnet si oppbygging og struktur. For å kunne overleve var produsentane avhengig av stadig utvikling og nyvinning. Som resultat fekk ein ein marknad prega av at varer stadig tidlegare gjekk av moten, hadde kort levetid, blei forringa eller gamaldags (Horne, 2006)

Forbrukarkulturen er kan hende eit av dei mest framtrudande karaktertrekka ved det vestlege samfunnet. Ein omgjev seg med varer og tenester. Ein handlar ikkje berre fordi det er naudsynt, for mange har shopping blitt ein hobby, ein slags "*frihet frå nødvendigheten*" (Tangen, 2007:108) Det finnest stadig noko ein kan bruke pengane på. Teknologi og

nyvinning går i eit tempo dei færreste greier å halde tritt med. Allvørsjakka vert stadig meir vindtett, vasssett, og sveittetransporterande. Flatskjermene vert stadig større og får stadig betre biletkvalitet. Slik vert kvardagslivet komfortabelt og enkelt gjennom forbruk av varer og tenester. Masseproduksjon gjer det meste tilgjengeleg sjølv for dei med lita inntekt, og ei stadig produktspesialisering

sørgjer for at det alltid synest å vera behov for nye innkjøp, anten det er ski-truse, oppvarmingsnikkers for fotball, eller ei teknisk sykkeltrøye med sveittesoner



tilpassa etter kjønn. Ein dyrkar fritida, og ein dyrkar ho i stadig større grad gjennom forbruk av varer og tenester. Men massemarknaden og forbrukarkulturen har sine skuggesider. Det er ikkje alltid i marknaden si interesse å ivareta forbrukaren sine behov (Schelderup og Knudsen, 2007). Ein kultur der marknadskreftene får fritt spelarom famnar ikkje alle, og har vist seg å bidra til at skilnadene mellom fattige og rike aukar. Sjølv om ein med teknologi og vitskap opplever ei enorm effektivisering og forbetring på fleire område, anten det gjeld lønnsmda til bedriftene, eller å gje den einskilde forbrukar meir fritid, betre fritid eller større grad av tryggleik i kvardagen, har det utover på 1900-talet vist seg klart at masseforbruket ikkje alltid tener til samfunnets beste. Forureining og miljøødelegging, barnarbeid og gjeldsslaveri er konsekvensar som framleis gjer seg gjeldande (Thoresen, 2006).

Deler av den vestlege verda vert i somme høve referert til som forbrukarsamfunn. Samfunn der kulturen i stor grad oppmodar til og legitimerar ein livsstil prega av forbruk, og der dette ikkje berre er karakteristisk for dei høgare klassar, men også gjeld det breie lag av folket (Theien, 2007). I følgje sosiologen Zygmunt Bauman kan ein definere forbrukarsamfunnet slik:

et spesielt sett av eksistensielle forhold der det er meget sannsynlig at de fleste menn og kvinner vil omfavne forbrukeren, fremfor noen annen form for kultur, og så langt det lar seg gjøre etterfølge denne kulturens retningslinjer (Bauman 2007:229).

Dette vil ifølgje han ende som eit samfunn der marknaden bestemmer kven som er å rekne for medlemmar eller ikkje. I forbrukarsamfunnet vil forbrukaren sjølv ende opp som vare på ein marknad; somme med ihuga interesse for idrett, andre med sin lidenskap for å følgje moter og

somme med stadig nye reisemål for auget. Med ulike eigenskapar er kvar og ein av forbrukarane attraktive objekt for sal, og marknaden er ivrige kjøparar. I forbrukarsamfunnet vil avvik ikkje tolererast, klasseskilnadar vil ikkje kunne anerkjennast og fattigdom er eit "ikkje-tema". Kvar og ein må forbruke dei midlane han har (Bauman, 2007). Bauman kastar i sin artikkel om forbrukarsamfunnet eit kritisk lys over omgrepa forbrukarsamfunn og forbrukarkultur, som i mange samanhengar vert brukt om det moderne samfunnet, samstundes som han ved å setje det heile på spissen får ein til å tenkje gjennom kva konsekvensane av utviklinga på dette området både kan føre til, og i somme høve har ført til. I forbrukarsamfunnet er det marknadskreftene som rår, dette gjer det òg vanskelegare å lokalisere makt. Og om ein skulle greie å peike på instansar som har makt, er det ikkje dermed sikkert at desse kan stillast til ansvar. Biletet er komplekst.

Men korleis har marknaden kunne utvikle seg så tilsynelatande fritt og uhemma? Har forbrukaren vorte eit offer for kapitalismen sitt spel, lett påverkeleg og kontrollerbar? eller kan ein i forbrukarkulturen sjå sjølvstendige forbrukarar stå fram som rasjonelle, kunnskapsrike og vanskelege å tilfredsstille? Karl Marx såg forbrukaren (arbeidaren) som offer. "*Derfor er det først når mennesket bearbeider den tinglige verden at det virkelig bekrefter seg selv som et artsvesen*" (Birkeland 1992:33). Mennesket bekreftar seg sjølv gjennom det det produserar. Gjennom at masseproduksjonen overtek misser ein på mange måtar seg sjølv. Når arbeidskraft vart bytta mot lønn i form av pengar som igjen vart bytta til nye varer gjennom forbruk, ville ein som forbrukar, i følgje Marx, gjennomgå ein framandgjeringsprosess. Sosiologen Georg Simmel meinte at forbrukaren slik vart offer for si eiga skapte utvikling, der varer, teknologi og vitskap til slutt fekk dominans over mennesket (Svendsen, 2007). Når dette som Simmel kalla "kulturens tragedie" inntreffe, var det ikkje lenger varene som tilpassa seg mennesket, men mennesket som tilpassa seg varene (Svendsen, 2007). Dagens shoppingkultur viser dette med all tydelegheit. Mote og design gjer at ein stadig treng å fornye seg sjølv eller omgivnadane. Det er ikkje lenger berre kva som er funksjonelt eller best for oss som er viktig, men at ein tilpassar seg resten av den stadig skiftande motekulturen.

På 80-talet oppstod eit nytt omgrep, *forbrukarmedborgarskap* (Thoresen, 2006). På bakgrunn av at ein etter kvart kom til å oppdage dei negative konsekvensane av forbruket, søkte ein å retta stadig større fokus på at den einskilde forbrukar måtte ta ansvar, både når det gjaldt sosiale, økonomiske, etiske og økologiske avgjersler (Thoresen, 2006). Samstundes med dette

har det i nyare tid òg utvikla seg teorian som talar til det positive for forbrukaren. ”Shopparen” vert ikkje lenger framstilt som grisk, hedonistisk og banal, utan sjølvdisiplin og fullstendig ute av kontroll (Oh og Arditì, 2000). Fleire teorian framset forbrukaren som rasjonell og handlekraftig. Å handle (shopping) krev kunnskap og innsikt, og er ein meiningsfull prosess der kreativiteten får utløp (Svendsen, 2007). Den britiske medieteoritikaren John Fiske ser forbruket som en prosess der forbrukaren omtolkar tinga si meining (Svendsen, 2007). Vareleggjing av verda rundt oss er ikkje ein framandgjeringsprosess, men ein prosess der individet vert frigjort og kan uttrykke sitt sanne ”eg”. Forbruk vert i denne samanhengen, som eg var inne på tidlegare, nært knytt til identitetsdanning. Identitet vert uttrykt gjennom konsum av varer, og vert på denne måten ofte knytt opp mot ulike livsstilar (Enjolras, 2002).

I forbrukarsamfunnet, slik Baumann omtalar det, er det nett det at forbrukaren som offer, underlagt plikta til å underkaste seg forbrukarkulturens spelereglar, vert framstilt som ein forbrukar med valfridom, som fører til marknaden uimotsagte og urokkelege makt. I det moderne samfunnet er det få som gjer opprør. Marknaden sit på dei sterkaste korta: kjelda til eit liv i lukke og forlysting. *”Det å overgi seg til totaliteten er ikke lenger en plikt som utføres med stor motvillighet, men heller en form for underholdning som aktivt oppsøkes”* (Bauman, 2007:). Denne tankegangen har store likskapstrekk med Bourdieu sine teorian kring symbolsk makt og symbolsk vald som eg vil kome attende til seinare i kapitlet.

2.1.1 Makt i forbrukarsamfunnet i lys av Bourdieu

”Det er ikkje luksus å ta vare på seg sjølv, det er en nødvendighet.”

(Reklame Aquaspa)

I ei analyse av kjøpepress og kommersialisering i samfunnet, og i idretten, kan ein ikkje unngå å ta med ulike perspektiv på maktomgrepet og på korleis makt verkar og utspeler seg. Fleire sosiologar og andre teoretikarar har prøvd å utforme definisjonar på makt. Ei av dei mest kjende er Max Weber sin definisjon som seier at *”Makt er ett eller flere menneskers sjanse til å sette igjennom sin egen vilje i det sosiale samkvem, og det selv om andre deltakere i det kollektive liv skulle gjøre motstand”* (Weber 1971:53 sitert i Engelstad 1999:17). Makt kan, med utgangspunkt i denne definisjonen, seiast å vere noko aktivt. Engelstad bruker orda

intensjonalt, relasjonelt og kausalt for å beskriva djupna av omgrepet slik Weber definerer det. Reklameindustrien kan tene som eit godt eksempel på ein aktivt utøvande prosess, der makt over forbrukarane er avgjerande. Dersom makta var fråverande ville reklamen vore effektlaus. Ingen ville heller prøve å påverke nokon til å handle ut over sitt nødvendige forbruk. Folk ville berre forbruke det dei trong for å overleve. Mashlows behovs-hierarki ville vere tilstrekkeleg for å beskrive den einskilde sitt forbruk (Tangen 2007). Slik er det ikkje. Men kven eller kva er det som skaper eit kjøpepress i samfunnet? Kan ein i det heile kalle det for kjøpepress, eller er ønsket om kjøp og forbruk berre blitt ein integrert del av kulturen? Kven er det i så fall som styrer kva som skal brukast pengar på? Er det utøvarane med sin etterspurnad og aktive kunnskap om idrett og aktivitetar som driv sportsindustrien, eller er det industrien som har makt til å styre trendane og slik bidra til å konstruere etterspurnad? Korleis kan det ha seg at ein til trass for eit samfunn med stor vekt på individuell valfridom, likevel opplever at moter og trendar famnar breitt om seg? Ein kan få drive med kva idrett ein vil, men det er fotball som er in... Ein skal helst finne sin eigen stil, men vert likevel sett rart på om ein ikkje har dei rette kleda...Går ein tilbake til Weber sin definisjon av maktomgrepet kan ein på mange måtar tolke denne som at Weber tek det for gitt at makta er synleg, at det alltid vil vere teoretisk mogeleg å gjere motstand. Eit av Bourdieu sine prosjekt var å avsløre nett korleis makta oftast er skjult og opptrer i forkledningar, som fullt legitime handlingar (Bourdieu, 1996). Dette vert av Bourdieu kalla symbolsk vald.

Den mest effektive formen for herredømme er den som ikke må legitimeres eller rettferdiggjøres i det hele tatt, men som blir tatt for gitt, oppfattet som naturlig eller blir misserkjent som noe annet enn dominansforhold og sosial ulikhet.

(Danielsen og Nordli Hansen, 1999)

Vel så viktig som spørsmålet om kva makt er og korleis ein kan definere makt, er i følge Bourdieu, spørsmålet om kor makta er (Engelstad, 1999). I si bok "Den maskuline dominans" skriv Bourdieu om korleis han tenkjer seg den maskuline dominansen som så inkorporert i både det praktiske og kognitive, at ein ikkje er i stand til å sjå verken størrelsesorden eller konsekvensar av denne. Han ser det heile som ein sirkulær prosess som legitimerer seg sjølve, der dei sosialt konstruerte skilnadane oppfattast som naturlege (Bourdieu, 1999). Kan hende har marknadens makt over forbrukarane infiltrert seg i samfunnet på same vis? Spørsmålet er viktig når ein ser på kommersialisering og marknadskrefter i forhold til barn og unge, men òg i høve til foreldre. Idretten nyter som eg har vore inne på stor legitimitet i det norske

samfunnet, og som konsekvens av dette er det lettare å akseptere utgifter knytt til idretten (og samstundes vanskelegare å motsei). Slik eg ser det, er det i høve til idretten stor sjanse for at marknad og kommersielle aktørar får større spelerom utan at dette oppfattast som makt.

Men er maktbalansen mellom marknad og forbrukar utelukkande skeiv? Litteraturen på dette området er delt, og ein kan raskt få inntrykk av at biletet er svart kvitt. Anten er forbrukskulturen utelukkande øydeleggjande; usikre og sårbare foreldre vert utnytta og villeia, og barn vert manipulert. Ein bør i det lengste kjempe for å isolere dei frå unge frå marknaden (Gregory Thomas, 2007, Schor, 2005). På den andre sida vert forbrukarkulturen sett som ein del av ein moderne oppvekst, ein kultur dei unge ikkje bør skjermast mot, men snarare verte integrert i (Olesen, 2003). Dei unge bør verte behandla som seriøse aktørar på lik linje med dei vaksne.

2.2 Bourdieu – kapital og makt

2.2.1 Sentrale omgrep

Som eit utgangspunkt til å kunne forstå aktørane si handling i samfunnet brukar Bourdieu omgrepet habitus. Bourdieu definerar habitus som *”et integrert system av varige og kroppsliggjorte disposisjoner som regulerer hvordan vi oppfatter, vurderer og handler i den fysiske og sosiale verden”* (Aakvaag, 2008:160). Handlingane våre er ikkje nødvendigvis reflekterte og gjennomtenkte, dei baserar seg på et sett av disposisjonar som blir nedfelt i oss allereie frå barndommen. Habitus gir oss med andre ord handlingskompetanse. Men handlingane er i følge Bourdieu eit produkt av objektive sosiale føresetnader (Aakvaag, 2008). Ut frå dette kan ein person sin habitus både gje moglegheiter samtidig som den kan setje grenser for handlingar og veremåte. Bourdieu nyttar vidare omgrepet kapital for å vise til ressursar i samfunnet som gjev aktørar meir eller mindre handlefridom.

Kapital kan ein definere som *”knappe ressursar det er konkurranse om blant individer og grupper i samfunnslivet”* (Aakvaag, 2008:151). Det er i følge Bourdieu tre hovudtypar kapital; økonomisk-, kulturell- og sosial kapital. Økonomisk kapital viser til fysiske økonomiske ressursar som kan investerast for å oppnå økonomisk avkastning, og er i følge

Bourdieu det mest dominerande prinsippet for hierarkisering, og dermed for å ha ein posisjon der ein har makt (Danielsen og Nordli Hansen, 1999). Kulturell kapital kan ein grovt sett skissere ut frå to komponentar: danning og utdanning (Aakvaag 2008). Denne kapitalforma består mellom anna i å kjenne og beherske dei kulturelle kodane til den herskande kulturen i samfunnet. Sosial kapital er tilgang til sosiale nettverk, og dermed tilgang til innflytelse. Ein fjerde kapitaltype, som eg ønskjer å ta med i denne samanhengen er òg fysisk kapital. Fysisk kapital viser til kroppen som uferdig prosjekt, og denne si rolle for mellom anna utvikling av, og synleggjering av andre formar for kapital (Schilling, 2003). Bourdieu sitt omgrepsapparat er nært knytt til hans teoriar om sosiale klassar. Til å beskrive klassestrukturen i samfunnet bruker han omgrepet ”*det sosiale rommet*” (Aakvaag, 2008). I hans mest kjente verk ”Distinksjonen”, gjer han greie for korleis det franske samfunnet kan grupperast og delast inn etter kapital (Bourdieu, 1995). Kvar ein plasserer seg i det sosiale rommet avheng av mengde total kapital, kva type kapital og av korleis kapitalen er samansett gjennom tid. Grupper som i stor grad innehar same type kapital vil vere grunnlaget for klassen. Det sosiale rommet er i tillegg av ein relasjonell struktur, der ein posisjon berre kan definerast ut frå sin relasjon til andre posisjonar (Aakvaag, 2008).

Innanfor det sosiale rom, eksisterar det i følgje Bourdieu ulike sosiale felt. Innanfor eit felt vil det råde ein feltspesifikk kapital, dvs ein type samansetning av kapital som er verdsett i høve til det bestemte feltet (Aakvaag, 2008). T.d. kan ein sjå idretten som eit sosialt felt (Shilling, 2003). Eit felt er i følgje Bourdieu prega av medlemmane sin tause tilslutning og einigheit til kva som er verdsette ressursar. Denne einigheita vert kalla *doxa* (Aakvaag, 2008).

2.2.2 Sosial kapital

Sosial kapital viser i hovudsak til ein person eller gruppe si tilgang til og medlemskap i sosiale nettverk, det vere seg familie, venner, organisasjonar, arbeid osv. (Aakvaag, 2008, Field, 2008). For Bourdieu er sosial kapital i likskap med andre formar for kapital eit middel til makt. Bourdieu kan på mange måtar verke til å ha ein negativ definisjon av sosial kapital, ettersom han i første rekkje ser dette som ein ressurs for dei privilegerte, og som eit middel for desse til å oppretthalde sin posisjon i det sosiale hierarkiet. Sosial kapital er med andre ord

berre eit gode for dei som allereie er rike på kapital. Eksistensen av sosial kapital er såleis med på å oppretthalde og reprodusere ulikskap i samfunnet.

Sosiologen James Coleman er i første rekkje kjend for sine teoriar knytt til rasjonal handlingsteori. Menneske handlar individuelt og søker alltid dei løysingane som er mest tenelege (Field, 2008). For han er sosial kapital eit konsept som kan forklare samarbeid mellom aktørane. Samarbeid oppstår fordi dette er teneleg, og sosial kapital er ein ressurs og eit samfunnsgode som kan dempe verknaden av sosiale faktorar og manglande økonomisk kapital. Sosial kapital bidreg til å etablere plikter og forventningar mellom aktørar, som igjen er med på å skape tillit i det sosiale miljøet, samstundes som normer for rett praksis vert konstituert. Dette inneber òg at sanksjonar vert pålagde "gratispassasjerar" (Field, 2008). Coleman var sær opptatt av betydinga sosial kapital hadde i høve til barns kognitive utvikling og identitetsutvikling og beskriv sosial kapital som

... the norms, the social networks, and the relationships between adults and children that are of value for the child's growing up. Social capital exists within the family, but also outside the family, in the community.

(Coleman 1990:334) –siteret i Field 2008:27)

Tanken om at det er ein samheng mellom grad av sosial integrasjon og helse har eksistert i lang tid, og har i seinare tid vore tema for ei rekkje studiar (Lindström, Hanson og Östergren, 2001, Field, 2008, Gele og Harslof, 2010). Sjølv om sosioøkonomisk situasjon og inntekt ser ut til å ha ein langt sterkare innverknad på helse (sjå m.a. Claussen, 2008), er det mykje som tydar på at sosial kapital her er ein viktig delfaktor. Forsking viser mellom anna at endring av livsstil, t.d. knytt til trening og kosthald, oftast skjer som følgje av påverknad frå nære relasjonar (Field, 2008, Lindström, Hanson og Östergren, 2001).

Sosial kapital har utan tvil klare positive verknader, men frå eit kritisk perspektiv vil sosial kapital kunne framstå som eit tveegga sverd. Sosiale nettverk er nyttige godar for dei som er inne, men ikkje alle er garantert tilgang. Eksistensen av sosiale nettverk, ber òg med seg realiteten at somme er ute. Mellom anna viser tal knytt til rekruttering til t.d. ulike organisasjonar eller til høgare utdanning at somme grupperingar er overrepresentert, medan andre i mindre grad er med (Field, 2008). Dette er aktuelle tema i høve til spørsmål kring

integrering av minoritetsgrupperingar og likestilling mellom kjønn. Verknaden av sosial kapital som enkeltfaktor i høve til å halde oppe sosial ulikskap, er likevel vanskeleg å kartlegge (Field, 2008).

2.2.3 Økonomisk kapital

Økonomisk kapital vert av Bourdieu sett som den mest dominerande kapitalforma i høve til makt og posisjon i samfunnet. Men økonomisk kapital har ofte sterkast verdi dersom den opptrer som symbolsk verdi (Danielsen og Hansen, 1999). Til dømes vil ein person sitt forbruk kunne framstå som uttrykk for ein sunn livsstil, eller ei god inntekt vil vere eit vitne om dyktigheit i arbeidslivet. Styrken til økonomisk kapital ligg i tillegg i at denne relativt enkelt kan investerast i andre kapitaltypar. Forsking viser mellom anna at personar som er rike på økonomisk kapital og er tilbøyelege til å investere dette i t.d. utdanning (kulturell kapital) og/eller i helse og ein sunn livsstil (fysisk kapital; sjå nedanfor) (Vaage, 2004, López-Bazo og Moreno, 2008). Sportsbransjen sin enorme ekspansjon i det norske samfunnet, viser òg til at økonomisk kapital i stor grad vert investert i trening og ei aktiv fritid.

2.2.4 Kulturell kapital

Kulturell kapital som omgrep, vart i utgangspunktet utvikla for å kunne forklare ulikskap i skuleresultat for barn frå ulike sosiale klassar, og viser til eit sett av kodar og praksisar (habitus) som ei sosial gruppe innehar, samstundes som det er knytt til fordeling av makt både innanfor sosiale grupper, og mellom dei (Bourdieu, 2006). Kulturell kapital viser til at det eksisterar ein dominerande kulturell kode, t.d. for kva som er god smak innan kunst, kva som er anerkjente studieplassar, og kva som er "viktige" vitenskapar (Aakvaag, 2008).

2.2.5 Fysisk kapital

I høve til dei andre kapitaltypane får fysisk kapital liten merksemd av Bourdieu. Kroppen har likevel ei sentral rolle i teoriane hans knytt til sosial klasse. Dette vert mellom anna vist gjennom habitus, som i følge Bourdieu har ei sterk kroppsleggjort forankring (Bourdieu, 1995). Kroppen som prosjekt er på denne måten nært knytt til kroppen som bærer av uttrykk for sosial klasse (Shilling, 2003). Meir generelt kan ein sjå fysisk kapital som eit uttrykk for rådane syn på korleis kroppen skal framstå. Shilling (2003) skriv korleis kroppen i det moderne samfunnet står fram som eit prosjekt. Kunnskap om korleis trening, kosthald og livsstil kan påverke kroppen, har resultert i eit sett av ideal for kva som er den perfekte kroppen, kvar og ein har moglegheit(og ansvar!) for å etterleve desse (Shilling, 2003).

Gjennom å sjå kroppen som eit uferdig prosjekt, viser Bourdieu samstundes til at sosial endring er mogleg. Fysisk kapital kan ikkje akkumuleras og direkte overførast mellom generasjonar, men må reinvesteras i for kvar ny generasjon (Shilling, 2003). Det kan likevel sjå ut til at det er ein samheng mellom det å inneha store mengder økonomisk, kulturell og/eller sosial kapital, og utvikling av fysisk kapital (Lindström, Hanson og Östergren, 2001, López-Bazo og Moreno, 2008). I tillegg er det ein tendens til at høgare klassar ser på kroppen som eit livslangt prosjekt (Shilling, 2003). Investering i barna si utvikling av fysisk kapital frå tidleg alder vert, ut frå eit slikt perspektiv, viktig. Fysisk kapital er vidare ikkje nok i seg sjølv, i høve til å kunne endre på sosiale forhold. Til dømes gjev ikkje ein gitt fysikk automatisk innpass i eit miljø, ettersom det i tillegg vil eksistere eit sett av meir eller mindre skjulte normer for praksis (Bourdieu, 1995).

Forbrukarkulturen kan i følge Shilling (2003) sjåast som ein trussel mot dei tradisjonelle mønstra, knytt til kroppen som uttrykk for sosial klasse. Mellom anna har forbrukarkulturen medført ei sterk internasjonalisering og linking opp mot identitetar og livsstilar, som ikkje nødvendigvis følgjer den klassiske inndelinga etter sosial klasse.

2.2.6 Symbolsk kapital

Det sosiale rommet har ein relasjonell struktur. Mengde og samansetning av kapital avgjer den sosiale posisjonen, men ein posisjon vert berre definert gjennom forholdet sitt til andre posisjonar. I følgje Bourdieu føreset t.d. eksistensen av klassar at det eksisterer maktrelasjonar i eit samfunn, at det finnest grupper som dominerer og grupper som vert dominert. Men i følgje Bourdieu må ein òg analysere dei distingverande mekanismane. Alle vil heile tida søkje å oppretthalde eller forbetre sin plass i det sosiale rommet. Dette skjer både bevisst og ubevisst. Grupper med stor del av kulturell kapital vil til dømes framstille god smak som noko naturleg og medfødt gjennom sin habitus, medan dette i utgangspunktet er lært. Gjennom å tilsløre korleis ein tileignar seg denne kapitalen, vil andre grupper/klassar kunne haldas utanfor (Danielsen og Nordli Hansen, 1999). Somme grupper har i så høve, på grunnlag av sin kapital, makt til å definere korleis røynda skal oppfattas, til å bestemme kva som er sant og usant, kva som er god og dårleg smak, eller kva som er rett eller gal måte å te seg på i ulike situasjonar. På denne måten kan ulike formar for kapital omformast til symbolsk kapital, som vidare vil stå fram som symbolsk makt; ”*Symbolsk makt er makt til å konstruere virkeligheten*” (Bourdieu, 1996:40). Symbolsk makt kan på denne måten sjåast som ei forlenging av Karl Marx sitt utsegn om at ”*den herskende klassenes tanker er de herskende tanker*” (Engelstad 1999:30). Men Bourdieu går utover dette og stiller spørsmål ved kven det er som ”herskar”, kva som ligg til grunnlag for denne makta, og kva konsekvensar dette har. Med andre ord ”*hvordan interessene og oppfatningene til den som har tilgang på kapital preger samfunnsforholdene*” (Engelstad 1999:73).

2.3 Kritikk av Bourdieu

Mykje av kritikken som rettar seg mot Bourdieu sine teoriar, hevdar at han vert for strukturalistisk i sitt syn på samfunnet (Aakvaag, 2008). Gjennom habitusomgrepet visar Bourdieu til at aktørane har moglegheit til samfunnsendring. Men habitus er likevel sterkt forankra i strukturar, t.d. gjennom å vere eit produkt av sosial posisjon. Bourdieu har gjennom sin teori gjort eit forsøk på å overkome det klassiske aktør – struktur problemet i sosiologien. Dette prosjektet vert likevel av fleire kritisert for å ha enda i eit asymmetrisk forhold, der aktøren er langt meir påverka av samfunnet, enn motsatt (Aakvaag, 2008). Hans teoriar kan

med andre ord oppfattast å ha eit pessimistisk preg, der fokuset på reproduksjon av sosiale høve, får merksemd på bekostning av å beskrive moglegheiter for sosial endring. Ein annan kritikk rettar seg mot hans snevre omhandling av sosial kapital (Danielsen og Nordli-Hansen, 1999). Bourdieu gjev i sine teoriar lite forklaringar på samhandling mellom aktørar, og hans teori knytt til sosial kapital ber preg av å vere individualistisk; "*connections are cultivated by individuals in order to maintain their superiority*" (Field, 2008). Aakvaag (2008) trekker i tillegg fram ein kritikk av Bourdieu sitt einsretta syn på språket som reiskap for dominans og maktutøving. Språket som middel og moglegheit til å avsløre og kritisere makt kjem slik ofte i bakgrunnen av hans teoriar (Aakvaag, 2008).

3. Metode

3.1 Ontologi og Epistemologi

Ontologi viser til diskusjonen kor vidt det i den sosiale verden eksisterer ei røynd uavhengig av menneske sine forstillingar og idear, eller om denne er sosialt konstruert, mangfaldig og kontekst-spesifikk (Snape og Spencer, 2003). Problemstillingane for denne oppgåva botnar i eit syn om ei sosialt konstruert røynd. T.d. er kjøpepress eit konstruert omgrep som har kome på bakgrunn av varekulturen sin framvekst i den vestlege verda og kommersialiseringa av samfunnet. Oppleving av press i forbrukarkulturen er ikkje underlagt naturlover, men eit komplekst bilete av maktstrukturar og mellommenneskelege relasjonar. Nært knytt opp til spørsmålet om ontologi, er det epistemologiske spørsmålet om korleis ein på best måte kan samle inn kunnskap om (den sosiale) verda (Snape og Spencer, 2003). I følgje Karl-Fredrik Tangen kan ein ikkje byggje eit studie knytt til forbruk og forbruksvanar på folk sin eigenoppleving (Tangen 2007). Forbruk kan ikkje sjåast enkeltvis, *”like lite som et menneske er fritt til å lage sitt eget språk, kan et menneske ha et forbruksmønster fritt frå samfunnet”* (Tangen 2007:109). Forbruket må i følgje han sjåast opp mot dei strukturane, posisjonane og maktrelasjonane som er i samfunnet, og han viser i sin artikkel korleis Bourdieu si ”verktøykasse” både praktisk og analytisk kan nyttast til å forstå forbruket, til å sjå mønstre, likskapar og skilnadar mellom folk i ulike samfunnslag og posisjonar, og om korleis dette òg kan nyttast til å seie noko om det framtidige forbruket (Tangen , 2007). I mi oppgåve er ikkje temaet å analysere forbruket i seg sjølv, eller å finne dei underliggjande årsakene til forbruket, men å få innsikt i nokre av konsekvensane forbrukarsamfunnet har medført, og korleis opplevingar om forventa forbruk, ønska forbruk og reelt forbruk er i høve til det å ha barn/ungdom med i organisert idrett. Etter mi meining er det viktig å kunne sjå dette opp mot maktrelasjonar og strukturelle høve t.d. i idretten som organisasjon. Dette må likevel ikkje overskugge at kvardagsopplevinga kan vere annleis enn det dei analytiske og teoretiske verktya og modellane gjev rom for.

3.2 Metodeval

Det er i Noreg, som eg har vore inne på, blitt gjennomført mykje forskning knytt til m.a. kommersielt press på barn og unge, foreldre og barn i ein forbrukarkultur, ungdomskultur og kjøpepress, kartleggingar av aktivitetsval og idrettsdeltaking etter yrke/utdanning/økonomi blant barn og foreldre, (Brusdal 2005, Storm-Mathiesen 2008, Lynne 2000, Våge, 2004). Forskinga bygger i stor grad på kvantitative data. I mi oppgåve ønskte eg mellom anna å få kunnskap om foreldre sine individuelle opplevingar i høve til forbruk og kommersialisering knytt til det å ha egne barn med i organisert idrett. Dette ville vore vanskeleg å kartlegge med eit standardisert spørjeskjema. Med dette som utgangspunkt var det difor naturleg å velje kvalitative intervju som metode.

3.3 Kvalitativ metode

Kvalitativ metode er ein samlebetegnelse for forskningstilnærmingar som byggjer på teknikkar som intervju, feltarbeid, observasjon, fokusgrupper eller kjelde- og dokumentanalyse (Holme og Krohn Solvang, 1991). Ofte vert dei kvalitative metodane sett opp som motstykke til kvantitative metodar, som innan samfunnsvitskapen byggjer på store spørjeundersøkingar og surveys, og der ein ofte er interessert i å kunne vise til tal og statistikkar. Eit av hovudprinsippa for dei kvalitative metodane er nett det motsette, å skape forståing gjennom ”*nærhet til undersøkelsesenehetene*” (Holme og Krohn Solvang, 1991). Under ein kvalitativ forskingsprosess er ein som forskar med andre ord ofte svær synleg og i enkelte høve aktivt deltakande i det miljøet eller den kulturen forskingsobjekta er del av. Det er av den grunn ikkje så lett å kome unna at ein som forskar nærast er ein del av den sosiale verda ein studerer. Det vitskaplege arbeidet vil difor vere nært knytt til forskaren som person og kva stilling han er i i høve til det han eller ho studerar. Dette vil eg kome tilbake til ved slutten av dette kapitlet.

Korleis ein ter seg i høve til sin eigen kunnskap og posisjon, vil òg vere ein sterkt medverkande faktor. Dette er spørsmål som det, særskild i høve til kvalitative forskingstradisjonar, herskar stor usemje om. Nokre meiner at ein som forskar må leggje stor vekt på å gå nøytralt og objektivt inn i forskarsituasjonen, ein må leggje av seg sine subjektive

meningar, ettersom desse representerer ei feilkjelde som kan bidra at ein ikkje greier å sjå eller tolke aktørane si meiningsforståing klart (Paulgaard, 1997). Andre meiner dette er urealistisk og tvert om umogeleg. Som forskar bør ein heller søkja å utnytta seg sjølv som person.

Kvale (1997) tek både den eksterne og den interne kritikken av det kvalitative forskingsintervjuet som metode opp til ei nærare gransking. Han meiner kritikken ofte er polarisert og botnar i eit enten-eller syn på kva som er rett og gale, sanning eller usant. Kritiske innvendingar til kvalitative metodar må etter hans mening alltid spesifiserast ut frå t.d. kontekst og formål. Ein av dei kritiske innvendinga knyter seg til bruk av leiande spørsmål, og at resultatane dermed ikkje er vitskaplege. I somme høve vil kritikken vere på sin plass, ubevist bruk av leiande spørsmål vil t.d. kunne føre til at viktige sider av ei sak vert utelatne, medan i ein annan samanheng kan systematisk bruk av denne type spørsmål vere eit viktig verktøy for å avdekke sjølvmotseiingar og avdekke pålitelegheit hjå intervjuobjektet (Kvale, 1997).

3.4 Det kvalitative forskingsintervju

Fontana og Frey (2000) bruker termen "intervjusamfunnet" til å beskriva kva rolle intervjuet har kome til å få i det moderne samfunnet. Journalistar er hyppig ute på gata for å intervju meinigmanns syn på alt frå store politiske vedtak til kor det er best å tilbringe ferien. Portrettintervju, jobbintervju, telefonintervju, avhøyr, terapeutiske intervju... lista er lang over dei ulike intervjuformene som eksisterer. Når ein snakkar om intervju som metode innanfor forskning, er det først og fremst det kvalitative forskingsintervjuet ein tenkjer på. Det kvalitative forskingsintervjuet *"forsøker å forstå verden fra intervjupersonenes side, å få frem betydningen av folks erfaringer, og å avdekke deres opplevelse av verden forut for vitenskaplige forklaringer"* (Kvale, 1997).

Val av metode heng nøye saman med kva ein ønskjer å undersøkje, og kva type kunnskap ein er ute etter å oppnå. Men òg innanfor det kvalitative forskingsintervjuet er det eit mangfald av framgangsmåtar som vil vere av betydning for resultatet. Intervjua kan gjennomførast individuelt eller i grupper. Intervjua kan òg ha større eller mindre grad av strukturering. Opne

intervju har liten grad av struktur, og er ofte temabaserte, medan intervju med høg strukturingsgrad byggjer på nøye planlagde spørsmålsformuleringar, ofte i ein fast rekkjefølgje (Arksey og Knight, 1999).

3.5 Kriteria for vurdering av forskingsarbeidet

Under vurdering av eit forskingsarbeid er det ofte oppgåva/avhandlinga si reliabilitet, validitet og generaliserbarheit som vert granska. Desse omgrepa har sin grunn i den positivistiske forskningstradisjonen, og viser mellom anna til kor vidt resultatata er pålitelege, om dei svara ein finn i dette materialet faktisk gjev gyldig kunnskap opp mot problemstillinga, og om ein på grunnlag av dette kan generalisere og overføre funna til andre situasjonar, institusjonar, kulturar, samfunn etc. Å vurdere eit kvalitativt forskingsarbeid ut frå same kriteria som kvantitative kan synast urimeleg, ettersom dei byggjer på fundamentalt ulike metodar. Fleire forsøk er difor gjort på å tilpasse eller skape nye vurderingskriteria for forskingsarbeid som støtter seg til bruk av kvalitative metodar⁵. Sjølv har eg i denne oppgåva funne det formålstenleg å utarbeide egne kriteria for vurdering av kvalitet i forskingsprosessen totalt sett. Punkta som er lista opp nedanfor er både inspirert av og direkte grunna i litteratur om kvalitativ metode, og særskild kvalitativt forskingsintervju som metode (Arksey og Knight, 1999, Charmaz, 2006, Fontana og Frey, 2000, Kvale 1997, Repstad, 2007). Men kriteria er òg eit uttrykk for sider ved forskingsprosessen eg sjølv har funne utfordrane, og som eg meiner lesaren bør kunne leggje til grunn for vurdering av oppgåva.

1. Følgjer oppgåva som heilskap ein struktur og ei logisk oppbygging som gjev mening og som det er enkelt for lesaren å følgje?
2. Gjev historiene til dei intervjuar inntrykk av openheit og rettsinn, og at ein basis av tillit har låge til grunn mellom meg som intervjuar og dei intervjuar foreldra?
3. Gjev metodekapittelet eit rikt innblikk i framgangsmåte, vurderingar og avgjersler i høve til den praktiske gjennomføringa, slik at lesaren kan følgje og vurdere forskingsprosessen, og vidare kunne halde seg til data på ein kritisk måte?

⁵ mest kjend er kanskje Lincoln og Guba si omarbeiding av dei ovanfor nemnte omgrepa, sjå Lincoln og Guba, 1985

4. Gjev presentasjon og tolkinga av data inntrykk av ei reflektert haldning til epistemologiske, ontologiske og metodologiske utfordringar, t.d. eigen posisjon i høve til informantar eller val av kategoriar for analyse?
5. Viser presentasjon av data at intervjuguide har vore utarbeid i samsvar mellom problemstillingar og relevant teori, og at ikkje viktige element for å få fram eit heilskapsbilete er utelate?
6. Gjev dei presenterte data grunnlag nok til å underbyggje dei tolkingane som er gjort ut frå desse? Med andre ord: er tolkingane rimelege, eller ber dei preg av overtolking, fordommar og synsing?
7. Bidreg presentasjon av data og tolkinga av desse i lys av teori, til ny innsikt i høve til dei overordna problemstillingane for denne oppgåva?

- Den praktiske gjennomføringa

3.6 Utval

I oppgåva har eg vald å ta utgangspunkt i idretten sykling. Målgruppa er foreldre som har minst eit barn i aldersgruppa 14-16 år som er med i sykling som organisert idrett. Grunnen til at eg valde sykling, var først og fremst knytt til mi eigen interesse som aktiv mosjonist, og trufast sykkelpendlar. Sykling er ein idrett der stadig fleire norske toppidrettsutøvarar hevdar seg på høgt nivå internasjonalt, noko som har gjeve eit auka mediefokus på desse. I tillegg har sykling som mosjonsidrett fått mykje både positiv og negativ fokusering gjennom aviser og fjernsyn dei siste åra. Utstyrshysteri og ivrige mosjonistar som legg ned like mange treningstimar som syklistane i verdstoppen, kan på somme verke imponerende og tiltrekkjande, medan andre tek avstand og ser det heile som galskap. Rekordmange ynskjer å delta på ritt som Birkebeinern, Nordsjørittet eller Trondheim-Oslo, og fleire ritt har til tross for ei stadig auke i deltakarplassar, lange ventelister over folk som står i kø for å få delta.

7000 plasser til det populære Birkebeiner rittet vart i fjor (2009) revet bort på under minuttet ([Tv2 nyheter](#)).

Nordsjørittet som i år auka talet på plassar frå 7500 til 10.000, greidde likevel ikkje å gje alle som ønskja det ein plass på startlista ([Aftenbladet.no](#)). I 2009 selde Norges Cykleforbund over



57.000 lisensar, fem år tilbake var talet på vel 20.000. Òg som organisert aktivitet er sykling inne i ein periode med stor vekst i medlemstal. Sykkelsporten har dei siste åra hatt ei enorm vekst både i talet på aktive syklistar og i talet klubbar. Frå 2003 til 2008 auka talet på klubbar under Norges Cykleforbund 194 til 272. Talet på aktive jenter og gutar opp til 19 år nesten dobla seg i same periode. Trenden tydar òg på at den utviklinga framleis er på veg oppover.

Sykling har gjennom heile førre århundre vore ein sterkt mannsdominert idrett. Og medlemstala frå Cykleforbundet viser at dette framleis er tilhøvet. Men biletet er i endring. I 2003 utgjorde kvinner ca 17% av den totale medlemsmassen, 5 år seinare var prosenttalet steget til 25%. Òg internasjonalt har norske kvinnelege utøvarar som bl.a. Gunn Rita Dale Flesjø og Lene Byberg dei seinare åra sørge for gode prestasjonar.

Sykling er ein idrett som i Noreg tradisjonelt sett ikkje er rekna for å vere knytt til ein bestemt klasse av befolkinga. Sykling er t.d. ein av dei hyppigaste mosjonsaktivitetane (Fasting og Sand, 2009). Nyare forskning viser likevel at idretten i dag i større grad vert utøvd av personar med god økonomi og/eller lengre utdanning ([SSB 2004](#)). Sykling som idrett er på mange måtar sterkt utstyrsavhengig, men spennet i pris og kvalitet i forhold til utstyr er stort. Landevegssyklar kan ein t.d. få i prisklassar frå 3000-4000 kroner for ein ny sykkel og opp til 100.000 (nærast uendeleg!). Tal viser til at import av sykklar har auka stort dei siste åra, i ein toårs periode fram til 2010 vart det seld 400.000 sykklar på det norske marknaden ([Aftenposten.no](#)). Sjølv om desse tala tek med alt frå landevegssyklar til trehjulssyklar og sparkesyklar, tydar mykje på at det i hovudsak er salet av dyre racer- og terrengsyklar som har gått i vêret ([Sportsbransjen as 2](#)). I tillegg finnes det eit vell av tileggsutstyr som i større eller mindre grad er påkravd eller berre ”kjekt å ha”, t.d. hjelm, sykkelsko, sykkelklede,

sykkelcomputere, sykkelbriller og sykkelhanskar. Her finn ein òg stor variasjon i pris og kvalitet. Eg har på bakgrunn av dette ønska å finne ut meir kring dei faktiske forholda når ein idrett som gjev rom for nærast eit grenselaust tids- og pengeforbruk, vert organisert for barn og ungdom.

Utvalet mitt bestod av 10 foreldre, 5 fedrar og 5 mødrer (ikkje foreldrepar). Foreldra var i alderen 36-51 år. Eg tok utgangspunkt i to sykkelklubbar og intervjuar respektive 6 frå den eine og 4 frå den andre. Intervjuobjekta fekk eg i begge tilfeller kontakt med via leiinga i dei to klubbane. I den eine gjekk kontakten i utgangspunktet gjennom far min som kjende formannen i denne klubben. I den andre bruka eg kontaktinformasjon frå klubbens heimeside for å kome i kontakt. Eg fekk deretter tilsendt liste med namn på foreldre i målgruppa, i tillegg til namnet og alderen på sonen eller dottera deira som var med i klubben. Etter dette tok eg direkte kontakt med foreldra.

Klubbane låg nært geografisk, men den eine var sentralisert i by medan den andre var knytt til ein mindre tettstad. Begge klubbane hadde likevel medlemmar som enten reiste frå bygd til by eller motsatt, for å delta. Dette er representert gjennom intervjuar. Eit av kriteria eg hadde sett for å få eit utval som var mest mogleg interessant i forhold til problemstilling var at av ungdommane som foreldra representerte, skulle halvparten vere jenter og halvparten gutar. Dette er noko skeivt i det endelege utvalet der 6 er foreldre til gutar og 4 er foreldre til jenter i den gitte aldersgruppa. Under intervjuar har eg latt foreldre svare ut frå guten eller jenta deira som var i den gitte aldersgruppa, og som var aktive i sykling, men har i tillegg vore open til at dei kunne svare ut frå om dei hadde fleire ungar som var med i organisert idrett. På den måten meiner eg å kunne sei at både gutar og jenter er godt representert i utvalet.

Sett i ettertid ser eg at utvalet mitt varierer breitt, trass eit felles utgangspunkt. Variasjon i kjønn, familiesamansetning, yrkesbakgrunn, inntekt, bustad og tilknytning til sporten/klubben har ført til eit rikt og svært variert intervjumateriale. Familiane varierer til dømes ved talet på barn, barna sitt kjønn og alder og foreldra sin alder. 5 av dei intervjuar foreldra hadde tre born, av dei andre varierte talet på barn frå 1-4. Det var òg skilnader i barna sin alder, og talet på aktive born i aldersgruppa 14-16år. Somme av foreldra hadde eit barn i denne aldersgruppa, og samstundes fleire barn som var under denne alderen, medan andre kanskje i tillegg, eller utelukkande hadde barn som var over denne alderen. 4 av foreldra hadde 2 born i alderen 14-16, og i ein av familiane var begge desse ungdommane aktive i organisert sykling. Dette gjev

naturleg nok ulikt erfaringsgrunnlag, i tillegg er den økonomiske situasjonen ofte betre ved færre heimeverande born. 4 av foreldra var busette i urbane strøk, medan resten budde i mindre tettstader/bygder. Ein tommelfingerregel som ofte vert nytta i høve til kvalitative intervju er at utvalet er stort nok når ein ikkje lenger føler at ein får ny informasjon gjennom intervju, og ein føler at dette har ein høyrte før (Repstad, 2007). Variasjonen i utvalet vil av denne grunn spele ei rolle for kor mange ein bør intervju. Dess større variasjon, dess fleire vil det vere nødvendig å intervju (Repstad, 2007). I ettertid av intervjuprosessen var mi erfaring at eg ikkje hadde nådde eit slik *mettingspunkt*, men at det stadig kom inn nye synspunkt, haldningar og erfaringar frå dei intervju. Utvalet burde slik eg ser det difor vore større. Dette kan sjåast som ein svakheit i denne oppgåva.

3.7 Intervjuet – planlegging og gjennomføring

Intervjuguiden (Vedlegg 3) vart utarbeidd med utgangspunkt i dei tema som problemstillinga rommar. Ut frå dette valde eg å ha ein semi-strukturert guide som eg i stor grad følgde fast ved alle intervju. Intervjuguiden som vart nytta var inndelt i dei 4 hovudkategoriane *”Idrettens posisjon og rolle i familien”*, *”Forbruk knytt til idrett”*, *”Kjøpepress, forbrukarpress og kommersialisering”* og *”Utstyrsfokus og produktspesialisering”*.

Ettersom informasjonen eg var ute etter ikkje var å rekne for sensitiv vart det ikkje søkt om tilating frå Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste. Det er likevel tatt stor høgde for å følge dei etiske retningslinjer som bør liggje til grunn for eit kvalitativt forskingsprosjekt. Dei intervju har alle fått både skriftleg og munnleg informasjon om prosjektet. Skriv (Vedlegg 1) frå Idrettshøgskulen om prosjektets formål vart gitt til kvar einskild deltakar i forkant av intervjuet. Deltakarane har i tillegg skive under på ei samtykkeerklæring (Vedlegg 2) som m.a. avklarar retten til å nytte dei innsamla data i oppgåva, og som stadfester at all deltaking er basert på at dei intervju har vore med frivillig, med mogelegheit for å trekke seg undervegs. Alle data har blitt anonymisert, og det er i oppgåva ikkje mogeleg å identifisere einskildpersonar.

9 av intervju vart tekne opp på lydband, medan eit var skriva for hand under sjølve intervjuet. Dette var det første intervjuet. Ettersom eg her hadde gløymt å avklare bruk av

bandopptakar på førehand, trur eg intervjuobjektet følte dette kom litt brått på då eg stilte spørsmål om dette like i forkant av intervjuet. Intervjuobjektet svara difor nei på spørsmålet om dette var greitt. Dette intervjuet er difor noko mangelfullt, men ettersom det likevel får fram nyttige innblikk og synspunkt har eg like fullt valt å ha det med. For å bevare mest mulig av det som kom fram i dette intervjuet, vart dette skriv ut i sin heilskap, så godt det lot seg gjere, umiddelbart etter gjennomføringa.

7 av intervjuva vart gjennomført i heimen til den eg intervjuva, medan 3 vart gjennomført i rom som var avskjerma frå ytre støy. Alle intervjuva gjekk difor uforstyrra føre seg i omgjevnadar som, etter mi erfaring, vart oppfatta som trygge og avslappa. Intervjuva varte frå 40 – 75 minutt.

Det munnlege materialet vart i ettertid nedskrive i fulltekst. Dette arbeidet utførde eg åleine. Transkripsjonsprosessen føregjekk parallelt med sjølve intervjuinga. Ved å foreta transkripsjonen nært i tid etter sjølve intervjuet var det lettare å hugse mellom anna dersom det var kroppsspråk knytt til det munnlege, i tillegg var det då enklare å starte prosessen med å analysere på eit tidleg tidspunkt. Under transkripsjonen vart den munnlege samtalen omarbeida frå dialekt til nynorsk, med innslag av bokmål der dette låg nærast til det opphavlege ordet. Dette vart gjort både for å gjere tekstane lettare å arbeide med i ettertid, men og som eit ledd i anonymiseringa, ettersom det innanfor det geografiske området er til dels store variasjonar i dialektar som kan vere enkelt å kjenne att.

3.8 Analyse

I likskap med at det finnes eit mangfald av metodar for datainnsamling, finnes det òg ei rekkje forskjellige måtar å analysere eit innsamla materiale. Og på same måte som at forskaren i seg sjølv vil ha stor innverknad på forskingsprosess og resultatet av denne, vil òg val av analysemetode vere av stor betyding for sluttproduktet av prosjektet. Kvale (1997) skil i si bok mellom meiningsfortetting, meiningskategorisering, meiningsstrukturering gjennom narrativ, meiningsstolking og ad hoc meiningsgenerering, desse vil eg kome tilbake til under. På bakgrunn av at det eksisterer eit sett av ulike måtar å nærme seg eit intervjumateriale, vert det ved bruk av kvalitative metodar ofte snakka om at det òg eksisterer eit tolkingsmangfald

(Kvale, 1997). Opplevingsmessig lesing får fram korleis dei intervjuja sjølve opplever og forstår og tolkar sin eigen situasjon, og vil setja uttalingane i eit sjølvkritisk perspektiv, t.d. korleis foreldre sjølve uttalar at dei opplever at det eksisterer eit press knytt til det å måtte stille på dugnadar. Veridikal lesing stiller spørsmål kor vidt utsegn er sanne eller usanne. Dersom alle foreldre seier at dei ikkje sjølve har opplevd at det er eit kjøpepress knytt til det å ha ungdom med i organisert idrett, medan dei samstundes meiner at dette er noko mange andre opplever, kan dette vere eit teikn på at enkelte av utsegna er usanne. I denne samanheng vert det og ofte nytta symptomatisk lesing som søker å finne årsaka til svara ein informant gjev. Dersom foreldre nett opplever at det er eit kjøpepress, men ikkje uttalar dette direkte, kan dette kanskje vise til ein frykt for at eit slikt utsegn vil skade idretten, eller at dei ikkje ønskjer å gje inntrykk av at sin eigen økonomiske situasjon ikkje samsvarar med ønska forbruk eller val av idrett. Ei konsekvensbasert lesing fokuserar på konsekvensane av informantars utsegn. Kva er konsekvensen av at ingen direkte innrømmer at det eksisterer eit kjøpepress, dersom det i sanninga gjer det? Fører dette til ein åtferd som anten aukar eller reduserer det faktiske kjøpepresset? Korleis ein som forskar vel å gå fram og kva spørsmål ein stiller til tekstmaterialet vil avgjere kva meiningar ein finn. Ein søker med andre ord ikkje å finne ei indre "eigentleg meining" i teksten, men søker med bruk av ulike måtar å tilnærme seg ein tekst på, å finne fram til "*ulike svar om meningen med teksten*" (Kvale, 1997:).

Dette tyder likevel ikkje at ei kvar meining eller tolking er sann. Kvale (1997) viser til tre ulike valideringsfellesskap som viser til tre kontekstar ein må kunne sjå validiteten av ei tolking opp mot. For det første skal tolkinga skje innanfor ramma av det som den intervjuja faktisk har sagt, og korleis ein som forskar oppfattar desse utsegna. For det andre vert gyldigheita vurdert ut frå korleis lesaren og det allmenne publikum anten vil kjenne seg igjen i, eller godtek dei funna og meiningane ein framset. Dette vil som oftast skje på bakgrunn av dei argumenta og den dokumentasjonen ein legg til grunn for tolkinga. Som eit tredje punkt vil òg tolkinga vurderast opp mot det teoretiske miljøet. Som forskar har ein eit ansvar overfor forskingsmiljøet om at teorien ein nyttar til å tolke både er godkjend og sett på som gyldig, og at den er gyldig å nytte i den bestemte konteksten (Kvale, 1997).

Under analysen i mi oppgåve har eg gått fram på ulike måtar. For enklare å kunne forhalde meg til mengdene med intervjutekst har eg gjort ei meningsfortetting av intervjutekstane, dette vil sei at eg har forkorta ned alle "unødvendige" komponentar av teksten, ved til dømes å ta vekk gjentakningar, pausar og fyllord. Vidare har eg òg gjort ei kategorisering av ulike

tema som har vore viktige i tekstane. Kategoriane som blei brukt har eg kome fram til i hovudsak på bakgrunn av intervjumaterialet. Ved å lese intervju fleire gonger, bestemte eg kategoriar ut frå kva som, etter mi meining, stod fram som sentrale tema og funn i tekstane. Denne type framgangsmåte er typisk for det som innan vitskapsteorien kallast for "Grounded theory". Dei som fult ut støttar seg til Grounded theory vil likevel i større grad gjennomføre datainnsamling og starte analyse før dei går til teorien. Sjølv har eg i forkant av både intervju og analyse jobba mykje med teori. Kategoriseringa vil difor nødvendigvis ha skjedd med bakgrunn i dette òg. Under kategoriseringa var det berre dei meiningsfortetta intervju som vart nytta. Til hjelp i prosessen med kategoriseringa har eg nytta dataprogrammet Max Q Data. Kategoriane er vist i vedlegg 4.

Som eg var inne på tidlegare var det stor variasjon i høve til intervjuobjekta i undersøkinga. For å gjere arbeidet med analysen enklare, og presentasjonen av funna meir oversikteleg har eg vald å kunn ta med foreldra sitt kjønn, kor vidt dei er foreldre til jente eller gut og om dei er knytt til klubb i by eller tettstad under presentasjonen/analysen. Faktorar som t.d. talet på barn, alderen til barna, alderen til foreldre, bustad osv. er ikkje teke med. Vidare høyrer alle jentene som foreldra i undersøkinga representerer med til byklubben, medan alle gutane er medlemmar i tettstadsklubben. Av denne grunn vil eg under presentasjonen ikkje alltid skrive kva klubb dei representerte ungdommane er knytt til, ettersom kjønnet vil vere eit uttrykk for dette.

3.9 Eit kritisk blikk på kva rolle forskaren si førehandsforståinga spelar ved ein kvalitativ forskingsprosess.

Utgangspunktet for den kvalitative forskingsprosessen vil alltid være forskaren sine fordommar og han eller hennar førehandsforståing. Førehandsforståing eller forståingshorisont viser til eit utgangspunkt, ein basis som ligg til grunn forut for noko. Som menneske har me evne til å tenkje og lagra inntrykk me ser, høyrer eller kjenner. Sanseerfaringane me har gjort oss, dannar grunnlag for korleis me tolkar og ordnar nye inntrykk. Som forskar er det viktig å vere klar over kva rolle denne førehandsforståinga spelar. Gjer førehandsforståinga at ein tolkar data i ein bestemt retning? Forskaren sitt verdigrunnlag og/eller politiske ståstad er òg ein del av førehandsforståinga. Dette er viktige spørsmål når ein ser på i kva grad eit

vitskapleg arbeide kan eller bør nyttast til utvikling, vidare forskning eller forbetringar, og dei etiske dilemma som er knytt til dette.

I høve til forskaren og førehandsforståinga er det viktig å gjere klart eit skilje. På den eine sida finn ein forskarar som forskar på eige miljø eller kultur, ein lærar som forskar på eigen skule, eller ein lagspelar som forskar i eigen klubb. Går ein tilbake til synet om full objektivitet ser ein at det her oppstår eit problem. Dersom ein i det heile skal kunne forsvare eit forskingsarbeid, der forskaren sjølv er ein del av kulturen, ville det etter mi meining vere naivt å tru at forskaren ikkje har vore påverka av bakgrunnsforståinga si allereie frå fyrste stund. Sjølv om ein til ein viss grad kan klare å sjå ei sak frå eit meta-perspektiv, vil ein framleis vere farga av eins eigen sosiokulturelle bakgrunn. Kritisk refleksjon kring denne posisjonen både i for- og etterkant av til dømes eit kvalitativt intervju er likevel viktig.

Men forskning skjer ofte i kulturar eller miljø der forskaren i utgangspunktet er å rekne for utanforståande. I kva grad bør ein då som forskar opparbeida seg kunnskap om feltet i forkant? Kor mykje kan ein lesa seg til? Kan ein i det heile tatt lese seg til kunnskap om menneske, relasjonar, meningsytringar eller fysiske forhold til dømes i ein idrettsklubb eller i eit lokalsamfunn? Vil ikkje ein som er heilt uvitande i forkant, ha lettare for å sjå forholda frå ein meir objektiv og kritisk synsvinkel? I somme tilfelle er dette kan hende rett å hevde, men i ein forskingssamanheng meiner eg ein må vere varsam med ein slik påstand. Ein kan spørje seg om det i det heile er etisk forsvarleg å forske på noko ein ikkje har det minste førehandsforståing av? Forskaren er som oftast i utgangspunktet i ein maktposisjon overfor aktørane. Han har makt til å definere og tolke, til å stille spørsmål og til å trekkje slutningar. Makt inneber og eit ansvar, både overfor profesjonen, og overfor aktørane. Eit ansvar for at kunnskapen ein kjem fram til er verdfull (Kvale 1997). Utan å ha tileigna seg ein viss gard av førehandsforståing, har ein etter mi meining ikkje noko grunnlag for å kunne bedømme dei data ein får, gjennom kvalitative intervju.

I mi oppgåve har eg vald å intervjuje foreldre til ungdom i aldersgruppa 14-16 år. Dette er ein situasjon som eg verken har vore i sjølv eller som det har vore naturleg å lese seg til. Sjølv om eg i stor grad har lese meg opp på tidlegare forskning knytt til barn/ungdom og kommersielt press, og generell teori kring tema som idrett og forbrukerkultur osv, har det difor vore ei stor utfordring i å kunne tolke dei svara eg har fått gjennom intervjuja på ein måte som gjev eit rett innblikk, og som tek høgde for forskingskvalitet og forskningsetiske spørsmål.

Eg har heller ikkje vore med i nokon sykkelklubb, men har i stor grad drive med sykling som eigentrening og har god innsikt i t.d. utstyr på marknaden og tekniske og treningsmessige sider ved idretten. Dette trur eg har vore viktig både for intervjuprosessen og for tolkinga av data. Eg trur mi eiga innsikt og engasjement for idretten har vore viktig for resultatet av oppgåva. Utan ei viss førehandsforståing, forkunnskap og interesse trur eg oppgåva lett kunne bli prega av å vere førehandsdømmende, negativ og kritiserande. På den andre sida trur eg det at eg har liten bakgrunn frå den organiserte idretten, kan vere ein fordel for nett å kunne ha eit kritisk perspektiv.

Somme hevder at forskingsarbeid som ikkje har for auge å forandre verda, er verdiløst (Hammersley og Atkinson, 1996). Dersom ein tek dette opp i vidaste meining, trur eg dette er eit viktig utgangspunkt. Historieforskning skal hjelpa oss til betre å forstå det som skjer og hindre at historia gjentek seg. Sjølv om det er mange etiske dilemma knytt til kor vidt eit vitenskapleg arbeide kan eller bør nyttast til å endre noko i ettertid, er det etter mi meining òg mange etiske spørsmål knytt til det som kan oppfattast som å forske for forskinga si skuld. Kvalitative metodar byggjer i stor grad på tillit mellom intervjuar og intervjuobjekt, mellom observatør og dei observerte. Dersom ein som forskar ikkje har noko overordna mål som kan gi noko tilbake til aktørane, kan det vitenskaplege arbeidet i sin ytste konsekvens få preg av ”snoking” og spionasje, og slik misse både tillit, truverde og anerkjenning.

At forskingsarbeidet skal bidra til utvikling, t.d. ved å endre status quo til det betre eller til å setje eit tema på dagsordenen på bakgrunn av eiga forskning, er heller ikkje problemfritt. Det er ikkje nødvendigvis gjeve kva som er til det betre. Det er dessverre mange eksempel på korleis det som skulle vere til det betre heller har forverra situasjonen. Mange av desse eksempla er å finne innanfor naturvitenskapen. T.d. medisinar som ein i ettertid har funne farlege biverknadar av. Men ein er på ingen måte friteken frå at ikkje dette kan skje innanfor den samfunnsfaglege forskinga òg. Ein kan ikkje vita den fulle effekten av eit tiltak før i ettertid. Skulereformene talar som eksempel på dette. Slik sett kan ein hevde at berre ein som kan sjå situasjonen innanfrå kan vita kva tiltak som eventuelt kan eller bør gjerast på bakgrunn av ulike funn. Som Hammersley og Atkinson (1996) skriv handlar spørsmålet om kor vidt eit forskingsarbeid skal brukast i ettertid, om forskaren sitt verdigrunnlag og politiske ståstad. Forskaren er ikkje lenger nøytral. Han har gjort seg opp ei meining gjennom arbeidet, ei meining om kva som er til det betre. Det kan med rette reisast mange etiske spørsmål kor vidt

40

det er rett av forskaren å gjere greie for dette. Somme vil seie at ein ikkje kan kombinere eigne meiningar med fag. Likevel er det nett dette som er med på å gjere vitskapen som fag interessant. Dersom forskarane berre skulle sitje på nøytral kunnskap, ville det vere opp til folket og aktørane å tolke data eller finne om noko av det vitskaplege arbeide kan nyttast til noko. På sett og vis måtte alle ha vitskapsbakgrunn for å kunne vere i stand til å nyttiggjere seg forskinga. Mykje av forskinga ville vere verdiløus. Nett som det er legen som stiller diagnosen og rettleier pasienten, trur eg at ein som forskar bør stå fram med sine synspunkt, eg vil endå til hevde at det i einstilte høve vil vere etisk uforsvarleg å ikkje gjere det.

4. Problemstilling 1 og 2 – presentasjon og diskusjon

4.1 Eit bakgrunnsteppe - To historier om forbruk

Historie 1

"Kan du fortelje meg litt om familiens samla forbruk knytt til idrett?"

Anders drog litt på det. *"Nja, fotballen som dei to yngste er med i, der er det jo nokre hundrelappar i kontigenten til idrettslaget, og så er det jo eit par cupar i året. Eg skulle vel tru det vart sånn cirka 1500 – 2000 i året for kvar av dei."* Han vart stille eit augeblink. *"Men utstyret, det veit eg ikkje sikkert, har aldri tenkt over det. Treng dei nye sko så kjøper me det til dei."* Sjølv hadde han eigentleg ikkje vore særst aktiv, men han prøvde å følgje opp ungane så godt han kunne. Lika at ungane hans var aktive. Han hadde sjølv blitt meir og meir hekta på trening i dei seinare åra.

"I forhold til sykling då?" spurde eg.

"Der har me leige avtale på sykkel, betaler 200 kroner i månaden, og når sykkelen er nedbetalt så får me den". Han hadde ingenting å utsetje på sykkelklubben sonen hans var med i. Godt miljø og gode vilkår, eigen buss til å frakte ryttere og utstyr til dei lokale ritta. I tillegg var dei rausa med å sponse om det vart snakk om reising utanfor distriktet. *"Men utstyret der er dyrt, det er jo spesialutstyr som ein ikkje treng eller kan bruke andre stader. Me har både sponsorar til draktene og avtalar om rabatt på den lokale sportsforeninga, men det er likevel dyrt vil eg sei"*

Historie 2

"Forbruket i pengar?" ho visste at det var snakk om store summar. *"Sykling er jo ein dyr idrett, no kjøpte me ny sykkel til Lene i fjor, den gav me vel nærare 20.000 for."* Bilete av den overlukkelege dottera på 15 års dagen streifa netthinna. *"Og så går det jo fort nokre tusenlappar i reperasjonar og vedlikehald, sko er minimum ein tusenlapp kvar gong, og utstyr sånn ellers...men me syns jo det er veldig kjekt då"* la ho til i ein låg, men likevel konstaterande stemme.

"Har de utgifter knytt til reiser?" spurde eg.

"Og reiser ja..." Etter at no alle fire var blitt bitt av sykkelbasillen var det ikkje så mykje anna helger og feriar på sommarhalvåret dreidde seg om, *"der går det jo ein god del. Ungane våre er delvis sponsa gjennom klubben, men me foreldre følgjer som regel med me òg. I fjor var me ei veke i Danmark der dei deltok på ritt, så at det då gjekk ein 15.000 alt i alt vil eg nok tru."*

Dei intervjuva vart alle spurt om å sei litt om familiens samla forbruk knytt til idrett og trening. Ut frå svarea kunne to hovudtendensar skisserast. Forbruksmønstra er som dei to historiane illustrerar svært ulike, og dei kan i relasjon til kvarandre karakteriserast som eit høgt og eit

moderat til lågt forbruk. Forbruket vil sjølvsagt kunne avhenge av talet på born i familien og alderen på desse, men data i denne undersøkinga viser likevel ikkje noko klar tendens på dette punktet. Det kan etter mi meining sjå ut til at faktorar som t.d. interesse eller ungdommane sine ambisjonar og nivå, heller enn talet på barn, er utslagsgivande for størrelsen på forbruket til desse foreldra.

Halvparten av foreldra oppgav konkrete summar for cirka årsforbruk. Dette overslaget varierte frå 10.000 til 100.000. Dei fleste av desse indikerte at dei hadde eit forbruk som låg mellom 60.000 og 100.000 (jf historie 2). Somme av dei som ikkje gav konkrete summar indikerer likevel eit forbruk på minimum 30.000, gjennom t.d. å vise til innkjøp av sykkel. I dei familiene der forbruket var høgast var hovudutgiftene knytt til kjøp av sykkel og reiser knytt opp mot det å ha ein eller fleire aktive ungdommar. I underkant av halvparten av foreldra såg ikkje på idretten som nokon stor utgiftspost, og oppgav, i relasjon til dei andre, berre mindre summar, t.d. medlemskontingentar som varierte frå 150-1000, avhengig av klubb og barnets alder, ca 2000 kroner i reiseutgifter per år i samband med cupar og liknande og rundt 2-4000 kroner i klede og utstyr, avhengig av talet på born og type idrett. Alle desse gjorde seg i tillegg bruk av leigeavtale for sykkel gjennom klubben, der det vert betalt 200 kroner i månaden som nedbetaling slik at sykkelen til slutt er i eget eie. Det var ingen skilnader knytt til om det var mødrer eller fedrar, men det var ei overvekt av dei foreldra som var knytt til by-klubben som oppgav eit høgt forbruk. I tillegg var alle dei som oppgav mindre summar i forbruk knytt til klubben i tettstaden.

Fleire foreldre oppgav at dei betalar for alt forbruket knytt til idretten. I somme familiar er det i hovudsak foreldre som betalar, men her har borna sjølve vore med å spart til sykkel. 3 foreldre, alle desse foreldre til gutar, oppgjev at dei berre sponsar deler av forbruket, ettersom guten deira tener litt pengar sjølve.

4.2 Problemstilling 1: Opplever foreldre som har barn i alderen 14-16 år med i organisert idrett at det er eit kjøpepress i tilknytning til dette?

4.2.1 Kjøpepress– egne opplevingar, historier om andre og generelle tankar

eg meiner bare me har ungdommer i huset så er det kjøpepress på eit eller annet... så eg kan ikkje sjå dei som ungår det...(Mor-son 1)

Til trass for denne utsegna er det berre ein av dei intervjua som direkte fortel at han har opplevd kjøpepress knytt til det å ha ungdom med i den organiserte idretten.

... han kjem jo heim han gutten og seier ”far neste gong eg skal ha fotballsko så skal eg ha dei, og dei, og dei og dei. Den sorten der!” Sant. Så det er klart det går han jo og ser på, og ser seg ut dei skoa som han har lyst til å ha då. Så blir det jo alltid ein diskusjon om det er dei han får... Det er klart det at eit par fotballsko i dag ... du må vertfall opp i 1000 kroner, minst! Altså, du kan kjøpe eit par til 200 kroner òg, men dei har ikkje kammeratene for å sei det sånn! ... så at der er mange som føler det presset. Det har eg følt sjølv og igjennom mine ungar, det trur eg de fleste gjer som har ungar i aktiv idrett. (far-son 1)

Denne faren fortel i tillegg om ein episode der det, i ei tid då sonen hans var aktiv i ishockey, oppstod eit stort sosialt press i laget om å ha bestemt utstyr og bestemte merke. Dette vart rydda opp i m.a. ved å ta det opp som tema på foreldremøte. Ei mor fortel at ho til ein viss grad opplevde litt press i tilknytning til ein utanlands-tur til laget sonen hennar var med i, ettersom dette kom brått på og i liten grad vart diskutert med foreldra i forkant. Dei såg likevel på denne turen som ei positiv investering og valde difor å oversjå dette. Fleire enn halvparten av foreldra understrekar i tillegg at dei ikkje har opplevd eller opplever at det er eit press knytt til ungane deira sin idrettsdeltaking, slik desse foreldra uttrykker det:

Du høyrer jo om at det kan vere det, men eg opplever ikkje det her. Enten det, eller så har ikkje eg dei antennene ute. Nei, eg trur ikkje eg kan sei at me har opplevd det altså. (Far-son 2)

... eg har ikkje opplevd noe sånn negativt enda. Verken med kjøpepress eller noe sånt noe.
(Mor-datter 1)

Det at nærast ingen av foreldra har opplevd eller opplever at det er eit kjøpepress knytt til ungane deira si idrettsdeltaking, reiser etter mi meining spørsmål ved kor vidt tankane om at det eksisterer eit kjøpepress i dagens samfunn er reelle eller om det berre er mytar og medieskapt synsing? På bakgrunn av dette er det òg naturleg å stille spørsmål ved sanninga av alle utsegna. Frykt for å setje idretten/klubben i eit dårleg lys, ønske om å skjule missforhold mellom faktisk/ønska forbruk og eigen økonomi, ønske om å skjule at dei opplev kjøpepress til trass for god økonomi, eit sterkt ønske om at borna deira skal vere aktive som gjer at tankar/opplevingar av kjøpepress bevisst eller ubevisst vert undertrykt... Dette er etter mi meining alle tenkelege grunnar til at foreldre skulle la vere å innrømme at dei opplev eit kjøpepress knytt opp mot den organiserte idretten. Mykje talar likevel for at det av dei intervjuar berre er eit fåtal som verkeleg har opplevd eller opplever eit kjøpepress. Halvparten gjev uttrykk for at dei ikkje har tenkt særleg over utgiftene knytt til det å ha barn med idretten, dette uavhengig om forbruket er høgt eller lågt. Nærast alle foreldra understrekar at sykling er ein dyr idrett, men at dette ikkje blir opplevd som nokon uoverkomeleg utgiftspost, eller som press, men heller som godt gjennomtenkte investeringar. Familien sitt idrettsforbruk vert omtala som investeringar i fysisk og psykisk helse, og den organiserte idretten blir av alle dei intervjuar framstilt som ein viktig plass med tanke på utvikling av ein sunn livsstil, god helse og som eit sosialt og trygt miljø for ungdommar. Følgjande utsegn frå 2 av foreldra illustrerer dette:

... me har ikkje sett noen sånne negative, så veldig vertfall, mange negative sider enda med det forbruket, at me meir kanskje har sett det som ein investering i fysisk og psykisk helse.
(mor-son 2)

eg trur at ungdommer er engasjert i noe, og at dei og kanskje har foreldrene med som er engasjerte ganske tidlig. Det trur eg er med på å holde de borte fra alt i fra både alkohol til røyking til, ja, komme inn i litt feil miljø, - altså det har så utrolig mykje å sei på dei tinga der. På det med å ha det trygge rundt deg som gjer at du kanskje blir meir trygg på deg sjølv. Ja, det er mange positive sider for å sei det sånn, sånn som eg ser det. Det er det absolutt. Så lærer du jo mykje om din eigen kropp, både kva den kan tåle og altså de tinga der, lærer og synes at det er kjekt å trene. (mor-datter 2)

Spørsmålet om kor vidt pengeforbruket knytt til idretten blir opplevd som utgifter, i ordets negative forstand, eller som investeringar, eit ord som ofte er forbunde med det positive, kan tolkast som ein faktor for at nærast ingen dei intervjuja foreldra opplever eit kjøpepress knytt til det å ha ungdom med i organisert idrett.

... om du betaler 1000 kroner i medlemsavgift, så du må se på det som ein investering og ikkje ein utgift. (Mor-dotter 1)

To mødrer fortel òg at sonen/dottera i utgangspunktet er pressa av foreldra til å begynne med idrett, der det i begge tilfeller har enda med sykling. Den eine mora innrømmer i denne samanhengen òg at dette nok kan ha ført til at dei difor har vore ekstra ettergjevne med tanke på utstyr.

... på sykkelklubben der kosta det jo litt når han begynte, for da måtte han ha sykkelsko, og sykkelbukse og litt sånn, ikkje sant. Ein ny hjelm, for han meinte sjølv at den gamle var for dårlige, og det er det jo ikkje sikkert den var då ... Men sånn i og med at han var pressa [av oss foreldre] så gir du litt meir etter ... (mor-son 2)

Det kan òg sjå ut til at interesse er ein viktig faktor i høve til om foreldre opplever kjøpepress eller ikkje. For mange er syklinga ein felles interesse i familien, og berre i to familiar er ingen av foreldra interessert i eller aktive innan sykling. Mykje tyder på at i den grad sykling, og eventuelle andre idrettar, for fleire av foreldra er ein hobby, fører dette til at mange ikkje tenker over utgiftene knytt til dette. Utgiftene kan på mange måtar verke å vere ein integrert del av familien sitt budsjett.

...viss du blir engasjert, viss du blir skikkelig engasjert så trur eg at då tenker du ikkje så mykje på dei pengene... (Mor-dotter 2)

Sjølv om fleire av foreldra gjev uttrykk for at dei t.d. er nøye med å skjekke at utstyr verkeleg er utslite eller for lite, og at dei er opptekne av at ungene ikkje treng å ha det dyraste eller beste, er det samstundes ei overvekt av dei intervjuja som ser på seg sjølv som rause i høve til idrettsforbruket (reiser, utstyr). Ei mor uttalar m.a. at dei ikkje sparar for ein kvar pris dersom det skulle gå ut over idrettsgleda. Det er i tillegg fleire som uttalar at dei kjøper nytt når det

trengs, og at dette er noko ein må rekne med ettersom dei unge stadig er i ein vekstfase. Etter mi meining kan ein her stille spørsmål om kor vidt det faktum at ungdommane av denne grunn ser ut til å få nytt ganske ofte, òg bidreg til å fjerne situasjonar der det oppstår kjøpepress.

... men det er klart så lenge de er i ein vekstperiode sånn, så får de jo nytt relativt ofte då. Sånn at der er mange som vil då ha ganske nytt (Mor-datter/son)

Det er likevel funn som tyder på at det eksisterar eit kjøpepress i større utstrekning enn det dei intervjuar si eigenoppleving skulle tilsei. Både eit kjøpepress knytt opp til sykling, men òg innan andre idrettar, i tillegg til eit meir generelt kjøpepress utanom idretten. 2 mødrer fortel at dei kjenner til foreldre som har uttalt at dei opplever eit kjøpepress direkte knytt til det å ha eit eller fleire aktive barn med i sykling.

Eg kjenner til foreldre som syns at det er for mykje, de har fleire unger... og de har lyst på nye sykkel igjen liksom, og at de ikkje føler at de har råd til det. (mor – datter 2)

Fleire av dei intervjuar kjenner òg til historier om kjøpepress knytt til andre idrettar, mellom anna ishockey, fotball, symjing og skiskyting, der foreldre har opplevd press om bestemt utstyr eller bestemte merke på klede.

... det er ein far... han har ei datter som svømmer, og der var det veldig snakk om badedrakter, og ho kunne ikkje ha det og ho kunne ikkje ha det, men må ha det og det... (Mor – datter 1)

Ei mor uttalar at dei opplever eit generelt kjøpepress som òg er knytt opp mot idretten, dette er likevel ikkje direkte knytt til det å ha aktive barn, men heller opp mot ønsket om ein aktiv livsstil sjølv og i familien.

... og så er det jo så mykje fint på sportsbutikkene, så mykje kjekt... om ikkje det er like nødvendig så er det jo det ... så ja, klart ein føler at det er press sånn på å ha utstyr, det trur eg egentlig gjelder de fleste idretter. (Mor-datter/son)

Det eksisterar i tillegg ei rådane oppfatting blant dei intervjua om at det nok generelt er mange foreldre som opplev at det er eit kjøpepress knytt til det å ha ungdom med i idrett, og spesielt knytt til sykling. Og sjølv om dette av enkelte foreldre vert knytt opp mot det å ha låg inntekt, er det fleire som indikerar at oppleving av kjøpepress kan vere uavhengig av dette. Faktorar som t.d. vilje til å prioritere idrettsforbruk, val av idrett, sosialt miljø og barnets kan i lys av data tolkast å ha en betyding for om ein opplever kjøpepress.

Kjøpepress? Kommer bare tilbake til merker igjen, eg kan tenke meg der det er størst kjøpepress i forhold til idrett, det trur eg skulle ver alpint eller ski. I skiklubben oppi her så trur eg ikkje det er ein mann som går på ski til under x antall kroner for å sei det sånn, og då er dei på 6 år iberegna ... (Far-dotter)

Viss du driver på høgare nivå så trenger du jo meir utstyr... Eg har ein kammerat og han har ein sønn som driver med skiskyting, og han seier det er ganske store kostnader knytta til det... (Far-son 2)

4.3 Problemstilling 2: Kva er faktorane som skapar og kva er faktorane som forhindrar eit kjøpepress i den organiserte idretten?

Ettersom det er få av dei intervjua som fortel om eige opplevd kjøpepress, vil funna knytt til problemstilling 2, i stor grad vere ei tolking av kva som i tekstane *kan sjå ut til å vere* faktorar som skapar eller forhindrar eit kjøpepress i den organiserte idretten. Etter mi meining kan ein med utgangspunkt i intervjumaterialet skilje ut 4 hovudkategoriar for kva som kan vere med på å skape/auke kjøpepress i den organiserte idretten; *Reklame og kommersielt press, Utstyrsfokus, Forbrukarkultur og Sosialt miljø*. Sosialt miljø vil i tillegg, slik eg ser det, kunne bidra til å forhindre/dempe kjøpepress. Eg vil i den følgjande diskusjonen ta føre meg kvar av desse.

4.3.1 Reklame og kommersielt press

”Det er ikkje få av oss så bler kvalmne når me ser Sportsrevyen. Slalåmfolkå har knapt komt i mål før de er hive skinå opp i luftå og inn til nasen sin. Sørge for at reklamen på drakten komme med på skjermen. Reklamen på skinå. Pannebåndet. Plakatar i baggronnen.”

(Torkildsen, 1992:62)

Då Per Inge Thorkildsen for snart 20 år sidan skreiv ”Den store stygge idrettsboka” var idretten allereie blitt stor industri, og ein attraktiv arena for sponing. Idrettsarrangement er viktige kulturelle arenaer og idrettsutøvarar er nasjonale heltar ofte med høg status blant ”folket” (Coakley, 2006). Idrettens positive verdiar har blitt god butikk. Reklamen vert stadig meir utspekulert og treffsikker, og bruk av store idrettsprofilar kan gje god profitt (Lesjø, 2008).

... dei ser kva folk har og kva dei heltane har, for dei er jo forbilder idrettsutøverene, så eg trur de går litt på det eg. (Far – son 2)

Og selyfølgelig blir de påvirket av profiler som enten sykler med det samme eller går med de samme skia eller samme merke, det har mykje å sei, og den bruker landslaget, du blir veldig påvirka av det på ein måte som opptar deg innenforbi den tingen der. Ja, det gjer du. Då er det selyfølgelig via media som er med og får det fram sånn sett, så det er nok avgjerande ja, det er det. (Mor – dotter 2)

Det er ingen tvil om at barn og unge i dagens samfunn er gjenstand for eit enormt reklamepress, litteraturen på området nærmar seg etter kvart eit mangesifra tal (Sjø mellom anna Brusdal, 2005, Cook, 2004, Evans & Chandler, 2006, Schor, 2005). Nærast alle dei intervjuja foreldra merker korleis reklamen bombarderer dagens barn og unge frå alle vinklar. Og som sitatet nedanfor illustrerar: dei unge får det med seg!

Eg ser bare på ho heime, altså når dei står og blir intervjuja på TV med ei Okley-lue ...altså kven skulle vite at det var Okley sjølv om det var ein runding som var litt ovale? ”Å, se den kule, det var Okley-lue!” Det er jo sånn som du har sett heile veien når det gjelder sykling då, briller og alt dette her greiene... dei må jo ha merker... (Far - dotter)

Idrettens enorme ekspansjon i Noreg dei siste tiåra har både verka som trekkplaster for, og skjedd som eit resultat av kommersielle aktørar sin entré (Lesjø, 2008). Alle foreldra fortel at dei har rabattar ved kjøp på enkelte sportsbutikkar. I høve til syklinga vert det òg i den eine klubben arrangert eigne klubbkveldar der dei får tilbod på diverse klede og utstyr. Hjø dei fleste foreldre kan det virke som at det meste av kjøp (og sal) går gjennom klubben. Ein av ungdommane som er representert har i tillegg kontrakt med produsent for redusert pris på utstyr.

Kva rolle speler det at kommersielle aktørar har entra inn i barne og ungdomsidretten, anten i form av generell sponning av lag eller sponning av enkeltutøvarar? Om Spar sponsar norske handball-lag med drakter skaper kanskje ikkje det største presset, men kva er konsekvensane av at dei idrettsrelaterte merkene, som t.d. Scott eller Madshus, eller at seljarar av klede og utstyr, med klart økonomiske interesser, entrar? Er prosentar på lokale sportsbutikkar, rabattar hjå meir idrettsspesifikke forhandlarar og medlemskveldar der ein kan kjøpe klede og utstyr til gode prisar, noko som bidreg til at idrettsdeltaking vert billegare for foreldre/familiar, og slik sett viktige tiltak for at fleire skal ha mogelegheit til å delta? Eller bidreg slike avtalar berre til å auke forbruket, og til å auke mengda av utstyr som florerar i den organiserte idretten? Ein treng sjølv sagt ikkje sjå dette i eit anten – eller lys, men som ei sak som har fleire sider og som, etter mi meining, kan verke i både positiv og negativ retning. Slik eg ser det vil sponsoravtalar kunne gagne i større eller mindre grad, men i tillegg kunne bidra til å leggje eit ekstra press og ei forventning om at ein på grunn av slike avtalar både skal og bør gjere ein del innkjøp.

På klær er det sponsorer, men de koster jo litt dei klærne for det altså, det er ikkje så forferdelig mykje billigare dei vert, de er nokså dyre dei klærne, så det er ikkje så mykje me sparer. (Far – son 2)

I tillegg vil det slik denne faren uttrykker det ikkje vere nokon garanti for at sponning gjev dei store utslaga. Sjølv om det i teorien høyrer fint ut med 10, 15 og kanskje 20 prosent i avslag, utgjer ikkje dette nødvendigvis dei store summene i praksis. I tillegg kan sponsorar vere eit usikkert moment, i den eine klubben vart t.d. draktene sponsa det eine året, slik at medlemmane fekk dei til halv pris, medan det året etter var full pris.

4.3.2 Utstyrsfokus

... det er klart gutane våre har jo òg lyst til å heve seg, og då er utstyret ein del av "gemet" for å kunne hengje med. (Mor – son 2)

Under sykkelrittet Paris-Roubaix tidlegare i vår (2010) uttalte ekspertkommentator og tidligare trenar Johan Kaggestad at han etter å ha vore til stades på barne- og ungdomsritt i Noreg og i sykkelnasjonen Frankrike, observerer eit langt større "jåleri" blant norske barn/unge i forhold til utstyr. Det kan sjå ut til at det dei seinare åra har kome eit langt større alvor inn i ungdomsidretten, og at grensa for når det er på tide å satse for fullt stadig vert senka, til trass for at Barneidrettsbestemmelsene i lang tid har jobba for det motsette (Lesjø, 2008). Ein far som sjølv er aktivt med som trenar er klar over at det er mykje utstyr i omløp, og understrekar at dei prøver å forhindre at nye medlemmar skal føle seg ekskludert i møtet med det etablerte miljøet:

... de kommer jo til eit etablert miljø, masse utstyr ... då er det jo litt greitt å sei at "du er godt utstyrte du, du har det du skal ha" og "det holder dette her" sant... for noen kjøper pedaler som skal vere så lette, og andre kjøper sånne lette sko, og de har disse her speedo-greiene som går trådlaust og ikkje trådlaust, og med og uten puls ... du trenger ikkje ha alt dette for å bli ein god syklist. Det må me nesten gi beskjed om når de kommer. Så de ikkje føler seg sånn: "hey, eg har ingenting eg!".(Far-datter)

Eit sterkt utstyrsfokus kan utan tvil vere skadeleg. Professor i idrettsfysiologi Jostein Hallén uttalte nylig i et intervju i Stavanger Aftenblad (24.04.10) at nye trendar knytt til idrett og trening er med på å skape klare klasseskilje i høve til dette feltet. Idrett og trening gir status. Etter store statlege satsingar for å få ei forfallande befolkning i aktivitet, skal ein vere var for å kome med peikefingeren i ein slik debatt. Ein kan ikkje først leggje alt inn for å få folk til å trene, og deretter kritisere dei for å bruke for mykje pengar på utstyr. Dersom utstyr er med på å auke idrettsgleda og på denne måten er med på å bidra til at endå fleire vel å føre ein aktiv livsstil, er vel dette berre positivt? At ei befolkning med aukane velstand vel å bruke stadig meir på idrett og trening er i lys av dagens sterke helsefokus, både forventa og ønskeleg. Men dessverre har ikkje alle moglegheit for å delta i trenden, og den organiserte idretten står etter

mi meining ovanfor ei utfordring for å hindre at desse trendane fører til at stadig fleire grupper barn og ungdom av denne grunn vert ekskludert frå å delta.

Likevel, som mora i sitatet ovanfor uttalar er utstyret blitt ein del av ”gemet” for å kunne hevde seg. Somme av foreldra viser til at det er store skilnader mellom klubbar i høve til kor mykje utstyr og kor dyrt utstyr som florerer.

... òg me ser kanskje at mange av dei som kjem i frå X og Y⁶ ... at det er jo eit utruleg utstyr noen av de har i form av ruller og sånne ting som de trener på før rittet og sånne ting. Så det kan vere på både godt og vondt... men det er klart at de oppnår òg resultatet med det, kanskje både på grunn av utstyr og i form av ”pushing”. (Mor –son 2)

Skilnader i utstyr skaper skilje i konkurransar. Som eg har vore inne på tidlegare, viser tidlegare forskning knytt til fråfallsproblematikken i idretten at opplevingar i aktiviteten kan vere av stor betydning for om dei unge fortsett eller ikkje (Sisjord, 1993). Når ein idrett i stor grad er avhengig av utstyr, seier det seg sjølv at godt utstyr vil vere ein del av denne opplevinga. Fleire av foreldra uttalar i tillegg at prestasjonar har betydning for idrettsdeltaking. Ut frå dette vil det vere naturleg å tenkje seg at utstyrsfokus og store skilje i kvalitet og pris er med på å auke kjøpepresset i den organiserte idretten.

Utsegn frå far til ein av dei yngste ungdommane som er representert, viser likevel at trendane som er diskutert ovanfor ikkje uhemma breiar om seg.

Hvis du går til ein av byklubbane, der er det sikkert endel pengar ute og går. Men i klubben vår er der ikkje noko sånn, det er ikkje noko sånn utstyrsmani her. Men blant dei vaksne så er det det!(far – son 4)

Sitatet ovanfor viser samstundes til eit anna trekk i høve til utstyrsfokus. Sjølv om det ikkje eksisterar det som her vert karakterisert som utstyrsmani blant dei unge i klubben, er biletet ofte eit anna i høve til dei vaksne. Dette vil eg kome tilbake til under avsnittet om forbrukarkultur.

⁶ X og Y viser til to by-klubbar i område

4.3.3 Idrettsglede eller galskap?

... det med skismørning er jo ein vitenskap i seg sjølv, og der er jo noen sånne pulver som du kan legge under skia, som koster tusenvis av kroner. Men der har det kome litt sånne retningslinjer ifrå klubben, at det bruker me ikkje på når ungane er under sånn og sånn alder⁷. Altså for å prøve å få ned både presset og ikkje minst kostnadene (Mor – dotter/son)

Berre at nokon tenker tanken om å legge pulver til tusenvis av kroner under skia til ein 7-åring kan virke absurd på enkelte. Kor skal dette ende? Sitatet seier mykje om korleis produktutvikling, utstyrsfokus og kommersialisering har gjort seg utslag sjølv i barneidretten. Det proffe er ikkje berre for toppidrettsutøvarane, alle kan ta del i utviklinga. Og det er ingen tvil om at utviklinga har mange positive sider. Fleire av dei intervjua viser til at utstyret har forbetra seg enormt, og at det bidreg til ei større idrettsglede når utstyret er på plass. I tillegg kan det virke som at 14-16 år er ein alder der nivået er såpass høgt for mange at utstyret kan skilje viktige sekund:

... nå skal du ikkje sei at prestasjonar har noe å sei, men prestasjonar har alltid noe å sei. Og viss du gjer det bra så strekke du deg enda litt lenger på den der utstyrsfronten, for då blir det så marginalt kva som har noko å sei i forhold til at du skal nå opp på det kanskje heilt øverste nivået... då har kanskje plutselig vekta på den sykkelen litt å sei i ein spurt, eller i ein annan sammenheng, ... då utgjer det noen sekund, og det er sånne ting som egentlig ikkje har noe å sei før du ... då er du kanskje 15 år og 16 og 17 år... (Mor – dotter 2)

Debatten kring konkurranse- kontra leikfokus i den organiserte idretten er framleis aktuell. Og eit sterkt konkurransefokus får ofte skulda for at barn og unge sluttar med idrett (Solenes og Strandbu, 2007). Eit sterkt konkurransefokus og utstyrsfokus vil ofte gå hand i hand. Oppstyret kring ski-val og smøring, då det tidvis butta den norske langrennstroppen i mot under OL i Vancouver i år, tener som eit godt eksempel på dette. Der det er fokus på å vinne, vil ein òg finne ønsket om å ha det beste utstyret. Slik sett vil det vere naturleg å tenkje at konkurransefokus i idretten, både kan bidra til å auke kjøpepresset, og i tillegg kunne føre til at det skapast klasseskilje og oppstår distingverande mekanismar i ungdomsidretten.

⁷ Viser til dottera si på 7 år.

... han er veldig oppteken av akkurat det. Sånn det nye og litt sånn. Med gir og bremsar og nå er det det og nå er det det. Men han treng ikkje plent ha det, sjølv om ha følger med på kva som kjem. (Far – son 2)

Utstyrsfokus i ein idrett der ein er så avhengig av dette som i sykling, vil ein ikkje kome unna. Kunnskap om utstyr er t.d. viktig for å kunne utøve idretten på ein tryggast mogeleg måte. Og eit sunt utstyrsfokus kan på si side bidra til å minske kjøpepresset. Som faren i sitatet ovanfor seier, er det ikkje nødvendigvis ein samanheng mellom det å ha kunnskap om og fokus på, og det å nødvendigvis sette alt inn på å skaffe seg dette sjølv.

4.3.4 Forbrukarkultur

... i forhold til utstyr, i forhold til møbler, i forhold til biler ikkje sant? Alt dette her det forandrer seg, og me ser på naboer, me sammenlikner oss... og så, rett og slett at me er mennesker og får lyst på nye ting... Og viss økonomien hindrer oss, så kan det av og til vere veldig bra trur eg. (mor – son 1)

Forbruk er eit av dei mest framtrudande trekka ved det vestlege samfunnet. Og for å kunne overleve, er produsentar til ei kvar tid avhengige av å kunne fornye seg. På denne måten er forbrukarkulturen prega av stadige utskiftingar (Horne, 2006). Ut frå utsegna til mora ovanfor kan ein nærast få inntrykk av at forbruket er nedfelt i oss biologisk. Det er noko naturleg og menneskeleg over det å få lyst på nye ting. Men det kan likevel, som dei to historiene innleiingsvis illustrerte, vere store skilnadar i kor mykje som vert brukt av pengar på eit område som t.d. idretten.

Sånn i utgangspunktet så syns eg vel kanskje at me bruker veldig mykje pengar på det som går på utstyr og de tinga der, som gjer at opplevelsen sikkert blir betre... - eg ser bare sjølv når eg fekk nye sykkel så syns eg jo at det var enda kjekkare å sykle. Men dette her når du hiver deg på og det skal vere karbon og du liksom betaler sånn at det nesten, ja det er ikkje noe kjekt i forhold til den økonomiske biten heime, då blir det jo egentlig litt dumt, og då kan du jo vertfall forstå at det er noen som velger det litt vekk òg. Men i dag er det jo litt sånn trend for det å bruke mykje pengar, alt fra treningssenter til alt, så det er veldig mange som legger mye

penger ned i både utstyr og klær til det som de skal bruke for å mosjonere. Alt fra både vaksen til unger, så eg syns nok det er i overkant, det må eg vel sei. Sjølv om eg er med å drar opp den statistikken. (mor – dotter 2)

Denne mora sine refleksjonar viser vidare til fleire trekk ved samfunnet, som ein kan kjenne att frå den tidlegare omtalen av forbrukarsamfunnet. Forbruket vert sett som kjelda til gode opplevingar, det er trend for å forbruke, og i forbrukarkulturen er barn og unge, så vel som vaksne, alle deltakarar. Sykling har utan tvil blitt ein populær mosjonsidrett dei siste åra, og mange brukar mykje tid og pengar på denne nye hobbyen.

... spesielt sykkel har det jo vore ein heilt enorm interesse rundt i den seinere tida, menn i 40-50 års alderen som begynner å sykle, og av og til så føler eg kanskje dei mennene går i front òg på å skaffe seg utstyr og ting, for det er jo ei vanvittig kjøpesterke gruppe, og då spares det jo ikkje på noe. Det er klart det er jo absolutt med på å forme ungene òg, viss det at de ser at far kan ha ein sykkel til 50.000 så kan jo eg vertfall ha ein til 25.000...(mor – son/dotter)

Men det er jo egentlig dei vaksne som har tatt av fullstendig i syklinga, det er ikkje ungane... eg meiner der ser de på foreldre og andre vaksne når det gjelder utstyr og sykkel og sånn... Det er ikkje ungane og ungdommane som har gått føre, det er faktisk foreldregenerasjonen som set standaren der. (Mor – son 1)

Fleire av dei intervjua foreldra trur det er kjøpesterke vaksne/foreldre som slik går i bresjen med å skape eit uheldig utstyrsfokus og kjøpepress i sykkelidretten. Viser dei vaksne sine trendar seg så att i ungdomsidretten? Som eg var inne på under avsnittet om utstyrsfokus er ikkje biletet einstydig. Men det kan sjå ut til at utstyr spelar ei viktig rolle for ungdom si deltaking i sykling. Godt utstyr vert i denne idretten nært knytt til prestasjonar. På denne måten kan ein tenkje seg at det skal lite til for at kjøpesterke foreldre, som brukar store summer på eige og på barna sitt forbruk knytt til sykling, kan prege store delar av sykkelmiljøet. Vert utstyrs nivået høgt i ein klubb, kan dette med andre ord vere med å auke presset i heile miljøet. Som ei av mødrene uttalte er utstyr ein del av ”gemet” for å kunne hevde seg, og i klubbar der det er meir fokus på utstyr oppnår dei unge òg betre resultat på t.d. ritt. Denne oppgåva har ikkje til hensikt å setje nokon moralske standarar for kva som er rett eller galt i høve til sykling og forbruk. Det er likevel verdt å setje spørsmålsteikn ved kva som

55

er konsekvensane for barne og ungdomsidretten, og for rekrutteringa til sykling, dersom det er kjøpesterke vaksne/foreldre (oftast menn) som får setje standarane.

4.3.5 Sosialt miljø

Jamaldrane

... så er det sånn dunjakker som er spesielt med swix ... og der er det nok litt sånn at når det då er kanskje fem stykk av dei du går sammen med som har då fått desse jakkene, så ønsker då resten seg veldig det til jul, så plutselig så ser du at det kjem fleire og fleire med utstyret, så selvfølgelig kikker de på kvarandre (Mor - son/dotter)

Det kan vere viktig å gjere eit skilje ved om foreldre opplev eit kjøpepress eller om dei unge sjølv opplev eit kjøpepress. Ettersom få ungdomar i alderen 14-16 år har noko særleg inntekt, vil (idrettsrelaterte) kjøp og forbruk ofte gå gjennom foreldre (Brusdal og Frønes, 2008). I høve til ungdom kan det, etter mi meining, difor vere meir naturleg å bruke nemninga sosialt press, dersom det i eit lag eksisterar eit press om t.d. å ha bestemte merker eller ulike typar utstyr og tileggsutstyr. Fleire enn halvparten av foreldra trur at det eksisterer eit sosialt press i laget, og 2 foreldra som ikkje har opplevd det slik, utelukkar ikkje at dette er noko som kan kome etter kvart som dottera eller sonen vert eldre. Eit fleirtal trur jamaldrane er ein av faktorane som spelar inn når ungane deira kjem med ønske om noko nytt knytt til idrettsdeltakinga. Somme av desse trur det utelukkande er dei andre på laget som er avgjerande.

Trur nok mest det er det som de rundt han går med. Altså miljøet rundt vil vere med å forme de krav som han stiller (Far – son 3)

Sjølv om ein ikkje kan setje likskapsteikn mellom det å erfare at det eksisterar eit sosialt press i laget, og det å sjølv oppleve eit kjøpepress, er det etter mi meining naivt å tru at det ikkje er foreldre som opplev kjøpepress i ein slik situasjon. Noko denne mora òg viser til:

... det går på småting, det går på alt frå kva hjelm du har, så det er nok litt sånn sjølv om det er litt i det skjulte, så merker ungene det ganske godt. Det ser du bare på når det gjeld staver på ski òg, "har du bare..." Det er jo noe som heter CT1, CT2 og CT3 staver og de skiller jo med mange hundrelapper oppover, og det handler kun om vekt. Og sånn er det litt i sykkel òg, ... den som egentlig ikkje har vore heilt klar over det kommer kanskje heim og seier det liksom "ja eg har kun det liksom, kvifor har eg det?" Og det er jo dumt at det skal vere sånn, det syns eg. Det gjer jo òg at foreldre kan føle meir på det presset òg. (mor – dotter 2)

Trenaren

Kva rolle spelar trenaren? De fleste av foreldra uttalar at dei trur trenaren/-ane spelar ei viktig rolle for å forhindre at det oppstår utstyrsjag og kjøpepress. Særskild dei av foreldra som sjølve har vore eller er aktivt med som trenarar eller på anna vis assisterer barna/ungdommane si trening ser det som ei viktig rolle, og framhevar trenaren som rollemodell og førebilete for dei unge.

Det er jo opp til oss trenere, me må jo roe ned, for at du ikkje skal få det der utstyrsjaget innad... sånn som i sykling, så er det stor forskjell på pris, prisklasser på sykler og alt dette her kva utstyr som står på. Så forskjellen kan fort bli fleire tusen kroner, men det er ikkje sånn at me går rundt og nesten hauser opp "hey tøffe sykkel du hadde" ... me må jo sei det når de kommer med nye sykkel, men har me sagt det ein gong så har me sagt det ein gong. Og det er liksom sånn med de andre[på laget] òg, har de sagt det ein gong så er det ingen som går å maser om den sykkel heile tida, og det trur eg har litt med oss trenere å gjer, at me har sagt det og så ferdig med det. (Far – dotter)

Eg trur han har ein rolle i den sammenheng. Men akkurat når det gjelder klær og litt sånn så er det klart at ungene skaper jo fort det sjølv òg med einannan. At det er det og det de vil, det vil eg tru, men han kan vere med å dempe det trur eg, ein trener. Han er jo eit veldig førebilete ein trenar, det er det ikkje tvil om. (Far – son 2)

To av foreldra ser trenaren si rolle som minimal, og trur det heller vil vere dei andre på laget som har mest å seie i ein slik samanheng. Ein far trur at det faktum at det ofte er dei same ungene/ungdommane som er saman på skulen som òg er i lag i idretten, vil føre til at ein trenar har minimalt å sei.

Eg trur ikkje dei har så møyje betydning, i alle fall her som me er i ei bygd, så er det dei same ungane som går i klassen som òg går på håndballen, så det bare flytter seg over heile veien. Så eg trur ikkje det har så møyje å bety med den treneren. (Far – son 4)

Mykje tyder likevel på at bevisste trenarar både kan spele ei viktig rolle i høve til å forhindre eller dempe kjøpepress og eit uheldig utstyrsfokus, og at dette handlar om ei pakke av haldningar og praksisar. Mellom anna vert det å ikkje skape for mykje fokus kring nyinnkjøp av klede/utstyr, det å ikkje ha for mykje fokus på sitt eige utstyr, gripe inn dersom ein høyrer eller observerar at det oppstår eit sosialt press blant utøvarane og det å skape ein lågterskel i høve til nybegynnarar og rekruttering, nemnt av foreldra som viktige tiltakt knytt til trenarrolla. Ein far fortalde òg at det å få ned utstyrsfokuset var oppe som tema under eit trenarkurs arrangert av sykkelforbundet nyleg. Sykling er i tillegg ein liten idrett, og få klubbar med tilbod til barn og unge gjer at klubbane ofte trekker til seg medlemmar frå eit større geografisk område. Ein vil difor ikkje nødvendigvis finne att dei same sosiale mønstra i desse klubbane som dei som er på skulen eller i klassen. I lys av dette kan ein tenkje seg at trenaren i denne idretten, vil ha god anledning til å framstå som ein klar rollefigur på dette området.

Foreldre

Har foreldra sjølve ein innverknad? Som eg var inne på i innleiinga til kapittelet viser intervjuat at det i all hovudsak er foreldre som betalar for forbruket knytt opp til borna si deltaking i den organiserte idretten. Foreldra er med andre ord eit viktig knutepunkt når det gjeld å godkjenne og gjennomføre kjøp. Slik eg ser det, vil foreldre ut frå dette både kunne vere ei kjelde til at kjøpepress oppstår, men òg kunne spele ei viktig rolle for å kunne forhindre nett dette.

... nå er jo me ganske nøye på det at han treng ikkje å ha det flotteste av det flotte. Han får ikkje nye sko før dei andre er utslitt nå, for å sei det sånn. Og då får du ned utgiftene ganske kraftig. (Far – son 4)

Nærast alle foreldra understrekar at dei er opptekne av at barna deira ikkje treng å ha det nyaste eller beste på utstyrsfronten. Men kvalitet og idretts glede kan hjå fleire av foreldra sjå ut til å vege tyngre enn pris. Barna si idrettsdeltaking er viktig, dei er difor nøye med at ungane deira har det som trengs.

... altså det om det er ein treningsdrakt så kjøper du den du vil ha om den koster sånn eller sånn. Poenget er jo det at den holder varmen der som den skal, ja alt etter kva du skal gjer for noe. (mor – dotter 1)

... me kjøper jo nytt når de trenger nytt sånn fordi det er utslitt eller for lite, men me er ikkje dei som har ti par til kvar unge heller, med ski, og fem sykler og sånn altså, så der er jo liksom heile spekteret. Men eg syns at me er rimelig rause i forhold til at de får, for det at me syns det er så positivt at de vil dette... (mor – son/dotter)

Foreldre dekker heile spekteret i høve til forbruk. Intervjua gjev ikkje noko grunnlag for å hevde at foreldre som brukar større summer på borna sine sitt idrettsforbruk bidreg til å skape kjøpepress i ungdomsidretten. På bakgrunn av funna knytt til utstyrsfokus og ungdomsidrettens utvikling presentert ovanfor, kan ein etter mi meining, ikkje utelukke at dette kan vere med på å skape ein kultur der høgt forbruk vert favorisert blant dei unge. Dette vil eg kome tilbake til under diskusjonen i neste kapittel.

4.3.6 Finns det kjønsskilnadar?

... akkurat kanskje på utstyret, så er det vel kanskje litt meir jevnt fordelt. Eg trur at dei er like opptatt av å ha gode ski og gode sykklar begge dei to eldste hos oss altså, eg kan ikkje akkurat sei at eg ser noen forskjeller på det. (Mor – son/dotter)

Det er vanskeleg å svare på om det eksisterer kjønsskilnadar blant ungdom i høve til kjøpepress og utstyrsfokus på bakgrunn av intervjua. Somme av foreldra følte ikkje dei hadde noko grunnlag for å kunne utale seg om det eksisterte skilnadar. Nærast halvparten av foreldra trur utstyrsfokus er like stort blant både gutar og jenter, desse baserar seg både på observasjonar i eigen klubb, men òg i høve til korleis dei oppfattar det er å vere i andre klubbar. Ein far understrekar likevel at han har observert ein skilnad i fokus. Medan jentene er meir opptekne av design og utsjånad på treningstøy, briller, og sykklar, er det ”*litt meir hjul og gir på gutane*”. Berre to av foreldra uttalar bestemt at det er stor skilnad på gutar og jenter.

Gutane er mykje meir opptekne av sånne ting, enn jentene. Det opplever eg, gutane er meir opptatt av kva sykkel du har og kva hjul du har og kva fotballsko du spiller med.(Mor-dotter1)

Gutane er endå meir opptatt av det. Me har jo ei jente og ho er mykje meir sånn, - ho er ikkje sånn lidenskapelig interessert i den utstyrsbiten, ho tenker ikkje så mykje på det og følger ikkje så mykje med på koss den sykkelen ser ut og koss den sykkelen ser ut sånn som gutar gjer. Nei, dei gjer det mykje meir. (Mor – dotter 2)

Men sjølv om det kan tyde på at gutar til ein viss grad er meir opptekne av dei tekniske sidene ved utstyret, er det lite som tyder på at utstyrsfokuset eller kjøpepresset er mindre hjå det eine kjønnet. På spørsmål om kva dei trur sonen eller dottera vektlegg når dei kjem med ønsker om nytt utstyr, er det heller ingen markante kjønnskilnader. Merke, kvalitet, påverknad frå jamaldrane og store idrettsprofilar innan idretten vert nemnt både av foreldre til gutar og jenter. I tillegg vart funksjonalitet og erfaring trekt fram hjå foreldra til somme av dei eldste ungdommane. Og dersom det skulle eksistere eit skilje i fokus hjå gutar og jenter, ser ikkje dette ut til å gje seg utslag i kva som vert brukt av pengar på utstyr.

...me ser jo mykje jenter rundt forbi, og når du treffer jenter som er 12 år som har sykler som me som har sykla ei stund veit kva koster, at de koster 60.000 kroner, då begynner du å lure på kvar dei tar pengene frå, då er det dyrt... (far – dotter)

Forskning viser likevel at foreldre i snitt brukar meir pengar til gutar enn til jenter (Brusdal og Frønes, 2008). Sett i lys av dette kan det sjå ut til at sykling er ein idrett der kjønnskilnader ser ut til å vere av mindre betydning. På ei anna side kan ein etter mi meining ikkje sjå vekk i frå det faktum at denne idretten (framleis) er ein sterkt mannsdominert idrett. ”*Stadig flere kvinner gjør som menn og bruker mye fritid og penger på sykling*” kunne ein nyleg lese i Stavanger Aftenblad (26.04.10). Dersom menn og gutar har gått i førevegen for å skape ein kultur som fremmar eit høgt forbruk, vil dette nødvendigvis påverke jenter, så vel som gutar som entrar idretten. I den eine klubben trena jenter og gutar saman på laget.

... det er veldig sånn, ja gutter og jenter går om einannan i begge miljøa[ski og sykling]. Både ski og sykling er jo veldig dominert av gutter, det er forholdsvis få jenter. Så, det òg er vel kanskje med på at, ja jentene blir jo ikkje så synlige då, så kanskje det er gutane der som set standarden utan at eg veit det sikkert. (Mor – son/dotter)

Kva angår foreldra sjølv kan det sjå ut til at det er større skilnadar når det kjem til kjønn. Menn er i større grad oppdatert på utstyr og er i større grad dei som tek seg av vedlikehald og reparaasjonar. I nærare halvparten av familiane er det berre far som er engasjert i idretten i form av trenerverv og liknande, i somme er både mor og far engasjert i den organiserte idretten, medan det i ein familie berre er mor som har ei aktiv rolle.

Diskusjon av problemstilling 1 og 2

4.4 Kven har makt i den organiserte sykkelidretten? To perspektiv

om de opplever det som eit kjøpepress eller om de opplever det som eit spørsmål, det er jo den som tar i mot spørsmålet som... og selvfølgelig koss de spør då... men viss de tar det som eit kjøpepress, at de kommer heim og spør "kan eg òg få sånne hansker?" ... så trur eg det er de som tar i mot det... det er jo bare til å sei nei (Far - dotter)

Dette sitatet reiser spørsmålet kor vidt det for foreldre er "bare til å sei nei". Kanskje er det nett dette som er problemet, kjelda til at nokon opplever kjøpepress og andre ikkje? Er kjøpepress ute av bilete dersom ein seier nei, eller er det knytt konsekvensar til "nei"? Kven er det i så fall som sett standarden som andre må leve opp til? Sagt på ein meir teoretisk måte, kven er det som innehar den symbolske kapitalen innanfor sykling?

Problemstilling 1 og 2 for denne oppgåva kan på mange måtar sjå ut til å grunne i to ulike epistemologiske retningar, og kan i ein sosiologisk kontekst knytast til to motstridane teoretiske perspektiv: aktør-perspektivet eller struktur-perspektivet. Kunnskap om foreldre si eiga oppleving av kjøpepress tek utgangspunkt i einskildindivid og korleis desse tolkar sine egne handlingar. Ei slik tilnærming ser forbrukaren som rasjonell og med evne til å kunne gjere reie for egne val (aktør-perspektivet). Ei kartlegging av kva som eventuelt kan leie opp til eller forhindre eit kjøpepress tek utgangspunkt i korleis forbrukarane, i denne samanhengen foreldre, er styrt av strukturar i samfunnet, og stiller i tillegg spørsmål ved kor vidt ein i heile teke kan snakke om enkeltpersonar sin valfridom i høve til forbruk (struktur-perspektivet). Å setje fram teoriar om at det eksisterar kjøpepress botnar slik i eit strukturalistisk syn på samfunnet. Reklame og kommersielt press har makt over individa, forbrukarkulturen vert eit

overordna prinsipp for aktørars praksis og i det sosiale miljøet som både born, ungdom og vaksne inngår i, har somme makt til å skape trendar som andre i større eller mindre grad, bevisst eller ubevisst, føyer seg under. Bourdieu søkte gjennom sine teoriar å vise korleis strukturane i samfunnet i seg sjølve er strukturerte, og korleis personar på denne måten kan verke tilbake på, og endre strukturane (Tangen, 2007). Ut frå dette kan ein tolke spørsmålet om kven som har makt i den organiserte sykkelidretten i to retningar. På den eine sida vil makt vere knytt til einskildpersonar si innehaving av ressursar (kapital). Dei som har mest av den feltspesifikk kapitalen i høve til sykling, vil både kunne bidra til å oppretthalde eller til å endre den rådane kulturen innan sykling. På den andre sida er makt knytt til sturkturar både i og utanfor sykkelidretten.

Det er ikke den enkelte butikkeier og forbruker sin tilfeldigvis gjør noe av det samme og skaper et samfunn av forbrukere. Det er strukturer som leder noen til å etablere og drive butikker og alle til å bli forbrukere (Tangen 2007:108)

Forbruk er ikkje tilfeldige handlingar utført av einskildpersonar. I ei kommersiell verd er det viktig for produsentar og seljarar å kunne styre forbruket til eiga fortjeneste. Kommersielle aktørar, med andre verdiar og ein søken etter profitt, har entra barne og ungdomsidretten (Lesjø, 2008). Media formidlar både toppidrettsutøvarane sine prestasjonar og trendar blant ”folket”, og er i tillegg kanskje den viktigaste marknadsføringskanalen. I tillegg vil det, som eg skal kome tilbake til, ligge makt knyta til språket som vert ført i høve til forbruk. Eg vil i det følgjande gå nærare inn på korleis ein kan sjå dei to ulike perspektiva verksame i høve til forbruk.

Aktør – perspektivet

... spesielt sykkel har det jo vore ein heilt enorm interesser rundt i den seinere tida, menn i 40-50 års alderen som begynner å sykle, og av og til så føler eg kanskje dei mennene går i front òg på å skaffe seg utstyr og ting, for det er jo ei vanvittig kjøpesterke gruppe, og då spares det jo ikkje på noe og det er klart det er jo absolutt med på å forme ungene òg viss det at de ser at far kan ha ein sykkel til 50.000 så kan jo eg vertfall ha ein til 25.000... (mor – son/dotter)

Med utgangspunkt i Bourdieu sine teoriar vert spørsmålet her: Korleis pregar dei som har tilgang på kapital samfunnsforholda? Er det t.d. nykommarar med stor økonomisk kapital som

har makt til å sette trendar i høve til forbruk, slik mora i sitatet ovanfor tenkjer, eller er det det allereie etablerte miljøet som opprettheld den rådane kulturen for dette? Kulturell kapital legg til grunn at det finns ein legitim kultur som ein kan beherske i varierende grad (Danielsen og Hansen, 1999). Kan ein vidare sjå at det eksisterer ein type idrettsspesifikk kulturell kapital? Funn frå intervjuundersøkinga tydar på at det i den organiserte sykkelidretten eksisterar uskrivne reglar i høve til foreldre, knytt til mellom anna oppfølging⁸ og forventningar om forbruk.

... når det er fire stykk i familien som skal sykle, og både skal ha ein racer og kanskje òg helst ein terrengsykkel og ein sykkel utenom, så kan det bli dyrt, men det har vore mest kostnader i forhold til han eldste [16 år] då. Det er dyrt ja, men har me sagt A, så får me sei B... (mor – son 2)

Dette kan knytast til habitus, og handlar slik sett om dei kroppsleggjorte kodane for praksis innafor sykling. Habitus er i følge Bourdieu strukturert gjennom sosiale vilkår, men han hevder vidare at samtidig som samfunnet set grenser for oss gjennom å forme vår habitus, gjev det samstundes moglegheiter for kompetent medverknad i samfunnet (Aakvaag, 2008). Som eg var inne på tidlegare i kapittelet kan det t.d. sjå ut til at det sosiale miljøet kring ungdommane kan vere av stor tyding for om eit sosialt press knytt til forbruk oppstår. Trenarar, jamaldrane og foreldre sjølve kan med andre ord sjåast som delaktige skaparar av ein forbrukskultur knytt til sykling i det lokale laget. Likevel, konkurranse er ein del av det å vere med i sykling som organisert idrett. Og som dei intervjuja fortalde, kan utstyr etter kvart spele ei stor rolle for å oppnå gode resultat. Utstysstandarden som ungdomane møter i ritt vil med andre ord vere med på å sette standarden som må levast opp til. Ressurssterke foreldre i ein klubb vil på denne måten kunne prege større delar av sykkelmiljøet i eit distrikt. Dette kan ein vidare sjå opp mot noko av kritikken som er retta mot Bourdieu. Personar/grupper som er rike på kapital vil alltid søke å reprodusere ein kultur som verdsett sine ressursar (Aakvaag, 2008). Reproduksjon av samfunnshøve vil slik gå føre dominerte grupper sin moglegheit for å endre desse.

I følge Bourdieu vil alle søkje å oppretthalde eller å forbetre sin plass i det sosiale rommet. Småborgarskapet vil gjennom sparing auke sin økonomiske kapital og gjennom konsum av

Forventningar knytt til m.a. oppfølging vil eg kome nærare tilbake til i neste kapittel

”liksom luksusvarer”, for slik å betre sin posisjon og for å nærme seg ein plass blant borgarskapet (Bourdieu, 1995). I forbrukarsamfunnet skulle ikkje dette være noko problem, eit velde av varer i alle mulige prisklassar og kvalitetar, og ein relativt enkel tilgang på kreditt gjer at det ut frå ytre kriteria skulle være mulig å heve sin posisjon gjennom forbruk. I følge Brusdal og Frønes (2008) er stort fokus på det synlege forbruket ei av konsekvensane i eit samfunn der forbruket er så sentralt. Dei ser vidare dette som problematisk i høve til barn og unges deltaking i idrett og andre fritidsaktivitetar. I staden for å prioritere at dei unge skal få utvikle sosiale relasjonar, gjennom t.d. å delta i organisert idrett, vert synleg forbruk som hus, bil, klede og ”moteprodukt” sett øvst (Brusdal og Frønes, 2008). Ut frå undersøkinga kan ein tolke funnet om at ingen av dei intervjua foreldra kjenner til episodar der born eller unge har måtta slutte med idrett på grunn av økonomi, der til at dei som ikkje greier å møte dei økonomiske krava heller ikkje er deltakarar her. At heller ingen av dei intervjua sjølv har opplevd kjøpepress kan i tillegg tyde på at deltakarene (foreldre og ungdom) i stor grad godtek, og sjølv er med på å produsere kulturen for forbruk. Men ikkje alle ønskjer å delta i kjøpefesten som forbrukarsamfunnet i somme høve legg opp til. Høgt forbruk vert av somme sett som sløsing, medan det for andre er ein viktig del av deira livsførsel og identitet (Bourdieu, 1995). Dersom deltakarane i den organiserte (sykkel-) idretten skapar ein kultur som fremmar høgt forbruk, vil dette ikkje berre ekskludere dei som ikkje har tilstrekkeleg tilgang på økonomisk kapital, men òg setje eit skilje mellom dei som godtek/ønskjer å investere i dette, og dei som ikkje syns om å bruke så store summar på barna si fritid.

Struktur – perspektivet:

På bakgrunn av intervjua kan ein frå fleire vinklar sjå korleis ulike strukturelle høve er med på å skape ein forbrukskultur knytt til sykling. I den rådane forbrukskulturen vil det eksistere faktorar som for enkelte opplevast som kjelder til kjøpepress, andre er kanskje ubevisst sjølv skaparar av kjøpepress, medan kjøpepress for somme står fram som framand og noko som berre gjeld andre. I eit forsøk på å kunne vise til korleis makt utspelar seg og verkar gjennom strukturar vil eg først vende tilbake til deler av Armour(2000) sine teoriar knytt til idrett og klasse, presentert i innleiingskapittelet, og knyte desse opp til korleis ulike forbrukskulturar vert skapa. Deretter følgjer ein diskusjon kring maktstrukturar knytt til språk.

4.5 Om forbruk, identitet og symbolsk vold

”Den sosiale verden er akkumulert historie” (Bourdieu, 2006:5). Kva betydning har den historiske utviklinga av idrettar for skapinga av ulike kulturar innanfor desse (Armour, 2000)? Spørsmålet er viktig òg i høve til å kunne sjå korleis ulike kulturar knyt til forbruk har kunna utvikle seg. Historia om sykkelidretten er, i likskap med så mykje anna, først og fremst ei historie av og om menn (Sjå m.a. Kaggestad og Nielsen, 2006). Utviklinga av utstyr, arrangement, marknadsføring har alt utvikla seg i eit mannsdominert domene. Forbruk handlar om identitetsdanning, og vert ofte knytt til ulike livsstilar (Aakvaag, 2008). Sal av t.d. idrettsrelaterte produkt handlar ikkje berre om å selje varer enkeltvis, men å kunne selje eit konsept knytt til ein livsstil (Lesjø, 2008). Vidare har utviklinga av ein forbrukarkultur, slik vi i dag kjenner den, endra seg frå eit system som i hovudsak produserte etter behov, til eit system som på mange måtar kan sjåast å produsere behov (Barber, 2007). Utviklinga av eit felt skjer på denne måten tilsynelatande i tråd med feltets verdiar. Det reiser seg i ein slik kontekst spørsmål kor vidt marknadsføringa knyta opp mot sykling både skapar og opprettheld maskuline identitetar. Og vidare: skapar sykkelindustrien behov først og fremst tilpassa menn? Korleis har dette i så høve konsekvensar for jenter si deltaking i idretten?

Utvikling av merkevarer, og marknadsføringa av desse opp mot ulike identitetar, fører til at det nærast oppstår eit kjenslemessig forhold mellom produkt og forbrukar (Barber, 2007). For fleire er dette ofte tilhøve når det gjeld det samla idrettsforbruket, ettersom dette, som eg var inne på, for mange er nært knytt til identitet og livsstil. Med utgangspunkt i Bourdieu sine teoriar vil ein kunne sjå dette opp mot teorien om symbolsk vold. Gjennom målretta marknadsføring vert forbruket knytt opp mot identitet, og opplevast av den einskilde forbrukar som frie val (Barber, 2007). Få av dei intervjuja i undersøkinga oppgjev å ha opplevd kjøpepress. Fleire av foreldra viser i tillegg idrett og trening som ein viktig del av kvardagen i familien. Kanskje kan ein sjå idretten (sykkelidretten) som ein arena som så sterkt knyt til identitetsdanning, at forbruket på denne måten står fram som frie val under danninga av denne? Kjøpepress vil kan hende vere noko som høyrer andre arenaer til, men idretten går fri. Somme vil her støtte seg til teoriar om at dette nett handlar om frie val (Svendsen, 2007), men spørsmålet kor vidt marknadsføringa her kan bidra til å oppretthalde t.d. kjønnsrollemønster, og på denne måten verke ekskluderande med tanke på rekruttering av fleire jenter til sykkelidretten, er likevel viktig.

4.6 De symbolske godars økonomi – Språkets makt

Bourdieu skriv i ein av artiklane som er samla i boka ”*Symbolsk makt*” (1996) om ”*de symbolske goders økonomi*”. De symbolske goders økonomi handlar om at den økonomiske sanninga vert skjult. Prisen på ein vare eller ein teneste er der, men den vert aldri uttalt, og er i praksis ”utan pris”. Varer og handlingar eufemiserast slik at den objektivt utalte sanninga er skjult. Ut frå dei intervjua foreldra sine historier, kan ein etter mi meining finne att mykje av Bourdieu sine teoriar i høve til idrett og forbruk. Medlemskontingentar og pengar brukt på utstyr og reiser blir til investeringar i ei sunn fritid for borna, pengar brukt på hjelm eller anna tryggleiksutstyr vert til ei nødvendig forsikring mot skader, og tid og pengar brukt på kjøring eller oppfølging på barnas treningar vert omtala som ei viktig samhandling for familien.

På bakgrunn av t.d. det mediebietet som har vorte framstilt i dei seinare åra, om korleis stadig fleire grupper opplever å verte utsett for eit uønska kjøpepress, er det etter mi meining verdt å leggje merke ved at nærast ingen av foreldra i intervjuundersøkinga har opplevd dette i tilknytning til idretten. Nokre av dei viser til eit meir generelt kjøpepress, blant anna knytt til ønske om bestemte klede, men i høve til idrett er det endåtil fleire av foreldra som er ivrige på eksplisitt å understreke at dei aldri har opplevd eit kjøpepress knytt til den organiserte idretten eller til det bestemte laget eller klubben. For mange er nok dette sanninga, men på den andre sida kan ein stille spørsmål ved kor vidt ordet kjøpepress er eit ord som i denne samanhengen kanskje ikkje vert akseptert. Har pengeforbruk i idretten blitt gjenstand for ”de symbolske godars økonomi”? Og har kjøpepress i idretten blitt til eit kollektiv misserkjent ord (Bourdieu, 1996)? Kjøpepress er eit ord som er negativt lada, born og idrettsdeltaking skal vere noko positivt. ”Alle” må jo få vere med i den organiserte idretten! Idretten sin posisjon står sterkt som eit viktig og sundt fritidstilbod, som foreldre tilsynelatande er svært villige til å investere både tid og pengar på. Forbruket vert eit ønska resultat av politiske føretak. Det ville vere uhøyrte om nokon skulle føle seg pressa til noko i den samanhengen. På same måte som marknadsføringa sin suksess i å linke forbruket opp mot identitet, vil òg idrettens legitimitet i lys av føregåande diskusjon kunne sjåast opp mot symbolsk vold. Å bruke pengar på idrett vert ein del av doxa. Undertrykking av den økonomiske sanninga vil på denne måten kunne bidra til å skjule maktrelasjonar.

Kapittel 5

5.1 Problemstilling 3: Kva rolle/betyding har foreldre for ungdom si aktive deltaking i den organiserte idretten?

5.1.1 Blodig alvor

Eg tenker i min oppvekst så var me litt meir sånn halvveggs, då gjekk du på handballen, du gjekk på turnen og sånn, men det var ikkje blodig alvor og det var ikkje trening 4 dagar i uka når du var 12 år, mens i dag føler eg det er store forskjellar, det er dei som er kjempeaktive og dei som er veldig passive, det er ikkje så mange midt i mellom. Der er stort fokus på å drive, og då er det liksom ikkje sånn å drive og tusle litt mosjonsidrett, det er ikkje så kult, det skal vere skikkeleg, ja, og då følger utstyret med. (Mor – dotter/son)

Det er ingen tvil om at det har skjedd ei stor endring i ungdomsidretten på fleire område. Ungdomsidretten har blitt eit større ”sirkus”. Intervjua skisserar opp ein ungdomsidrett som er prega av mange treningar, lange treningar, meir utstyr, treningsleirar, reiser og konkurransar. Kven er det som har ført idretten i denne retninga? Er det klubbane sjølv, foreldra eller ungdommane? Eller er det atter andre krefter utan for dette som har vore dei store pådrivarane? Er det ei ønska retning? Ein tanke om at ”endeleg kan dei unge og få del i utviklinga fult ut”? Er det berre måten verda går framover på, og den naturlege konsekvensen av eit samfunn der dei unge får stadig større merksemd, spelerom og fridom? Eller har utviklinga ført inn i ein vond spiral det ikkje er mogeleg å kome seg ut av? Nivået vert stadig høgare og skal dei unge ha sjanse til å hevde seg i konkurranse, eller i det heile tatt få oppleve nokon grad av meistringskjensle, kan det synast som det ikkje er nokon veg utanom. Idretten har i seg sjølv gjennomgått ei enorm utvikling. Vi har fått fulltids idrettsutøvarar. Nivået internasjonalt er skyhøgt innanfor dei aller fleste idrettar. Skal Noreg hengje med i gullkampen må dei satse på talentutvikling og spesialisering av barn og unge. Påstanden står i sterk kontrast til den sosialistiske tanken som har prega det norske samfunnet dei siste 50 åra. Talentutvikling i tidleg alder har lenge fått ei sterk venstreside i politikken til å heve stemmen. Barneidrettsbestemmelsene, som gjeld opp til det året barnet fyller 12 år (idrett.no 1), er òg i tråd med dette. Vedtektene skal verne om leikeaspektet og hindre at konkurransefokus kjem inn for tidleg. Retningslinjene for ungdomsidretten skal vidare sikre demokrati, eit sunt miljø

og allsidig idrettsglede (idrett.no 2). Men retningslinjene vert stadig tøyd (Lesjø, 2008). Sjølv om regelbrot knytt til å la mindreårige delta i konkurransar av nasjonal eller internasjonal storleik, vert slått ned på, vil ikkje vedtektene forhindre at tidleg spesialisering og topping av lag skjer òg blant dei yngre alderstrinna (Lesjø, 2008). Treningar, foreldre og ungdom sjølve kan alle ha sine mål, anten det er leik og moro eller det handlar om å vere best. Det ser likevel ut til at det i stadig aukande grad er konkurranseaspektet som i realiteten får rotfeste, slik mora i sitatet ovanfor meiner å observere. Det kan sjå ut til at ungdomsidretten har få fargenyansar, skal ein vere med må ein gå inn for det hundre prosent med dei konsekvensane dette har for forbruk av både tid og pengar. Ein far (og trenar) viser òg til at det er ei haldning hjå ungane som botnar i at det rådar eit alvor ved idrettsdeltakinga.

Når du snakker med ungene når du er ute å sykler eller når eg har trent fotballag så vett eg; det er ikkje kos når dei taper... det er ikkje bare "lått og løye" heile tida. Det må vere litt alvor, at dei har noe å strekke seg etter. (far – dotter)

I ein slik kontekst vil ikkje alle nå fram. Men kva er faktorane som skil? Handlar det berre om å vere god nok, målt opp mot standardar som tid eller antall mål skåra? Eller ligg det andre mekanismar bak? I det følgjande vil eg gå nærare inn på kva rolle foreldre spelar i høve til ungdom og idrettsdeltaking,

5.1.2 Foreldre i organisert idrett

Som eg var inne på fann Sisjord i si doktorgradsavhandling frå 1993, at det i størst grad var opplevingar i idrettsaktiviteten og venner/miljø som var dei mest avgjerande faktorane for om ungdom fortsette med idrett utover i ungdomstida, eller enda som såkalla fråfallarar. Òg andre undersøkingar har gjort liknande funn (Hansen, 1999, Ommundsen, 1992). I ein rapport om kva for motiver ungdom har for å drive med idrett, skårar "det å ha det gøy" og "venner" høgast, medan det å ikkje ha tid, eller at andre interessere overtek, vert oppgitt som årsaker til fråfall (Jakobsen, 2003). Blant dei intervjuja foreldra i denne undersøkinga, meiner likevel fleire at det er foreldre si interesse, engasjement og innsats i form av oppfølging (økonomisk og tidsmessig) som er ei av dei mest avgjerande faktorane for å forhindre fråfall.

... det er klart der merker me jo òg kanskje spesielt dette med unger som kanskje ikkje får den oppfølgingen dei treng heime, og der ser me der er noen som faller igjennom. (Far – son 1)

Sjølv om funna frå 1993 nok gjer seg gjeldane i dag òg, kan det tyde på at det har skjedd ei utvikling i form av at foreldra har fått ein større og viktigare rolle i den organiserte idretten (det må her tas høgde for at det kan vere skilnadar mellom idrettar). Dei fleste foreldra, som eg intervjuar, var knytt til den organiserte idretten gjennom trenarverv, anten sjølv eller ved at ektefellen var med. I godt over halvparten av familiene var anten ein eller begge foreldra aktivt med i sykkelklubben, anten i form av trenar/hjelpetrenar eller berre som deltakande forelder på treningar. Hjå halvparten var syklinga rekna som ei viktig prioritering for heile familien, medan trening, friluftsliv og deltaking i organisert idrett i ein eller annan form var ein viktig del av kvardagen for nærast alle foreldra. Berre hjå to av foreldra var ingen i familien, utanom sonen eller dottera, aktive innan sykling. På spørsmålet om kva som kunne vere ei hindring for ungdom si deltaking i idrett vart foreldre sitt engasjement nemnt som ei av hovudgrunnane til fråfall av halvparten. Foreldra som uttalte dette er å rekne for svært engasjert og har alle vore knytt til den organiserte idretten som foreldre, somme av dei i tillegg som trenarar, gjennom fleire år. Ein far uttalar det slik:

engasjementet trur eg, til foreldrene, det er nok det som holder igjen. Det er det som gjer at ungene slutter, de [foreldrene] er for lite engasjert, de bare sender de av gårde og regner med at treneren tar seg av alt... Eg trente noen fotballag ein gong i tida, og når foreldrene kom og kikte på når ungene spelte, så var de dobbelt så gode, og når de ikkje var der, så var de ikkje fullt så gode. (Far – dotter)

Om foreldreoppfølging er den direkte årsaka til at born og ungdom sluttar med idrett, gjev ikkje undersøkinga mi noko grunnlag for å kunne gje svar på. Det er likevel utan tvil at fleire av desse foreldra er av stor betyding for sine egne barn si deltaking i idrett. Ikkje minst gjennom sitt engasjement og si aktive rolle i den organiserte idretten. Ein far meiner å innsjå korleis hans eigen manglande evne til oppfølging nok kan få konsekvensar for sonen sin idrettskarriere

... har du ein unge som er, sei han er eit talent, og han har eit ambisiøst mål, så er det ikkje bare han det krevest noe av, det krever like mykje av foreldrene. Og viss ikkje foreldrene har ressurser nok til å følge han opp, både med tanke på utstyr og reise sant, og alt som høyrer

til! Så vil han kanskje måtte slutte fordi at han har ikkje dei ressursene i ryggen som trengst, av foreldrene... sånn for min egen del, hadde eg hatt ressurser og alt det som skulle til, og vilje... til å følge opp han eldste på sykkel, så er eg sikker på at han hadde komt mye lenger. Men det har eg ikkje, og viljen er nok kanskje ikkje der heller, så eg trur nok at han kjem til å slutte tidligare en kanskje antatt, enn om eg hadde følgt han opp på ein annen måte. (Far – son 1)

Same far uttalar òg at han opplever ei stor utvikling i høve til både den tida foreldre vel å legge ned i barna si idrettsdeltaking og den auka viljen til å bruke pengar på dette.

... foreldrene er mykje flinkere i dag til å følge opp ungene på idretten enn dei var før! ... og eg trur foreldre bruker mykje meir pengar på utstyr til unger i dag enn dei gjorde før. (Far – son)

Sitatet viser etter mi meining til ein positiv praksis, foreldre som bryr seg om at ungene er fysisk aktive, og som i praksis følgjer opp ved å vere til stades, ta på seg ulike verv og sikre at dei har det dei treng av utstyr til å drive ulike aktivitetar på ein tilfredsstillande og sikker måte. Men utviklinga peikar samstundes på at det eksisterer trekk ved den organiserte idretten som krev meir enn berre tankeverksemd hjå foreldre. Den organiserte idretten er avhengig av foreldre og frivillige for å kunne eksistere. Samstundes kan det sjå ut til barn og unge er blitt like avhengig av foreldra sine for å kunne vere med. Foreldre som uteblir blir lagt merke til, og det får stadig konsekvensar for dei unge:

det viser så tydelig at der det ikkje har vore foreldre med, der dett dei litt av altså. For dei makter ikkje dette aleine. Det er ikkje nok å bare slenge seg med naboen på å reise og gå renn, du må på ein måte ha litt større apparat rundt deg... For eg tenker at det, altså ungene må jo selvfølgelig ha interessen sjølv, men det er nok kanskje ikkje nok, du må ha noen foreldre som er villige til å gi den tiden, for det er klart det går mykje tid. Og eg har ein mann som står ofte i garasjen og smører ski og sånn. Sjølv om det ikkje alltid er like lystbetont å stå der å fryse, så må du vere så interessert å ha så lyst at du faktisk gjer det. Og på sykling, sant, der er ein del reparasjoner og ein del sånne ting ein skal gjer, så du må både kunne litt og vere villige til å lære det. Og du må òg vere såpass interessert at du er villige til å reise. Sånn som til sommeren så skal me til Sverige ei veke for dei skal vere med på eit sånn veker sykkelritt, og då, då må du bruke litt av ferien din på det.(mor – son/dotter)

Har den organiserte idretten blitt eit samlingsplass for familiar? Foreldre som er med på treningar, ritt, reiser, dugnad, og som enda til brukar ferien sin på å følgje med til arrangement i tilknytning til ungdommane si idrettsdeltaking. I dagens samfunn er barnet i sentrum, og både tids og pengeforbruk vert stadig sentralisert kring barna i familien (Brusdal og Frønes, 2008). Mykje tyder på at sykkelklubbane, og til ein viss grad andre idrettar som er representert i undersøkinga, ikkje er noko unntak for denne påstanden

... eg ser i miljøet så er det ofte heile familier. Eller i alle fall ein forelder som stiller opp.
(Mor – son/dotter)

Dette treng sjølvsagt ikkje vere ei negativ utvikling. Tvert i mot. Det er likevel utilrådeleg dersom dette fører til at barn og unge, der foreldra av ulike årsaker ikkje har kapasitet til å følgje opp slik det vert forventa i det bestemte miljøet, vert ekskludert, noko denne mora innser:

Me er nok godt over gjennomsnittet på oppfølging...og noen kan syns at det er plagsomt at me følgjer opp for mykje, sånn at det blir ein belastning for dei, for det at dei greier ikkje å følgje opp i same grad. At det blir litt sånn at dei føler nesten de burde ha vore med fordi at me er med. Fordi der er mange...det er fleire enn oss som er med ganske mykje, og er med på nesten alt. Men det kan bli vondt for dei som ikkje har sjanse på å vere med så mykje. Så dei meiner då kanskje at utøverene burde reist litt meir aleine, med kanskje bare ein eller to ledere med seg. (Mor – dotter 2)

Somme av foreldra seier i tillegg at dei fleire gonger har blitt møtt med delvis negativt lada haldning om at sykling er ein dyr og tidkrevjande idrett. Ei mor fortel at ho til tider møter lite forståing av andre som ikkje sjølv er med i sykling. Og det er liten tvil om at sykling kan vere ein dyr og tidkrevjande idrett. Kor vidt dette er eit ufortent rykte er vanskeleg å svare på, men slik eg ser det, er det uheldig for rekrutteringa dersom dette er ei rådande oppfatting.

Diskusjon – problemstilling 3

5.2 ”Me vaksne òg har mykje kjekt!”

Utsegna frå foreldra visar, etter mi meining, at oppfølging ikkje åleine handlar om ivrige foreldre som er engasjert i sitt eller sine egne barn sin idrettskarriere. Slik eg ser det, viser tendensane knytt til oppfølging at sosial kapital er eit viktig trekk ved den organiserte idretten. Fleire av foreldra viser til at dei sjølve reknar seg som med i eit sosialt nettverk knytt til ungen/ungane deira si idrettsdeltaking.

Men stort sett så syns eg jo me vaksne òg har mykje kjekt med å vere i det sosiale miljøet som me er ein del av på den måten her, og i og med at det er ein sånn foreldregjeng rundt desse ungene, så blir det jo ein lagfølelse der òg på eit vis (mor – son/dotter)

Idretten er ein sosialarena. Den er sosial, ikkje berre for barn og unge som deltek, men den er òg ein sosial arena for engasjerte foreldre (Eliasson, 2009). Men kva rolle spelar det om idretten er prega av heile familiar i aksjon rundt kvart barn eller ungdom? Greier idretten å gje eit tilbod som inkluderar born og unge, uavhengig av om foreldra innehar den rette sosiale kapitalen gjennom eit nettverk knytt til idretten? Med andre ord: opptre sosial kapital som eit inkluderande gode som får barn og ungdom aktivt med i idrett uavhengig av sosial eller økonomisk bakgrunn, eller verkar denne som eit reiskap for dei privilegerte til å oppretthalde sin posisjon og følgjeleg med ekskluderande verknader? I kva grad er den sosiale kapitalen i organisert idrett tilgjengeleg, og kva er sanksjonane for dei som ikkje følgjer normene slik det er forventa (Field, 2008)?

For det at me foreldre òg snakker sammen om utstyr og kan låne av einannan og me er ikkje redde for å ta kontakt og sånne ting... (Mor – son 2)

eg har jo opplevd at der har vore foreldre som har vore i gruppa som har vore sånn sett veldig ressurssterke, som og har vore med og lånt ut sykler for at folk skal kunne begynne og sånn, for at lista ikkje skal vere så høg for å vere med. (Mor – dotter 2)

Eksistensen av sosial kapital er, slik sitatet ovanfor illustrerer, utan tvil positivt og ein viktig ressurs, men som eg har vore inne på tidlegare i oppgåva har sosial kapital tosidige verknadar. ”If social capital gives rise to desirable outcomes, it can also produce social bads” (Field, 2008). Om det siste skulle vere tilfelle i den organiserte idretten er dette neppe bevisst. Likevel, utsegn frå foreldre kan, etter mi meining, tolkast i retning av at eit nettverk foreldre i mellom kan ha stor tyding for unges posisjon og deltaking i den organiserte idretten.

Då må du ha litt ivrige foreldre... de[ungene] er kanskje bare med på trening fordi foreldrene syns det er greit å sende de på trening, men de syns ikkje det er greit å vere med de på ritt, for då må de kanskje sette seg i bilen å kjøre sjølv. Og de vett me, de forsvinner. Og det er jo selvfølgelig foreldrene sin feil vil eg sei. Det er ikkje ungene sin feil, de vil sikkert vere med. Me spør de kanskje ” skal du vere med på ritt?” ” Ja, vett ikkje heilt, eg ser...” Og då vett me jo at de ikkje komme då. Og me tilbyr noen av de og seier ”Ja, me kommer og henter deg!”, men det, det syns de ikkje er så kjekt. Så de detter nok ut de.(Far – dotter)

Altså viss du begynner med fotball så er det kanskje nok med at ungene møter på trening og blir kanskje med på kamp uten at du trenger å vere ein del av det på samme måten. Du kan hive deg med med sykkel i sykkelklubben, og følge med på reiser og sånn. Men stort sett viss ein familie reiser, så er det begrensa kor mange sykler du kan ha på taket, eller på bilen, så eg trur at den lista der er mykje høgare for å komme med i ein sånn type idrett. (Mor – dotter 2)

Dette samsvarar òg med Eliassen (2009) sine funn frå eit feltstudie av barnefotball, om at foreldre sitt innpass og trivsel i foreldregruppa kan ha betydning for barns deltaking i idrett. Sosial kapital botnar i at ei gruppe, eit sosialt nettverk deler verdier og ein felles ideologi (Field, 2008). Gjennom bileta dei intervjuar gjev av den organiserte idretten, kan ein sjå at det eksisterar eit sett av forventningar knytt til det å vise vilje og interesse, og til det å gjere ei rett prioritering av tid og økonomiske ressursar. Undersøkinga viser at dei fleste av foreldra i stor grad er villige til å stille opp, og til å vere ein del av det nettverket, som på si side kan gi mykje tilbake til trufaste medlemmar.

... det er jo noe som gagnar deg tilbake igjen sjølv òg. Du får jo det tilbake igjen i form av kva klubben stiller opp med og betaler, alt frå startkontingenter til alle sånne type ting som det. (Mor – dotter 2)

Ut frå dette kan det etter mi meining sjå ut til at ein felles ideologi eksisterar, og at denne fører med seg fleire positive sider for dei som sluttar seg til den. Men somme er utanfor. Eksempel knytt til mellom anna kjøring og transportering av dei unge viser til at dette kan opplevast som svært problematisk i situasjonar der foreldre er fråverande. Det å stadig måtte hengje seg på andre for skyss kan gje dårlege opplevingar; ”...*det syns de ikkje er så kjekt*” (Sjå sitat far – dotter ovanfor). Foreldra viser til at det i idrettslag og klubbar eksisterer ulike praksisar knytt til kjøring, eller det å bringe dei unge til kamp eller konkurranse. Somme stader er køyrelistar, der dette går på rundgang vanleg, medan andre fullt ut har lagt ansvaret over på foreldra, under påskot av at dei ønskjer å sikre eit visst publikum. Fellesavreise med buss vert òg nytta, men som denne faren påpeikar er dette ikkje nødvendigvis til det beste i hans auge:

... der [på syklinga] har me hatt buss i klubben, sånn at de møter opp utforbi der og så tar me de med oss rundt forbi ... det har sikkert sine negative ting det òg, for då er ikkje foreldrene med alltid. Men stort sett så kjører dei inn sjølv og ser på faktisk talt, så de er som regel med faktisk. Men det er lettere å lure seg unna som foreldre då når de blir kjørte heile tida. Men det har ikkje vore noko problem. (Far – son 2)

5.2.1 Gjenbruk for kven?

... han eldste hos oss han kjøpte seg ein sykkel for litt av konfirmasjonspengane nå, i vår som var, og då kjøpte han ein brukte sykkel som hadde vore brukt ein gong i eit ritt, men som me fekk kjøpt via ein kontakt som me har, og det var halv pris, og då kosta den 12.000. (Mor – son/dotter)

Fleire av foreldra knytt til by-klubben viser til at det eksisterer ein velfungerande bruktnarknad knytt til sykkelklubben. Ei mor fortel òg at dei fleire gonger har nytta sosiale kontaktar i forbindelse med kjøp og sal av brukt utstyr.

Gjenbruk ser ut til å verte stadig meir populært, anten det gjeld klede, møbler, bøker eller anna. Etter tiår med eit akselererande forbruk i tråd med ein stadig aukande velstand i det norske samfunnet, kan det sjå ut til at stadig fleire ser alvoret av forureining og

miljøødeleggingar. Men idrettsrelaterte forbruk handlar ikkje nødvendigvis om trendar eller mentalitet. Risiko har fått ein sentral plass i den norske kulturen, og stadig større del av forbruket vert knytt opp mot tryggleik (Brusdal og Frønes, 2008). Idretten er ikkje noko unntak her. For dei fleste handlar det om å ha utstyr av kvalitet som ein kan stole på, både i høve til at det fungerer som det skal, og i høve til tryggleik. Å handle brukt sportsutstyr krev ofte kunnskap, tilgang til eit sosialt nettverk, og, i høve til ungdommars sosiale miljø, ei sosial aksept av kjøpet. Ikkje kven som helst kan bruke 15.000 på ein brukt sykkel. Nybegynnarar som ikkje har den tilstrekkelige kunnskapen vil ta ein større risiko. Den sosiale kapitalen er, slik eg ser det, viktig for å oppretthalde ein marknad for kjøp og sal av brukt utstyr, som i lys av diskusjonen kring kjøpepress i den organiserte idretten, kan vere ein viktig faktor for å dempe dette. Men eksistensen av ein bruktmarknad tener òg som eit eksempel på korleis sosial kapital er eit framtrèdande og viktig trekk ved den organiserte idretten.

5.3 Økonomiens rolle

Ingen av dei intervjua kjenner til episodar der ungdom har måtta slutte med ein idrett på grunn av familiens økonomi. Godt halvparten av dei utelukkar likevel ikkje at dette kan ha vore ein medvirkande faktor. Mellom anna vert missforhold mellom ungens nivå og foreldres betalingsevne, idrettsdeltaking utanfor bygda eller det å skulle følgje opp fleire barn nemnt som eksempel der dette kan skje. Fleire understrekar at dersom dei unge når eit visst nivå, noko som ofte skjer i 14-16 års alderen, så vil utstyr spele ei rolle. Ein av dei intervjua trur sjølv at sonen hans ville ha nådd lenger dersom han hadde vore villige til å betale meir både i tid å pengar (jf. sitat side 69-70).

Ungdomsalderen er i tillegg ei tid der fleire opplever periodar med mindre motivasjon. Fleire av foreldra fortel at dei i enkelte periodar har måtta legge inn ekstra innsats i form av tid og pengar for å forhindre fråfall.

Mange opplever perioder kanskje der ungene er litt lunkne... viss du då som forelder ikkje er med og motiverer de over den kneika med ein litt sånn demotivert periode, så er det nok den der kombinasjonen då - ein ser at det koster faktisk ganske mykje dette her både i tid og i kroner. Ja, så på den måten trur eg at noen sklir ut av miljøet (Mor – son/dotter)

Sykkelsporten vert òg nemnt spesifikt av somme som ein idrett som kan virke ekskluderande for enkelte pga av kostnader.

... spesielt sånn som sykkelporten... du må jo investere i sykkel og utstyr, og når du skal begynne å investere i dette, så springer jo fort tusenlappene (Mor – dotter 1)

Begge klubbane har leigeavtalar for leie av sykkel, men det er først og fremst i tettstadsklubben at denne ordninga vert trekt fram som attraktiv og som eksempel på at sykling ikkje treng å vere ein dyr idrett. Samlege av dei intervjuja foreldra frå denne klubben nyttar seg av, eller har nytta seg av denne ordninga. Leieordninga inneber at ein leiger sykkel for 200 kroner i månaden, og dersom ein er med lenge nok til at sykkelen vert nedbetalt, så får ein sykkelen. Klubben har i tillegg god økonomi, blant anna på grunn av store inntekter frå å vere med som arrangør av eit større sykkelarrangement. I følgje foreldra som er knytt til denne sykkelklubben, er klubben i tillegg flink til å la dette kome utøvarane til gode i form av minibuss som fraktar utøvarar og sykklar til ritt, og ved at dei sponsar utøvarar i samband med reising.

Er så foreldre sin økonomisk kapital avgjerande for ungdoms deltaking i organisert idrett? Ein kan sjølv sagt ikkje ta alle idrettar under eitt her, men det at ingen av foreldra kjenner til høve der born eller unge har måtta slutte med idrett⁹ på grunn av økonomi, kan etter mi meining òg tyde på at familiar med dårleg økonomi i liten grad er representert i den organiserte idretten, og at dette spesielt gjeld sykling som organisert idrett. Dette er i samsvar med tidlegare funn, mellom anna at familiar med låg inntekt sjeldnare deltek i organiserte aktivitetar (Brusdal og Frønes, 2008). Kor vidt dette skyldes økonomiske årsaker som t.d. kjøpepress, krav om utstyr eller kostnader knytt til reising, gjev ikkje undersøkinga mi nok grunnlag til å kunne svare på. Det er likevel indikasjonar på at foreldre sin økonomisk kapital, og deira vilje til å bruke denne i høve til barnas idrettsdeltaking, spelar ei viktig rolle for ungdom si deltaking i sykling (sjølv om avtalar om leie av sykkel i stor grad kan vere med å redusere kostnader), og at dette nok òg er å finne innan andre idrettar. Dette skyldes mellom anna at utstyrskravet vert større med alderen, det faktumet at dei unge stadig er i ein vekstperiode, og at det er meir reising både lokalt og ut av distriktet knytt til høgare alderstrinn.

⁹ Dette spørsmålet vart under intervjuja stilt ope jf. intervjuguide

5.4 Aktivitetsmønster i endring

Tidlegare forskning har vist at det er ein samanheng mellom foreldre sin vilje til å følge opp eigne barn i den organiserte idretten og deira eige forhold til idrett og trening (Ommundsen, 1986). Vidare var det i denne undersøkinga òg funne at foreldre til barn og unge som hadde slutta med idrett, fråfallarar, i langt mindre grad følgde opp barna sine. Andre forskingsfunn gjev òg grunnlag for å hevde at det er ein samanheng mellom foreldre sitt forhold til idrett og borna deira si deltaking (Eliasson, 2009, Sisjord, 1993). Teoretisk sett vil ein slik samanheng kunne føre til at det oppstår eit markant skilje mellom aktive og passive familiar.

Idrettsdeltaking og syn på idrett går i arv, dei aktive foreldra vil oppdra barna sine til ein aktiv livsstil. Kulturell kapital vert til meir spesifikk idrettskapital og idrettsdeltaking, trening, ein aktiv livsstil og alt det som høyrer til vert del av habitus. Ein livsstil knytt til idrett gjev såleis grunnlag for at aktive familiar vert rike på fysisk kapital. Funne i undersøkinga kan tyde på at det er grunnlag for teorien òg i praksis. Aktive foreldre skaper aktive familiar, slik ei mor fortel det:

... me har valgt å sykle ganske mykje med ungene frå dei var små, og så når de blei større så fekk de lyst til og så vere med å sykle sjølv då. Så har det blitt meir og meir de siste åra at de trives veldig godt med det. Eg og mannen har sykla litt til og fra jobb då, og så har me sykla ein god del samen med ungene. (Mor – son 2)

Forsking tyder vidare på at det er ein viss samanheng mellom sosial, økonomisk og kulturell kapital og utvikling av/investering i fysisk kapital (Lindström, Hanson og Östergren, 2001, López-Bazo og Moreno, 2008). Eit sosial nettverk kan bidra til å fremme ein sunn og aktiv livsstil, personar med høgare utdanning trener meir og har statistisk betre helse enn dei med lågare utdanningsnivå, og hjå personar med økonomisk overskot er ofte forbruket knytt til idrett og trening tilsvarande høgt (Field, 2008, Våge, 2004, Larsson, 2008, López-Bazo og Moreno, 2008, Stavanger Aftenblad 24.04.10). Undersøkinga mi gjev ikkje grunnlag for å kunne påpeike eventuelle samanhengar mellom sosial/økonomisk kapital og fysisk kapital. Men mykje tyder på at fysisk kapital, i samband med andre formar for kapital, er ein viktig medverkande faktor for kvifor fleire av desse foreldra vel å investere store mengder tid, energi og pengar i den organiserte idretten og i ein aktiv livsstil for familien.

Men biletet er likevel i endring. Til skilnad frå t.d. økonomisk kapital kan ikkje fysisk kapital akkumulereast og direkte overførast mellom generasjonar, men må reinvestereast i for kvar ny generasjon (Shilling, 2003). Idrettens posisjon i det norske samfunn har fått mange til å hive seg på treningsbølga (Lesjø, 2008). Ut frå eit sosioøkonomisk perspektiv fann Våge (2004) mellom anna at barn og unges aktivitetsnivå, til tross for ulikskapar knytt til val av idrett og pengar brukt på idrett, var relativt høgt uavhengig av foreldre si inntekt og utdanning. At idrett er sunt er det ingen tvil om, og idrettens positive verdiar knytt til både miljø og helse ser ut til å stå sterkt hjå dagens foreldre (Eliasson, 2009). To av dei intervjuja foreldra gjev uttrykk for at verken dei sjølve eller ektefelle er særleg aktive, dei er likevel opptekne av at ungane deira skal vere med i idrett. Ein kan ikkje generalisere på bakgrunn av dette, men det er likevel ting som kan tyde på at foreldre, uavhengig av sosial bakgrunn (kulturell og økonomisk kapital) eller mengd av fysisk kapital, meir enn nokon gong er opptekne av gje barna sine ein sunn oppvekst. I ein slik kontekst og i lys av diskusjonen ovanfor kring foreldre sin betyding for barn og unge si deltaking i organisert idrett, er kulturanalysar av idretten som felt, kanskje meir enn nokon gong, viktige for å kunne sikre at idretten når sitt mål om ”idrett for alle”.

6. Oppsummering og vegen vidare

Målet for denne oppgåva har vore å sjå på mellom anna korleis kjøpepress kjem til uttrykk i ungdomsidretten, med utgangspunkt i sykling som organisert idrett. Og vidare å sjå på kva betydning foreldre har for ungdom si aktive deltaking. Nedanfor er skissert opp ei samanfating av funna frå intervjuundersøkinga ut frå dei tre problemstillingane.

6.1 Funn

- Få av dei intervjua har opplevd eller opplever eit kjøpepress knytt til det å ha ein eller fleire barn aktivt med i sykling som organisert idrett. Det er likevel nokre indikasjonar på at eit kjøpepress likevel eksisterer. Fleire av dei intervjua kjenner mellom anna til foreldre som har opplevd dette, både innan sykling, men òg andre idrettar som symjing, langrenn og ishockey.
- Av faktorar som kan bidra til å skape eit kjøpepress i den organiserte idretten, kan ein ut frå undersøkinga sjå dette som reklame/kommersielt press, utstyrsfokus, forbrukarkultur og sosialt miljø.
- Foreldre sine haldningar og praksis, trenarar og det sosiale miljøet rundt ungdom i organisert idrett kan i tillegg sjå ut til å vere viktige for å hindre at det oppstår eit kjøpepress i den organiserte idretten.
- Innblikket foreldra i denne undersøkinga gjev av sykling som organisert ungdomsidrett, viser til ein kultur der det kan sjå ut til at stor grad av foreldreinvolvering (i form av kjøring, aktiv deltaking på treningar, medpassasjer/støttespelar på reiser/ritt, halde seg oppdatert på utstyr...etc) er av stor betydning for at ungdom skal kunne delta. I ein slik samanheng vert tilværet av sosial kapital framtrêdande, og eit inkluderande nettverk foreldre i mellom, kan ha betydning for dei unge si deltaking og posisjon i den organiserte idretten. Fleire foreldre oppgjev i tillegg at dei ser foreldreengasjement som ein av dei viktigaste årsakene til ungdomars fråfall frå organisert idrett.
- Ungdomsidretten ser ut til å bevege seg i ei retning av eit større alvor, og i sykling som organisert idrett medfører dette eit større fokus på utstyr. Sjølv om leieavtalar i klubbane til ein viss grad kan bidra til å gjere idretten billigare, ser det ut til at foreldre sin økonomiske kapital, og vilje til å investere denne i barna deira si deltaking, kan ha ei betydning for deltaking kontra fråfall utover i ungdomsåra. Forteljningane til dei intervjua gjev indikasjonar på at dette òg kan vere gjeldane innanfor fleire andre idrettar.

6.2 Avsluttande tankar og vegen vidare

Idretten har hatt ein enorm ekspansjon i det moderne samfunnet, noko som fører til at legitimitet stadig vert stilt i eit kritisk lys. Unge som vaksne, forbrukar enorme summer på klede og utstyr, medlemskap på treningsstudio og personlege trenarar, deltaking på ritt, renn og løp, reiser og inngangsbilletter til idrettsarrangement. I boka idrettssosiologi skisserar forfattar og professor Jon Helge Lesjø opp to framtidssenario for kva retning idretten i det norske samfunnet beveger seg i (Lesjø, 2008). Går ein i retning av ein idrett som fullt ut vert styrt av kommersielle aktørar, eller vil ein nå ei metting overfor det kommersielle (og materielle?) og oppleve ein idrett som beveger seg i retning av tradisjonelle verdier, der frivillig engasjement står i høgsetet (Lesjø, 2008)?

Den kommersielle oppveksten er eit faktum, og stadig fleire områder av barndommen vert kommersialisert. Den organiserte idretten er ikkje noko unntak, men kan på mange måtar sjåast å framstå som ein arena som i stor grad tiltrekker seg kommersielle aktørar, noko òg denne undersøkinga viser. Samstundes viser undersøkinga til foreldre som legg ned mykje tid pengar og energi i barna si idrettsdeltaking. Den frivillige innsatsen vert høgt verdsett, og sett på som ein viktig føresetnad for å hindre fråfall. Enjolras (2002) skil mellom "deltakelse i idrettslag" kontra "forbruk av idrett som en vare" (Enjolras 2002:192). Frivillig innsats er framleis berebjelken i den organiserte idretten, men det kan sjå ut til at stadig fleire ser seg sjølve som kundar av idrettslag, og deltar av denne grunn i mindre grad i det frivillige arbeidet. Men spørsmålet om kva som er til det betre i ein slik samanheng er ikkje nødvendigvis gjeve, og etter å ha gjennomført dette studiet, er kjensla at eg sit att med fleire spørsmål enn svar på dette spørsmålet. Stort fokus på forbruk og ei sterk kommersialisering av idretten kan t.d. føre til større økonomiske kostnader knytt til deltakinga. Idretten som arena for sosial integrasjon, t.d. av barn/ungdom frå ulike sosiale lag, vil i ein slik kontekst svekkast (Enjolras, 2002). På den andre sida kan det, med bakgrunn i denne undersøkinga, sjå ut til at ei vending mot deltaking (i motsetnad til forbruk), og fokus på frivillig innsats, på si side kan føre til at det oppstår kulturar som t.d. forventar stor grad av foreldreinvolvering. Dette kan vidare føre til at grupper av barn og unge, der foreldre av ulike grunnar ikkje har moglegheit til å vere med, vert ekskludert frå deltaking i organisert idrett. I ein organisert idrett som kan sjå ut til å vere ved eit slags vegskilje her, står foreldre etter mi mening fram som viktige nøkkelpersonar i høve til å vere med å styre idretten i ønska retning.

Forhåpentlegvis har denne oppgåva gjeve eit lite innblikk korleis somme foreldre opplever si rolle som idrettsforeldre, og samstundes kunna rette eit kritisk blikk på enkelte utfordringar som den organiserte idretten står overfor, på vegen mot ein ”open og inkluderande idrett”. Meir kunnskap kring foreldre si rolle i den organiserte idretten, og breiare kunnskap om foreldre si oppleving av eigen posisjon, vil slik eg ser det, vere viktig.

Kjelder:

Aakvaag, Gunnar C. 2008 *Moderne sosiologisk teori* Oslo: Abstrakt forlag

Adonis, Andrew and Pollard, Stephen 1997 *A class act: the myth of Britain's classless society* / London: Hamish Hamilton

Andersen, Heine & Kaspersen, Lars Bo 1996 *Klassisk og moderne samfundsteori* København: Hans Reitzel

Arksey, Hilary and Knight, Peter 1999 *Interviewing for social scientists : an introductory resource with examples* / London: Sage Publication

Armour, Kathleen M. & Robyn L. Jones (ed.) 2000 *Sociology of sport : theory and practice* Harlow, Essex : Longman

Barber, Benjamin R. 2007 *Consumed* New York: W.W Norton & Company

Bauman, Zygmunt 2007 Forbrukersamfunn I: Schjelderup, Gerhard E. og Knudsen, Morten W. (red.) *Forbrukersosiologi : makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet* /(s.229-250) Oslo: Cappelen akademisk forlag

Beck, Ulrich 1997 *Risikosamfundet : på vej mod en ny modernitet* / København : Hans Reitzel

Birkeland, Åsmund (red.) 1992 *Karl Marx : arbeid, kapital, fremmedgjøring : sentrale tekster*, Oslo: Falken

Bourdieu, Pierre, 1978 *Sport and social class* Social Science Information, Vol. 17, No. 6, 819-840

Bourdieu, Pierre, 1995 *Distinksjonen* Oslo: Bokklubben

Bourdieu, Pierre, 1996 *Symbolisk makt* Oslo: Pax Forlag A/S

Bourdieu, Pierre, 1999 *Den maskuline dominans* København: Tiderne Skifter

Bourdieu, Pierre, 2006 *Kapitalens former* Agora. Journal for Metafysisk Spekulasjon, 1-2, 2006. p: 2-26

Breivik, Gunnar og Vaagbø, Ola 1998 *Utviklingen i fysisk aktivitet i den norske befolkning 1985 – 1997* Oslo: Norges Idrettsforbund og Olympiske komité

Brusdal, Ragnhild 2005a *Good and bad consumption – parents and children's consumption* Paper presented at Children and youth in emerging and transforming societies, International Conference June 20-July 3, Childhoods 2005, Oslo

Brusdal, Ragnhild (prosjektleder) 2005b *Kommersiell press mot barn og unge i Norden Foreldre og barn i en kommersiell oppvekst* København : Nordisk Ministerråd

Brusdal, Ragnhild 2007 *Hva er det rimelig å ha av forbruksvarer? : folks meninger om hva barnefamilien generelt og barnefamilier på trygd bør ha* / Dokumentet er del av serien Prosjektnotat (Statens institutt for forbruksforskning) Oslo : Statens institutt for forbruksforskning

Brusdal, Ragnhild og Frønes, Ivar 2008 *Små keisere - Barn og Forbruk i verdens rikeste land* Oslo: Gyldendal Akademisk

Buechler, Steven M. 2008 *Critical sociology* Boulder, Colo.: Paradigm

Charmaz, Kathy, 2006 *Constructing grounded theory: a practical guide through qualitative analysis* / London: Sage Publication

Claussen, Bjørgulf, 2008 *Sosiale Ulikheter Og Helse*. Unipub, Oslo

Coakley, Jay 2006 "The good father: Parental expectations and youth sports" Journal of Leisure studies Vol.25, No 2, 153-163

Danielsen, Arild og Nordli Hansen, Marianne 1999 Makt i Pierre Bourdieus sosiologi I: 83

Engelstad, Fredrik (red.) *Om makt : teori og kritikk* (s. 43-78) Oslo : Ad notam Gyldendal

Fontana, Andrea & Frey, James H. 2000 The interview - From structured questions to negotiated text I: Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S. *Handbook of qualitative research* (s.645-672), Thousand Oaks, California: Sage Publications

Ekström Karin M. & Forsberg, Håkan (Red.) 1999 *Den flerdimensionella konsumenten : en antologi om svenska konsumenter* Göteborg: Tre böcker

Eliasson, Inger 2009 *I skilda idrottsvärldar Barn, ledare och föräldrar i flick- och pojkfotboll* Umeå: Pedagogiska Institutionen

Engelstad, Fredrik, 1999 Maktbegrepet etter Max Weber I: Engelstad, Fredrik (red.) *Om makt : teori og kritikk* (s. 15-42) Oslo : Ad notam Gyldendal

Enjolras, Bernard, Seippel, Ørnulf 1999 *Frivillighet, kommersialisering og proffersjonalisering Utfordringer i norsk idrett* Rapport 9:1999 Institutt for samfunnsforskning

Enjolras, Bernard 2002 Senmodernitet, identitetsdannelse og idrettens kommersialisering I: Seippel, Ørnulf (red.), *Idrettens bevegelser : sosiologiske studier av idrett i et moderne samfunn* (s. 180-201) Oslo: Novus forlag

Evans, Julie & Chandler Joan, 2006 *To buy or not to buy: Family dynamics and Children's consumption* Sociological research online Vol.11, issue 2

Fasting, Kari, Ed. Trond Svela Sand, 2009. *Kjønn i endring: En tilstandsrapport om norsk idrett*. Oslo: Akilles

Fauske, Halvor og Øia, Tormod 2003 *Oppvekst i Norge* Oslo: Abstrakt Forlag

Fekjær, Silje Bringsrud, 2009 *Utdanning: et rasjonelt valg?* Sosiologisk tidsskrift, Vol. 17, 291-309 Universitetsforlaget

Field, John 2008 *Social capital* (2.utg.) London: Routledge

Gele, Abdi A. og Harslof, Ivan, 2010 *Types of social capital resources and self-rated health among the Norwegian adult population* International journal for equity in health Volum 9 article number 8

Goffman, Erving 1992 *Vårt rollespill til daglig: en studie i hverdagslivets dramatikk* / Oslo: Pax

Gruneau, Richard 1999 *Class, sports, and social development* Champaign, Ill.: Human Kinetics

Hammersley, Martyn og Atkinson, Paul 1996 *Feltmetodikk, grunnlaget for feltarbeid og feltforskning* Oslo: Ad Notam Gyldendal AS, 2.utgave

Holme, Idar Magne & Solvang, Bernt Krohn 1991 *Metodevalg og metodebruk* Oslo: Tano

Horne, John 2006 *Sport in consumer culture* Baingstoke: Palgrave Macmillan

Horne, John & Manzenreiter, Wolfram (ed.) 2006 *Sports mega-events : social scientific analyses of a global phenomenon* Malden, Mass. : Blackwell

Jakobsen, Arne Martin 2003 *Motiver innen idretten* HBO-rapport 1/2003 Høgskolen i Bodø

Kvale, Steinar 1997 *Det kvalitative forskningsintervju* Oslo: Gyldendal akademisk

Larsson, Bengt 2008 *Ungdomarna och idrotten* Stockholm: Stockholms Universitet

Lesjø, Jon Helge 2008 *Idrettssosiologi* Oslo: Abstrakt forlag

Lindström, Martin, Hanson, Bertil S. Östergren, Per-Olof, 2001 *Socioeconomic differences in leisure-time physical activity: the role of social capital in shaping health related behaviour* Social science and medicine Volume 52 Issue 3 p. 441-451

Lynne, A. 2000. *'Nyansenes makt - en studie av ungdom, identitet og klær'*, Lysaker: Statens Institutt for Forbruksforskning (SIFO).

Myrvang, Christine 2009 *Forbruksagentene : slik vekket de kjøpelysten* Oslo: Pax

Oh, Minjoo & Ardit, Jorge 2000 Shopping and postmodernism: consumption, production, identity, and the internet I: Gottdiener, Mark *New forms of consumption: consumers, culture, and commodification / edited by Mark Lanham*, (s.71-89) Md.: Rowman & Littlefield

Olesen, Jesper, 2003 *Det Forbrugende Barn*. København: Hans Reitzel

Ommundsen, Yngvar 1986 *Idrettsforeldre og frafall fra idrett : en empirisk undersøkelse av foreldrenes idrettsbakgrunn og deres vurderinger og meninger om årsaker til egne barns frafall fra organisert idrett* Rapport nr.4/ Frafall for idrettslig aktivitet i barne- og ungdomsårene Trykk: Oslo

Paulgaard, Gry, 1997 Feltarbeid i egen kultur, innenfra, utenfra eller begge deler I: Fossåskaret, Erik, Fuglestad, Otto Laurits og Aase, Tor Halfdan (red.) *Metodisk feltarbeid, produksjon og tolkning av kvalitative data* (s.70-93) Oslo: Universitetsforlaget

Repstad, Pål 2007 *Mellom nærhet og distanse - Kvalitativ metoder i samfunnsfag*, Oslo: Universitetsforlaget

Rotevatn, Anne Margrethe, 2007 *"Fysisk Funksjonshemning Og Idrett Som Sosial Arena: En Undersøkelse Av Unge Med Funksjonshemning Og Opplevelse av Idrett Som Sosial Arena Sammenlignet Med Funksjonsfriske jevnaldrende: En Case-Studie Av 4 Unge Idrettsutøvere og en trener i to ulike idrettslag."* Diss. [A.M. Rotevatn]

Schleifer, Simone & Asensio, Paco 2004 *Sport design: four elements* New York: teNeues

Schor, Juliet B. (2005) *Born to Buy* New York: Houghton Mifflin

Shilling, C. 2003 *The body and social theory* London UK: Sage Publications 2.utgave

Sisjord, Mari-kristin 1993 *Idrett og ungdomskultur: Bø-ungdom i tall og tale*, Oslo: Norges idrettshøgskole

Snape, Dawn og Spenser, Liz, 2003 *The foundations of qualitative research I*: Richie, Jane and Lewis, Jane (Ed.) *Qualitative Research practice* (s. 1-23) London: Sage Publications Ltd.

Solenes, Oskar og Strandbu, Åse 2008 ”Beckham gikk ikke mye langrenn” – kontroverser om ungdom og idrett, før og nå I: Strandbu, Åse og Øia, Tormod (red.) *Ung i Norge Skole, fritid og ungdomskultur* (s.159-176) Oslo: Cappelen akademisk forlag

Storm-Matisen, Ardi 2008 *Kontekstualisert mening - en diskursiv analyse av unges klær og identiteter* Avhandling for Ph.D.-graden Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi Samfunnsvitenskapelig fakultet Universitetet i Oslo, Statens Institutt for samfunnsforskning

Svendsen, Lars Fr. H. 2007 *Forbruksteoriens idéhistorie I*: Schjelderup, Gerhard E. og Knudsen, Morten W. (red.) *Forbrukersosiologi : makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet /* (s. 35-52) Oslo: Cappelen akademisk forlag

Tangen, Karl-Fredrik, 2007 *Forbruk som kampsport : Pierre Bourdieus sosiologi som verktøy for forbrukerforståelse I*: Schjelderup, Gerhard E. og Knudsen, Morten W. (red.) *Forbrukersosiologi : makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet /* (s. 99-142) Oslo: Cappelen akademisk forlag

Te'eni-Harari, Tali, Lehman-Wilzig, Sam N., Lampert, Sholomo I.,2009 *The importance of product involvement for predicting advertising effectiveness among young people* International Journal of Advertising 28 (2) s 203-229

Theien, Iselin, 2007 *Forbrukeren i historien I*: Schjelderup, Gerhard E. og Knudsen, Morten W. (red.) *Forbrukersosiologi : makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet /* (s. 99-142) Oslo: Cappelen akademisk forlag

Thomas, Susan G. 2007 *Buy, buy baby – How Consumer Culture Manipulates Parents and Harm Young Minds* New York: Scribner

Thoresen, Victoria W. 2006 *Forbruker og medmenneske* Hamar : Victoria W. Thoresen

Torkildsen, Per Inge, 1992 *Den store stygge idrettsboka*, Gjøvik: Det norske samlaget

Vaage, Odd Frank, 2004 *Barns og unges idrettsdeltakelse og foreldres inntekt Analyse med data fra Levekårsundersøkelsen 2004* Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå

Vaage, Odd Frank, 2009 *Mosjon, Friluftsliv og kulturaktiviteter Resultater fra Levekårsundersøkelsen fra 1997 til 2007* Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå

Veblen, Thorstein 1994 *The theory of the leisure class* New York : Penguin Books

Walseth, Kristin, 2006 "Sport and Integration: the Experience of Young Muslim Women." Diss. Oslo: Norges idrettshøgskole

Wikan, Unni 1995 *Mot en ny norsk underklasse – Innvandrere, kultur og integrasjon* Oslo: Gyldendal Norsk forlag

Oppslagsverk:

Korsnes, Olav [red.] 2008 *Sosiologisk leksikon* Oslo: Universitetsforlaget

Rapporter og utredninger:

NOU 2001: 6 *Oppvekst med prislapp? Om kommersialisering og kjøpepress mot barn og unge* Statens forvaltningstjeneste Informasjonsforvaltning Oslo 2000

Årsrapport 1988 Norges Idrettsforbund red. Bjørn Ruud, Gan Grafisk AS, Oslo

Årsrapport 2008 Norges Idrettsforbund og Olympiske komité Trykk:07 Gruppen AS

Internett:

Aviser/TV

http://www.aftenbladet.no/sport/1154574/Nordjoerittet_fullt_paa_ti_minutter.html

Stavanger Aftenblad – Nordsjørittet fullt på 10 minutter : Hentet 25.05.10

<http://www.aftenposten.no/meninger/kommentarer/article1813026.ece> Aftenposten - barneidrett for hvem – og hvorfor? hentet 16.11.09

<http://www.aftenposten.no/nyheter/sport/sykkel/article3602913.ece> Aftenposten - Nordmenn sykler som gale, Hentet: 09.05.10

<http://www.tv2nyhetene.no/innenriks/birken-utsolgt-paa-41-sekunder-2990836.html>

Tv2nyhetene - Birken utsolgt på 41 sekunder: Hentet 27.03.10

<http://www.dn.no/privatokonomi/article1782458.ece>

Dagens Næringsliv – I kø for Jimmy Choo : Hentet 07.04.10

Barnevakten.no:

<http://www.barnevakten.no/tekst/25205/Superomsetning-for-NRK.aspx> Barnevakten.no – superomsetning for NRK, hentet 16.11.09

<http://www.barnevakten.no/sider/tekst.asp?side=25142> Barnevakten.no – Barnas superjul med Spin-off-utvalg, hentet 16.11.09

<http://www.barnevakten.no/sider/tekst.asp?side=25135> Barnevakten.no – barne-tv hele dagen, hentet 16.11.09

<http://www.barnevakten.no/tekst/25759/BarneVakten-advarer-mot-kj%F8pepress.aspx>

Barnevakten.no – BarneVakten advarer mot kjøpepress, hentet 16.11.09

Norges idrettsforbund:

1) <http://www.idrett.no/t2.aspx?p=9855&x=1&a=168842>

Norges idrettsforbund – Bestemmelser om barneidrett: Hentet 05.04.10

2) <http://www.idrett.no/t2.aspx?p=68067>

Norges idrettsforbund – Retningslinjer for ungdomsidrett: Hentet 05.04.10

Forbrukerombudet.no:

1) <http://www.forbrukerombudet.no/index.gan?id=517>

Barn som reklameobjekter – Hentet 22.05.10

2) <http://www.forbrukerombudet.no/index.gan?id=1342>

Samarbeid for å redusere kjøpepress mot barn i idretten: Hentet 20.04.10

3) <http://www.forbrukerombudet.no/index.gan?id=1342>

Bestemmelser om markedsføring overfor mindreårige i idretten. Se link: *Bestemmelser om markedsføring mot mindreårige i idretten* Hentet 20.04.10

Statistisk sentralbyrå – ssb.no

1) <http://www.ssb.no/ssp/utg/200304/04/>

Samfunnsspeilet nr. 4, 2003: Økning i bruk av SFO: Hentet 27.04.10

2) <http://www.ssb.no/samfunnsspeilet/utg/200405/06/index.html>

Samfunnsspeilet nr.5, 2004: Mest mosjon og idrett blant de med høy inntekt og utdanning:
Hentet 27.05.10

3) <http://www.ssb.no/ssp/utg/200805/07/>

Samfunnsspeilet nr.5 , 2008: Flere tar del i inntektsveksten Hentet: 27.05.10

Sportsbransjen as

1) <http://www.sportsbransjen.no/presse.asp?act=read&RecNo=1843&meny=7,46>

Sportsbransjen as: Nordmenn trener seg ut av finanskrisen: Hentet 09.05.10

2) <http://www.sportsbransjen.no/presse.asp?act=read&RecNo=1954&meny=7,46>

Sportsbransjen as: Sportsbransjen fortsetter veksten: Hentet 10.05.10

Barneombudet.no

http://www.barneombudet.no/temasider/kultur_fri/kommersial/fakta_komm/kjoepress/

Kjøpepress – Hvordan virker kjøpepress på barn og unge? Hentet 11.05.05

Helsedirektoratet

http://www.helsedirektoratet.no/fysiskaktivitet/trening_mosjon/

Råd for trening og mosjon : Hentet 20.04.10

Avisartikler

Aftenposten innsikt mai 2009

A-magasinet, Aftenposten 20.11.09, Mediemakt frå jenterommet s.10

Dagbladet 22.11.09

Stavanger Aftenblad 04.08.09 Foreldre bør bremse kjøpepresset fra barna s.8

Stavanger Aftenblad 24.04.10 Treningsbølgen øker klasseskillene s.4-5

Stavanger Aftenblad 26.04.10 Flere kvinner trækker til s. 27

Vedlegg

Til:.....

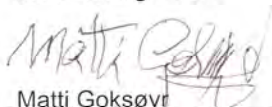
Vår avd. Seksjon for kultur og samfunn

Dato: 25.1.2010

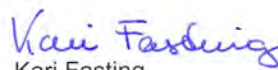
Det bekreftes herved at Ingfrid M. Thorjussen er masterstudent ved Seksjon for Kultur og Samfunn ved Norges idrettshøgskole. Hun skal skrive en masteroppgave om forbrukskultur og kjøpepress knyttet til det å ha barn/ungdom med i organisert idrett. Spesielt er hun opptatt av om og hvordan foreldre med barn i alderen 14-16 år, som er med i organisert idrett, opplever dette. Hennes veileder er professor Kari Fasting.

Du er tatt ut til å være med i undersøkelsen. Vi håper at du har anledning og er villig til å bli intervjuet av Ingfrid, da dette er en forutsetning for at hun kan få gjennomført prosjektet. Intervjuet tar ca 45 minutter. Intervjuene vil bli anonymisert, og resultatene presentert i en slik form at det vil være umulig å gjenkjenne de som er intervjuet.

Med vennlig hilsen



Matti Goksøyr
Professor - Seksjonsleder



Kari Fasting
Professor - Veileder

Samtykkeerklæring ved innsamling av opplysninger til forskningsformål

Prosjekt: ”Kommersielt press og forbrukerpress blant ungdom i organisert idrett – foreldres erfaringer”
Masterstudent: Ingrid Mattingsdal Thorjussen
Veileder: Professor Kari Fasting

Ad prosjektet: Ungdom, forbruk og kommersielt press

Formål: Å utvikle kunnskap om hvilke erfaringer foreldre til idrettsungdom i aldersgruppen 14-16 år, har i høve til idrettsrelatert forbruk og kommersielt press overfor barn og unge

.....

Jeg samtykker i at de innsamlede opplysninger kan brukes av Ingrid Mattingsdal Thorjussen i utrapportering fra prosjektet.

Det vil kun være Ingrid Mattingsdal Thorjussen og Kari Fasting som vil ha tilgang til intervjuene. Intervjuene vil også bli anonymisert, og det vil i masteroppgaven ikke være mulig og identifisere enkeltpersoner.

Jeg er også kjent med at deltakelse i prosjektet er frivillig, og at jeg når som helst kan få slettet de opplysninger som er registrert om meg.

.....

Sted	Dato	Underskrift av intervjuperson
------	------	-------------------------------

Intervjuguide:

1. Introduksjon

1. Praktisk informasjon
2. Muntlig gjennomgang av skriv
3. Signatur samtykkeerlæring

2. Idrettens rolle i familien/syn på idrett

1. Hvilke idretter/aktiviteter blir bedrevet i familien?
2. Var det noen grunn til at akkurat denne/disse idrettene ble valgt?
- Var det noe som var viktig ved valg av idrett for dine barn? (tilgjengelighet, sosiale forhold, økonomi, inne/ute idrett, helårsidrett, tradisjon, barna sitt eget ønske...)
3. Har du selv vært aktiv i idretten ditt/dine barn driver?
 - a. Vært med som trener for din sønn/datters lag?
 - b. Den andre forelderen?
4. På hvilken måte preger ditt/dine barns deltakelse i idrett familiens hverdag?
kjøring til og fra, oppfølging, ...
5. Hvilken rolle vil du si at idrett og idrettsdeltakelse har i din familie?
 - a. Viktig prioriteringspost både tidsmessig og økonomisk?

3. Forbruk knyttet til idrett

1. Kan du sei litt om (hvordan du ser på) din familie sitt samlede forbruk relatert til idrett og fritidsaktiviteter, siste 1-2 år. Og då tenker eg på alt frå kontingenter, reiseugifter, kjøp av utstyr
Viktig/nødvendig investering? En prioritert utgiftspost? I forhold til andre aktiviteter?
2. Kan du tenke deg forhold som kan legge begrensinger på en familie sitt forbruk knyttet til idrett? Hvilke grunner (årsaker)?
Økonomisk prioritering, Tid, Prioritering mellom barna, Prioritering mellom ulike aktiviteter, Miljøbevissthet,
 - i. Har du konkrete eksempler?
3. Hvem betaler for ditt barns forbruk knyttet til idrett?
Eks: Reiser, overnatting, utstyr, kontingenter, lommepenger...

- a. Finnes det noen ordninger/avtaler for laget/(klubben)(eller enkelte utøvere?) i forhold til
 - i. Leie av utstyr
 - ii. sponsoravtaler for klede eller utstyr,
 - iii. rabattavtaler med butikker,
4. Er det områder der det er vanskelig å holde kontroll over utgiftene knyttet til ditt/dine barns deltakelse i idrett?
 - a. Eksempel?
mye "obligatoriske" ugifter? Turneringer, reise til og fra kamper eller lignende) utstyrskrav, slitasje (holder ting lenge nok, må ting byttes ut uten at det virker slitt..?)
 - b. Gjer de noko for å ha kontroll?
5. Hvordan opplevere du din egen betalingsvillighet i forhold til "de andre" foreldrene?
6. Er det noe du vil trekke fram som spesielt positivt eller negativt i forhold til det forbruket som de har knytta til idrett, og til ungen din sin idrettsdeltakelse?

4. Kjøpepress, forbrukerpress, kommersialisering

7. Hvilke tanker har du om det generelle forbruket i samfunnet knyttet til idrett og trening?
Bra at mange velger å prioritere fysisk aktivitet og en aktiv livsstil? Mye sløsing?
1. Finnes det retningslinjer, for eksempel en øvre grense for hvor mye en tur i forbindelse med ritt/renn eventuelt treningssamling skal koste?
deling på utgifter knyttet til reising, hvem som kjører, betaler bensin, hvor mye dekker klubben av reiseurgifter?
2. Opplever du at det er et sosialt press innad i laget knyttet til forbruk?
Trendsettere i laget/klubben/gruppa, press blant venner, ønske/krav om bestemte merker, "alle andre har-argumentet"...
 - a. Noen konkrete eksempler?
3. Hvilken rolle tror du trener/trenere spiller i forhold til å skape eller forhindre et kjøpepress?
 - a. Opplevd at trener gir råd knyttet kjøp av utstyr? *Positivt/Negativt? Til hjelp eller bidrar til press?*
 - b. Har du opplevd at en trener har oppfordret til kjøp, eventuelt gått ut for å begrense forbruk knyttet til utstyr?
 - c. Konkrete eksempler?
4. Hvilke tanker har du gjort deg opp om reklame og kommersielt press overfor barn og unge i dagens samfunn?

5. Kva trur du er viktig for din gutt/di jente når han/ho kjem med ønsker om nytt utstyr?
Er det bestemte merker du foretrekker foran andre? Viktig med god kvalitet, heller enn pris? Prisen avgjør?
6. Har du inntrykk av at det å ha det nyeste eller beste på utstysfronten er viktig i laget?
7. Det sies at vi ar en bruk og kast kultur i dagens samfunn, hvordan ser du idretten i en slik sammenheng?
8. Tror du det er foreldre som opplever et kjøpepress?
Generelt, Knyttet til det å ha barn med i idretten
9. Kjenner du til episoder der barn eller unge har måttet slutte med en idrett(organisert idrett) på grunn av økonomi?
10. Kjenner du foreldre som ikke har barna sine med i organisert idrett? Familier hvor barna ikke er aktive i idrett?
 - a. Hva tror du kan være årsakene til dette?
11. Opplever du at økonomi er en avgjørende faktor for å kunne ha barn med i idretten?
12. Hvordan er ordningene knyttet til dugnad og forventet dugnadsinnsats overfor laget din sønn/datter er med i?
13. Tror du det er foreldre som opplever dugnad som et hinder for å kunne ha barn med i den organiserte idretten?

5. Utstysfokus og produktspesialisering

1. Prøver du å holde deg oppdatert om utviklinger på utstysfronten innenfor idretten ditt/dine barn bedriver?
2. Syns du det enkelt å skille mellom hva som er gode og nødvendige forbedringer på utstysfronten, og hva som bare er gammelt nytt i med ny design?
Kva som er nødvendig utstyr, tilleggsutstyr...
3. Mye har skjedd knyttet til utvikling av nytt sportsutstyr og tekniske forbedringer av allerede eksisterende utstyr siden du selv var ung (f.eks sko for ulike typer underlag, klappskøyter, skøyteski, karbon som materiale i sykler/ski og staver, klikkpedaler og egne sykkelsko, teknisk treningstøy...). Hvordan opplever du denne utviklingen?

Kodesystem, MaxQdata:

- Økonomi
 - Pengeforbruk
 - Fordeling av utgifter
 - Forbrukarkultur/generelt forbruk
 - Økonomiens betydning

- Forbrukspress
 - Motverkande faktorar
 - Utløysande faktorar
 - Eigenopplevd
 - Historier om andre
 - Generelle tankar
 - Uopplevd
 - Kjønn
 - Utstyrsfokus

- Foreldrerolla
 - Oppfølging
 - Kjønn
 - Oppseding

- Aktivitetsnivå i familien
 - Idrettar
 - Årsaker for trening/idrett
 - Engasjement
 - Tidsbruk

- Sykkelkultur
 - Historisk utvikling
 - Tidsforbruk

- Ungdom
 - Kommersielt press
 - Kjønn
 - Sosialt press
 - Merkebevisstheit
 - Utstyrsfokus
 - Foreldrepress