

**Martin Wiig Larsen**

## **"Birkebeinerkultur" i næringslivet**

Hvordan opplever ansatte i en høyprofilert kunnskapsbedrift "birkebeinerkulturen"?

**Masteroppgave i idrettsvitenskap**

Seksjon for kultur og samfunn  
Norges idrettshøgskole, 2013



## Sammendrag

Denne studien undersøker hvordan åtte ansatte i en høyprofilert kunnskapsbedrift opplever ”birkebeinerkulturens” stadig økende popularitet i næringslivet. Den tar også opp hvilke signaler finanspressens medierte framstilling av ”birkebeinerkulturen” kan sende til omverdenen. Videre har Pierre Bourdieus sosiologiske teorier og begreper, og Robert A. Stebbins teori om opplevelsesaspektet ved fritidsaktiviteter blitt brukt for å diskutere resultatene som kom fram av dataanalysen.

Relatert til motivasjon for å bedrive idrett, genererte ”birkebeinerkulturen” flere positive opplevelser. Ambisiøse målsettinger, sosial interaksjon, avkobling i naturen og god helse ble trukket fram som de viktigste belønningene relatert til en fysisk aktiv livsstil.

”Birkebeinerkulturen” i næringslivet blir gjennom media framstilt som et felt hvor dyrt utstyr og stor pengebruk knyttes tett opp mot sosial status. Intervjupersonene mente dette gjaldt for noen miljøer, men ikke for flertallet. I disse miljøene kunne derimot den økonomiske kapitalmengden bli direkte avgjørende for posisjonen i feltet. Det å skaffe seg det siste innen treningsutstyr kunne dermed bli avgjørende for opprettholdelse av status i næringslivets idrettsfelt.

Relatert til jobben kunne kompetitiv innstilling og prestasjonsfokus ha en viss overføringsverdi til arbeidsplassen om man brukte dem på riktig måte i en intervjusituasjon. Det må dessuten presiseres at de positive assosiasjonene i stor grad ble styrt av den potensielle arbeidsgivers idrettsinteresse. Samtidig kunne erfaringer fra ”birkebeinerkulturen” være truende for samarbeid og bedriftens prestasjonskultur om den ble brukt feil. I møte med forretningsforbindelser kunne man spore samme tendens, hvor samtaler om idrett kunne lette den sosiale interaksjonen om motparten delte samme interesse. Innad i bedriften ble idretten benyttet som sosialt verktøy og ble sett på som viktig i markedsføringen mot konkurrerende firmaer. Dessuten ble ”birkebeinerkulturen” trukket fram som en av de ”riktige” verdiene å markedsføres gjennom i dagens økonomifelt.

Intervjupersonene syntes medienes framstilling av ”birkebeinerkulturen” i næringslivet ble for ensidig. Et for stort fokus på ivrige enkeltpersoner og dyrt utstyr gjorde at flere

etterlyste et mer nyansert bilde av gjennomsnittsdeltakeren. Dessuten tok oppslagene fokuset vekk fra alle de positive sidene ved konkurransene. Noen pekte på hvordan omverdenen lett kunne få et feilaktig inntrykk av fysisk aktive mennesker i merkantile yrker.



# Innhold

<b>Sammendrag .....</b>	<b>3</b>
<b>Innhold .....</b>	<b>5</b>
<b>Forord.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Innledning.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Økende interesse for mosjonsidrettskonkurranser.....</b>	<b>11</b>
1.1.1 ”Birkebeinerkultur” .....	11
1.1.2 Næringslivet.....	12
1.1.3 Næringslivets medierte treningstrend .....	13
<b>1.2 Tidligere forskning.....</b>	<b>16</b>
1.2.1 Hvem er egentlig ”birkebeinerne”? .....	16
<b>1.3 Min oppgave .....</b>	<b>19</b>
1.3.1 Problemstilling.....	20
<b>2. Teori .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Pierre Bourdieu .....</b>	<b>21</b>
2.1.1 Sosiale rom.....	22
2.1.2 Klasser.....	22
2.1.3 Sosialt felt og kapital .....	23
2.1.4 Habitus .....	25
2.1.5 Idrettsfeltet .....	26
2.1.6 Idrett og forbrukerkultur .....	29
2.1.7 Idrett og helse.....	30
<b>2.2 Robert A. Stebbins og fritidsaktiviteter .....</b>	<b>30</b>
2.2.1 Serious leisure .....	31
2.2.2 Kjennetegn på serious leisure .....	32
2.2.3 Belønning.....	32
2.2.4 Ulemper ved serious leisure.....	34
2.2.5 Serious leisure og arbeidsforhold.....	34
<b>3. Metode .....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 Hvorfor kvalitativ metode? .....</b>	<b>36</b>
<b>3.2 Kvalitativt intervju.....</b>	<b>36</b>
<b>3.3 Forberedelse til undersøkelsen.....</b>	<b>37</b>
<b>3.4 Utvalg .....</b>	<b>38</b>
<b>3.5 Utarbeiding av intervjuguide.....</b>	<b>38</b>
<b>3.6 Gjennomføring .....</b>	<b>40</b>

3.7	Transkripsjon og analyse .....	42
3.8	Etiske overveielser .....	44
<b>4.</b>	<b>Resultater og diskusjon .....</b>	<b>46</b>
4.1	Opplevelse av og motivasjon for trening.....	46
4.1.1	Målsettinger .....	47
4.1.2	Sosiale relasjoner .....	51
4.1.3	Natur og avkobling .....	55
4.1.4	Helse .....	56
4.2	Utstyr og utgifter .....	60
4.3	”Birkebeinerkultur” og jobb.....	65
4.3.1	Førsteinntrykk og ”icebreaker” .....	66
4.3.2	Bedriften .....	72
4.4	Den medierte ”birkebeiner” .....	76
<b>5.</b>	<b>Oppsummering .....</b>	<b>80</b>
5.1	Opplevelse av og motivasjon for trening.....	80
5.2	Utstyr og utgifter .....	82
5.3	”Birkebeinerkultur” og jobb.....	82
5.4	Den medierte birkebeiner .....	83
5.5	Hvordan opplever ansatte ved en høyprofilert kunnskapsbedrift ”birkebeinerkulturen” i næringslivet?.....	84
5.6	Veien videre .....	84
	<b>Referanser .....</b>	<b>86</b>
	<b>Vedlegg .....</b>	<b>91</b>



## Forord

Arbeidet med denne masteroppgaven har vært en lang og krevende. Jeg har kombinert lange arbeidsdager med masteroppgaveskriving, noe som til tider har vært meget hektisk. Samtidig har det siste året vært veldig lærerikt. Med stramt tidsskjema, krevende masteroppgave og spennende jobb, har jeg måttet lære meg å arbeide strukturert og målrettet. Selv om arbeidssituasjonen i perioder har vært slitsom, ville jeg aldri ha vært den foruten.

Jeg ønsker derfor å takke mine kolleger i DRIV Trening, for støttende ord, inspirerende samtaler og flott kollegialt miljø de siste 10 månedene.

En stor takk rettes til intervjupersonene som deltok i prosjektet, som velvillig stilte opp og delte av sin hverdag, og i særdeleshet vedkommende som fungerte som min kontaktperson i bedriften. Uten dere, ingen oppgave.

Biblioteket ved Norges Idrettshøgskole skal takkes for behjelpelighet med litteratursøk og konstruktive råd om oppgaveskriving.

Takk til professor Gunnar Breivik for utdeling av nyttig datamateriale om langrenn og sosial status.

Takk til forfatter Kristian Finborud og SKALD Forlag, for tillatelse til å bruke et bilde fra hans bok ”Det norske skieventyret” i min oppgave.

Mamma, Pappa og lillesøster Kristin har bidratt med positivitet og oppmuntring i perioder med store arbeidsmengder. Ikke minst vil jeg takke dem for fantastisk korrekturlesing de siste ukene fram mot leveringsdato.

Men den aller største takken skylder jeg min veileder, Mari-Kristin Sisjord, ved seksjon for kultur og samfunn. Takk for at du tålmodig leste igjennom bunkene med uferdig materiale jeg sendte deg. Du har vært fleksibel med møtetidspunkt og gitt meg tydelige og konstruktive tilbakemeldinger. Takk for at du på strak arm ramset opp passende

kilder, og hjelp meg med å få en spennende vinkling på min problemstilling. Jeg ønsker derfor å takke deg for den strålende veilederjobben du har gjort for min oppgave.

Oslo, Mai 2013

Martin Wiig Larsen

# 1. Innledning

Birkebeinerarrangementene, Vasaloppet, Trondheim – Oslo eller en maratonkonkurranse var tidligere konkurranser forbeholdt de som virkelig ville demonstrere sin fysiske kapasitet for omverdenen. Det var gjerne de aller ivrigste og de med et stort treningsgrunnlag som turde å begi seg ut på slike strabasjose ferder. De som brukte sommer og høst, søndager, fridager og hver en ledig stund på rulleski, på stier eller i myrer. For mennesker uten denne interessen ble derimot konkurransene ofte sett på som ”uoppnåelige”, og noe ikke ”normale” folk drev med. Slik var det før. Det er andre tider nå. I takt med befolkningens økende helsefokus har behovet for nye fysiske utfordringer begynt å melde seg til en stadig økende andel fysisk aktive i befolkningen.

Mosjonsidrettskonkurranser har i dag blitt noe mange ønsker å delta på, noe man kan se gjennom det siste tiårets voldsomme deltakervekst (Thrane, 2011). Stadig flere fatter interesse for å konkurrere i løp, sykling og langrenn, og det å greie merkekravet<sup>1</sup> i Birken<sup>2</sup> er ikke lenger en like eksklusiv bragd som for femten tjue år siden. Man kan se en trend i befolkningen hvor stadig flere ønsker å delta og identifisere seg med mosjonsidrettskonkurranser. Interessen for konkurranser favner i tillegg mye bredere i dag enn for noen tiår siden. Utstyrsfokus, kunnskap og tid brukt på trening og forberedelser øker i omfang og vi blir stadig introdusert for nye konsepter og konkurranseformer. Det legges hele tiden til rette slik at flest mulig får anledning til å delta, og konkurransene når derfor et stadig bredere publikum. Tradisjonelle arrangementer utvides over flere dager, slik som ”Fredagsbirken”, på sykkel og ski, som arrangeres dagen før lørdagens hovedkonkurranse. Svenskenes store langrennssklassiker Vasaloppet arrangeres i ulike versjoner hele uken før hovedrennet går på søndagen. Slike arrangørmessige grep åpner opp for økt deltakelse av utøvere på alle nivåer.

Denne raskt økende trenden har noen valgt å gi et navn. Uttrykket ”birkebeinerkultur” har dukket opp blant enkelte som en beskrivelse av befolkningens generelle

---

<sup>1</sup> Merkekravet regnes ut av gjennomsnittstiden av de fem beste tider i hver klasse pluss tjuedefem prosent tidstillegg. Regnes av mange som et skille på om man går fort eller ikke og premieres med en pin av arrangøren. Man premieres også for antall merker man har kapret.

<sup>2</sup> Kallenavn på Birkebeinerarrangementene i ski, sykkel og løp. Blir brukt som beskrivelse av disse videre i oppgaven og kan referere til en av de tre konkurranseformene.

interesseøkning for mosjonsidrettskonkurranser. I denne oppgaven ønsker jeg å belyse hvordan ansatte i en stor internasjonal kunnskapsbedrift i det private næringslivet opplever ”birkebeinerkulturen”. Sannsynligvis den bransjen hvor interessen har økt mest det siste tiåret.

Først vil jeg belyse nærmere hva ”birkebeinerkulturen” kan symbolisere.

## **1.1 Økende interesse for mosjonsidrettskonkurranser**

Jeg vil nå presentere hvordan ”birkebeinerkulturen” kan observeres i samfunnet. Det må presiseres at begrepet i min oppgave ikke bare omhandler deltakelse i konkurranser arrangert av Birkebeinerarrangementene<sup>3</sup>, men omfatter den generelt økende interessen for renn, ritt og løp. Vi kan gjennom ”birkebeinerkulturen” danne oss et bilde av den gjennomsnittlige ”birkebeiner”. I denne oppgaven vil uttrykket brukes om en person som deltar i alle typer mosjonsidrettskonkurranser også utenom Birkebeinerarrangementene.

Når det gjelder informasjon omkring interessen for mosjonsidrettskonkurranser, må jeg i stor grad støtte meg til media, samt noen kartleggingsundersøkelser. Litteratur- og internettsøk gir ingen klar definisjon av uttrykket ”birkebeinerkultur”, men i media og andre kanaler har likevel uttrykket blitt brukt til å peke på deltakernes holdninger til egen idrettspraksis.

### **1.1.1 ”Birkebeinerkultur”**

Artisten Susanne Sundfør er en av de som har definert hva hun mener den nye kulturen bringer med seg. Som medlem av den klassiske kultureliten, tradisjonelt i opposisjon

---

<sup>3</sup> Birkebeinerrennet, Birkebeinerrittet, Birkebeinerløpet, LandeveisBirken og alle tilhørende konkurranser.

mot trening og sunnhetslivsstil, forteller hun hvordan hennes oppfatning av ”birkebeinerkulturen” i samfunnet ble brukt til irritasjon og inspirasjon til hennes siste plate:

*”Alt handler om et ekstremt behov for å være så jævlig sunn. Samtidig er man omgitt av alle disse syntetiske tingene. Jeg sier ikke at det i seg selv er negativt, det jeg synes er negativt er dette helsehysteriet. Jeg hater denne birkebeinerkulturen, den er så elitistisk og ekskluderende. Alle skal ha den perfekte kroppen, det perfekte huset, de perfekte barna, den perfekte bilen. De perfekte skiene! Æsj! Det er ikke mye rom for at folk kan være litt ”funky”, alt er så lite uforutsigbart. Vi lever i vår egen lille birkebeinerboble” (Rones, 2012).*

Rønning et al. (2011) har gjort en kartleggingsstudie på hva som kjennetegner en typisk ”birkebeiner” og hvorfor konkurransene har fått så stor status. Det kom fram at det å vise omgivelsene at man er en av deltakerne, assosieres av mange med noe positivt. Som en naturlig følge av dette kommer også konsumentvaner og synet på livsstil og helse. ”Birkebeinerkulturen” blir med andre ord en totalpakke omkring prestasjon og personlig forbedring, som flere og flere ønsker å identifisere seg med

*I en tid hvor alt kan kjøpes for penger, kan deltakelse i Birkebeinerrennet fremstå som noe eksklusivt. Man må gi noe mer. Deltakelse i rennet krever at man kan prioritere tiden sin mellom jobb, familie, fritidsinteresser og trening. Å holde seg i form og å leve sunt er vår tids idealer og Birkebeinerrennet bygger opp under nettopp dette (Rønning et al., 2011).*

Det er elementene Rønning et al. (2011) trekker fram fra sine undersøkelser som jeg ønsker å betegne som ”birkebeinerkultur” i min oppgave.

### **1.1.2 Næringslivet**

En gruppe som lenge har vektlagt trenings- og helselivsstilen er ansatte innenfor næringsliv, finans eller advokatnæring, også kalt merkantile yrker. I denne bransjen har trening i flere år blitt knyttet til status, og det kan se ut som at fokuset bare har økt i takt med resten av befolkningen. Toppledere har blant annet begynt å konkurrere seg imellom gjennom idrettskonkurranser og bruker dette som statussymbol. Sosiolog



Marianne Inez Lien peker på en av grunnene til hvorfor idretten stadig får større oppmerksomhet i næringslivet:

*Blant lederne ser vi at det også er en trend å realisere den moderne livsstilen, som i stor grad handler om å trene og holde seg i form. Vi ser at fysisk kapital er blitt en viktig kapitalform blant øvre sosiale sjikt. Den ytre kontrollen skal gjenspeile en indre moral og viljestyrke, sier hun (Bristøl, 2010a)*

”Birkebeinerkulturen” kan i dette miljøet signalisere noe om holdninger og personlige egenskaper, fordi idrett og trening ikke lenger sees på som en ubetydelig fritidsinteresse. Et annet eksempel på dette er det siste tilskuddet i bedriftsidrettsfeltet. Fra 18. til 20. Januar 2013 arrangerte Sjusjøen IL norgesmesterskap på ski for næringslivet. I presentasjonen het det at: ”Mesterskapet skal være et sosialt og uformelt mesterskap for bedrifter og organisasjoner av alle størrelser” (Scheve, 2012). Artikkelen ble slått stort opp i medier som rettet seg mot det markedsøkonomiske feltet, og dette er ikke tilfeldig. Finanspressen har nemlig også fått øynene opp for bransjens økende idrettsinteresse, og jeg vil nå belyse deres dekning av næringslivets idrettsfelt.

### **1.1.3 Næringslivets medierte treningstrend**

I de senere årene har stadig flere medieaktører med markedsøkonomisk profil formidlet treningsrelaterte artikler til sine lesere. I aviser og tilhørende nettsteder publiseres artikler om hvordan man forbedrer seg i de tradisjonelle ”birkebeineridrettene” ski, sykkel og løping. Dagens Næringsliv har i en del år driftet medieportalen *DNaktiv*. DNs nyhetssjef, Magne Storedal, kan fortelle om deres målsetting om å være den avisen som skriver mest om aktører, produkter og trender innenfor trening og fritid:

*(...) Hver torsdag i spalten ”Topp og trent” presenterer vi aktører som trener mye, ikke bare for å glede seg over å ha en jobb som fungerer optimalt, men også for å yte på et høyt nivå i jobben. Torsdag 29. oktober skrev vi for eksempel om hedgefondforvalter Martin Mølsæter i Ferncliff Asset Management som fikk 12. beste tid i Oslo Maraton i høst. For seks år siden klarte han så vidt å løpe seks kilometer sammenhengende. Vi tror at denne typen historier inspirerer og motiverer andre til å trene og mosjonere (Storedal, 2009).*

Andre liknende aktører på nettet er blant annet *e24.no*, ett av Norges ledende nettsted for næringslivsnyheter. Nettsiden postes stadig med treningsrelaterte artikler beregnet på mennesker i næringslivet. *Hegnar Media*, som blant annet utgir *Finansavisen*, har sin nettportal *Hegnar Sprek* som likner de to andre både i innhold og format. I tillegg arrangerer de det årlige *Finansavisenrennet*, et skirenn for næringslivsbedrifter. Hvorfor finanspressen har fattet så stor interesse for trening kan nok til en viss grad spores tilbake til den økende populariteten generelt i befolkningen. Men det ser også ut til at deltakelsen ikke bare har verdi i seg selv, men at den også genererer sosiale fordeler næringslivsbransjens medlemmer. *e24.no* kunne allerede i 2007 slå fast at ”Birken er for fiffen”, og at trening var gunstig for jobben:

*”Det gir status og anerkjennelse å gå Birkebeinerrennet. Det er en trend å gjøre ting som ikke kan kjøpes for penger og som krever innsats. Det kan snakkes om på jobben og brukes i nettverksbygging, sier Geir Olav Iversen i analyseselskapet Experian til NRK”* (Vedde- Fjærestad, 2007).

Til stadighet presenterer finanspressen ansatte som ”Gir alt for Birken” (Gedde-Dahl, 2009), gjennom sitt bedriftslag, og hvordan idretten benyttes som sosialt bindemiddel og markedsføringsverktøy. Hodejegere mener man bør sette birkendeltakelse på CV-en, da dette signaliserer stor arbeidskapasitet (Bristøl, 2010b). I tillegg følger avisene høytstående næringslivsledere i månedene før viktige konkurranser, hvor de deler sin kunnskap og treningsfilosofi med massene (Jordheim Halvorsen, 2009).

Finanspressen fokuserer også mye på deltakernes forbruk, konsumentvaner og treningsmengder. Et eksempel er en artikkel om hvordan halvparten av syklene i Birkebeinerrittet 2008 kostet over 20.000 kroner (Gedde-Dahl, 2009). Relatert til portretter av ledere trekkes hele tiden de mest ekstreme tilfellene fra næringslivet fram. En må spørre seg hvilke signaler finanspressen sender når man leser om ”supermenn” eller ”-kvinner” som jobber og trener utrolige mengder, og bruker store summer på ski og sykler? Særlig for utenforstående kan det være lett å danne seg feil inntrykk. Man kan lett misforstå og tro at alle i næringslivet er like ivrige. Artiklene kan nok også bidra som en stressfaktor for kolleger som ikke trener. Det vises blant annet at det har blitt ”Flaut å si til kolleger at man ikke trener”, fordi det å trene har blitt et statussymbol

(Kaspersen, 2012). Dette kan igjen kobles opp en fare for å falle igjennom sosialt på arbeidsplassen om man ikke trener.



**Figur 1. På ski midt i livet:** - Jeg har syklet Trondheim-Oslo og gått Skarverennet! Jeg har ikke tid til å stoppe for å slå av en prat og spise sjokolade med deg! For jeg er 43,9 år og absolutt midt i livet! (Finborud, 2008, s 53).

Relatert til den medierte framstillingen av ”birkebeinerkulturen” reiser noen spørsmål og kritikk til mediedekningen, både i omfang og innhold. Stig. A. Stordahl, dekanus ved det medisinske fakultet ved NTNU stiller seg undrende til om norske næringslivsledere har mindre interesse for kultur og kunnskap enn sine utenlandske kollegaer, eller om media må ta en del av skylden for at noen har fått dette inntrykket: ”Derfor virker det som media prioriterer næringslivsledere som framstår som ’klovner’ og kremmere, i stedet for næringslivsledere med solid utdanning og bredt kulturperspektiv...”

(Stordahl, 2011). Hans største bekymring er ikke ledernes iver etter å trene, men det potensielle hysteriet det kan føre med seg, fordi oppslagene er lette å misforstå. Janne Haaland Matlary (2011) ved Universitetet i Oslo, sier i sin kronikk i Aftenposten at hun er lei av fokuset på ledere, trening og prestasjoner. Som Stordahl (2011) er hun overbevist om at det er viktig å holde seg i form. Hun mener imidlertid det er pinlig om norske ledere som møter utenlandske kolleger, må dreie samtalene over fra tradisjonell høykultur som kultur, kunst, historie og musikk og inn på trening og oppussing.

Noen belyser det faktum at ”alfahannene i næringslivet” slettes ikke utgjør den typiske birkebeiner selv om mange tror dette, og at over halvparten av deltakerne kun har ett

eller to par ski (Sæle, 2011). Likevel kan man lett sitte igjen med inntrykk av det motsatte. Noen deltakere i finanspressens målgruppe opplever mediernes framstilling nærmest som en belastning. Ådne Jarleid, advokat og mangeårig birkendeltaker føler seg stigmatisert gjennom medieoppslagene:

*Gjennom artiklene som har vært skrevet i blant annet DN de siste årene, opplever jeg som deltaker nærmest å bli stigmatisert. Mange tror jo at man må være fullstendig treningsgal for å være med i Birken. Det gir ikke et riktig bilde av hva Birken er. De aller fleste av oss bruker Birken som en motivasjonsfaktor, noe som får oss til å mosjonere. Samtidig er selve arrangementet er en opplevelse! (Larsen, 2010).*

## **1.2 Tidligere forskning**

De siste årene har det kommet kartleggingsrapporter på hva som kjennetegner deltakere i mosjonsidrettskonkurranser. Men forskningsmaterialet på norsk mosjonsidrett er foreløpig begrenset, og det aller meste er gjort på Birkebeinerarrangementene. Jeg vil nå presentere tidligere arbeider som er gjort på området, og som jeg senere vil trekke paralleller til i oppgaven.

### **1.2.1 Hvem er egentlig "birkebeinerne"?**

Christer Thrane utgav i 2011 en forskningsrapport som blant annet pekte på birkebeinerkonkurransenes økende popularitet i alle samfunnslag. Dette danner grunnlaget for å spørre seg: "*Hvem er egentlig birkebeinerne?*"

Rønning et al. (2011, ikke publisert) gjorde en kartlegging av deltakerne i birkebeinerrennet og -rittet for å undersøke hva som kjennetegnet en typisk deltaker. Forskerne stilte spørsmålet: "Er det bare jappene i Oslo som går Birken? Hvem er disse birkebeinerne vi leser om i næringslivsavisene?" Omkring 900 deltakere svarte på spørsmål om alt fra fritidsinteresser, inntekt, arbeidsforhold og trening.

Forskerne pekte på at mediene nok tegnet et litt uriktig bilde av gjennomsnittsdeltakeren: ”Bildet av fanatikere som tidligere har blitt fremstilt er ikke riktig. De fleste kombinerer treningen med andre interesser. Det viser seg at mange har ’birkebeinere’ i egen omgangskrets. Antakelig oppsøker man, velger og prioriterer venner som har felles interesser” (Rønning, 2011) . Noen av mediens stereotypiske framstillinger så likevel ut til å stemme til en viss grad. Gjennomsnittsdeltakeren var en mann med høyere utdanning og lønnen var også relativt høy<sup>4</sup>. 60 prosent omgikk birkebeinere på arbeidsplassen, tallene økte i takt med utdanning og var også høyere for de med arbeid i privat sektor. 20 prosent fikk trene i arbeidstiden og 16 prosent fikk dekket hele eller deler av startkontingenten av arbeidsgiver. Dette gjaldt i særdeleshet de med høyere utdanning. Birken var også et populært samtaleemne blant de med høyest inntekt, noe forfatterne valgte å belyse: ”*Dette tolker vi som at Birkebeinerrennet har høy status i disse jobbmiljøene*”. I snitt trente ”birkebeineren” en time om dagen, jevnt gjennom hele året. Treningens variasjon steg i takt med økt utdanning og mange kombinerte trening med friluftinteresser.

Markedsføringshuset AS<sup>5</sup> (sisert av Johnsen Dobbedal, 2013) gjorde i regi av Birkebeinerarrangementene en serie markedsundersøkelser av -rennet og -rittet mellom 2001 og 2011. Undersøkelsene av Birkebeinerrittet støttet opp under flere av Rønning et al. (2011) sine funn, både når det gjaldt kjønnsfordeling, inntekt og utdanning. I tillegg ble det pekt på en markant økning i gjennomsnittsinntekten blant deltakerne mellom 2005 og 2011, noe som kan indikere når interessen for ”birkebeinerkulturen” virkelig skjøt fart blant de med høy inntekt. I tillegg vises det til hvordan 41% av deltakerne i 2010 kom fra Oslo og Akershus (Markedsføringshuset, 2010, sisert av Johnsen Dobbedal, 2013).

Den idretten ”birkebeinerkulturen” kanskje sentreres mest rundt er langrenn (Rønning et al. 2011). Norsk monitors undersøkelse fra 2011 kunne spore en sammenheng mellom utdanning, inntekt, sosial bakgrunn og langrenn. Antall barn som gikk langrenn økte i takt med foreldrenes utdannings- og inntekstnivå. Relatert til fire variabler, foreldrenes utdanning, egen utdanning, personlig inntekt og husstandsinnkomst, så man en klart

---

<sup>4</sup> Henholdsvis 77 og 68 prosent hadde høyere utdanning blant deltakerne i renn og ritt, mot 27 prosent av landets totale befolkning. Svært få tjente under 300 000,- og 18 prosent tjente over 800 000,- (Rønning et al. 2011)

<sup>5</sup> Rapportene ikke lenger tilgjengelige på Birkebeiner.no da de har blitt fjernet av eieren. Derfor siteres disse fra Johansen Dobbedal (2013).

stigende tendens av langrennsdeltakelse i takt med økende verdier på alle fire variabler. I laveste klassesum var langrennspraksis nede i 11,8 prosent og deltakelsen steg jevnt opp til 39,9 prosent for den klassen med høyest sosial status (Norsk Monitor 2011, analyse personlig kommunikasjon Gunnar Breivik, 2012).

Det er også gjort studier av trening på arbeidsplassen. Respons Analyse A/S gjorde høsten 2012 en landsrepresentativ undersøkelse om arbeidsrelaterte temaer, på vegne av rekrutterings- og bemanningsselskapet Proffice. Et sidetema var viktigheten av trening for yrkesaktive, og om trening på arbeidsplassen ble sett på som verdifullt. Åtte av ti norske ledere mente i undersøkelsen at trening kunne sees på som et statussymbol. Et interessant funn var de store bransjeforskjellene. 55% av lederne innen bank, finans og forsikring så på trening som statussymbol, mot kun 34% innen bygg og anlegg. At flere ledere i privat enn i offentlig sektor mente dette, kan peke på at merkantile bransjer i større grad verdsetter idrett sammenliknet med andre bransjer. Halvparten av de spurte i privat sektor mente i tillegg det var tabu å si at man ikke trente (PAMA, 2012).

Flere pekte på positive sosiale effekter av å trene med kolleger, men samtidig ble det uttrykt bekymring for eventuelt treningspress og splittelse mellom de som trente og de som ikke gjorde det. Relatert til mediedekningen syntes 54 % av norske ledere det var for mye ”topp og trent-stoff” i media. Blant annet mente hele 64% innen mediebransjen dette. For ansatte uten lederstilling økte tallet til 71% for mennene og 60 % for kvinnene (PAMA, 2012).

Relatert til mediedekningen av mosjonsidrettskonkurranser gjorde Johansen Dobbedal (2013) en studie på Aftenpostens dekning av Birkebeinerrittet mellom 2001 og 2011. Det presiseres i oppgaven at avisen som ”Høyres talerør”, tradisjonelt har rettet seg mot typiske deltakere i næringslivsfeltet (Johansen Dobbedal, 2009, s. 13) Uttrykk relatert til det økonomiske feltet og portretter av målbevisste toppledere har preget Aftenpostens dekning av birken det siste tiåret. Dette kan danne et inntrykk av gjennomsnittsdeltakeren som godt utdannet og med solid økonomi. Avisen har også fokusert på deltakernes pågangsmot gjennom å overvinne gjørme, sleipt terreng og kulde. ”Stå-på vilje” og riktige moralske verdier i jobbsituasjonen kunne relateres til Aftenpostens mediedekning av rittet. Det konkluderes med at deltakelse i

Birkebeinerrittet framstilles som betydningsfull for aktørenes sosiale kapital innenfor det private næringsliv.

Jørgen Aukland (2007) gjorde noen år tideligere en studie av en kameratgjeng og idrettslag med navn ”*Sportsidiotene*”. Gjennom intervju og deltakende observasjon ble det avdekket et tøft kompetitivt miljø, hvor hegemonisk maskulinitet ble demonstrert gjennom prestasjoner. Følgende beskrivelse ble gitt av utvalget:

*”De er 11 menn i alderen 28-34 år, alle med høyere utdanning og godt betalt jobber. De fleste har samboere og bor i Oslo. De deltar i konkurranser året rundt, og særlig Vasaloppet er et viktig renn for dem. De er generelt ”oppegående” når det gjelder trening, utstyr og kunnskap om sin idrett” (Aukland, 2007, s5).*

Utvalget i Auklands studie (2007) var en gruppe som kan karakteriseres å tilhøre samme bransje som jeg har gjort min datainnsamling i. Gruppen var ekstremt kompetitiv, og samsvarte godt med ”supermennene” som framstilles i finanspressen.

Media og kartleggingsundersøkelser tyder dermed på at mosjonsidrettskonkurranser appellerer til mennesker med høy utdanning og inntekt. I tillegg prioriteres saker om de aller ivrigste. Men hvordan oppleves ”birkebeinerkulturen” fra innsiden?

### **1.3 Min oppgave**

Med bakgrunn i medieoppslagene og undersøkelsene som foreligger, ønsker jeg å finne ut mer om hvordan åtte ansatte i en høyt profilert kunnskapsbedrift i det private næringslivet opplever ”birkebeinerkulturen”.

Intervjuene vil sentres omkring hovedtemaer jeg føler er nødvendige for å belyse ”birkebeinerkulturen” i næringslivet. Motivasjon og opplevelser, sosial distinksjon, samt jobbrelaterte forhold vil utgjøre grunnstammen i mine utspøringer. I tillegg kommer jeg til å undersøke hvordan intervjupersonene oppfatter finansbransjens framstilling av ”birkebeinerkulturen”.

Utvalget vil bestå av menn og kvinner i aldersgruppen 25-45 år, med ulikt idrettslig ambisjonsnivå, men alle med et forhold til trening gjennom bedriften på en eller annen måte.

### **1.3.1 Problemstilling**

#### **Hvordan opplever ansatte i en høyprofilert kunnskapsbedrift ”birkebeinerkulturen” i næringslivet?**

Ut fra hovedproblemstillingen har jeg utarbeidet noen underproblemstillinger som jeg føler er sentrale for å få en dypere forståelse av fenomenet.

- **Opplevelse av og motivasjon for trening**
- **Utstyr og utgifter**
- **”Birkebeinerkultur” og jobb**
- **Den medierte birkebeiner**



## 2. Teori

Jeg vil i hovedsak benytte meg av Pierre Bourdieus perspektiver på sosial klasse og maktkamp i denne oppgaven. Hans teorier om felt og kapital er svært anvendelige når det kommer til å beskrive menneskers klasserelaterte smak og handlinger. Robert A. Stebbins teorier om fritidsaktiviteter og det tilhørende opplevelsesaspektet, gir gode perspektiver på motivasjonelle forhold. I tillegg viser den tydelig hvordan enkelte idrettsaktiviteter nærmest kan bli altoppslukende for deltakerene. Jeg vil også supplementere med annen forskning relatert til Bourdieu og Stebbins for å belyse og drøfte funnene fra dataanalysen.

### 2.1 *Pierre Bourdieu*

Den franske sosiologen Pierre Bourdieu (1939-2002) utgav en rekke verker om temaet maktkamp og sosial ulikhet, der *Distinksjonen* (1995, utgitt første gang i 1979) er den mest kjente. Ordet ”distinksjon” har en dobbeltbetydning i det franske språk, ved både å beskrive det å lage eller se forskjeller, samt det å aktivt søke å skille seg ut på bestemte måter (distingvere seg). Gjennom sine teorier om aktører og strukturer, viste Bourdieu hvorfor mennesker i ulike sosiale posisjoner verdsetter ting ulikt. Teoriene er også nyttige for å forstå hvorfor mennesker med ulik sosial bakgrunn handler som de gjør (Lindbekk, 1996). Fabien Ohl (2000) beskriver Bourdieus klassekonsept som inspirert av både Weber og Kant, men i tillegg til den økonomiske dimensjonen mener Bourdieu det er viktig å merke seg at både politikk og sosial status er sentrale faktorer å ta hensyn til når man skal avdekke menneskers posisjoner.

Jeg vil nå presentere ulike sentrale begreper i Bourdieus teori.

### 2.1.1 Sosiale rom

Bourdieu ser på samfunnet som et *sosialt rom*, bygget opp av ulike sosiale systemer. Menneskene innenfor det sosiale rommet kalles *agenter*, som utfører handlinger ut fra den samfunnsposisjonen de innehar. Det sosiale rommet viser fordelingen av ressurser (*kapital*)<sup>6</sup>, som danner grunnlaget for agentenes posisjoner i samfunnet. Bourdieu framstiller i *Distinksjonen* (1995) det sosiale rommet som et koordinatsystem, med en loddrett og en vannrett akse. Den loddrette aksene illustrerer den samlede kapitalmengde en person innehar, mens den vannrette beskriver kapitaltype. Ved hjelp av koordinatene kan man plassere agentene i det sosiale rommet. De med samme kapitaltype og -mengde vil derfor være tett relatert til hverandre. Dette betyr igjen at det med liten sannsynlighet dannes sterke sosiale bånd mellom de høyt oppe og de lavest nede i et sosialt rom (Bourdieu, 1995).

### 2.1.2 Klasser

*Sosial klasse* blir av Coakley (2001) definert som en kategori mennesker som deler samme posisjon i samfunnet. Relatert til Bourdieus (1995) koordinatsystem ville de dermed ligget tett ved siden av hverandre. Posisjonen er basert på en kombinasjon av inntekt, formue, utdanning, sosial tilhørighet og nettverk. Den relateres også til muligheten for å klatre i samfunnsposisjonene (klassereise) gjennom å styrke en eller flere av de nevnte faktorene (Coakley, 2001). Bourdieu (1995) baserer sitt klassebegrep på tilsvarende forhold som Coakley (2001). Gjennom den arbeidsdeling som eksisterer i et samfunn til enhver tid, skiller han mellom tre ulike hovedklasser: den dominerende, de dominerte og småborgerskapet. Innenfor disse finner man en mengde ulike underklasser, som intellektuelle, kunstnere, arbeiderklasse, middelklasse, borgerskap og kapitalister. Alle defineres gjennom ressursene de innehar. Innenfor en klasse møter

---

<sup>6</sup> Se punkt 2.1.3 for beskrivelse av sosialt felt og kapital.

man igjen på interne inndelinger, maktkamp og rangering ut fra deltakernes ulike kapitalbesittelse.

### **2.1.3 Sosialt felt og kapital**

Om det sosiale rommet betraktes som samfunnet, kan et *sosialt felt* sees på som samfunnsstrukturen, som skapes ut fra hvem feltet retter seg mot (Lindbekk, 1996). Et sosialt felt er den eller de sosiale arenaer hvor deltakernes praksis utspiller seg, og hvor en kontinuerlig kamp om posisjoner foregår.

Samfunnet består av mange ulike grupperinger, organisasjoner og institusjoner. Det kan være store felt og omhandle en struktur eller fagfelt, eller mindre delfelt. Ulike felt kan ha relasjoner til hverandre, spesielt de som i utgangspunktet er nært knyttet sammen. Et eksempel er utdannings- og idrettsfeltet som er to selvstendige felt som også går i hverandre gjennom blant annet kroppsøvningsfaget. I hvert felt er det i tillegg visse kulturelle og materielle symboler som skaper status, og dermed også distanse mellom feltets ulike deltakere. Dette kan for eksempel være politiske, sosiale eller økonomiske forskjeller (Ohl, 2000).

I hvert enkelt felt eksisterer også et sett etablerte og feltspesifikke regler, som Bourdieu beskriver som *doxa*. Maktkampen vil hele tiden gå ut på å utfordre den gjeldende *doxa* med sin personlige kapitalmengde og -type, for å på den måten styrke sin egen posisjon. Dette gjelder særlig for nykommerne i et felt, som utfordrer de etablerte regler med ønske om å befeste sin posisjon i feltet (Bourdieu, 1993).

*Kapital* regnes som de egenskaper og verdier som kreves for å tilhøre et gitt felt. Mengden kapital avgjør posisjonen i feltet. Kapital kan sees på som en ressurs som bidrar til sosiale goder (Lindbekk, 1996), og Bourdieu (1995) opererer i utgangspunktet med tre ulike kapitalformer. *Økonomisk kapital* kan sees på som det materielle, gjennom hva man besitter av økonomiske midler og økonomisk makt. *Kulturell kapital* gjenspeiler en persons utdanning, kunnskap og kompetanse. Her omhandles særlig kunst, politikk, vitenskap, status og prestisje. Den *sosiale kapitalen* dannes gjennom de to første, og viser til relasjoner, både private og offentlige, samt øvrige nettverk,

forbindelser og anerkjennelse. Den sosiale kapitalen kan mobiliseres og bli et maktmiddel gjennom innflytelse i ulike kanaler (Aakvaag, 2008). Bourdieu (1995) peker på tre forhold når det kommer til kapital, som igjen bestemmer aktørens feltilhørighet og -posisjon. Den første er den totale kapitalmengden man er i besittelse av. Den andre beskriver strukturen eller sammensetningen av de ulike kapitaltypene. Det siste punktet dreier seg om de endringer i de to førstnevnte kapitaltyper som skjer over tid, gjennom sosiale relasjoner man knytter til seg, og som spiller inn på den sosiale kapitalen. I kraft av den feltspesifikke kapitalen man besitter peker Bourdieu og Waquant (2002) på en *symbolsk* kapitaltype. Den symbolske kapitalmengden kan relateres til hvordan de andre deltakerne i feltet opplever kapitalmengden man besitter. Symbolsk kapital er derfor feltavhengig og signaliserer den mengde makt og anerkjennelse man har i et felt.

Avhengig av feltet man tilhører eksisterer kun en gitt feltspesifikk kapitalmengde som maktkampen utspilles rundt. Dette medfører en skjevfordeling av kapital mellom deltakerne og danner grunnlaget for feltets ulike posisjoner. De fleste mennesker tilhører flere felt, gjennom ulike roller man innehar i et samfunn. Det er også normalt å ha en klar overvekt av en type kapital, som man preges av og som igjen i stor grad springer ut fra den enkeltes *habitus*<sup>7</sup>. Derfor kan samme person ha ganske ulike posisjoner i ulike felt, ut fra den personlige kapitalmengden man besitter (Bourdieu, 1995).

Intervjupersonene i min oppgave tilhører de frie yrkene i den øvre middelklassen. De plasserer seg dermed i en slags mellomposisjon kulturelt og økonomisk. Gjennom sin utdanning har de opparbeidet seg kulturell kapital, som igjen gir stor økonomisk avkastning. Nettverk og omgangskrets kan mobiliseres for å tilegne seg og vedlikeholde den kapitalen som er nødvendig for næringslivsfeltet (Bourdieu, 1995). Likevel er det den økonomiske kapitalen som er den dominerende for mine intervjupersoner. Næringslivsfeltet kan beskrives som et økonomisk felt hvor økonomisk kapital og profitt er det styrende maktmiddel. På mange måter kan dette sees på som et brutalt felt, da penger og prisnivå har en klar objektiv verdi, og maktspillet dreier seg i stor grad om hvilke økonomiske ressurser man besitter. Man vil derfor hele tiden bruke av sin

---

<sup>7</sup> Se punkt 2.1.4 for beskrivelse av habitus.

samlede kapitalmengde for å generere størst mulig økonomisk kapital (Bourdieu & Waquant, 2002; Garde & Sestoft, 2002).

#### **2.1.4 Habitus**

Bourdieus bruk av habitusbegrepet peker på hvorfor mennesker handler som de gjør relatert til deres bakgrunn. Ordet stammer fra *habitat* som kan beskrives som stedet man vokser opp. Den formes gjennom den enkeltes sosiale bakgrunn, både familiært, sosialt og utdanningsmessig, og varierer derfor stort fra person til person (Bourdieu, 1995).

Kroppen vil føle og uttrykke habitus gjennom smak og tilbøyeligheter. Hvordan en person fremstår og oppfører seg er derfor i stor grad et produkt av individuell habitus og derfor kan den være en spesielt god markør for klassetilhørighet. Lindbekk (1996) mener habitus er sosiologiens beskrivelse av de ulike samfunnsklassenes grunnfestede holdninger og handlingsvalg. Det eksisterer ofte iboende likheter i habitus mellom deltakere i samme sosiale felt, som igjen danner grunnlaget for hvorfor mennesker identifiserer seg med hverandre (Wilken, 2008).

Bourdieu (1995) viser til to variabler for å forklare smak. Den *uavhengige* variabelen gjenspeiler yrke, kjønn, alder, oppvekst og bosted som sammen danner klassetilhørigheten. Den *avhengige* variabelen uttrykker derimot disposisjoner som kan variere sterkt med klasseinndelingen. Det opereres i tillegg med tre typer av smak når det kommer til kulturelle preferanser. Grovt sett svarer disse til utdanningsnivå og samfunnsposisjon. Den *legitime smak* beskriver sansen for det anerkjente, store eller eksklusive. Relatert til for eksempel musikk, er dette store og kompliserte verker, med flere underliggende budskap. *Middels smak* dreier seg om mindre verker, som er enklere å forstå, men som likevel gir anerkjennelse gjennom hvem som har produsert dem. Den *folkelige smak* gjenspeiler den lette musikken og kunsten, som helt har mistet sin eksklusive verdi da den verdsettes av allmennheten og ikke kan betraktes som spesiell på noen måte.

Smaken gjenspeiler seg igjen i de ulike klassenes forbruksvaner. For eksempel kan basisvarer i matverdenen danne grunnlaget for vidt forskjellige retter i ulike klasser,

med helt ulik status og anerkjennelse. En annen forskjell er hvordan man ser på pengebruken og hva man ønsker å symbolisere gjennom denne. For de intellektuelle, med fokus rettet mot kulturell kapital, er målet ofte å få et så stort kulturelt utbytte som mulig for lavest mulig pris. I motsatt ende finner man de med stor økonomisk kapital. Her blir for eksempel en tur på teater sett på som et utstillingsvindu rikdom og materiell luksus. Man bestiller gjerne de dyreste plassene og ankommer i den flotteste bilen. Ervervelsen av de ”riktige” produktene og et ”korrekt” levesett gir med dette omverdenen et inntrykk av grundighet og nøye overveide valg, som er med på å understreke personens sosiale posisjon. Gjennom slike valg *distingverer* man seg selv og viser forståelse for hva som passer inn i feltet man tilhører (Bourdieu, 1995).

### 2.1.5 Idrettsfeltet

Bourdieu ser på idrett som en kulturell utøvelse på linje med kunst, musikk og litteratur. Idrettsfeltet kan dermed sees på som et autonomt felt, med sine egne regler og praksis, basert på tradisjon og sosial tilhørighet (Ohl, 2000; Laberge & Kay, 2002).

Som andre felt er idrettsfeltet en arena hvor deltakerne sloss om å være i den dominerende posisjon gjennom tilegnelse av nødvendig feltspesifikk kapital. Relatert til Bourdieu kan dette feltet også vise til en idrettsspesifikk kapitaltype, *fysisk kapital*, hvor kroppen sees på som et uttrykk for sosial posisjon (Schilling, 2003). Holroyd (2002) mener fysisk kapital kan beskrives som de idrettslige ferdighetene man er i besittelse av og som man kan omdanne til andre former for kapital, som eksempelvis penger, status og anerkjennelse. Den fysiske kapitalen kan opparbeides gjennom gode prestasjoner i felt som verdsetter idrettsprestasjoner. Hvilke kapitaltyper den kan generere avhenger av feltet aktøren er tilknyttet.

For å kunne analysere idretten som felt må man finne idrettens plass i det sosiale rommet, samt dens plass i idrettsfeltet. Hvem som bedriver idrett og hvordan man bedriver den har i stor grad sammenheng med idrettens status. Idrettens utbytte, både økonomisk, kulturelt og kroppslig tjener derfor som guide for hvilke idretter som

foretrekkes i de ulike klasser (Bourdieu, 1978). Som et beskrivende begrep for ulike klassers idrettspraksis benytter Engström (2008) uttrykket *sport habitus*. Blant annet knyttes dette begrepet til klassemessige ulikheter i synet på hva idretten betyr i relasjon til egen kropp. Arbeiderklassen har tradisjonelt hatt et maskinelt kroppssyn, med styrke og kraft i form av muskulatur som fremste symbol. Dette kroppssynet tilrettelegger for kraftidretter og ungdommelige, spenningssøkende og risikofylte sporter. Overklassen ser derimot på idretten som et dannelsesmiddel, gjennom sine tette bånd til normer og regler. Den tjener derfor som en ”karakterformende” aktivitet for mange, hvor redelighet, vinnervilje og omtanke dyrkes som gode egenskaper. ”Fair play” sees eksempelvis på som en aristokratisk tilnærming, og blir en motsats til lavere klassers ønske om å vinne for enhver pris (Bourdieu, 1978).

Stempel (2005) belyser hvordan man fra middelklassen og oppover er veldig opptatt av å distansere seg fra de lavere klassene gjennom sine valg. Konkurransetidretter som signaliserer et ønske om å beseire andre på en danner måte, og som krever økonomisk ryggrad for å henge med, blir derfor sett på som et av de tydeligste tegn på skillet mellom høyere og lavere klasser. De med stor økonomisk kapitalmengde ønsker ofte å delta i konkurranser som retter fokuset mot deres pengebruk. Slik skapes et brutalt skille mellom de som har råd til å delta og de som ikke har det. Et annet viktig skille mellom de høyere og lavere klasser er som tidligere nevnt, overklassens verdsettelse av de estetiske og dannede idrettene, som setter fokus på kroppslig utvikling og framtoning. Viljen til å vinne står sterkt, det samme gjør ønsket om måloppnåelse, men alt skal skje innenfor siviliserte aktiviteter som uttrykker dannelses og selvkontroll. Dette står i sterk kontrast til arbeiderklassens interesse for kontaktidretter. Bourdieu (1978;1988) lister opp en rekke eksempler på nettopp dette. I kampsportfeltet, hvor arbeiderklassen bryter eller bokser, praktiserer borgerskapet kampsport med fokus på selvbeherskelse og kontroll, som aikido. Tennis, blir i det franske samfunnet av mange sett på som ren borgerskapsidrett. I de små klubbene på landsbygda spilles derimot tennis i jeans og joggesko, noe som står i sterk kontrast til hvite klær, tøysko og pannebånd i de eksklusive tennisklubbene i Paris. Rugby, som blant de aristokratiske og borgerlige skoler i England symboliserer fair play og lagdannelses, uttrykker råskap og tøffhet på den franske landsbygda.

Arbeiderklassens vekttrening og muskuløse verdier blir av de høyere klasser sett på som vulgær og ufunksjonell. I stedet byttes tung vekttrening ut med toning og forming av slanke kropper i tråd med kroppsidealene Bourdieu (1978; 1988) viser til. Intensive idretter, gjerne gjennom konkurranser, blir brukt som et ledd i kroppens dannelse. Gjennom å tåle høy belastning og takle store påkjenninger, viser man disiplin og evne til måloppnåelse (f eks utholdenhetsidretter). Samtidig er de lavere klassenes idretter brutale og harde, uten samme hensynet til kroppslig utvikling (kontaktidretter, ballspill). Dette blir av overklassen sett på som aktiviteter som ødelegger kroppen, og det skapes klare skillelinjer i idrettspraksis mellom ulike klasser (Stempel, 2005).

Et annet skille mellom lavere og høyere sosiale lag er hvor lenge man bedriver idrett. Medlemmer av høyere sosiale lag vil med stor sannsynlighet opprettholde sin idrettsaktivitet også i voksenalder, og kanskje resten av livet, fordi det sees på som et prosjekt for opprettholdelse av sosial posisjon. I tillegg disponerer arbeiderklassens harde idrettspraksis kombinert med arbeidssituasjon i større grad for skader og frafall (Schilling, 2003).

Det har også vært klassemessige ulikheter i hvordan idrettspraksisen kan spille inn på andre arenaer. For arbeiderklassen blir idretten sett på som en mulig karrierevei. Ved gode prestasjoner og anerkjennelse kan den tjene som et springbrett oppover i det sosiale hierarkiet. For overklassen er dette tilnærmet utenkelig. En type idrett som for underklassen representerer mulighet for klassereise kan derfor bli sett på som avkobling og rekreasjon for overklassen (Bourdieu, 1978; Schilling, 2003). Det er i tillegg enklere for de høyere klassene å omsette den fysiske kapitaltypen til andre kapitaltyper. Coakley (2001) peker på hvordan de høyere klassene nærmest måler idrettslig suksess ut fra hvilket utbytte den kan generere på andre arenaer. Bourdieu (1995) forklarer det på følgende måte:

*(...) for å forstå fordelingen av ulike idrettsaktiviteter mellom klassene må en ta med i betraktning den forestillingen som de ulike klassene – og hver av dem utenfra sine egne skjemaer for persepsjon og vurdering – gjør seg om kostnader (økonomiske, kulturelle og "fysiske") og av utbytte knyttet til ulike sportsgrener: Det dreier seg om "fysisk" utbytte på kort sikt eller lang sikt knyttet til fordelings- eller statusverdien av hver av de sportsgrenene det gjelder (det vil si at det som tilkommer dem i kraft av at de er mer eller mindre sjeldne og mer eller mindre tydelig forbundet med klasse – slik som boksing, fotball, rugby eller kroppsbygging knyttes til folkelige lag, tennis og slalom til borgerskapet og golf til stor- borgerskapet), og det dreier seg om det distingverende utbytte som*



*følger av de virkninger aktiviteten har på selve kroppen (som at en blir slankere, brunere, får mer eller mindre synlige muskler osv.) eller av at noen av grenene (golf, polo osv.) gir innpass i svært eksklusive grupper (Bourdieu, 1995, s. 65).*

Tilknytning til idrettsklubber og foreninger med innflytelsesrike medlemmer kan lede direkte inn til yrkesrelaterte bekjentskaper og styrke den enkeltes økonomiske kapitalmengde. Den sosiale kapitalen kan styrkes gjennom korrekt utøvelse av idretter som assosieres med dannelse og etikette, og som igjen øker anerkjennelse og sosial posisjon (Bourdieu, 1978). Idretten kan i tillegg være avgjørende for å øke kulturell kapital for de høyere klassene. Flere universiteter og privatskoler vektlegger kroppslig dannelse og fysisk prestasjonsevne i sine opptaksprosesser (Schilling, 2003).

### **2.1.6 Idrett og forbrukerkultur**

Idrettsfeltet har blitt en arena for produsenter. Mennesker med ulik habitus verdsetter ulike sportsartikler, på samme måte som ulike idretter appellerer til ulike sosiale grupper. Men man må ikke glemme idrettsfeltets avhengighet av andre felt. På samme måte som andre forbrukerkategorier, styres også idrettsfeltet til en viss grad av tilbud og etterspørsel. Hvilken idrett som praktiseres av hvilke grupper avhenger i stor grad av dens tiltrekningskraft på ulike sosiale lag. Feltet av utstyrprodusenter blir dermed også en sentral aktør i idrettsfeltet. Featherstone (1991) peker på hvordan man gjennom forbrukerkulturen til stadighet blir minnet på viktigheten av vedlikeholdelse av egen kropp. Forskning, massemedia og myndigheter skaper et helsebevisst samfunn og genererer en enorm kundemasse for statlige og kommersielle aktører innenfor trenings- og helsesektoren. Idrett henger dermed sammen med andre produkter og levesett, og man ser en klar tendens til at spesielt de høyere klasser utnytter den sosiale profitt som følger med idretten og underbygger dette gjennom andre dyre forbruksvarer. Mennesker med samme sosiale tilhørighet og habitus finner sammen gjennom deres felles verdsettelse av samme produkter, livsstil og idrettspraksis (Thrane, 2001). Et eksempel er Bourdieus (1978) beskrivelser av hvordan golf, kaviar og dyr whiskey henger sammen og verdsettes i høyere sosiale lag. Idrettsfeltet blir med dette et sammensatt felt av arrangører, produsenter, treningsindustri, media og utøvere, hvor alle bidrar på flere

arenaer, både gjennom undervisning og dannelse, underholdning, fritidstilbud, markedsføringsmessig og sosio-politisk.

### **2.1.7 Idrett og helse**

En annen sentral faktor for de ulike klassenes valg av idretter er tiden idretten er en del av. Gjennom historien har det vist seg at idrett kan ha flere ulike betydninger. Crawford (2006) peker på hvordan det å ta ansvar for egen helse nærmest blir sett på som en borgerplikt i dagens samfunn. Særlig har dette blitt viktig for den stadig økende øvre middelklassen. For denne gruppen har helsen blitt et viktig samtaleemne, og fravær av sykdom regnes som en viktig del av deres moderne identitet. Men hvorfor har helsen blitt så viktig? Det kan blant annet forklares gjennom helsens betydning relatert til symbolsk kapital. Hvordan vi framstår, skaper en illusjon og forventet fasade knyttet til den enkelte aktør. Dårlig helse truer den ønskede fasade som øvre middelklasse etterstreber. Selvkontroll og troen på helse som avgjørende for opprettholdelse av sosial posisjon er dermed avgjørende for middelklassens idrettspraksis, og tilrettelegger for at denne gruppen bruker en stor del av sin fritid på trening (Crawford, 2006).

## **2.2 Robert A. Stebbins og fritidsaktiviteter**

Robert A. Stebbins viser med sine teorier ulike perspektiver relatert til fritidsaktiviteter, spesielt knyttet til opplevelsen av disse. "Fritid" defineres som fri fra det vi må gjøre for å overleve. Sett i lys av arbeid, blir fritiden derfor dens planløse motsetning. Stebbins (2001) deler inn fritidsaktivitetene ut fra graden av seriøsitet, mål og hva de kan generere på andre felt. To hovedgrupper av fritidsaktiviteter springer ut fra dette, *casual* og *serious leisure*.

Casual leisure, blir sett på som tilfeldige, flyktige og planløse aktiviteter, med et begrenset utbytte, og som ikke krever spesiell tilrettelegging eller ferdighet å utføre. Å se på tv, ulike spill, leker eller andre aktiviteter uten annen nytte enn avkobling kan være eksempler på dette. Casual leisure blir dermed et kjærkommet avbrekk fra hverdagen. Et problematisk aspekt for noen relatert til casual leisure er følelsen av mangelfullt utbytte. Mange føler de sløser med tid som kunne vært brukt til noe meningsfylt (Stebbins, 2001). Dette åpner for en annen måte å forvalte fritiden sin på, gjennom serious leisure, som min oppgave skal fokusere på.

### 2.2.1 Serious leisure

*”Serious leisure is defined as ”the systematic pursuit of an amateur, hobbyist, or volunteer activity that is sufficiently substantial and interesting for the participant to find a career there in the acquisition and expression of its special skills and knowledge”* (Stebbins, 2007 s.6).

På norsk kan begrepet oversettes til målrettede fritidsaktiviteter, som fanger aktøren gjennom sine utfordringer, kompleksitet og utbytte. Stebbins (2007) viser til hvordan serious leisure er handlinger med klare definerte mål om forbedring innenfor den aktuelle aktiviteten. Serious leisure-aktiviteter er dyptpløyende, langvarige og konstante. De krever større grad av standhaftighet enn de mer tilfeldige casual leisure-aktivitetene. Gjennom serious leisure kan man få følelsen av å være på *karrierejakt*, litt på samme måte som i arbeidslivet, men uten den direkte økonomiske avkastningen. Serious leisure-aktiviteter deles inn i ulike kategorier ut fra hvem som praktiserer den; amatører, hobbyister og frivillige. Det er naturlig å plassere deltakere i mosjonsidrettskonkurranser blant amatørerne, da de konkurrerer på samme arena som profesjonelle utøvere.

### 2.2.2 Kjennetegn på serious leisure

Stebbins (2001; 2007) ønsker med sin teori å beskrive opplevelsesaspektet som følger med en målrettet fritidsaktivitet. Det finnes derfor noen tydelige kjennetegn på praksis av serious leisure.

- Hver serious leisure-aktivitet har sin egen *etos*, hvor gjeldene normer, holdninger, mål og verdier kan tjene som en behagelig flukt fra hverdagens rammeverk. Relatert til mosjonsidrettsfeltet kan dette sees på som konkurransereglene.
- Deltakerne kan *identifisere* seg med målsettinger gjennom deltakelsen, fordi alle har et ønske om å prestere.
- Gjennom *dedikasjonen* til en aktivitet vil man kunne oppleve å overvinne vanskeligheter eller utfordringer. Dette kan vise til trening og forberedelser.
- For å lykkes kreves det at man legger ned en betydelig *innsats* for å utvikle ferdigheter, kunnskap, og erfaringer. Dette punktet henger tett sammen med dedikasjon og viser det arbeidet man er villig til å legge ned for å lykkes.
- For mange kan fritidsaktiviteten oppleves som en slags ikke-jobbrelatert *karriere*, og tjene som fristed og et spennende livsprosjekt. For mennesker i næringslivsfeltet kan derfor serious leisure tjene som verdifull avkobling.
- Mange finner store *gevinster* gjennom sin fritidsaktivitet. Her lister Stebbins opp en rekke forhold, blant annet helse og sosial interaksjon.
- Gjennom suksess i sin fritidsaktivitet kan man oppleve en *følelse av måloppnåelse*. Stebbins beskriver dette som kanskje den sterkeste belønningen, fordi den genererer en følelse av å lykkes, som igjen kan styrke selvtillit og selvfølelse.

### 2.2.3 Belønning

Stebbins (2001;2007) peker på en rekke opplevde belønninger som får mennesker til å praktisere serious leisure-aktiviteter. De viktigste belønningene skjer gjennom

gruppetilhørighet, oppnådde resultater og følelse av kompetanse (Stebbins, 2001). Belønningene kan komme både på det personlige og det sosiale plan. På det personlige plan berikes man gjennom nye erfaringer og økt kunnskap på nye felt. Gjennom en målrettet fritidsaktivitet skapes også en arena for utfoldelse. Man kan vise sine ferdigheter for omverdenen, høste positive tilbakemeldinger og få økt selvbilde. Andre goder kan være nettverksbygging gjennom gruppetilhørighet og -utvikling. Belønninger kan også i noen tilfeller gi økonomiske fordeler. Alt dette kan være med på å forme en persons livsstil, gjennom de verdier, mønstre og oppførsel man finner verdt å strebe etter (Stebbins 2007). På mange måter kan derfor serious leisure-aktivitet sies å være motivert av de sterke opplevde belønninger man potensielt kan oppnå.

Major (2001) undersøkte gjennom dybdeintervju hva aktive løpere så på som gevinster og ulemper ved sin idrett. Tre hovedtemaer ble undersøkt; følelsen av måloppnåelse, helsemessige og sosiale forhold. Å fullføre en økt og nå et mål ble assosiert med bedre selvfølelse og selvtillit, samt velvære og kontroll. På det helsemessige plan ble særlig følelsen av vitalitet, god form, uovervinnelighet og et ”maskinelt” syn på egen trukket fram. En av intervjupersonene beskrev følelsen på følgende måte: ”*The physical rewards, feeling good, feeling exhilarated, physically looking better, staying fit, staying slim, trim, lean, mean fighting machine...*” (Major, 2001 s. 18). Flere brukte løpingen som en slags ventil i tunge perioder med mye stress. En likte å dagdrømme underveis, og mange hverdagsproblemer hadde blitt løst på løpetur. Sosiale gevinster var også viktige. Mange hadde nesten hele nettverket sitt innenfor løpemiljøet og flere følte nettverket hadde økt etter at de begynte å delta på konkurranser og organiserte treninger. Intervjupersonene mente de opplevde belønningene overskygget de eventuelle negative sidene ved løping (skader, tidsbruk), og flere så på fritidsaktiviteten som ”limet” i hverdagen (Major, 2001).

Ut fra dens kjennetegn skulle man tro at serious leisure er en aktivitet forbeholdt de med mye fritid. Det viser seg imidlertid at den også fanger mange mennesker med stor arbeidsbelastning og liten fritid. Stebbins (2001) mener en av grunnene til dette er at man gjennom sin målrettede fritidsaktivitet kan dykke ned i en verden uten bekymring, hvor man kan glemme hverdagens belastning, som en slags ”flukt”. I tillegg viser det seg at ulike sosiale belønninger ligger latente om man investerer av fritiden sin i slike aktiviteter. Å møte mennesker og ulike grupperinger gjennom sin aktivitet åpner for

nettverksbygging og sosiale relasjoner. En organisert fritidsaktivitet, med klare mål og rammer vil kunne gi en stabil psykologisk og sosial struktur gjennom tilhørighet, grupper og nettverk. I forhold til sosial klasse synes serious leisure hovedsakelig å være et middelklassefenomen, hvor en karriere utenfor arbeidet verdsettes i størst grad. Det kan også se ut til at det eksisterer en skjevhet ved at dyrere aktiviteter samsvarer med økt inntektsnivå og retter seg i større grad mot den øvre middelklasse og oppover.

#### **2.2.4 Ulemper ved serious leisure**

En tilrettelagt fritidsaktivitet kan øke samhold og styrke sosiale bånd i vennegjeng eller familie. Man verdsetter noe felles, som igjen kan generere overskudd på andre områder (Stenbbins 2007). For noen ligger det imidlertid en fare ved å bli for selvopptatt gjennom jakten på personlige forbedringer. Økt prestasjonsfokus med tiltagende pengebruk kan gå ut over andre forpliktelser. Et eksempel finner man fra skisporet. Om man sesongen før var sekunder fra å nå det ønskede målet i et mosjonsrenn, vil dette kunne styrke motivasjonen for å nå målet neste sesong. For mange kan dette innebære økte treningsdoser og økt forbruk på nytt utstyr, og noen kan oppleve denne jakten nærmest som en besettelse snarere enn som motivasjonsfaktor. Man kan dermed lett bli oppfattet som egoistisk. Familiære forhold kan bli lidende om serious leisure stjeler tid fra deres prioriteringer, og den nevnes derfor som en av de vanligste faktorene for skilsmisser (Stebbins, 2001).

#### **2.2.5 Serious leisure og arbeidsforhold**

For mennesker med karrierefokus vil arbeidet tjene som det grunnleggende for den enkeltes identitet. Samtidig opplever mange karrieremennesker liten grad av sosial interaksjon på arbeidsplassen fordi fokus ligger på jobbrelevante oppgaver. Serious leisure-aktivitet kan derfor bli en mulighet for å likevel oppleve sosial tilhørighet på arbeidsplassen. Mquirre (2000) så på hvordan serious leisure påvirket jobbambisjoner

hos 61 arbeidstakere. Fra et arbeidsgiverståsted kunne serious leisure i utgangspunktet oppfattes som truende på den ansattes jobbforpliktelse om den tok for mye fokus. Det viste seg likevel at serious leisure hadde en positiv effekt på jobbrelaterte holdninger, særlig om arbeidsgiveren tilrettela for dette. Mquirre (2000) mener man med bakgrunn i dette bør tilrettelegge for serious leisure-aktivitet blant ansatte, både økonomisk (kontingenter og lisenser) og sosialt (skape oppmerksomhet og positivitet omkring de ansattes deltakelse på arbeidsplassen). Det pekes i tillegg på en "vinn-vinn" situasjon, med fornøyde og opplagte medarbeidere som yter sitt beste for sin arbeidsgiver. Trivsel på jobb er kanskje den største enkeltfaktoren for lojalitet. Der er i tillegg viktig å merke seg at mange med karriereambisjoner perfektionerer "mobile" egenskaper de enkelt kan ta med seg over i nye jobber om de føler seg motarbeidet eller mistrives (Mquirre, 2000; Højrup, 2003). Derfor kan serious leisure-aktivitet være et nyttig verktøy for å holde på flinke ansatte.

### **3. Metode**

Metode beskriver den planmessige fremgangsmåten i et vitenskapelig arbeid. Siden man i et forskningsarbeid ønsker å finne ut mer om et aktuelt tema, blir metoden den veien man velger å gå for å tilegne seg kunnskap (Hellevik, 1991; Halvorsen; 1993; Kruuse, 1999). Hvilken metode man bruker avhenger av hvem, hva og hvordan man skal undersøke. Man skiller i hovedsak mellom to typer metode, kvalitativ og kvantitativ. Kvalitativ metode er ønskelig når man vil undersøke et tema grundig og i detalj. Kvantitativ metode benyttes på standardiserte målinger for å dele et stort antall inn i kategorier (Patton, 1990).

#### **3.1 *Hvorfor kvalitativ metode?***

Den kvalitative metoden gir mulighet til å undersøke et emne i dybden. Jeg ønsker å undersøke hvordan intervjupersonene opplever ”birkebeinerkulturen” og tilhørende temaer, derfor er den kvalitative metoden passende for min oppgave. Holme og Solvang (1996) og Patton (1990) peker på hvordan nærheten til forskningsobjektet gjennom kvalitativ metode åpner for en dypere forståelse av det man undersøker. I tillegg gir denne metoden stor valgfrihet og fleksibilitet med tanke på gjennomføringen av datainnsamlingen. Kvalitativ metode kan utføres som en feltundersøkelse, hvor man kan delta aktivt i miljøet man observerer, eller gjennom å observere den utenfra via ikke-deltakende observasjon. Man kan også benytte seg av intervju, som kan gjennomføres på flere ulike måter (Patton, 1990). Siden jeg ønsker å undersøke intervjupersonenes meninger omkring flere temaer, passer kvalitativt intervju best for min oppgave.

#### **3.2 *Kvalitativt intervju***

Kvale (2007) betegner intervjuformen som en samtale med en viss struktur og med den hensikt å belyse intervjupersonens meninger. Kvalitativt intervju kan ha flere ulike former, men man viser vanligvis til tre ulike intervjuformer; strukturert-, semistrukturert- eller løst strukturert intervju. Utvalg, antall intervjupersoner, og hvilken form for kvalitativt intervju man velger, vil variere mellom de ulike sosiale



forskningsdisipliner (Mason, 1996). Det strukturerte intervjuet har klart definerte spørsmål i prioritert rekkefølge. Det løst strukturerte intervjuet opererer kun med noen få temaer og lar intervjupersonen styre informasjonsstrømmen. Denne intervjuformen kan sees på som en samtale omkring et tema med løse rammer. Men man kan også trekke paralleller til begge, med en delvis strukturert tilnærming. Da er temaene fastlagte på forhånd gjennom en intervjuguide, mens rekkefølgen bestemmes underveis ut fra informasjonen intervjupersonen gir. Det er uansett viktig at man som intervjuer er fleksibel til å kunne tilpasse spørsmålene til den enkelte intervjupersonens forutsetninger (Thagaard, 2009). For min oppgave passet det semistrukturerte intervjuet best. Flexibilitet i forhold til rekkefølge på temaene samt muligheten for å vektlegge enkelte temaer i større grad enn andre, avgjorde metodevalget for min oppgave. Jeg hadde på forhånd noen temaer som jeg ønsket å belyse. Samtidig var det viktig å få høre intervjupersonenes historier om opplevelsen av ”birkebeinerkulturen”. Fortellingene intervjupersonene kom med er ikke bare fortellinger i seg selv, de avdekker også en ny verden som forskeren kan få ta del i gjennom sin datainnsamling. På denne måten kan man få et realistisk innblikk i intervjupersonenes virkelighet (Silverman, 1993).

### **3.3 Forberedelse til undersøkelsen**

Gjennom media og andre informasjonskanaler blir man hele tiden minnet på samfunnets økende fokus på trening og helse. Flere og flere ønsker å delta i idrettskonkurranser, og en gruppe som virkelig har fått øynene opp for dette er folk i næringslivet. Jeg ønsket derfor å komme i kontakt med en stor internasjonal kunnskapsbedrift med avdeling i Oslo. Etter rådføring med min veileder kom vi begge fram til en passende bedrift å gjennomføre datainnsamlingen i. Jeg opprettet telefonkontakt med en av partnerne i selskapet. Vedkommende var meget hjelpelig med å skaffe relevante intervjupersoner til prosjektet. Etter noen ukers mail-korrespondanse med hver enkelt intervjuperson hadde jeg avtalt intervju med åtte medarbeidere i firmaet. Alle var på en eller annen måte engasjert i bedriftens idrettstilbud.

Informasjonsskriv om oppgavens tema (vedlegg 1), og en samtykkeerklæring (vedlegg 2) ble mailet ut til den enkelte før intervjudatoer ble avtalt. I informasjonsskrivet ble det tydelig informert om prosjektets tema, samt intervjupersonenes mulighet for å trekke seg og når som helst i prosessen, uten videre konsekvenser. Kun tre av samtykkeerklæringene ble returnert til meg ved intervjustart, slik jeg hadde bedt om. I ettertid tenker jeg at jeg burde tatt med et eksemplar som de kunne signert på før intervjuet startet, men dette ble ikke gjort. Uansett kan jeg vise til bekreftet deltakelse fra alle på mail.

### **3.4 Utvalg**

Utvalget bestod av tre kvinner og fem menn i alderen 25-45 år, alt fra senior associates, senior HR- rådgivere, partnere og revisorer. Det sportslige ambisjonsnivået varierte noe blant intervjupersonene. To var meget konkurranseinnstilte og hadde plasseringsmål i flere ulike konkurranser. Fem andre kunne sies å være vanlige mosjonister, med mål om å forbedre personlige rekorder. Den siste intervjupersonen deltok ikke selv i konkurranser, men trente jevnlig og hadde stor glede av trening og en aktiv livsstil.

### **3.5 Utarbeiding av intervjuguide**

En intervjuguide inneholder temaene intervjueren ønsker å finne ut mer om i prioritert rekkefølge. Det er viktig å utforme spørsmål som går i dybden og inviterer til refleksjon og fylldige svar. Man ønsker å fange intervjupersonenes oppfatning av et fenomen. På denne måten får jeg som intervjuer ta del i deres opplevelse av "birkebeinerkulturen". Fog (1995) beskriver det som å dykke ned i intervjupersonenes "verden". For å få til dette må man kvalitetssikre hvert enkelt tema slik at svarene kan sikre ny kunnskap (Kvale, 2007). En detaljert og velstrukturert intervjuguide, med riktig progresjon i spørsmål må til for å skape en god kontakt med informanten. Denne guiden vil hjelpe

med å få mest mulig klarhet i hva man ønsker å få svar på. Samtidig skal den ikke være et forstyrende element i samtalen med informanten. Derfor er det viktig at den læres på forhånd, slik at intervjueren kan vandre fritt, høre godt etter og være fleksibel i å veksle mellom tema (Thagaard, 2009).

For mitt intervju, som ikke hadde klart fastsatte spørsmål, ble det viktig med tydelige temaer eller problemstillinger som man ønsket drøftet og besvart. Derfor ble det viktig å utlede relevante undertemaer ut fra problemstillingen. Undertemaene var igjen forankret i sosiologisk teori slik at man kunne trekke relevante drøftinger ut fra svarene intervjupersonene gav.

Intervjuguiden i min oppgave (vedlegg 3) bestod av seks ulike temaer som kunne relateres til hovedproblemstillingen: *"Hvordan opplever ansatte i en høyprofilert kunnskapsbedrift 'birkebeinerkulturen' i næringslivet?"*.

- mål og motivasjon
- tid/prioriteringer
- utstyr og status
- helse
- mediedekning
- trening og jobb

Ut fra disse laget jeg noen underpunkter for hvert tema, som skulle hjelpe til med å holde strukturen i intervjuene. Alle spørsmål og temaer var imidlertid løst formulert, noe som gjorde det lett å la intervjupersonene styre gangen i intervjuet og hoppe mellom ulike temaer de mente var sentrale.

### **3.6 Gjennomføring**

Intervjuene fant sted mellom 15. og 30. oktober 2012, i bedriftens lokaler i Oslo. Hver enkelt intervjuperson booket på forhånd et møterom hvor intervjuene ble holdt.

Intervjutiden varierte fra ca 30-60 min.

Intervjuene forløp i en lett og uformell tone. Dette var også ønskelig fra min side, da jeg i informasjonsskrivet beskrev intervjuet som en ”uformell samtale” om trening og konkurranser i relasjon til arbeid.

Thagaard (2009) beskriver hvordan forskeren bør ha kunnskaper om de sosiale relasjoner som er gjeldende i feltet man skal undersøke. Som tidligere langrennsløper og deltaker i mosjonsidrettskonkurranser i langrenn og løp, hadde jeg en viss erfaring med ”birkebeinermiljøet”, samt det å trene mot målsettinger. Næringslivsfeltet har jeg derimot ingen arbeidserfaring fra. Som beskrevet i innledningen kan avis- og medieoppslag bidra til at man på forhånd danner seg et bilde av idrettspraksisen i næringslivsbransjen. Man bør imidlertid være klar over dette, og prøve å legge til side forventninger og forutinntatte holdninger, som kan føre til ledende oppfølgingsspørsmål (Thagaard, 2009). Dette kan igjen forringe forskerens mulighet til å ta del i intervjupersonenes verden.

Diktafon ble brukt til å ta opp intervjuet. Å mestre det tekniske aspektet vedrørende båndopptaker, notater og eventuelle andre hjelpemidler, er særdeles viktig for flyten i intervjuet (Mason,1996). På forhånd øvde jeg meg på båndopptakerens funksjoner, jeg ble dermed så kjent med det tekniske at jeg kunne flytte fokus over på andre ting under intervjuene. Dette gjorde det lettere å registrere intervjupersonenes respons og ikke minst holde kontroll på hvilke spørsmål jeg formidlet. På denne måten fikk jeg god oversikt over helheten i intervjuet. Jeg kunne derfor konsentrere meg fullt om å virkelig lytte. Intervjupersonenes svar dannet derfor grunnlaget for intervjuets videre forløp. Man måtte virkelig dra ut essensen av det informantene kommer med, slik at man kan komme med passende oppfølgingsspørsmål (Mason,1996). I tillegg gav det meg bedre mulighet til å skrive ned viktige stikkord underveis til bruk for gode oppfølgingsspørsmål.

Alle intervjuene ble innledet med at jeg minnet om de aktuelle temaer i intervjuet. Intervjupersonene hadde på forhånd blitt informert om hensikten med intervjuet. I tillegg gav jeg en kort beskrivelse av meg selv, for at de skulle kjenne meg som intervjuer litt bedre.

Det første spørsmålet brukte jeg for å danne meg et bilde av deres holdninger til trening og fysisk aktivitet. Jeg ønsket å få høre om ”en type treningsøkt man husker tilbake på med glede”. Dette ble gjort for å innlede intervjuet på en myk måte og skape en god stemning. Jeg noterte også noen små stikkord til innledningsspørsmålet, som jeg kunne basere mine senere oppfølgingsspørsmål på. Gjennom innledningsspørsmålet fikk jeg opprettet en god kontakt med intervjupersonene. Kontakten beskrives av Fog (1995) som det aller viktigste mellom intervjuer og informant, fordi denne tilrettelegger for en god tone og fortrolighet senere i intervjuet. Thagaard (2009) peker på viktigheten av å bygge opp tillit i starten av intervjuet som blir viktig for hvordan intervjuet forløper videre. Gjennom en god start kan man i tillegg få intervjupersonen til å åpne seg og dele sine virkelige meninger, men dette krever tillit til intervjueren (Dowling, 2006). Man er derfor avhengig av god samhandling for å tilegne seg de ønskede data og mye av dette skjer gjennom gode forberedelser med intervjuguiden (Mason, 1996).

Noen av intervjupersonene brukte innledningsspørsmålet som grunnlag for å legge ut om sine målsettinger og motivasjon for trening. Dermed var fokus allerede flyttet inn på første tema. Andre begynte å prate om andre temaer som jeg oppfattet som lite relevant relatert til problemstillingen. Intervjuguiden ble et viktig redskap i disse situasjonene. Ved hjelp av denne brukte jeg deres svar og utsagn til å lede dem inn på et mer relevant tema. Ved en dårlig utarbeidet intervjuguide, kan man lett bli faglende i slike situasjoner. Det er ingen krise om man mister tråden litt under et semistrukturert intervju, men intervjuguiden blir en god indikator for om man raskt evner å hente seg inn igjen. Skulle man derimot bli for opptatt av intervjuguidens innhold kan den viktige kontakten mistes og bidra til en dårligere datainnsamling. Det stilles derfor store krav også til intervjuerens beslutningsevner (Fog, 1995; Thagaard, 2009). Jeg opplevde ikke at dette var et problem under intervjuene mine, da temaene hadde stor spennvidde som gjorde det lett å finne relevans mellom svar og tema. I tillegg gjorde min idrettsbakgrunn og egne erfaringer at jeg enkelt kunne forstå deres fortellinger. Jeg

brukte også et språk og uttrykk som idrettsinteresserte mennesker kan kjenne seg igjen i.

Underveis i intervjuene måtte jeg hele tiden passe på å hele å tiden undersøke om spørsmålene gav svar på underpunkter, tema og dermed hovedproblemstillingen. Med andre ord følge en ”rød tråd” gjennom intervjuet. Siden et semistrukturert intervju ikke opererer med ferdig skrevne spørsmål ble dette hele tiden en prosess jeg måtte kryssjekke underveis. Dette er en veldig viktig prosess, fordi kun relevante data kan hentes ut og utnyttes i oppgaveskrivingen (Mason, 1996; Thagaard, 2009).

Ingen prøveintervju ble avholdt, da jeg følte jeg hadde god kontroll på alle aspekter ved intervjuet. Jeg merket likevel hvordan jeg ble flinkere og flinkere jo flere intervju jeg holdt. Særlig gikk dette på forhold relatert til ”sømløse” overganger og kryssjekking av relevans. Erfaringer fra tideligere intervju gav forbedrede oppfølgingsspørsmål, slik at den enkeltes historie kom best mulig fram.

### **3.7 Transkripsjon og analyse**

Transkribering kan betegnes som prosessen fra intervju til utskrevne data. Man omdanner samtalen til tekst gjennom avskrivning av intervjuforløpet (Kvale, 2007). Etter endt intervju begynte jeg transkriberingen så fort jeg hadde mulighet. Jeg hadde to til tre intervju i uken og forsøkte å transkribere dem ferdig innen uken var omme. Dette var en krevende prosess, spesielt relatert til skrivehastighet. Men med hjelp av et gratis nedlastet avspillingsprogram *Express Scribe*<sup>8</sup> kunne jeg spille av båndet i alt fra 1% til 200% (dobbel) hastighet, noe som muliggjorde å finne et avspillingstempo som sikret kontinuerlig skriving. Den relativt intensive transkriberingsprosessen gjorde at jeg hadde åtte ferdig utskrevne intervju en uke etter siste intervjudag. Disse ble deretter analysert grundig slik at jeg ble god kjent med materialet. Etter inspirasjon fra Kvale (2007) leste jeg først igjennom hele teksten, før jeg gikk tilbake og kategoriserte de

---

<sup>8</sup> <http://www.nch.com.au/scribe/index.html>

enkelte delene. Jeg kunne nå begynne å kode dem og dele dem inn i passende temaer for min problemstilling.

Koding blir beskrevet som å merke de deler av det transkriberte intervjuet som gir nyttig informasjon relatert til oppgavens tema og problemstillinger (Miles & Huberman, 1994). Jeg tok utgangspunkt i mine seks hovedtemaer og laget et dokument hvor disse tjente som hver sin hovedoverskrift. Hvert transkriberte intervju ble gjennomgått og derfra plukket jeg ut relevante tekstsegment til hvert enkelt tema. På denne måten fikk jeg fjernet mindre relevante deler fra hvert intervju, noe Miles og Huberman (1994) beskriver som grovkoding. For å få oversikt over hvilke intervjupersoner som kom med de forskjellige uttalelser, brukte jeg et tallsystem. Jeg markerte starten av hvert nye sitat med et tall avhengig av hvilket intervju det ble hentet fra. Det første gjennomførte intervjuet fikk dermed tallet "1" mens siste intervju ble "8". Etter å ha satt meg godt inn i intervjuene var det lett å identifisere tallene med intervjupersonene, og jeg følte jeg kunne skille de ulike besvarelsene fra hverandre også uten bruk av tall.

Som analyseverktøy lister Mason (1996) opp tre ulike måter å gjengi et intervju på. Den ordrette, den tolkende og reflekterende. Min oppgave legger til rette for en tolkende gjengivelse. Til hver av de seks temaene hadde jeg på forhånd knyttet relevant sosiologisk teori. Dermed kunne jeg foreta en tredelt analyse av datamaterialet. Utsagn ble gjengitt gjennom sitat eller parafraser. Et viktig aspekt ved den tolkende gjenformidlingen var å spørre seg om man faktisk fikk svar på det man ønsket og om svarene betydde det de faktisk gav uttrykk for (Mason, 1996). Ut fra dette kunne jeg igjen gjøre meg mine egne tolkninger og til slutt knytte dette opp mot relevant sosiologisk teori.

En annen viktig faktor ved analysen var en kritisk refleksjon av validiteten og kvaliteten av det innsamlede datamaterialet. Det er viktig å huske på at et transkribert intervju ikke er objektivt, fordi man som forsker tolker det som står der med bakgrunn i de inntrykk man fikk i den aktuelle situasjonen. Forskerens antagelser og tolkninger er subjektive holdninger som det er viktig å være klar over. Derfor må man spørre seg om den innhentede informasjon belyser det man ønsker å undersøke. Samtidig vil stikkord hjelpe til med å huske eventuelle inntrykkene eller reaksjoner intervjupersonene kom med underveis. Man må hele tiden må spørre seg hva man går glipp av utenfor opptaket.

Ofte kommer reaksjoner som er vanskelige å sette ord på, men som kan beskrive veldig mye. Dette er med på å danne en bredere forståelse av hele intervjusettingen som en båndopptaker ikke vil være i stand til (Kvale, 2007). Relatert til dette stiller Mason (1996) et viktig spørsmål: ”Er visuell eller lydopptak av intervjuet data i seg selv? Jeg følte selv at lydopptaket tjente som den enerådende datakilden i mitt arbeid, da jeg ikke gjennomførte en fenomenologisk tilnærming med fokus på hvordan samtalen oppleves fra intervjuerens ståsted (Thagaard, 2009). Min oppgave tok utgangspunkt i intervjupersonenes besvarelser. Noen enkeltreaksjoner ble notert ned, men analysen ble i all hovedsak hentet fra lydloggen på diktafonen.

### **3.8 Etiske overveielser**

Etiske problemstillinger eksisterer med henhold til andres arbeid og personvernopplysninger. Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH) har klare etiske retningslinjer vedrørende dette (etikkom.no). Man bør som intervjuer tenke igjennom hvilke etiske spørsmål som kan dukke opp i en intervjusitasjon og den potensielle reaksjonen på dem. Man kan ikke forutse alt, men det vil være til stor hjelp å forberede seg litt slik at man kan unngå de vanligste dilemmaene. Det er også viktig at intervjupersonene blir grundig informert på forhånd før de gir sitt samtykke (Mason, 1996).

Kvalitative intervju som genererer data med personopplysninger, er meldepliktig til Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD) (NESH, 2006:14 I; Thagaard, 2009 s. 25). Mitt prosjekt gikk inn under denne kategorien, og jeg måtte fylle ut et meldeskjema på NSDs nettider senest 30 dager før datainnsamlingen startet<sup>9</sup>. Etter registrering av e-postadresse hos NSD fikk jeg tilsendt et skjema som omhandlet alt fra prosjektnavn,

---

<sup>9</sup> <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeskjema>



institusjon og omfang, til utvalg, temaer og forhold relatert til personvern og informasjonssikkerhet. Omtrent fire uker etter innsending fikk jeg godkjenning av prosjektet pr post (vedlegg 4), og datainnsamlingen kunne starte.

Uansett forskningsprosjekt må deltakerne gi informert samtykke. Intervjupersonen kan til enhver tid trekke seg uten negative følger for den enkelte. I tillegg er det viktig å huske på at informanten gjennom informert samtykke står fritt til å avstå fra å svare på spørsmål. ”Informert” betyr i denne sammenheng at man orienteres om hva prosjektet går ut på (NESH, 2006:13 I: Thagaarg, 2009 s. 26). Et informasjonsskriv og samtykkeerklæring ble som tidligere nevnt, sendt ut til hver intervjuperson i forkant av prosjektet. Jeg fikk kun inn tre signerte erklæringer, men kan vise til bekreftelse fra alle på mail.

Som forsker må man hindre bruk og formidling av informasjon som kan skade enkeltpersonen det skal forskes på. Materialet må anonymiseres og det stilles strenge krav til hvordan lister med navn eller andre identifiserbare personopplysninger oppbevares og senere tilintetgjøres. Informantene må anonymiseres i presentasjonen av resultater (NESH, 2006:18 I: Thagaard, 2009, s. 27). Transkripsjonene ble lagret på minepinne og holdt innelåst sammen med utskrevne eksemplarer. Informasjon om intervjudeltakerne ble oppbevart på min studentmail<sup>10</sup>. Gjennom mailkorrespondansen avtalte jeg dato med hver enkelt intervjuperson. Derfor kunne jeg enkelt synkronisere transkripsjonene, hvor intervjudato var påskrevet, med mailene. Siden det kun var snakk om åtte intervjupersoner, kunne jeg derfor enkelt synkronisere transkripsjonene med avtalen med hver enkelt person.

---

<sup>10</sup> Mailadresse utgitt av Norges Idrettshøgskole.

## 4. Resultater og diskusjon

Ut fra feltet jeg har definert og teorien jeg har presentert ønsker jeg nå å drøfte mine funn fra dataanalysen. Mine åtte intervjupersoner hadde alle ulike ambisjoner med sin idrettsinteresse. Ut fra ambisjonsnivå og tidsbruk kunne man dele gruppen i tre. To menn var veldig konkurranseorienterte, med klare resultatmål i ulike langrennskonkurranser for den kommende sesongen. Begge var tilknyttet treningsgrupper som bestod av mennesker med tilsvarende målsettinger. De seks andre var alle regelmessig fysisk aktive og trente mye, hvorav fem av dem oppgav at de skulle delta i konkurranser i en eller annen form kommende sesong. For disse fem, tre menn og to kvinner var det gjennomgående målet å forbedre tidligere prestasjoner, og stadig gjennomføre nye og utfordrende konkurranser. Merket i Birken var et typisk mål for flere av dem. En kvinne deltok ikke i konkurranser, men hadde stor glede av regelmessig trening. Jeg fikk med dette stor bredde og mangfold i svarene fra intervjupersonene.

Jeg vil nå diskutere problemstillingen i relasjon til de undertemaer jeg mente var sentrale for å få belyst denne.

### 4.1 *Opplevelse av og motivasjon for trening*

Det kan være mange grunner til at man trener. Den medierte "birkebeinerkulturen" i næringslivet viser mennesker med stor interesse for trening, men i liten grad hva som motiverer dem. Jeg ønsket å undersøke hvordan mine intervjupersoner opplevde det å trene i relasjon til motivasjonsfaktorer. Resultatene viste bredde og variasjon, men også en del fellestrekk. Målsettinger, sosial interaksjon, naturopplevelser og avkobling og helse var i store trekk de viktigste grunnene.

#### 4.1.1 Målsettinger

Rønning et al. (2011, ikke publisert) kunne i sin kartlegging av deltakelse i Birkebeinerrennet og – rittet vise til *treningsmål* som den viktigste motivasjonelle enkeltfaktoren for deltakelse i mosjonsidrettskonkurranser. Samme trend kunne spores i min dataanalyse. Målsettingene varierte for alle intervjupersonene og noen hadde klarere målsettinger enn andre. Men alle skildret en tilfredsstillende følelse ved måloppnåelse. Over halvparten hadde målsettinger om personlige rekorder og likte hele tiden å strekke seg litt lenger enn forrige konkurranse. To av mennene trakk også fram hvordan de ble drevet av mestringsfølelse. En av dem ble for eksempel i barndommen drevet av følelsen av å være ”god i noe”, og dette tilrettela for idrettspraksisen.

*... fra jeg var liten har jeg hvert ganske god til å løpe. Løpt mye på siden men aldri aktivt. Det er litt sånn når du tar cooper-testen på skolen og målt deg mot de andre i klassen og merker at det er noe du er god på så trener du på det.*

Inn i voksenlivet hadde holdningen endret seg noe. Motivasjonen kom ikke lenger kun gjennom å føle seg flink, men også av å fullføre stadig nye utfordringer. Sykkel, ski og løping tjente som hovedaktivitetene til intervjupersonen, og fritiden ble i stor grad tilrettelagt rundt disse aktivitetene. De siste to sommerferiene hadde blant annet gått med til sykling. Det første året gikk turen fra Paris til Agadir i Marokko. Årets sommerferie startet i København, gikk videre til Italia over Alpene og endte i München. Med dette viste intervjupersonen hvordan han fant glede gjennom det å sette seg store mål, selv om det kun tjente som ferieaktivitet. Likevel kan ikke distansene som ble syklet kalles ”vanlig” på en sykkelferie. Jeg vil tolke det som at prestasjonene på sykkelsetet også genererte oppmerksomhet fra andre, og med dette potensielt økt anerkjennelse blant idrettsinteresserte kolleger. Den andre intervjupersonen delte mange av de samme interessene og målsettingene ved treningen. Han opplevde en nærmest genetisk ”eventyrlyst”, som skapte et driv mot det å hele tiden prøve nye ting og strekke seg mot nye utfordringer. Når en målsetning ble nådd ble alltid fokuset rettet mot noe større og vanskeligere. Den iboende søken etter utfordringer kunne godt resultere i å ”bestige noen fjelltopper etter hvert også”, fordi det å utfordre seg selv hele tiden var viktig. Dette synet tilrettela også for deltakelse i en rekke krevende mosjonsidrettskonkurranser, som intervjupersonen ramset opp:

*Som sagt er jeg veldig opptatt av variasjon, så jeg liker veldig forskjellige ting. I år så har det vært et veldig bra år. Jeg har gjennomført to ni mils skirenn, Styrkeprøven<sup>11</sup> og Oslo Maraton. Så det synes jeg er bra. Nå er det litt sånn. Selv om jeg ikke kan stå på skøyter eller svømme veldig bra har jeg lyst til å prøve i hvert fall. Det er et sånt 200 km skøyteløp på Mjøsa som frister. Selv om jeg ikke. Jeg vet ikke om det blir noe av. Men det er sånn jeg tenker da. Litt sånn jeg er.*

Beskrivelsen ”litt sånn jeg er” tolker jeg til at han oppfatter seg selv som prestasjonsorientert og målrettet. Verdier som er sentrale for den øvre middelklassen både i yrkes- og treningssammenheng (Bourdieu, 1978; Bourdieu & Waquant, 2002).

Begge intervjupersonene hadde flere likhetstrekk i deres syn på konkurranser, hvor begge hele tiden ønsket å ”fullføre” krevende ting. I forrige sitat listet en av dem opp flere krevende konkurranser som han hadde gjennomført, og mente var ”bra”. Skal man tolke uttrykket ”bra” tjente det nok mer som en beskrivelse av hva som kunne sees på som ”godkjent” relatert til vedkommendes ambisjonsnivå, snarere enn en berømmelse av egen innsats. Dette kan også si noe om hvor ambisjonsnivået lå for vedkommende, for det var ingen enkle konkurranser som ble listet opp. Alle konkurransene gikk for å være av de lengste i sitt slag og anerkjennes av idrettsfeltet som tøffe konkurranser. Den andre intervjupersonen kom med enda en interessant skildring relatert til eget ambisjonsnivå. Sist sesong ble blant annet Trondheim – Oslo og en maratonkonkurranse gjennomført. Valget falt på disse fordi konkurransens vanskelighetsgrad skulle være noe mer enn det som ble ansett som ”normalt”. Det var ikke et tema å gå for de lettere variantene av samme konkurranser. Å gjennomføre et halvmaraton, Halvbirken eller Lillehammer – Oslo ble sett på som utenkelig: ”Utenom Birken har jeg aldri løpt halvmaraton. Får meg ikke til å melde meg på halvparten”. Med ”Birken” mener personen her Birkebeinerløpet, som er et terrengløp på 21,5 km (halvmaratondistanse). Den karakteriseres derimot ikke som halvmaraton da det ikke er et asfaltløp. Videre utdypet personen hvorfor det var viktig å gjennomføre de lengste distansene: ”... Jeg liker å gjennomføre. Trondheim - Oslo er altfor langt for ’vanlige’ mennesker...”. Dette kan man tolke til at begge var opptatt av den status deltakelsen kunne generere i idrettsmiljøet de selv var en del av. Begge ønsket gjennom sine handlinger å utvise ferdigheter på idrettsarenaen. Om det var en bevisst holdning også på andre arenaer enn

---

<sup>11</sup> Trondheim – Oslo.

den idrettslige, vites ikke. Relatert til økonomifeltte kan dette sees på som kompetitive verdier det kan dras nytte av (Storedal, 2009; Bristøl, 2010a).

Opplevelsen av å gjennomføre var noe som drev flere av intervjupersonene. To betydnet at det først og fremst genererte en god følelse for egen del å fullføre utfordringer, men det var også gøy når andre la merke til prestasjonene. Den ene mente det var ”hyggelig å bli kalt sporty” fordi det samsvarte med inntrykket vedkommende ønsket å bygge av seg selv. Den andre syntes det var moro ”å vise de andre”, selv om han ikke følte prestasjonene var noe ”å slå i bordet med”. Dette kan tolkes som et tegn på at begge likte å mestre tøffe oppgaver fordi det gav en viss anerkjennelse i feltet de tilhørte.

En av kvinnene trakk også fram motivasjon gjennom å ”vise andre”. Hun hadde et sterkt ønske om å bevise for seg selv og omgivelsene at hennes målsettinger kunne nås. Det tjente alltid som en ekstra motivasjonsfaktor å motbevise eventuelle pessimistiske spådommer. Kommende sesong skulle Trondheim – Oslo sykles for første gang: ”Liker å bevise for meg selv at dette får jeg til. Folk sier til meg at jeg ikke har sjangs og ’Du klarer ikke det der’ ...Da sier jeg ’lett’”, kunne hun fortelle. En annen kvinne skulle delta i trippelen<sup>12</sup> for andre året på rad. Fjoråret hadde resultert i to av tre merker, hvor hun var kun to minutter unna merket på ski. Den knappe marginen fra fjorårets renn tilrettela for en tydelig målsetting og motivasjon for treningsarbeidet fram mot 16. mars 2013<sup>13</sup>.

Det var tydelig hvordan mestring av personlige målsettinger genererte en tilfredshet blant intervjupersonene. Stebbins (2007) belønningsteorier viser til hvordan opplevelsen av personlig kompetanse gjennom mestring igjen kan øke selvfølelse, selvtillitt og troen på egne ferdigheter. Dette følte jeg kom ekstra tydelig fram hos de to som hele tiden satte seg større og større mål. Målene ble høyst sannsynlig satt på bakgrunn av deres stadig økende følelse av kompetanse i sin idrett. Majors (2001) løpestudie kan vise til liknende funn. Løperne pekte på mestringsfølelsen som en av de viktigste årsakene til hvorfor de løp.

Relatert til konkurranser, personlige rekorder og treningsmål kan intervjupersonens målsettinger sees på som ambisiøse. Dataanalysen kan vise til at intervjupersonenes

---

<sup>12</sup> Fullføre Birkebeinerrennet, -rittet og -løpet innenfor samme kalenderår.

<sup>13</sup> Dato for Birkebeinerrennet 2013.

opplevde ”birkebeinerkultur” hele tiden la til rette for nye og høyere ambisjoner. Man kan spørre seg om ikke intervjupersonenes iverksette søken etter nye utfordringer kan relateres til sansen for det eksklusive og anerkjente? Kanskje har de lengste distansene en større grad av eksklusivitet i økonomifeltet? Tradisjonelt har sansen for det eksklusive, en *legitim smak*, vært relatert til musikk, mat og kunst for de med stor økonomisk kapital. Men Bourdieu (1995) peker på hvordan dette også kan oppnås på andre arenaer, og lister samtidig opp idrett som kulturell praksis på lik linje med andre felt (Bourdieu & Waquant, 2002).

Å gjennomføre tøffe målsettinger krever dedikasjon og disiplin, verdier de øvre klassene tradisjonelt har verdsatt gjennom sin idrettspraksis (Bourdieu, 1978; 1988). Samtidig er dette et tydelig tegn på en serious leisure-aktivitet (Stebbins, 2007). Funnene kan også relateres til Thomas Højrup (2003) *livsformteori*, som viser til hvordan den karrierebevisste til en hver tid er ”oppover-orientert”, med ambisiøse mål. Coakley (2001) siterer hvordan holdningen hos de mest ambisiøse menneskene kan arte seg: ”When you`re satisfied with your performance, you`re finished” (s.283). ”Birkebeinerkulturen” tilrettelegger hele tiden for forbedringer og hvor en stadig økende popularitet krever bedre og bedre prestasjoner for å skille seg ut blant mengden. Dette inntrykket gav også flere av intervjupersonene, hvor sansen for utfordringer var noe av det som kjennetegnet dem som personer generelt.

Den andre av de to med høyest ambisjonsnivå, oppsummerte på mange måter hvorfor nettopp målsettinger og jakten på måloppnåelse opplevdes som en så sterk motivasjonskilde.

*(...) Hvis du skal drive med trening må du sette deg et mål. Melde deg på en konkurranse for deg selv. Hvis du ikke gjøre det så blir det ikke noe trening. I så fall skal du ha så sterk egen... Du veit, dørstokkmila da. Få på skoa og komme deg ut. Er en liten barriere og det er lett å finne unnskyldninger. Men om du vet du skal løpe Oslo halvmaraton eller gå Vasaloppet om noen dager eller måneder da gjør du det.*

#### 4.1.2 Sosiale relasjoner

I denne delen diskuteres sosiale forhold relatert til det å trene, både i relasjon til eget privatliv og internt i bedriften. Dette temaet vil belyses ytterligere i relasjon til bedriftens sosiale idrettstiltak i 4.3.2.

Å trene sammen med andre var noe flere av intervjupersonene opplevde som positivt. Samhold og tilhørighet gjorde at mange gledet seg til treningsøktene. Noen hadde fått økt sitt sosiale nettverk gjennom idretten og mente det var inspirerende å treffe andre "likesinnede". "Likesinnede" kan her tolkes som personer med tilhørighet til "birkebeinerkulturen", med de samme interesser og mål som dem selv. Flere av intervjupersonene var med i treningsgrupper, på ulikt nivå og med ulike målsettinger. Noen av treningsgruppene var tilknyttet idrettslag, noen trente med bedriftens lag, mens andre igjen trente med venner og familie. Intervjupersonene satt pris på den sosiale interaksjonen som fulgte med et slikt fellesskap. Treningsgruppene trente som regel mot felles konkurranser, og noe som medførte at terskelen for å miste en treningsøkt med gruppa ble ganske høy, kunne en fortelle. En av grunnene til dette var bilder og videoer postet på sosiale medier i etterkant av øktene. Det var ikke moro å "mangle" på et av gruppebildene fra stien eller løypa. Samme funn gjorde også Aukland (2007) i sin studie av de meget målbevisste "Sportsidiotene", som brukte sosiale medier til å vise sin hegemoniske maskulinitet. En av kvinnene mente "gruppepresset" tjente som en særlig motiverende faktor de dagene det heller fristet å la være å trene.

*Jeg synes det er sosialt, fordi man får med folk til å gjøre ting. Så sitter man på rumpa hele dagen og da er det deilig å gjøre noe. Ellers så blir det fort til at man lager middag og ser på tv.*

Hun belyser her hvordan det å trene med andre kunne tjene som motivasjon til å bedrive fysisk aktivitet. I stedet for å reise hjem til en "usosial" casual leisure-aktivitet (TV), valgte hun i stedet å møte mennesker med samme interesser som hun selv. Stebbins (2001) peker på hvordan en casual leisure-aktivitet kan være gunstig med tanke på avkobling, men lite givende relatert til utbyttet man sitter igjen med. Det virket som om en slik tankegang gjaldt for flere i bedriften, fordi mange av intervjupersonene trente med kolleger etter arbeidstiden. Ved å benytte seg av kontorets garderobemuligheter

kunne kollegene i fellesskap starte en treningsøkt rett etter jobb. Dette var både tidsbesparende og effektivt, samtidig som det var en felles sosial aktivitet for de ansatte utenom det jobbrelaterte. En annen pekte på hvordan slike avtaler kunne strukturere arbeidsdagen, da man hadde noe å glede seg til etter jobb. Man måtte ”stå på” for å bli ferdig slik at man rakk å bli med treningsgruppa, fordi: ”... det er ingen andre som gjør jobben for deg”.

Alle mente evnen til å finne på ting med kolleger var veldig viktig for samholdet i bedriften. Man ble kjent med hverandre på andre arenaer og kunne inspirere inaktive kolleger til å bli med. En av kvinnene så på dette som en av styrkene idretten hadde relatert til det sosiale på arbeidsplassen.

*At vi klarer å få til noe sosialt utenom bare jobb. Vi er veldig mye sammen på jobben. Så tror det er viktig å få til den trivsels biten. Trives man ikke på jobben så gjør man det ikke bra og gidder man ikke prøve heller. Det er en ting som er veldig bra her i hvert fall. Gode kollegaer.*

Beskrivelsen ”gode kolleger” kan tolkes som et tegn på at treningen faktisk kunne være med å bringe menneskene på arbeidsplassen tettere sammen. Rønning og medarbeidere (2011) viser i sin kartlegging hvordan idretten lett blir et samtaleemne som opptar mange i bedrifter som prioriterer bedriftsidrett. 78 prosent svarte at birkebeinerarrangementene var en ”snakkis” på arbeidsplassen, og dette steg i takt med inntekt og utdanning. For intervjupersonene gav dette seg også utslag i den daglige kollegiale samtalen. Treningen ble et sosialt bindemiddel mellom idrettsaktive kolleger, og lunsjpraten var en viktig måte å koble av på. Veddemål og moro foran konkurranser styrket samholdet samtidig som det skapte ekstra motivasjon. Det kom også fram beskrivelser på hvordan enkelte dager på jobben kunne oppleves annerledes for ”birkebeinerne” i bedriften. Mandager etter viktige konkurranser gikk lunsjen med til å diskutere resultater fra helgen, og det var mye spenning knyttet til hvordan de andre hadde gjort det. Resultatlistene på internett ble saumfart for å finne tider til kolleger: ”Man finner jo ut av det da. Går inn på arrangementets hjemmeside og søker opp nummer i resultatlistene”. Dette genererte igjen nye samtaler over lunsjbordet, om hvordan konkurransen hadde gått for den enkelte: ”Hvordan var den bakken der?” og ”Hvor gikk du tom?” var vanlige spørsmål å diskutere i dagene som fulgte. Et godt



resultat kunne høste anerkjennelse fra kolleger og i treningsgruppen, mens et dårlig renn muligens kunne medføre økt press om å prestere ekstra godt neste gang.

Noen av de samme følelsene kom også fram om man fikk vite at kolleger i samme treningsgruppe hadde gjennomført gode treningsøkter på egenhånd: ”Senest i stad snakket jeg med en kollega som skulle gå Birken. Hun hadde vært oppe i Korketrekkeren med staver og da bare... ’Oh..shit!’”. Intervjupersonens reaksjon kan tolkes som et uttrykk for et følt press da treningsvenninnen hadde fått til en kvalitetsøkt på egenhånd. Men samtidig gav hun inntrykk av at dette tjente som motivasjonsfaktor for å selv trene en god økt senere på dagen. At kollegaen hadde gjennomført treningsøkten i Korketrekkeren kan også være et signal om at vedkommende bor på Oslo vest, da bakken ligger i området omkring Holmenkollen. Dette kan igjen relateres til sosial status.

En viktig refleksjon til dette er den potensielle sosiale splittelsen som kan oppstå mellom inaktive og aktive på arbeidsplassen. Hilde Rossing, stipendiat ved Norges Idrettshøgskole, peker på utfordringen med å få med de inaktive i bedrifter (Gedde-Dahl, 2009). Flere ledere mener også at treningstilbudet ofte kun når de som allerede er fysisk aktive (PAMA, 2012). Et annet viktig aspekt kan være det mangelfulle sosiale mangfoldet man får om det dannes sosiale klikker omkring fritidsaktivitetene på arbeidsplassen. Om aktive kun sosialiserer med andre aktive kan dette utgjøre en fare for sosial splittelse. Samtidig er det viktig å huske på at idretten er et flott sosialt tiltak, som potensielt kan bringe de ansatte tettere sammen. I tillegg må et god idrettstilbud uansett må være på plass om man skal få med seg de inaktive på lang sikt. Et godt eksempel på dette var hvordan treningsmiljøet i bedriften hadde motivert en av de to mest ambisiøse til å begynne å konkurrere igjen, over ti år etter han gav seg som aktiv skiløper. En utfordring fra en kollega om deltakelse i Birkebeinerrittet ble starten på utallige konkurransestarter i årene som fulgte: ”Så gikk ikke dette så verst, og da ble det sånn at du skulle gjøre det bedre neste år...” Her viser intervjupersonen hvordan det sosiale kan være med å påvirke en beslutning om å gjøre comeback i konkurranser. Resultatet gav igjen videre motivasjon, fordi det gikk så bra. Men det første og kanskje største steget, ved å delta, ble gjort fordi andre i treningsgruppen mente dette passet intervjupersonen bra.

Stebbins (2001; 2007) beskriver hvordan den opplevde sosiale interaksjonen i en fritidsaktivitet tjener som en god motivasjonskilde for de som praktiserer den. Dette kan oppleves som en belønning gjennom følelsen av gruppetilhørighet. Det var kanskje nettopp en slik tanke som gjorde at en av kvinnene valgte å trene etter jobb i stedet for å dra hjem. Det samme kan relateres til lunsjpraten, hvor ”birkebeinerne” opplevde å ha et felles samtaleemne utenfor det jobbrelaterte. Major (2001) viste i sin studie hvordan nettverket gjennom idretten var en av de største gevinstene ved løping og en av grunnene til at mange begynte og fortsatte med aktiviteten. Det virket gjennom svarene fra dataanalysen at intervjupersonene som var aktive i idrett følte en slags relasjon og tilhørighet. Kanskje er dette en av de sosiale godene som ”birkebeinerkulturen” fører med seg til sine ”birkebeinere”?

Samtidig kan også svarene knyttes til en intern maktkamp, hvor de idrettsaktive kjemper om å hevde seg i den idretten de praktiserer sammen med andre. Det følte ”stressmomentet” noen av intervjupersonene kjente på om de ikke fikk trent med gruppen kan kanskje sees i sammenheng med teorien om idrettsspesifikk kapital. Det samme kunne samtaleene i lunsjen etter konkurranser, da resultatene langt på vei demonstrerte den enkeltes fysiske kapitalmengde. Bourdieu (1995) viser hvor viktig det er å oppnå riktig kapitalmengde i det feltet man tilhører. Gjennom å gjøre det bra i idrett kan man øke sin sosiale og symbolske kapital ved omdannelse av sin fysiske kapital (Schilling, 2003). Nettverk og sosiale relasjoner kan styrkes gjennom treningsturer som man igjen kan dra nytte av i andre sammenhenger. Gjennom ulike konkurranser kan man møte mennesker i samme bransje og skape kontakter man senere kan dra nytte av (Bourdieu, 1978). Slik kan man si at de sosiale relasjonene man knyttet som ”birkebeiner” kunne ha innvirkning på deltakernes sosiale posisjon på arbeidsplassen. Dette ble først og fremst generert gjennom sosiale belønninger knyttet til nettverksbygging og samhold og følelse av kompetanse gjennom gode resultater.

Det virket med andre ord som at intervjupersonene følte ”birkebeinerkulturen” kunne bidra positivt til det sosiale, både privat og på jobb. I tillegg følte de bedriftens tilretteleggelse for idrett var inkluderende.

### 4.1.3 Natur og avkobling

”Naturopplevelser” og ”avkobling” ble nevnt i samme åndedrag av flere intervjupersoner. Frisk luft og natur stod i sterk kontrast til arbeidet i Oslo sentrum, og tjente derfor som en avveksling fra hverdagen. Spesielt for de to mest ambisiøse mennene var dette en viktig motivasjon for å trene mye. Den ene var spesielt glad i naturen og han gav interessante beskrivelser av hvorfor sanseinntrykkene hadde så stor betydning under trening utendørs.

*... Fin måte å være ute på. Det å kombinere det å være ute i naturen gjør at man får en annen persepsjon. Man får en annen opplevelse med puls. New York er noe helt annen under New York Marathon. Du værere på en måte omgivelsene og stemningene på en annen måte med puls enn når du går. Det med nærheten til omgivelsene er drivkraften til å trene...*

Måten sanseinntrykkene forandret seg på tjente som en avkobling og flyttet tankene vekk fra hverdagen ellers. Beskrivelsen av ”nærhet til omgivelsene” kan tolkes som at han opplevde en ”annen verden” under trening og koblet av gjennom sanseinntrykkene. Den andre trakk fram følelsen av å ”endre tempo” som et viktig avkoblingsverktøy og motivasjonskilde, opplevelsen av en ”perfekt” treningsøkt hadde noen distinkte kjennetegn. Den måtte være ute og utholdenhetspreget: ”... den bør helst ha noe med langrenn å gjøre, enten rulleski eller ski, men også sykkel eller løping kan være fine ting”. Han trakk også fram viktigheten av sanseinntrykk relatert til egen kropp og til omgivelsene: ”... holde press og kjenne at kroppen responderer” viser til hvordan treningen bidro til en følelse av velvære, gjennom å føle seg vital og sprek.

En av kvinnene bedrev trening kun for egen helse og velvære. Hun konkurrerte ikke, men opplevde de samme motivasjonsfaktorene relatert til trening og avkobling som de to ivrigste. Med en hektisk familiesituasjon og krevende jobb ble korte, hyppige løpeturer et kjærkomment avbrekk fra hverdagen. Løpeturene, som i starten ble sett på som vanskelige å motivere seg til, ble nå brukt som et aktivt avkoblingsverktøy. Med musikk i ørene ble ”hverdagens støy” lukket ute og joggeturene ble beskrevet som en ”friplass”. Hun som skulle gå trippelen for andre gang støttet opp om denne beskrivelsen, og listet opp en mengde ulike grunner for hvorfor det å trene var en så god avkoblingskilde: ”... Det samme med hverdagen. Om man er på jobb og har masse å

gjøre er en løpetur fint til å koble av med, bare for å glemme litt, slappe av og luften seg. Bruker det masse som avkobling”.

Dataanalysen viste at de som var aktive i idrett, uansett nivå, fikk et ekstra avkoblingsverktøy i hverdagen. Stebbins (2001) viser hvordan serious leisure tjener som en god avkobling gjennom måten den fanger utøverens interesse og fokus på utfordringene knyttet til aktiviteten man utøver. Å trene, konkurrere og jakte på forbedring gir hver enkelt person en anledning til å prioritere seg selv og ”dykke ned i en annen verden” enn den relatert til arbeid. Nettopp derfor beskrives serious leisure-aktiviteter som viktige for mennesker med begrenset mengde fritid. Intervjupersonene opplevde et slikt kjærkomment avbrekk. For en av dem tjente til og med avkoblingen som den viktigste motivasjonskilden.

Relatert til den medierte framstillingen av ”birkebeinerkulturen” opplevde jeg at dataanalysen viste en litt annen side, som ikke har kommet like tydelig fram. Hysteri og press ble byttet ut med avkobling og naturen ble en ”friplass”. Kanskje er denne ”avkoblingsverdenen” lettere tilgjengelig for de i næringslivet som identifiserer seg med ”birkebeinerkulturen”? Det virket i hvert fall som at intervjupersonene fant naturopplevelser som en så sterk belønning at det tjente som en god motivasjonskilde til trening i en hektisk hverdag.

#### **4.1.4 Helse**

I tråd med tradisjonelle middelklasseverdier (Bourdieu, 1988; Crawford, 2006), opplevde intervjupersonene helseperspektivet som en av de viktigste motivasjonsfaktorene for trening. Treningen genererte positive effekter både fysisk og mentalt og det var særlig den opplevde, gode følelsen intervjupersonene verdsette. På det fysiske plan ble begreper som ”investering i egen helse” trukket fram, og en mente det var nærmest ”dumt å la være” med tanke på alle de kjente helsegevinstene. Mange av intervjupersonene opplevde en ”trygghetsfølelse” relatert til egen helse i perioder de

trente mye. Det var befriende å kunne beskrive sin egen fysiske form som ”god”, fordi dette var en tilstand de ønsket å være i.

En av de mest ambisiøse intervjupersonene beskrev hvilke positive effekter god fysisk form genererte på det mentale plan: ”Følelsen av å få litt overskudd og å være i form er veldig god. Bra mentalt. Merker at man har det bedre med seg selv når man er i god form fysisk”. Her beskriver intervjupersonen følelsen av å være i en tilstand som også blir sett på som den ”riktige” relatert til helsefokus som regjerer i samfunnet, og til øvre middelklasseverdier (Crawford, 2006). Gjennom finanspressen og andre mediekkanaler blir man hver dag minnet på forhold relatert til sunnhet og helse. Det å kunne føle at man møter disse kravene kan man anta at genererer en slags tilfredsstillelse gjennom å oppfylle de krav som ”forventes”. For en av de andre intervjupersonene hadde synet på helsen endret seg med årene. Før ble idrettsinteressen sett på som en måte å høste gode plasseringer og personlige rekorder. Etter hvert som jobb og familiesituasjon krevde mer og mer ble treningen i stadig større grad en helsebringende aktivitet: ”Nå er det mer.. Etter hvert som man blir eldre innser man at dette er jo faktisk veldig bra for helsen, det er litt sånn du finner ut. At du ikke skal drive på elitenivå. Da mener jeg helseaspektet er viktig...”. Her viser intervjupersonen hvordan utbyttet av den fysiske kapitalen kan endres, men likevel generere belønninger som anses som viktig i feltet man tilhører. Fra å kun motiveres av status og anerkjennelse gjennom resultater, var nå helsen blitt en viktigere motivasjonsfaktor for intervjupersonen. Relatert til middelklassens idrettspraksis samsvarer dette godt med hvordan helse blir en av de viktigste måter å opprettholde sosial posisjon på. Dette fordi sykdom og dårlig helse ofte assosieres med dårligere arbeidsforhold og lavere inntekt (Bourdieu, 1978; Schilling, 2003; Crawford, 2006).

For flere hadde jobb og studier bidratt til lange perioder med lite trening og dårlig fysisk form. En tilstand ingen av intervjupersonene ønsket seg tilbake til. En av intervjupersonene hadde hatt lange inaktive perioder, og det var dermed enkelt for ham å beskrive den gode effekten treningen hadde på egen helse og velvære. En liknende utvikling fra studietiden ble trukket fram av en av de som i dag trente mest. Den daværende inaktive livsførselen og dårlige fysiske formen genererte en økt motivasjon for trening etter inntoget i arbeidslivet:

*Så da var det på tide å bli voksen?*

*Ja rett og slett. Lei av å ligge fyllesjuk på lørdag og søndag. Heller være i stand til å bruke dagen og komme seg ut og sånt. Så det var en av flere drivkrefter. Kjenne at man er i form, at kroppen lystre hodet i større grad. Jeg hadde også dratt på meg noen ekstra kilo i de årene der og var keen på å bli kvitt dem.*

Gjennom å beskrive hvordan man ønsker å bli kvitt ”noen ekstra kilo” viser intervjupersonen hvilket kroppsideal han ønsker å assosieres med. Personen som de to siste somrene hadde vært på sykkelferie trakk fram kroppslige endringer som en av målsetningene for de aktive feriene. ”...Det var jo grunnen til at jeg syklet første året.. Noe av det i hvert fall. La på meg fem-seks kg i et årsoppgjør, og lite av det var muskler”.

Dataanalysen viser hvordan det kan se ut til at ”birkebeinerkulturen” bringer med seg en bestemt type kroppsideal, slik blant annet Inez Lien (Bristøl, 2010a) peker på. Beskrivelsene av hvordan det føltes å ha ”noen kilo ekstra”, samt de positive opplevelsene relatert til det å være i ”god form” kan peke tilbake på den øvre middelklassens helsebevissthet for opprettholdelse av ønskede klasseverdier (Borudieu, 1978; Crawford, 2006).

Et interessant funn relatert til dataanalysen var at det kun var mennene som trakk fram kroppsideal som motivasjonskilder. Kvinnene trakk i større grad fram generell helse og velvære. Betyr dette at det er et større kroppsfokus blant menn enn kvinner i næringslivet? En av de kvinnelige intervjupersonene hadde noen interessante tanker om ambisiøse mannlige kolleger:

*Vi treffer på masse unge mennesker som er aktive. Men det skjer nok noe med folk når de begynner å nærme seg 40. Man kjenner at ”Oj.. nå må jeg løpe enda fortere”.*

Hun mente man kunne spore en trend ved at menn trente litt mindre i etablerings- og småbarnsfasen mellom 32 og 40. Men hadde man først kjent på gleden ved å trene og være i god form, vendte man som regel tilbake, og gjerne ivrigere enn noen gang:

*Ja kanskje enda mer, og de føler de må løpe enda fortere. Det er noe med karene vi leser om i DN, ikke sant, det er et eller annet som driver dem. De løper jo for livet. Det er noe annet som driver dem. Det er et hysteri mot alderdommen. Så er*

*det jo det at er du en kjempetrent 55-åring kan du ha samme kropp som en 25-åring som ikke trener. Det er jo motiverende at det faktisk går an.*

*Så du tror noe kan relateres til kroppsidealer i næringslivet?*

*Ja, vi er yngre mye lengre enn man var før har jeg følelsen av. Man lengtet mer etter alderdommen før. Folk vil være unge og oppgående. Trimmer både hjerne og kropp.*

Funnene i dataanalysen kan relateres både til sosial klasse og alder, hvor alt springer ut fra fysisk kapital. Med kroppen som ”prosjekt” man kan trene for å oppnå ønsket utbytte (Schilling, 2003). Mennesker med høy utdanning verdsetter god helse, og verdsettelsen av det slanke og atletiske er typiske verdier for høyere sosiale lag (Bourdieu, 1988). Bourdieu (1999) trekker fram begrepet *illusio* for å beskrive hvordan kroppen formes gjennom måten man ønsker å møte verden på. Man vil handle etter feltets styrende habitus og gjennom dette blir kroppen en viktig måte å symbolisere sosial posisjon på, hvor ”de ekstra kiloene” på magen tjener som en trussel mot dette.

Coakley (2001) relaterer, som Bourdieu (1988), aktivitetsnivå til graden av utdanning og peker på hvordan idrettspraksis kan sees i sammenheng med livsstil ulike klasser. Interessant i denne sammenhengen var hvordan intervjupersonene og deres kolleger så ut til å fortsette sin idrettspraksis resten av livet. De lavere klassene tenderer til å slutte ganske tidlig, ofte grunnet skader relatert til arbeidssituasjon og idrettspraksis. I motsetning til de lavere sosiale lag kan den øvre middelklassen og overklassen finne motivasjon til å trene kun for helsens skyld alene. Gjennom idretten blir det også viktig å fronte sunne verdier og fravær av sykdom, spesielt de relatert til en inaktiv livsstil (Bourdieu, 1995). Smith og Holm (2010) viser hvordan det i miljøer med høy utdanning er et generelt økt helsefokus og at dette ansees som mye viktigere for den øvre middelklassen enn for arbeiderklassen. Dette fordi man alltid er mest redd for å falle på den sosiale rangstigen. Livsstilen blir derfor viktig for opprettholdelse av en god helse og gjennom dette sin posisjon på arbeidsplassen og ellers, noe også Engström (2008) kan vise til. Gjennom ønsket fasade kan dette hjelpe til med å oppfylle de målsettinger man har satt seg, hvor blant annet Thomas Højrup (2003) peker på hvordan riktige fritidsinteresser og livsstil ofte kan hjelpe på karriereposisjonen og tjene som springbrett for karrieren.

Ser man på hvordan den kvinnelige intervjupersonen beskrev treningen som et ”hysteri mot alderdommen” peker Featherstone og Hephworth (1991) på redselen for det å bli gammel som et postmoderne fenomen. Dagens samfunn har i stor grad omformulert betydningen av aldring. Ordet ”middelaldrende” og beskrivelser av ”midtlivskrisen” som inntreffer for folk mellom 35 og 60 år assosieres med noe negativt for begge kjønn. Aldersrelaterte tegn bør helst holdes i sjakk ved hjelp av riktig livsstil og eventuelle medisinske inngrep. Å ”hvile”, ”trekke seg tilbake”, eller ”roe ned”, uttrykk og handlinger tradisjonelt forbundet med aldring, har endret sin betydning og mistet sin aksept i mange miljøer (Featherstone og Hephworth, 1991).

Det kunne se ut til at man i næringslivsfeltet skulle holde seg ung lenger og ikke senke belastningen så tidlig som før. Kanskje kan ”birkebeinerkulturen” i næringslivet være med å bidra til at ”birkebeinerne” mestrer en konkurransepreget hverdag lenger, fordi de er i bedre fysisk form?

## **4.2 Utstyr og utgifter**

I denne delen belyses det hvordan intervjupersonene så på sitt eget og andres utstyrsfokus og pengebruk i relasjon til ”birkebeinerkulturen”. Gjennom den medierte framstillingen er det lett å få et inntrykk av at det eksisterer en voldsomt pengebruk og utstyrsfokus generelt blant aktive i næringslivet. Senere i oppgaven vil det drøftes om mediene skaper en stereotypisk framstilling av idrettspraktiserende aktører i næringslivet. Denne delen vil være med å belyse hvor mange intervjupersonene opplevde at hadde det ”medierte utstyrsfokuset” i næringslivsfeltet.

En refleksjon er sannhetsgehalten i intervjupersonenes besvarelser. Flere medieoppslag (Larsen, 2010; Nygard, 2011) og undersøkelser (Rønning et al. 2011; PAMA, 2012) peker på de negative assosiasjonene knyttet til stort utstyrs- og prestasjonsfokus. Dette åpner muligheten for at intervjupersonene nedtoner framstillingen av egne innkjøp og utstyrsfokus. Ingen av intervjupersonene opplevde seg selv som den mest utstyrsfokuserte i sin treningsgruppe og alle mente egen idrettsrelatert pengebruk var på



et ”sunt nivå”. Intervjupersonenes opplevelser fra treninger og konkurranser vil likevel belyse interessante forhold relatert til hvordan de aller ivrigste i de merkantile yrkene så på pengebruk og utstyr og om dette kan tjente som en måte å distingvere seg på i næringslivsbransjen.

Flere av intervjupersonene kjente til medlemmer i deres egen bransje med et sterkt fokus på treningsutstyr og -trender. Noen intervjupersoner hadde dem i sine egne treningsgrupper, mens andre kom med eksempler fra konkurranser de selv hadde deltatt på. Alle pekte på at mediedekningen bidro til å ”hause opp” utstyrsfokuset i næringslivsbransjen noe, og mente de fleste ikke var så ivrige som mediene ville ha det til. Det var heller snakk om enkeltpersoner og grupperinger enn en trend for hele bransjen. Likevel er det interessant å undersøke hvorfor noen syntes å være på linje med det mediene skriver om. Resten av denne delen vil omhandle utstyr og pengebruk relatert til sosial status og hvordan ”birkebeinerkulturen” så ut til å forme enkelte ”statusløpere”.

Intervjupersonene trakk fram flere sentrale enkeltfaktorer, hvor ”tider”, ”status” og ”gruppepress” ble hyppigst tatt opp som sannsynlige årsaker til at noen var så ivrige. Relatert til den første faktoren kunne en av intervjupersonene fortelle hvordan enkelte koblet utstyret i direkte sammenheng med prestasjoner:

*Jeg tror det er mange som fokuserer veldig på utstyr og som er veldig sånn tidsfokusert på Birken og på alt, og skal ha det dyreste. Når jeg sykla Birken var det ikke få som stod og klaga på utstyret etterpå.*

Her forteller han hvordan enkelte satte konkurransen i direkte sammenheng med utstyret. Kanskje som en måte å kamuflere eventuell manglende fysisk form? En annen hadde opplevd noe liknende da han syklet Birkebeinerrittet, og kalte fokuset blant de ivrigste for et ”hysteri”. Han trodde mye kunne forklares med at enkelte var ”hekta på prestasjon”, med tro og håp om at flott utstyr ville gjøre den store forskjellen: ”...De tror at kiloene i ramma er like viktige som kiloene på magen. Men det er det selvfølgelig ikke”. Han pekte videre på hvordan et dårlig resultat for noen tilrettela et behov for å kjøpe noe bedre før neste konkurranse. Dette kan tolkes som et eksempel på hvordan noen bruker av sin økonomiske kapital i et forsøk på å øke prestasjonene (Schilling, 2003).

Relatert til "status" kunne det virke som at dyrt utstyr var avgjørende for å signalisere de "riktige" verdiene i enkelte prestasjonsmiljøer. En dyr sykkel signaliserte høyt nivå og høye ambisjoner, uavhengig av syklistens fysiske forutsetninger. Et ganske ekstremt eksempel på dette var en av intervjupersonenes beskrivelser av en tidligere kollega. Vedkommende hadde en årlig "policy" om å bruke ti prosent av lønnen på sportsutstyr og alltid ha det nyeste. Dette tolker jeg som at han hadde stor personlig inntekt, da han kunne sette av en slik betydelig sum til egen fritidsinteresse. Selv fant intervjupersonen denne holdningen ganske uforståelig, og konstaterte: "Du trenger jo ikke det!", og trakk fram hvordan langrennseliten kunne vinne World Cup-renn på 10-15 år gamle ski. "Statusjegeri" ble nevnt som den mest sannsynlige grunnen for "ti-prosent-regelen". Samtidig tilrettela det høye forbruket for et "kjøpepress" fordi vedkommende hele tiden følte et press fra omgivelsene om å vise seg i det siste og beste, kunne intervjupersonen fortelle.

Men det var ikke bare utstyret som så ut til å tiltrekke seg de ivrigste "statusløperne". Enkelte konkurranser appellerte i større grad til denne gruppen enn andre. Gjennomsnittlig prisnivå på utstyret varierte nemlig stort ut fra hvilken konkurranse man deltok på, kunne den mest ambisiøse intervjupersonen fortelle. Han skulle delta på NM-femmila kommende sesong og merket stor forskjell på dette rennet sammenliknet med for eksempel Birken på ski: "Det er mye mer variabelt utstyr på NM- femmila enn i eliteklassen i Birken. Folk i NM er generelt i bedre form og mer opptatt av han oppå skia". Dette kan kanskje fortelle noe om de to skirennenes ulike status? NM på ski genererer først og fremst interesse for profesjonelle skiløpere og de med bakgrunn som aktive konkurranseløpere. Mens Birken får mye oppmerksomhet i media og næringslivsfeltet, genererer ikke norgesmesterskapet på ski samme status og interesse hos denne gruppen. Dette tolker jeg som at de kjente turrennene med stor prestisje tiltrekker seg en mengde "statusløpere", hvor kanskje fokuset ligger vel mye på å vise fram utstyr og pengebruk som det å prestere?

Det var ikke bare i konkurranser utstyrsfokuset regjerte. Intervjupersonene hadde også opplevd stort utstyrsfokus innad i sine respektive treningsgrupper. De to intervjupersonene med størst ambisjoner for kommende vinter innrømmet at praten om utstyr og nye produkter lett ble et samtaleemne på treningsturer. Den ene mente dette nok opptok ivrige turløpere generelt, men at det kanskje var ekstra fokus på det i

bransjen de selv tilhørte. Han trakk fram sin egen treningsgruppe, bestående hovedsakelig av meglere, analytikere og konsulenter, som eksempel. Den andre intervjupersonen beskrev hvordan utstyrspraten kunne gå i en ambisiøs treningsgruppe:

*Man bør ha nye ski, zero ski<sup>14</sup>, nyeste pulsklokka, letteste stavene, beste støvlene, beste smøringen. Du ender opp med gallium<sup>15</sup>. Det drar seg på, ikke sant. Fordi de rundt deg snakker om ting og så blir det sånn. Er du inni miljøet blir du veldig opptatt av de tingene der.*

Det samme gjaldt på sykkel, hvor enkelte bygget opp sykkelen selv og man kom ned på komponentnivå for å få sykkelen ”lettere og lettere”. Dette kan tolkes som at praten om utstyr kan tilrettelegge for et kjøpepress i enkelte treningsgrupper, fordi man ikke ønsket å ha dårligere utstyr enn sine treningskamerater. Det kom også fram at prisnivå så ut til å være like viktig som utstyrets faktiske funksjon i noen treningsgrupper. Flere medlemmer av den førstnevnte treningsgruppen brukte for eksempel Swix dyreste stavmodell til godt over 2000 kroner på rulleskiøker om høsten. Intervjupersonen mente dette var tulle: ”De brekker jo med en gang”, kunne han konstatere. For noen var imidlertid det å bruke billigere staver ikke engang et tema. Man kan spørre seg om dette tilrettelegger for en slags ”konkurrans i konkurransen” om å ha det dyreste treningsutstyret i noen treningsgrupper? Dette kan igjen vise til hvordan innkjøp kan være med på å generere sosial status (Featherstone, 1991). Dessuten er det et eksempel på hvordan man tar av sin økonomiske kapital for å generere økt sosial kapital i feltet man tilhører (Borudieu, 1978; Schilling, 2003).

For enkelte kunne det også være avgjørende hvor man handlet inn utstyret, og det så ut til at visse sportsbutikker hadde høyere status. Foruten ski, hvor spesialbutikkene gjerne satt på best kompetanse, var forbruksvarer som festevoks, staver og glider ofte lurere å handle i de store sportskjedene, kunne en av intervjupersonen fortelle: ”Jeg kjenner jo produktene og vet jo hva en CT1<sup>16</sup> stav er, og ofte er prisen på XXL lavere enn 30% rabatten du får på Milslukern”. Likevel kunne det virke som om det var mer aksept for utstyr som var kjøpt i en spesialforretning, og at disse butikkene nøt godt av

---

<sup>14</sup> Smørefire ski, også kalt ”rubb-ski”, for vanskelig nullføre.

<sup>15</sup> Nytt japansk konsept for preparering av glidsonene på ski. Brukt under OL 2010 og VM i Oslo 2011 med stor suksess. Veiledende pris 2899,- for smurning til to-tre par ski.

<sup>16</sup> Velkjent racingstav fra Swix. Veiledende utsalgspris ca 2200,-. Ofte 50% på denne staven hos store sportsvarehus.

”statusløpere”<sup>17</sup>. Mange av disse løperne handlet kun i spesialforretningene: ”Uten en gang å vurdere tilbud fra de store sportskjedene”, kunne han fortelle.

Inntrykket intervjupersonene gav av enkelte i bransjen gjør det lett å forstå hvorfor mediene kaster seg på og skriver om pengebruk og dyrt utstyr. Selv om det ikke gjaldt så veldig mange, er det naturlig å tenke seg at det er disse som tiltrekker seg oppmerksomheten, fordi mediene ønsker seg spennende saker å skrive om.

På mange måter avvek ikke beskrivelsene av de ivrigste ”statusløperne” i næringslivet så mye fra hvordan de med ledende posisjoner i andre felt ser på tilegnelse av utstyr og forbruk. Jeg har tidligere nevnt hvordan Bourdieu (1995) beskriver en høy smak som formet gjennom en persons habitus. Hvor man gjennom dyre vaner ønsker å bli sett. Dette peker tilbake på hvordan ulike klasser demonstrerer sosial posisjon gjennom idrett (Bourdieu, 1978). For en del mennesker med høy inntekt kan også det å assosieres med dyrt og anerkjent utstyr være essensielt i opprettholdelsen av en type ”fasade” relatert til posisjonen man har i et felt (Bourdieu, 1999). Gjennom dyre sykler, ski og staver signaliserer man at det økonomiske ikke er en begrensende faktor for anskaffelse av utstyr.

Jeg vil nå vise hvorfor økonomisk kapital tjener som det viktigste maktmiddelet i økonomifeltet, og kanskje belyse hvorfor ”statusløperne” handler som de gjør.

Featherstone (1991) mener konsumering av utstyr har blitt en viktig måte å skille sosiale lag fra hverandre på, fordi penger er en begrensende faktor for de med dårligere råd. Svedberg (2010) peker på hvordan økonomisk kapital tjener som økonomifeltets foretrukne kapitaltype fordi deltakerne har en *økonomisk habitus*. Dermed tilrettelegges det for at de med størst økonomisk kapital kan bekrefte sin overlegenhet. Ser man på hvordan Bourdieu (1995) beskriver maktkampen som alltid tilstedeværende i et felt, kan dyrt treningsutstyr se ut til å være nettopp de investeringer ”maktspillet” i deres idrettsfelt krever for å oppnå ønsket utbytte (Bourdieu og Passeron, 1990; Garde og Sestoft, 2002). Danielsen og Nordli (1999) mener det å demonstrere stor kjøpekraft i praksis er å bruke den økonomiske kapitalen som maktmiddel, noe som Bourdieu og

---

<sup>17</sup> Ski og annet utstyr kjøpt i spesialforretninger merkes med butikkens eget klistremerke. Kanskje kan dette for noen være en måte å distingvere seg på?

Passeron (1990) beskriver som en type *symbolsk vold*. Den store økonomiske kapitalmengden enkelte har, brukes her til å ”undertrykke” de med mindre, og dermed reprodusere de sosiale ulikhetene. Alt dette kan relateres til kulturen dataanalysen viste, hvor enkelte i næringslivsfeltet verdsatte dyrt sportsutstyr. Personen som for eksempel brukte ti prosent av sin inntekt på sportsutstyr søkte med all sannsynlighet økt anerkjennelse gjennom dette blant ”statusløperne” og ønsket samtidig å symbolisere god inntekt (Bourdieu 1990).

Ser man på kampen om posisjoner i feltet, kan dette knyttes til Højrupps (2003) ”hot property”- teori blant karrierebevisste, som belyser viktigheten av å ikke miste posisjonen i en gruppe når man har ambisjoner om å ”klatre” i det sosiale hierarkiet. Spesielt var dette viktig for de som ønsket å etablere seg i et nytt felt. Bourdieu (1993) beskriver hvor vanskelig det kan være å etablere seg i et nytt felt og erverve riktig kapitaltype. Med tanke på hvor brutal (og objektiv) den økonomiske kapitalen er, vil det bety at nyutdannede med lavere inntekt må prioritere hardt for å vise seg med utstyr dyrt nok til å gjøre seg bemerket i feltet (Svedberg, 2010). De etablerte vil gjennom sine innkjøp og opparbeidede økonomiske kapital gjøre det vanskelig for nye å konkurrere om posisjonene i næringslivets idrettsfelt. Så lenge deltakernes habitus verdsetter dyrt utstyr, gir dette de etablerte en trygghetsfølelse når det kommer til sosial distinksjon gjennom utstyr og pengebruk (Bourdieu og Waquant, 2002).

### **4.3 ”Birkebeinerkultur” og jobb**

Jeg ønsker i denne delen å belyse den rollen trening og konkurransedeltakelse hadde for intervjupersonenes arbeidssituasjon. Dataanalysen viste i særdeleshet to faktorer som ble ansett som viktige: *Førsteintrykket* man formidlet som aktiv kunne bli tema både i *intervju-* og *forhandlingssituasjoner*. For det andre ble idrett ansett som et viktig sosialt tiltak i bedriften, slik som punkt 4.1.2 kunne vise relatert til *sosial interaksjon på arbeidsplassen*.

### 4.3.1 Førsteintrykk og ”icebreaker”

Flere av intervjupersonene var engasjerte i ansettelsesprosesser og intervjuvirksomhet og opplevde at idrett ofte ble trukket inn under intervjuene. Forvaltet på riktig måte kunne det å være idrettslig aktiv tjene som en ressurs i en intervjusituasjon, men det var helt sentralt hvordan man presenterte den overfor den potensielle arbeidsgiver. De positive egenskapene gikk i stor grad på overføringsverdi. Om man evnet å trekke gode og relevante egenskaper fra egen idrettslig praksis og omsette disse i arbeidsrelaterte gjøremål, kunne det tjene som en styrke. Jeg vil nå utheve de mest sentrale positive assosiasjonene intervjupersonene kom med.

For det første gav idrettsaktive ofte et inntrykk av å være i besittelse av store mengder ”pågangsmot” og ”konkurransinstinkt”. Relatert til langrennsløpere listet en av intervjupersonene opp en mengde ulike egenskaper som kunne utnyttes i en jobbsituasjon. Å gjennomføre Vasaloppet eller Birken signaliserte både ”disiplin”, ”viljestyrke” gjennom evnen til å ”presse seg selv” og innstillingen til ”ikke gi opp så lett”. I tillegg ble man ofte assosiert med ”fair play”, en sentral egenskap relatert til samarbeidsevne. En annen pekte på flere ”positive synergier” om man evnet å overføre det beste fra idretten til arbeidslivet. ”Overskudd både mentalt og fysisk” og ”offensive egenskaper” var egenskaper han selv tok med seg fra skiløypa. Hele fire av intervjupersonene trakk fram var viktigheten av å bli oppfattet som ”sporty” av kolleger og bransjen generelt. Beskrivelsen gikk i stor grad på det å bli assosiert med evnen til å takle utfordringer og jobbe målbevisst: ”...Du kan overføre så mye til det å jobbe målrettet og fokusert og hardt arbeid. De [som evner dette] har lært en del av de tingene der”, kunne en fortelle.

En annen mente det å være ”sporty” kunne fortelle noe om vedkommendes personlighet, fordi noen bare ”hadde det i seg”. En egen ”drive” mot det å prestere, uansett hva man bedrev. Det ble derfor naturlig å tenke seg en ”kobling” ved at man tok med seg det ”sporty” inn på andre arenaer. En av de kvinnelige intervjupersonene viste

et ferskt eksempel på hvordan en jobbsøker trakk paralleller mellom trening og utfordrende arbeidskrav, og vant på dette:

*Det er ikke sånn at alle er sportsidioter, men det er en prestasjonskultur her. Jeg intervjuet en i går som har spilt 2. div fotball i mange år. Når vi spurte ”hva gjør du når det blir vanskelig på jobb og du må begynne på scratch?” Da sa han at hadde lært gjennom fotballen at ting må repeteres, repeteres og repeteres for å bli god. Han var ikke redd for å begynne på scratch for å jobbe seg oppover. Da bruker han det han har fra idretten på en veldig positiv måte og har forstått en del ting som mange andre ikke har forstått, som lurer på hvor gullstolen de kan hoppe opp i befinner seg.*

Det var tydelig hvordan fotballen i dette tilfellet tjente positivt for vedkommende i intervjuet. Selv om fotball ikke er blant oppgavens fokusidretter, er det likevel interessant å se hvordan den jobbsøkende utnyttet treningserfaringer til sin fordel under jobbintervjuet. Uttrykket ”gullstolen” tolker jeg til egenskaper som ikke assosieres med positive overføringsverdier fra idretten, hvor man ikke ønsker å nedlegge den påkrevde innsatsen for å lykkes. En viktig refleksjon til dette er at man kan være offensiv på jobb uten å drive med idrett også, men flere av intervjupersonene mente det kunne være lettere å identifisere seg med å jobbe hardt og prestere om man også likte konkurransesettingen utenfor arbeidsplassen.

Idrettsinteressen kunne også være nyttig i annen jobbrelatert møtevirksomhet, særlig i møte med nye forretningsforbindelser. Det kom mange eksempler på hvordan idretten hadde tjent som en ”icebreaker” eller ”brekkstang”, og en fin inngang til konstruktiv dialog mellom partene. Flere av intervjupersonene brukte sin idrettsinteresse aktivt når de skulle i møter. Beskrivelser som ”connection” og ”en sterkere binding enn bare det faglige” viste hvordan den kunne være et nyttig sosialt verktøy. To intervjupersoner pekte på viktigheten av ”å ha en annet samtaleemne enn bare været” fordi det faktisk opptok personer mer å snakke om noe man virkelig brydde seg om. En annen innledet nesten alltid et møte med ”birkenprat” om man møtte noen i ”birkebeinergjengen”. Med dette refererer intervjupersonen til forretningsforbindelser som man vet trener og konkurrerer, og som med stor sannsynlighet identifiserer seg med ”birkebeinerkulturen”. Et lett samtaleemne økte nemlig sjansene for en god innledning på et møte. Han pekte videre på hvordan det å undersøke resultatlistene og liknende kunne være en nyttig strategi før et møte.

Men det var også andre signaler å se etter, som kunne få i gang en god innledende samtale:

*Det er en veldig icebraker. Du kan også gjerne gjøre en liten research på personer du skal møte som du ikke har møtt før, så finner du gjerne ut om vedkommende er aktiv. Da har du en sånn åpning som er veldig positivt. Så er det jo noen som går rundt med pulsklokke. Jeg har gjort det en del selv. Gjør ikke det nå. Men det er jo et slikt signal da om at man er aktiv.*

Pulsklokken blir her et symbol på en aktiv livsstil som igjen kan bygge opp under inntrykket omgivelsene danner av en person. Samtidig tolker jeg en pulsklokke til å symbolisere noe mer enn en vanlig sportsklokke, gjennom kunnskap. Pulsen i seg selv har ingen nytteverdi relatert til trening om man ikke har en viss kjennskap til treningsmetoder relatert til hjerterefrekvens. Samtidig kan pulsklokke til dress, med tanke på dresskoder og korrekt formelt antrekk, tolkes som et ganske tydelig og sterkt signal på at man trener. Kanskje viser man gjennom sin klokkebruk at man tilhører en slags eksklusiv ”klubb” som er veldig prestasjonsorientert?

Relatert til Featherstone (1991) viser dette hvordan forbruksvarer kan signalisere sosial posisjon, hvor man gjennom klokken kan vise tilhørighet til en gruppe mennesker som trener og jobber mye, og som på mange måter møtes gjennom ”birkebeinerkulturen”. Man kan også trekke inn Bourdieus (1995) habitusteori, hvor smaken har blitt formet gjennom miljøet man er en del av gjennom den avhengige variabelen.

Gjennom å bruke idrett til sin fordel i intervjusituasjoner og som ”icebreaker” demonstrer dette hvordan ”birkebeinerkulturen” kan generere økt sosial kapital gjennom anerkjennelse og nettverk (Bourdieu, 1978). Stebbins (2007) beskriver hvordan ulike typer serious leisure-aktivitet kan bringe folk sammen gjennom felles interesser. Selv om man i en jobbrelatert setting ikke velger sin omgangskrets, var det likevel tydelig at den kunne lette den sosiale interaksjonen med nye forretningsforbindelser.

Johansen Dobbedal (2013) bruker et interessant begrep i sin masteroppgave ved å beskrive en ”næringslivshabitus”, og hvorfor idretten kan styrke de egenskapene som assosieres positivt med arbeidsoppgaver:

*Gjennom en lengre utdanning og yrkesliv kan aktørene ha lært seg verdien av personlig arbeid og at innsats og stå-på-vilje ofte betaler seg med tanke på*



*ønskende resultater. Dersom konsumentene også befinner seg innenfor det private næringsliv kan det også tenkes en utvikling av en næringslivs-habitus, hvor verdier fra arbeidsplassen nedfeller seg i aktøren, og blir en del av personens kultur (Johansen Dobbedal, 2013, s 106-107).*

Dette kan tolkes til at idretten faller naturlig for mange i næringslivsfeltet fordi man gjennom utdanningsløpet har ervervet seg en ”prestasjonskultur” omkring det å arbeide hardt for å oppnå det man ønsker. Ser man på Norges to mest populære handelshøyskoler, BI og NHH<sup>18</sup>, kan deres 40 år lange stafettradisjon, Bergensbaneløpet, bygge opp under en slik oppfatning. Årlig avholdes en stafett på over 100 etapper mellom skolenes byer Bergen og Oslo, og vinneren nyter stor prestisje (Jordheim Halvorsen, 2013). Selv om dette er en uhøytidelig og morsom konkurranse kan medieomtalen av stafetten, samt det faktum at prestasjonsfokuset bare har økt med årene, tolkes til at økonomistudentenes kompetitive mentalitet bare blir større og større, og at idretten blir en stadig viktigere arena å demonstrere sine styrker på.

Som tidligere nevnt var måten man framla egen idrettspraksis på og hvilke paralleller man trakk mellom arbeid og fritidsinteresser sentral for inntrykket man skapte. Et godt jobbintervju var i hovedsak avhengig av god personkjemi, og idrett hadde null betydning om personen som ledet intervjuet var inaktiv, kunne en fortelle. En av intervjupersonene poengterte at idretten aldri hadde blitt sett på som et ”avgjørende seleksjonskriterie” i intervju han selv hadde vært på, den store personlige idrettsinteressen til tross. For det første var ikke idrett på noen måte direkte assosiert med bedriftens virksomhet. For det andre var det også mange måter å signalisere gale holdninger på gjennom sin idrettspraksis. Særlig kunne dette relateres til tidsbruk, fokus og prioriteringer. En altfor seriøs idrettssatsing på fritiden kunne slå negativt ut i relasjon til arbeidet: ”...Altså, det hjelper lite å gå fort i Birken om man ikke gjør en god jobb på jobben”, kunne en tydelig fastslå. Om idrettslige meritter eller personlige rekorder ble nevnt i den jobbsøkendes CV, assosierte flere av intervjupersonene dette med noe negativt: ”Hadde tenkt at dette er en person som bare vil vise seg fram med dyrt utstyr”, var førsteinntrykket en av intervjupersonene fikk de jeg fortalte om ”CV-rådet” fra enkelte hodejegerfirmaer (Bristøl, 2010b).

---

<sup>18</sup> Bedriftsøkonomisk Institutt (BI) 22001 studenter i 2012, privat læreinstitusjon (bi.no)  
Norges Handelshøyskole 3488 studenter 2012, Norges eldste vitenskapelige høyskole for økonomis-administrative fag (nhh.no)

En av de mest ambisiøse intervjupersonene, med klare prestasjonsmål for kommende skisesong var veldig tydelig på å ikke fronte ”birkebeinerkulturen” på sin egen CV. I stedet var den kompetitive holdningen til idrett og konkurranser byttet ut til fordel for friluftslivsinteresser og gleden ved å være i naturen. Gjennom å tone ned egen idrettsinteresse kunne den heller komme naturlig fram om intervjuforløpet tilrettela for dette. Dette ble støttet av en annen, som mente en CV med idrettslig prestasjonsfokus kunne få arbeidsgiver til å tvile på personens jobbrelaterte ambisjoner:

*Jeg tenker også at noen driver på et enda høyere nivå, hvor treningen blir det viktigste. Da er det ikke sikkert at dette er bra for firmaet. Da vet jeg at da kommer ikke jobben først men treningen først. Da vil man mistrives ved å jobbe mye, da han vet at det er treningen som er... Så det er innenfor en ramme av prestasjonskultur og type. Om du er på elitenivå så er det umulig. Da blir det for mye.*

Dette kan tolkes som at den medierte ”birkebeinerkulturen” har skapt stereotypier omkring ”statusløperne”. Om CV-en viste for kompetitive idrettsinteresser, ble dette tydelig assosiert med negative egenskaper hos flere av intervjupersonene.

Intervjupersonene trakk fram bedriftens ”prestasjonskultur gjennom godt samarbeid” som et viktig krav en nyansatt måtte tilpasse seg. Relatert til bedriftskultur er det spesielt to forhold som er viktig for en positiv prestasjonskultur, nemlig samhandling og samarbeidsevne (Rasmussen, 1999a). Disse egenskapene er i tillegg avhengig av arbeidstakernes dedikasjon og ansvarsfølelse (Rasmussen, 1999b). En annen kom med eksempel på hvordan individuelle idretter kan overføre negative egenskaper inn i arbeidslivet, hvor man tenker på seg selv framfor fellesskapet: ”Du skal være litt varsom for det kan lett bli litt sånne spisse albuer. Om du er veldig opptatt av å gjøre det bedre enn de rundt deg. Fordi du vil ha en raskere forfremmelse eller bedre belønning og slikt”. Med tanke på at ski, sykkel og løping er individuelle idretter kan evnene til samarbeid være truet om man utviser for stor grad av konkurranseinstinkt og fokus relatert til egen fritidsaktivitet. Dermed kan man trekke paralleller til hvordan Stebbins (2007) mener serious leisure kan gjøre mennesker selvcentrerte (kapittel 2.2.4). Relatert til Rasmussen (1999a; 1999b) tolker jeg disse egenskapene som den rake motsetningen til samhandling og samarbeidsevne, og noe som kan true det sosiale forholdet mellom kolleger.

Bourdieu (1995) kapitalteori viser interessante eksempler på hvordan kapitaltyper fra ett felt kan øke feltspesifikk kapital i et annet, noe både intervjusituasjonen og møtevirksomhet gav et bilde på. I intervjusammenheng kan aktørene vise til sin idrettspraksis (fysisk kapital), som i møte med de rette forbindelsene kan generere økt anerkjennelse og symbolsk kapital i feltet man søker innpass i. På lang sikt kan den også generere økt økonomisk kapital om man får jobben man søker på. Ser man på idrettens betydning i møte med idrettsinteresserte jobbforbindelser kan man styrke sin sosiale kapital gjennom anerkjennelse og tilhørighet. Idretten gjør det lettere for partene å identifisere seg med hverandre grunnet felles preferanser utenom det jobbrelaterte og den kan tjene som en nyttig ressurs begge aktører.

Nytteverdien idrettspraksis kunne ha i jobben peker i det store og hele på maktspeillet som regjerer i økonomifeltet. Spiller man spillet riktig kan det slå heldig ut. Men man kan også enkelt tape på det om man tolker spillreglene galt (Bourdieu & Waquant, 2002). Bourdieu (1993) peker på hvordan spillreglene legges på de etablertes premisser og at nykommerne må slite for å etablere seg. Reglene for jobbintervjuet vil derfor settes av arbeidsgiver, siden vedkommende er i den dominerende posisjonen dette feltet. Samtidig er det interessant hvordan det er de samme aktørene i økonomifeltet og næringslivets idrettsfeltet som har formet maktspeillet i begge felt, hvor den økonomiske kapitalen regjerer. Om man traff på en idrettsinteressert arbeidsgiver kunne derfor idretten tjene som et kjempepluss, fordi vedkommendes næringslivshabitus inneholdt et sportslig tilsnitt.

Det var avgjørende at man som jobbsøkende investerte kapitalen sin riktig slik at man styrker sin symbolske kapital, og virker overbevisende (Bourdieu, 1990). Thomas Højrup (2003) viser til karriereorienterte menneskers konstante søken etter å klatre i makthierarkiet, og at dette kunne være med å bidra til feil promotering av egen idrettsinteresse om man ble for ivrig. Noen kan misforstå betydningen av egen fysisk kapitalmengde og bruke den for alt den er verdt.

Bourdieu og Wacquant (2002) bruker spillterminologien ytterligere videre når de forklarer hvordan man kan se på den feltspesifikke kapitalmengden som *kort* eller *sjetonger* man har *på hånden* (s.86). Men hvordan greier man å spille ut disse riktig? Forfatterne mener det viktigste er å vise at man er interessert i å hevde seg i spillet. Om

man greier å formidle sin interesse for feltet gjennom å trekke gode paralleller mellom idrett og arbeidssituasjon gir man et inntrykk av å verdsette feltets verdier og det som står på spill. Jeg tolker fotballspilleren, som en av de kvinnelige intervjupersonene trakk, fram som et godt eksempel på dette. Han gav et troverdig inntrykk av å være villig til å nedlegge nødvendig for å lykkes, og spilte ut sine kort (kapital) på en utmerket måte (Bourdieu & Waquant, 2002) .

Samtidig må viktigheten av mangfold belyses, som jeg også pekte på i 4.1.2. Som en av intervjupersonene sa trengte ikke idrettsinteressen symbolisere noen ting som helst i relasjon til arbeidsplassen. Dessuten er det en fare for at man ansetter kun én type mennesker om man vektlegger ”birkebeinerkulturen” som et kriterium. Relatert til teorier om prestasjonskultur er nettopp mangfold og ulike perspektiver et meget viktig for et godt prestasjonsmiljø (Rasmussen, 1999a; 1999b; Goffe & Jones, 1996). Derfor kan det se ut til at et godt prestasjonsmiljø trenger perspektivene fra både aktive og inaktive.

#### **4.3.2 Bedriften**

Resultatene fra dataanalysen har så langt vist hvordan idretten kan tjene som en ressurs i jobbrelatert møtevirksomhet. I kapittel 4.1.2 kom det fram hvordan idretten kunne tjene som et positivt sosialt verktøy for de ansatte. Men ”birkebeinerkulturen” kunne også tjene som en ressurs for bedriften på andre områder.

Som et av flere store firmaer med samme kompetansefelt i Oslo var de ansattes hverdag sentrert omkring konkurranseaspektet. Det var til enhver tid kamp om kunder, anbud, prosjekter, tidsfrister og budsjetter. Overføringsverdien av kompetitive egenskaper som ble trukket fram i 4.3.1 gjorde derfor idrett til et interessant satsingsområde for bedriften. Et godt idrettstilbud kunne tjene som en nyttig ressurs for å nå ut til ”jobsøkende toppstudenter fra de beste skolene”, kunne en av intervjupersonene fortelle. *De beste skolene* hadde tradisjonelt et godt idrettstilbud, hvor en stor andel av studentene bedrev konkurransesport. Selv om bedriftens status og gode rykte alene

gjorde den til en av verdens mest ettertraktede arbeidsplasser, ble likevel idrettstilbudet viktig, fordi konkurrerende firmaer også satset på det samme. Dette kan tolkes som et signal om at satsing på bedriftsidrett ble viktig for å vise at bedriften fulgte med på trendene. Ser man på Bourdieu og Waquants (2002) teori om økonomifeltet kan dette relateres til kampen om posisjon og anerkjennelse. Som en av de største internasjonale aktørene på sitt kompetansefelt ble det derfor avgjørende for bedriften å følge opp hva tilsvarende konkurrenter gjorde, fordi de største bedriftene alltid dikterer økonomifeltets spilleregler (Garde og Sestoft, 2002). Et eksempel på hvorfor idretten måtte prioriteres ble beskrevet av en av intervjupersonene med bakgrunn fra en hovedkonkurrent. Der ble idretten tatt inn som et ledd i bedriftens overordnede markedsføringsstrategi. Dette gav enorme resultater og en masse mønstring omkring deltakelse i ulike konkurranser. Med 270 deltakende i Holmenkollstafetten, alt fra de sprekeste til de som veide ”30 kilo for mye” deltok, kunne intervjupersonen fortelle. Dette genererte enorme mengder positiv oppmerksomhet og bedriftens strategi betalte seg gjennom økt attraktivitet.

Den økende ”birkebeinerkulturen” i bransjen stilte krav til bedriftens tilretteleggelse for spesielt ”birkebeineridrettene” ski, sykkel og løping. Intervjupersonene kunne ramse opp ulike bedriftslag i en rekke idretter. Dette kan sees på som et bevis for at bedriften etterstrebet å følge konkurrentenes tilbud, og være en av dem som dikterte spillets regler. I tillegg mente flere det var sentralt at bedriften tok idrettssatsingen ”alvorlig” og ”seriøst”. Bedriftsidretten måtte sees på som en godtatt og akseptert praksis og en ressurs, gjennom både å holde de ansatte i form, og for å fremme bedriften på en positiv måte.

Nettopp markedsføringsverdien gjennom konkurranser var noe flere av intervjupersonene opplevde som positive effekter av et godt idrettstilbud. En mente idretten sendte flere positive signaler:

*Om det er markedseffekt i det? Det vil jeg tro det kan være til en viss grad. Viser at det er en sporty gjeng som gjør andre ting enn bare å jobbe, så det må være positivt i utgangspunktet med den type aktivitet så lange man representerer firmaet i konkurranser på en god måte.*

Igjen ble uttrykket ”sporty” trukket fram som en positiv egenskap relatert til økonomifeltet. En annen pekte på verdien bedriftens store idrettsdeltakelse kunne ha

gjennom medieoppslag, fordi det skapte: "...et inntrykk av revisorer som noe annet enn folk i grå dress og tykke briller". Dette utspillet igjen kan tolkes til at intervjupersonen gjerne ønsket å bli assosiert med de samme "sporty" verdiene. Relaterer man dette til overføringsverdiene mellom idrett og jobb som ble presentert 4.3.1, kan dette vise at det å profilere seg gjennom idrett blir viktig for å bygge opp bedriftens rykte som offensiv og i stand til å takle utfordrende oppgaver.

Jo flere fra bedriften som deltok, jo større markedsverdi kunne "birkebeinerkulturen" bidra med, kunne en fortelle. For å skape felleskap og oppslutning omkring trening og konkurranser listet intervjupersonene opp en rekke tiltak bedriften hadde benyttet seg av og som opplevdes som gode. *Likt treningstøy, økonomisk støtte til konkurranser, god tilrettelegging* og en *sportslig profil* gjorde de ansatte mer motiverte til å representere sin bedrift. Flere pekte også på konkurransen med "rivaliserende" firmaer, som igjen kan vise maktspeilet i økonomifeltet. En var ganske klar i sin sak om bedriftsdrakten til en hovedkonkurrent dukket opp foran i løypa og sa: "Der skal jeg forbi. Koste hva det koste vil!". Dette kan man tolke til at hun følte en slags tilhørighet til arbeidsplassen, og med dette ønsket å representere sin egen arbeidsplass på en god måte. Bedriftens treningstøy tjente også som en god motivasjonsfaktor i seg selv det første året hun var ansatt i bedriften: "Jeg husker første gangen jeg fikk muligheten til å kjøpe.. Eller vi fikk bedriftens drakter eller ett eller annet sånt. Bare det var en liten driv da". Her peker intervjupersonen på forhold som kan relateres til Stebbins (2001) belønningsaspekt om hvordan fellesskapsfølelsen gjennom like drakter kan tjene som en belønning. På det personlige plan kan også klærne bli en måte å vise sin sosiale posisjon på. Firmanavn og logo kan tjene som en måte å vise omverdenen hva man besitter av kulturell kapital i form av utdanning og ikke minst økonomisk kapital gjennom inntekt (Bourdieu, 1988; 1995).

Fellesskapsfølelsen ble ytterligere trukket fram av en annen som mente bedriftens idrettstilbud kunne styrke de ansattes stolthetsfølelse relatert til det å være ansatt i en stor internasjonal kunnskapsrik bedrift:

*Ja.. Og til å skape litt stolthet rundt, hva er det vi har fått til. En ting er at det står masse om hva vi har av nye kunder og prosjekter, men også sportslige aktivitetene, så summen gir en følelse at vi er i et selskap med mange flinke på mange arenaer og kanskje på de riktige arenaer i forhold til det samfunnet vi lever i og det miljøet vi beveger oss i da (...)*

Intervjupersonen beskriver her idretten som en av de ”riktige” arenaer for bedriften å profileres gjennom. Tenker man i relasjon til ”birkebeinerkultur” vil helt klart det å assosieres med idrett være en positiv egenskap relatert til både omdømme, helse og status. Dette kan man se ved å trekke fram de gode egenskapene intervjupersonene listet opp i del 4.3.1.

Som sosialt verktøy viste ”birkebeinerkulturen” seg som inkluderende for dem som følte seg som en del av den. Samtidig har jeg pekt på hvordan idrettsfokuset i bedriften potensielt kunne skape polarisering i de sosiale relasjonene mellom aktive og inaktive. Dette kunne flere av intervjupersonene fortelle at de hele tiden var oppmerksomme på. Det var viktig at idrettstilbudet skulle være noe for alle, og både de mest kompetitive og de som kun ønsket å delta skulle få en arena å praktisere sin idrett på. Interne idrettskonkurranser med premiering for deltakelse til beste avdelig var med på å skape et godt samhold og engasjement. Idealtid og banketter spredte også glede blant de ansatte. De ansatte motiverte og dro hverandre med. Ulike treningsgrupper meldte seg på konkurranser i fellesskap for å sikre nye treningsmål. Bedriften kunne blant annet vise til seier i lagkonkurranser på sykkel, 11 deltakende lag i Holmenkollstafetten og flest bedriftsdeltakere i ulike skirenn. Smørekurs og teknikkurs på Frognerseteren bidro også godt til det sosiale.

Av enkeltkonkurranser ble Holmenkollstafetten beskrevet som et flott verktøy for å styrke samholdet i bedriften. Med flere lag i samme pulje konkurrerte ulike avdelinger innbyrdes seg i mellom. Banketten på kvelden tjente som et middel i å binde folk sammen. Idretten hadde med andre ord en stor sosialiserende rolle, og en av intervjupersonene mente den fungerte bedre enn mer tradisjonelle tiltak: ”Internt tror jeg det kan gjøre mye. Fordi det er noe annet enn fredagspils og vel så bra sosialt. Du får fysiske og mentale helsegevinster som gjør at folk holder seg friske og er bedre, så jeg tror det er gunstig”. Dette støttes blant annet av Einviks (2011), analyse av effekten trening hadde på ansatte i bemanningsselskapet Adecco.

De positive sidene ved bedriftens tilstedeværelse i ”birkebeinerkulturen” viste seg å være mange. Mquirre (2000) kunne i sin studie av serious leisure-aktivitet i tilknytning til arbeidsplassen peke på hvordan de ansatte i større grad ble villige til å yte mer for bedriften om de hadde et godt tilrettelagt bedriftsidrettstilbud. De ble med dette mer

fornøyde og opplevde høyere grad av trivsel på jobb, noe også intervjupersonene i min oppgave pekte på. Det var også mindre sannsynlig at arbeiderne sa opp jobbene sine om det ble lagt til rette for serious lesiure-aktivitet på arbeidsplassen. Arbeidsgivere kunne melde at gevinstene relatert til idrettstilbudet opplevdes som så verdifulle at idretten ble et viktig satsingsområde for bedriften videre. Rasmussen (1999a) beskriver prestasjonskultur som identiteten og grunnlaget for samhandling i en gruppe, med bakgrunn i bedriftens verdier, oppfatninger og normer. Gjennom bedriftsidrettens samlende egenskaper var det tydelig at den kunne spille en positiv rolle i miljøer hvor samspill og samstemthet regjerer (Goffee og Jones, 1996).

#### **4.4 Den medierte "birkebeiner"**

Denne oppgaven har så langt belyst intervjupersonenes opplevelser av den stadig økende "birkebeinerkulturen" i næringslivet. Temaene som har blitt drøftet kan i stor grad spores til finanspressens dekning av fenomenet. Man kan dermed risikere at denne oppgaven bygger ytterligere opp under den stereotypiske framstillingen mange allerede har av næringslivets idrettspraksis. Avisoppslag av topptrente ledere, meglere, konsulenter og advokater viser at kompetitive egenskaper dyrkes på flere arenaer. Samtidig kommer det stadig signaler om at flere av bransjens deltakere begynner å få nok av hysteriet, og er lei den ensidige framstillingen (Larsen, 2010; Kaspersen 2012; PAMA, 2012) I 4.2.1 kom det fram at den medierte "birkebeineren" i all hovedsak kunne relateres til enkeltpersoner eller grupper. Jeg mener derfor det er essensielt å undersøke intervjupersonenes selvforståelse av egen idrettspraksis gjennom media og hvordan bedriftsidretten opplevdes fra innsiden.

Flere opplevde at den medierte framstillingen kunne være med på å danne et galt inntrykk av den gjennomsnittlige "birkebeineren" med jobb i næringslivet .

*... jeg vil tro at for utenforstående så må det være veldig tydelig at andre vil oppfatte en som..Hvis du går Birken.. Eller sykler Birken og jobber i finansrelatert næring, som veldig utstyrsinteressert. Det tror jeg. Så jeg tror det gir et feilaktig bilde...*



kunne en av intervjupersonene fortelle. Thrane (2011) og Markedsføringshuset (2005-2011 sitert av Johansen Dobbedal, 2013) viser til en stor økning i deltakelsen fra alle samfunnslag. En av intervjupersonene pekte på et viktig aspekt ved dette, relatert til det misforståtte bildet mange hadde av hans egen bransje: "... om det er folk med min bakgrunn eller snekkere som bare synes det er moro med utstyr det vet jeg ikke". Intervjupersonens erfaringer fra ritt og renn tilsa at de fleste av kollegene ikke hadde utstyr på nivå med det man kan lese om. Det kan også vise til at han hadde møtt deltakere fra mange ulike samfunnslag og yrker med dyre sykler. En annen mente det var synd at media fokuserte på pengebruk, treningsfokus og prestisje i stedet for å vektlegge den flotte konkurransen og det positive ved folkefesten.

*Samme med Birken. Et flott arrangement og skirenn i flott natur og det hysteriet som skapes i media kjenner ikke jeg igjen. Jeg har vokst opp i Hamar og har hytte i Birkenløypa og gått der i alle år og jeg kjenner meg ikke igjen. Det skaper et negativt bilde av Birken for de som ikke er så interesserte.*

Et par av intervjupersonene leste og fant artikler om trening og bransjens "supermenn" (ledere, med gode prestasjoner i idrett) interessant. Men de fleste syntes dekingen var en skivebom i forhold til hva som ble ansett som viktig innenfor bransjen. Noen mente enkelte oppslag kunne få det til å virke som om treningen kom før jobben, slik Stordahl (2011) viser til i sin kronikk, og mente det for utenforstående måtte føles "merkelig" at finanspressen skrev så mye om trening. Egentlig var jo hele treningsfokuset en "sidesak", og ikke relatert til arbeidsoppgavene overhodet. En av kvinnene etterlyste et mer nyansert bilde av deltakere fra finanspressen og trakk fram sin egen bedrift, med over 500 ansatte på Oslo-kontoret, som et godt eksempel på hvordan det i realiteten var:

*Jeg synes det kan bli litt mye ensidig fokus på lang sikt. Det har vært lite balanse. Fremstiller alle som helt sånn 45 år og topp på jobb og. Jeg tenker litt sånn at når du er topp på jobb og idrett, så forsaker du noen hjemme.*

*Hvor mange er det dette gjelder?*

*Skal jeg tenke på bedriften her, så tenker jeg at her er det masse folk som er fysisk aktive, uten av man er på sånn DN.. Noen er det jo ... Ellers så er man mer på et sunnere nivå da. Men det er klart at DN skaper et bilde som legger press på andre og som.. Jeg synes at de har veldig mye av det. Lite nyansert da.*

Dette tolker jeg som at hun ikke kjente seg igjen i framstillingen av sin egen bransje. Hun presiserte at ”noen” selvsagt passet inn, men gav inntrykk av at dette gjaldt kun et fåtall. Flere mente dette gjorde det vanskelig å identifisere seg med artiklene, fordi man ikke følte man nådde opp til nivået som ble portrettert. En annen av de kvinnelige intervjupersonene som forberedte seg til trippelen ved siden av full jobb, etterlyste flere artikler beregnet på gjennomsnittsdeltakeren.

*Jeg synes det står så mye forskjellig hele tiden, så man vet ikke helt hva man skal gjøre og ofte skriver de om skikkelig spreke folk, og det blir litt for mye for meg igjen. Har ikke mulighet til å trene intervall tre ganger i uka liksom.*

Sett under ett kom det fram av dataanalysen at intervjupersonene mente at mange av medieopplagene ikke var representative for den gjennomsnittlige mosjonsidrettsdeltakeren med jobb i næringslivet. Det blir naturlig å tenke seg at mediene spiller på prestasjonsdiskursen fordi det er dette som appellerer til leserne. Johnsen Dobbedal (2013) kan vise til hvordan Aftenpostens dekning av Birkebeinerrittet mellom 2001 og 2011 spiller på egenskaper som lett kan relateres til arbeidslivet: ”Videre består Aftenpostens konsumenter i dag i stor grad av ressurssterke kvinner og menn fra Oslo og Akershus. En gruppe som trolig kan identifisere seg med kravet om å ’yte for å nyte’ (Dobbedal, 2013, s 106).

Dataanalysen illustrerte hvor ulikt ”birkebeinerkulturen” oppleves og praktiseres i næringslivet, slik den helt sikkert gjøres også i andre bransjer. Det var helt klart tilfeller som samsvarte godt med medieframstillingen av utstyrsfokuserede deltakere, men intervjupersonenes beskrivelser vitnet om at dette så ut til å gjelde for en liten gruppe. Det å være opptatt av en sunn livsstil, en typisk øvre middelklasseverdi (Crawford, 2006), må ikke forveksles med hysteri. Man har mange eksempler på det positive ved serious leisure-aktiviteter, fordi det bidrar til en stor grad av selvrealisering for de aktive (Stebbins, 2001).

Ut fra mediedekningen og dataanalysen blir det derfor naturlig å tro at mediene spiller på prestasjonsdiskursen fordi det er dette som appellerer til leserne. Man trekker fram de ekstreme tilfellene fordi det ikke vil være interessant for gjennomsnittsutøveren å lese om gjennomsnittsutøveren. Men man bør være klar over hvilke signaler den medierte ”birkebeinerkulturen i næringslivet” sender.



## 5. Oppsummering

I denne oppgaven har jeg stil spørsmålet:

*Hvordan opplever ansatte i en høyprofilert kunnskapsbedrift "birkebeinerkulturen" i næringslivet?*

Med bakgrunn i den økende interessen for mosjonsidrettskonkurranser i samfunnet, og medias framstilling av en kompetitiv næringslivsbransje, var det spesielt fire temaer jeg ønsket å undersøke nærmere. Målet var å få en forståelse av motivasjon og opplevelser, utstyr og status, idrett i relasjon til arbeidsplassen og intervjupersonenes selvforståelse av idrettspraksis. Jeg vil derfor presentere de fire undertemaene og relatere dem til mine funn fra dataanalysen.

### 5.1 *Opplevelse av og motivasjon for trening*

Intervjuersonene pekte på mange ulike opplevelser og motivasjonsfaktorer relatert til trening, men fire faktorer pekte seg ut: målsettinger, sosial interaksjon, natur og avkobling og helseaspektet.

Intervjupersonene var ambisiøse i sine målsettinger og de fleste var opptatt av å slå personlige rekorder eller oppnå gode plasseringer. Flere viste tegn til at de ønsket å styrke sin sosiale status gjennom måloppnåelse. Dette kan vise til en sosial distinksjon gjennom drettspraksis og et ønske om å demonstrere sitt fysiske kapitalnivå for omverdenen (Bourdieu, 1978; Schilling, 2003). Det var tydelig hvordan intervjupersonene opplevde en rekke av belønningene Stebbins (2001; 2007) lister opp i relasjon til serious leisure, særlig kunne dette knyttes til *følelse av kompetanse* gjennom *måloppnåelse*, som i seg selv beskrives som en av de sterkeste belønninger relatert til fritidsaktiviteter.

Flere av intervjupersonene opplevde at fritidsaktiviteten var en viktig del av deres sosiale liv. Noen trente sammen med kolleger og hadde treningsgrupper i relasjon til jobben. Andre hadde store deler av sin omgangskrets gjennom idretten. Stebbins (2001;2007) peker på hvordan den sosiale interaksjonen og nettverket man opparbeider seg gjennom idretten, tjener som en av de viktigste motivasjonsfaktorer for å bruke mye tid på fritidsaktiviteter. Dette oppgav intervjupersonene at opplevdes som en viktig motivasjonsfaktor for å komme seg ut og trene etter lange arbeidsdager. Bourdieu (1995) viser hvordan kapital i ett felt kan overføres til et annet. Den sosiale interaksjonen var også mulig å spore på arbeidsplassen, hvor treningsrelaterte temaer ofte ble tatt opp i lunsjen. Den sosiale interaksjonen man fikk gjennom prestasjonene i idrettsfeltet viser hvordan intervjupersonene brukte av sin fysiske kapital for å generere økt sosial kapital (Bourdieu, 1978; 1995; Schilling, 2003).

Nærhet til naturen ble av noen sett på som en av de viktigste motivasjonsfaktorene for å trene mye. Å komme seg vekk fra hverdagssettingen opplevdes som en avkobling fordi det ble et temposkifte fra arbeidet i Oslo sentrum. Stebbins (2001) viser til hvordan serious leisure-aktivitet ofte oppleves som et ”fristed” og tjener som avkobling for dens deltakere. Dette kunne også intervjupersonene vise til. Det var tydelig at nettopp denne dimensjonen var en viktig grunn til at mange med liten fritid likevel investerte mye tid til serious leisure-aktiviteter.

For så godt som alle intervjupersonene var helseaspektet ved treningen blitt en økende motivasjon med årene. Noen av de mannlige intervjupersonene trakk fram at de ikke ønsket ”noen ekstra kilo” rundt magen, og beskrev en tilfredsstillende følelse ved å være i god form. En av de kvinnelige intervjupersonene mente man kunne se en trend til at mennene i næringslivsfeltet ønsket å fremstå som unge lenger og at de ble mer ivrige etter fylte 40, grunnet et ønske om å prestere på lik linje med yngre kolleger. Intervjupersonene viste en bevissthet omkring det å ta vare på egen helse, og mange ønsket å bli assosiert med sunne og ”sporty” verdier på jobben. De viste med dette klassiske øvre middelklasseverdier (Crawford, 2006).

## **5.2 Utstyr og utgifter**

Alle intervjupersonene beskrev et personlig nøkternt forhold til utstyrsfokuset. Likevel kom de med flere interessante skildringer fra konkurranser og treninger fra næringslivets idrettsfelt. For de med det største prestasjonsfokuset, ”statusløperne”, opplevde intervjupersonene at dyrt treningsutstyr kunne være med på å skaffe dem den ønskede posisjonen i idrettsfeltet. Dette kan relateres til hvordan man bruker av sin økonomiske kapital for distingvere seg (Bourdieu, 1995). Utstyret kan igjen styrke den symbolske kapitalen gjennom økt anerkjennelse (Bourdieu, 1999). For enkelte kunne innkjøpene være avgjørende for opprettholdelse av ønsket fasade, det kunne i tillegg tilrettelegge for kjøpepress i visse miljøer.

## **5.3 ”Birkebeinerkultur” og jobb**

Intervjupersonene opplevde det å være idrettsaktiv som et nyttig verktøy i ulike jobbsituasjoner relatert til sosial interaksjon. Men det var viktig å presentere og omsette idrettserfaringene på riktig måte.

Det ble trukket fram flere positive overføringsverdier mellom jobb og idrett. Særlig kunne man relatere dette til konkurranseinstinkt og offensive egenskaper, som kunne være nyttige på hektiske dager. Det ble også trukket fram hvordan god arbeidskapasitet og det å være disiplinert var egenskaper som ble assosiert med idrettsaktive. Det var særlig viljen til å legge ned tilstrekkelig mengde arbeid for å lykkes som ble assosiert med det å prestere i krevende utholdenhetsidretter. Dataanalysen viste dermed støtte til medieoppslagene om at trening ble assosiert med positive idealer i næringslivet (Gedde-Dahl, 2009; Bristøl, 2010a).

Under intervjuene kom det opp flere eksempler på hvordan idretten hadde blitt utnyttet som ”ice breaker” nylig avholdte møter. Slike eksempler viser hvordan idrettspraksis kan danne nye nettverk fordi man omdanner en type kapital til en annen kapitaltype

passende for det feltet man er i (Bourdieu, 1978; 1995). Dette gir eksempler på hvordan man kan utnytte idretten på helt andre felt. Relatert til Stebbins (2007) viste dataanalysen hvordan ulike mennesker kan knytte nettverk gjennom samme serious leisure-aktivitet.

Men idretten kunne også være med på å skape et negativt førsteinntrykk om den ble fremmet på feil måte. Signaler om for stort konkurranseinstinkt og fokus på egen suksess fremfor fellesskapets kunne virke imot bedriftens samarbeids- og prestasjonskultur.

Bedriften brukte idretten som en viktig brikke i maktspillet mot konkurrerende firmaer i økonomifeltet (Bourdieu & Waquant, 2002). Som en av de ledende aktørene på sitt felt, var det viktig å kunne tilby et rikt idrettstilbud til en stadig mer aktiv mengde studenter og arbeidstakere. Idretten var også et flott markedsføringsverktøy gjennom å fronte ”riktige” verdier i næringslivsfeltet. En oppslutning omkring felles konkurransemål for de ansatte ble trukket fram som et meget godt sosialt verktøy for å knytte de ansatte tettere sammen.

#### **5.4 Den medierte birkebeiner**

Opplevelsene intervjupersonene hadde av mediedekningen om ”birkebeinerkulturen” var noe varierende. Flere syntes artiklene om trening og portretter av ivrige ”statusløpere” kunne være spennende lesing, men få mente det hadde relevans for eget vedkommende. Til det var artiklene og oppslagene for ekstreme. Intervjupersonene mente ”hysteriet” mediene skrev om kun gjaldt et fåtall i næringslivsbransjen, men at disse til gjengjeld var veldig synlige. En mente at vinklingen tok fokuset vekk fra de positive rammene omkring konkurransene.

Mange fant det vanskelig å identifisere seg med toppledere som trente flere timer daglig og artikler om hvor mye penger meglere, advokater og konsulenter brukte på sykler og ski. En pekte dessuten på at det var lett å glemme at den typiske birkebeineren i ikke nødvendigvis arbeidet i næringslivet, og at de dyre syklene også kunne tilhøre

mennesker fra andre yrkesgrupper. Flere av intervjupersonene etterlyste derfor et mer nyansert bilde av en typisk ”birkebeiner” med jobb i næringslivet.

### **5.5 *Hvordan opplever ansatte ved en høyprofilert kunnskapsbedrift ”birkebeinerkulturen” i næringslivet?***

Intervjupersonene gav inntrykk av å være mennesker med en genuin interesse for fysisk aktivitet, som fant glede gjennom å være i bevegelse. Relatert til den medierte framstillingen av ”birkebeinerkulturen”, opplevde intervjupersonene at egen idrettspraksis i større grad var motivert av en mengde positive opplevelser, enn av press og status. Jeg fikk samtidig inntrykk av at de opplevde den medierte ”birkebeinerkulturen” som en smule overdrevet, selv om den kunne ha betydning for noen aktører og i noen miljøer. I relasjon til jobben kunne idrettspraksisen ha en mengde positive effekter om den ble forvaltet på riktig måte. Intervjupersonene opplevde en sosial relasjon til andre ”birkebeinere”, som kunne utnyttes positivt i jobbsammenheng så vel som på fritiden.

### **5.6 *Veien videre***

Denne oppgaven har hatt som mål å belyse hvordan ”birkebeinerkulturen” oppleves for noen ansatte i det private næringslivet. Gjennom media har det blitt dannet et bilde av gjennomsnittsdeltakeren som flere har reagert på. Jeg ønsket å høre beskrivelser av feltet fra innsiden. Oppgaven har belyst en del interessante forhold relatert til idrettspraksis og status i næringslivet.

Gjennom bruken av Stebbins teorier om opplevelsesaspektet ved fritidsaktiviteter, gir dette en ny dimensjon til kunnskapen om hvorfor mennesker med liten fritid velger å investere mye av den i en krevende fritidsinteresse. Bourdieus teorier om status er relevante for å forstå menneskers idrettspraksis i relasjon til sosial posisjon.



Feltstudier, spørreundersøkelser og intervjuer av forskjellige yrkesgrupper og sosiale lag vil kunne være med å belyse eventuelle bransjemessige og sosiale forskjeller relatert til måten ulike yrker eller sosiale lag praktiserer, opplever og verdsetter sin idrettsinteresse på.

## Referanser

- Aakvaag, G. C. (2008). Pierre Bourdieu: En konfliktteoretisk syntese I: G. C. Akvaag (Red.), *Moderne Sosiologisk teori*. (Kap. 6, s. 149-171). Oslo: Abstrakt Forlag.
- Aukland, J. (2007). *Sportsidiotene: En sosiologisk studie av en gjeng ivrige turløpere*. Hovedfagsoppgave ved Norges Idrettshøgskole, Oslo.
- Bourdieu, P. (1978). Sport and Social Class. *Social Science Information*. 17 (6), 819-40.
- Bourdieu, P. (1988). Program for a Sociology of Sport. *Sociology og Sport Journal*, 153-161.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. California: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. –C. (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*. (2 utg). London: Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1993). Some properties of fields. I: P. Bourdieu, (Red.) *Sociology in Question*. (s. 72-77). London: Sage Publication.
- Bourdieu, P. (1995). *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Bourdieu, P. (1996). *Symbolsk makt*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Bourdieu, P. (1999). *Meditasjoner*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Bourdieu, P. & Waquant, L. J. D. (2002). *Refleksiv Sociologi*. København: Hans Rietzels Forlag.
- Breivik, G. (2013). (in press). Jakten på et bedre liv. Fysisk aktivitet i den norske befolkning 1985-2011. Oslo: Universitetsforlaget. Data: Norsk Monitor (2011) Personlig kommunikasjon Gunnar Breivik.
- Coakley, J. (2001). Social Class: Do Money and Power Matter in Sports? I: J. Coakley (Red.), *Sport in Society: Issues & Controversies*, (s. 279-310). NY: McGraw – Hill Higher Education.
- Crawford, R. (2006). Health as a meaningful social practice. *Health*, 10, 401-410.
- Danielsen, A. og Nordli Hansen, M. (1999). Makt i Pierre Bourdieus sosiologi I: F. Engelstad, (Red.). *Om makt: teori og kritikk*. (s. 43-78). Oslo : Gyldendal Forlag A/S.
- Dobbedal, E. J. (2013). "Yte for å nyte" – *En analyse av Aftenpostens fremstilling av Birkebeinerrittet mellom 2001 og 2011*. Masteroppgave ved Høgskolen i Telemark.
- Dowling, F. (2006). *Intervju og feltarbeid, - mer enn teknikker*. Forelesningsnotat utdelt ved Norges Idrettshøgskole.

- Einvik, I. (2011). *Better life, better work? En undersøkelse av sammenhengen mellom en bedrifts interne idrettssatsing og utvikling av prestasjonskultur*. Masteroppgave for graden Master of Knowledge and Innovation Management, Handelshøjskolen i København og Danmarks Pædagogiske Universitetsskole.
- Engström, L.-M. (2008). Who is physically active? Cultural capital and sports participation from dolescence to middle age – a 38 – year follow-up study. *Physical Education and Sport Pedagogy*, 13(4), 319-343.
- Featherstone, M. (1991). The Body in Consumer Culture. I: M. Featherstone, M. Hephworth & B. S. Turner (Red). *The Body. Social Process and Cultural Theory*, (kap 6, s.170-196). London: Sage Publications,
- Featherstone, M. & Hepworth, M. (1991). The Mask of Ageing and the Postmodern Life Course. I: M. Featherstone, M. Hephworth & B. S. Turner (Red) *The Body. Social Process and Cultural Theory* (Kap 15, s. 371-389). London: Sage Publications.
- Fog, J. (1995): *Med samtalen som utgangspunkt*. København: Akademisk forlag
- Garde, A.S. & Sestoft, C. (2002). Pierre Bourdieu: Det økonomiske felt. *Dansk Sociologi*, 1, 13-39.
- Halvorsen, K. (1993). *Å forske på samfunnet*. Oslo: Bedriftsøkonomenes Forlag.
- Hellevik, O. (1991). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. (5. Utg.) Oslo: Universitetsforlaget.
- Holme, I.M. & Solvang, B. K. (1996). *Metodevalg og metodebruk*. (3. Utg.) Otta: Tano Forlag.
- Holroyd, R. (2002). Body work` : Physical capital, habitus and the field of school. Paper presentert på konferanse ved British Edicational Resaerch. England: Univeristy of Exeter.
- Højrup, T. (2003). *State Culture and Life-Modes: The Foundations of Life-Mode Analyses*. Aldershot: Ashgate Publ.
- Kruuse, E. (1999). *Kvalitativ forskningsmetode. I psykologi og beslægtede fag*. København. Dansk psykologisk forlag.
- Kvale, S. (2007). *Det Kvalitative forskningsintervju*. (2. Utg.) Oslo: Gyldendal Akademisk Forlag A/S.
- Laberge, S. & Kay, J. (2002). Pierre Bourdieu`s Sociocultural Theory and Sport Practice. I: J. Maguire & K. Young (Red.). (Kap 10, s. 239-264). *Theory, Sport & Society*. London: JAI.
- Major, W. F. (2001). The Benefits and Costs og Serious Running. *World Leisure*, 2, 12-25.
- Mason, J. (1996). *Qualitative Resaerching*. London & Thousand Oaks: Sage Publications
- Miles, M.B. & Hubeman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis. An expanded soucebook*. (2. Utg). California: Sage Publications.

Ohl, F. (2000) Are social classes still relevant to analyse sports groupings in "postmodern" society? An analysis referring to P. Bourdieu's theory. *Scand Med Sci Sports*, 10, 146-155.

Proffice Arbeids og Markeds Analyse (PAMA) (2012) *Rapport 16*. November 2012.

Rasmussen, B. (1999a). *Dehierarchization- Reorganizing Gender?* Dr. Polit. Avhandling i sosiologi. Trondheim: NTNU.

Rasmussen, B. (1999b). Organisering av kunnskapsproduksjon: Grenseløse jobber og grådige organisasjoner? *KUNNE Nedtegnelse N 11/99*. SINTEF Teknologiledelse.

Schilling, C. (2003). *The Body and Social Theory*. London: Sage Publications.

Silverman, D. (1993). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. London: Sage Publications.

Smith, L. H. & Holm, L. (2010). Social class and body management. A qualitative exploration of differences in perceptions and practices related to health and personal body weight. *Appetite*, 55, 311-318.

Stebbins, R. A. (2001). Serious Leisure, *Society*.

Stebbins, R. A. (2006). Shopping as Leisure, Obligation, and Community. *Leisure/Loisire*, 30 (2), 467-474.

Stebbins, R. A. (2007). Serious Leisure: A perspective of our time. New Jersey: Transaction Publishers.

Stempel, C. (2005). Adult Participation Sport as Cultural Capital: A Test of Bourdieu's Theory of the Field of Sports. *Int Rev for the Soc of Sport*, 40, 411-432.

Svedberg, R. (2010). The Economic Sociologies of Pierre Bourdieu. *Cultural Sociology*, 5(1), 1-18.

Thrane, C. (2011). *Prestasjoner i lange løp- hvordan noen bakgrunnsfaktorer, trening og langrenns erfaring påvirker sluttiden til deltakerne i Birkebeinerrennet 2011*. Forskningsrapport 152/2012, Høgskolen i Lillehammer,

Wilken, L. (2008). *Pierre Bourdieu*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.

## Nettsider og avisartikler

Storedal, M. (2009) Topp og Trent.

<http://www.dn.no/idn/article1774632.ece> Lastet ned 01.05.12.

Gedde-Dahl, S. (2009). Bedrifter gir alt for Birken

<http://e24.no/naeringsliv/bedrifter-gir-alt-for-birken/3240089> Lastet ned 05.05.12

Bristøl, M. B. (2010a). Sosiolog: status å være veltrent

<http://e24.no/jobb/sosiolog-det-er-status-blant-ledere-aa-vaere-veltrent/3475201> Lastet ned 03.05.12.

Bristøl, M. B. (2010b). Hodejegere: sett birken på CV-en

<http://e24.no/jobb/hodejegere-sett-birken-paa-cv-en/3560368> Lastet ned 03.05.12

Kaspersen, L. (2012) –Flaut å si til kolleger at man ikke trener

<http://www.dn.no/dnaktiv/article2508128.ece> Lastet ned 14.05.13

Larsen, V. (2010) Lei prestasjonsmas blant birkebeinere

<http://www.dn.no/dnaktiv/article1962431.ece> Lastet ned 14.05.13

Nygaard, L. E (2011) Jager Birken-status

<http://www.dn.no/dnaktiv/article2140630.ece> Lastet ned 14.05.13

Starside Hegnar Sprek

<http://www.hegnar.no/sprek/> Lastet ned 06.12.12

Stordal, S. (2011) Intellektuelle og ledere versus trening.

<http://www.forskning.no/blog/stigslordahl/293965> Lastet ned 06.12.12

Haaland Matlary, J. (2011) For mye prat om trening.

<http://www.aftenposten.no/meninger/spaltister/matlary/article4163757.ece> Lastet ned 06.12.12

Jordheim Halvorsen, O. Slik lader Perter Hermanrud opp til Birken.

<http://www.dn.no/dnaktiv/article1795730.ece> Lastet ned 07.05.13

Jordheim Halvorsen, O. (2013, 4. april) Studentkappløp over fjellet. *DN*, s 28-31.

Rønning, R. (2011) , Hvem er birkebeinerne? (Rittet).

<http://www.langrenn.com/hvem-er-birkebeinere.4946565-6715.html> Lastet ned 06.05.12

Rønning, R. (2011) Hvem er birkebeinerne? (Rennet).

<http://www.forskning.no/artikler/2011/februar/279947> Lastet ned 06.12.12.

Scheve, I. (2012) Bli med på NM for næringslivet

<http://www.skiaktiv.no/artikkel/2735> Lastet ned 06.06.12

Melgard, M. (2010) Her tyner konkurrenten Espen etter Birken-tapet.

<http://www.dagbladet.no/2010/03/25/nyheter/hovmod/star/fall/11019411/> Lastet ned 03.05.13

Ssb.no (Statistisk Sentralbyrå, 2003) definisjon frie yrker

<http://www.ssb.no/ifpn/arkiv/art-2005-05-12-01.html> Lastet ned 25.02.13

Sæle, R. (2011) Her er den typiske Birken-deltaker.

<http://e24.no/job/ber-er-den-typiske-birken-deltaker/20034768> Lastet ned 19.05.13.

Rones, Ø. (2012) Susanne Sundfør: ”Vi lever i vår egen lille birkebeinerboble”

<http://gaffa.com/artikkel/57911> Lastet ned 18.04.13

Hjelseth, A. (2011) Trening, Knefall og forfall. Kronikk, samtiden.no

<http://www.samtiden.no/trening-knefall-og-forfall/> Lastet ned 07.05.13.

Vedde-Fjærestad, I. (2007) Birken er for fiffen.

<http://e24.no/makro-og-politikk/birken-er-for-fiffen/1691397> Lastet ned 07.05.13.

## Figurliste

Figur 1. Illustrasjon fra boka „Det norske skieventyret“ av Kristian Finborud, 2008, SKALD Forlag.

# Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide

Vedlegg 2: Informasjonsskriv til masteroppgave

Vedlegg 3: Samtykkeerklæring

Vedlegg 4: Godkjenning fra NSD

## **Vedlegg 1.**

### **Intervjuguide: "Birkebeinerkultur" i næringslivet" - Hvordan opplever ansatte i en høyprofilert kunnskapsbedrift "birkebeinerkulturen" i næringslivet?**

#### **Intro**

Kan du gi et eksempel på en perfekt treningsøkt som du kan tenke tilbake på med glede?

#### **Mål og motivasjon**

- planlagte konkurranser
- mål

#### **Tid/ Prioriteringer**

- idrettsrelaterte prioriteringer og tid
- egen tidsbruk
- folk rundt deg
- andre prioriteringer

#### **Utstyr og status**

- kostnader
- Status
- Press

#### **Helse**

- helsebegrepet
- god form
- totalbelastning
- flyt

#### **Mediedekning**

- finanspressen
- stereotypier?
- eget inntrykk

#### **Bedriften**

- birken på CV'n
- bransjen
- jobbrelasjoner



## Vedlegg 2.

### Informasjonsskriv til mastergradsavhandling

Hei.

Mitt navn er Martin Wiig Larsen og jeg er mastergradsstudent i idrettssosiologi ved Norges Idrettshøgskole. I den anledning er jeg i gang med den avsluttende oppgaven, en undersøkelse om deltakelse i mosjonsidrettskonkurranser. Det overordnede temaet for oppgaven er idrett og sosial klasse, da med spesielt vekt på konkurranser som birkebeinerarrangementene, Vasaloppet, sykkelritt eller løp. Min oppgave ønsker å undersøke synet på konkurranse, trening og det som måtte følge med dette, opp mot prestasjons- og bedriftskultur. Grunner for mitt valg av informanter springer ut fra det økende idrettslige prestasjonsfokus hos ansatte med høyere utdanning, blant annet i kunnskapsproduserende bedrifter.

I mitt prosjekt trenger jeg 6-8 informanter som er villig til å delta i et dybdeintervju rundt dette problemområdet. Spørsmålene underveis vil dreie seg om deres erfaringer rundt det å delta i konkurranser, holdning til trening, utstyr, kostnader og tanker omkring det å kombinere prestasjonskultur på jobb og trening.

Jeg vil benytte meg av båndopptaker og ta notater mens vi snakker sammen. Det er frivillig å delta i undersøkelsen og du som deltar har muligheten til å trekke deg fra undersøkelsen når som helst, uten å måtte begrunne dette nærmere. De innsamlede dataene vil bli anonymisert og behandlet konfidensielt. Enkelt personer vil ikke kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven, og opptakene og transkripsjonene slettes når oppgaven er ferdig i mai 2013.

Informantene vil motta en mail vedlagt dette informasjonsskrivet og en samtykkeerklæring. Sistnevnte underskrives intervjudagen før intervjustart.

Har du evt videre spørsmål om gjennomføringen og/eller oppgaven, er det bare å kontakte meg på telefon 47018959, eller sende en mail til martinwi@student.nih.no

Du kan også ta kontakt med min veileder Mari Kristin Sisjord ved seksjon for Kultur og Samfunn på mail [m.k.sisjord@nih.no](mailto:m.k.sisjord@nih.no) eller telefon 23 26 24 26.

Studien er meldt inn til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelige datatjeneste (NSD).

Med vennlig hilsen,

Martin Wiig Larsen

Vandugveien 16A

1850 Mysen

### Vedlegg 3.

## Samtykkeerklæring

Jeg bekrefter at jeg har fått skriftlig informasjon om prosjektet, og er inneforstått med at intervjuene vil bli tatt opp på båndopptaker. Jeg er informert om at forskeren er underlagt taushetsplikt, og at prosjektet i sin helhet er sendt inn og godkjent hos Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD).

Jeg samtykker at informasjonen som fremkommer av intervjuene vil bli brukt i oppgaven, men at dette vil være anonymisert og behandlet konfidensielt. Dette på bakgrunn av at jeg ikke skal kunne identifiseres.

Jeg er i tillegg informert om at de innsamlede dataene fra intervjuene vil bli slettet ved prosjektets slutt. I tillegg er jeg inneforstått med at undersøkelsen er frivillig, og at jeg til en hver tid kan trekke meg fra videre deltagelse uten å måtte begrunne dette videre. Mine data vil da automatisk bli slettet og ikke bli benyttet i oppgaven.

På bakgrunn av dette samtykker jeg i å delta i prosjektet, samt at de opplysninger jeg kommer med kan benyttes i den aktuelle mastergradsavhandlingen.

Samtykkeerklæringen underskrives før intervjustart intervjudagen.

Sted/dato \_\_\_\_\_ Underskrift intervjuer \_\_\_\_\_

Underskrift deltaker \_\_\_\_\_

## Vedlegg 4.

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS  
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES

Mari Kristin Sisjord  
Seksjon for kultur og samfunn  
Norges idrettshøgskole  
Postboks 4014 Ullevål stadion  
0806 OSLO

Harald Hårfagres gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47-55 58 21 17  
Fax: +47-55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org nr. 985 321 884

Vår dato: 25.09.2012      Vår ref: 31315 / 3 / AMS      Deres dato:      Deres ref:

### TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 03.09.2012. All nødvendig informasjon om prosjektet forelå i sin helhet 21.09.2012. Meldingen gjelder prosjektet:

31315	<i>Bedrifter og mosjonsidrettskonkurranser, -folkehelse eller elitedyrkelse</i>
Behandlingsansvarlig	<i>Norges idrettshøgskole, ved institusjonens øverste leder</i>
Daglig ansvarlig	<i>Mari Kristin Sisjord</i>
Student	<i>Martin Wiig Larsen</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

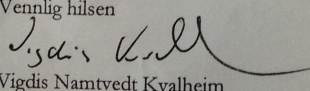
Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

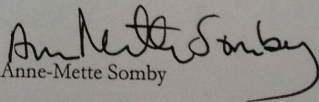
Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, [http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk\\_stud/skjema.html](http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html). Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 30.05.2013, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

  
Vigdis Namtvedt Kvalheim

  
Anne-Mette Somby

Anne-Mette Somby tlf: 55 58 24 10  
Vedlegg: Prosjektvurdering  
Kopi: Martin Wiig Larsen, Vandugveien 16 A, 1850 MYSEN

Avdelingskontorer / District Offices  
OSLO NSD Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11 nsd@uio.no  
TRONDHEIM NSD Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07 kyrre.svarva@svt.ntnu.no  
TROMSØ NSD SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36 nsdtraa@svt.uib.no



## Personvernombudet for forskning



### Prosjektvurdering - Kommentar

---

Prosjektnr: 31315

Ifølge prosjektmeldingen skal det innhentes skriftlig samtykke basert på muntlig og skriftlig informasjon om prosjektet og behandling av personopplysninger. Personvernombudet finner informasjonsskrivet mottatt 21.09.2012 tilfredsstillende utformet i henhold til personopplysningslovens vilkår.

Innsamlede opplysninger registreres på privat pc. Personvernombudet legger til grunn at veileder og student setter seg inn i og etterfølger Norges idrettshøgskole sine interne rutiner for datasikkerhet, spesielt med tanke på bruk av privat pc til oppbevaring av personidentifiserende data.

Prosjektet skal avsluttes 30.05.2013 og innsamlede opplysninger skal da anonymiseres og lydopptak slettes.

Anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/navneliste slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. yrke, alder, kjønn) fjernes eller grovkategoriseres slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i materialet.

