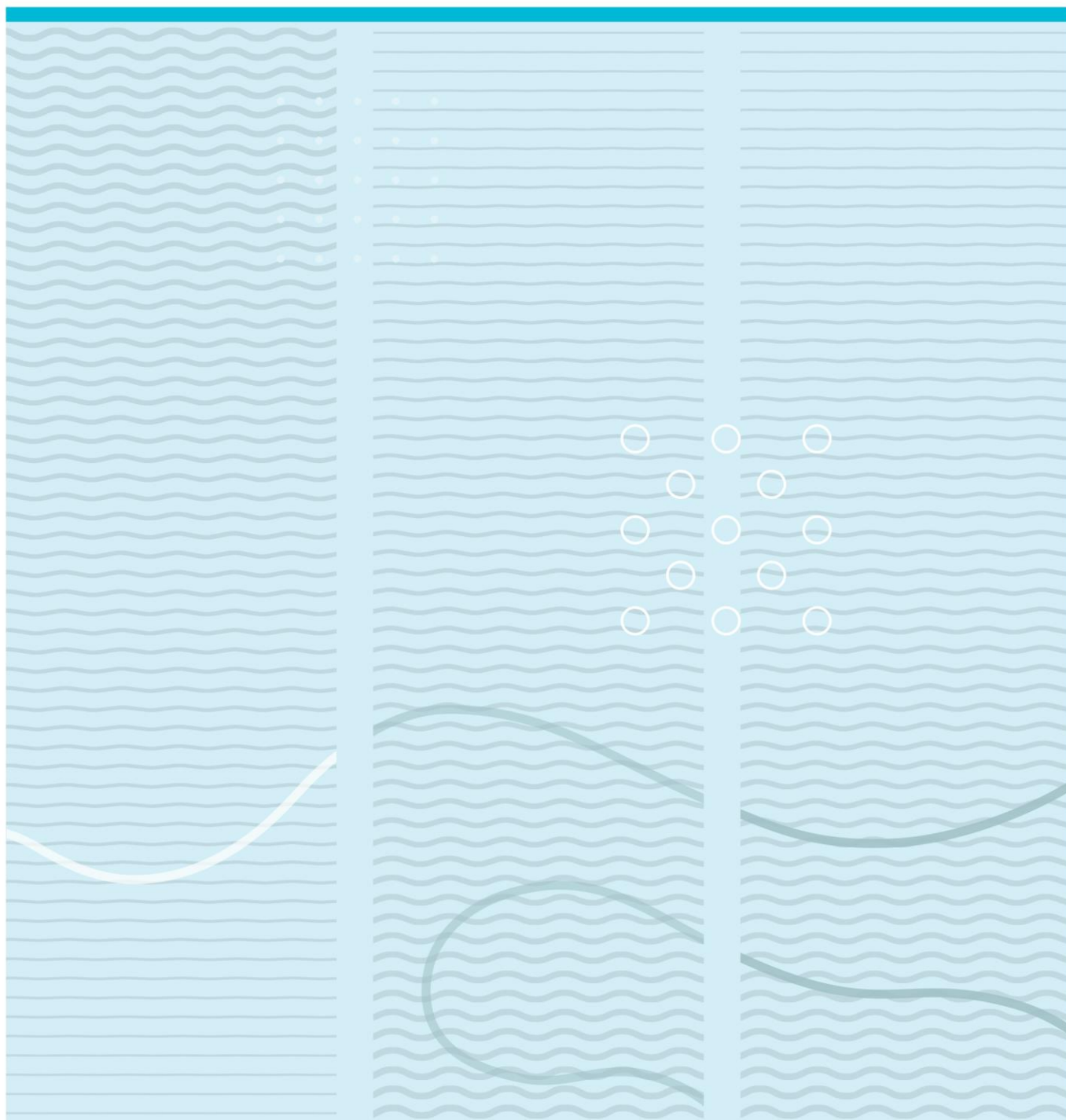


Tor Helge Vikøren Myhre

Hvordan selge en kropp?

En kvalitativ studie av hvordan en personlig trener møter kunden.



Høgskolen i Sørøst-Norge
Fakultet for Allmennvitenskapelig fag
Institutt for idretts- og friluftslivsfag
Postboks 235
3603 Kongsberg

<http://www.usn.no>

© 2017 Tor Helge Vikøren Myhre

Denne avhandlingen representerer 60 studiepoeng

Forord

Å skrive sin egen mastergradsavhandling er som skapt for de `stille tenkerne`. De som trives på bakerste rad, de som tenker før de sier noe, og de som ikke roper høyest. Jeg er en av disse stille tenkerne, som endelig etter 5 års høyere utdanning kan blomstre. Jeg sitter igjen med et smil rundt munnen, dette har gitt meg mersmak.

Det er likevel flere som fortjener takk. Min veileder Professor Jan Ove Tangen, som hele tiden har bidratt med sitt kritiske og reflekterte blikk. Din innsikt rundt systemteorien står det respekt av. Takk for gode samtaler. Førsteamanuensis Solfrid Bratland Sanda, som gav meg tilliten til å timeundervise i faget fysisk aktivitet og helse. Jeg ser frem til å kunne bidra mer i fremtiden.

Alle mine informanter som stilte opp, en stor takk. Uten dere, ingen avhandling. Dere veit hvem dere er.

Bø i Telemark, 22.05.2017

Tor Helge Vikøren Myhre

Sammendrag

Mastergradsavhandlingen har som formål å undersøke hva som skjer når Personlig Trener (PT) og kunde møtes for første gang. Jeg har forsøkt å avdekke hvorledes PT opplever dette møtet og hvilke strategier og handlinger vedkommende PT tar i bruk for å skaffe seg en kunde. Første møte mellom PT og kunde er en prøvetime, der kunden har muligheten til å kjøpe PT-timer. I denne sammenhengen undersøker jeg hvordan personlige trenere skaper en kjøpsituasjon i møte med kunder, samt hvordan de ønsker å fremstille seg i kjøpsituasjonen. I forlengelsen av dette ønsker jeg å få tak på hvordan personlige trenere hjelper sine kunder mot deres målsetninger. Jeg ønsker derfor å undersøke sammenhengen mellom en PTs selvpresentasjon og vedkommendes systemfunksjon.

Oppgaven har en teori-informert induktiv tilnærming. Det innebærer at jeg trekker inn relevante teorier som kan belyse kompleksiteten som foreligger rundt mine problemstillinger. For å kunne belyse hvordan en PT skaper og presenterer seg i kjøpsituasjonen trekker jeg inn Goffman fra sosiologien, og Leary & Kowalski fra sosialpsykologien. I forlengelsen av dette trekker jeg inn et systemteoretisk perspektiv basert på Tangen (2004, 1997) sin tolkning av Niklas Luhmanns systemteorien innad i idretts sosiologien. Systemteorien blir brukt i den overordnede forklaringen av mine data. Systemteorien gir meg muligheten til å se en PTs selvpresentasjon i sammenheng med den funksjonen personlige trenere innehar i Fitness-systemet.

Oppgavens datamateriale stammer fra 8 semi-strukturerte intervjuer av personlige trenere. Alderen på informantene er fra 23 til 52 år, seks av informantene er menn, og to kvinner. Intervjuene ble gjennomført i perioden september -november 2016. Intervjuene ble gjennomført ved syv forskjellige treningsentre i Oslo-, Grenland- og Bergensområdet. Antall informanter er ikke representativt for populasjonen «PT» som helhet, det har heller ikke vært min intensjon å generalisere mine funn. Allikevel har jeg muligheten til å foreta en teoretisk generalisering.

De mest sentrale funnene i denne avhandling er at fulltids personlige trenere tilpasser sin adferd bevisst i møte med nye kunder. Gevinsten ved å endre atferd er at kundene

kjøper PT-timer. Personlige trenere skaper kjøpsituasjonen gjennom nøye forberedelser i forkant av møte, der det gjøres en bakgrunnsjekk på kunden. Første møte gjennomføres inne på et kontor, som rammer inn kjøpsituasjonen. I denne sammenhengen er det viktig for personlige trenere å fremstille seg selv som kontrollerende og autoritære ovenfor kunden. Samtidig må de opprettholde fasaden om en «trent kropp». På den måten forstår kundene at kjøp av PT-timer er det åpenbare valget.

Sammenhengen mellom en PTs selvpresentasjon og systemfunksjonen er todelt. Kontrollen som blir skapt under kjøpsituasjonen får implikasjoner når treningen mellom PT og kunde starter. Her utnytter personlige trenere kundenes manglende tause kunnskap. Kundene blir innlemmet i en treningssone som uttrykker en taus forventning som ikke samsvarer med deres tause kunnskap. På den måten konstruerer personlige trenere et avhengighetsforhold. Dette forstår kundene i det de forlater kontoret og blir utsatt for Fitness-systemets forventinger. Kroppen til den enkelte PT er sentral.

PT kroppen må inneha en viss mengde muskler og lite fett, som kan sees i relasjon til dagens kroppsideal. Dette er noe informantene uttrykker at kundene også ønsker. Personlige trenere må derfor på best mulig måte representere Fitness-systemets forventinger og mål. Personlige trenere må derfor inneha en trent ytre kropp. Mine funn tyder på at dette kan knyttes oppimot den binære koden i Fitness-systemet. På den måten er det Fitness-systemet som legger føringer for selvpresentasjonen som utøves av personlige trenere.

Innhold

Forord	3
Sammendrag	4
1. Innledning	8
1.1 Tidligere forskning og posisjonering av tema	10
1.2 Ubesvarte spørsmål på feltet.....	21
1.3 Oppbygning og problemstillinger	21
2. Teoretiske rammeverk	24
2.1 Kort om konstruktivismen.....	24
2.2 Rollespill og selvpresentasjon	25
2.3 Rammeanalysen	30
2.4 Antagelser i lys av selvpresentasjon og rammeanalysen	33
2.5 Systemteoretisk perspektiv.....	33
2.6 Antagelser i lys av systemteorien	40
3. Metode	42
3.1 Innledning	42
3.2 Valg av metode	43
3.3 Kvalitativt forskningsintervju	44
3.4 Meg selv som forsker og min egen forforståelse.....	45
3.5 Utvalg av informanter	48
3.6 Intervjuguiden.....	51
3.7 Gjennomføringen av intervjuene.....	54
3.8 Analysere parallelt med intervju.....	57
3.9 Utfordringer knyttet til den kvalitative metoden	60
4. Resultater	66
4.1 Kontoret- en ramme for relasjoner og salg.....	66
4.2 Alt omhandler salg.....	70
4.3 En PT trener for utseende og det funksjonelle	82
4.4 Den normale og trente kroppen er å foretrekke	88
4.5 En PT er klar over de materielle forventningsstrukturene	96
4.6 Presentasjon av Fitness-systemets forventninger	100
4.7 Kommunikasjon som styrketrening	102

4.8	Oppsummering	105
5.	Diskusjon	107
5.1	Mine funn og tidligere forskning rundt PT yrket	107
5.2	Selvpresentasjon og rammeanalysen	110
5.3	Kommunikasjon og forventninger	119
6.	Konklusjon.....	127
7.	Referanseliste.....	130
	Vedlegg 1 Intervjuguid	134
	Vedlegg 2 Informasjon om prosjektet.....	141

1. Innledning

Denne masteroppgaven har som formål å undersøke ulike sider ved yrket «Personlig Trener» (PT). En PT tilrettelegger trening og kosthold til enkelt kunder på treningssentrene. Kunder kan binde seg til kortere eller lengre treningsperioder med PT, alt etter hvilket mål den enkelte kunde har. Personlige trenere skal formidle den kunnskapen kunden behøver for å nå sine mål. Jeg vil undersøke hvordan personlige trenere ved de store kommersielle treningssentrene i Norge forsøker å trekke kunder inn i fitnessbransjen. Personlige trenere kan sees på som bindeleddet mellom Fitness-systemet og forbrukeren (kunder), de må evne å selge inn Fitness. De fleste personlige trenere lever i dag på provisjonslønn - de blir lønnet ut ifra hvor mye de evner å selge. De er med andre ord avhengig av at kunder ønsker å kjøpe deres tjenester. For å kunne nå ut til potensielle kunder, er personlige trenere nødt til å markedsføre sine tjenester - de må vise at de har «noe» som potensielle kunder har bruk for. Dette gjøres gjennom å tilby nye kunder prøvetimer. Under en prøvetime, får kunden en gratis PT-time og en mulighet til å få et innblikk i hva de gjør, samt hvilke tjenester de tilbyr. Dette er en viktig og kritisk del for personlige trenere, da det er her salget av PT-timer ofte forekommer. Jeg vil derfor i denne oppgaven ta utgangspunkt i prøvetimer, da det er her personlige trenere har muligheten til å trekke kunder inn i Fitness-systemet.

Under dette første møtet, har PT en mulighet til å vise seg frem fra sin beste side for å overbevise kunden om at produktet «PT-time» er verdt å kjøpe. I denne masteroppgaven, vil jeg undersøke hvilken type kommunikasjon en PT vektlegger i møte med kunder. Jeg vil prøve å avdekke hvordan en PT fremtrer og presenterer seg selv i møte med nye kunder. Siden jeg antar at kroppen til den enkelte PT er sentral, vil jeg også undersøke om det eksisterer enkelte kropper som passer bedre inn i rollen som PT enn andre. Videre vil jeg undersøke hvordan dette får betydning for de handlingsvalgene en PT foretar seg overfor sine kunder. Til slutt vil jeg se på hvilke tiltak en PT iverksetter for å innfri kundens mål. Dette kan være ulike treningsformer eller ulike spesifikke avdelinger på treningssenteret, som kunden må mestre om han eller hun skal nå sitt mål.

Denne masteroppgaven er forskning i egen kultur. Det innebærer at jeg er en sosiolog på meg selv. Jeg må kunne evne å sette ord på hva jeg har erfart, og hvorfor det er relevant å trekke inn (C. Wadel, 2006). Jeg velger derfor å starte med å opplyse leseren i korte trekk om hva forskning i egen kultur innebærer, siden oppgaven bygger på dette.

Ønsket om å forske i egen kultur, springer ofte ut fra at en har observert noe som har fengst ens oppmerksomhet, enten i situasjonen eller i etterkant (C. C. Wadel & Fuglestad, 2014). Wadel (2006) argumenterer for at om forskning i egne erfaringer skal kunne fungere i samfunnsforskningen, må tre forhold dekkes:

- 1) En må være sin egen nøkkelinformant, det vil si at en selv har erfart noe særegent.
- 2) En må ha oppholdt seg i en omgivelse som innebærer at en selv har observert mellommenneskelige sosiale interaksjoner.
- 3) En må sjekke egne erfaringer opp mot eksisterende kunnskap (C. Wadel, 2006, s. 11).

Jeg har selv arbeidet som PT, og dette er et sentralt element når man forsker i egen kultur. Jeg har erfart hvor utfordrende det er å selge seg selv inn til nye kunder. Jeg må kunne overbevise kundene på en eller annen måte - «noe» må skje i møtet kunde-PT. Som PT har jeg mange valgmuligheter når jeg trener mine kunder, men det er alltid noen metoder som foretrekkes fremfor andre. Siden jeg har vært i den gitte rollen (PT) som jeg i denne oppgaven tar utgangspunkt i kan jeg relatere meg til det mine informanter erfarer i sin hverdag (C. C. Wadel & Fuglestad, 2014, s. 71). Jeg er derfor min egen nøkkelinformant. Jeg har også vært deltakende observatør i treningssenteret over lengre tid. Jeg har sett hvordan andre personlige trenere kommuniserer med og trener sine kunder, og har observert flere fellestrekk. Dette har skapt en nysgjerrighet hos meg som masterstudent. Mine personlige erfaringer og observasjoner i rollen som PT har dannet grunnlaget for denne masteroppgaven. Derfor vil jeg videre trekke inn mine egne erfaringer, og nyttiggjøre meg av mine egne observasjoner. Det sentrale i oppgaven blir derfor å kunne sjekke mine egne erfaringer opp mot eksisterende

kunnskap (jf. punkt 3). Eksisterende kunnskap i denne settingen vil være mitt eget datamateriale.

1.1 Tidligere forskning og posisjonering av tema

Det å trene på treningssenter, har fenget den norske befolkningen. Aldri før har treningssentrene hatt så mange medlemmer. Men sammensetningen av medlemsmassen gjenspeiler ikke befolkningen. Treningssentrene når ikke ut til alle slik de fremstår i dag. Disse utviklingstrekkene har forskningen til dels fanget opp. Jeg vil derfor belyse noen av utviklingstrendene i treningssenter-bransjen, og vise hvordan treningssenteret har blitt sentralt i aktivitetsmønsteret til den norske befolkningen. Deretter vil jeg se dette i relasjon til fremveksten av PT-yrket, og gi en beskrivelse av hva en PT er. Avslutningsvis vil jeg løfte frem hvordan kroppsidealer påvirker vår motivasjon til å trene, og hvordan dette påvirker PT-yrket. Til slutt presenteres problemstillingene. En gjennomgang av tidligere forskning er hensiktsmessig før en definerer sine problemstillinger, da en kan sette tidligere forskning i relasjon til det en ønsker å undersøke nærmere (Krumsvik, 2014, s. 85). Jeg som forsker kan da legitimere hvorfor dette fenomenet bør undersøkes nærmere.

Treningssenter-bransjen i Norge

I dag finnes det utallige treningstilbud. Befolkningen kan oppsøke treningssentrene for å oppnå bedre helse, få den kroppen de ønsker, eller trene for å forbedre en fysiologisk egenskap. Sats/Elixia skriver på sine hjemmesider at «*Treningen er en investering i deg selv og din helse, og gjør at du føler deg vel*» (Sats/Elixia, 2017, 17.04). Gjennom et mangfold av treningskonsepter frister de potensielle medlemmer. En annen kjede, *Barry`s Bootcamp*, som har spesialisert seg på gruppetrening, er veldig tydelige på hva treningen kan gjøre med kroppens utseende: «*The intervals and strength training combinations are proven to lean and tone your body. This isn't a fitness trend. It's just science. And it works!*» (Barry`s-Bootcamp, 2017.04.17). Man kan derfor oppsøke treningssentrene om man ønsker noe mer enn bare en helseeffekt.

Ser en på utviklingstrendene i aktivitetsmønsteret til befolkningen, ser en at treningssentrene har fenget den norske befolkning. For å forstå fremveksten av

treningssentrene, er en nødt til å sammenligne dette med utviklingen innenfor andre aktivitetstilbud. Ser en på befolkningens aktivitetsmønster i perioden 1989 til 2011, har treningssentrene økt sin andel fra 8,5 til 35,2 prosent, idrettslag har hatt en ørliten nedgang fra 15,4 til 14,6 prosent (Breivik, 2013, s. 100). Idrettslag var derfor i 1989 større enn treningssentrene, i 2011 ser vi at denne trenden er snudd opp ned. Om man slår sammen «egenorganisert trening» til å innbefatte treningssentre, trening på egenhånd, og trening sammen med venner/familie, ser vi at denne samlekategorien er den som har økt mest. Deretter kommer «private treningstilbud» og til slutt kategorien «idrettslag» som har hatt en nedgang (Breivik, 2013). Befolkningen trekker derfor mer over i den kommersielle delen av aktivitetstilbudene. Et interessant funn er at idrettslag stagnerer. En kan derfor se et klart skifte i aktivitetsmønsteret i befolkningen. Statistisk sentralbyrå (SSB) og Virke Trening (bransjeorganisasjonen til treningssentrene) kan bidra til ytterligere å kaste lys over disse trendene.

SSB publiserte i 2015 en landsomfattende levekårsundersøkelse vedrørende nordmenns vaner knyttet til fritidsaktiviteter i perioden 1997-2014. Fordelen med å basere seg på denne typen statistikk, er at den er representativ for populasjonen som helhet. I denne undersøkelsen kommer det tydelig frem at treningscenteret er en arena som har økt i bruksomfang (Statistisk sentralbyrå, 2015). I 2011 lå prosentandelen på 21 prosent, mens den i 2014 lå på 37 prosent, om begge kjønn inkluderes. 37 prosent trener da minimum en gang i måneden på treningscenter. Ser en på kjønnsforskjeller, er det litt flere kvinner enn menn som i 2013 oppgav at de hadde benyttet seg av treningscenter som aktivitetsarena de siste 12 månedene (henholdsvis 42 prosent for kvinner og 32 prosent for menn). Økt bruk av treningscenter kan i liten grad knyttes til geografiske tettsteder, men er en mer generell økning på landsbasis. Variabler som utdanning og inntekt påvirker bruken. Jo høyere utdanning (universitet/høgskole-nivå) og inntekt, jo mer trening på treningscenter (Statistisk sentralbyrå, 2015, s. 49).

Et annet interessant funn i denne undersøkelsen, er at treningsformen *styrketrening* er den av treningsformene som har økt mest de siste årene. I 1997 lå den samlede prosentcoren for begge kjønn på 24 prosent, mens den i 2013 lå på 45 prosent, når en ser på de som trener minimum en gang i måneden (Statistisk sentralbyrå, 2015, s. 18).

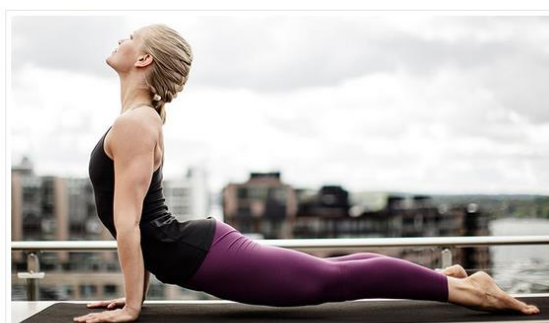
Undersøkelsen har ikke operasjonalisert styrketreningen, så det er derfor vanskelig å si om dette direkte kan linkes til treningssentrene. Den følger allikevel tilnærmet samme lineære økning som treningssenter-veksten. Derfor kan en anta at dette kan ha en sammenheng. I 2016 publiserte SSB ny statistikk vedrørende aktivitetsnivået og treningsformene nordmenn benytter seg av. Nytt i denne undersøkelsen er at de spesifikt spurte om respondentene benyttet seg av treningsapparater som sykler eller tredemøller. Her kommer det frem at 1 av 3 benytter seg av slike (Statistisk sentralbyrå, 2016). Det at flere har ønsker om å trene på treningssentre, gjenspeiles også i antall treningssentre vi har i Norge (Virke Trening, 2015).

Virke Trening har gjennomført sin egen befolkningsundersøkelse vedrørende aktivitetsnivået blant nordmenn¹. Funnene samsvarer godt med tidligere undersøkelser fra SSB. 32 prosent av befolkningen over 18 år oppgir at de foretrekker å trene på treningssenter. Undersøkelsen påpeker også en synergieffekt som innebærer at personer som allerede trener på treningssenter også driver med andre utendørsaktiviteter som ski, sykkel og jogging (Virke Trening, 2015, s. 8). Årsaken til at medlemmer trener på treningssenteret der de bor, er i hovedsak knyttet opp mot beliggenhet og de fasilitetene senteret tilbyr. Venner og kompetanse til den enkelte instruktør er mindre viktig (Virke Trening, 2015). På et treningssenter kan man benytte seg av gruppetreningstimer eller individuell trening, eller en kombinasjon. Her ser en at det er en økning i den individuelle treningen blant begge kjønn, men det er en overvekt av menn som trener individuelt (76 prosent mot 55 prosent kvinner). Virke trening spurte også de inaktive i 2015. Her kom det frem at 1 av 4 kunne tenke seg å benytte seg av treningssenter.

Selv om en ser en klar økning i medlemsmassen ved norske treningssentre, sliter allikevel bransjen med omdømmet. TNS Gallup og Norstat gjennomførte en spørreundersøkelse blant både medlemmer og ikke-medlemmer av treningssentre, for å kartlegge omdømmet (TNS Gallup, Norstat, & CrediCare, 2016). De som trener på treningssenter, uttrykker at de i stor grad er fornøyd med treningstilbudene, og

¹ Denne ble utført av Markedsanalyse-selskapet Opinion på oppdrag av Virke Trening i perioden mai/juni 2015. Det refereres derfor kun til Virke Trening (2015) da originalkilde ikke er tilgjengelig.

opplyser at deres primærmotivasjon for å trene på treningssenter er knyttet opp imot en helsegevinst. Ikke-medlemmer derimot, tror at de som trener på treningssenter er opptatt av trening og ønsker å se bedre ut (TNS Gallup et al., 2016). Diskrepansen kan stamme fra bransjens egen markedsføring og fokuset på kroppens ytre. Ser vi på bilder fra Sats/Elixia sine hjemmesider, er det kun unge, slanke kvinner og menn som er avbildet. Bransjen har derfor et problem med å nå ut til de inaktive.



GRUPPETRENING

Yoga Flow

Styrke, fleksibilitet og utholdenhet



GRUPPETRENING

LEG DAY

Effektiv bentraining!



GRUPPETRENING

Barre Toning

Kompletter Barre-treningen

(Sats/Elixia, 2017, 17.04)

Treningssentrene kan derfor virke avskrekkende for enkelte, da en kan anta at en del inaktive tenker at en må være «trent» før en kan begynne å trene på selve treningssenteret. I tillegg gir dette forbrukeren en indikasjon på hva som kreves for å ferdes inne på treningssenteret, og på hva som er målet. Her kan personlige trenere ha mulighet til å utøve sin funksjon. De kan ta tak i dette problemet og introdusere treningssenteret til uerfarne nye kunder på en trygg måte. Det økte fokuset på styrketrening kan også tale for større bruk av PT. Denne treningsformen krever en annen type for-forståelse (Tangen, 2004a, s. 226-227). Styrketrening krever en teknisk forståelse av en mer komplisert art.

Personlig Trener

Som nevnt innledningsvis, baserer denne oppgaven seg på forskning i egen kultur. Jeg har erfart at «noe» skjer i relasjonen PT – kunde, og det har gjort meg nysgjerrig. Første steg i det å gjøre feltarbeid i egen kultur, er at de observasjonene man velger å se på velges ut fra egne erfaringer (C. Wadel, 2006, s. 11). Derfor er det viktig at jeg viser leseren hva jeg har erfart, og hvorfor dette har en verdi for denne oppgaven. Jeg velger

derfor å starte dette avsnittet med å gi en deskriptiv fremstilling av hvordan jeg selv har erfart PT-yrket. Her vil jeg sette ord på dette «noe» som jeg har erfart. C. Wadel (2006, s. 41) understreker at det og begrepsfeste ens egen erfaring, kan være et nyttig utgangspunkt for den videre utarbeidelsen av et forskningsprosjekt. Jeg velger deretter å løfte frem relevante kvalitative studier som ytterligere kan gi innsikt i hvordan PT-yrket er konstruert. Avslutningsvis løfter jeg frem relevante kvantitative studier som primært er knyttet opp mot utdanningsnivå og kvalifikasjonskrav. Dette kan si noe om hvilke rammevilkår personlige trenere arbeider ut fra.

Noe av det viktigste jeg måtte mestre i rollen som PT var det å kunne selge PT-timer, siden man har provisjonslønn². Salget skjer gjennom det som defineres som en prøvetime. Det er ofte en eller to timer der kunden kan få en smakebit på hvordan det er å trene med en PT. En må med andre ord vise seg fra sin beste side. Dette blir ofte det første møte mellom PT og en potensiell kunde. Skal jeg kunne overbevise en kunde om at de skal kjøpe eksempelvis seksti PT-timer med en verdi på 40.000 kr, er jeg nødt til å kommunisere og opptre på en spesifikk måte. I denne prosessen har jeg erfart at «noe» skjer. Dette «noe» er det jeg vil undersøke nærmere videre i oppgaven. Kunden må tidlig forstå at de behøver PT-timer om de skal nå sine treningsmål. Selv om prøvetimen er den arenaen hvor salget hovedsakelig foregår, har jeg også erfart at kunder har kontaktet meg ute i treningssenteret mens jeg selv trener. Kunder har da kommentert min kropp eller min evne til å løfte tunge vekter, og uttrykker at dette er noe de selv kunne tenke seg. De antar da at jeg er en kunnskapsrik person og at jeg har den kunnskapen de trenger for å nå dette målet. I rollen som PT, er jeg derfor klar over at jeg blir observert av andre. Alle vet hvem jeg er, og jeg opplever en forventning om hvordan jeg fremstår. Jeg er klar over at andre medlemmer kan evaluere min egen kropp og bedømme meg ut i fra det. Det er dette som er det særegne med det å være PT - vi har muligheten til å konstruere vår egen identitet i møte med PT-kunder. Jeg har også erfart at kunder har en sterk tiltro til meg som PT. Det jeg sier, gjennomfører de konsekvent. Jeg sitter derfor med makten til å definere hvordan kundene skal oppleve det å trene med meg på treningssenteret.

² Provisjonslønn som PT innebærer at man ikke har fast eller garantert lønn. Man får en viss prosentandel av hva kunden betaler for en PT-time. Dess flere PT-timer en PT leverer over en gitt tidsperiode, dess høyere andel av PT-timen sitter den enkelte PT igjen med.

Maguire (2001) sin kvalitative studie blant personlige trenere i USA, kan være med på å gi en større innsikt i hva som kjennetegner PT-yrket i dag. Maguire (2001) sitt utgangspunkt er å forstå hvordan strukturen og organisering av PT-yrket påvirker hvordan Fitness blir solgt. Et sentralt element her, er at en PT blir bindeleddet mellom Fitness og forbrukeren. Maguire (2001) trekker ikke på et entydig teoretisk rammeverk, men beskriver og forklarer utviklingen av Fitness-industrien i et historisk perspektiv hvor PT-yrket i dag fremstår som et serviceyrke. I lys av sine intervjuer med personlige trenere, argumenterer Maguire (2001) for at det er fire ulike kvaliteter en PT bør inneha for å selge Fitness: En må evne å *representere* Fitnessbransjen. Her blir en PTs bekledding sentral, de må vise ovenfor kunder at de skiller seg ut ifra øvrige medlemmer og ansatte. En må være en «*megler*» for Fitness bransjen, det vil si at en selger inn eksisterende Fitness trender til sine kunder. Personlige trenere må også evne å overbevise potensielle kunder om at Fitness er noe de bør investere i. En PT må *motivere* og etablere en personlig kontakt med kunden. Til slutt må en evne å være en *entreprenør*, grunnet provisjonslønnen (Maguire, 2001).

Melton, Katula & Mustian (2008) gjennomførte fokusgruppeintervjuer med elleve personlige trenere som hadde lang erfaring fra yrket. Studiens utgangspunkt var å undersøke hvilke kriterier personlige trenere føler de må inneha for å kunne lykkes. Studien har et induktivt design, og er en deskriptiv analyse uten teoretisk tolkning. Informantene i denne studien sier de opplever at utseende spiller en viktig rolle når medlemmene velger seg ut en PT. «*The participants agreed that the appearance of one's physique was a critical consideration for clients hiring a personal trainer*». (Melton, Katula, & Mustian, 2008) Det foreligger derfor en forventning om at PT innehar en trent kropp. Et annet interessant funn, er at lojalitet og faste kunder oppnås gjennom å skape gode relasjoner til kundene (Melton et al., 2008).

George (2008) sin etnografiske studie av PT-yrket, kan gi ytterligere innsikt. Gjennom observasjoner og intervjuer av personlige trenere, hevder George (2008) at PT-yrket er et semi-profesjonelt yrke. George (2008) bygger sitt teoretiske rammeverk på tidligere studier av service yrker, og hevder at en slik analyse av PT-yrket er fruktbar. Dette er

fordi PT-yrket deler en del av de samme utfordringene som andre serviceyrker har. George (2008) viser til hvordan tre faktorer har betydning for interaksjonen mellom PT og kunde; *Instrumentell utveksling*, *motivasjon* og *autoritære konsultasjoner*. Instrumentell utveksling innebærer at personlige trenere igangsetter tiltak som ulike treningsprogram, treningsformer eller kostholdsregimer som skal hjelpe kundene med å nå sine mål. I denne sammenhengen poengterer George (2008) at det ikke bare er en overføring av kunnskap som gjelder, men at en PT også må leve opp til forventningene om å ha en trent kropp. En trent kropp symboliserer derfor kunnskap i den instrumentelle utvekslingen (George, 2008, s. 117). Faktoren *motivasjon* innbefatter ikke bare hvordan en PT trener kunden, men også hvordan kunden motiveres og blir «sett». Dette skaper en lojalitet hos kundene. Faktoren *autoritære konsultasjoner* innebærer ifølge George (2008), at personlige trenere setter begrensninger på den sosiale relasjonen som ofte skapes mellom PT og kunde. En kan derfor anta på bakgrunn av disse kvalitative studiene, at de mellommenneskelige ferdighetene samt en trent PT-kropp, utgjør to sentrale grunnforutsetninger hos personlige trenere.

Det at PT står forholdsvis fritt til å definere sin egen rolle ovenfor kundene, kan skyldes at yrket ikke er en profesjon med standardiserte arbeidskrav, men en ubeskyttet tittel. Utdanningsnivået spenner seg fra helgekurs til formell mastergradsutdanning (Stacey, Hopkins, Adamo, Shorr, & Prud'homme, 2010). Antallet personlige trenere vil sannsynligvis øke i fremtiden, grunnet økt etterspørsel (Stacey et al., 2010). Sats-Elixia, som sitter på majoriteten av PT-omsetningen i Norge, uttalte til Dagens Næringsliv 04.06.2016 at "*Vi har merket stor økning i etterspørselen etter vårt PT-produkt. Kundene ser er at med 10, 15 eller 20 timer trening klarer de fleste å endre sine treningsverktøy på en positiv og varig måte*" (Lausten, 2016). Bransjen uttrykker derfor at det å trene med PT kan gjøre kundene selvstendige. Det finnes ikke konkrete tall på antall personlige trenere i Norge eller kjønnsfordelingen blant disse³, men ifølge Nordgård (Nordgård, 2012, s. 16) er et estimat 1400-1600 aktive personlige trenere i 2012. Det er et sterkt sprikende kunnskapsnivå blant personlige trenere, og alt fra formell utdanning til kurs-sertifisering, antydes. En kan også antyde at lang praktisk erfaring ikke kan likestilles med formell utdanning for en PT (Malek, Nalbone, Berger, & Coburn, 2002).

³ Mail-korrespondanse med Daglig Leder Hanne Thidemann i Virke Trening 14.11.2016

Dette underbygger også Nordgård (2012) i sin masteravhandling, som undersøkte ernæringskunnskapene blant personlige trenere. Den viser stor variasjon i praktisering av en evidens-basert tilnærming til emner ernæring i møte med kunder.

Mer representative tall ble publisert gjennom en spørreundersøkelse av Virke Trening i «Kompetanseheving i treningssenterbransjen». Her antydes det at to tredjedeler av de ansatte (PT) kun innehar 30 studiepoeng eller annen relevant kurs/sertifisering som høyeste utdanning (Thidemann, Tønnesen, Pettersen, & Arntzen, 2016, s. 32). Som en oppfølging ble det gjennomført kvalitative intervjuer med potensielle og eksisterende kunder vedrørende deres meninger rundt en PT sin kompetanse, samt hvorfor de har oppsøkt eller ønsker å oppsøke en PT⁴. Dette er den eneste studien jeg har funnet som har sett spesifikt på PT-kunder. Informantene som benyttet seg av en PT, uttalte at en PT fungerer som en motivator - en som tar de til målet på en trygg og effektiv måte. Effektiviteten i selve treningen økes og relasjonen til PT løftes også frem. De uerfarne, potensielle kundene ønsket bare en generell innføring, slik at de kunne komme i gang med treningen. Vektnedgang gikk igjen som motivasjonsfaktor.

«Det var en stor diskrepans mellom de tenkte motivene til den uerfarne gruppen og de faktiske motivene til de som brukte personlig trener aktivt. Den uerfarne gruppen var opptatt av at den personlige treneren skulle gi de en grunnleggende/overfladisk opplæring til sine kunder for de som hadde minimalt av motivasjon og kunnskap om trening» (Thidemann et al., 2016, s. 22).

En ser derfor to forskjellige oppfatninger kunder har av en PT før og etter de har benyttet seg av PT-timer. Thidemann et.al (2016) sier ikke noe om hva som kan være årsaken til at kundene endrer oppfatning når de starter å trene med en PT. En mulig forklaring kan være hvor effektiv treningen blir. En studie har undersøkt dette nærmere (Storer, Dolezal, Berenc, Timmins, & Cooper, 2014). De undersøkte to grupper, en med veiledning av PT og en som trente på egenhånd. Studien viser at gruppen som trente

⁴ Det ble utført kvalitative intervjuer og fokusgruppeintervjuer av Opinion på vegne av Virke Trening, og henvises til i rapporten Thidemann et.al (2016) *Kompetanseheving i treningssenterbransjen*. Gjennom mail korrespondanse med Anne Thidemann 14.11.16 var det ikke mulig å få tilgang til selve studien de utførte.

med PT over en 12-ukers periode, oppnådde større økning i styrke og oksygenopptak enn de uten oppfølging av PT (Storer et al., 2014). Det antydes også at de som trener med PT har et mer positivt syn på fysisk aktivitet etter endt treningsperiode, enn de som trener alene (Fischer & Bryant, 2008). Å trene med PT kan derfor ha en fysiologisk effekt, samtidig som det kan endre kundenes innstilling til fysisk aktivitet til det positive. Det kan være vanskelig å si hva som fører til hva - om det er selve treningen, kompetanse til den enkelte PT eller det at kunden har en avtale å forholde seg til, som har ført til fremgangen i disse to overnevnte studiene, eller om det er helt andre konfunderende variabler som er involvert.

Siden PT er et relativt nytt forbrukerprodukt som ikke innebærer en profesjonsutdanning slik leger eller fysioterapeuter har, er det vanskelig å finne standardiserte krav som kan beskrive relasjonen PT - kunde. Thidemann et.al (2016) anslår at en fulltids engasjert PT ligger på ca. 30.5 timer levert per uke, mens en deltids anslås til 10-20 timer per uke. Grunnen til at det kan være vanskelig å operere med en fulltids-betegnelse på yrket, er at det er mange variabler som spiller inn, blant annet om en er selvstendig næringsdrivende og hvor mye en PT sitter igjen med av bruttoprisen på en PT-time. Prøvetimer er ofte ikke regnet med i disse utregningene. Siden PT-yrket i stor grad omhandler det å kunne selge et produkt, faller PT-yrket inn under servicesektoren og innebærer i de fleste tilfeller en provisjonsbasert lønn. En er da i den kommersielle forbrukerbransjen, og ikke i den medisinsk-forebyggende bransjen. Jeg vil i denne oppgaven konsentrere meg om de store kommersielle treningssentrene i Norge, fordi det er her majoriteten av PT-timer omsettes. Jeg velger å definere en fulltids PT som en som ikke trenger å inneha en bi-jobb for å få det til å gå rundt økonomisk.

Kropp og kroppsideal

For å forstå hvorfor individer velger å oppsøke treningssentrene, vil jeg i dette avsnittet si noe om hvorfor kropp synes å være viktig i dagens vestlige samfunn. En kan si at framveksten av kroppens estetiske betydning i det moderne samfunnet, resulterte i framveksten av PT som yrke. Det er også rimelig å anta at fokuset på kroppsideal, ligger bak PTs ønske om å ha dette yrket.

Engelsrud (2006) poengterer at det ikke er særegent for vår tid at selve kroppen er i fokus (Engelsrud, 2006). Det som kjennetegnet kroppen i oldtiden, var at kroppen ble brukt til å løse et problem. Kroppen kunne for eksempel uttrykke seg rituellet eller spirituelt for å oppnå goder. Kroppsidealer har eksistert i lengre tid og er isolert sett ikke noe nytt (Engelsrud, 2006 s.11). Det som er særegent i dagens vestlige samfunn, er at vi ikke lenger trenger å bruke kroppen i særlig grad for å fylle et samfunnsmessig behov som å sanke mat eller skaffe varme. Uansett hvor rigid og moderne vårt samfunn fremstår i dag, kan vi alltid vende tilbake til kroppen ved behov for kontroll (Shilling, 2012). I vår tid er kroppen noe som alle har en mulighet til å konstruere. Gjennom ulike sosiale medier, blir kunnskap om kroppsmodifikasjoner mer tilgjengelig, og vi har i dag tilgang på en rekke kroppsmodifikasjonsmetoder som hjelper oss å konstruere kroppen i ønsket retning (Engelsrud, 2006, s. 75). Derfor vil enkelte kropper fremstå som idealkropper individet kan oppnå gjennom ulike kroppsmodifikasjoner. I neste omgang får disse idealkroppene opphøyet status og innehaverne blir regnet som lykkelige (Engelsrud, 2006). Personer som innehar skjønnhetsidealet i en gitt kultur, blir ofte ansett som mer vellykkede og intelligente og oppnår større oppmerksomhet fra det motsatte kjønn (Jackson, 2002).

For menn er det en økende trend at de ønsker å forme sin kropp i retning av muskuløs og fettfattig. De streber etter å oppnå en idealform på kroppen som skal passe inn med en antatt referanseramme (Pope, Phillips, & Olivardia, 2002). Barland, Tangen & Johannesen (2010) har gjennomført en større undersøkelse vedrørende omgang med doping. Der kom det frem at det mannlige kroppsidealet ble oppfattet som «slank og muskuløs», mens kvinneidealet var «slank og tynn». Kroppens fremtoning viktig når man skulle fremstille og presentere seg selv ovenfor andre (Barland, Tangen, & Johannesen, 2010). Når et individ skal rangere sin egen kropp i forhold til om den er overvektig eller ikke, er dette vanskelig for subjektet. McCreary (2002) har undersøkt hvordan individer mellom 20 og 65 år oppfatter egen kroppsvekt og sammenlignet dette med det de faktisk veier. Menn tenderer mot å karakterisere egen kroppsvekt som normal, mens de i virkeligheten er overvektige. Normalvektige kvinner ser derimot ofte på sin egen kropp som overvektig (McCreary, 2002). Begge deler er en

misoppfattelse av egen kropp, som ikke har en fysiologisk årsak, men en psykologisk (Wichstrøm & Kvalem, 2007). Det skjer en fortolkning hos individet, fordi kvinner har komplekser for mage, rumpe og lår, og fordi menn ønsker større muskelmasse, særlig på overkroppen (Wichstrøm & Kvalem, 2007).

Individet kan også benytte seg av andre metoder for kroppsmodifikasjon enn bare trening. Det kan være doping, streng diett eller plastisk kirurgi (Engelsrud, 2006). Det er ikke dermed sagt at alle som velger å trene på et treningssenter kun har et ønske om å oppnå idealkroppen, men treningssenteret kan forstås som den arenaen hvor idealkroppen har en mulighet til å konstrueres. Jackson (2002 s. 20) har et viktig poeng når det gjelder hvordan vi blir påvirket av idealkropper; «*The more discrepant one's self-evaluation is from the cultural ideal, the greater the dissatisfaction with appearance.*». En person som vurderer kroppen sin til å være utenfor samfunnets ideal kan derfor velge å oppsøke en arena eller anlegg som kan hjelpe å innfri samfunnets forventning. Han eller hun kan selvsagt velge å se bort fra denne forventningen, men i motsatt fall vil kanskje vedkommende oppsøke et treningsanlegg der det er tilrettelagt for denne typen målsetninger. I denne sammenhengen er det nærliggende å tenke at individet vil trenge hjelp for å nå sine målsetninger, og det er her en PT kommer til sin rett, gjennom å hjelpe individer med å nå sine målsetninger - uavhengig om det er for å nå en idealkropp eller trene for å prestere.

En kan få et inntrykk av at befolkningen anser treningssentrene som en arena som gir en muligheten til å innfri forventningene om en idealkropp. Rjukan (2011) har undersøkt noe av motivasjonen for å trene på treningssenter, og benyttet seg av samme datamateriale som Barland et.al (2010). Gjennom spørreundersøkelser blant norske atten- og nittenåringer, kommer det frem at hovedmotivasjonen for å trene på treningssentre ligger i å komme i bedre form, føle seg vel og få en finere kropp. Det som skiller motivasjonen til de som trener på treningssenter fra motivasjonen til aktive personer i idrettslag, er ønsket om å få en finere kropp. Her skårer aktive i treningssenteret signifikant høyere. Totalt sett sier 91 prosent av de som trener på treningssenteret at treningen der kan gi dem den kroppen de ønsker (Rjukan, 2009, s. 36). Masteroppgaven til Rjukan (2009) har ikke belegg for å generalisere ut over

aldersgruppen den har undersøkt, men han har 5311 respondenter, så utvalgets statistiske styrke er stor.

1.2 Ubesvarte spørsmål på feltet

Treningssentrene har fått en sentral rolle som arena for fysisk aktivitet i den norske befolkningen. En ser en trend med større innpass av styrketrening i aktivitetsmønsteret, og den individuelle treningen er blitt viktigere enn før. En mulig årsak til at flere individer ønsker å trene, kan være den økende trenden i samfunnet om å oppnå idealkroppen. PT-yrket består i liten grad av faste rammer en må operere ut fra, men en PT har selv muligheten til å definere sin rolle. Grunnet den økende medlemsmassen på norske treningscenter, er det nærliggende å tro at personlige trenere har et stort klientell å ta av. Det forskningen på dette området i liten grad sier noe om, er hvordan personlige trenere ønsker å fremstille seg selv i møte med kunden for å få igjennom et salg. Før kunden kan starte å trene med PT, må han eller hun gjennom en potensiell kjøpsituasjon i form av prøvetimen. Kunden må deretter kjøpe PT-timer for å få lov til å trene videre med PT. Det sentrale i denne oppgaven, er derfor det første møtet mellom PT og kunde, samt hvordan en PT hjelper kunden til å nå sine målsetninger.

1.3 Oppbygning og problemstillinger

Oppgavens utvikling og utforming har vært av en utforskede art, som innebærer at jeg kontinuerlig har revidert og utviklet mine problemstillinger (Grønmo, 2010, s. 71). Dette anser jeg som en styrke for mitt prosjekt, fordi det foreligger særs lite forskning på feltet «treningscentre og ansatte på treningscentre». Derfor har interessante innfallsvinkler dukket opp underveis og det har vært hensiktsmessig å åpne opp for nye observasjoner. Jeg har benyttet meg av en induktiv tilnærming (Grønmo, 2010, s. 37), som innebærer at jeg går fra data til teori. Jeg skal ikke hypotese-teste noen teorier eller problemstillinger, slik som i en deduktiv tilnærming. Jeg ser det som nødvendig å trekke inn relevante teorier som kan være til hjelp for å forstå fenomenet jeg skal undersøke, og har derfor inntatt en teori-informert induktiv tilnærming. Jeg har tatt utgangspunkt i teorier som kan være til hjelp for å forstå fenomenet jeg undersøker. Jeg

vil presentere disse aktuelle teoriene grundigere i teorikapitlet, og hvorfor de kan være til hjelp for meg. Her vil jeg jeg nøye meg med å understreke følgende.

Siden jeg ønsker å undersøke hvordan personlige trenere selger inn Fitness til sine kunder, anser jeg Goffman og hans dramaturgiske teori som særs anvendbar for å belyse den sosiale interaksjonen «prøvetimer», fordi det er her en PT kan «selge» PT-timer. Ved hjelp av Goffman (1992) kan jeg analysere hvordan personlige trenere bedriver selvpresentasjon ovenfor kunden. Begrepet «ramme og rammeanalyse» (Goffman, 1986) kan ytterligere gi en forståelse av det som egentlig foregår når PT og kunde møtes. Ifølge Goffman (1986) kan situasjoner (rammer) endres underveis, og det er igjennom en felles forståelse av rammen at individer får en klarhet i hva den gitte samtalen skal dreie seg om. En PT vil kunne styre mye av situasjonsdefinisjonen, og det er nærliggende å tenke seg at en PT vil fremstille seg selv i et gitt lys for å snevre samtalen inn mot et salg. Goffmans teori (1992, 1986) kan derfor brukes til å analysere møtet mellom PT og kunde på et mesonivå. I forlengelsen av dette kan en systemteoretisk innfallsvinkel supplere Goffmans perspektiver. Her vil jeg benytte meg av Tangen (2004a, 1997) sin tolkning av Niklas Luhmanns systemteori innad i idrettssosiologien. Jeg vil da ta høyde for at det eksisterer et system, som jeg i så fall vil definere som et «Fitness-system» i mitt rammeverk.

En systemteoretisk innfallsvinkel gir meg mulighet til å knytte handlingene en PT foretar seg opp mot kommunikasjonen og forventningene som ethvert sosialt system består av. Noe som igjen knyttes opp mot en binær kode som er unik for hvert enkelt system. Goffman kan derfor gi meg en detaljert analyse av samhandlingen mellom PT og kunde, som jeg antar er selvpresentasjon fra PTs ståsted. Systemteorien kan gi meg innsikt i hvorfor noe blir vektlagt foran noe annet i min avhandling, og hvorfor denne gitte selvpresentasjonen finner sted akkurat her. Systemteorien gir oppgaven et mer makroorientert perspektiv, derfor blir denne oppgaven en flernivå-studie. Dette er en styrke slik jeg ser det, da jeg kan knytte Goffman (meso) opp imot et overordnet systemteoretisk perspektiv (makro) og se disse i en sammenheng (Silverman, 1985, s. 15)

På bakgrunn av dette fremlegger jeg derfor følgende problemstillinger:

- Hvordan skaper en PT en kjøpsituasjon?
- Hvordan presenterer en PT seg i kjøpsituasjonen?
- Hvilken sammenheng er det mellom en PTs selvpresentasjon og vedkommendes funksjon i Fitness-systemet?

Jeg vil videre i denne oppgaven presentere et mer grundigere teorikapittel. Her vil jeg avdekke de mange sidene og den kompleksiteten problemstillingene rommer. Deretter vil jeg nyttiggjøre meg av kompleksiteten til å gjøre gode observasjoner og videre lage en god intervjuguide. Det er viktig å presisere at jeg hele tiden gjennom denne oppgaven avgrenser meg til personlige trenere og deres beskrivelser av møtet med kunden, og de strategier og valg PT foretar seg. Jeg kan således ikke si noe om hvordan kunder oppfatter prøvetimene eller treningen med en PT. I oppgaven kan medlemmer og PT-kunder sees på som «brikker» som muliggjør PT-yrket og den mulige selvpresentasjonen jeg antar eksisterer.

2. Teoretiske rammeverk

Som utgangspunkt for min teori-informerte induktive tilnærming, har jeg valgt Goffman og Luhmann som to teoretiske bidragsytere i denne oppgaven. Jeg vil vise til hvordan de kan anvendes for å gi et bedre svar på mine problemstillinger. Jeg innleder dette kapitlet med konstruktivismen, fordi oppgaven og teoriene mine forankres i denne teoritradisjonen. Jeg ser det som viktig å være bevisst de vitenskapeteoretiske utfordringene mine teoretiske valg innebærer. Videre velger jeg å presentere Goffman og hans dramaturgiske teori, hvor jeg særlig vil legge vekt på selvpresentasjon og rammeanalyse. Goffman gir meg derfor muligheten til å forstå i detalj hvordan personlige trenere skaper kjøpsituasjonen, samt hvordan de fremstiller seg i kjøpsituasjonen. Jeg anser det som hensiktsmessig å starte med Goffman, da det er her første møte mellom PT og kunde starter, og det er her jeg vil analysere rolleatferden til personlige trenere. Dette skaper en naturlig overgang til Luhmann og systemteorien. Da systemteorien kan sette første møte og rolleatferden i lys av den systemfunksjon personlige trenere innehar i systemet. Ved hjelp av Goffman, kan jeg derfor analysere *hva* som skjer. Ved hjelp av Luhmann og systemteorien, kan jeg bedre forstå *hvorfor* en PT handler som han gjør innad i treningssenteret.

2.1 Kort om konstruktivismen

Konstruktivismen innebærer at det er vi som mennesker som skaper vår egen virkelighet gjennom hvordan vi observerer den verden vi lever i. Konstruktivismen er derfor ikke en gjenspeiling av den virkelige virkeligheten, men en konstruksjon der vi som subjekter er med på å konstruere den (Fangen, 2004, s. 22). I konstruktivismen er målet å forstå hvordan vi får kunnskap om verden, den kunnskap som subjektet tar for gitt (Madsbu, 2011). Berger & Luckmann (2000) og deres bok *Den samfunnsskapte virkeligheten* kan danne et bakteppe for hva sosialkonstruktivisme er. De viser til hvordan samfunnet påvirker individet, men også hvordan individet påvirker samfunnet. De nevner tre faktorer som virkeliggjør den sosiale virkeligheten. 1. Eksternalisering - som innebærer at vi selv skaper den verden vi lever i. 2. Objektivisering - hvor vi gjør verden objektiv ved måten vi har internalisert den på, som for eksempel gjennom språket. 3. –Verden internaliseres ved at de objektive hendelsene blir subjektivt

tilgjengelig for en. To sentrale begreper jeg ser som relevant i denne sammenhengen, er den intersubjektiviteten og institusjonaliseringen som skapes i vårt daglige liv (Berger, Wiik, & Luckmann, 2000). Det innebærer at jeg er et subjekt, men på enkelte områder deler jeg oppfatning med andre subjekter. Min subjektivitet blir intern, men også tilgjengelig for andre - derav intersubjektivitet. Når flere subjekter deler lik oppfatning, dannes institusjonaliseringen. Denne oppfattelsen av verden er det vi som mennesker som konstruerer. En snakker da om sosialkonstruktivismen, en konstruksjon som dannes kollektivt gjennom sosialiseringprosessen. For å få tak på intersubjektiviteten hos individer, er en derfor nødt til å undersøke hvordan man snakker, beskriver og forstår sine handlinger og valg på. Vi kan da si at man kan ha ulik oppfatning av verden, men veien til erkjennelse er lik for alle individer (Madsbu, 2011). I mitt prosjekt vil jeg derfor kunne si noe om hvordan personlige trener konstruerer sin egen virkelighet gjennom de valg de foretar seg i treningssenteret. Gjennom mitt datamateriale, ønsker jeg å analysere hva som er det intersubjektive og hva som kan sies å være institusjonalisert. Derfor kan en erkjenne at mennesker *har* konstruert den virkeligheten vi kaller for samfunn og kultur. Da blir neste steg å kunne forklare *hvordan* denne sosiale konstruksjonen finner sted, samt hvordan den enkelte deltaker oppfatter sin rolle og fyller den (C. C. Wadel, 1988, s. 3)

2.2 Rollespill og selvpresentasjon

I boken *Vårt rollespill til daglig*, analyserer Goffman (1992) gjennom ett dramaturgisk blikk hvordan menneskelig samhandling i samfunnet foregår. Goffman (1992) blir ofte knyttet opp mot teatermetaforen, fordi han henter begreper som kan knyttes opp imot en «forestilling» og et «teater» (Aakvaag, 2008, s. 75). Goffman (1992) gir meg en forståelse av hvordan rollespillet mellom PT og kunde er bygd opp og konstruert. Rollespillet deles inn i *backstage* (bak scenen) og *frontstage* (på scenen), førstnevnte er der rollen forberedes og er lukket for andre tilhører, sistnevnte er der hvor selve rollespillet mellom de involverte aktørene foregår (Goffman, Risvik, & Risvik, 1992). Det er når PT og kunde møtes ansikt-til-ansikt, at frontstage blir synlig og rollespillet kan begynne. Dette er sentralt i min oppgave da Goffman (1992) gir meg innsikt i å forstå hvordan personlige trenere iscenesetter seg selv gjennom ulike ytringer for å definere situasjonen. Deretter vil jeg løfte frem Leary & Kowalski (1990) sin review-artikkel

vedrørende selvpresentasjon, som forankres i sosialpsykologien. Jeg anser disse to retningene som komplementære i henhold til mine problemstillinger, men også med sine ulikheter som jeg vil belyse nærmere i dette avsnittet. Goffmans begrep om rammer og rammeanalysen (1986) henter jeg frem avslutningsvis. Samhandlingen mellom PT og kunde er som all annen samhandling ikke statisk, men ting skjer som kan endre innholdet i situasjonen. Derfor ser jeg det som nødvendig å trekke inn rammeanalysen.

Som nevnt innledningsvis starter all form for dialog mellom en PT og en potensiell kunde gjennom en prøvetime. Her har en PT muligheten til å vise seg fra sin beste side for å overbevise kunden om at produktet er verdt å kjøpe. Her velger jeg å basere meg på Leary & Kowalski (1990) sin definisjon av selvpresentasjon; «*Self-presentation refers to the process by which individuals attempt to control the impressions others form of them*» (Leary, Kowalski, & Appelbaum, 1990, s. 34). Det er derfor hvordan en PT prøver å kontrollere det inntrykket en kunde har av en selv som er utgangspunktet for å forstå situasjonen «prøvetime». Ved å benytte meg av Goffman vil jeg hente frem individet (PT) i min oppgave og belyse hvordan kroppslige teknikker, som verbal/non verbal kommunikasjon, blir et sentralt element i utøvingen av selvpresentasjonen. Selv om jeg her vektlegger hvordan personlige trenere bedriver selvpresentasjon, er det viktig å understreke at også kunden (motparten) spiller en rolle. Det er en gjensidighet i rollespillet, da begge parter spiller en rolle ut ifra det «manus» eller «skript» som kommunikasjonen følger (Goffman et al., 1992). Kundene må derfor ikke sees på som passive brikker under selvpresentasjonen, men vil være «publikum» i denne oppgaven.

Goffman (1992) har basert sin teori rundt det å analysere observerbare data, med hovedvekt på ansikt-til-ansikt interaksjoner. Goffman (1992) legger særlig vekt på å forklare hvordan og hvorfor vi mennesker har en tendens til å opptre på spesifikke måter i gitte sosiale situasjoner. Goffman vektlegger i stor grad hvordan selve presentasjonen av en selv påvirker den sosiale konstruksjonen av oss selv (Leary et al., 1990, s. 35) Goffman kan plasseres i en sosialkonstruktivistisk teoritradisjon, for om subjektet i konstruktivismen konstruerer sin egen virkelighet, vil selve konstruksjonen av *jeget* foregå gjennom et rollespill. Slik jeg tolker Goffman (1992) er det nettopp

gjennom rollespillet at et subjekt konstruerer sin egen virkelighet. En er derfor nødt til å undersøke rollespill-konstruksjonen som skapes i en sosial interaksjon for å få tak på hvordan subjektet konstruerer sin virkelighet. Goffman (1992) fremhever hvordan en gjennom observasjoner og analyser av menneskelig interaksjoner i det daglige liv, kan få en forståelse av hvordan samhandlingen i samfunnet foregår. Vår fremtreden i sosiale interaksjoner sier noe om generelle trekk i samfunnet, fordi dette er noe alle individ opererer ut ifra. En trenger ikke å belyse bevisstheten til en person for å forstå vedkommendes atferd. Ved å undersøke atferden i seg selv kan vi få en forståelse av hvorfor individer handler som de gjør ifølge Goffman (1992). Den atferden som foregår når to mennesker møtes, må analyseres ut fra samhandlingsordenen. Hver menneskelig interaksjon følger en orden, og for å forstå dette kan man studere ansikt-til-ansikt situasjoner (Aakvaag, 2008, s. 72). Man behøver ikke være en aktiv deltaker for å få tak i det som egentlig foregår i situasjonen. Man kan registrere de bevisste atferdsendringene et individ foretar seg under en selvpresentasjon, uten å selv være til stede og observere. Dette vil jeg komme tilbake til senere.

En kan eksemplifisere samhandlingsordenen gjennom et tenkt møte mellom PT og kunde. Når PT beveger seg ute i treningssenteret og ønsker kontakt med kunden, kan PT komme med en «åpningsreplikk», som da sender ut et signal om at han ønsker kontakt. Kunden kan så gi et «adgangstegn», gjennom blikk kontakt, da er det fritt for begge parter å starte møte. Interaksjonen må også avsluttes, dette kan for eksempel gjøres ved å se på klokken, som da signaliserer at en har dårlig tid og må avslutte møtet (Hviid Jacobsen & Kristiansen, 2002, s. 69). Et sentralt element, og som Goffman (1970) er inne på i boken *Strategic Interaction* er at begge parter hele tiden må være oppmerksom på motpartens handlingsmuligheter og trekk (Goffman, 1970, s. 86). En må derfor ta «hensyn» til motparten om man ønsker å styre samtalen i en gitt retning. Når to parter i henhold til samhandlingsordenen har godtatt invitasjonen til å møtes, blir dette formelt å forstå som et møte (*encounter*). Det vil si at partene er bevisst på hverandres nærvær, og de er en aksept for at kommunikasjon mellom partene kan forekomme (Goffman, 1972, s. 17). Et sentralt element i denne sammenheng er hvordan partene opprettholder sitt ansikt (*face*) ut ifra linjen (*line*) de forstår situasjonen ut ifra. (Goffman, 1982). Her kommer det dynamiske aspektet i

interaksjonen til syne, en aktørs ansikt henger sammen med den linjen (forståelsen) individet har av situasjonen. Samtidig vil individet bli påvirket av hvordan motparten behandler og analyserer aktørens ansikt. Et sentralt element er derfor å opprettholde sitt eget ansikt gjennom *face work* (Hviid Jacobsen & Kristiansen, 2002). Personlige trenere må derfor kunne kontrollere ansiktsuttrykket sitt gjennom interaksjonen med kunden, slik at de har et ansiktsuttrykk som står i stil til budskapet de ønsker å fremme.

Konstruktivismen i relasjon til min problemstilling kan derfor si noe om hvordan personlige trenere konstruerer sin egen identitet gjennom et rollespill. Her vil jeg undersøke hvilken type identitet personlige trenere konstruerer. Siden PT-yrket ikke har en profesjonsstandard, vil målet med rollespillet være sentralt. Goffman (1992, s. 200) hevder at måten man konstruerer *jeg-et* på i sosiale settinger består av bevisst og ubevisste endring av atferd. Verktøyene et individ vil ta i bruk under dramatiseringen kan enten være å kommunisere direkte (verbalt), eller via kroppen (non-verbalt) (Goffman et al., 1992). Disse uttrykkene danner da totalt sett et grunnlag for det inntrykket mottakeren skal sitte igjen med. Heretter velger jeg å begrense oppgaven til å omfatte de uttrykk som sendes ut.

Situasjonsdefinisjon og førsteinntrykk

Det viktigste man gjør når man utøver er rollespillet, er å hurtig ta kontroll over situasjonen. Individet som utøver rollespillet vil ha ønske om å styre motpartens oppfattelse av en selv (Goffman et al., 1992, s. 11-24). Den sosiale arenaen for mitt prosjekt vil være treningssenteret. En PT vil ha en eller flere medlemmer som observerer han/henne, og det er først når man entrer en sosial arena der det er andre aktører til stede at rollespillet utøves. Det er dette som betegnes som *frontstage* (Goffman et al., 1992). I denne oppgaven vil jeg fokusere på dette området, fordi det er her uttrykkene kan spille ut sin funksjon. Salgssituasjonen under prøvetimen, forstås derfor som *frontstage*, her møtes PT og kunde ansikt-til-ansikt. *Backstage* vil være der en PT forbereder seg til første møte og det eventuelle salget.

For at interaksjonen mellom PT og kunde skal bli meningsfull, må man tidlig i prosessen avdekke hva som foregår, og rollene må fordeles (Aakvaag, 2008, s. 73). Derfor må både

PT og kunde sammen definere hva som skal foregå i interaksjonen, ellers vil samhandlingen stoppe opp. Når en kunde entrer treningssenteret vil det være naturlig at det som kommuniseres er av en treningsrelatert art. Det materielle konstruksjonene rundt kommunikasjonen kalles kulissene (Goffman et al., 1992, s. 28), og det er disse som gir en PT muligheten til å utøve sin rolle. Om treningssenteret ikke hadde hatt treningsapparater, vekter og manualer, er det ikke sikkert at kulissene hadde signalisert trening. Derfor er kulissene avgjørende for at en PT kan bedrive rollespill. Siden en PT besitter kunnskapen om hva den treningsrelaterte kommunikasjonen skal omhandle, vil en PT styre mye av det som skaper samhandlingsordenen. Kontroll over situasjonen er kritisk når man gjør et førsteinntrykk. Når en aktør først har definert situasjonen, er det viktig at den opprettholdes gjennom interaksjon med de andre aktørene (Goffman et al., 1992). Om en PT først har gitt inntrykk av å ha en trent ytre kropp gjennom bekledning og væremåte, må han i lys av Goffmans (1992) termer etterstrebe å leve opp til den rollen senere. Jeg vil i denne oppgaven konsentrere meg om hvordan personlige trenere møter nye kunder på et treningssenter, fordi dette blir førsteinntrykket som skapes mellom PT og en potensiell kunde. Det jeg må ta høyde for er at ulike informanter kan praktisere prøvetimer på ulike måter. I denne oppgaven antar jeg at prøvetimer er den arenaen der PT vil prøve å selge inn PT-timer. I denne sammenhengen er det viktig å skille mellom bevisste og ubevisst endring av atferd. Her vil jeg trekke inn selvpresentasjon fra et sosialpsykologisk ståsted, for å vise hvordan jeg kan få observert selvpresentasjonen uten å være tilstede og observere PT-kunde interaksjonen direkte.

Motivene for å endre atferd er ikke konstant i alle sosiale settinger - mye av selvpresentasjonen skjer på et ubevisst plan hevder Leary & Kowalski (1990). Et individ kan bli motivert til å endre rollen sin, hvis nytteverdien er stor. Motivene for å endre atferd er relevant, siden en PT får en høy antatt gevinst om kunden ser nytten av å kjøpe deres produkt. Derfor vil jeg hevde at jeg kan få tak på den bevisste rollen en PT utøver uten å selv observere dette, siden jeg antar at rollen man spiller er bevisst grunnet en høy «gevinst». Derfor har jeg valgt å fokusere på kjøpsituasjonen i mine problemstillinger, da det her kan forekomme bevisst endring av atferd. Den mer ubevisste atferden måtte blitt validert gjennom observasjon da en PT ikke ville være klar

over dette selv. Leary & Kowalski (1990) ser på selvpresentasjon som en todeling, mellom motivasjon for inntrykksmanipuleringen og selve konstruksjonen av rollen man utøver. De vektlegger i større grad de indre psykologiske prosessene som fører til selvpresentasjonen. Leary & Kowalski (1990) er derfor i den sosialpsykologiske teoritradisjonen. I konstruksjon av rollen man utøver vil individet ha et ønske om å vise frem sin sterkeste side rundt den ønskede identiteten (Leary et al., 1990). I henhold til min oppgave vil det være interessant å undersøke hvilke elementer en PT ønsker å fremme i utøvelsen av sin rolle. Der Goffman (1992) vektlegger førsteinntrykk og situasjonsdefinisjonen, fremhever Leary & Kowalski (1990) at det også omhandler et fremtidig mål med inntrykksmanipuleringen i nåtid. Det er en sammenheng mellom atferden en gjør i nåtid, og det fremtidige bilde en ønsker at motparten skal ha av en selv. Dette underbygger påstanden om at førsteinntrykket en gjør i *frontstage* er kritisk om rollen skal ha legitimitet i fremtiden (Goffman et al., 1992)

Siden Goffman (1992) analyserer selvpresentasjon gjennom atferd vektlegger han i liten grad de indre faktorene for atferd. Goffman (1992) sin selvpresentasjons teori kan da analyseres fra et sosiologisk ståsted. Selv om disse to retningene har forskjellig utgangspunkt for å analysere menneskelig atferd, er de allikevel relativt enige om at bevisst atferdsendring tiltrer når individet ser en høy antatt gevinst. Derfor anser jeg den sosiologiske og den sosialpsykologiske retningen som komplementære teorier i denne oppgaven. Det kan også tenkes at jeg vil møte på ulike kommunikasjonsarenaer, med ulikt innhold. En prøvetime kan for eksempel forstås som `salg` i det ene øyeblikket, og `trening` i det neste. I denne sammenhengen kan Goffman (1986) og begrepet *frame analysis* (rammeanalyse) være hensiktsmessig å bruke for ytterligere å forstå hvordan situasjoner kan endre sitt opprinnelige innhold, der personlige trenere er sentrale i denne endringen.

2.3 Rammeanalysen

Det sentrale spørsmålet i rammeanalysen er hvordan man kan få tak på det som *egentlig foregår* i sosiale situasjoner. Goffman (1986, s. 10-11) definerer rammeanalyse slik;

«I assume that definitions of a situation are built up in accordance with principles of organization which govern events – at least social ones – and our subjective involvement in them; frame is the word I use to refer to such of these basic elements as I am able to identify. That is my definition of frame.»

Rammer er derfor med på å organisere våre erfaringer og gir inntrykkene vi møter en mening. Om individer ikke setter inntrykkene inn i en struktur, eller et system vil samhandlingen bryte sammen. Når mennesker samhandler i en gitt sosial situasjon vil det være hensiktsmessig at individene i interaksjonen veit hva som skal kommuniseres, og at alle de involverte forstår sin egen og de andre sine roller. De må samhandle på en koherent måte. Siden det i sosiale interaksjoner kan skje uventende ting må individene hele tiden systematisere inntrykkene i situasjonen. Det sentrale i rammeanalysen er å avdekke hvordan individer skaper mening, gjennom de rammene som er tilgjengelig. En ramme kan forståes som alle inntrykk som plasseres inn i en ramme som er av relevans for den situasjonen. Enkelte inntrykk kan ha større eller mindre relevans enn andre, alt ut fra hvilken situasjon man er i. Ved å forstå rammen kan man få en forståelse av hva som egentlig foregår. Rammen er derfor med på å definere situasjonen og gi den mening (Goffman, 1986, s. 21). Jeg tolker Goffman (1986) her i en litt annen retning enn i hans tidligere bok, *Vårt rollespill til det daglig* (1992). Goffman (1992) brukte teatermetaforen i mye større grad, hvor en «kynisk» aktør fremmer en definisjon av situasjonen om det er en høy antatt nytte ved å endre atferd. I rammeanalysen åpner Goffman (1986) opp for at deltakerne i interaksjonen sammen forhandler fram rammen, og dermed er begge parter med på situasjonsdefinisjonen. Endring av atferd er ikke bare knyttet opp imot personlig gevinst, men det omhandler vel så mye om å oppnå en forståelse av situasjonen (Hviid Jacobsen & Kristiansen, 2002, s. 152). Selvpresentasjon er allikevel tilstede i rammeanalysen når en aktør ønsker å formidle et budskap til en tilhører gjennom tale (*stage-play*) (Goffman, 1986, s. 508). *Stage-play* i rammeanalysen er på samme måte som selvpresentasjon en dramatiserende måte å presentere et budskap på. Jeg vil videre trekke ut sentrale begreper fra rammeanalysen og anvende disse videre i oppgaven, samt løfte dem frem igjen i min diskusjonsdel.

Den første prosessen med å avdekke hva som skjer i en situasjonen, er å få tak på primærrammen (Goffman, 1986, s. 20-25). I denne oppgaven vil de sosiale primærrammene være av relevans. Dette kan være sosiale situasjoner der samtale er det sentrale utgangspunktet for rammen. I et møte mellom PT og kunde vil første steg i analysen være å undersøke hvilke handlinger som er tilstede, og hva som snakkes om for å kunne avdekke primærrammen. Forståelsen av primærrammen skjer mer ubevisst en bevisst. Individet vil ikke reflektere rasjonelt over hva denne gitte situasjonen tar utgangspunkt i, det er en prosess som bygger på våre sosiale normer (Goffman, 1986). Det er ikke sikkert at PT og kunde opererer ut ifra samme primærramme fra første stund – det kan skje en *feilinnramming* (Goffman, 1986, s. 308-310). Et eksempel kan være en kunde som møter en PT til en førstekonsultasjon, der kunden tenker at det skal handle om trening. Kunden ønsker bare en generell innføring i trening og forventer seg det av situasjonen, mens PT på sin side ønsker samtale og tar kunden med inn på kontoret. Da vil ikke trening som primærramme være noe som passer inn i «samtalerammen», og kunden må irettesette seg for at samhandlingen skal kunne fortsette. I denne sammenhengen er begrepet *key, keying og fabrication* sentralt.

Hvordan man velger å definere en situasjon avhenger av hvilken nøkler (*key*) man bruker til å forstå, og definere situasjonen ut ifra (Hviid Jacobsen & Kristiansen, 2002, s. 148). Key kan forstås som hvordan noe som i utgangspunktet er en meningsfull situasjon, plutselig blir transformert til å bli noe helt annet. Det skjer en *keying* når rammens innhold endrer seg, noe som igjen gir mening til situasjonen. Først da får partene en klarhet i hva som egentlig foregår (Goffman, 1986, s. 43-44). En kan anta at en PT her vil benytte seg av ulike måter å gjøre en *keying* av situasjonen på. Det er allikevel ikke alltid at situasjoner utvikler seg i den retningen en aktør ønsker – det kan skje en *fabrication*. En *fabrication* er også et rammeskifte, men her vil ikke partene være enige i hva som egentlig foregår (Goffman, 1986, s. 84). En kan se dette i relasjon til den bevisste atferdsendringen en PT vil benytte seg av ovenfor kunden. Måten personlige trenere fremstiller seg i kjøpsituasjonen må ikke bli avslørt i et senere handlingsforløp.

2.4 Antagelser i lys av selvpresentasjon og rammeanalysen

Jeg vil ta med meg det dramaturgiske blikket som Goffman har på samfunnet videre i denne oppgaven. Der jeg vil knytte rollespillet opp mot frontstage og backstage. Ved hjelp av rammeanalysen kan jeg analysere hvilken ramme personlige trenere forstår kjøpssituasjonen ut ifra. Rammeanalysen kan gi meg en forståelse av det som egentlig foregår under kjøpssituasjonen. Ved hjelp av *key* og *keying* kan jeg fange opp hvordan personlige trenere konstruerer og endrer kjøpssituasjonen. *Fabrication* er et sentralt element, da jeg antar at kjøpssituasjon er sårbar, samt at det bilde en PT ønsker å konstruere av seg selv ikke må bli avslørt av «publikummet» (kunden).

2.5 Systemteoretisk perspektiv

Det som foregår mellom PT og kunde er kommunikasjon. Dette problematiserer ikke Goffman i særlig grad, han nøyer seg med å forklare hva som skjer. Luhmann hevder at sosiale systemer består av kommunikasjon, og kun det (Tangen, 2004a). Luhmann kan derfor sette ord på det som foregår mellom PT og kunde på en annen, og kanskje mer presis måte. Jeg kan derfor forstå i større grad hvorfor det kommuniseres på bestemte måter. Jeg velger videre å gi en introduksjon til hvorfor systemteorien kan forankres i en konstruktivistisk teoritradisjon. Deretter vil jeg belyse hvorfor en kan hevde at Fitness som et system kan eksistere, basert på Tangen (2004, 1997) sin anvendelse av Luhmanns systemteori innad i idrettssosiologien. Innledningsvis i denne oppgaven stilte jeg spørsmålet rundt hvorfor noe ble vektlagt foran noe annet i min rolle som PT. Ved hjelp av et systemteoretisk utgangspunkt vil jeg forsøke å gi en mulig forklaring for de handlingsalternativene personlige trenere har. I systemteoretiske termer vil handlingen en PT foretar seg med en kunde forståes som ytringer med en gitt type informasjon. Jeg vil også prøve å belyse hvorfor individer har et ønske om å oppsøke treningssentrene og personlige trenere.

Luhmann faller inn under den konstruktivistiske teoritradisjonen og regnes som en operativ konstruktivist (Scott Sørensen, Høystad, Bjurström, Vike, & Nordgård, 2008, s. 77), og kan sies å være erkjennelsesteoretisk begrunnet (Hagen, 2000, s. 394). Luhmann hevder på den ene siden at realiteten og virkeligheten ikke har ontologiske

implikasjoner for systemteorien, på en annen side advarer han mot å være anti-ontologisk (fornekte virkeligheten) (Scholl, 2012, s. 10). Fordi uten observasjon som er det sentrale i systemteorien er det ingen virkelighet og en vil alltid observere «noe». Luhmann poengterer i sin innledning av boken *Social Systems* (1995) et viktig aspekt når vi snakker om systemer: «*The following considerations assume that there are systems*» (Luhmann, 1995, s. 12). En må derfor undersøke det epistemologiske ved systemteorien - hvordan vi skal fremskaffe viten og erkjennelse. En kommer ikke unna observasjoner eller det observerbare system når en skal prøve å oppnå kunnskap (Scholl, 2012).

Luhmann ser på hvordan vi mennesker observerer og på den måten fremskaffer oss viten. Erkjennelse for et individ er ikke gjenspeiling av den virkelige virkeligheten, men avhenger av en observasjon (Hagen, 2000, s. 394). Når man observerer gjør man alltid et skille, det skapes en *distinksjon*. En observasjon er å forstå som en operasjon med en distinksjon og indikasjon på samme tid, en er nødt til å dra en distinksjon for å indikere hva som er selve distinksjon, som kun belyser den ene siden av det som observeres (Scholl, 2012). Det finnes dermed en virkelighet der ute, men det er utenfor vår tilgang. Vi kan bare se det vi ser, og tolke ut fra det (Schuldt, 2006, s. 58). En deltaker vil se det han/hun mener er virkeligheten, men det er kun ut fra sitt perspektiv. I denne sammenhengen kan en trekke en kobling til Goffman og hans rammeanalyse. Rammer i lys av Goffman (1986) er med på å organisere våre erfaringer, og gir inntrykkene vi møter en mening. Alt kan ikke plasseres inn i rammen, men vi selekterer inn det som er av relevans. I systemteoretiske termer kan derfor rammen forstås som en distinksjon som systemet trekker. Hva man ser og oppfatter, avhenger derfor av hvilke distinksjoner en vektlegger i observasjonen.

Tangen (2015) hevder at individer som er i systemet er «tjenere» eller «lakeier» for systemet. En kan eksemplifisere dette med hvordan jeg som PT trener mine kunder. Når ber kunden min trene styrketrening, kan jeg tro at virkeligheten her er at kunden min bør trene styrke fordi det er mest hensiktsmessig sett ut ifra et fysiologisk ståsted. Men det som *egentlig skjer* er at jeg leverer bestemte ytelser ut ifra systemets forventinger (Tangen, 2015). Forventingen til systemet kan være *å komme i form* (Rjukan, 2009). Jeg operer derfor ikke av fri vilje, men en kan si at det er systemet som kommuniserer. Jeg

som PT gjør derfor en førsteordens-observasjon. Når jeg som kvalitativ forsker derimot, anvender meg av Luhmanns systemteori må jeg observere *hvordan* en observatør (PT) observerer, det Luhmann kaller for en annenordens-observasjon (Schuldt, 2006, s. 59). Det er på denne måten en kan få belyst hvilke distinksjoner som er tilstede: «*herfra kan man til gengæld se alt: det, observatøren ser – objektet, og det, observatøren ikke ser, nemlig hvilke distinksjoner, han anvender for at skelne og betegne*» (Hagen, 2000, s. 395). Det er distinksjonene mellom de ulike observasjonene som utgjør konstruktivismen i systemteorien. En førsteordens-observasjon tas ofte for gitt - at det jeg ser er «virkelighet» - men det er først når en observerer andre som observerer verden at konstruktivismen blir gjeldende (Scholl, 2012, s. 16). For at jeg som forsker skal få tak på det som observeres må jeg derfor observere systemet. Siden jeg tar utgangspunkt i personlige trenere vil de være en del av Fitness-systemet. Jeg kan derfor observere kommunikasjonen personlige trenere deltar i.

Fitness som et sosialt system

Et system er å betrakte som et skille mellom systemet og omverden, en trekker en grense mellom «dette» og «noe annet» (Aakvaag, 2008, s. 230). Første steg i en analyse av Fitness som et sosialt system krever at en kan trekke dette skillet (Tangen, 1997). Skillet trekkes gjennom kommunikasjon. Kommunikasjon innad i systemet består av ytring, informasjon og forståelse (Tangen, 2015). For å gi et eksempel: Når en PT tar sin kunde inn i styrkerommet er dette en ytring fra PT sitt ståsted. Når PT viser en styrkeøvelse til kunden er dette en type informasjon. Når kunden selv får prøve øvelsen, og erfare den på sin egen kropp, forstår kunden informasjonen. Kunden godtar derfor systemets invitasjon fra systemets «*lakeier*» (PT). Om kunden ikke godtar ytringen, og heller ønsker «samtale» som det primære, ville dette medføre sanksjoner fra systemets side (Tangen, 2015). En kan da tenke seg at PT ville ha avbrutt samarbeidet med kunden, om de ikke godtok invitasjonen. Dette kan en se i relasjon til Fitness-systemets bestemte form for kommunikasjon. Treningscenteret er tilrettelagt for trening, og det er forventet at individene trener (Sassatelli, 1999). Samtale som det primære passer derfor ikke inn i Fitness-systemet. Skal en hevde at Fitness-systemet eksisterer er en avhengige av at individer oppsøker, og ønsker å innfri forventningene som ligger i systemet.

Systemteorien er en funksjonsanalyse, det vil si at tingen eller objektet i seg selv ikke er av interesse, men dens funksjon. En funksjon er å betrakte som løsningen på et problem (Tangen, 2004a, s. 29). Fitness som et sosialt system må da fylle en funksjon i samfunnet for øvrig. Tangen (2004b) poengter under hvordan kompleksiteten i samfunnet gjorde at det ble skilt ut et differensiert delsystem ut fra idrettslig kontekst; «For at idrett skal kunne differensieres ut som sosialt system, må denne formen for kommunikasjon representere en relevant problemløsning for samfunnet». (Tangen, 2004b, s. 34). Skal en hevde at det Fitness-systemet eksisterer, må det svare til et problem fra samfunnet. Ser en Fitness-systemet i relasjon til idrettssystemet kan en si at begge disse systemene er med på å gi befolkningen en mulighet til å være fysisk aktivitet. I tillegg til å sikre generell fysisk aktivitet i befolkningen, må samfunnet også differensiere ut et system som kan hjelpe individer til å innfri idealkroppene. Fitness-systemet gir befolkningen muligheten til å innfri idealkroppene (Rjukan, 2009). Det er dermed ikke sagt at alle individer har et ønske om å iverksette de tiltak som kreves for å oppnå idealkroppen. Men om man gir seg i kast, og svarer på forventingene, er individet nødt til å oppsøke en arena som er tilrettelagt for denne typen «problemer».

Anlegget til Fitness-systemet er treningsentre

Når man skal utøve aktivitet må en klargjøre hvor aktivitet skal finne sted hen (Tangen, 2004a). Fitness som kommunikasjonsform vil derfor kreve et egnet anlegg. Treningsentre er tilrettelagt for individuell trening. De er konstruert på en slik måte at man nærmest blir «tvunget» til å trene der, og individet bruker liten tid på å reflektere over hva de skal gjøre (Sassatelli, 1999). Det er dermed ikke sagt at det å gi seg i hen med treningen ikke kan bli problematisk. De materielle omgivelsene er å betrakte som materialiserte forventinger, det foreligger noen tause forventinger (Tangen, 2004a, s. 227). Tause forventinger på treningscenteret kan for eksempel være en forventning om at du skal løfte vekter i styrkerommet, eller at du må sykle på en spinning time. En utfordring i denne sammenheng er om individets tause kunnskap ikke samsvarer med de tause forventningene. Taus kunnskap opparbeides over tid, individer må derfor stille sin kropp til disposisjon. Gjør de ikke det, vil de ikke opparbeide seg den nødvendige tause kunnskapen de behøver (Tangen, 2004a). Personlige trenere har i denne

sammenhengen en mulighet til å hjelpe kundene, til å gi de den tause kunnskapen de behøver for å bli selvstendige.

Materielle forventninger snevrer inn alternativene i kommunikasjonen mellom PT og kunde. Om PT-kunden ikke forstår ytringen som blir gitt av en PT, så kan en si at de materielle forventningsstrukturene som tredemøllene, styrkeapparatene, og vektstengene snevrer inn alternativene. Systemet kan derfor akseptere at kunden ikke forstår øvelsen, hvordan den skal gjøres, men kunden må forstå at det skal trenes, om ikke vil de bli ekskludert fra systemet (Tangen, 2010). Her kan en trekke en parallell til Goffman (1986) og hans begrep om feilinnramning. Dette skjer når to individer har ulik oppfatning av hvordan situasjonen skal defineres og hva den skal omhandle. En misforståelse av ytringen i systemteoretiske termer kan derfor være en feilinnramning i lys av Goffman. I begge teoriene må partene irttesette seg å bli samkjørte for at den videre samhandlingen (treningen) skal kunne fortsette. De materielle strukturene signalisere derfor til individet at skal de må trene. Det hindrer at PT og kunde står ovenfor utallige valgmuligheter, dette snevrer inn handlingsalternativene.

I tillegg til å dele virkeligheten inn i sosiale systemer kan individet selv deles inn i to separate systemer: Det psykisk (bevissthet) og det fysiske (kroppen) (Aakvaag, 2008, s. 237). Begge disse systemene vil oppleve krav ifra omverden (Tangen, 2004b). En kan derfor anta at potensielle medlemmer gjennomgår en selvrefleksjon rundt sin egen fysiske kapasitet, i det de entrer treningssenteret. Ved hjelp av speil og blikk fra de andre medlemmene kan individet bli klar over hvordan ens kropp er i forhold til de krav som stilles (Tangen, 2004a, s. 210). Vår kropp blir derfor synlig for andre mennesker, og danner grunnlaget for en refleksjon rundt vår egen kropp (Shilling, 2012). Som nevnt tidligere har menn og kvinner ulike kroppskomplekser, dette kan sees i relasjon til kroppsidealene. Et nytt medlem på et treningssenter med liten erfaring kan tenkes å være i en ambivalent fase. Tangen (2004a) skriver at individet hele tiden vil reflektere rundt de «krav» som samfunnet og omverden stiller til individet. Det er derfor et dynamisk forhold mellom selvrefleksjon (indre) og krav (omverden).

«Denne differansen blir bearbeidet som en forventning som kan innfris eller avvises. Individet, eller mer presist bevisstheten, må reflektere over betraktninger av seg selv, «hva kan jeg» og betraktninger av krav fra omverden av typen «hva bør jeg» for å skape en helhet i «hvem er jeg» (Tangen, 2004a, s. 215).

Det kan derfor tenkes at medlemmer på et treningssenter ønsker å oppsøke en PT fordi de innser at egen kropp ikke samsvarer med den ytre kompleksiteten. Forventingene stammer fra nevnte kroppsidealene, og det er her en PT kommer inn i bildet. I denne sammenhengen er en PT i likheten med de materielle forventningsstrukturene med på å danne en norm for hva som er akseptert atferd og ikke (Sassatelli, 1999). Det er denne forventningsstrukturen som er med på å avgjøre individets handlinger - Individet kan enten velge å svare på forventningen og bli inkludert, eller ekskludert (Tangen, 2010).

Det at noe blir inkludert og ekskludert er med på å gjøre systemene autopoietiske, som innebærer at systemet reproduseres og styrer seg selv (Tangen, 2004b). Fitness-systemet må derfor selektere sine ytelser gjennom de forventningene som foreligger, på den måten opprettholder Fitness-systemet sin autopoiese. Kundene kan for eksempel uttrykke at de opplever en tilhørighet og sosial ramme rundt det å trene med en PT. Kundene må allikevel irttesette seg etter forventningene, som er å gi seg i hen med treningen. Jeg har selv hatt PT kunder som har et større behov for å snakke enn å trene, da korrigerer jeg alltid kunden og sier at vi må ha fokus på å fullføre øvelsen først, så kan vi prate i pausene - om du skal greie å nå målsetningen din. Det primære er derfor treningen, alt annet blir sekundært. Sagt på en annen måte, et system må ekskludere «noe» for at det skal gå rundt. På den måten styrer systemet individets handlinger, et individ må da irttesette seg etter handlingene som systemet krever (Tangen, 1997). Sosiale systemer er nødt til å etablere et fundament for kommunikasjon, som synligjør denne spesifikke kommunikasjonsformen (Tangen, 2004a, s. 50). I Fitness-systemet kan man observere ulike handlinger som det å løfte vekter eller løpe på tredemøllene, dette må sees i sammenheng med den binære koden som er unik for systemet.

Den binære koden i et system fungerer med en positiv og en negativ pol. I idretten er den binære koden *vinn/tap* (Tangen, 2010). Alt selekteres ut fra disse to motpolene,

den positive koden vil stimulere til gjentakelse, mens den negative koden vil gjøre at en reflektere over hva som gikk galt (Tangen, 2004a). På den måten utelukker systemet irrelevante handlinger og reduserer sin kompleksitet. Den binære koden i Fitness-systemet kan være *iform/ikke i form* (Rjukan, 2009). Fitness systemets binære kode kan da knyttes opp mot alle former for kommunikasjon innad i systemet, som kretser rundt de treningsformene som er av relevans for å nå idealkroppen. I eksempelet mitt ovenfor med PT-kunden som ønsket å snakke foran det å trene, er det viktig å skille mellom hva individet ønsker, og hva systemet krever (Tangen, 2004a, s. 76). Eksempelvis, min PT-kunde kan godt få lov til å snakke under en PT-time, men må allikevel gjøre det alle andre gjør på et treningssenter, som er å trene. Selv om jeg har valgt å trekke en sammenheng mellom idealkropper og den binære koden, er det ikke sikkert at det kun er idealkropper som er hovedmålet. Det kan tenkes at andre binære koder kan eksistere, som sterk/svak også videre. Uavhengig av det, kan en allikevel hevde at treningssentrene ulikt idretten er en arena der prestasjon i form av å vinne ikke er relevant, men en arena hvor vår kropp blir særlig synlig og eksponert. På den måten bestemmer systemet hvem som skal få delta og ikke. I treningssenteret vil kommunikasjon i henhold til den binære koden iform/ikke i form være å ta del i de treningsformene som foreligger - enten løfte vekter eller løpe på tredemøllen. Dette kan forstås som autopoietiske operasjoner (Tangen, 2004a, s. 74).

Når et medlem har oppsøkt en PT og ønsker å gi seg i hen med det systemet krever, vil neste steg være å trene. Grovt sett kan man dele treningen i treningssentrene inn i individuell trening (løfte vekter, springe på mølle) eller gruppetimer (spinning, yoga) (Steen-Johnsen & Kirkegaard, 2010). En kan videre anta at en den største treningsformen i dag på treningssentrene er individuell trening, med hovedvekt på styrketrening (Statistisk sentralbyrå, 2015; Virke Trening, 2015). Jeg antar at personlige trenere er i systemet, og at de besitter den nødvendige kunnskapen for å hjelpe andre medlemmer inn i systemet. En kan tenke seg at en PT fungerer som en portvokter for systemet, de slipper kundene inn, lærer de og trene, og etter endt treningsperiode er kundene blitt fullverdige «medlemmer» av Fitness-systemet. For å komme dit hen, er en PT nødt til å kommunisere den nødvendige kunnskapen som kunden behøver for å imøtekomme forventningene.

Kommunikative handlinger

Siden kommunikasjon innad i et system består av: ytring, informasjon og forståelse, vil det være inntresant å undersøke hvordan personlige trenere går frem for å få medelt de ulike ytringene. Treningen mellom PT og kunde er et sentralt utgangspunkt å undersøke, fordi det er her kundene har muligheten til å få «opplæring» i de ulike treningsformene systemet krever. Som nevnt tidligere vil en ny kunde på et treningssenter gjennomgå en selvrefleksjon rundt sin egen kropp og fysisk kapasitet. En kan da tenke seg at de valgene en PT foretar seg vil få konsekvenser for PT-kunden sin fremtidige deltakelse i systemet. Om kunden ikke fortsetter å gir seg i hen med de ulike treningsformene på egenhånd etter en endt treningsperiode med en PT, kan en se for seg at all jobben en PT legger ned er forgjeves. At kunden ikke greier å svare på forventingen, og at det kun er ved kontinuerlig hjelp av en PT at de kan vedvare i systemet. Derfor er det nærliggende å belyse hvordan en PT kommuniserer med sine kunder i denne oppgaven.

2.6 Antagelser i lys av systemteorien

Oppsummert tar jeg høyde for jeg kan observere Fitness-system. Der treningssentrene er Fitness-systemets anlegg for å utøve aktivitet i henhold til den binære koden. Jeg antar også at personlige trenere er i dette systemet, og allerede har svart på forventningen. Jeg antar videre at kunder ønsker å bli fullverdige «medlemmer» av Fitness-systemet, men de veit enda ikke hvordan. Det mest hensiktsmessige sett ut ifra systemets side er derfor at personlige trenere evner å selge PT timer, og skaffe nok kunder slik at systemet vedvarer. På den måten får den enkelte PT inntekt til å selv vedvare i systemet, og eieren får et utbytte. Personlige trenere innehar også andre funksjoner enn bare det økonomiske (salg av PT-timer). De må også selge inn Fitness-systemet, og de forventningene som ligger i systemet. De må derfor på best mulig måte representere systemets forventinger - de må «vise» på en eller annen måte at de har svart på den binære koden. Gjennom å undersøke hvordan personlige trenere observerer, kan jeg gjennom en andreordens-observasjon undersøke hvordan de evner å trekke kunder inn i Fitness-systemet.

3. Metode

3.1 Innledning

Som nevnt innledningsvis i denne oppgaven, og under tidligere forskning rundt PT yrket, så tar jeg utgangspunkt i mine egne erfaringer for å forske i egen kultur. Jeg oppfyller derfor kravet ved at jeg er min egen nøkkelinformant. Jeg har arbeidet over lengre tid i treningscenteret, og har derfor oppholdt meg i en mellommenneskelig situasjon. Det siste og kanskje mest sentrale punkt i Wadel (2006, s. 11) sin argumentasjon, er å sjekke sine egne erfaringer opp imot eksisterende kunnskap. Dette bringer meg inn på metodevalget mitt. Jeg må derfor velge den mest hensiktsmessige metoden, som i størst mulig grad kan gi meg de dataene jeg trenger for å besvare mine problemstillinger. Et sentralt element i forskning i egen kultur, er at forskeren returnerer til det felt hvor ens personlige erfaringer oppstod (C. C. Wadel & Fuglestad, 2014). Jeg må derfor returnere til treningscenteret og innta en forskerrolle. Jeg er i så måte på utsiden, men også på innsiden. På den måten vil jeg i dette metodekapittelet redegjøre for hvorfor den kvalitative metoden er den mest hensiktsmessige. Gjennom en kvalitativ tilnærming har jeg muligheten til å komme nærmere inn på subjektet (PT), og undersøke mine egne erfaringer i dybden.

Når jeg systematisk presenterer mitt forskningsarbeid i lys av den kvalitative metoden, finner en ikke like rigide analysemodeller som i den kvantitative metoden (Kvarv, 2010, s. 135). Thagaard (1998) forklarer denne utfordringen med det hun definerer som - «*et svart boks fenomen*» (Thagaard, 1998, s. 14). Jeg som alle andre kvalitative forskere kan forklare hva som kommer inn i boksen, det en gjør i forkant. Jeg kan også analysere hva som kommer ut igjen, i etterkant av datainnsamlingen. Det som skjer i boksen, i selve intervjusettingen, avhenger i stor grad på forskerens egne evner og kvalifikasjoner. På den måten er jeg som forsker mitt eget måleinstrument. Med dette i bakhånd vil jeg etter min redegjørelse for valg av metode, gi leseren et innblikk i hvilke metodiske utfordringer og valg jeg tok i forkant, under, og i etterkant av datainnsamlingen. På den

måten får oppgaven i lys av metoden et koherent, transparent og stringent design⁵ (Krumsvik, 2014, s. 48).

3.2 Valg av metode

Når man skal bestemme seg for hvilken metode som er hensiktsmessig å benytte seg av, må en se på hvordan problemstillinger er formulert, og ta høyde for hvilket fenomen en skal undersøke (Grønmo, 2010, s. 75). Som nevnt tidligere har jeg hatt en eksplorerende tilnærming til det feltet jeg skulle undersøke. Det innebærer at mine problemstillinger endres i det jeg får et nærmere kjennskap til det feltet jeg undersøker, parallelt med at en tilegner seg kunnskap om relevante teorier og tidligere forskning. På den måten kunne jeg ikke basere meg på en endelig problemstilling da valget for metoden ble tatt. Temaet for denne oppgaven har uavhengig av mine teorier, vært å si noe om hvordan personlige trenere konstruerer seg selv i møte med sine kunder, samt hvilken funksjon de innehar på treningssenteret. På dette tidlige stadiet, før jeg hadde god nok kjennskap til relevante teorier kunne et spørreskjema vært en aktuell metodisk tilnærming. Ved spørreskjema som metode kunne jeg ha kartlagt og sagt noe om populasjonen (PT) som helhet, ettersom utvalget hadde blitt større (Grønmo, 2010). En svakhet jeg anser med en slik metodisk tilnærming, er at jeg mister nyansene og i liten grad kan få tak på dybden av fenomenet (Thagaard, 1998). I mitt tilfelle kunne jeg i liten grad si noe om hvordan en PT opplever sin egen jobbhverdag, og hva de anså som viktige kriterier i rollen som PT. En annen viktig faktor er at det tidligere er gjort lite forskning rundt PT-yrket, derfor ville operasjonaliseringen av de ulike spørsmålene i spørreskjemaet blitt vanskelig. Derfor anså jeg en kvalitativ tilnærming som best egnet. Oppgavens tema var derfor todelt på et tidlig stadium, og denne todelingen er noe som har vært med meg gjennom hele prosessen. Jeg ville undersøke hvordan en PT konstruerer seg, samt si noe om hvilken funksjon en PT innehar på et treningssenter. Et sentralt utgangspunkt, og som også kjennetegner den kvalitative metoden er at jeg her er ute etter en *kvalitet*, det vil si hva som kjennetegner noe (Widerberg & Bolstad, 2001). I mitt tilfelle, hva som kjennetegner personlige trenere sin selvpresentasjon, og funksjon innad i treningssenteret.

⁵ Sammenhengende, gjennomsliktig, tydelig/logisk design. Se Krumsvik (2014, s.48)

Oppgaven er av en induktiv art, likevel så jeg det som nødvendig å trekke inn relevante teorier som kunne være med på å belyse kompleksiteten rundt problemstillingene. De metodene jeg anså som nærliggende å benytte meg av fra et kvalitativt ståsted var en metodetriangulering, med observasjon og kvalitative intervjuer. Grunnen til at observasjon ble relevant for meg, er at Goffman selv brukte feltarbeid og deltakende observasjon, for å forstå samhandling mellom individer (Hviid Jacobsen & Kristiansen, 2002). Det som gjorde at jeg falt ned på kvalitativt forskningsintervju, er at individet vil være klar over sin egen utøvelse av selvpresentasjonen, og om det er en høy antatt gevinst ved å endre atferd (Goffman et al., 1992; Leary et al., 1990). Her tok jeg høyde for at prøvetimer og kjøpssituasjonen var en arena hvor personlige trenere endret sin atferd bevisst. Derfor vil jeg hevde at jeg fikk tak på dette uten å observere. En PT vil derfor kunne snakke om sin egen fremtreden og selvpresentasjon, siden rollen han eller hun konstruerer skjer bevisst og ikke ubevisst. Jeg ser likevel en mulig begrensing ved å kun benytte intervju og ikke observasjon. Det kommer av at det en informant sier, er ikke nødvendigvis det de faktisk gjør, altså kontradiktoriske funn (Krumsvik, 2014, s. 122). Observasjon har denne egenskapen med at man kan få handlingsdata, og er egnet når man ønsker å få belyst sensitive temaer (Thagaard, 1998, s. 31). På en annen side kan et intervju også være en form for observasjon. Jeg som forsker kan observere hvordan informantene reagerer på mine spørsmål (Kvale, Brinkmann, Anderssen, & Rygge, 2015), for eksempel om informantene virker ambivalent, rynker på nesen, er stresset, nervøs, bekledning også videre. Alt dette er noe jeg som forsker kan ta med meg inn i den videre analysen. Oppsummert vil jeg derfor hevde at temaet og problemstillingene kunne besvares gjennom kvalitative intervjuer.

3.3 Kvalitativt forskningsintervju

Det finnes ulike typer kvalitative intervjumetoder, grovt sett skiller en mellom; strukturert, semi-strukturert og åpne intervju (Krumsvik, 2014). Jeg anså det semi-strukturerte intervju som best egnet for å kunne få rikholdige svar. Dette er fordi jeg hentet inspirasjon fra relevante teorier og tok de med inn i min intervjuguide. Det er dermed ikke sagt at teorien ble førende for hele intervjuguiden, men perspektivene fra Luhmann og Goffman hjalp meg til å få tak på det jeg ønsket og undersøke nærmere.

Mine egne observasjoner fra tiden som PT ble også brukt som et grunnlag i utarbeidelsen av intervjuguiden. I lys av mine problemstillinger ønsket jeg derfor å få svar på noe konkret, samtidig ga det semi-strukturerte intervju meg som forsker muligheten til å være dynamisk i selve intervjuesettingen. På den måten vil det semi-strukturerte intervjuet som blir valgt på bakgrunn av tema og problemstilling, danne føringer for intervjuguiden, som sikrer en koherens i hele studien (Krumsvik, 2014). Det som skiller det semi-strukturerte fra det strukturerte er at førstnevnte har større grad av fleksibilitet (Thagaard, 1998, s. 81). Det innebærer at temaene endrer rekkefølge ut fra hvordan informanten svarer, dette erfarte jeg selv flere ganger. Enkelte informanter hentet frem igjen ting de hadde sagt, som de ville utdype nærmere. Jeg hadde muligheten til å ta tak i dette, og skyve de andre temaene midlertidig til side i situasjonen. Jeg erfarte også at jeg måtte være fleksibel når jeg kom inn på mine spørsmål vedrørende selvpresentasjon. For å hindre at mine informanter svarte det som var politisk korrekt å si, måtte jeg etablere en viss tillit og utøve respekt og forståelse ovenfor informanten. Jeg merket at tilliten ble gradvis sterkere gjennom at mine informanter fikk prate fritt en periode. Jeg tillot dette selv om det som ble sagt til tider var lite relevant. Når jeg videre spurte om sensitive ting som deres forhold til egen kropp og trening, merket jeg at informantene åpnet seg opp, og jeg fikk rikholdige beskrivelser. Det er likevel viktig å presisere at kvalitative forskningsintervjuer ikke foregår mellom to likeverdige parter, det er jeg som forsker som definerer og kontrollerer samtalen (Kvale et al., 2015, s. 23). Selv om det semi-strukturerte intervju fungerte godt, må jeg erkjenne at jeg er en uerfaren kvalitativ forsker. Dette medførte at jeg valgte å legge opp intervjuguiden med en del tilleggsspørsmål, som skulle hjelpe meg på vei, om informantene svarte begrenset. Jeg anså dette som nødvendig grunnet kompleksitet rundt problemstillingene. Derfor er min intervjuguide preget av at det er en del tilleggsspørsmål under hvert tema. Det er viktig å presisere at intervjuguiden ikke ble kronologisk fulgt, men jeg velger å vise den (se vedlegg 1) i sin helhet, da dette er med på å vise til oppgavens transparente design.

3.4 Meg selv som forsker og min egen forforståelse

Forskning starter ofte med et personlig mål, eller en personlig erfaring (Krumsvik, 2014). Disse erfaringene og personlige målene er verdifulle i et hvert forskningsprosjekt, en

sitter på førstehåndskunnskap om det feltet man ønsker å undersøke. Jeg har ikke i min oppgave benyttet meg av feltarbeid i egen kultur som metode i sin rette forstand, men jeg har underveis i oppgaven trukket på en del egne eksempler fra egne erfaringer. Wadel (2006, s. 29) understreker at «hverdagsforskning» er noe alle mennesker gjør i sin hverdag, alle observerer noe til enhver tid. Ting rundt oss i vår hverdag foregår på bestemte måter. Denne hverdagsforskningen kan derfor være en grunnstein for videre forskning, og det er nettopp det som har vært sentralt i denne oppgaven. På den måten kan en si at jeg har observert at noe skjer, men jeg har ikke gjort et systematisk feltarbeid. Derfor ser jeg det som nødvendig å trekke frem hva forskning i egen kultur innebærer, og hvilke svakheter og styrker det medfører.

I mitt tilfelle er den personlige erfaringen sterk, ettersom jeg selv har jobbet to år som fulltids PT og to år deltid. Erfaringene har fulgt meg gjennom hele forskningsprosessen. Første steg i det å skulle gjøre et feltarbeid ut ifra sine tidligere erfaringer, er å ordlegge hva en har erfart (C. Wadel, 2006, s. 54). Det særegne jeg har erfart, og som jeg har tatt utgangspunkt i er prøvetimer, som jeg selv har hatt med nye kunder. Her har jeg erfart at det er noe som skjer. Jeg som PT må gjøre noe for å få kunder til å kjøpe PT-timer av meg. Det er derfor ikke tilfeldig at jeg har knyttet Goffman (1992, 1986) opp mot prøvetimer og kjøpsituasjonen. Videre har jeg observert hvordan enkelte treningsformer har en tendens til å bli valgt foran andre. Jeg kunne derfor sette systemteorien i relasjon til mine egne erfaringer. Videre kunne jeg fremlegge antagelser som jeg tok med meg inn i utformingen av mine problemstillinger. Et annet aspekt som Wadel (2006) poengterer er at en må ha observert at dette også skjer i sosiale samhandlinger mellom mennesker. Jeg må med andre ord ha vært i situasjonen selv, gjort en introspeksjon rundt hva jeg egentlig erfarer, samtidig som jeg må ha observert hvordan andre erfarer det jeg selv har erfart. Det kan for eksempel være at mine erfaringer er tilfeldige, og at de faktisk ikke stemmer, men slik jeg ser det vil det være en styrke. Får jeg avkreftet mine egne erfaringer, kan en si at hypotesene mine blir falsifisert (avkreftet) (Grønmo, 2010). Gjennom problemstillingene, metoden og påfølgende data, kan jeg teste om mine egne erfaringer stemmer. På dette stadiet vil jeg sjekke mine egne erfaringer opp mot eksisterende kunnskap. Eksisterende kunnskap

for meg i denne oppgaven vil være mine resultater. Jeg går da empirisk til verks og tester mine egne erfaringer.

Skal jeg være i stand til å få tak på de erfaringene jeg har gjort, og som andre personlige trenere erfarer, er jeg nødt til å gå ifra taus til eksplisitt kunnskap (C. Wadel, 2006). Det dagligdagse, det vi tar for gitt må settes begreper og definisjoner på og gjøres eksplisitt tilgjengelig. I min oppgave kan en derfor anta at valg av treningsformer, og hvordan en PT fremtrer med sine kunder er taus for den enkelte informant. Det bare skjer, men de evner ikke å sette ord på det selv. Dette er en særs viktig del av arbeidet jeg som forsker må ta høyde for. Jeg er nødt til å kunne få mine informanter til å snakke om det de tar for gitt i sin hverdag. Det er nettopp her jeg anser at styrken med å forske i egne erfaringer gjør seg gjeldene. Når man går inn på et felt man kjenner til fra før, har man mye mer detaljert kunnskap om feltet (C. C. Wadel & Fuglestad, 2014, s. 26). Jeg kan for eksempel forstå utfordringene deres. Om en PT ikke evner å selge nok PT- timer, vil en ikke få nok lønn til å kunne leve av jobben. Derfor er kjøpsituasjonen kritisk for personlige trenere.

Det er dermed ikke sagt at det ikke er utfordringer ved å forske på seg selv, og egne erfaringer. Jeg må åpne opp for alternative forklaringer rundt det jeg selv har erfart, og stille spørsmål rundt hva og hvorfor jeg faktisk har observert dette og ikke noe annet (C. Wadel, 2006). Dette kan ha en sammenheng med at alle mennesker, inkludert forskere, har et ønske om sette ting vi erfarer inn i en orden eller et mønster (C. C. Wadel, 1988, s. 11). Kvarv (2010) argumenterer i lys av vitenskapsfilosofen Karl Popper, at mennesker så vel som forskere observerer i lys av en antagelse, vi selekterer alltid noe foran noe annet. Det finnes med andre ord ikke et nøytralt utgangspunkt for observasjoner (Kvarv, 2010, s. 20). Dette er i utgangspunktet ikke problematisk om en selv er klar over utfordringen. En kan knytte utfordringen opp imot begrepet *bias*. I vitenskapelig forskning kan bias forstås som en skjevhet (Staw, 2015). Jeg skal ikke gå i detalj rundt de ulike typene bias vi innehar i forskningen eller i det hverdagslige, men en sentral bias jeg selv anser som viktig å få frem er kognitive bias, og da *Confirmation bias* (bekreftelses bias). Bekreftelses bias kan sees i relasjon til mine egne erfaringer. En bekræftelses bias skjer når mennesker søker bekræftelse utelukkende rundt noe de selv har erfart eller

tror på. I søken etter kunnskap finner en derfor kun de observasjoner som kan støtte opp under ens egne erfaringer som verdifulle, og utelukker all annen forklaring (Nickerson & Salovey, 1998). Med dette i bakhånd er det viktig at jeg som forsker evner å presentere eventuelle forskjeller og avvik, som kan oppstå gjennom min analyse. Er man klar over sine egne forventninger i forkant, tror jeg at man i mye større grad evner å få tak på nyansene og kvaliteten i det fenomenet man undersøker. Det er tross alt det essensielle i den kvalitative metoden.

3.5 Utvalg av informanter

Oppgaven av en intensiv art, det vil si at en kutter ned på antall enheter, en er da ute etter å forstå enkelte fenomener i dybden og ikke i bredden (Kvarv, 2010, s. 135). I søken etter informanter var det viktig at jeg evnet å komme i kontakt med informanter som kunne hjelpe meg med å besvare mine problemstillinger. I søken etter informanter valgte jeg et strategisk utvalg, det vil si at jeg hadde enkelte krav som aktuelle informanter måtte oppfylle for å delta i studien (Thagaard, 1998, s. 52). Måten jeg gjorde dette på var å bruke sosiale medier, der jeg la ut en beskrivelse av prosjektet (vedlegg 2) på en lukket gruppe for personlige trenere via Facebook. Som nevnt foreligger det ikke standardiserte krav som PT, det er ikke en beskyttet tittel. Derfor valgte jeg ikke å spesifisere utdanningskrav eller liknende når jeg sendte ut informasjonen. Det jeg derimot måtte tenke igjennom var hvilke treningssentre jeg ville henvende meg til. Det finnes utallige forskjellige treningssentre som spesialiserer seg på nisje produkter, der PT-timer er det eneste senteret tilbyr. Mine hovedkriterier var at treningssenteret der en aktuell informant jobbet, måtte tilby PT-timer som noe eget, i tillegg til øvrige tilbud, som gruppetimer og individuell trening. Jeg var da ute etter de store kommersielle treningssentrene i Norge som Sats/Elixia, Stamina, EVO Fitness også videre. Grunnen til dette er at det er der majoriteten av PT- omsetningen foregår. Det var videre viktig at treningssenteret hadde øvrige medlemmer som ikke benyttet seg av PT, slik at jeg kunne få tak på hvordan personlige trenere opplever en forventning rundt sin egen kropp fra øvrige medlemmer. Dette anså jeg som helt nødvendig skulle jeg kunne greie å få tak på prøvetimene og salgsaspektet. Jeg valgte videre å inkludere begge kjønn, selv om jeg dessverre ikke greide å rekruttere nok kvinner slik at fordelingen ble lik. Videre var det ønskelig at aktuelle informanter hadde jobbet

minimum 1 år fulltid som PT, slik at jeg var sikker på at de faktisk hadde tilstrekkelig erfaring ifra yrket. Nedfor har jeg skissert opp de kravene jeg hadde ved starten av prosjektet;

- Jobber til daglig på et kommersielt treningssenter, der PT er et av flere tilbud på din arbeidsplass.
- Har jobbet minimum 1 år fulltid som PT, det vil si at du ikke trenger å inneha en bi-jobb ved siden av som ikke er treningsrelatert.
- Er over 18 år og innehar en PT sertifisering fra formell eller uformell utdanning.

Det skulle vise seg å være vanskelig å få rekruttert aktuelle informanter. Bruk av sosiale medier skaffet meg kun tre informanter. Jeg valgte derfor å kontakte aktuelle informanter via internett og mail, og fulgte deretter opp med en telefonsamtale. Enkelte ganger oppsøkte jeg også personlige trenere direkte på aktuelle treningssentre. Selv om dette ble gjort tidlig i prosessen, satt jeg kun igjen med tre informanter. Flere av de aktuelle informantene jeg kom i kontakt med uttalte en viss skepsis rundt prosjektet. De ville at jeg i detaljer skulle snakke om hva jeg ville finne nærmere ut av, og jeg fikk inntrykk av at en del var skeptiske. Dette satt meg som forsker i et dilemma da jeg ikke ville «avsløre» for mye av tematikken i forkant. Da kunne informantene ha forberedt seg, samt at jeg som forsker på det tidlige stadiet, ikke kunne vite hvor jeg ville ende opp hen til slutt (Thagaard, 1998, s. 22). For å kunne nå ut til flere aktuelle informanter valgte jeg å senke kravet til at informantene måtte jobbe fulltid, men det var ønskelig at informantene hadde jobbet i minimum 1 år. Etter dette fikk jeg inkludert totalt seks menn i alderen 23-52 år, og to damer i alderen 25 og 35 år. Seks av disse oppfylte mine originale krav, og to av informantene var deltids-PT med minimum ett år ansenitet. Selv om dette kan anses som en svakhet, at jeg har inkludert to informanter som ikke har samme inklusjonskriterer som de øvrige, beriket disse to informantene som jobbet deltid prosjektet mitt. Jeg kunne dermed sammenligne en deltid kontra en fulltids PT og da se om det var forskjeller. Forskjellene kom særlig til syne under selvpresentasjonen som jeg kommer tilbake til i min resultatdel. En annen styrke er at jeg var innom syv forskjellige treningssentre, der det kun var et treningssenter der jeg intervjuet to personlige trenere på samme arbeidsplass. Dette anser jeg som en styrke

da jeg geografisk har fått dekket et stort område. En utfordring i kvalitativ forskning er hvor mange informanter som er tilstrekkelig for å kunne besvare problemstillingen. Selv om jeg har åtte informanter sier det ingenting om at det er «nok».

Flere metodebøker opererer med det de kaller for et *metningspunkt* (Kvale et al., 2015; Repstad, 2007; Thagaard, 1998). Det innebærer at når man ikke lengre får inn ny data som beriker, eller kommer med noe nytt rundt ditt eksisterende datamateriale, er metningspunktet nådd. En slik anvendelse av antall informanter er tidkrevende og utfordrende. Jeg jobbet selv etter denne metoden, og analyserte parallelt med nye intervjuer. En utfordring med det å jobbe etter denne metoden, er hva som egentlig menes med metningspunkt. Repstad (2007, s. 83) problematiserer dette, ulike forskere kan ha ulik grad av appetitt. Jeg som masterstudent kan derfor tenke at metningspunktet er nådd, men hadde min veileder gjort tilsvarende arbeid kan en tenke seg at appetitten hans er større, at han hadde gjennomført flere intervjuer enn meg.

En review-artikkel jeg vil trekke frem som ytterligere problematiserer dette med antall informanter er: *How many qualitative interview is enough?* (Baker & Edwards, 2012). Forfatterne har samlet sammen noen av de fremste kvalitative forskerne for å nettopp diskutere og besvare dette viktige metodiske spørsmålet. Poenget ved å vise til denne artikkelen er at det ikke bare er lavere grads studenter som møter på denne utfordringen i sitt forskningsarbeid. Som masterstudent leter jeg naturlig nok etter et svar, men overraskende nok konkluderer artikkelen med; *It depends*. Det sentrale for å definere antallet sett vekk ifra metningspunktet er å se på hva målet med studien er (Baker & Edwards, 2012, s. 5). Mitt mål har aldri vært å kunne si noe om populasjonen (PT) som helhet. Jeg ville gå i dybden, derfor er mitt mål å kunne få nok data slik at man kan si at man får belyst dybden i fenomenet jeg undersøker. I tillegg har mitt mål vært å kunne besvare noe helt eget, i så måte har jeg reduksjonistiske problemstillinger. Jeg har ikke intensjoner om å belyse hele livsverden til personlige trenere men jeg er ute etter noe konkret. Jeg må også se på hvilken type institusjon og gruppe individer jeg intervjuer. I mitt tilfelle kan en si at en PT ikke tilhører den vanlige mannen i gata, det er en liten del av de øvrige ansatte på et treningssenter. Et estimert antall er mellom 1400-

1600 aktive personlige trenere per 2012 (Nordgård, 2012). PT-yrket er heller ikke en «vanlig» jobb, i den forstand at en opererer med fast lønn og faste arbeidstider. Derfor kan en si at jeg undersøker noe særegent. I denne sammenhengen vil færre informanter kunne være tilstrekkelig (Baker & Edwards, 2012, s. 8). Avslutningsvis er det ikke til å legge skjul på at det å skaffe til veie informanter og analysere intervjuene var tidkrevende, det som omtales som ytre determinanter i et forskningsprosjekt (Baker & Edwards, 2012). Derfor måtte jeg hele tiden tenke kostnad/nytte i søken etter flere intervjuer. Om man ender opp med alt for omfattende datamateriale og ikke får tilstrekkelig tid til å analysere, vil hele oppgaven kollapse. Jeg måtte derfor også ta hensyn til dette i min utvelgelse av antall informanter.

Selv om jeg fremstår til dels ambivalent gjennom min egen fremgangsmåte er det viktig å presisere at jeg har jobbet etter metningspunktet. Jeg har kontinuerlig analysert og gjennomført nye intervjuer parallelt, slik at jeg har hatt kontroll på mengden data. Siden PT-yrket anses som et relativt lite segment, og jeg undersøker noe konkret, vil jeg hevde at åtte informanter er tilstrekkelig i denne oppgaven, for å kunne besvare mine problemstillinger.

3.6 Intervjuguiden

Kvale et.al (2015, s. 144) anbefaler å ha to intervjuguiden, en med problemstillingene og en med intervjuspørsmålene. Måten jeg valgte å systematisere mine tre ulike problemstillinger på, var å låne antagelser fra mitt teoretiske rammeverk og ta de med inn i intervjuguiden. Disse er ikke nevnt som egne underproblemstillinger, men jeg undersøker om antagelsene stemmer, samt at de bidrar til å kunne besvare hovedproblemstillingene. I intervjuguiden er disse teoretiske temaene skrevet i ***fet kursiv*** form og ikke nevnt for mine informanter, men kun til hjelp for meg. Jeg anså det som nødvendig å dele teoriene opp i små temaer, slik at jeg får tilstrekkelig med data til at hovedproblemstillingene kan besvares. For å besvare problemstillingene rundt selvpresentasjon: Hvordan skaper en PT en kjøpsituasjon? Hvordan presenterer en PT seg i kjøpsituasjonen. Ble disse knyttet opp mot følgende teoretiske temaer;

- Hvilken forståelse av rammen «prøvetimer» har en PT, hvordan endrer en PT rammens innhold.
- Viktigheten av en trent PT kropp innad i de ulike rammene.
- Tidligere erfaringer rundt egen trening, kosthold og kropp, som kan si noe om bakgrunnen for det som kommuniseres (Uttrykk).

Den systemteoretiske problemstillingen; Hvilken sammenheng er det mellom en PTs selvpresentasjon og vedkommendes funksjon i Fitness-systemet? Ble knyttet opp mot følgende teoretiske temaer;

- Kommunikasjon i Fitness-systemet.
- Hvilken type kropper passer inn i Fitness-systemet.
- Materielle forventingsstrukturene relatert til ulike kroppsfasonger.

Grunnen til at jeg valgte en slik tilnærming var at jeg på forhånd ikke kunne si noe om hvor skoen vil trykke hen i lys av mine teoretiske antagelser. Derfor var det viktig i rammeverket og i intervjuguiden å ha flere strenger å spille på. Et annet argument for en slik inndeling er at det gir en viss struktur innad i intervjuguiden, dette gjør analysen min lettere (Kvale et al., 2015, s. 114). Det er dermed ikke sagt at det som en informant sier under et tema knyttet opp mot selvpresentasjon, ikke har verdi ut ifra et systemteoretisk ståsted. Dette må sees i relasjon til tidligere nevnte meso-makro nivåer.

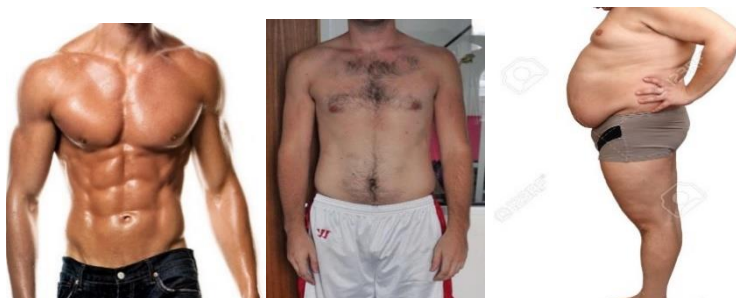
Jeg operasjonaliserte intervju spørsmålene ved en kombinasjon av teoretiske antagelser, egen erfaring og tidligere forskning. Siden intervjuguiden bærer preg av mitt teoretiske rammeverk, er det viktig å presisere at jeg ikke har hatt som formål å hypotese-teste teoriene (deduktiv). I henhold til den induktive tilnærmingen går jeg fra data til teori, men jeg så det likevel som hensiktsmessig å knytte intervjuguiden opp imot relevante teorier. Derfor kan teoriene sees på som verktøy eller rammeverk, som hjelper meg på veien med å besvare problemstillingene mine. Det er derfor jeg inntar en teori-informert induktiv tilnærming. For å kvalitetssikre mine intervju spørsmål måtte jeg tenke igjennom rekkefølgen på spørsmålene, og hvilken relevans hvert spørsmål hadde i forhold til problemstillingene og rammeverket. Dette er en viktig del i utarbeidelsen av

intervjuguiden, spørsmålene må ha en merverdi (Flick, 2014, s. 210). Jeg så derfor min egen intervjuguide med et kritisk blikk, og dette medførte at jeg endret rekkefølgen etter hvert som jeg startet å intervju.

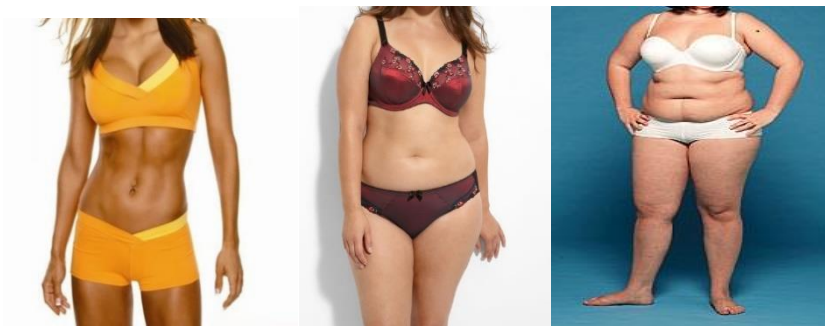
Helt innledningsvis i intervjuguiden starter jeg med enkle faktaspørsmål. Grunnen til dette er at det er relativt enkle spørsmål, og ikke krever noe refleksjon fra informantens side. Videre valgte jeg noe introduksjonsspørsmål. Dette var for å vise at jeg var interessert i informanten, og deres arbeidshverdag. Etter dette beveget jeg meg over på spørsmålene som ble relevant for selve problemstillingene. Jeg valgte å starte med spørsmål som var knyttet opp mot kjøpssituasjonen, da utgangspunktet kan ses naturlig i forhold til hvordan en PT jobber. Jeg startet derfor med spørsmål som kunne si noe om prøvetimene og hva som kjennetegnet den arenaen. Kvale et.al (2015) anbefaler å starte med konkrete spørsmål knyttet opp mot en konkret hendelse. Dette gjorde jeg bevisst fordi jeg ønsket at intervjuet skulle starte uten noe form for sensitive temaer. Jeg erfarte veldig tidlig at jeg måtte varme opp informantene, vi måtte skape en relasjon under intervjuet, før jeg fikk «tillatelse» til å komme nærmere inn på deres egne holdninger til kropp, trening og kosthold. Når jeg gikk over på de mer systemteoretiske spørsmålene, fikk informantene muligheten til å snakke om noe annet igjen. Intervjuspørsmålene ble derfor varierte, og informantene ble ikke bare spurt om personlige spørsmål rundt deres egen fremtreden.

For å undersøke hvilken type kropper som passet bedre inn i Fitness-systemet enn andre, valgte jeg på slutten av intervjuet å vise frem tre ulike bilder; Idealkropp, normal og overvektig.

Disse bildene ble vist til mine mannlige informanter fra ideal, normal og overvektig kropp;



Følgende bilder ble vist til mine kvinnelige informanter i samme rekkefølge;



For å operasjonalisere de ulike kroppene inn i kategorier, valgte jeg å basere meg på hva som kjennetegner disse kroppene, og hvilke kompleksiteter menn og kvinner har rundt sine kropper. Menn ønsker å fremstille seg selv som sterke og muskuløse, med lite kroppsfett (Barland et al., 2010; Pope et al., 2002), samt at de ofte har kompleksiteter knyttet til lite muskler på overkroppen (Wichstrøm & Kvalem, 2007). Kvinner ønsker en mer tynnere og slankere form på sin kropp, og har kompleksiteter for mage, rumpe og lår (Barland et al., 2010; Wichstrøm & Kvalem, 2007). Derfor hadde jeg særlig fokus på disse områdene da jeg plukket ut bildene. Jeg valgte bevisst å kutte ut ansiktene, dette av to grunner. Jeg ønsket ikke at ansiktene skulle være noe informantene hang seg opp i, det var kun mengden fett og muskler som skulle skille de tre ulike kroppene. Det andre er anonymiteten til de som er avbildet på disse bildene ovenfor. Bildene er hentet fra google gjennom å bruke søkeord som; *Female idealbody, men idealbody, obesity, normal man/woman*. Jeg prøvde å finne bilder med tilnærmet lik bakgrunn og størrelse. Når bildene ble vist, brukte jeg bevisst ikke ord som *idealkropp* eller *overvektig*. Jeg var ute etter deres spontane refleksjon rundt bildene, om jeg ville ha ut informasjon knyttet til en bestemt kropp, pekte jeg istedenfor å navngi bildet. Dette er viktig for å ikke stille ledende spørsmål (Kvale et al., 2015). For å forsikre meg om at bildene traff målgruppen, gjennomførte jeg to pilotintervjuer. Jeg vil videre fortelle i korte trekk hva jeg var bevisst på under pilotintervjuene og i de øvrige intervjuene.

3.7 Gjennomføringen av intervjuene

Totalt ble det gjennomført 10 intervjuer av personlige trenere, derav 2 av disse var pilotintervju. Alle intervjuene ble gjennomført i perioden september til november 2016. I forkant hadde alle informantene fått utdelt informasjonskriv, og jeg gjentok innholdet

i disse. På den måten fikk jeg et informert samtykke av hver informant, dette ble gjort muntlig. Det å ha muntlig samtykke egner seg så lenge det man skal snakke om, ikke omhandler private detaljer rundt ens persons liv, eller sårbare grupper (Fangen, 2004, s. 155). Thagaard (1998, s. 21-24) poengterer at det er viktig at informantene får kjennskap til målet med studien, hvordan dataene vil bli behandlet, samt hvordan man opprettholder prinsippet om konfidensialitet og frivillighet. I min oppgave vil det som blir sagt under intervjuet ikke være konfidensielt, men deres personopplysninger er konfidensielt, og skal ikke kunne knyttes opp mot den enkelte informant. Navnene til informantene ble derfor byttet ut med fiktive navn⁶. Det er ekstremt viktig at personopplysningene og det øvrige datamateriale kun er tilgjengelig for forskeren. Det ble ikke søkt om godkjenning fra NSD⁷. Jeg så ikke dette som nødvendig siden jeg ikke vil få tilgang på sensitive opplysninger, som straffbare forhold, helseopplysninger og lignende (Fangen, 2004, s. 159). Det er allikevel ingen garanti for at man ikke kan komme opp i situasjoner der man får tilgang til sensitiv informasjon. Før man setter i gang et forskningsprosjekt bør man reflekterer over mulige sensitive opplysninger som kan dukke opp (Postholm, 2005, s. 145). I mitt tilfelle, vedrørende kropp, trening og kosthold, kunne sensitive temaer være spiseforstyrrelser. En av informantene kom med veldig sterke uttalelser som kan relateres i retning av spiseforstyrrelser. For å beskytte informantens anonymitet, valgte jeg derfor å fjerne sitater som omhandlet akkurat det.

Pilotintervjuet handler ikke bare om å kvalitetssjekke og teste ut intervjuguiden, men det kvalitative forskningsintervjuet må også sees på som et form for håndverk (Kvale et al., 2015, s. 101). Som nevnt innledningsvis i dette metodekapittelet vil det som skjer i intervjusetting (inni den svarte boksen) være skjult for alle andre, bortsett fra forskeren og informanten. Dette vil stille store krav til mine sosiale og pedagogiske ferdigheter. Til forskjell fra kvantitativ forskning foregår kvalitativ forskning relasjonelt mellom subjekter, og ikke enn subjekt (forsker) - objekt relasjon (Krumsvik, 2014). Dette var noe jeg fikk erfare gjennom pilotintervjuene, da jeg hadde en tendens til å tviholde på intervjuguiden, og i liten grad stilte oppfølgingsspørsmål. Jeg behandlet på det stadiet mine pilotinformanter som «objekter». Jeg forventet at spørsmålene automatisk ville gi

⁶ Det kan allikevel hende at informantene gjenkjenner sine egne sitater.

⁷ Norsk senter for forskningsdata.

meg svar, og jeg glemte det relasjonelle aspektet i intervjusettingen. Jeg valgte derfor å konfrontere mine pilotinformanter i etterkant, rundt hvordan de opplevde intervjusettingen med meg som forsker. Fra de fikk jeg verdifull tilbakemelding. Jeg måtte gi informantene bedre tid til å tenke før jeg gikk videre, samt å utfordre de mer når jeg viste frem bildene.

En vanlig kjensgjerning i den kvalitative metoden er at man tenker at forskeren avdekker en urørt livsverden hos en informant. Så lenge man stiller gode intervju spørsmål, og kommer nært inn på informanten, kan man da få avdekket deres reelle opplevelse av verden. Siden jeg forankrer oppgaven i en sosial konstruktivistisk teoritradisjon, kan kunnskap som erindres ut fra intervjuet forstås som konstruert mellom forsker og informant. Informanten kan også ha et ønske om å styre retningen på intervjuet. En kan derfor si at; «*Et interview er ikke en tapning af interviewspersonens subjektive erfaring og mening, men et socialt møde, hvor erfaring bliver fortolket og mening bliver skap*» (Järvinen & Mik-Meyer, 2005, s. 29-30). En kan dermed forstå det kvalitative intervjuet som en kunnskapskonstruksjon. Dette ser jeg i nær relasjon til Goffman (1992, 1986). Jeg vil hevde at nettopp det kvalitative intervjuet kan forstås som en *frontstage*. Både intervjuer og informant, kan prøve å inntrykksstyre motparten. Det foreligger en forventning fra både informanten og forskeren. Vi vil sette hverandre inn i spesifikke sosiale kategorier (Järvinen & Mik-Meyer, 2005, s. 32). Grunnen til at dette blir løftet frem her, er at jeg selv var veldig bevisst på min egen rolle under intervjusettingen. Jeg tok høyde for at det kvalitative intervjuet var ett *frontstage* område, og at motparten (informanten) ville analysere min atferd. Jeg valgte derfor å tenke igjennom bekledningen min, og hvilke uttrykk jeg ønsket å sende ut. De av informantene som jeg hadde en viss kjennskap til fra før, og der jeg opplevde en positiv respons i forkant, benyttet jeg formelle klær. Her hadde vi allerede etablert en viss kjemi i forkant, via fysisk kontakt eller telefon. Da var det viktig for meg å signalisere at dette ikke var «kompis ramme», men en «formell ramme». Jeg benyttet mer uformelle klær for de av informantene som virket skeptiske i forkant. Dette for å minske avstanden mellom meg som forsker og mine informanter. Jeg ville da vise at jeg var en av dem, og redusere forskningseffekten i selve intervjusettingen.

7 av de 8 intervjuene ble gjennomført på et kontor på informantenes arbeidsplasser. Kontoret vi befant oss på under intervjuene var også der informantene gjennomførte «prøvetimen» med kundene. Dette gjorde det utfordrende for meg som forsker, siden plassen for intervjuet ikke var anonym for oss begge. Jeg la vekt på å starte intervjuene med enkel smaltalk der jeg presenterte meg selv. Jeg ønsket å gi uttrykk for at jeg var en av dem. Tillitsspektet ble en avgjørende faktor for at jeg fikk de dataene jeg fikk. Siden jeg måtte bruke tid på å varme opp informantene, varte intervjuene fra 1 time, til 1 time og 55 minutter. Dette var en konsekvens av at jeg valgte å starte med generell prat, før jeg gikk inn på selve intervjuguiden. Følgende vil jeg si noe om hvordan jeg analyserte mine data.

3.8 Analyser parallelt med intervju

Når man går fra tale til tekst er det en utfordring å få med det non-verbale aspektet i intervjusettingen (Kvale et al., 2015, s. 186-187). Det første jeg gjorde etter hvert intervju var å lytte gjennom hele intervjuet fra båndopptakeren⁸. Det var for å lagre de steder der informanten brukte ironi, virket sikker, eller ambivalent. Jeg noterte så ned hvor i intervjuet disse elementene oppstod, slik at jeg i min senere transkribering kunne ta høyde for dette. All form for transkribering ble videre gjort av meg i etterkant av hvert intervju, dette for å beholde datamaterialets konfidensialitet (Kvale et al., 2015). Totalt fikk jeg 130 sider med enkel linjeavstand av åtte intervjuer. Jeg valgte å ha bokmål som form på alle intervjuene, for å sikre informantenes anonymitet ytterligere.

Det er anbefalt å bestemme tidlig hvilke analysemodeller man ønsker å benytte seg av, før man går inn og intervjuer (Kvale et al., 2015, s. 198). Siden oppgaven bygger på personlige og teoretiske antagelser, ble det viktig for meg å ikke innta en positivistisk tilnærming med forhåndsdefinerte kategorier. Jeg måtte derfor evne å beholde helhetsperspektivet i henhold til den kvalitative metoden (Thagaard, 1998, s. 125). Siden jeg hadde klare temaer jeg ønsket å få belyst, tok jeg utgangspunkt i temasentrert analyse, men valgte å implementere personsentrert analyse grunnet helhetsperspektivet. Førstnevnte innebærer at jeg som forsker tar utgangspunkt i et

⁸ Basert på (Postholm, 2005, s. 103-104)

eller flere temaer, og sammenligner intervjuene opp imot disse temaene. Personsentrert har fokus på en enkelt enhet, altså ett intervju (Thagaard, 1998, s. 126). Tidlig i analysen mens jeg fortsatt intervjuet, så jeg meg nødt til å være reduksjonistisk i temaene jeg valgte ut, siden jeg har ett todelt teorikapittel valgte jeg å ha to temaer.

- Selvpresentasjon under prøvetimene.
- Hvordan en PT opererer i Fitness-systemet, relatert til kommunikasjon, kropp og materielle forventningsstrukturer.

Hvert intervju ble så meningsfortettet, det innebærer at man korter ned informantens utsagn i kortere form uten å miste dens mening (Kvale et al., 2015). Jeg knyttet så det jeg hadde meningsfortettet inn i hvert av disse temaene, slik at jeg hele tiden hadde kontroll på metningspunktet og hvordan jeg lå an. Metningspunktet for meg i denne oppgaven var ikke å gi en helhetlig beskrivelse av livsverden til en PT. Nyansene ble løftet frem, men mitt hovedanliggende var at metningspunktet var sentrert rundt mine problemstillinger. Helhetsforståelsen rundt intervjuene hentet jeg frem igjen i den mer dyptgående analysen. Der åpnet jeg opp for forskjeller og kontradiktoriske funn. Jeg så meg nødt til å gjøre det på denne måten mens jeg fortsatt var ute i feltet og intervjuet, skulle jeg greie å legitimere at jeg faktisk arbeidet etter metningspunktet.

Analysedelen

For å sikre at jeg beholdt helhetsperspektivet på mine data valgte jeg videre å analysere hvert intervju mer dyptgående, når alle intervjuene var gjennomført. De utsagnene som fattet min interesse fra et intervju, ble nå analysert i lys av intervjuet som helhet. Dette kan forstås som hvordan man analyserer en kroppsdel i forhold til resten av kroppen (Thagaard, 1998, s. 149). Jeg leste det ferdige transkriberte materialet fra hvert intervju, og noterte ned i marginen hva hvert avsnitt omhandlet. Jeg var nå i en mer personsentrert del av analysearbeidet. Etter at jeg var ferdig med et intervju satt jeg derfor igjen med beskrivende temaer fra det hva den enkelte informant la vekt på. På dette stadiet prøvde jeg å løsrive meg fra mitt teoretiske rammeverk, og lette etter nyanser, jeg var derfor i en beskrivende fase (Thagaard, 1998, s. 151). Dette ble en viktig del av min analyse, da flere av mine informanter svarte motsigende på en del

spørsmål. Dette ble særlig gjeldende når vi kom inn på hvilken type kropper som passer inn på et treningssenter. Fordelen ved at jeg tok for meg hver enkelt enhet (intervju) på dette stadiet, var at jeg senere kunne gå tilbake å få tak på helheten fra hvert intervju. Jeg gikk deretter over til å sammenligne intervjuene. I denne fasen gikk jeg fra beskrivende til teoretisk tolkning. På dette stadiet vil kategoriene som dannes settes inn i en teoretisk sammenheng (Thagaard, 1998, s. 159). Jeg flyttet derfor fokuset over på den temasentrerte delen av min analyse.

Jeg som forsker i denne oppgaven, gjør en annenordens-observasjon (Schuldt, 2006, s. 59). Dette fikk føringer for hvordan jeg utviklet mine temaer. Jeg kunne derfor observere hvordan personlige trenere observere, og i lys av intervjuene belyse hvilke distinksjoner som var tilstede, og avdekke disse. Følgende teoretiske temaer ble utviklet, som leseren kan se igjen i mitt resultatkapittel:

- Kontoret – en ramme for salg og relasjon.
- Alt omhandler salg.
- En PT trener for utseende og det funksjonelle.
- Den normale og trente kroppen er å foretrekke.
- En PT er klar over de materielle forventningsstrukturene.
- Kundene blir presentert for Fitness-systemets forventinger.
- Kommunikasjon som styrketrening.

Ut ifra disse ble underkategorier til hvert enkelt tema dannet. Underkategoriene representerte forskjellene og nyansene innad. Jeg fant det utfordrende og finne hovedtemaer som var presise og kortfattet. Jeg valgte derfor litt vide teoretiske temaer med påfølgende underkategorier, som utdyper bredden i hver kategori. Jeg lagde så seks forskjellige konvolutter med påfølgende hovedkategorier og underkategorier knyttet til hvert tema, og klippet ut sitater fra intervjuene inn i de ulike konvoluttene. På dette stadiet kan en si at en løsriver sitater fra sin opprinnelige kontekst, og helhetsinntrykket kan forsvinne (Thagaard, 1998). I slutten av analysedelen var jeg derfor bevisst på ikke utelukkende søke etter bekreftelse. Som nevnt tidligere vil en *bekreftelses bias* fort slå inn, om man ikke evner å åpne opp for alternative forklaringer.

Måten jeg tok høyde for dette var å rekontekstualisere mine funn. Det vil si at jeg analyserte hvert enkelt sitat jeg hadde plukket ut, og analyserte sitatene i forhold til intervjuets opprinnelige kontekst (Malterud, 2011, s. 107). På den måten følte jeg meg mer sikker på at det jeg hadde plukket ut av sitater var representativt for hvert enkelt intervju. En kan derfor si at jeg tok et steg «tilbake» i analysen før jeg så meg ferdig. Dette ble et viktig element i min analyse da jeg var opptatt av å ikke overtolke, men tolke mine funn.

Oppsummert har min analyse bestått av fire faser. Den første fasen var en umiddelbar refleksjon etter hvert intervju. Deretter en innledende fase bestående av å nå metningspunktet, mens jeg fortsatt intervjuet. En mer personsentrert analyse, der forskjellene og hvert enkelt intervju stod i fokus. Avslutningsvis utviklet jeg mine teoretiske temaer, parallelt med rekontekstualiseringen. I min resultatdel er enkelte sitater oppført med (...) dette betyr at sitatet er meningsfortettet og kortet ned. Der det står kun tre prikker ... betyr dette at informanten har tenkepause eller ikke avslutter det han/hun sier. Ved < > betyr det at jeg som forsker har lagt inn et ord slik at det resterende sitatet gir mening. Enkelte plasser er også utropstegn og spørsmålstegn tatt med, der informanten uttrykket seg bestemt eller spørrende i et konkret utsagn.

3.9 utfordringer knyttet til den kvalitative metoden

I dette avsnittet vil jeg drøfte hvilke utfordringer jeg stod ovenfor i denne oppgaven, knyttet opp mot etikk, validitet og reliabilitet. Disse tre begrepene må ikke sees på som isolerte deler, men de preger alle fasene i et forskningsprosjekt (Kvale et al., 2015).

Etikk

Etikk innen kvalitativ forskning opererer med litt andre rammer enn i medisinsk forskning. Sistnevnte er ofte tuftet på rigide mekaniserte regler og prosedyrer som må følges til enn hver tid (Kvale et al., 2015, s. 85). I kvalitativ forskning derimot er det vanskelig å forutse hvilke situasjoner forskeren kan komme opp i. Når man skal vurdere god/dårlig etikk i kvalitativ forskning, kan Aristoteles dydsetikk, og begrepet *fronesis* være relevant å trekke inn. *Frónesis* innebærer å trekke de rette beslutningene i en gitt situasjon, *frónesis* i kvalitativ forskning kan derfor forstås som praktisk klokskap og er

situasjonsbetinget (Brown & Granberg, 2012, s. 203). Kvale et.al (2015) argumenterer for at fronesis og det kvalitative forskningsintervju kan sees i relasjon til hverandre, disse ferdighetene krever at man kan utføre et godt håndverk. Man blir derfor ikke god til å intervju eller til å utøve god fronesis ved å kun arbeide teoretisk. Dette erfarte jeg selv flere ganger, det som fungerte godt å snakke om for en informant opplevdes som mer ubehagelig for en annen informant. Da er det viktig at jeg som forsker evner å fange opp dette i situasjonen, og justerer spørsmålene og eventuelt går videre i intervjuet. Jeg måtte derfor kontinuerlig reflektere over min egen rolle som forsker, slik at jeg kunne ta med meg erfaringene over til neste intervju. Et problem ved å kun basere etikken sin på begrepet fronesis er at den gir oss ingen klare retningslinjer for de situasjonene vi kan ende opp i, den blir veldig kontekstavhengig (Brown & Granberg, 2012, s. 205). Derfor anbefaler Kvale et.al (2015 s. 80) og drøfte hvilke ulike etiske dilemmaer som kan oppstå gjennom de ulike forskningsfasene. Jeg vil følgende trekke ut noen sentrale etiske utfordringer som jeg reflekterte rundt før, under og etter datainnsamlingen.

I forkant måtte jeg reflektere rundt formålet og mulige implikasjoner min studie kunne få. Mitt formål var knyttet opp imot mine problemstillinger, der kjøpsituasjonen og en PTs funksjon innad i Fitness-systemet var mitt utgangspunkt. Mine resultater ble såpass rikholdige, og resultatene indikerer elementer som kan tale negativt for mine informanter og PT-yrket. På den måten kan min oppgave rette et kritisk blikk på PT bransjen, selv om dette ikke var min intensjon. På den måten ble det ekstremt viktig for meg å beskytte mine informanter, samt å løfte opp de nyansene som ble avdekket. Jeg kunne for eksempel valgt å luke ut de to informantene som ikke jobbet fulltid, men valgte å innlemme disse da deres funn var kontradiktoriske i forhold til de andre. På den måten vil jeg hevde at jeg gir et så helhetlig bilde som mulig basert på mine data.

I selve intervjuesettingen var det viktig at informantene ble presentert med formålet med oppgaven, samt hvordan deres personopplysninger ble behandlet. Jeg valgte bevisst å ikke nevne mine problemstillinger, verken i informasjonsskrivet eller før intervjuet startet. Istedenfor ble følgende beskrivelse gitt som skulle «forklare» oppgavens formål:

«Dette prosjektet har som mål å undersøke hvordan en PT forstår kropp, trening og helse på. Samt hvordan en PT kommuniserer til sine PT kunder.» (Se vedlegg 2)

Det var derfor viktig at informanten hadde det klart for seg at det var måten han/hun trente og kommuniserte til sine kunder på som skulle stå i fokus. Hadde jeg nevnt at det ville bli vist bilder av ulike kropper, eller nevnt ordet selvpresentasjon kunne mine informanter ha forberedt seg (Postholm, 2005, s. 146). Ut ifra tilbakemeldingene fra mine informanter var de fleste positive i etterkant av intervjuene. To av informantene uttrykte at spørsmålene var litt annerledes enn de hadde forventet. Da ble det viktig for meg å utdype litt nærmere hva intensjonen var slik at informantene følte at jeg ikke utnyttet de. På den måten kan en si at fronesis ble gjeldene. For de av informantene som var litt skeptiske tok jeg derfor tak i dette etter intervjuet, og ga de en mer direkte forklaring på hva jeg undersøkte. Dette var ikke noe jeg kunne ha «planlagt» på forhånd, men det oppstod i situasjonen, spontant.

Det ble som nevnt ikke meldt inn til NSD i forkant, da denne studien ikke fikk tilgang til sensitive opplysninger, der personopplysningene ble brukt videre (Fangen, 2004). Dette må ikke tolkes som ansvarsfraskrivelse fra min side. Jeg var opptatt av å presisere via telefon og mail og før selve intervjuet startet, at alle personopplysninger kun ville bli behandlet av meg. Jeg presiserte også ovenfor informantene at denne oppgaven ville bli lest av andre. Jeg brukte derfor god tid på dette i forkant av hvert intervju, og oppga min egen mail og telefonnummer slik at informantene kunne kontakte meg i etterkant om de hadde spørsmål eller ønsket å trekke seg. På den måten opprettholdt jeg kravet om informert samtykke, selv om dette ble gjort muntlig (Postholm, 2005, s. 146). Jeg valgte etter intervjuene å transkribere alt selv, og lagre det transkriberte materiale på en ekstern harddisk. Personopplysninger ble videre slettet da jeg ikke hadde noe behov for disse. I transkriberingen var jeg nøye med å overføre tale til tekst ut ifra det informantene faktisk sa, det er et viktig etisk krav i forhold til å ivareta informantenes synspunkter (Postholm, 2005, s. 150). Jeg valgte også å opplyse om at alle informantene fikk tilgang til oppgaven når den var sensurert slik at informantene følte at de får noe igjen. Det er likevel ingen garanti for at enkelte av mine informanter ikke vil være fornøyd med måten jeg har fremstilt dem på. Jeg vil likevel hevde at jeg opererer

innenfor en god etisk ramme, da jeg ikke berører temaer som kan være til skade eller påføre smerte.

På den måten vil jeg hevde at jeg har hatt et etisk overblikk på min oppgave, og har ivaretatt kravene om informert samtykke, konfidensialitet, reflektert over konsekvenser, samt drøftet min egen rolle som forsker (se 3.4). Men det aller viktigste middelet for å opprettholde god etikk i denne oppgaven har vært å reflektere over mine handlinger i lys av begrepet fronesis.

Validitet

Validitet kan forstås som gyldighet. I kvalitativ forskning er det normalt å legge vekt på den interne gyldigheten, det vil si i hvilken grad man har greid å belyse det man var ute etter å belyse (Jacobsen, 2005, s. 214). En måte en kan undersøke den interne validiteten på, er å se om det informantene svarer, samsvarer med det som omtales som intersubjektivitet. Mine funn vil jeg hevde er konsistente. Seks av mine informanter som jobbet fulltid har klare gjennomgående trekk, de svarer noe forskjellig, men de er relativt samstemte. Dette ble særlig synlig under temaet som omhandlet salg (se 4.2), samt når bildene av de ulike kroppene ble vist frem (se 4.4 og 4.5). De to informantene som jobbet deltid svarte annerledes under det med salg, dette er noe jeg vil hevde styrker denne oppgavens interne validitet. De bekrefter at den bevisste endringen av atferd kun er tilstede om det er en høy antatt gevinst (salg av PT-timer). Informantene mine kommer også fra ulike treningssentre, og kun to av de totalt åtte informantene jobbet på samme arbeidsplass. Min tidligere redegjørelse av min egen rolle i denne oppgaven samt hvordan jeg gikk frem i forkant, under og i etterkant av datainnsamlingen styrker min interne validitet (Kvale et al., 2015, s. 253). På den måten vil jeg hevde at jeg har evnet å kunne få tak på den informasjonen jeg var ute etter å få tak i.

For å ytterligere sjekke den interne validiteten bør man også kryssjekke sine funn opp imot annen empiri eller forskning (Jacobsen, 2005). Som jeg vil komme tilbake til i min diskusjonsdel (se 5.1) samsvarer mine funn med gjeldende forskning. Jeg har også valgt å separere mine resultater fra diskusjonsdelen, dette vil jeg hevde gjør det lettere for

andre å etterprøve mine resultater. Andre forskere kan derfor på et senere tidspunkt gå inn i mine teoretiske temaer og få ett innblikk i hva jeg har funnet ut. Jeg har bevisst valgt å sette av god plass til mine resultater. Jeg vil hevde at denne oppgaven krever det, da det ikke før er gjort tidligere forskning med utgangspunkt i nevnte rammeverk og problemstillinger. Jeg har gjennom oppgaven ordlagt mine erfaringer og forventinger. Det er derfor viktig at forskeren ikke blir blendet av sine egne forutinntatte antagelser, men evner å gi en mest mulig helhetlig beskrivelse av det informantene frembringer (Repstad, 2007, s. 152). Grunnet dette vil leseren se at det er satt av stor plass til sitater og kommentarer i resultatdelen.

Selv om hensikten i oppgaven ikke har vært å generalisere til populasjonen som helhet, det som omtales som ekstern validitet, kan en likevel gjøre en teoretisk generalisering (Jacobsen, 2005, s. 222). Det innebærer at min empiri kan tale for at teoriene eksisterer på det feltet jeg har undersøkt. Jeg vil hevde at jeg har muligheten til å kunne gjøre dette, grunnet at mine funn er konsistente. En kan derfor si at mine funn har en ekstern gyldighet helt til andre forskere gjør en tilnærmet lik studie, og i så måte kan falsifisere mine funn i lys av mine teorier. Jeg kan derfor si noe om hvordan fulltids personlige trenere konstruerer seg selv, samt si noe om funksjonen de innehar i Fitness-systemet, men jeg kan ikke si at dette er den endelige sannheten. Jeg kan kun på nåværende tidspunkt argumentere for at mine funn kan generaliseres (Jacobsen, 2005, s. 223). På en annen side poengterer Kvale et.al (2015, s. 265) et viktig aspekt i denne sammenhengen; kvalitativ forskning innad i samfunnsvitenskapen må ikke hige etter å produsere viten som absolutt må og skal generaliseres. Kunnskapen jeg har produsert i denne oppgaven kan derfor forstås som kontekstavhengig.

Reliabilitet

Reliabilitet er nært knyttet opp imot validiteten, og kan defineres som hvor pålitelig mine funn er (Jacobsen, 2005). For å undersøke påliteligheten må en derfor se om det er noen målefeil som kan ha påvirket mine resultater. Om reliabiliteten er lav, og det er målefeil som kan ha påvirket resultatene, vil derfor validiteten også reduseres. En klar styrke i denne oppgaven er at de kvalitative intervjuene ble gjennomført i sin naturlige kontekst. Intervjuene ble gjennomført på informantenes kontor, deres arbeidsplass. Her

argumenterer Jacobsen (2005, s. 227) for at det foreligger en mulig svakhet ved at forskeren ikke får «innpass» av intervjuobjektet ved å intervju i en naturlig kontekst. Her vil jeg hevde at styrken rundt oppgavens reliabilitet er høy. Jeg har selv arbeidet som PT og alle mine informanter visste dette i forkant av intervjuet. Jeg fikk med andre ord tillit, denne tilliten var helt avgjørende for at jeg fikk de dataene jeg fikk i intervjuene. Intervjueffekten, det vil si at hvordan jeg fremstod kan også ha påvirket informantenes svar og kan i så måte gi målingsfeil (Jacobsen, 2005, s. 226). Måten jeg valgte å forberede meg på, gjennom min egen bekledning kan ha påvirket mine informanter. Jeg vil likevel hevde at dette styrket intervjusettingen da det ga meg tilliten til å komme nærmere mine informanter. En mulig svakhet med mine funn er at de ikke ble validert gjennom observasjon, det kan derfor være at enkelte deler av mine funn ville blitt ytterligere styrket om jeg kunne validert det mine informanter sa at de gjorde. På en annen side ville dette vært praktisk vanskelig å gjennomføre, da dette kunne ha skapt en enda større forskningseffekt slik jeg ser det.

Som nevnt kan verken reliabilitet eller validitet isoleres til enkelte deler av en studie. Jeg vil hevde at måten jeg fremlegger dette metodekapittelet på, ved å gi leseren et innblikk i alle de metodiske fasene jeg har vært innom, styrker oppgavens validitet og reliabilitet. Jeg argumentere derfor i lys av Krumsvik (2014, s. 50) som hevder at all kvalitativ forskning må underlegges et koherent, transparent og stringent design. Dette gjør at andre forskere har muligheten til å selv vurdere oppgavens reliabilitet og validitet. Selv om det er jeg som forsker som har ansvaret for disse begrepene, er det likevel viktig å klargjøre tydelig ovenfor andre forskere og lesere hvordan en har gått frem. Derfor er åpenheten rundt hva man har gjort et helt sentralt element skal man kunne vurdere reliabiliteten og validiteten (Jacobsen, 2005, s. 231).

4. Resultater

Denne oppgaven har tre problemstillinger som jeg her vil knytte mine funn opp imot; Hvordan skaper en PT en kjøpsituasjon? Hvordan presenterer en PT seg i kjøpsituasjonen? Hvilken sammenheng er det mellom en PTs selvpresentasjon og vedkommendes funksjon i Fitness-systemet?

Jeg har valgt å presentere funnene i en rekkefølge som samsvarer med hvordan man konkret arbeider som PT, og hvordan man da møter potensielle kunder. På den måten vil det være enklere å trekke ut det som kan knyttes opp mot selvpresentasjon og Fitness-systemet. Jeg presenterer først hvordan første møte mellom PT og kunde starter inne på kontoret, hvor jeg viser til ulike salgsteknikker som den enkelte informant iverksetter for å overbevise kunden om at de må kjøpe PT-timer. Jeg anser dette som nødvendig for at jeg kan hevde at den bevisste endringen av atferd er tilstede. Deretter løfter jeg frem hvilke forhold mine informanter har til sine egne trenings og kostholds rutiner, som er med på å belyse hvordan de ønsker å bli oppfattet av sine kunder. Etter dette vil jeg løfte frem hvordan mine informanter reflekterte rundt de ulike kroppene jeg viste frem, dette er med på si noe om hvilke kropper som passer inn i Fitness-systemet. Avslutningsvis i resultatdelen løfter jeg frem hvordan en PT hjelper sine kunder til å svare på de forventningene som foreligger.

4.1 Kontoret- en ramme for relasjoner og salg

Alle mine informanter uttrykte at prøvetimen startet inne på kontoret. En prøvetime er en eller to timer hvor kunden har muligheten til å få en smakebit på hva det å trene med PT innebærer. Prøvetimen var todelt for mine informanter. De kunne enten få inn et salg inne på kontoret uten å ha trent med kunden, eller man kunne ta kunden ut i treningssenteret, og «vise» de hva de måtte mestre av treningsformer for å nå deres treningsmål. Majoriteten av informantene uttrykket at det var noe særegent med kontoret som muliggjorde, og la til rette for kjøpsprosessen. En del av de kvalitative forskningsintervjuene ble gjennomført på disse kontorene. Det som karakteriserte disse kontorene var deres profesjonelle ramme. Jeg fikk flere ganger en følelse av en lege – pasient konsultasjon, der PT sitter på en kontorstol ovenfor kunden, avskilt av et bord.

Flere av informantene uttrykte også at relasjonene som er mulige å skape inne på kontoret var viktig, fordi det var med på å danne grunnlaget for et potensielt salg.

De materielle rammene

Gunnar mener at kontoret er viktig i møte med nye kunder fordi det er med på å skape tillit mellom PT og kunde. Her snakker Gunnar om hvordan et lukket område som kontoret er mer egnet enn et åpent areal som resepsjonen;

«Vi hadde tidligere en data der ute <i resepsjonen> det en ser når døra lukkes er at kundene åpner seg mer. Jeg ber de gjerne lukke døren, da sier de først at det ikke er så viktig, men når døra lukkes kommer det mer fortrolige ting ut»

Noe av det samme kommer igjen hos Øyvind, kontoret her er med på å få kunden til å åpne seg mer opp;

«Jeg har hatt to prøvetimer før ute i resepsjonen der andre folk drikker kaffe og sånn. Det er klin umulig å få ut informasjon av et menneske som fra før av kanskje er litt beskjeden, og føler selv at han ikke ser noe bra ut. Du bør være på et lukket rom der det kun er deg og kunden»

Tone uttrykker også at den private rammen et kontor gir, er med på å gjøre situasjonen mer trygg for en ny kunde;

«Det blir jo mer privat, vi trekker oss litt tilbake. Hadde vi sittet ute i kafe området ville vi blitt påvirket av veldig mange forskjellige faktorer (...) og kanskje de da føler at de blir sett mer enn de ønsker. Når man trekker seg mer privat, åpner det seg for en mer privat dialog og man er heller ikke i selve treningen <man er skjermet fra der de andre medlemmene trener>.»

Didrik er veldig bevisst på hvor han selv skal sitte på kontoret i forhold til kunden. Her snakker han om hvordan han plasserer seg selv i forhold til kunden, som er med på å skape en trygg ramme;

«(...) Da må vi passe på at jeg sitter vendt mot veggen altså rett ved døren, slik at kunden ser ut vinduet, slik at kunden ser ut i treningslokalet og ikke inn i veggen (...) Jeg testet dette på meg selv og da fant jeg ut at det ble veldig innestengt, fordi om man ser ut av kontoret har de <kunden> ofte lyst å snakke mer (...) de åpner seg mer opp, det blir tryggere»

Didrik er også veldig bevisst på sin egen rolle. Han ønsker å vise seg fra sin beste side inne på kontoret; *«Man må være veldig imøtekommende (...) prøve å vise best mulig førsteinntrykk, kunden skal føle seg komfortabel der <på kontoret>»*. Arild er også veldig bevisst på sin egen plassering inne på kontoret, dette er med på å gi settingen en profesjonell ramme når jeg spør om hvorfor kontoret er så egnet;

«Det føles mer profesjonelt, men jeg synes det er bedre å bruke sjefens sitt kontor, da kan man sitte over bordet (...) Har du den typiske advokat damen på den andre siden, da forventer hun at det skal være profesjonelt, og hun forventer at vi skal sitte ovenfor hverandre».

Kontoret er der man selger PT timer

Kontoret var ikke bare en egnet arena for å knytte bånd til den enkelte kunde, men kontoret var særlig egnet for å kunne selge PT timer. Kontoret var derfor med på å gi første møte et kommersielt preg, det omhandler salg av PT-timer.

Petter var veldig tydelig på at PT-yrket handlet om det kommersielle. Han har jobbet i over 10 år som PT, og levert rundt femten tusen PT timer. Han forteller åpent og ærlig om hvordan prøvetimene på kontoret, er den viktigste arenaen der man kan snakke seg til et salg;

«Nok en gang kommer det kommersielle inn i bildet, det er den eneste måten vi kan greie å snakke <selge> timer inn på (...) Fra en PT sitt ståsted så handler det om det <å selge>, det er der du kan vise deg, friste kunden (...) der du kan tilby

dine tjenester. For kunden er det jo viktig å få en innføring i treningsgreia, men siden du spør om vår rolle, er det ganske utelukkende salg»

En av måtene Petter mener man kan friste kundene på, er å legge opp samtalen rundt å skape en god relasjon inne på kontoret;

«Det som er veldig viktig da er å kunne selge seg inn, å vise at du er en hyggelig fyr å være sammen med. Det høres jo liksom helt tulle ut at her skal man bruke masse penger på å være med en hyggelig fyr, men det har ekstremt mye å si (...) Du må bli likt på en måte, du må greie å selge inn det der»

Arild er også veldig tydelig på at det er salg det handler om inne på kontoret, han ønsker at prøvetimene inne på kontoret skal brukes til å selge PT timer;

«Ja, det er der det skjer, der hvor det magiske skjer. Altså det er der du får signert kontrakten (...) tidligere i PT-karrieren min var jeg veldig utdypende på pris, og liksom fortelle de hva jeg kunne (...) fortelle de hva jeg kunne tilby dem og alt sånt. Kanskje ta de med ut i treningsstudioet å trene de, men nå føler jeg at det er der inne, det er der det skjer, det er der inne <på kontoret> at jeg vil at det skal skje»

Henrik var en av de som leverte flest PT-timer på sin arbeidsplass, han uttrykker også dette forholdet mellom å skape tillit, for å deretter få inn et salg; *«Det at jeg greier å skape tillit føler jeg er helt avgjørende for å kunne selge da (...) jeg kunne ikke holdt oppe samme snittet på salg om jeg hadde vært i resepsjonen nei»*. Intervjuer: Så om jeg forstår deg rett så er de prøvetimene på kontoret viktig for deg? *«I forhold til salg er de helt avgjørende, er jo der jeg gjør 90 prosent av salgene mine»*

Måtene disse informantene ovenfor snakket om salg på, oppfattet jeg som helt naturlig for informantene å snakke om. En del av informantene tok til ordet for dette med salg inne på kontoret uten at jeg selv spurte direkte om det. Dette tyder på at kontoret med sin profesjonelle utforming og lukkede atmosfære, er viktige faktorer når det kommer

til å selge. Kontoret som en arena for å ha første møte med en kunde, er derfor ikke tilfeldig valgt. Slik jeg tolker informantene mine var selve kontoret viktig for å kunne danne grunnlaget for en relasjonsbygging med den nye kunden, siden ingen andre kunne overhøre deres samtaleemner.

4.2 Alt omhandler salg

Inne på kontoret benyttet mine informanter seg av en rekke strategier for å kunne legge til rette for et salg. Her kommer den bevisste endringen av atferden til syne, mine informanter var veldig tydelig på hvordan de skulle gå frem, det med salg fremstod som en nøye planlagt prosess som ikke bar preg av tilfeldigheter. På den måten skal ikke en PT bare fremstille seg selv som en «hyggelig person» med gode sosiale antenner, men kommunikasjonen en PT vektlegger omhandler målet, som da er salg av PT-timer. Det ble også antydning klare forskjeller, de av informantene som leverte flest PT-timer per måned, snakket åpent og fritt om de ulike salgsstrategiene. To av de åtte informantene som ikke leverte så mange PT timer, uttrykte i liten grad at dette med salgsstrategier var noe de benyttet seg av. Denne kategorien i lys av mitt datamateriale er den som er mest konsistent. Jeg hadde informanter som snakket store deler av intervjuet om disse salgsteknikkene. Grunnet plassbegrensning vil jeg derfor belyse hovedtrekkene.

Å forstå viktigheten av salg

Arild ble overrasket når han begynte å arbeide som PT, at det var salg alt omhandlet. Her snakker Arild om hvordan han føler at de tankene han hadde når han begynte, endret seg fra å handle om trening og fag, til det å kunne mestre salg og skape de gode relasjonene;

«Husker utdanningen min på Bali da fikk jeg et inntrykk at det var så enkelt fordi jeg virkelig brann for faget. Men det du faktisk lærer om trening og sånn har ikke så mye å si, fordi alt handler i bunn og grunn om salg. Så er det jo det at du også skal prøve å holde på kundene da, og da må du kunne greie å skape og bygge gode relasjoner (...) En vanlig mann i gata greier ikke å skille mellom en helt eksepsjonelt god PT, og en helt ordinær PT. Fordi han som tilsynelatende er den

eksepsjonelt gode personlig treneren fremstår «best», fordi han har det salgstrynet i bunn, og kan skape gode relasjoner, det er liksom der det ligger»

Astrid ble også overrasket da hun begynte å jobbe fulltid som PT. Her snakker hun om hvordan synet på det å jobbe som PT har endret seg;

«Ting har endret seg veldig siden jeg starta. Jeg hadde ikke noe tanker om bedriften eller hvordan ting fungerte, men det jeg har kommet frem til nå er at jeg er en butikk i butikken til Elixia. For jeg må jo ordne alt selv (...) Man må få solgt det der inn, det å være en butikk, det å få folk <kundene> til å skjønne at om vi samarbeider så kommer vi faktisk i mål»

Disse tankene til Arild og Astrid er derfor noe som kommer av deres jobb som PT, de kommer ikke utenifra, men som en mulig årsak av at de er i selve treningssenteret. Sidene tankene deres endrer seg i det de trer inn i jobben som PT, kan dette tyde på at det ligger noen føringer som enhver PT må forholde seg til, om de skal mestre yrket og overleve.

Forberedelse før en prøvetime

Før en prøvetime var det for enkelte av informantene viktig å gjøre en bakgrunnssjekk på kunden via sosiale medier, slik at de best mulig kunne forutse hvem de skulle møte. Her snakker Arild om hvordan han bruker Facebook i forkant av en prøvetime;

«Det jeg har jobbet med er å kunne bli god på salg, og da lager jeg en kundeprofil, om det er rett eller galt <han forstår at dette kan virke rart>. Jeg er uansett opptatt av at jeg skal vite hvem vedkommende er (...) Jeg søker de opp på Facebook, altså hvem er det her for en person? er de i et forhold? står det noe om jobb eller økonomi? Det er jo litt stalking <forfølge personer på internett>, men er ikke noe jeg bruker videre»

Når Arild får inn yngre kunder på en prøvetime som er under atten år, og som må ha godkjenning av foreldre for å kjøpe PT-timer, fortsetter Arild å kartlegge uten at den yngre kunden er klar over det;

«De forstår det nok som om at det kun er smaltalk jeg holder på med, men jeg prøver å vinkle praten rundt å finne ut om det her faktisk er potensielle PT kunder videre. Da spør jeg de om de bor alene, om de har fulltidsjobb (...) det er kundeprofilering, det er det alt handler om.»

Når jeg spør Didrik om det er noe spesielt han tenker igjennom før en PT-time dukker Facebook også opp, som en metode for å forberede seg for å ha noe å snakke om, men også for å se hvilken kroppsfasong den nye kunden har;

«(...) Jeg ser hvilket Facebook- profilbilde de har, litt for å se hvilken person det er liksom, om de har bildet av en katt liksom, eller bildet av et eller annet de har gjort oppigjennom. Det er for å forberede meg litt, da har jeg noe å gå på før jeg ser kunden». Intervjuer: Når du bruker Facebook og ser på bilder, er det for å se om personen er overvektig eller normalvektig? «Ja det er jo en del av det, hvilken kroppsfasong de har, for det er jo viktig for hvordan jeg kan lede samtalen»

For Henrik er det også viktig å kartlegge kroppsfasongen til kunden gjennom Facebook;

«Jeg sjekker Facebook, jeg ser jo på utseende selv om det er vanskelig å bedømme de ut fra profilbildet da men. Sitter personen på et sykkelsete så tenker man kanskje at utholdenhet er viktig for den personen (...) Ser jo på profilbildet og kan danne seg noen tanker om det er vektreduksjon det er snakk om (...)»

Petter benytter seg av et kartleggings skjema som kunden fyller ut når de meldte seg inn. På dette skjemaet står det blant annet hvilket mål kunden har med sin trening, om det er vektreduksjon, økt styrke eller lignende. Kunden er ikke klar over at skjemaet

brukes under prøvetimen, på den måten stiller PT forberedt uten at kunden vet noe om det. Her snakker Arild om hvor viktig det er at en PT fort greier å få tak på målet til kunden;

«Kunden må føle at du tar problemstillingen raskt, at kunden får den følelsen av at denne personlige treneren forstod meg jo med en gang! Kunden trengte liksom ikke å si noe (...) Kunden veit jo ikke hva disse skjemaene skal brukes til, de glemmer ofte at de har fylt de ut, så det er jo litt juks i timen der.»

For de av informantene som leverte flest PT-timer, handlet det derfor om å forberede seg best mulig slik at de kan danne seg et bilde av kunden de møter. Bruk av Facebook i forkant, kan antyde at dette med kropp og kroppsfasong til nye kunder har noe å si for den kommunikasjonen som vektlegges i situasjonen. På den måten stiller en PT forberedt, og kan da lettere ta kontroll over situasjonen. Informantene er også tydelige på at dette er noe som kundene ikke skal eller bør vite noe om, det er en PT sin måte å «jukse i timen på» som Arild sier.

Når man er i situasjonen

Når kunden entret kontoret og førsteinntrykket var unnagjort, var det viktig for informantene og hele tiden inneha kontrollen under samtalen. Petter snakker her om hvordan han som PT hele tiden er den som skal lede samtalen;

«(...) Du er veldig førende hele veien, du hører jo på hva kunden har og si (...) Men det er jeg som kommer med forslagene, som da på en måte ikke er et forslag, men mer et direktiv. Du er veldig klar og tydelig på hva du skal gjøre ut fra problemstillingen til kunden, sånn sett er du i lederposisjon hele tiden (...) av og til er det kanskje noe som vil utfordre deg, noen <kunder> som vil markere seg, men da må du være klar og tydelig (...) du må danne føringene med en gang»

Didrik er klar over at han vil møte personer med ulike personligheter, men det er uansett viktig at det er han som legger premissene for de temaene en skal snakke om;

«Det kommer jo inn ulike mennesker men det er alltid jeg som skal ha kontrollen (...) Jeg leder samtalen i en gitt retning (...) kommer med smarte valg av temaer som vi kan snakke om slik at kunden kan snakke litt mer selv»

For Arild er det viktig at han tar kontrollen tidlig i samtalen, han justerer også sin atferd i lys av kunden;

«Det er aldri at jeg ikke har total kontroll, det er alltid jeg som styrer samtalen (...) det er ikke sånn at jeg har en oppskrift jeg følger, det er bare det at jeg prøver å tilpasse meg kunden, og tilpasse meg til hvordan jeg tror at kunden vil at jeg skal være for å være helt ærlig»

Når jeg ber Arild utdype om hvordan han tror han bør opptre for å få inn et salg, sier han at han kjenner på det under samtalen, og tilbyr ofte de store PT- pakkene med flest timer, uansett hva målet til kunder er;

«Jeg finner egentlig ganske kjapt ut gjennom en prøvetime hvilke strenger jeg skal spille på (...) Det er stadig at jeg selger flere PT timer enn det kunden egentlig trenger, eksempelvis om noen vil lære seg knebøyteknikk da legger du frem en pakke på tretti timer uansett ikke sant (...) når jeg starta tenkte jeg at dette var kynisk, men nå har det endret seg, fordi jeg gir de jo ikke noe de ikke har bruk for»

Henrik nevner også dette med å kunne analysere kunden sin atferd for å justere sin egen atferd, inn imot et potensielt salg;

«(...) Jeg lytter mye, jeg prøver å tilpasse stemmeleiet mitt (...) Det er veldig mange som har maler de jobber etter, det har ikke jeg. Kundene sier jo det de vil ha, men jeg skal allikevel hele tiden inneha kontrollen, sklir samtalen ut fra det jeg vil at den skal handle om, retter jeg den inn igjen (...) Da retter jeg den inn igjen mot målet til kunden, og et potensielt salg selvfølgelig.»

Øyvind føler at han må ta på seg en rolle når han møter en ny kunde, rollen er innarbeidet og han føler seg trygg;

«Ja, jeg er jo en annen person <når jeg er på jobb> altså jeg opptre mer profesjonelt (...) det er deg selv du selger hele tiden så du må hele tiden vise deg fra din beste side, og det er jo noe du ikke orker å gjøre hele døgnet». Intervjuer: Føler du at du da slapper av under en prøvetime? «På en måte, jeg tror det har med erfaring å gjøre. Nå veit jeg hva jeg skal si, hvilken punkter jeg skal trykke på for å treffe det jeg vil. Er ikke nervøs eller noe nei (...) føler meg såpass trygg»

Informantene nevnt ovenfor justerer derfor i stor grad sin egen atferd i lys av kundenes atferd. Valg av kommunikasjon er ikke derfor ikke tilfeldig, kontrollen omhandler i stor grad det å kunne føre samtalen i en gitt retning, som omhandler salg.

Overtalelse og manipulasjon

For å overbevise kundene om at det er verdt å kjøpe PT-timer, ble det benyttet et språk som skulle snevre inn alternativene for kunden. Etter at en PT har fått kontroll over situasjonen, var det viktig å argumentere i retning av at det ikke skulle være noe annet alternativ enn å kjøpe PT-timer.

Petter valgte å legge opp samtalen rundt mulige konsekvenser kunden kunne oppleve, om de ikke valgte å kjøpe PT timer;

«Først må en få kunden til å skjønne at ved å investere noen få timer nå i begynnelsen, så kan du greie deg med trening på egenhånd. De skal få et inntrykk av at det er viktig å bruke PT nå! Nesten spille på at om du ikke gjør det kan det blir farlig for deg (...) kunden må bruke sjansen de har nå (...) altså du sier det ikke, men du spiller på en måte på det (...) hvis du ikke bruker PT nå vil du A; ikke få noe ut av treningen din, og du vil B; antageligvis kunne skade deg. Du sier det ikke direkte, men henter frem på med det (...) eller så kan du gjøre det i øvelsesutvalget ditt, velge øvelser som er litt halvskumle. (...) Nå høres jeg ut som en fæl selger her, men det er sånn det er.»

For å gjøre valget så naturlig som mulig, poengterte Henrik å snakke om trening og kosthold på en slik måte at kunden ikke ville oppnå dette uten hans hjelp;

«(...) jeg er veldig tydelig på at jeg skal være det åpenbare valget til kunden, jeg forteller de hva de bør gjøre <for å nå sitt mål>, men jeg får det til å fremstå som dette er noe de må ha hjelp til, eller at de er for avansert for de å gjennomføre på egenhånd». intervjuer: Tror du kunden oppfatter dette som forståelig og enkelt? «Det er der jeg prøver å finne en fin miks, det skal være lett nok at de forstår det, hvorfor de er her og hvorfor jeg er her, men ikke så lett at de tenker at dette kan de fikse på egenhånd (...))»

Øyvind er den av informantene som brukte fagtermologi til sin fordel for å virke mer kompetent. Her snakker han om hvordan han anvender latinske ord for at kunden skal få mer tiltro til han;

«Jeg bruker hverdagslige uttrykk, så bytter jeg over til litt mer fysiologisk språk (...) jeg har erfart når jeg snakker litt fysiologisk på en akademisk måte så føler kunden at jeg kan mer enn jeg egentlig kan. Sier jeg latissimus dorsi istedenfor den breie ryggmuskulaturen, så opplever jeg at kunden får en mer gnist til å høre på meg videre».

Øyvind prøver også å få kunden til å visualisere seg det kunden kan oppnå om kunden kjøper PT-timer;

«Jeg pleier å gå så dypt inn i målet at kunden sitter i en emosjonell tilstand (...) At de ser for seg målet inni hodene deres (...) om kunden skal gifte seg i mai så sier jeg at vi har åtte måneder på å få deg inn i den brudekjolen, se for deg nå hvordan du vil se ut på alteret, da ser de det for seg det inni hodet, og de blir så gira ikke sant.»

En manipulasjon av språket kan derfor sees på som en av flere salgsstrategier som tas i bruk for å overbevise kunden. I denne sammenhengen er det viktig at kunden ikke avslører den enkelte PT, men at kunden forstår at det å kjøpe PT-timer er det eneste og åpenbare valget om de skal greie å nå målet sitt.

Tettsittende PT uniform

7 av mine 8 informanter var pålagt å ha på seg en jobbuniform med enten navn eller PT-logo på. Uniformene var tettsittende, og de fleste var klare over at dette var noe som kunne bli lagt merke til av andre medlemmer. Her var informantene veldig tydelig på at de ikke ønsket at deres egen kropp, gjennom deres bekledning skulle bli lagt merke til.

Petter uttaler her hvordan hans treningskjede pålegger de ansatte gitte arbeidsklær;

«Veldig nøye på det, får ikke bruke noe annet logo (...) De er tettsittende så de skjuler jo ingenting. Så har man en grei kropp så vil det jo synes, har man ikke det så vil jo det også synes, tror nok det kanskje er bevisst fra Sats/Elixia sitt ståsted»

Petter uttrykker også en bekymring rundt dette; *«Jeg synes det er dumt, men det hjelper ikke hva jeg synes (...) men mange kunder får nok seg en aha opplevelse, for det er jo ikke det det handler om <kropp> fokuset er jo ikke der»*

På arbeidsplassen til Astrid bruker de også tettsittende arbeidsklær. Hun uttrykker at hun selv ikke liker å gå med det, og mener at det er feil å fokusere for mye på kropp gjennom tettsittende klær;

«Tror det er litt tilfeldig at vi har tettsittende klær (...) Men veit jo at vi har en kollega her som ikke er komfortabel med å gå med det, hun bestilte normal størrelse med det var det ikke, så da blir det trangt og stramt»

På en annen side uttrykker Astrid at andre medlemmer legger merke til dette; *«Det er jo fint å se en som er godt trent gå i en stram t-skjorte, og jeg tror faktisk det at kunder kan kjøpe PT timer bare basert på det, jeg tror faktisk at medlemmer er så fokuserte på det»*

Dette med bekledning fremstår derfor som en tosidig sak, der de på den ene siden er fullt klar over at deres kropper gjennom bekledningen, blir lagt merke til. For den enkelte PT var dette noe de ikke ønsket at andre skulle legge merke til. Jeg opplevde det som vanskelig å få ut rike beskrivelser rundt mine informanternes bekledning. I selve intervjusettingen hadde en del av informantene på seg tettsittende arbeidsklær, men de uttrykte at dette kun var komfortabelt å gå med.

Avhengighet og kontroll

Det å kunne holde på kundene var viktige for de av informantene mine som leverte flest PT-timer, samtidig var det viktig å selge de store PT-pakkene fremfor de små. I denne sammenhengen kommer dette med relasjoner frem igjen som del av det å kunne skape en avhengighet.

Petter som også jobber med å ansette nye personlige trenere fremhever her viktigheten av å bygge gode relasjoner;

«Det er egentlig viktigere det <enn å inneha fagkunnskaper>. Det er det samme når vi ansetter en PT (...) jeg ansetter ingen om jeg merker at de ikke fikser de mellommenneskelige relasjonene, det er egentlig viktigere det enn om man får en B eller D på sin PT eksamen, det er uinteressant (...).»

I forlengelse av dette snakker Petter om hvordan ansatte på hans arbeidsplass også kan virke kyniske i sin fremtoning rundt salg, som kan være med på å danne grunnlaget for en avhengighet senere, slik jeg tolker Petters utsagn;

«(...) Vi har også de som sier at uten meg så kommer dette aldri til å gå, det må du <kunden> være klar over. Jeg er jo PT-sjef så det er jo av og til jeg får være med på dette her <Petter observerer en annen kollega under en prøvetime>. Da sitter jeg nesten og tørker svetten av pannen min, fordi det kan være ganske heftige fraspark en del PTER kommer med. Kunden sier da ofte; ja du har nok helt

rett jeg kjøper den PT-pakken jeg (...) Du må finne den relasjonen som passer deg (...) du må liksom vise at du <kunden> må ha meg du»

Astrid uttrykker at de fleste av hennes kunder kjøper nye PT-timer etter at kunden har nådd sitt treningsmål. Dette fremstår som helt naturlig for Astrid å gjøre;

«Av min kundebase så kjøper flesteparten nye timer, jeg har kunder jeg har jobbet med i fem – seks år (...) det blir liksom helt naturlig, de vil kjøpe nye timer (...) Det vi gjør da er at vi setter et nytt mål, og tar en ny samtale. Så planlegger vi hva vi skal gjøre videre (...) Jeg er jo så heldig at jeg har en del som trener på faste dager, og da får de selvsagt beholde den faste dagen i uken å trene på (...) mennesker er jo sånn at når de først har nådd dit, så kan de nå dit også <kundene når et mål, men kan nå enda lengre>»

Arild snakker om hvordan han føler at kontrollen han har skapt, gradvis svekkes gjennom å trene en kunde. Når han ikke lenger greier å inneha kontrollen, og kunden får mer kunnskap, erfarer Arild at det er vanskelig å få inn et nytt salg, noe som er frustrerende for han;

«Tror veldig mange i starten føler at de trenger hjelp av meg, en følelse som jeg til dels har vært med på å skape med måten jeg snakker med dem på. Men med en gang de begynner å spørre meg om ting, og det blir en mer vennskapelig tone, så begynner de å kjenne at de greier mer selv. Da dør liksom PT-fasen ut, og avhengigheten slutter, særlig da om jeg egentlig ønsker å hanke inn flere timer»

Henrik snakker på en ambivalent måte rundt det med avhengighet, på den ene siden sier han at re-salg er noe han ofte får; «*jeg tipper en plass mellom seksti og sytti prosent kjøper nye timer*». På en annen side sier han at kundene skal forstå at de skal kunne trene på egenhånd;

«Jeg er ikke sånn PT som sier at om du skal ha en god treningsøkt så må du trene med meg hver gang, jeg skal alltid sette en standard på det jeg gjør (...) alt skal resultere i at kunden skal kunne trene på egenhånd». Intervjuer: Hvordan går du da frem når du selger flere timer til en eksisterende kunde? *«Jeg sier at det fortsatt er en vei å gå, når vi har nådd det ene målet, er det alltid noe nytt en kan jobbe mot (...) da prøver jeg alltid å ta ting et steg videre»*

Dette med avhengighet bygges derfor opp rundt at den enkelte PT hele tiden skal inneha kontrollen, også når treningen med kunden starter. Kunden skal ikke få all kunnskapen med en gang under treningsperioden, men kunden skal få små drypp av kunnskap, slik at den enkelte PT hele tiden sitter med makten rundt det som gjøres videre. På den måten forstår kunden at det hele tiden er noe «mer» som kan jobbes med. Da opprettholdes dette maktforholdet, og kontrollen fortsetter å ligge hos den enkelte PT.

En deltids PT jobber annerledes rundt salg

To av informantene uttrykte i liten grad at dette med salg var noe de hadde gjort seg opp noen klare tanker rundt. Dette kan sees i relasjon til antall PT-timer de leverte per måned. Det ble veldig vanskelig å analysere disse to intervjuene, fordi datagrunnlaget rundt selvpresentasjon og første møte ble veldig tynt. Det virket som om dette med salg ikke var en bevisst endring av atferd. Dette er interessante funn, for i henhold til Goffman (1992) og Leary & Kowalski (1990) vil atferdsendringer som er bevisst, først tiltre om det er en høy antatt gevinst for å endre atferd. Derfor kan disse to informantene som siteres nedenfor, være med på å validere funnene ovenfor. Dette vil diskuteres nærmere i diskusjonskapitlet under selvpresentasjon og rammeanalysen.

Gunnar som hadde PT jobben ved siden av annen jobb, uttrykker at han har fokus på læringsaspektet, kundene skal få kunnskap om de oppsøker Gunnar;

«Jeg pleier alltid å si til mine kunder at om jeg kan gjøre en endring i ditt liv har jeg gjort noe rett. Jeg er ikke så fan av salg, jeg er mer opptatt av å lære deg, enn å selge noe til deg. Dette fører nok til at jeg er nok ikke den beste til å gjøre et

innsalg (...) Jeg kan hele tiden tilby deg <kunden> det, men det er hele tiden kunden som må velge»

Gunnar sin måte å kommunisere på med sine kunder skiller seg fra de andre informantene, han er ikke i like stor grad opptatt av å inneha kontrollen under første møte, men kunden skal selv være med å bestemme;

«(...) Jeg er veldig opptatt av at kunden selv skal få bestemme ikke sant. Hva har du lyst til å trene i dag? Hva synes du er gøy? Det er viktig at kunden er delaktig i det som skjer ute i treningsstudioet, de skal få være med å bestemme. Vi skal spille på lag. For da blir de bevisste på sin egen kropp og hvordan det fungerer».

Intervjuer: Hva tror du at du måtte ha gjort for og fått solgt inn flere timer under en prøvetime? *«(...) Jeg tror jeg da må bryte med mine standhaftige verdier, måtte nok ha laget litt mer show (...) Men jeg mener at det viktigste er å få folk i gang»*

Tone skiller seg også fra de andre informantene. Hun sier selv at hun har PT jobben som en fulltidsjobb, men jobber fra 40 til 80 PT-timer i måneden. Derfor kunne Tone blitt plassert i begge kategoriene, siden hun selv mener dette er hennes fulltidsjobb. Jeg velger og plassere henne sammen med Gunnar, fordi det med salgsstrategier er noe hun i liten grad benyttet seg av, og hun har et lavere timeantall per måned enn andre informanter. Her snakker Tone om hvordan hun går frem når hun skal selge; *«Jeg er egentlig veldig dårlig på salg (...) Jeg er på en måte litt sånn, ja du bør kanskje ha noen timer du. Jeg føler egentlig at jeg bare sier det som det er (...)»*

Hun er også veldig tydelig på hvordan hun ikke fremgår i salgsprosessen;

«Jeg sniker ikke inn sånne salgstriks som å ta kunden på skulderen å si det latinske navnet <på muskelen> og at der er du svak. Jeg viser de heller at her kan det kanskje være et behov for å trene sånn, om du ønsker å nå det målet, og det kan jeg hjelpe deg med»

Dette med avhengighet er noe som Tone ikke ønsker. Her snakker hun om hva hun er opptatt av å formidle i en salgsprosess;

«(...) Jeg er veldig opptatt av at de skal kunne lære seg å trene på egenhånd, jeg skal ikke gjøre de avhengige av å trene med en PT. Nå har jeg bare et fåtall kunder jeg har hatt lenge som bare møter opp, blir trent, og så går de igjen. (...) Jeg noterer alt ned <loggfører treningen deres> og jeg sier at når du er min PT-kunde så vil jeg at du skal kunne greie å trene på egenhånd, slik at du skal få noe ut av disse PT-timene <om kunden da ønsker å kjøpe>, så når du blir bedre er målet at du skal trene på egenhånd.»

På den måten kan Tone og Arilds måte å kommunisere på, forstås i retning av at kunde og PT er likeverdige i kommunikasjonsprosessen. De ser derfor i liten grad nytten av å endre atferd, noe som gjenspeiles med at de ikke leverer så mange timer som de andre seks informantene.

4.3 En PT trener for utseende og det funksjonelle

Siden personlige trenere selger PT-timer og i så måte må fremstille seg selv i et godt lys ovenfor andre potensielle kunder, antok jeg at personlige trenere hadde et bevisst forhold til sin egen kropp. De har klare formeninger om hvilken type livsstil de innehar, og hva de ønsker å assosieres med. I denne kategorien fokuseres det på hvilken motivasjon og holdninger en PT har når det kommer til sin egen trening, kosthold og kropp. Jeg har identifisert to ulike motiver som påvirker deres motivasjon. Å trene for utseende i denne sammenhengen, knyttes opp mot det å forbedre sin ytre kropp, der hovedmotivasjonen er. Med funksjonell, menes det at kroppen skal ha en gitt funksjon, enten å bli sterkere, mestre en gitt aktivitet, eller fungere i hverdagen. Hovedvekten av mine informanter har klare innslag av begge. For samtlige informanter var det viktig å legitimere den livsstilen de hadde.

Trener for utseende

Øyvind var den av informantene som uttrykte klart og tydelig at hans motiver for å være fysisk aktiv, ligger i å forbedre sin estetikk. Det å «se bedre og større ut» er viktig for Øyvind. Det å holde på formen, i denne sammenheng utseende, er viktig. Om han ikke greier det, føler Øyvind seg lite komfortabel med å ha en prøvetime med en ny kunde. Dette kan tyde på at kroppens utseende er viktig i møte med en ny kunde;

(...) ja det angår meg veldig å være i god fysisk form, for eksempel om jeg har vært ute av trening en periode føler jeg meg lite vel for å ha en PT-prøvetime for å si det sånn. Når jeg ikke er der jeg selv føler at jeg skal være»

Når jeg spør Øyvind om han vet sin BMI⁹ er han veldig klar på at det er ett dårlig måleparameter, fordi han ønsker å få så presis måling som mulig når det gjelder hans egen fettprosent;

«Jeg har ingen tro på BMI (...) jeg var overvektig når jeg sjekket den sist og det stemmer ikke. Jeg har en fettprosent på åtte prosent, jeg måler alltid fettprosenten min med klype (...) jeg er ekstremt opptatt av å se større ut. Det er det jeg brenner for, jeg vil se bedre ut og blir så å si aldri fornøyd»

Arild var i likhet med Øyvind veldig klar på at det handler om å se best mulig ut, her bruker Arild en metafor for å forklare hvorfor utseende betyr så mye for han;

«(...) Det handler om at du danner deg et kunstverk, du ser for deg Mona Lisa ikke sant, som ble målt over x antall år, og det er akkurat det jeg ser for meg, det er så spennende å se hva du kan gjøre med kroppen din (...) jeg har en illusjon. Jeg har visualisert hvordan det skal se ut en gang i fremtiden»

For Arild er også dette med fettprosent viktig;

⁹ Body mass index (Kroppsmasse indeks)

«Ja selvfølgelig, logger kroppsvekt og alt, har kontroll på alt, det veier jeg daglig (...) jeg tar bilder hver dag <tar bilder av sin egen kropp> det har jeg gjort de siste seks månedene, så tipper jeg ligger sånn på åtte prosent kroppsfett»

Ved første øyekast kan disse uttalelsene fra Øyvind og Arild virke ekstreme. Mitt inntrykk fra intervjuene med disse to, er at dette med kropp og kontroll er noe som i deres verden er helt legitimt og normalt å gjøre. Det er med på å definere den de er. Det fremstod ikke som noe tabu å snakke om, de var stolte av sin egen livsstil. Samtidig var det viktig for de å presisere at dette var et prosjekt, de selv hadde, og ikke angår deres kunder.

Trener for det funksjonelle

Gunnar har tidligere konkurrert i Fitness, og er ikke så opptatt av sin egen fettprosent, han mener at det; *«handler om hvordan du står i forhold til andre»*. Dette kan forstås hvordan hans kropp er sammenlignet med andre kropper, når man står på en scene i en Fitness-konkurranse. Å jobbe mot et Fitness relatert mål og et rent idrettslig mål, er for Gunnar akkurat det samme; *«Det handler bare om å jobbe på forskjellige måter, og det forstår ikke kundene alltid»*. Om en skal tolke dette et steg videre, kan det i systemteoretiske termer forstås som to separate systemer. Idretten der målet er å vinne, mens det i Fitness handler om å komme i form, å forbedre sin ytre kropp. De tiltak en må iverksette for å operere i disse to forskjellige systemene, vil da være forskjellige.

For Henrik er det viktig med en kombinasjon, mellom å ha en fin kropp og føle at han kan mestre nye aktiviteter; *«Vil jo ha en fin kropp selvfølgelig, så vil jeg ha en fysikk som tillater meg å gjøre det jeg vil. Skulle dukke opp en ny aktivitet vil jeg jo ha en fysikk som tillater meg å gjøre det»*

Denne kombinasjonen mellom å inneha den kroppen man ønsker, men samtidig mestre nye aktiviteter er også viktig for Didrik; *«Jeg har alltid drevet på med funksjonelle styrkeøvelser (...) Funksjonelle bevegelser, styrketrening i form av bevegelse i alle ledd (...)»*

For Didrik er det ikke nok å inneha en funksjonell kropp, han må også ha det utseende han mener at en PT må inneha;

«Vil jo ha den fysikken jeg vil ha, at jeg er atletisk og innehar den kroppen jeg ønsker (...) jeg var 94 kg på mitt tyngste og fant ut at fettprosenten var for høy, var ikke der jeg ville være, ikke atletisk og ikke prestasjon i forhold til hvordan kroppen så ut, så gikk jeg ned til 83 kg igjen, men det ble for lavt igjen. Vil jo være litt større (...) har lyst å være en størrelse Large, større enn normalen kan du si, se atletisk ut»

Tone, som tidligere har konkurrert i Fitness, har et sterkt behov for å distansere sine tidligere erfaringer fra Fitness, til der hun er i dag; *«Jeg trente mye før mot estetiske mål uten å få noe igjen for det, det var jo prestasjon det også på en måte, men jeg ble liksom ikke større, jeg ble ikke strammere»*. Nå handler det for Tone om å mestre nye aktiviteter; *«Jeg trives med å klare nye ting, jeg synes det er gøy å mestre (...) løpe langt eller løfte tungt, det er liksom de arenaene der jeg mestrer ting»*. Utover i intervjuet virket det som om Tone ble litt ambivalent rundt det å trene for utseendet. Når jeg spør om hun i fremtiden kommer til å konkurrere i Fitness igjen, svarer hun; *«Jeg har jo Fitness oppi halsen, men jeg har ikke solgt draktene mine <det man har på seg når man konkurrerer>, så er vel sånn elleve prosent ja, kanskje»*. Tone uttrykker også at en del av Fitness-fortiden fortsatt henger igjen; *«Som avdanket fitnessutøver er man jo litt bevisst <på kostholdet> men mye mer avslappet enn før (...)»*

For Astrid var det et helsemessig aspekt som påvirket hennes motivasjon; *«(...) Mest helseaspekt rundt det, selvfølgelig gøy å bli sterkere, men for meg så er det egentlig å slippe og ha vondt <trener for å unngå sykdom>»*. Når jeg spør om hvilken rolle kostholdet spiller for henne, uttrykker hun at hun for tiden er på en diett, men presiserer at dette er bare er noe hun vil teste ut på sin egen kropp, om det fungerer å gå ned i fettprosent og beholde muskelmassen;

«Jeg tester ut noe nytt jeg fikk av ei venninne som tipset meg (...) men er ikke noe jeg er opptatt av sånn generelt nei (...) Det handler om å kutte ut alt av mel og

sånn, holde seg unna kunstig søtning og sukker, så det går i mye grønnsaker, frukt, og kjøtt»

Petter sin motivasjon for å trene er også helsereelatert, men uttrykker også sammenhengen mellom å inneha en gitt kropp slik at han føler seg vel i jobben som PT;

«(...) Jeg merker jo de periodene jeg ikke er i form eller trener, så føler jeg at liv og lære ikke står bra til, det merker jeg på helsa. Da tror jeg at jeg hadde fungert dårlig som PT også (...) Jeg hadde følt at jeg hadde vært en løgner, hadde prediket noe til mine kunder, at dette er viktig, så gjør jeg det ikke selv. Det hadde kanskje ikke blitt synlig <utseendemessig> men jeg hadde følt det sånn (...)

Selv om det er forskjellige motiver som er kommet frem fra de åtte informantene, er det likevel klare funn som tilsier at den ytre kroppen oppleves som viktig for mine informanter. Det er denne kombinasjonen mellom estetikk og funksjonalitet som for mange er viktig, det nytter derfor ikke bare å inneha en funksjonell kropp som PT, men den må også «se» trent.

PT kroppen skal oppfattes som trent

Uavhengig av informantenes personlige motiver for å holde seg i form som nevnt ovenfor, kommer det tydelig frem at PT kroppen vil bli sett og oppfattet av de andre medlemmene.

Didrik uttrykker at han håper at andre medlemmer oppfatter han som atletisk, han har opplevd at andre kunder har kommentert hans kropp i den retningen;

«Ville vel forhåpentligvis sagt at jeg var atletisk, jeg har jo lyst å se sånn ut selv. Det er jo noe som alle vil ha, og være på en måte (...) Et eksempel fra en kunde som sa han ville ha den bredden på skuldrene som jeg har, da tenker jeg at det er greit, da får jeg og kunde jobbet litt mot det da»

Didrik mener også at han representerer en form for trening. Jeg får inntrykk av at han her snakker om at han selv innehar en trent kropp, og derfor oppsøker kunder han;

«Jeg representerer jo en form for trening da, visst kunden hadde vært interessert i kondisjonstrening, og jeg hadde vært god der, så ville de oppsøkt meg kanskje (...) noen kunder er jo opptatt av å se bra ut, da får jo jeg en del spørsmål om min kropp fordi de har lyst på det samme»

Petter, som personlig definerte sin egen motivasjon for trening, i retning av et helseaspekt, uttrykker her i en annen retning, at PT-kroppens utseende er viktig på treningscenteret;

«Jeg er jo litt kraftig, ikke stor, men du ser jo at jeg trener vekter, og det har jeg alltid fått høre. Jeg viser jo det <gjør det bevisst> øvelser og sånn, jeg er jo synlig når jeg trener, og har jo fått høre fra kunder at jeg så du gjorde det, kunne tenke meg å ha den ryggen du har (...)»

Øyvind mener at hans egen kropp er en viktig bidragsyter om han får kunder eller ikke;

«Kroppen min har jo noe å si for meg om jeg får solgt noe eller ikke, som sagt jeg trener ofte selv i singlet, så folk har jo sett hvordan jeg ser ut. Hadde jeg sett ut som en dass hadde de vel gått til en annen PT»

Henrik var en informant som for meg fremstod som en relativt normalt trent person, han var nok den av informantene som ikke hadde ekstremt lav fettprosent, eller veldig stor andel muskelmasse. Når jeg spør hvordan han tror han vil bli oppfattet av andre kunder uttrykker han; «Normal, fordi jeg er ikke tjukk eller spesielt godt trent». Når jeg spør om han er fornøyd med en slik definisjon av sin egen kropp, uttrykker han en misnøye; «Nei, jeg skulle gjerne ønsket at jeg ble oppfattet som veldig godt trent».

Tone fremstod under intervjuet som veldig godt trent rent visuelt sett. Hun svarte at hun var elleve prosent sikker på at hun ville konkurrere i Fitness igjen, men at fokuset

nå var å mestre nye ting. Samtidig sier hun også; «*Jeg vil jo også skille meg ut, at det ser ut som jeg trener da*».

Det Henrik og Tone er inne på, er veldig interessant. Det tyder på at PT-kroppen skal være litt mer enn «normalen», den skal skille seg ut fra de andre kroppene på et treningssenter. Den identiteten de ønsker å skape av seg selv, er gjennom en kropp som er trent, eller som blir oppfattet andre medlemmer og kunder som trent. Det kommer også frem nyanser i datamaterialet, enkelte var veldig klar på at PT-kroppen generelt har en betydning, men det gjaldt ikke meg; «*Ja du må jo se ganske bra ut, selv om jeg personlig ikke føler, eller tenker på det presset selv*» som Gunnar uttrykket. En del av disse paradoksene, og hvilke kroppene som egentlig passer inn, vil valideres i neste kategori.

4.4 Den normale og trente kroppen er å foretrekke

Denne kategorien er et resultat av informantenes refleksjon rundt tre ulike kroppene; idealkropp, normal og overvektig som settes opp mot kjønnen til informanten. Her ble det avdekket klare forskjeller. De mannlige informantene ila kroppene noe mer, mens de kvinnelige informantene var mer tilbakeholdene når det kom til å beskrive kroppene. Disse bildene ble vist til mine mannlige informanter fra ideal, normal og overvektig kropp;



Følgende bilder ble vist til mine kvinnelige informanter i samme rekkefølge;



Mer enn bare kropp

De mannlige informantene karakteriserte kroppene i retning av noe mer enn bare en kropp. Gunnar er veldig klar på at dette med kropp kommer av bevisste valg en foretar seg;

«Den som tilsynelatende ser best trent ut er idealkroppen, han har vært målbevisst, han har trent spesifikt. Han i midten <normale> er den hverdagslige herremannen. Mens han store tjukke <overvektige> har ikke akkurat kjørt livet sitt så bra, alle disse her har gjort noen bevisste valg for å bli det ene eller det andre. (...) Han store <overvektige> har jo vært glad i pizza og øl i mange år ikke sant»

Her ser man at begrepet *målbevisst* blir brukt rundt idealkroppen, den normale kroppen er *hverdagslig*, mens den overvektige og tjukke er *glad i pizza og øl*. I lys av det Gunnar sier, kan det virke som han skaper et hierarki på kroppene, der idealkroppen blir ilagt noe positivt, den normale er anonym, mens den overvektige blir ilagt en negativ egenskap.

Arild, den eldste informanten uttrykker til dels en negativ egenskap med idealkroppen. Dette kan komme av at bildene muligens ikke er representative for Arild, at det er en for stor diskrepans mellom hans kropp og alder i forhold til idealkroppen; «Legger

merke til veldig lite kroppsfett, sikkert fint å se på, lite fett på kroppen (...) egentlig ikke så begeistret for de kroppene der». Det som er interessant er måten Arild reflekterer rundt den overvektige kroppen, han er veldig klar på at noe må gjøres; «Her har vi en helseproblematikk helt klart på grunn av alt fett, tenker umiddelbart at her må vi gjøre noe med fettnivået på kroppen». Gevinsten slik Arild ser det er at han vil få et lykkelig liv; «Her er det jo en som sliter <overvektig>, han her må gjøre noe med kroppen sin skal han få et lykkelig liv fremover»

Henrik er også klar på at den overvektige og normale kroppen ville ha jobbet mot å endre sin kropp til noe bedre;

«(...) Så klart livsstilsendring (...) kan hende han er flink på aktiviteten, men bommer totalt på kostholdet. Han <normale> er en stram-opp kunde, han føler seg ikke feit eller noe sikkert, men føler vel kanskje at han vil stramme opp litte grann»

Den første refleksjonen til Didrik rundt de ulike kroppene er; «Hvordan kan jeg få dette til å bli bedre, hva kan jeg får gjort?». Som nevnt i forrige kategori uttrykket Didrik at han selv var opptatt av å inneha en atletisk fysikk, dette gjenspeiles gjennom hvilket syn han ilegger den normale kroppen;

«Den normale er vel en generell kropp, ikke sånn veldig høy fettprosent men kanskje litt høy, en atten prosent kanskje, han har heller ikke bedrevet noe form for styrketrening før. Jeg ser liksom ikke for meg at fett ligger utenpå gensen på denne personen når han trener, så han blir nok sett på som uerfaren og svak (...)»

Didrik uttrykker også et hierarki på kroppene. På samme måte som Gunnar hevder Didrik at det handler om å jobbe hardt nok så kan alle greie å få idealkroppen;

«Tror nok at han <overvektige> ville ha kommet seg nærmere han <normale> og den normale ville nok ha jobbet seg mot en idealkropp (...) Men de skjønner nok

at det krever så masse jobb å komme dit, og de ender vel opp med å være fornøyd med en helt ok fettprosent da»

Arild og Øyvind var de av informantene som utelukkende kunne identifisere seg i lys av å trene for utseende. Her snakker Arild om hvordan han oppfatter disse kroppene, igjen så kommer det frem ulike egenskaper som kroppene innehar;

«Jeg tenker med en gang at han der <normale> bedriver trening, han har ikke noe spesiell målsetning (...) tipper han driver med noe basket eller fotball (...) Han der <overvektige> ville nok folk sagt var overvektig, en som spiser mye, en som småspiser sjokolade og er mye inaktiv. Og til slutt han ideal fyren, her kunne en nok ha tenkt doping med en gang»

Arild er også veldig klar på at det å velge en livsstil i lys av idealkroppen er noe som vi i mye større grad må legitimere i dagens samfunn, her oppfatter jeg Arild som veldig frustrert;

«Er dette liksom et folkehelseproblem <peker på idealkroppen>, er liksom denne kroppen et problem!? Jeg mener ikke det. Når folk sier at de bruker mye tid på kroppen sin, tenker jeg hva er de som sier det bruker tiden sin på da? (...) Det som holder på å skje i dagens samfunn og media er at de som trener to ganger om dagen, seks ganger i uken, liksom er verre enn å se overvektig ut, det er bare helt feil (...)»

Øyvind deler også en del av denne frustrasjonen, han uttrykker et sterkt behov for å legitimere idealkroppen som noe positivt:

«De gutta som ser sånn ut <idealkroppen> ønsker bare å bli større altså mest mulig masse og blir aldri fornøyde, men jeg mener at dette ikke trenger å være et problem ... Det er jo bare en sunn hobby det å ville se bra ut etter min mening. Det er nok forskning som sier at den kroppen der <overvektige> ikke er bra»

Selv om Arild og Øyvind representerer ytterpunkter i datamaterialet mitt, er det for mine mannlige informanter knyttet negative egenskaper opp mot det å være overvektige, mens idealkroppen skal forstås som noe positivt sett vekk i fra Petter sin beskrivelse. De mannlige informantene uttrykker også at de ville ha jobbet mot å få en overvektig kropp mot den normale, og de som er dedikerte nok og jobber hardt nok har muligheten til å få idealkroppen.

Kropp er bare kropp

Tone kom med få beskrivelser rundt de ulike kroppene, dette overrasket meg veldig siden hun tidligere har konkurrert i Fitness. Hun var veldig klar på at utseendet ikke sier noe mer om den personen; *«Jeg ser bare tre ulike kroppar her, alle har sikkert ulike målsetninger og bakgrunn (...) Jeg veit jo ikke hva de vil eller hva de vil oppnå»*. Når jeg ber hun reflektere rundt den overvektige kroppen kommer det enda tydeligere frem;

«Umiddelbart vil nok mange tenke ned i vekt og stram opp, men jeg legger vekk sånne tanker, jeg vil høre på hva de har å si (...) Jeg driter i hva jeg ser, jeg vil høre hva du har og si».

Astrid er også veldig klar på at man ikke kan si noe om en person basert på kroppen; *«Jeg er en sånn person som ikke ser eller dømmar basert på hvordan en ser ut (...) hun der <overvektige> kan fint være aktiv, mye mer enn hun der <idealkroppen>»*. Når jeg ber Astrid utdype rundt den overvektige kroppen kommer det frem en mer positiv beskrivelse av den overvektige kroppen. På den måten kunne Astrid passet inn med de mannlige informantene, fordi selv om hun her ilegger den overvektige kroppen noe positivt, skjer det fortsatt en tolkning; *«Hun er stolt av seg selv, sånn hun står og fremstår nå er hun stolt av den hun er (...) hun har det godt med seg selv»*.

Oppsummert kommer det frem at det er to forskjellige måter mine informanter tolker disse kroppene på. Likevel er det kun Tone som ikke gjør en refleksjon rundt noen av kroppene. Dette kan stamme av at hun selv hadde konkurrert i Fitness tidligere, og hun hadde nå tatt avstand fra dette miljøet. Det kan derfor være at Tone ønsket å distansere

seg fra disse kroppene, siden hun selv har erfart at det å trene for utseende ikke ga hun noe mer.

En overvektig PT-kropp passer ikke inn

Majoriteten av informantene var veldig klare på at en overvektig PT kropp ikke hadde passet inn i på treningssenteret i rollen som PT. Også her fremgår det kjønnsforskjeller. I denne kategorien er bildene fortsatt synlig for informantene i intervjusettingen.'

Didrik mener at han innehar en atletisk kropp og peker på idealkroppen, her snakker han om at han skulle ønske at han kunne hatt en enda lavere fettprosent slik bildene viser;

«Det blir den atletiske vil jeg tro, jeg trener jo samme type trening som den personen, (...) Om jeg ikke hadde hatt mageproblemer <snakker om en sykdom han har> så tror jeg at jeg ville ha fokusert enda mer på å ha en sånn lav fettprosent»

Didrik fremstår for meg som en person som allerede innehar en lav fettprosent, og en høy andel muskler. Derfor legger jeg vekt på dette fordi det kan se ut som han ønsker å skille ut sin kropp enda mer fra de andre medlemmene. Didrik tar med seg dette synet når jeg ber han reflektere om utseende har noe å si for om han blir ansett som en god eller dårlig PT;

«Jeg hadde ikke gått til en PT om jeg skulle ha gått ned i vekt til en som var chubby <lett overvektig>. Han <PT> skal ha en sunn, relativt lav fettprosent kanskje rundt en ti i fettprosent, som jeg mener det ikke er så altfor vanskelig å opprettholde. Det er ganske viktig fordi da veit du hvordan det er å leve sunt, og at kunden er nødt til å gjøre det sånn»

Didrik speiler derfor kundens mål gjennom hans egen kropp. Han føler at kundene ønsker en slik kropp han her refererer til, og dette er for Didrik enkelt å oppnå.

Arild er også veldig klar på at en PT skal inneha en viss form på sin kropp, igjen nevner han en frustrasjon rundt at den overvektige kroppen har fått for mye aksept;

«Det går en slags linje her, om du kommer dit hen der du blir overvektig, eller overvektig slik at det synes tror jeg det vil ha en negativ innvirkning (...) Men igjen så blusses det opp nå i media at det er så jævla greit å være overvektig. Jeg har jo opplevd og sett dette selv, sett feite og overvektige PTER som har en god del kunder (...) Men jeg mener at når du har valgt helseyrket så kan du ikke gå rundt der å ha en usunn livsstil. Jeg mener hvorfor skal ikke en PT greie å holde seg i form? Altså det her <peker på den overvektige> er ikke å holde seg i form (...) Ser du sånn ut så representerer du ikke dit eget arbeid»

I forlengelse av dette nevner Arild at en kropp i idretten kan være overvektig, men ikke på et treningssenter;

«Fotballtrenere som er feite, det er på et helt annet nivå ikke sant. Da er det snakk om et lag, en trener med et hode, mange vil jo se kroppen her inne og hente inspirasjon, om man da ser på den kroppen der <overvektige> hvilken inspirasjon skal liksom folk få av den kroppen der?»

I likhet med Arild trekker også Gunnar frem at en som er en trener i en idrett kan være overvektig, men ikke på et treningssenter;

«Hvis du skal gå til en PT så skal det jo se ut som om han har hatt en suksess, og det kan jeg forstå. Jeg har selv brukt PT i 10 år, jeg har benyttet meg av to eller tre stykker som ikke ser ut i måneskinn <snakker her om utseende>, men de innehar en stor kunnskap, men da har intensjonen vært å bli bedre i idrett (...) her inne på senteret blir det veldig snevret inn sosialt sett, hvis du da som PT ikke ser noe lunde grei ut»

Det Arild og Gunnar snakker om her, er to forskjellige krav til kroppen i henhold til hvilket system man er i. Kroppen vil ha en annen funksjon i treningscenteret enn i en idrettslig kontekst. Dette er veldig interessante funn, og dette er noe jeg vil løfte frem igjen i min diskusjonsdel under systemteorien.

Øyvind er også sterkt kritisk til at en overvektig kropp kunne vært en PT;

«Idealkroppen og den mer normale hadde passet inn (...) Ser du overvektig ut, og dette har jeg erfart og veit, så er det veldig lite appellerende for en PT-kunde. Å se at en PT er i dårlig form henger bare ikke sammen (...) Mange ville nok tenkt hvorfor greier du ikke å ta vare på deg selv?»

Henrik mener at en overvektig PT kropp har liten troverdighet;

«Alle kunne vært PT, alle kan jo ha en god kompetanse men da kommer troverdigheten inn igjen. Jeg hadde hatt problemer med tiltroen og troverdigheten til en person som ser så overvektig ut»

Astrid skulle ønske at alle kroppene kunne passet inn;

«Hvis jeg kunne valgt ville jeg hatt alle disse tre kroppene, men det er nok mer der dessverre <peker på idealkroppen>. Men jeg ville heller hatt disse to kroppene her, mer av dem <normale og overvektige>

Tone var den eneste informanten som mente alle kroppene kunne ha passet inn;

«Alle, fordi kropp sier ingenting om kompetansenivået ditt (...) Jeg kjenner mange som kanskje er litt overvektige, men de er kjempe dyktige for det om (...) Det spiller egentlig ikke så stor rolle»

På en annen side er Tone veldig klar på at hun selv identifiserer seg i lys av idealkroppen; *«Det blir jo den <idealkroppen> (...) det er jo den som har lavest*

fettprosent, og jeg vil jo ikke føle at jeg er der <normal kropp>, for jeg er jo heller ikke der». Tone tenker også at en del medlemmer på et treningssenter skulle ønske de kunne oppnå idealkroppen gjennom trening; «De vil nok helt sikkert en plass mellom her og her <idealkropp og den normale> (...) jeg har aldri opplevd at noen kunder ønsker å gå opp i fettmasse (...)

Det Astrid og Tone her er inne på, er veldig interessant for det viser at selv om de personlig skulle ønske at alle kroppene passet inn. Det virker som om det er noen mekanismer som er med på å styre hvilke kropper som passer inn eller ikke, som den enkelte PT er nødt til å operere ut ifra. Mine tanker i selve intervjusettingen er at alle informantene fremstår for meg som visuelt godt trente individer. Disse funnene kan være med på å validere funnene i forrige hovedkategori. En PT-kropp skal være litt bedre enn normalen, fordi det kan tolkes som om at dette er noe de føler at kundene vil bedømme de etter.

4.5 En PT er klar over de materielle forventningsstrukturene

Majoriteten av mine informanter uttrykker i lys av bildene at den overvektige kroppen kontra idealkroppen vil benytte seg av forskjellige soner inne på et treningssenter. Her ble det også avdekket forskjeller, de av informantene som har jobbet lengst og leverer flest timer per måned, vil også utnytte disse materielle forventningsstrukturene til sin fordel. Denne kategorien munner ut informantenes refleksjoner rundt kropp og det materielle, og hvordan ulike kropper vil bevege seg i forhold til de ulike tause forventningene treningssenteret består av.

Overvektig kropp i lukket landskap

For mine informanter ville den overvektige kroppen i lys av bildet som ble fremvist, bevege seg inn i et lukket avskjermet område, med enkle apparatøvelser¹⁰.

Arild uttrykker her at et lukket område med apparater er å foretrekke;

¹⁰ En apparatøvelse er et treningsapparat med en låst bevegelsesbane ofte skissert med en bruksanvisning. Disse øvelsene med apparater har en lav vanskelighetsgrad og gjennomføres ofte sittende.

*«Han hadde gjemt seg, det blir bare flere og flere av de på treningssettene (...)
Han hadde sittet på et apparat (...) Om han hadde beveget seg inn i
frivektsarealet hadde de følt seg helt ræva, han vil tro at folk ser på han og at det
er rart han han er der»*

Henrik nevner også dette med apparater;

*«Jeg tenker at han ville vært ukomfortabel med å vise seg frem i en
trenings situasjon, rett og slett fordi det er uvant for han (...) Apparater, fordi de
er enkle tekniske øvelser, du kan ikke gjøre så mange feil som kan bli oppfattet
av andre»*

Petter trekker også fram dette med de «trygge» øvelsene;

*«Han ville ha søkt inn mot en sykkel kanskje (...) sittet og tråkket foran TVn, det
er han mest vant til fra før, han ville ha følt seg skremt av andre områder (...)
Han ville ha isolert seg mest mulig»*

Tone, som var veldig klar på at kropp ikke kan si noe om en persons ønsker og mål med treningen, mener at det ikke trenger å være gitt hvor denne kroppen beveger seg. Hun var den eneste som hevdet dette; *«Trenger ikke være forskjeller <fra idealkroppen>. Det kommer helt an på bakgrunn og genetikk (...) Det må ikke ha en sammenheng (...) kropp sier egentlig veldig lite»*

Idealkroppen i åpne landskap

Når bildet av idealkroppen ble vist frem, var informantene veldig klare på at den ville ha oppført seg annerledes sammenlignet med den overvektige kroppen. Idealkroppen ville ha søkt til det åpne arealet, der ens kropp blir mer eksponert. Alle bortsett fra Tone uttrykte dette. En kan derfor si at en idealkropp har en større grad av «frihet» til å bevege seg rundt i trenings senteret enn en overvektig kropp. Didrik snakker om hvordan en slik idealkropp vil bli oppfattet;

«(...) Han ville nok veldig ofte fått et sånn drittsekk-stempel om han hadde trent i singlet og sånn. Han ville typisk trent i det åpne arealet der speilene er, der andre liksom kan se hva han har jobbet med (...) tror nok at han veit at andre kan se han»

Gunnar nevner også dette med speil; *«Han ville nok ha beveget seg inn mot et areal med speil. Han hadde vært komfortabel der for der kan han vise seg frem, vise hvor dyktig han er».*

Astrid peker ut i frivektsarealet når jeg spør hvor idealkroppen ville ha trent. Dette arealet hun henviser til trente jeg selv i forkant av intervjuet. Området var kjennetegnet av komplekse øvelser med høy vanskelighetsgrad, med bra lys og store speil på veggene. Klientellet som trente i det området var primært godt trente individer. En idealkropp som dette ville *«Eksponert sin egen kropp»* sier Astrid.

PTs bruk av de materielle strukturene

Som nevnt ovenfor er mine informanter i stor grad samstemte enige i at den overvektige kroppen ikke vil føle seg vel i et åpent areal med komplekse øvelser. Det kommer frem at dette kan en PT bekjempe, men samtidig utnytte til sin fordel.

Her snakker Astrid om hvordan hun tror at en overvektig kropp ville ha følt det, om denne kroppen plutselig ble tatt inn i frivektsareal for å trene knebøy med vektstang på ryggen;

«(...) Bare du sier det nå så kjenner jeg det på hele kroppen min at denne personen ville følt seg usikker, men med en god PT ved siden av seg som introduserer de for øvelser der så tror jeg at det hadde gått fint»

Videre ber jeg Astrid tenke om det er noen arenaer hun pleier å oppsøke når hun trener sine kunder under en prøvetime, da kommer det frem at hun kan utnytte dette til sin fordel;

«Man skal på en måte, kall det lure, eller ikke helt det, men som jeg sier vise de øvelser som kanskje er litt vanskelige å lære seg alene da. De får en smakebit for hvordan det er å trene med en PT, men de skal se at de ikke mestrer det alene da»

Henrik nevnte at «*seksti til sytti prosent av kundene mine kjøper nye timer*». Han uttrykker også at han tror en overvektig kunde likevel fint kan benytte seg av hele treningsarealet etter endt treningsperiode med han; «*Ja det tror jeg, fordi jeg er veldig bevisst på å bruke hele treningsarealet med mine kunder, det skal ikke være slik at en kunde tenker, nei der kan jeg ikke gå inn*». Dette kan virke som kontradiktoriske funn siden det må være en årsak til at kundene fortsatt velger å benytte seg av Henrik som PT, hva som er den direkte årsaken ble ikke utforsket videre i intervjuet.

Petter har gjennom hele intervjuet vært veldig klar på at PT yrket omhandler salg, og han har også ansvar for å lære opp andre kollegaer rundt dette med salg. Her snakker han om hvordan man kan utnytte de materielle forventningsstrukturene gjennom å skape en følelse av at kunden er avhengige av en PT for å gå inn i det området;

«(...) Jeg tar de inn i frivektavdelingen, selvfølgelig fordi det er effektiv trening, men også fordi <kunden> skal kjenne at de trenger hjelp. Så er det liksom det å gi de en følelse av at dem ikke er helt malplasserte der fordi jeg <PT> er sammen med personen (...) Alene vil de ikke tørre å gå inn der, men jeg kan kanskje få sådd en spire <tanke> sånn att ved hjelp av meg <PT> så kan jeg gå inn der.»

Når jeg spør Petter direkte om det er noen områder han opplever at nye kunder ikke ønsker å starte å trene, svarer Petter ærlig på at han tar de inn i styrkeavdelingen selv om han vet at kunden mistrives der;

«(...) Jeg kaster dem rett inn i det verste (...) Dette er jo fælt og si, men er ment for din undersøkelse. Du gjør kunden avhengig av deg, det er jo formålet som PT,

du driver ikke med veldedighet (...) Du kaster dem inn i noe som du veit at de <kunden> synes er fryktelig skummelt, men blir trygt sammen med meg <PT>»

Derfor ser man at dette avhengighetsforholdet som nevnt tidligere (se 4.2) som mine informanter snakker om inne på kontoret, får praktiske implikasjoner når en kunde blir tatt ut i treningsarealet under en prøvetime.

4.6 Presentasjon av Fitness-systemets forventinger

I denne kategorien rettes fokuset over på kundene, hvilket mål de innehar og hvordan en PT hjelper kundene mot målet gjennom ulike treningsformer. Kundene blir nå presentert for de ulike forventningene som ligger i Fitness-systemet når treningen med PT starter. Dette er forventninger kundene må svare på gjennom den kommunikasjonen PT vektlegger.

Majoriteten av informantene uttrykker at deres kunder ikke har vektreduksjon som primærmål, men en kombinasjon av styrke, funksjonalitet og redusert fettprosent. Petter uttrykker hvordan målsetningene til kundene har forandret seg gjennom de årene han har jobbet; *«Der har det vært en utvikling, den <vektnedgangen> var veldig dominerende før. De siste fire-fem årene så har det blitt et mye mer fokus på det å være sterk, det å ha god kondisjon (...)»*

Det handler om å komme i form

Selv om den funksjonelle kroppen blir nevnt, og at kundene i dag ønsker å prestere i en retning av å mestre en gitt aktivitet enten i eller utenfor treningssenteret, er det fortsatt et tydelig fokus på kropp og dens utseende. Petter fortsetter her å snakke om hva kundene forventer av sin PT når treningen starter og eksemplifiserer med en metafor;

«Kundene må nok se at de er blitt i bedre form. Det har litt med at de investerer penger i det. Det blir som om du skal renovere huset dit, så ser du <kunden> ingen forskjell, selv om strukturene på innsiden av huset er forandret liksom (...) så tilbake til det med utseende og prestasjon, de må kjenne det»

Dette med utseendet er noe som ofte ligger der latent, men ikke alltid kommer til overflaten. Henrik opplever at kunder ikke sier det de egentlig ønsker; *«Det er mange som har problemer med å innrømme det med utseende (...) en som bare har lyst å gå ned 3 kg fordi han har for høy fettprosent, vil ikke starte med å si det»*. Arild opplever at kundene ønsker å komme i form, noe som ofte betyr å stramme opp; *«Folk sier de vil bli i bedre form, så fniser de litt, så sier de at de selvsagt skal stramme opp»*. Øyvind har også erfart at kunder oppsøker han for å gå ned et par kilo;

«Dessverre så er det slik i dag at de fleste som kommer på et treningssenter i dag, bare er litt overvektige og har ikke motivasjon til å trene selv (...) så kjøper de PT timer, og tror at livene deres skal bli bedre liksom»

Dette tyder på at medlemmer oppsøker en PT for å forbedre sin ytre kropp, men samtidig vil de oppnå en viss funksjonalitet med treningen. Tone oppsummerer denne sammenhengen når hun uttrykker seg i frustrasjon om en tidligere kvinnelig PT-kunde som oppsøkte henne for å komme inn på politihøyskolen, der prestasjonsmålet ble overskygget med at kunden ikke fikk markerte magemuskler;

«Jeg hadde ei som ville inn på politihøyskolen og hadde et prestasjonsmål om å klare opptaket, vi trente mot det og hun klarte opptaket. Men hun fikk ikke six-pack. Altså vi startet å trene i benkpress i Mars og hadde opptak i Juni, hun stod med glans, men hun fikk ikke six-pack!»

Denne frustrasjonen var det flere av informantene mine som uttrykte. De skulle ønske det var enda større fokus på helse og funksjonalitet rundt treningen, og at kroppsfokuset kunne forsvinne. Interessante funn her er at en del av målsetningene kundene uttrykker, kan sees i relasjon til det den enkelte PT ønsker å oppnå med sin egen trening, jmføre kategori 4.3. Det kan virke som at PT og kunde egentlig jobber mot det samme. Kroppen skal fungere til noe, men den må også se bra ut.

4.7 Kommunikasjon som styrketrening

Samtlige av mine informanter benyttet styrketrening som primær treningsform når det kom til de overnevnte målene. Det var viktig for en del av informantene å få kundene over i frivektsarealet på sikt, for der var effekten størst.¹¹Kategorien tar for seg hvordan mine informanter arbeidet for å innfri kundenes treningsmål. Dette kan forstås som hvordan personlige trenere hjelper kundene til å svare på forventingene, gjennom styrketrening som kommunikasjon. Øyvind snakker her om at han ønsker en progresjon på treningen mot frivektene;

«Om jeg får tid til å følge en kunde over tid presiserer jeg at vi må ta ting gradvis. Vi starter kanskje ikke med frivekter først (...) Jeg ønsker å frigjøre kundene mine i fra apparatene slik at en får jobbet mer med komplekse øvelser (...) Alle kundene skal bruke frivektene, speilene har da en viktig funksjon, at de ser seg selv»

Denne progresjonen snakker også Astrid om, det å kunne på sikt mestre de store komplekse styrkeøvelsene;

«Prioriterer store muskelgrupper (...) vi starter kanskje med en knebøy, fordi det er enkelt det er noe alle gjør hver dag (...) for mange begynner vi bare å sette oss ned på en benk. Så er det liksom <utover i treningsperioden> knebøy og markløft og alle de store øvelsene, enten med vektstang og vekstskiver alt etter treningserfaring»

Petter er opptatt av at kundene trener «*hele pakken*» av treningsformer på sikt, men styrketrening med vekter er det viktigste;

«Styrketrening med vekter er uten tvil kjempeeffektivt, det er noe alle har behov for etterhvert (...) Pleier ofte å kombinere det med relativt høy intensiv kondisjonstrening (...) Jeg pleier å anbefale kundene mine og også delta på en

¹¹ Frivektsarealet er ofte kjennetegnet av komplekse øvelser med høyere vanskelighetsgrad enn apparater. Disse områdene innehar ofte store speil som er plassert foran vektstenger og manualer.

kondisjonstime, så har du <kunden> styrke med PT og i tillegg egentrening. Da har du hele pakken kan du si da.»

De resterende av informantene mine uttrykte også dette med å starte med styrketreningen enten med eller uten eksterne vekter. «*Styrketrening er det ideelle når det handler om å stramme opp*» sier Arild. Arealet dette vil foregå på vil ofte være områder på treningssenteret som gir en PT muligheten for å bedrive styrketreningen. På sikt vil derfor styrketreningen i hovedsak kretse rundt de områder der det er speil, vektstenger, og vekstskiver. På den måten vil en PT kunne hjelpe kundene inn i den arenaen som kan ansees som den mest avansert delen av et treningssenter, frivektsarealet.

Innlæring gjennom imitasjon

Når det kommer til den praktiske treningen i styrkerommet kom det klart frem at en PT viser øvelsen, forklarer, og kunden gjennomfører. Petter er veldig klar på hvordan han går frem;

«Jeg viser først og forklarer litt om øvelsen, hva og hvordan og alt det der, så viser jeg litt først helt uten vekter (...) så er det kunden sin tur, så forklarer jeg til kunden at jeg vil stå nærme deg, så spør jeg om det er greit at jeg tar på kunden <ta på muskelen som trenes> (...) så retter du på småfeil, men samtidig skryte»

I forlengelsen av dette er det viktig at kundene «kjenner» på kroppen hvordan muskelen jobber, her snakker Gunnar om viktigheten av å «føle» øvelsen;

«Det er viktig at de kjenner at de jobber med de rette musklene, det er jo veldig mange som ser seg selv i speilet, men nei, du skal lukke øynene dine om jeg setter det på spissen, så skal du føle øvelsen, kjenne muskulaturen»

Øyvind bruker å ta på de musklene han ønsker at kunden skal jobbe med, slik at de forstår hvor de skal kjenne det på kroppen sin;

«Spør alltid kunden om det er greit at jeg tar på dem, veldig opptatt av å tappe de <ta på et konkret område>, om jeg da tar de på deltamuskulaturen <skulder> når de gjør en side-hev, da merker jeg at de får fokuset sitt der med en gang»

Det er også viktig at en PT kan formidle sin kunnskap gjennom å formidle en øvelse, her uttrykker Tone seg om denne kunnskapsformidlingen;

«Jeg sier alltid, det er viktig fordi at <hun forklarer hensikten>, for eksempel i ditt tilfelle gjør vi denne øvelsen fordi at, eller vi gjør øvelsen på et og et ben fordi at, fordi jeg vil at de skal forstå at vi gjør ting med en hensikt»

For Henrik er det viktig at kundene forstår at han besitter kunnskap, og er bevisst på at han ikke skifter en øvelse selv om kunden ikke mestrer den;

«(...) Jeg er veldig tro mot de øvelsene jeg setter opp, så det betyr at jeg har satt det opp for en grunn, og det viser jeg til kunden også, det er ikke sånn at vi legger bort en øvelse selv om kunden ikke mestrer den helt med en gang (...) da viser jeg at jeg ikke er så trygg på det om vi plutselig hopper til en annen øvelse»

Innlæring av en øvelse starter derfor med imitasjon, der en PT starter innlæringen med å vise de øvelsene ved hjelp av sin egen kropp. Deretter vil en PT kontinuerlig justere kunden inn i den gitte retningen de ønsker, slik at kunden hele tiden opererer i henhold til hensikten med øvelsen, enten det er å bli sterkere eller øke i muskelmasse. I denne praktiske innlæringsfasen av styrketrening utøver derfor personlige trenere primærfunksjonen, som er å hjelpe kundene til å mestre de mer komplekse styrkeøvelsene i frivektsarealet.

Hensikten er funksjonalitet og kroppens ytre

En del av informantene kunne i liten grad begrunne hvorfor denne treningsformen ble benyttet. Flere uttalte «Fordi det er mest hensiktsmessig». Jeg avdekket allikevel at det også her handler kombinasjonen mellom funksjonalitet og utseende; Gunnar snakker

her om kombinasjonen han vil oppnå; «En kombinasjon på en måte, at det både er for å øke muskelstyrken men også det estetiske»

Arild snakker nevner også denne kombinasjonen;

«Målet er jo og få den doble effekten da, at vi jobber funksjonelt men samtidig jobber mot helse, at de får en helsegevinst ut av det (...) men igjen så kan vi også kjøre flere repetisjoner i en øvelse <for muskelvekst>»

Petter, som føler at det har skjedd en endring i de fleste målsetningene til kundene de siste årene, uttrykker også her at det handler om å bli sterkere, men ikke for mye økning i muskelmasse;

«Jeg tror det viktigste sånn nå i dag er å bli sterkere, det er ingen tvil om at det er det som dominerer nå om en ser på hensikten (...) Det er mange <kunder> som sier at de ikke ønsker å bli så stor <av styrketreningen>. Da forklarer jeg alltid at man kan fint trene tungt med få repetisjoner uten å få den ekstreme muskelmasse økningen da»

Selv om denne delen av datamaterialet ble litt tynt, ser en likevel en tendens mot at det endelige målet fortsatt omhandler denne kombinasjonen. Didrik uttaler; «Jeg tar jo kunden dit han ønsker». Når en da ser på hva en kunde egentlig ønsker å oppnå med sin trening, som da er funksjonalitet og utseende, kan dette indikere det endelige målet med treningsformen styrketrening.

4.8 Oppsummering

Mine resultater tilsier at personlige trenere skaper kjøpsituasjonen i forkant, de innhenter informasjon om kunden som brukes videre inn imot kjøpsituasjonen. Et annet sentralt element som muliggjør kjøpsituasjonen, er at første møte gjennomføres inne på et kontor. Kontoret rammer inn kjøpsituasjonen for PT – kunde, og gjør det lettere for personlige trenere å få inn et salg.

I kjøpsituasjonen er det forskjell på hvordan fulltids og deltids personlige trenere presenterer seg i kjøpsituasjonen. Førstnevnte endrer sin atferd bevisst, og har et ønske om å ta kontroll over situasjonen. Prøvetimen for dem omhandler en ting, og det er salg. De benytter seg av ulike teknikker for å få kundene til å forstå at de behøver PT-timer. De skaper tillit hos kundene, og tilliten blir bindeleddet som gjør at personlige trenere kan innta en kontrollerende og autoritær våremåte ovenfor kundene. Dette er første steg i dannelsen av å gjøre kundene avhengige. Deltids personlige trenere inntar en mer holistisk tilnærming til kunden, der salg av PT-timer ikke fremtrer som det primære. De er mer opptatt av at kundene kan få ta del i hva prøvetimen skal omhandle. I lys av mine funn kan en derfor hevde at bevisst endring av atferd kun tiltrer for de som jobber fulltid, siden de i større grad er avhengig av gevinsten (salget).

Viktigheten av en trent PT-kropp gikk igjen hos flere av informantene, samtlige hadde klare formeningar om hvilke forhold de hadde til sin egen, og andre kropper i lys av bildene som ble vist frem. Sammenhengen mellom en PTs selvpresentasjon og vedkommendes systemfunksjon, er blant annet viktigheten av en trent PT-kropp. Mine informanter opplevde en forventning rundt hvordan deres kropp skulle se ut, og var veldig tydelig på hvordan en PT-kropp ikke skulle se ut. En overvektig PT-kropp passet ikke inn i rollen som PT, dette svekket en PTs troverdighet. Det som binder sammen atferden inne på kontoret med atferden ute i treningssenteret, er at kundene blir utsatt for enkelte treningssoner med høy grad av kompleksitet, som skaper avhengigheten. Den kontrollen som fulltids PT skapte inne på kontoret, tas derfor med ut i treningssenteret når treningen med kunden starter. De er klar over at nye kunder ikke vil mestre trening i de områdene alene. På den måten kan si at atferden PT utøver ute i treningssenteret er bevisst endring av atferd, på samme måte som inne på kontoret. Konsekvensen av dette blir et avhengighetsforhold.

5. Diskusjon

Denne oppgaven har gitt meg innsikt i hvordan første møte mellom PT og kunde utgjør en viktig og sentral rolle for personlige trenere. Samtidig har jeg avdekket hvordan personlig trenere utsetter sine kunder for Fitness-systemets forventninger. Jeg vil i denne delen se mine funn i relasjon til både tidligere forskning og relevante teorier. I dette kapittelet vil jeg derfor diskutere mine viktigste funn sett opp imot tidligere forskning presentert i oppgaven. Jeg velger videre å diskutere mine funn i lys av sosiologisk teori, dels Goffmans teori og dels Luhmanns teori. Ved hjelp av mitt teoretiske rammeverk, vil jeg vise hvordan disse teoriene kan anvendes for å gi et bedre svar på mine problemstillinger.

5.1 Mine funn og tidligere forskning rundt PT yrket

Det sentrale utgangspunktet i studiene som blir presentert under, er at de analyserer PT-yrket som et serviceyrke. Studiene er ikke gjennomført i Norge, men nettopp derfor har de en merverdi i denne oppgaven, da mine funn i stor grad samsvarer med funnene i studiene som presenteres. Det kan derfor tyde på at PT er et internasjonalt fenomen, og i så måte innehar personlig trenere en rolle innenfor et globalt system.

Maguire (2001) hevder at personlige trenere blir bindeleddet mellom Fitness-industrien og forbrukeren, og de spiller en sentral rolle i det å selge inn Fitness til nye kunder. En PT i lys av Maguire (2001, s. 390), anses som en «*frontline service provider*» (*førstelinje service-yter*). De står med andre ord i fremste rekke - de er treningsstreners ansikt utad. Et sentralt element blir derfor at personlige trenere må evne å *representere* Fitness-bransjen. Personlige trenere må i denne sammenhengen vise gjennom sin bekledning, hvem de er og hva de representerer. Bekledningen kan forstås som en visuell link mellom den enkelte PT og treningscenteret som helhet (Maguire, 2001). Dette med bekledning, var også et sentralt element for mine informanter. De var pålagt å ha på seg uniformer som representerte arbeidsgiverens treningskjede. Petter som var PT-ansvarlig for sine øvrige kollegaer, uttalte seg i den retning; «*Veldig nøye på det, får ikke bruke noe annen logo* <uniformen må ha kjedens logo>». Jeg avdekket at uniformene også hadde en annen funksjon - de skulle være tettsittende. Astrid nevnte

dette når hun snakket om hvorfor uniformene var tettsittende: «*Det er jo fint å se en som er godt trent gå i en stram t-skjorte, og jeg tror faktisk at en del kunder kan kjøpe PT-timer bare basert på det*». På den måten antyder mine funn at uniformen både skal representere arbeidsplassen altså treningskjeden, men uniformen representerer også en selv, altså ens egen kropp.

Et annet sentralt element Magurie (2001) fremhever, er at personlige trenere er «meglere» for Fitness. De er meglere i den forstand at de fungerer som et mellomledd mellom Fitness, og forbrukeren. De videreformidler derfor Fitness-trender til sine eksisterende kunder. Dette gjøres gjennom å anbefale kunder spesielle treningsformer eller andre Fitnessrelaterte goder som de bør investere i eller mestre (Maguire, 2001). Mine informanter kan også sies å inneha denne «meglerrollen», særlig når en ser nærmere på valg av treningsformer. Et veldig interessant funn, er at den enkelte PT trente selv styrketrening, samt at de trente kundene i den samme treningsformen. Dette samsvarer også med gjeldene trender vi ser nasjonalt: treningsformen styrketrening har økt drastisk de siste årene (Statistisk sentralbyrå, 2015). En kan derfor anta at personlig trenere videreformidler en Fitness-trend i form av styrketrening. Den livsstilen personlig trenere selv har, må de kunne megle inn til sine kunder. På den måten kan en si at en PT fungerer som en transportør for det som er de gjeldene Fitness-trendene.

Melton et.al (2008) sin deskriptive analyse av PT-yrket, løfter frem hvilke kriterier personlige trenere føler de må inneha for å kunne mestre rollen som PT. En viktig faktor er fysikken til den enkelte PT. Informantene i studien til Melton et.al (2008) uttrykker at en PTs kropp spiller en kritisk rolle når kundene velger seg ut en PT. Et poeng Melton et.al (2008) løfter frem, er at informantene skulle ønske at det ikke var kroppens ytre som stod i fokus. Studien har ikke definert hva som menes med «god» eller «dårlig» fysikk, men viser til utseende som et generelt viktig kriterium. Mine informanter identifiserer seg med en mellomting av idealkroppen og den «normale» kroppen. Mine funn tyder derfor på at «fysikk» kan relateres til mengden muskler og fett på kroppen. Idealkroppens kjennetegn, en muskuløs, fettfattig mannskropp, eller en slank, tynn kvinnekropp, samsvarer derfor til dels med mine funn (Barland et al., 2010; Pope et al., 2002). En uttalelse fra en av mine informanter som eksemplifiserer hvor viktig rett

mengde muskler og fett er, kom fra Henrik. Han uttrykte en misnøye vedrørende sin egen kropp, selv om han for meg fremstod som relativt normal uten mye muskler eller veldig lite fett; «*Jeg skulle gjerne ønske at jeg ble oppfattet som veldig godt trent*». For Henrik sitt vedkommende, kan det derfor tyde på at han ikke har innfridd samfunnets definisjon på en idealkropp. Et annet sentralt funn, er at det var ute i selve treningscenteret at personlige trenere kunne eksponere sin egen kropp. Øivind poengterer dette; «*Kroppen min har jo noe å si for om jeg får solgt eller ikke, som sagt jeg trener ofte i singlet, så folk har jo sett hvordan jeg ser ut*». På samme måte som i Melton. et.al (2008), så opplever mine informanter at de kan oppnå en «gevinst» ved å inneha den «riktige» fasongen på kroppen. Men et viktig poeng å tilføye i denne sammenhengen, er at informantene mine brukte dette til sin fordel, de var med andre ord klar over at kroppen var viktig, og brukte dette som et middel for å kunne generere et salg. En PTs kropp er derfor ikke et passivt middel i salgsprosessen, men er noe personlige trenere bruker aktivt til sin fordel.

George (2008) argumenterer for at en PT-kropp symboliserer noe «mer» enn bare kropp. I sin analyse av PT-yrket fremhever George (2008) hvor viktig en PTs kropp er i den instrumentelle utvekslingen. Når personlige trenere skal overføre kunnskap til kundene, må de også leve opp til forventningene om en trent PT-kropp, ellers vil ikke overføring av kunnskapen ha en verdi. «*Failure to live up to an idealized image of what PTs should look like could undermine trainers credibility*» (George, 2008, s. 117). Kredibilitet eller troverdighet, var noe som ble fremhevet når mine informanter reflekterte rundt hvilken type kropp som passet inn i rollen som PT. Henrik understreket dette; «*Alle kunne vært PT, alle kan ha god kompetanse, men da kommer troverdighet inn*». En overvektig PT-kropp passer dermed ikke inn i rollen som PT - det svekker deres troverdighet. Arild uttrykker seg enda sterkere; «*(...) Ser du sånn ut <overvektig> representerer du ikke ditt eget arbeid*». En kan derfor si at kroppen til en PT symboliserer noe mer enn bare et kroppsideal, i lys av mine funn. Dette samsvarer med annen sosiokulturell forskning. De som innehar skjønnhetsidealet i en gitt kultur, blir ofte ansett av andre som kompetente og mer vellykkede enn mindre attraktive mennesker (Jackson, 2002).

George (2008) understreker også viktigheten av å skape et motiverende forhold til kunden. Dette skapes gjennom å etablere en personlig kontakt med kunden. Mine funn

tyder også på at en PT må kunne skape en god relasjon med kunden. Petter uttrykte at du må «(...) vise at du er en hyggelig fyr å være sammen med». De mellommenneskelige ferdighetene kan sies å være en del av totalpakken av ferdigheter personlig trenere bør inneha.

George (2008) hevder videre at de mellommenneskelige ferdighetene som tas i bruk, skaper en personlig ramme rundt interaksjonen. I så måte kan en PT oppnå en fordel ved å ta i bruk de mellommenneskelige ferdighetene. Resultatet blir lojalitet, og kundene kjøper nye timer. George (2008) sin argumentasjon rundt lojalitet, samsvarer i liten grad med mine funn. Lojalitet i et kundeforhold, definerer jeg som en avhengighet som den enkelte PT har konstruert. Dette er et viktig poeng, fordi lojalitet kan forstås som en mer positiv forklaring på hvorfor kunder fortsetter å trene med sin PT. I henhold til mine funn, blir lojalitet ikke en dekkende nok forklaring på hva som skjer mellom PT og kunde.

5.2 Selvpresentasjon og rammeanalysen

Utgangspunktet for denne oppgaven, har vært første møte mellom PT og Kunde. Jeg vil i det følgende diskutere hvordan en PT skaper kjøpsituasjonen, og hvordan en PT ønsker å fremstille seg i kjøpsituasjonen. Jeg vil diskutere og knytte mine funn opp mot sosiologisk teori for å kunne besvare mine problemstillinger. Jeg har avdekket at prosessen med å konstruere kjøpsituasjonen ikke består av tilfeldigheter, men er en prosess som består av både bevisst og ubevisst endring av atferd. I så måte er Goffmans sosiologiske teori godt egnet til å kunne sette ord på hva jeg har observert. Jeg anser derfor Goffmans begreper *encounters*, *frontstage*, *backstage* og *rammer* som godt egnet til å forklare hva jeg har observert og dokumentert i kjøpsituasjonen. Jeg kan gjennom Goffman få en mer detaljert analyse av hvordan samhandlingen mellom PT og kunde foregår. I denne delen av diskusjonen vil jeg i hovedsak diskutere hva som skjer under og i forkant av første møte mellom PT og kunde.

Møtet (*encounter*)

Mine funn tyder på at den selvpresentasjonen som finner sted i møtet mellom PT og kunde, er både bevisst og ubevisst. Slik sett er slike møter det Goffman beskriver som *encounters*. Goffman (1972) argumenter for at definisjonen av *encounters* avhenger av

hvilken sosial anledning det er snakk om, og hvor møtet finner sted (Goffman, 1972, s. 19). Et møte struktureres ut fra samhandlingsordenen. Den består av et «åpningstrekk» som besvares med et «adgangstegn». Dette gir partene «lov» til å starte interaksjonen (Aakvaag, 2008, s. 73). I sosiale interaksjoner vil de involverte aktørene handle ut fra hvilken linje de legger seg på, «*line*», og hvilket ansikt de tar på seg «*face*». «Line» forstås som hvordan en aktør uttrykker seg verbalt i lys av hvordan han/hun forstår situasjonen. En aktørs «face» avhenger i stor grad av hvilken «line» vedkommende har inntatt, samt hvordan andre aktører oppfatter denne (Goffman, 1982, s. 5). En kan derfor si at det er et dynamisk forhold mellom den linjen en aktør inntar, det ansiktet de tar på seg, og den måten de andre involverte aktørene oppfører seg på under interaksjonen.

I mine undersøkelser, foregikk møtet mellom PT og kunde inne på et kontor, altså en ansikt-til-ansikt-interaksjon. Mine informanter kunne ha valgt å gjennomføre møtet en annen plass enn inne på kontoret, men de valgte bevisst denne arenaen. Kontoret kan her sies å gi mine informanter et klart fortrinn i hvordan situasjonen skulle defineres. Som Øyvind understreket; «(...) *Det bør være på et lukket rom der det kun er deg og kunden*». På den måten legger ikke personlig trenere opp til at dette er en «hverdagslig» samtale. I det kunden godtar «åpningsreplikken» til den enkelte PT, og døra til kontoret lukkes, begynner det sosiale spillet. Som Gunnar understreker: «*Jeg ber de gjerne lukke døren, da sier de <kunden> at det ikke er så viktig, men når døra lukkes kommer det mer fortrolige ting ut*». En slik måte å isolere første møte på, gir den enkelte PT bedre muligheter til å lykkes med det budskapet de ønsker å fremme. Det man kan kalle for tilskuere, altså resterende medlemmer på treningssenteret, kan derfor ikke gripe inn i interaksjonen mellom PT og kunde. I så måte er prøvetimen inne på kontoret et fokusert møte - det vil si at ingen andre kan forstyrre de involverte deltakerne (Hviid Jacobsen & Kristiansen, 2002, s. 68). Slik blir det lettere for personlige trenere å analysere motpartens (kundens) oppfattelse. Mine informanter var her veldig tydelige på viktigheten av å analysere motparten, som i henhold til Goffman kan forstås som motpartens *face* (Goffman, 1982), Arild bekrefter dette; «(...) *jeg prøver å tilpasse meg kunden, og tilpasse meg til hvordan kunden vil at jeg skal være - for å være helt ærlig*». Personlige trenere er derfor klar over at deres egen fremtreden er avhengig av hvordan motparten reagerer. Dette dynamiske forholdet er sentralt i Goffmans analyser

av menneskelig samhandling. En har både skuespiller (PT) og publikum (kunden), som begge spiller en rolle ut fra det skript eller «manus» som foreligger (Goffman et al., 1992). En kan si det foreligger en del elementer som muliggjør en PTs selvpresentasjon - den oppstår ikke i et vakuum. Første møte er lagt til rette på en slik måte at den planlagte selvpresentasjonen kan finne sted. I det følgende avsnitt vil jeg vise hvordan kjøpsituasjonen består av flere lag, og analysere det som *egentlig skjer* når PT og kunde møtes mer dyptgående.

Frontstage

Mine funn tyder på at kontoret er stedet man selger PT-timer. Henrik uttrykker at kontoret er «(...) helt avgjørende, det er jo der jeg gjør 90 prosent av salgene mine». Dette gir indikasjoner på at kontoret innehar noen elementer som skaper en kjøpsituasjon. En kan i lys av Goffman forstå prøvetimen som *frontstage*.

Det som er med på å ramme inn frontstage er kulissene. Goffman (1992, s. 28) skriver: «De som ønsker å benytte seg av spesielle kulisser som et ledd i opptreden, kan ikke innlede spillet før de har anbragt seg selv på det rette stedet (...)». En aktør som er avhengig av gitte kulisser for å utøve sin rolle kan dermed ikke starte selvpresentasjonen før vedkommende selv er i denne settingen. Dette kom tydelig fram i min oppgave. De materielle rammene var en viktig faktor for å kunne skape en tillitsfull atmosfære, og kulissene under en prøvetime var kontoret. I tillegg til kontoret, er det også andre materielle konstruksjoner som signaliserer og rammer inn hva som skal og ikke skal gjøres på et treningssenter. Treningssenteret er kjennetegnet av materielle strukturer som signaliserer trening. Denne forventingen skapes i det øyeblikk man går inn i et treningssenter, samt når man skifter til treningsklær i garderoben (Sassatelli, 1999). Her må individet uavhengig av sosial klasse, ta av seg sine hverdagslige klær og skifte til treningsklær. Dette forsterker signalet om at her skal det trenes. Mine informanter fortalte at de også hadde egne PT-uniformer, og en del av disse var tettsittende. Uniformen skal ikke bare signalisere trening, men også en «trent kropp». Dette kan forstås som den enkeltes PT sin personlige fasade (Goffman et al., 1992, s. 29).

Kroppen og bekleddingen til den enkelte PT var viktig for førsteinntrykket under en prøvetime, men ikke bare da. Mine informanter var også veldig bevisste på hvordan de

fremsto når de ikke hadde PT-timer, men bare trente på egenhånd der de jobbet. De måtte derfor hele tiden jobbe med å opprettholde den personlige fasaden om en «trent kropp». På den måten ser en at førsteinntrykket som skapes i en situasjon, må opprettholdes i et senere tidsløp (Leary et al., 1990). Enkelte informanter uttrykte også at de, når de trente selv, kunne bli oppsøkt i etterkant av kunder som ønsket å kjøpe timer av dem. På den måten kan en si at PT-kroppen får sitt eget førsteinntrykk. Om PT-kroppen har blitt observert av en potensiell kunde før prøvetime-interaksjonen har funnet sted, og kroppen til en PT på dette tidspunktet uttrykker en trent kropp, får dette implikasjoner når selve prøvetimen starter. På den måten kan en si at den enkelte PT er opptatt av sin egen kropp også i de rammene som vil bli dannet på et senere tidspunkt. Kroppen til en PT kan derfor ikke isoleres til en spesifikk ramme, men løper som en rød tråd gjennom all form for senere kommunikasjon mellom PT og kunde. Den «trente kroppen» de signaliserte når de trente selv, var noe som virket forlokkende på andre kunder, og «gevinsten» ved denne atferden, var at kundene kunne se varen i aksjon. Kroppen ble da en viktig bidragsyter når informantene skulle hanke inn nye kunder.

En kan si at all kommunikasjon inne på et treningssenter dreier seg om trening - alt annet vil ikke passe inn. Dette gjør det naturlig for en PT å snakke om treningsrealterte emner med sine kunder. Mine informanter uttrykte at kontoret var helt avgjørende for salget. En kan derfor si at treningssenteret i seg selv er en overordnet treningsramme, der kroppen til den enkelte PT er sentral. Men skal salget fungere, må man ha andre kulisser tilgjengelig enn bare speil, vektmanualer, og en trent PT-kropp. Et kontor har kulisser som muliggjør salget. Her er de materielle strukturene formet på en slik måte at det vil være naturlig å snakke om salg av PT-timer. Sagt på en annen måte: En PT kan godt snakke om trening inne på kontoret og vise frem sin egen kropp gjennom en tettsittende jobbuniform, men han kan ikke trene og vise frem sin egen kropp på samme måte her, som ute i treningssenteret. Inne på kontoret er det en privat, lukket atmosfære som muliggjør argumentasjon for et salg. Når en PT trener eller beveger seg rundt i treningssenteret, vil kroppen gjennom non-verbal kommunikasjon ha en effekt på inntrykket han/hun ønsker at kundene skal sitte igjen med. Inne på kontoret holder det ikke med en trent kropp alene. En PTs kropp har en verdi inne på kontoret, men kun

om den enkelte PT er blitt observert i forkant, fordi kulissene inne på kontoret tilsier at det er noe «mer» som skal skje. Som Arild uttrykker: «(...) *det er der inne, det er der det skjer, det er der <inne på kontoret> at jeg vil at det <salget> skal skje*». Personlige trenere tar i så måte med seg sin «trente» kropp inn på kontoret, og opprettholder sin personlige fasade. Kontoret fremtrer derfor som et sentralt element i PTs rollespill. Kontoret er allikevel ikke det eneste virkemiddelet som muliggjør kjøpsituasjonen - den enkelte PT må også møte forberedt.

Backstage

Mine funn tilsier at det skjer noe sentralt i forkant av første møte mellom PT og kunde: Bakgrunnsjekking av kunden. Dette var den enkelte PT opptatt av, og det foregikk ved å kartlegge kundens kroppsfasong ved hjelp av Facebook, og ved å studere skjemaer som kunden hadde fylt ut i forveien. Henrik forklarte hvilken funksjon sosiale medier hadde for han; «*Jeg sjekker facebook (...) ser jo på profilbildet og kan danne meg noen tanker om det er vektreduksjon det er snakk om*». Interessant i denne sammenhengen, er at kroppsfasongen til kunden ble sentral. Utfra hvordan kunden så ut, kunne informantene i større grad tilpasse seg ut ifra motparten. Goffman (1992) understreker at disse forberedelsene gjør at rollen man senere fremfører, i større grad blir retningsstyrt mot tilhørerne (Goffman et al., 1992, s. 97-98). På den måten blir det lettere å skape et personlig preg rundt kjøpsituasjonen. I lys av Goffman bør derfor rollen man ønsker å utøve i frontstage, forberedes backstage, fordi backstage er lukket for de andre tilhørerne (Goffman et al., 1992, s. 197). Konstruksjonen av kjøpsituasjonen starter derfor i forkant av møtet, og forberedelsene er ikke tilfeldige. Et sentralt element er også at kundene ikke skal vite at det har blitt gjort en bakgrunnsjekk av de i forkant. Dette er sentralt i Goffmans (1992) argumentasjon om backstage - det er kritisk å ikke blir avslørt av kunden (publikummet) før møtet. Dess bedre rollen forberedes, dess større sannsynlighet for å lykkes. En kan derfor antyde at kjøpsituasjonen krever noe mer enn bare et kontor. Frontstage er ikke et tilfeldig møte, slik jeg poengterte innledningsvis i diskusjonen. Det er en prosess som består av flere lag, hvor målet er å få i havn et salg. Når informantene mine var i situasjonen, var de veldig bevisste på hvordan de ville fremstå og hvordan de ville snevre samtalen inn imot et salg. Her er Goffmans (1986) rammeanalyse relevant, da den kan avdekke i mer detaljert form

hvordan prøvetimen utvikler seg til å bli en kjøpsituasjon hvor begge parter er samstemte.

Andre sider av kjøpsituasjonen

Et sentralt element for mine informanter var å få kundene til å forstå at de behøvde PT-timer. Informantene var klar over at kundene til dels ikke forstod hva prøvetimen egentlig omhandlet. Petter beskriver prøvetimen slik: «*For kunden er det jo viktig å få en innføring i treningsgreia, men siden du spør om vår rolle, er det ganske utelukkende salg*». Personlige trenere må derfor på en eller annen måte få kundene til å forstå at det er kjøp av PT-timer som gjelder i situasjonen, og ikke en «*innføring i treningsgreia*». Det er sekundært.

Første steg i enhver sosial interaksjon, er å få definert situasjonen, så PT og kunde må sammen finne ut av hvilken primærramme situasjonen skal forstås ut fra (Goffman, 1986). Her kom det tydelig frem at en PT legger premissene for hva samtalen skal omhandle, og de må hele tiden ta føringen i samtalen og inneha kontrollen. En kan si at første steg i prøvetime-situasjonen er å få på plass en *relasjonsramme*. Det innebærer de innledende samtalene kretser rundt det å skape en god tone, der praten går relativt fritt mellom begge parter. Informantene uttrykker samtidig at de ønsker å inneha kontrollen over hva som skal sies og ikke sies under prøvetimen. Når en PT så fremsetter et budskap senere i interaksjonen, kan dette forstås som en form for *stage-play* (Goffman, 1986, s. 508). Mine funn tyder på at en PT først lytter og analyserer hvordan motparten (kunden) forstår og reagerer på det budskapet som fremmes. Som Arild sier; «*Jeg prøver å tilpasse meg kunden, tilpasse meg til hvordan jeg tror at kunden vil at jeg skal være, for å være helt ærlig*» Det som er viktig i denne fasen, er at PT (*speaker*) snakker som om han vet hva han skal si, og på en slik måte at kunden (*listener*) som ikke har hørt det gitte budskapet før, ønsker å høre på fortsettelsen. Didrik poengterer hvordan han gjør dette: «*Jeg leder samtalen i en gitt retning*». Det som er viktig fra informantenes ståsted, er da å beholde spenningen i måten de fremlegger budskapet på (Goffman, 1986, s. 508). En ser derfor at kommunikasjonen får en dramatiserende vinkling. I denne fasen av interaksjonen, henter en PT frem igjen sine *backstage*-forberedelser. Det gjør at de kan tilpasse sjargongen i samtalen, så det

gir interaksjonen et personlig preg ovenfor kunden. Slik kan en si at det er en rød tråd fra forberedelsene backstage til selvpresentasjonen utøves i frontstage.

Informantene mine benyttet seg av en rekke teknikker for å sirkle samtalen inn mot et salg. Dette kan i lys av Goffman (1986) forstås som *keying*. En sentral form for *keying* i denne oppgaven synes å være manipulasjon og overtalelse (se 4.2), da informantene mine spiller på konsekvensene ved ikke å benytte seg av PT-timer. Som Petter uttrykte: «(...) *Spille på at om du <kunden> ikke bruker PT timer nå, så kan det blir farlig for deg*». Ved hjelp av en slik «konsekvens-argumentasjon», forstår kunden at det er «farlig» å trene på egenhånd. Dette skaper en naturlig overgang fra *relasjonsrammen* til *kjøpsrammen* inne på kontoret. Ved manipulasjon av språket gjør PT en *keying* av situasjonen, som fører til at begge parter forstår hva samtalen skal omhandle (Goffman, 1986, s. 84).

Denne *keying'en* inne på kontoret, kan derfor sees på som bindeleddet mellom relasjonen og salget. Etablering av relasjonsrammen er første steg på veien til en forståelse av situasjonen. Deretter skjer det en *keying* gjennom å snevre samtalen inn mot et salg. Tillit er avgjørende for at *keying'en* kan finne sted, og en isolert kjøpsramme kommer ikke på plass før man har etablert en viss form for kjemi og relasjon. En kan derfor si at viktigheten av de mellommenneskelige ferdighetene ikke bare kan relateres til at PT-yrket er et serviceyrke, men også et salgsykke. De sosiale ferdighetene har et mål, i og med at PT konstruerer situasjonene bevisst. Selv om jeg i min analyse bruker relasjonsrammen for å beskrive første steg i salgsprosessen, er det likevel viktig å understreke behovet for kontroll. En PT skal ha kontroll over hvordan relasjonsrammen utvikler seg. Det er derfor ikke to likeverdige parter som har en samtale. Petter understreker denne kontrollen: «*Du er veldig førende hele veien, du hører på hva kunden har å si (...) Men det er alltid jeg som kommer med forslagene, som da på en måte ikke er et forslag men mer et direktiv*». Kjøpsrammen kan sies å være sårbar, og dette kan en se i relasjon til Goffmans begrep om *Fabrications* (Goffman, 1986, s. 86). Salgsargumentene en PT fremsetter på kontoret under en prøvetime, må han eller hun etterstrebe å opprettholde i ettetid. Autonomien i interaksjonen ligger hele tiden hos den enkelte PT, og kontrollen en PT har skapt inne på kontoret, må opprettholdes når treningen starter. Om kunden på sikt greier å bli selvstendig, vil avhengigheten mellom PT og kunde opphøre, og salgsargumentene vil ikke lengre ha en

verdi. Måten en PT opprettholder autonomien i interaksjonen på, og sikrer at avhengighetsforholdet vedvarer, er ved strategisk å velge ut gitte treningsformer og arenaer inne i treningssenteret. Dette vil diskuteres nærmere under Fitness-systemet.

Jeg fant to sentrale avvik i mine undersøkelser. Tone og Gunnar hadde en helt annen oppfatning av hvordan prøvetimen skulle defineres, og de kommuniserte på en helt annen måte til sine kunder under prøvetimen inne på kontoret. En mulig forklaring på hvorfor det ikke ble avdekket bevisst endring av atferd her, kan skyldes at de ikke er avhengig av gevinsten ved å endre atferd. Om et individ er avhengig av et annet individ for å oppnå noe, vil individet ofte endre sin atferd (Leary et al., 1990). Gunnar og Tone opplevde dette i liten grad, for de var ikke opptatt av denne gevinsten (salget). De så ikke kunden som et middel for et salg. Når en analyserer deres utsagn nærmere, ser en tydelige forskjeller i måten de kommuniserer på sammenlignet med de øvrige informantene. Gunnar sier: *«Jeg er veldig opptatt av at kunden skal få bestemme (...). Vi skal spille på lag»*. Tone uttrykker seg i samme retning; *«(...) De skal lære å trene på egenhånd, jeg skal ikke gjøre de avhengige av å trene med en PT»*. Kontrollen over situasjonen var derfor ikke tilstede her, de var opptatt av å gjøre kundene selvstendige. En kan derfor si at de ikke oppfattet en prøvetime som en kjøpsramme, men mer som en generell samtale i en treningsramme. En mulig årsak til at Gunnar og Tone ikke opererer på samme måte som de øvrige informantene, kan være at de ikke er avhengige av å selge like mange timer. Gunnar hadde en deltidsjobb ved siden av, mens Tone kunne ha blitt plassert i begge kategoriene i resultatdelen. Et annet aspekt å ta høyde for som Leary et.al (1990, s. 38) presiserer, er følgende; *«People who expect future interactions with another person are more likely to try to control how the others perceive them»*. Gunnar og Tone uttrykte at kundene bestemte, det vil si at autonomien i den fremtidige kommunikasjonen lå hos dem (kundene). Dette kan tyde på at Gunnar og Tone ikke forventer at relasjonen mellom dem og kunden skal vare over tid. Dette er viktige funn i denne oppgaven, da det betyr at selvpresentasjonen sett ut ifra kjøpsrammen, kun gjelder for de som jobber som PT på fulltid. Det kan være at jeg ikke evnet å registrere den bevisste endringen av atferd i Gunnar og Tones tilfeller, og at det likevel forelå en form for ubevisst inntrykksmanipulering i deres samtaler. Gjennom observasjoner kunne jeg ha validert mine funn fra Tone og Gunnar på en bedre måte.

Oppsummert kan en si at en fulltids PT forstår en prøvetime som en kjøpsramme. Paradokset i denne sammenhengen er at dannelsen av relasjonsrammen egentlig springer utfra ønsket om å ha kontroll. PT skal ha makten til å definere situasjonen. Ved hjelp av forberedelsene og de materielle konstruksjonene inne på kontoret, gir dette den enkelte PT mulighet til å definere og konstruerer kjøpsituasjonen. Personlige trenere ønsker i kjøpsrammen å fremstå som autoritære. Autoriteten springer ikke ut fra deres fagkunnskaper, men fra å konstruere et bilde av seg selv som en «*hyggelig fyr*», som Petter poengterte. Mine informanter hadde et bevisst forhold til sin egen kropp, og hvordan den skulle bli oppfattet av andre kunder. Ute i treningssenteret fungerte kroppen som en fristelse overfor nye kunder, og denne fristelsen tok de med seg inn på kontoret.

Ser en tilbake på backstage-området, ønsket den enkelte PT å kartlegge kroppsfasongen til kunden. Det kan virke som om dette er den systemfunksjonen personlige trenere innehar i Fitness-systemet. Skal en analysere verdien en PTs kropp har, innad i systemet, må en bevege seg vekk fra kontoret, og se nærmere på hva som skjer ute i selve treningssenteret.

5.3 Kommunikasjon og forventninger

Goffman (1992, 1986) har hjulpet meg med å besvare hvordan personlig trenere konstruerer og presenterer seg selv i kjøpssituasjonen. Kroppen til den enkelte PT fremtrer som et viktig moment i selvpresentasjonen, og et interessant funn er at PT og kunde egentlig arbeider mot det samme målet. Det handler om å forbedre kroppens ytre. Det fanges ikke like godt av Goffmans teori og begreper. Dette kan tyde på at treningssenteret som helhet innehar noen forventninger, i systemteoretiske termer, som individet må svare på.

Systemteorien kan forklare sammenhengen mellom de forventningene som foreligger, satt opp mot de tiltak (ytringer) som blir vektlagt fra PT for å innfri forventingen. Ved hjelp av PTs valg av treningsformer for seg selv og kunden, vil jeg vise hvordan det er kroppens ytre som er det primære i den binære koden i form/ikke i form, og jeg vil deretter belyse hvordan personlige trenere utsetter kundene for Fitness-systemets forventninger om å komme i form. I denne sammenhengen vil jeg vise hvordan kontrollen som ble skapt inne på kontoret spiller inn når kunden tas med ut i treningssenteret. Avhengigheten skapes gjennom en kontrollerende og autoritær væremåte inne på kontoret, men det er først når kundene blir utsatt for Fitness-systemets forventninger, at avhengigheten vedvarer. Det er derfor sentralt å analysere nærmere hvordan personlig trenere forholder seg til de materielle forventningsstrukturene. På den måten vil jeg i denne avsluttende delen belyse sammenhengen mellom en PTs systemfunksjon og den selvpresentasjonen som ble utøvd i kjøpssituasjonen.

Fitness-systemets funksjon

Med støtte i mitt teoretiske rammeverk påsto jeg innledningsvis at vi kan observere Fitness-systemet som et sosialt system. For at «Fitness» skal bli differensiert ut som et sosialt system, er det nødt til å løse et problem samfunnet har (Tangen, 2004a, s. 34). «Problemet» Fitness-systemet skal løse, kan relateres til fokuset på det å ha en idealkropp som passer inn i en antatt referanseramme (Barland et al., 2010; Pope et al., 2002; Rjukan, 2009; Wichstrøm & Kvalem, 2007). Selv om nordmenn i dag har forskjellige aktivitetsarenaer å velge mellom, opplever treningssentrene en økt

tilstrømming (Statistisk sentralbyrå, 2015). En kan tenke seg at myndighetene ser på treningssentrene som en arena for bedring av folkehelsen (Virke Trening, 2015), mens individet ser på treningssentrene som en arena hvor forventningene om idealkroppen innfris (Rjukan, 2009). Samtidig tyder mine funn på at den funksjonelle kroppen har en verdi for mine informanter.

Steen-Johannesen (2004) hevder at treningscenter og Fitness i norsk kontekst, handler vel så mye om funksjonalitet som om estetikk og utseende. Med funksjonalitet menes aktiviteter man evner å gjennomføre med sin egen kropp (Steen-Johnsen, 2004, s. 75). Mine informanter uttrykker at deres motivasjon for å trene, kretser rundt det å ha en funksjonell kropp og det å inneha en idealkropp. Dette opplever de også at deres kunder ønsker. Den primære treningsformen de benytter seg av for å oppnå denne kombinasjonen, er styrketrening. Grunnen til at styrketrening kan sees i relasjon til den «funksjonelle kroppen», er at styrketrening gjør individet sterkere og da kan det mestre komplekse aktiviteter innad i treningscenteret. Samtidig gir styrketreningen oss en mulighet til å endre kroppens ytre gjennom en økning i muskeltverrsnittet. Som Didrik uttrykker: *«Vil jo ha en fin kropp selvfølgelig (...) Skulle det dukke opp en ny aktivitet, så vil jeg ha fysikken som tillater meg å gjøre det.»*. En skal derfor ha en «fin kropp», men kroppen må også kunne brukes til noe innad i treningscenteret.

En kan si at styrketrening og den funksjonaliteten den gir kroppen, inngår som en del av den binære koden iform/ikke i form (Rjukan, 2009). Her vil jeg hevde at funksjonaliteten man oppnår blir sekundær i forhold til det å oppnå idealkroppen. Et annet sentralt funn som underbygger påstanden om at det er kroppens ytre som er i fokus, er at både PT og kundene deres, ønsker seg en mellomting av idealkroppen og den «normale» kroppen. Fitness-systemet løser samfunnets «problem» med idealkroppene, og treningssentrene gir oss som befolkning muligheten til å innfri forventningen. En kan forvente at når flere og flere nordmenn benytter seg av treningsformen styrketrening, fører dette til at flere individer blir mer «funksjonell». På den måten kan si at den funksjonelle kroppen får en verdi blant medlemmer på treningscenteret, noe som samsvarer med mine funn. Jeg vil hevde at dette er noe individet ønsker, men ikke noe systemet krever (Tangen, 2004a, s. 73). Et sentralt funn jeg her vil trekke frem, er hvordan Arild og Gunnar poengterer at en trener i idrettslig kontekst kan være overvektig, men ikke innad på et treningscenter i rollen som PT (se 4.4). Jeg vil derfor sammenligne idrettssystemet med Fitness-

systemet, for å underbygge hvorfor jeg hevder at det er kroppens ytre som er det primære i Fitness-systemet.

Tangen (1997 s. 270) hevder at den nye fitnessbølgen kan forstås som en idrettsutfoldelse som oppstod på 1960-tallet. Dette kan vi se i relasjon til differensieringen av Fitness-systemet. Ulikt idrettssystemet, var fokuset her rekreasjon, helse og kroppens ytre. Ser vi dette i relasjon til idretten, har fokuset der hele tiden vært å maksimere sjansen for å vinne. Ved å trekke frem den sekundære koden i idretten, forbedring/ ikke-forbedring, ser en tydelig hvilke krav som stilles til kroppen i idrettslig kontekst. Her omhandler det en kvantifisering, kalkulering, vertikalisering, disiplinering og standardisering av idretten, skal man kunne jobbe mot en forbedring av egen prestasjonen, og maksimere sjansen til å vinne (Tangen, 1997, s. 278). Idrettssystemet er som nevnt et selvdannet system. Systemet bestemmer hvem som skal delta og hvilke krav som skal stilles til individet om de ønsker å delta. Den sekundære koden gjorde at individer kunne vedvare i idretten selv om de tapte «kampen». Man kunne for eksempel delta i en maraton og komme sist, men allikevel slå sin egen personlige rekord (Tangen, 2004a). Kroppen i idretten kretser derfor rundt en kroppslig prestasjon som for eksempel tid, antall mål som blir scoret, hvilken plassering man får osv. På den måten får individet i idretten målt sin egen kroppslige kompetanse opp imot de krav som stilles i den spesifikke idretten. Det er ikke kroppens ytre (mengden muskler og fett) som er sentralt, men hva du faktisk er i stand til å gjøre med din kropp i form av hvor godt du evner å svare på forventingene. Om jeg har en overvektig kropp og kommer først i mål under en maraton og slår alle mine konkurrenter, vil en ikke i målområdet sammenligne kroppene for finne ut hvem som har vunnet. Deltakerne på en maraton blir målt etter hvem som kommer først i mål. Det er ikke slik at man vinner en maraton, men så står i fare for å «tape» i etterkant hvis kroppen er overvektig.

Jeg vil derfor hevde at idrettssystemet ikke operasjonaliserer kroppens ytre på samme måte som i Fitness-systemet. For all del - kroppen har en verdi også i idretten, men da primært gjennom hvor godt du evner å prestere. Om en så ser dette i relasjon til Fitness-systemet, er ikke arenaen «treningscenteret» tilrettelagt for konkurranser på

den samme måten. Treningssenteret består av individuelle og kollektive aktiviteter som individet kan benytte seg av (Steen-Johnsen & Kirkegaard, 2010). Ser man dette opp mot Gunnar og Arild sine uttalelser, vil jeg hevde at uttalelsene deres kan tolkes slik at det er kroppens ytre (altså mengden muskler og fett) som blir det målbare i den binære koden iform/ikke i form. Skal man være trener innad i Fitness-systemet, må man vise at man har kommet i form. Man må ha «vunnet» i den forstand at man har en kropp med en positiv verdi i Fitness-systemet. Mine funn tyder også på at idealkroppen beveger seg på en annen måte enn det en overvektig kropp gjør. Om en tar høyde for at personlige trenere innehar denne idealkroppen, gir dette den enkelte PT en klar fordel. Jeg har også funnet en mellom det kroppslige og det materielle. Treningssenteret består av noe mer enn bare PT og kunder. Hvordan personlige trenere forholder seg til de materielle forventningene, er sentralt for å kunne forstå PTs funksjon i Fitness-systemet.

Tause forventninger

Gjennom å stille sin egen kropp til disposisjon opp imot de tause forventningene som foreligger, vil vår kropp over tid utvikle en ferdighet som er taus. Derav uttrykket «taus kunnskap». Vi ordlegger ikke vår tause kunnskap, men vi begrepssetter den gjennom kroppen. I idretten kan en utøver for eksempel si «*jeg er i god form*», som en henvisning til at utøveren har trent jevnlig over tid og respondert bra på treningen (Tangen, 2004a, s. 226). Taus kunnskap er viktig fordi den avgjør i stor grad hvordan vi er i stand til å innfri de tause forventningene som foreligger. I Idrettssystemet er de ulike idrettsanleggene (fotballbane, ballbinge, håndballbane) materialiserte forventninger. Disse vil ha forskjellig utforming basert på hvilken funksjon de har. Utformingen er med på å signalisere hva som kreves om individet ønsker innpass (Tangen, 2004b). Som nevnt tidligere hevder jeg at anlegget til Fitness-systemet er treningssenteret. Disse vil på samme måte som et idrettsanlegg ha forventningsstrukturer som individet må imøtekomme. Det som knytter den tause kunnskapen til de tause forventningene, er «bevegelser» (Tangen, 2003). Vi er derfor nødt til å erfare anleggets tause forventning for å utvikle vår egen tause kunnskap. Jeg vil derfor si noe om hvilke materialiserte forventninger som eksiterer i treningssentrene. Hvordan en kan innfri disse forventningene, er nært knyttet til hvordan kroppen er formet.

Barland (1997) hevder at treningssentrene består av noen materielle strukturerer som gjør at kroppen vår blir spesielt synlig. Speil på veggen gjør at du har muligheten til å se din egen kropp i aksjon, og sammenligne den med andre. Speil fungerer dermed som et kommunikasjonsmiddel. Vi tolker hvordan andre oppfører seg og trener gjennom det. Treningssenteret kan forstås som et hierarki der ulike kropper rangeres ut ifra deres kroppslige kompetanse, dette medfører at ulike kropper benytter seg av forskjellige treningssoner (Barland, 1997, s. 70-86). Når jeg viste mine informanter bildene av de ulike kroppene, kom dette hierarkiet til syne også i min undersøkelse. Idealkroppen i lys av bildene, var en kropp som i stor grad ville inneha en kroppslig kompetanse som tillot individet å bevege seg gjennom alle treningssoner. Den som hadde en slik idealkropp, ville ha et ønske om å vise den frem. En overvektig kropp derimot, ville ha trukket seg unna og holdt seg i bakgrunnen. Den ville oppholdt seg i apparatsonen eller i den «trygge» avdelingen. I systemteoretiske termer kan dette forstås som at ulike soner på treningssenteret uttrykker ulike forventinger med ulik vanskelighetsgrad. Det er med andre ord vanskelig for en nybegynner å plutselig skulle tre inn i en treningssone på treningssenteret som innbyr til komplekse styrkeøvelser med høy vanskelighetsgrad. Det er interessant at en PT er klar over dette, da kunden/medlemmet hele tiden vil foreta en selvrefleksjon rundt sin egen kroppslige kompetanse, og sette den opp mot de krav som omverden stiller (Tangen, 2004a).

Treningssenteret som helhet, kan sies å kommunisere «trening» til de som ønsker innpass (Sassatelli, 1999). Allikevel avdekket jeg at selve treningssenteret består av ulike treningssoner, med ulik vanskelighetsgrad, eller forventinger i systemteoretiske termer. Jeg vil derfor hevde at den tause forventningen på et treningssenter kan deles inn i grader av materielle forventinger. Apparater i de «trygge sonene» uttrykker en forventning om at du ikke behøver å ha mye erfaring for å bevege deg inn i dette området. Disse apparatøvelsene gjøres ofte sittende, de har låst bevegelsesbane og de har en enkel bruksanvisning. Frivekter, tunge manualer og komplekse styrkeøvelser i det åpne landskapet, innehar en vanskeligere materiell forventning, og dette krever en helt annen taus kunnskap. Dette får konsekvenser for individet (Tangen, 2010). En overvektig kropp vil ikke oppsøke en slik arena/treningssone. «*Han hadde gjemt seg (...) om han hadde beveget seg inn i frivektsarealet, hadde han følt seg helt ræva*», uttalte Arild.

Ser vi nærmere på hva den enkelte PT trente selv, var dette i stor grad styrketrening. En kan derfor anta at dette var i sonen for den mer komplekse styrketreningen. Personlige trenere ønsket å ha en kropp som kunne; «*løpe langt eller løfte tungt,*» som Tone uttrykte det. Flere av informantene trente bevisst på sin egen arbeidsplass for å vise frem sin egen kropp og derved sin kompetanse. En PT som mestrer alle sonene på et treningssenter, viser at de innehar den tause kunnskapen som kreves for å mestre alle de forventningene Fitness-systemet stiller (Tangen, 2004a). De er i likhet med idealkroppen, på toppen av hierarkiet i et treningssenter. De innehar både en trent kropp og kompetansen til å ferdes «fritt» innad i treningssenteret. Det er nettopp dette som gjør at en PT kan sies å være en del av systemet. De innehar nettopp det kundene ønsker (Frew & McGillivray, 2005). Derfor kan en si at den forventningen som mine informanter opplever rundt det å ha en trent kropp, kan stamme fra forventningen om at de må være «bedre» enn sine kunder. PT må bevise overfor en potensiell kunde at han/hun faktisk har svart på forventningen. Den letteste måten å få frem dette på, er nettopp å vise frem at de har en trent kropp. Dette kan henge sammen med at vi har en tendens i vestlige samfunn til å bedømme skjønnhetsidealer som mer vellykkede enn individer som ikke innehar det (Jackson, 2002).

Jeg hevdet over at PT-kroppen må uttrykke taus kunnskap, i form av en «trent kropp». PT inngår derfor i de materielle forventningsstrukturene som en kunde vil møte på. Det at en PT innehar kompetansen og idealkroppen, gjør at de har en utvidet funksjon innad i systemet. Personlige trenere blir bindeleddet mellom de tause forventningene og den tause kunnskapen kundene kan opparbeide seg gjennom å kjøpe PT-timer. Det er gjennom PT de kan observere de tause forventningene, og «kjøpe» den tause kunnskapen de behøver. Jeg vil avslutningsvis diskutere hvordan personlige trenere hjelper kundene med å innfri forventningene, og slik besvare spørsmålet om hvilken system-funksjonen PT har.

PT som et system-element

I idrettslig kontekst kan en tenke seg at en fotballtrener som ikke lengre greier å levere de ytelser som systemet krever (å vinne), etter hvert vil få sanksjoner mot seg. Dette gjør oss oppmerksom på at det er «noe» utenfor som definerer roller og oppgaver for deltakerne i systemet. Fotballtreneren kan i denne sammenhengen forstås som et element innenfor systemet. Fotballtreneren har en rolle, og må utfylle denne. Han/hun

må planlegge treningen og guide sine utøvere for å maksimere muligheten til å vinne. De fungerer derfor som systemets «lakeier» (Tangen, 2015). De skal operere i henhold til de betingelsene systemet krever. Leverer ikke fotballtreneren gode nok resultater, blir den ytterste konsekvens en eksklusjon fra idrettssystemet (få sparken). På samme måte som fotballtreneren utfyller en rolle, må den enkelte PT utfylle sin rolle innenfor Fitness-systemet. Et sentralt element en PT må inneha i sin rolle, er en trent ytre kropp. Den trente kroppen gir den enkelte PT den kroppslige kompetansen (tause kunnskapen) til å ferdes fritt innad i treningssenteret. Personlige trenere som er overvektige, er derfor ikke passende «tjenere» for systemet. Arild uttrykte denne forskjellen mellom fotballtreneren og PT slik: *«Fotballtrenere som er feite, det er på et helt annet nivå, ikke sant. Mange vil jo se kroppen her inne og hente inspirasjon, om man ser på den kroppen <overvektig> hvilken inspirasjon skal man liksom få av den?»*. En kan derfor si at det første en PT må inneha, er en trent ytre kropp, deretter kan de levere de ytelsene som Fitness-systemets krever. Ytelsene vil være å gi kundene den tause kunnskapen de behøver for å mestre de materielle forventingene. Greier de det, kan kundene komme *i form* (Rjukan, 2009). Mine funn tilsier allikevel at dette ikke er en årsak-virkning prosess. PTs funksjon er ikke å hurtigst mulig gjøre kundene selvstendige, men å ta i bruk sin ytre kropp og sin kroppslige kompetanse for å skape et vedvarende avhengighetsforhold.

Som nevnt, har treningssenteret ulik grad av forventning ut fra hvilket område du befinner deg i. En PT er klar over disse forventingene, og vet at en ny, uerfaren kunde ikke vil trives i frivektsavdelingen. For å synliggjøre overfor kunden hva som kreves for å «overleve» i Fitness-systemet, utsetter de derfor sine kunder for en mer kompleks tause forventning. Som Petter uttrykket; *«(...) Jeg kaster dem rett inn i det verste (...) dette er jo fælt å si, men er ment for din undersøkelse. Du gjør kunden avhengig av deg, det er jo formålet som PT»*. På den måten forstår kunden at de ikke innehar den den tause kunnskapen som kreves for å svare på forventingen alene. Personlige trenere starter derfor med å vise kunden den avanserte delen av Fitness-systemet, slik at kunden forstår at den enkelte PT besitter den kunnskapen de selv behøver for å vedvare i systemet. Det er derfor i den mest avanserte delen av treningssenteret, at ytringen ble formidlet

Kommunikasjonen mellom PT og kunde foregår gjennom ytring, informasjon og forståelse (Tangen, 2004a). Mine informanter benyttet seg av ytringer og informasjon

gjennom imitasjon. (se 4.6). Når en PT tar med seg kunden inn i styrkeavdelingen, er dette en type ytring. Når PT viser øvelsen, kommer informasjonen til syne. Kunden observerer og prøver å forstå, og når kunden så får prøve øvelsen, og PT ber kunden om å kjenne etter hvordan muskulaturen jobber, forstår kunden informasjonen. Et tydelig eksempel på hvordan kommunikasjon innad i Fitness-systemet foregår, er hvordan Petter lærer vekk styrketrening:

«Jeg viser først og forklarer litt om øvelsen, hva og hvordan og alt det der, så viser jeg litt først helt uten vekter (...) så er det kunden sin tur, så forklarer jeg til kunden at jeg vil stå nærme deg, så spør jeg om det er greit at jeg tar på kunden <tar på muskelen som trenes> (...) så retter du på småfeil, men samtidig skryter»

Ikke bare får en PT meddelt treningsformen, de får også vist frem sin egen kroppslige kompetanse. Petter får med andre vist frem sin egen kropp i aksjon ovenfor kunden. Det er derfor en kan hevde at PT-kroppen ikke kan isoleres til kjøpsrammen og selvpresentasjon. Det er ute i treningssenteret at personlige trenere kan vise frem sin egen kropp. De kan her vise frem hva som kreves for å ferdes i Fitness-systemet. Kundene på sin side, godtar dette, og blir på den måten klar over hva som kreves. Et sentralt element, er at kundene kun skal forstå den isolerte øvelsen de gjennomfører. De skal svare på forventingene, slik alle må innad på et treningssenter. Men de skal ikke forstå alle treningsformene som kreves for å komme *i form*. Med det menes at kundene skal ikke få all nødvendig kunnskap for å mestre Fitness-systemets ulike forventinger. Som nevnt under selvpresentasjon starter dette inne på kontoret i det salgsrammen blir definert. Autonomien i interaksjonen ligger hos den enkelte PT, og dette får implikasjoner når selve treningen starter. Også her godtar kunden at det er PT som fører kommunikasjonen videre. Et interessant funn, er denne avhengigheten. Flere av mine informanter uttrykte at det *«alltid var noe mer som kunne jobbes med»*, ovenfor sine kunder. På den måten ble kundene hele tiden utsatt for noe nytt innad i Fitness-systemet. Kundene blir med andre ord aldri ferdig utlært når de trener med en personlig trener. Kundene opparbeider seg heller ikke den nødvendige tause kunnskapen de behøver for å vedvare i Fitness-systemet. Det er derfor jeg kan hevde at lojalitet i lys av George (2008) ikke blir en dekkende nok forklaring. Det er en avhengighet som den enkelte PT har konstruert, og som er en del av rollen, eller funksjonen, personlige trenere innehar i Fitness-systemet.

6. Konklusjon

Innledningsvis stilte jeg spørsmålet «**Hvordan skaper en PT en kjøpsituasjon?**».

Proessen med å konstruere kjøpsituasjonen, skjer i forkant av det første møtet mellom PT og kunde, gjennom bevisste forberedelser. Forberedelsene tas med inn på kontoret. Kulissene på kontoret hjelper den enkelte PT med å ramme inn situasjonen. Inne på kontoret kan ingen andre overhøre samtalen og emnene som tas opp. Personlige trenere skaper ikke kjøpsituasjonen - de konstruerer den.

Videre stilte jeg følgende spørsmål: «**Hvordan presenterer en PT seg i kjøpsituasjonen?**». Her avdekket jeg at fulltidsansatte personlige trenere endrer sin atferd bevisst. Samtalen inne på kontoret springer ut fra en relasjonsramme. Dette gir en «trygg» overgang til kjøpsrammen for PTer. De blir ikke avslørt, og de unngår *fabrication* (Goffman, 1986). Personlige trenere tar først i bruk sine mellommenneskelige ferdigheter ved å vise en interesse for kunden. Dette skaper tillit. Tilliten er det som gjør at en PT i neste omgang kan fremstå som autoritær og ha kontroll over den videre *keyingen* av situasjonen. Det sentrale for en PT er å fremstå som det åpenbare valget for kunden, gjennom den kontrollen PT skaper inne på kontoret.

Det siste spørsmålet jeg stilte meg i denne oppgaven, var: «**Hvilken sammenheng er det mellom en PTs selvpresentasjon og vedkommendes systemfunksjon?**». En oppdagelse jeg har gjort, er hvordan kontrollen som ble skapt inne på kontoret, får videre konsekvenser. Relasjonsrammen og kjøpsrammen gav den enkelte PT mulighet til å kontrollere det videre handlingsforløpet med kunden. I den videre treningen av kunden, er det ikke vilkårlig hvilke treningsformer som blir vektlagt, når disse blir introdusert, og hvor personlige trenere formidler treningsformene. Gjennom tidlig å vise kunden hva han/hun ikke kan sett i forhold til hva Fitness-systemet krever, utsettes kunden for Fitness-systemets forventinger. Målet til en PT innad i Fitness-systemet, er derfor å gjøre kunden avhengig av PT. I denne sammenhengen er det viktig å understreke at det er fulltidsansatte personlige trenere, som utnytter de materielle forventningsstrukturene. Mine funn tyder på at det som skjer inne på kontoret og i den videre treningen, er bevisst endring av adferd fra fulltidsansatte personlige trenere. Flere av mine informanter var for eksempel klar over at kundene ikke ville evne å svare

på de materielle forventingene alene. Dette er sentrale funn, fordi det viser at en PT ikke bare konstruerer seg selv, men de konstruerer også selve Fitness-systemet. Avhengigheten er derfor viktig skal en kunne forstå hvorfor en PT gjør det han/hun gjør med kundene, både inne på kontoret og ute i treningssenteret: Kundene får en forståelse av at dersom de skal vedvare i systemet, må de ha kontinuerlig hjelp av sin PT. En sentral sammenheng mellom selvpresentasjonen til PT og den systemfunksjonen han/hun innehar, er nettopp at kontrollen og den autoritære identiteten PT skaper innledningsvis, vedvarer i treningsforholdet mellom PT og kunde. På den måten fungerer PT som en portvokter som slipper kundene inn i Fitness-systemet, men som ikke slipper de ut igjen.

Ved hjelp av den trente kroppen sin, signaliserer personlige trenere at de har svart på forventingene, og at de er øverst på hierarkiet i treningssenteret. En PTs kropp er ikke bare viktig under kjøpsituasjonen når PT presenterer seg selv ovenfor kunden. Kroppen gir PT også den fordel at de kan ferdes fritt inne på treningssenteret og mestre de ulike materielle forventingene. Dette forstår kundene i det de får sett PT-kroppen i aksjon, enten i forkant av prøvetimen eller når treningen med PT starter for fullt. Et sentralt funn er nettopp at den trente PT-kroppen ikke kan isoleres til å ha betydning kun i kjøpsituasjonen og selvpresentasjonen. En kan si at det er en sammenheng mellom selvpresentasjonen og PTs systemfunksjon når det kommer til kroppens ytre, men det er først ute i selve treningssenteret at deres kropp blir synlig for andre medlemmer. Her kan de vise frem sin kroppslige kompetanse og sitt ytre. En kan derfor si at forventingene dreier seg om kropp, og det dreier seg om å svare på en forventning om å ha en trent kropp både for PT og kunde.

Funksjonen til personlige trenere, er derfor å «selge» inn sin trente kropp til nye kunder - de skal fungere som systemets «lakeier» (Tangen, 2015). De skal vise gjennom en trent PT-kropp hva som er målet i Fitness-systemet. For kundene vil dette kreve at de kontinuerlig binder seg til å trene med sin PT, og kjøper nye PT-timer. Gjennom mine observasjoner har jeg derfor avdekket at det sentrale for personlige trenere innad i Fitness-systemet, er kroppens ytre. På den måten gir en systemteoretisk analyse en overordnet forklaring på mine data. For personlige trenere er målet å gjøre sine kunder avhengige. De konstruerer kjøpsituasjonen, framstiller sin egen kropp som trent, og konstruerer samtidig selve Fitness-systemet. De utnytter kundenes manglende tause

kunnskap til sin fordel. På den måten kan en si at det er Fitness-systemet som legger føringer for den selvpresentasjonen personlige trenere utøver.

Veien videre

Denne drøftingen viser at mine resultater i stor grad supplerer og bekrefter tidligere funn, men mine funn lar seg i stor grad forklare ut ifra Goffmans og Luhmanns teorier. Personlige trenere er sin egen «vare» på treningssenteret, kroppen blir et symbol for noe mer, som tittelen min tilsier, det hele handler om «å selge en kropp».

Fremtidig forskning bør ta utgangspunkt i fulltidsansatte personlige trenere, da de opererer på en annen måte en deltidsansatte i Fitness-systemet. Et viktig poeng å understreke, er at jeg kun har undersøkt møte mellom PT og kunde gjennom «PTs briller». Fremtidig forskning bør derfor rette fokuset over på kunden, og undersøke hvordan de opplever første møte og treningen med PT.

I disse dager diskuteres det om PT-yrket skal få en felles autorisasjon, der argumentet er lengre utdanning for de som ønsker å bli sertifisert PT. Gjennom lengre utdanningsløp antar en derfor at kvaliteten på PT-yrket heves. I lys av mine funn vil jeg hevde at vi ikke bare må rette fokuset på økt utdanning, men vi bør undersøke hva som skjer i relasjon PT – kunde. På den måten får vi et større grunnlag for å kunne definere hva en PT er, og hva de faktisk gjør med sine kunder. Fremtidig forskning bør derfor ta mine funn et steg videre. Gjennom ett større datamateriale kan en få undersøkt om mine funn er gjeldende hos andre personlige trenere. En større kartlegging av nå-situasjonen vil derfor være hensiktsmessig, før en iverksetter tiltak for å heve kvaliteten på PT-yrket og utdanningsløpet.

7. Referanseliste

- Aakvaag, G. C. (2008). *Moderne sosiologisk teori*. Oslo: Abstrakt forl.
- Baker, S. E., & Edwards, R. (2012). How many qualitative interviews is enough? *National Centre for Research Methods* 1-42. Hentet fra <http://eprints.ncrm.ac.uk/2273/>
- Barland, B. (1997). *Gymmet : en studie av trening, mat og dop*. Norges idrettshøgskole, Oslo.
- Barland, B., Tangen, J. O., & Johannesen, C. A. (2010). *Doping : muskler, mestring og mening : en kvalitativ studie av unge menns bruk av muskelbyggende medikamenter* (Vol. 2010:6). Oslo: Politihøgskolen.
- Barry`s-Bootcamp. (2017.04.17). Hentet fra <https://www.barrysbootcamp.com/best-workout/>
- Berger, P. L., Wiik, F., & Luckmann, T. (2000). *Den samfunnsskapte virkelighet*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Breivik, G. (2013). *Jakten på et bedre liv : fysisk aktivitet i den norske befolkning 1985-2011*. Oslo: Universitetsforl.
- Brown, E., & Granberg, A. (2012). *Hva er et menneske? : en innføring i filosofiske spørsmål om menneskets natur* (2. utg. utg.). Bergen: Fagbokforl.
- Engelsrud, G. (2006). *Hva er kropp* (Vol. 15). Oslo: Universitetsforlaget.
- Fangen, K. (2004). *Deltagende observasjon*. Bergen: Fagbokforlag.
- Fischer, D. V., & Bryant, J. (2008). Effect of Certified Personal Trainer Services on Stage of Exercise Behavior and Exercise Mediators in Female College Students. *Journal of American College Health*, 56(4), 369-376. doi: 10.3200/JACH.56.44.369-376
- Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research* (5th ed. utg.). Los Angeles, Calif: SAGE.
- Frew, M., & McGillivray, D. (2005). Health clubs and body politics: aesthetics and the quest for physical capital. *Leisure Studies*, 24(2), 161-175. doi: 10.1080/0261436042000300432
- George, M. (2008). Interactions in expert service work - Demonstrating professionalism in personal training. *J. Contemp. Ethnogr.*, 37 (1), 108-131. doi: 10.1177/0891241607309498
- Goffman, E. (1970). *Strategic interaction*. Oxford: Basil Blackwell.
- Goffman, E. (1972). *Encounters : two studies in the sociology of interaction*. Harmondsworth: Penguin.
- Goffman, E. (1982). *Interaction ritual : essays on face-to-face behavior*. New York: Pantheon Books.
- Goffman, E. (1986). *Frame analysis : an essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Goffman, E., Risvik, K., & Risvik, K. (1992). *Vårt rollespill til daglig : en studie i hverdagslivets dramatik* (Ny utg. utg.). Oslo: Pax.
- Grønmo, S. (2010). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hagen, R. (2000). Niklas Luhmann. I H. Andersen & B. Kaspersen (Red.), *Klassisk og moderne samfundsteori* (2. rev. utg., s. 382-399). København: Hans Reitzels Forl.
- Hviid Jacobsen, M., & Kristiansen, S. (2002). *Erving Goffman : sociologien om det elementære livs sociale former*. København: Reitzel.

- Jackson, L. (2002). Physical attractiveness: A sociocultural perspective. I T. Pruzinsky & T. F. Cash (Red.), *Body image : a handbook of theory, research, and clinical practice* (s. 13-22). New York: Guilford Press.
- Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? : innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (2. utg. utg.). Kristiansand: Høyskoleforl.
- Järvinen, M., & Mik-Meyer, N. (2005). *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv : interview, observationer og dokumenter*. København: Reitzel.
- Krumsvik, R. J. (2014). *Forskningsdesign og kvalitativ metode : ei innføring*. Bergen: Fagbokforl.
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T. M., & Rygge, J. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg., 2. oppl. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Kvarv, S. (2010). *Vitenskapsteori : tradisjoner, posisjoner og diskusjoner*. Oslo: Novus.
- Lausten, E. (2016, 04.06.16). Vi klarer faktisk ikke å få tak i nok PT-er til å dekke etterspørselen, *Dagens Næringsliv*. Hentet fra <http://www.dn.no/dnaktiv/2016/06/04/1200/Trening/-vi-klarere-faktisk-ikke-f-tak-i-nok-pter-til--dekke-etterspørselen>
- Leary, M. R., Kowalski, R. M., & Appelbaum, M. I. (1990). Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34-47. doi: 10.1037/0033-2909.107.1.34
- Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford, Calif: Stanford University Press.
- Madsbu, J. P. (2011). Hvordan etablere vitenskapelig kunnskap om samfunnet? I J. P. Madsbu & M. Pedersen (Red.), *I verdens rikeste land: samfunnsvitenskapelige innganger til norsk samtid* (s. 13-32). Vallset: Oplandske bokforlag.
- Maguire, J. S. (2001). Fit and flexible: the fitness industry, personal trainers and emotional service labor. *Sociology of Sport Journal*, 18(4), 379. doi: 10.1123/ssj.18.4.379
- Malek, M. H., Nalbone, D. P., Berger, D. E., & Coburn, J. W. (2002). Importance of health science education for personal fitness trainers. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 16(1), 19-24.
- Malterud, K. (2011). *Kvalitative metoder i medisinsk forskning : en innføring* (3. utg. utg.). Oslo: Universitetsforl.
- McCreary, D. (2002). Gender and Age Differences in the Relationship Between Body Mass Index and Perceived Weight: Exploring the Paradox. *International Journal of Men's Health*, 1(1), 31-42. doi: 10.3149/jmh.0101.31
- Melton, D. I., Katula, J. A., & Mustian, K. M. (2008). The current state of personal training: an industry perspective of personal trainers in a small Southeast community. *J Strength Cond Res*, 22(3), 883-889. doi: 10.1519/JSC.0b013e3181660dab
- Nickerson, R. S., & Salovey, P. (1998). Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175-220. doi: 10.1037/1089-2680.2.2.175
- Nordgård, T. E. (2012). *En kartlegging av personlige treneres ernæringskunnskaper, og casebaserte kostholdsråd*. Mastergradsavhandling Høyskolen i Oslo og Akershus, T. E., Nordgård, Oslo.
- Pope, H., Phillips, K. A., & Olivardia, R. (2002). *The Adonis complex : how to identify, treat, and prevent body obsession in men and boys*. New York: Touchstone.
- Postholm, M. B. (2005). *Kvalitativ metode : en innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier*. Oslo: Universitetsforl.

- Repstad, P. (2007). *Mellom nærhet og distanse : kvalitative metoder i samfunnsfag* (4. rev. utg. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Rjukan, T. H. (2009). *Prosjekt Perfekt - Fysisk aktivitet, kroppsideal og kroppsbilde blant norske 18-19 åringer*. Mastergradsavhandling Høyskolen i Telemark, Bø, T. H., Rjukan, Bø i Telemark.
- Sassatelli, R. (1999). Interaction Order and Beyond: A Field Analysis of Body Culture Within Fitness Gyms. *Body & Society*, 5(2-3), 227-248. doi: 10.1177/1357034X99005002013
- Sats/Elixia. (2017, 17.04). fra <https://www.satselixia.no/>
- Scholl, A. (2012). Between realism and constructivism? Luhmanns ambivalent epistemological standpoint. *Constructivist foundation*, 8(1), 4-12.
- Schuldt, C. (2006). *Luhmann for begyndere* (Vol. nr. 81). København: Unge Pædagoger.
- Scott Sørensen, A., Høystad, O. M., Bjurström, E., Vike, H., & Nordgård, Y. (2008). *Nye kulturstudier : en innføring*. Oslo: SAP Spartacus.
- Shilling, C. (2012). *The body and social theory* (3rd ed. utg.). Los Angeles: SAGE.
- Silverman, D. (1985). *Qualitative methodology and sociology : describing the social world*. Aldershot: Gower.
- Stacey, D., Hopkins, M., Adamo, K. B., Shorr, R., & Prud'homme, D. (2010). Knowledge translation to fitness trainers: a systematic review. *Implement Science*, 5, 28. doi: 10.1186/1748-5908-5-28
- Statistisk sentralbyrå. (2015). *Fritidsaktiviteter 1997-2014 Barn og voksnes fritidsaktiviteter, friluftsliv og kulturaktiviteter*. Oslo: Odd Frank Vaage.
- Statistisk sentralbyrå. (2016). *Idrett og friluftsliv, levkårsundersøkelsen, 2016*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Staw, A. (2015, 23.06.15). Bias. fra <https://www.etikkom.no/FBIB/Temaer/Spesielle-problemomrader/Bias/>
- Steen-Johnsen, K. (2004). *Individualised communities : keep-fit exercise organisations and the creation of social bonds*. The Norwegian University of Sport and Physical Education, Oslo.
- Steen-Johnsen, K., & Kirkegaard, K. L. (2010). The history and organization of fitness exercise in Norway and Denmark. *Sport in Society*, 13, 609-624. .
- Storer, T. W., Dolezal, B. A., Berenc, M. N., Timmins, J. E., & Cooper, C. B. (2014). Effect of supervised, periodized exercise training vs. self-directed training on lean body mass and other fitness variables in health club members. *J Strength Cond Res*, 28(7), 1995-2006. doi: 10.1519/jsc.0000000000000331
- Tangen, J. O. (1997). *Samfunnets idrett : en sosiologisk analyse av idrett som sosialt system : dets evolusjon og funksjon fra arkaisk til moderne tid*. Doktorgradsavhandling, Høyskolen i Telemark avdeling for allmennefag, Bø i Telemark.
- Tangen, J. O. (2003). Tause forventninger og taus kunnskap – en oversett sammenheng mellom idrettsanlegg og deres brukere. 1-13. Hentet fra <http://www.idrottsforum.org/articles/tangen/tangen.html>
- Tangen, J. O. (2004a). *Hvordan er idrett mulig? : skisse til en idrettssosiologi*. Kristiansand: Høyskoleforlag.
- Tangen, J. O. (2004b). Idrettsanlegg og anleggsbrukere - tause forventninger og taus kunnskap : skisse til en ny forståelse av idrettsanleggenes dannning, betydning og funksjon *Institutt for Idretts- og friluftslivfag, HiT Skrift* Hentet fra <https://teora.hit.no/handle/2282/188>

- Tangen, J. O. (2010). Observing sport participation. Some sociological remarks on the inclusion/exclusion mechanism in sport. I R. K. Storm, J. M. Hoberman & U. Wagner (Red.), *Observing sport : modern system theoretical approaches* (s. 131-161). Schorndorf: Hofmann.
- Tangen, J. O. (2015). «Nasjonale strategier», «familiemedlemmer», «spilletts spillere» eller «systemets lakeier»? - – Norsk idrettspolitikk i lys av Slagstad, Selle, Bourdieu og Luhmann. *Sosiologisk tidsskrift*, 23(04), 21.
- Thagaard, T. (1998). *Systematikk og innlevelse*. Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget.
- Thidemann, A., Tønnesen, E., Pettersen, J., & Arntzen, A. (2016). Et kompetanseløft i treningscenterbransjen *Virke Trening* Hentet fra <https://www.virke.no/bransjer/bransjesider/trening/>
- TNS Gallup, Norstat, & CrediCare. (2016). Omdømmeundersøkelsen 2016 - En undersøkelse gjennomført for treningscenterbransjen i Norge. Hentet fra http://tren.credicare.no/resources/9937/My Documents/CrediCare Omdmme underskelse 2016 Rapport.pdf?utm_source=eMarketeer.com&utm_medium=Email&utm_content=Omd%25C3%25B8mmeunders%25C3%25B8kelsen%2B2016&utm_campaign=Nyhetsbrev%2B%25235
- Virke Trening. (2015). *Innsikt 2015 - De viktigste funnene i befolkningsundersøkelsen om fysisk aktivitet*. Oslo: Anne Thidemann.
- Wadel, C. (2006). *Forskning i egne erfaringer*. Flekkefjord: SEEK.
- Wadel, C. C. (1988). *Den samfunnsvitenskapelige konstruksjonen av virkeligheten*. Flekkefjord: SEEK AS.
- Wadel, C. C., & Fuglestad, O. L. (2014). *Feltarbeid i egen kultur* (Rev. utg. av Carl Cato Wadel og Otto Laurits Fuglestad. utg.). Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Wichstrøm, L., & Kvaem, I. L. (2007). *Ung i Norge : psykososiale utfordringer*. Oslo: Cappelen akademisk forl.
- Widerberg, K., & Bolstad, K. (2001). *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt : en alternativ lærebok*. Oslo: Universitetsforl.

Vedlegg 1 Intervjuguid

Brifing

- Muntlig samtykke, forklare bruk av båndopptaker
- Tema for intervjuet
- Spørsmål før vi starter

Persondata

Alder:

Arbeidssted:

Bakgrunnsdata i henhold til yrket

Hvor lenge har du jobbet fulltid som PT?

Er du ansatt eller selvstendig næringsdrivende?

Kategorisering av utdanning (Spesifisere skole/aktør)

- 1) Kun Pt-sertifisering (helgebaseret/heltid 1 semester)
- 2) Pt-sertifisering og ikke formell utdanning (Kurs)
- 3) Pt-sertifisering og formell lavere grads utdanning (Årsstudium/Bachelorgrad Idrett)
- 4) Pt-sertifisering og formell høyere grads utdanning (Mastergrad Idrett)

Introduksjonsspørsmål

Hvorfor ville du bli Personlig Trener?

Hva var dine tanker da du begynte?

- Har synet endret seg?
- Hvorfor ja/nei?

Kan du fortelle kort om hvordan din kundebase ser ut?

- Aldergruppe, generell målsetning til dine kunder

Tilbyr du prøvetimer ved innmelding av nye kunder?

Selvpresentasjon

Hvilken forståelse av rammen «prøvetime» har en PT, hvordan endrer en PT rammens innhold?

Kan du beskrive det området du og en ny kunde vil befinne dere i når det gjennomføres en prøvetime/første møte?

- Kontor, kjennetegn, lukket/åpent område.
- andre se/overhøre deg og kunden, hvorfor.
- Andre plasser.

Hvordan skiller prøvetimene seg fra andre arbeidsoppgaver du har som PT?

- Ja/Nei: Hvorfor?
- Viktig arena.

Hvordan vil du beskrive deg selv når du er på jobb?

- Klesstil, måten du snakker på, kroppsspråket ditt.
- Privat/jobb, forskjeller.

Føler du at du har kontroll under disse prøvetimene/første møte?

- Hvorfor.
- Elementer som gjør at du har kontroll/ikke kontroll.
- Skape kontroll/miste kontroll.

Kan du fortelle litt hva du tenker igjennom **før** første møte med en ny kunde?

- Eksempler, nervøs, stresset.
- Planlegger.

Når du er i **situasjonen**, hva er du bevisst på da?

- Usikker/selvsikker, ditt utseende, måten du snakker på, kontroll

Viktigheten av en trent PT kropp innad i de ulike rammene

Hvilke sider av deg selv ønsker du å vise frem i møte med en ny kunde?

- Utdanning, din treningserfaring, deg som person.
- Hvorfor disse sidene.
- Minst fornøyd med.
- Kroppen din, høy/lav fettprosent, for lite/for mye muskler, klesstil, utdanning.
- Hvorfor akkurat «det».

Veit du hvilken BMI du innehar, evt; nåværende Fettprosent og/eller kroppsvekt?

- Hvorfor veit/veit ikke.

Kan du beskrive et klassisk arbeid antrekk du har på deg på jobb?

- Hvorfor, singlet, tights.
- Tettsittende klær.

Kan du si noe om hvordan du går frem med en ny kunde under en prøvetime får å få inn et salg?

- Kontroll/ikke-kontroll.
- Overbeviser kunden.

Føler du at din egen kropp og dens utseende kan spille inn på om en kunde anser deg som en «god» eller «dårlig» PT?

- Utdype, hvorfor, eksempel

Tidligere erfaringer rundt egen trening, kosthold og kropp, som kan si noe om bakgrunnen for det som kommuniseres (uttrykk).

Er det viktig for deg å være i god fysisk form som PT?

- Hvorfor

Hva påvirker din motivasjon for å trene?

- Bli mer muskuløs, lav fettprosent, prestasjonsrelatert mål

Hvilke treningsformer bedriver du selv?

- Hvorfor akkurat disse treningsformene.
- oppmerksomhet rundt din egen trening.
- Relatert til kropp, prestasjon, gi et eksempel.

Kan du fortelle litt om ditt forhold til kosthold?

- Ser du på næringsinnholdet på maten du spiser.
- Forhold til ulike dietter.
- Veit du hvor mange kalorier du spiser hver dag.

Har din kropp og utseende forandret seg i de årene du har jobbet som PT?

- Ja/nei – hvorfor.
- Fornøyd med din egen kropp.
- Hva er du fornøyd/ikke fornøyd med.
- «positivt/negativt» med det du er fornøyd med.
- Ulike kroppsdelene viktigere enn andre.
- kunden skal legge merke til.

Når en kunde ser og møter deg for første gang, hvordan ville denne kunden beskrevet din kropp? **Utdyp**

- Samsvarer denne beskrivelsen du gir her, med den kroppen du selv føler du innehar?
- Hvorfor, utforske.

Har du opplevd at kunder gjennom samarbeid med deg har kommentert din kropp relatert til utseende?

- Ser bra ut, fit ut, trener mye, er i form.

Fitness-systemet

Kommunikasjon i Fitness-systemet.

I henhold til nevnte mål dine kunder har, hvilke treningsformer (vekter, apparater, kondisjonsapparater) trener du dine kunder i?

- Hvorfor disse treningsformene.
- Overordnende mål med treningsformene.
- Større muskler, mindre fett, mer definert, bli sterkere.
- Hvor gjennomføres treningen.

Hvordan går du frem når du skal instruere en ny kunde i en øvelse?

- Hva sier du til kunden, gjerne kom med eksempel.
- Hvorfor sier du akkurat «det».
- Korrigerer kunden.
- Kan du komme med et eksempel.

Hvilken type kropper passer inn i Fitness-systemet.

Vise bilde av ulike kropper relatert Mann/Kvinne ut fra kjønn til informant: «moderne kroppsidealet (1)» «normale kroppen (2)» og den «overvektige kroppen (3)».

Hva tenker du når du ser disse ulike kroppene?

- La informant reflektere fritt.

Hva vil du si er forskjellene på disse ulike kroppene? **Utdyp**

- Oppfattet på et treningssenter.
- Identifisere deg med i lys av kroppene.
- Hvorfor.
- Hvilken kropp ønsker dine kunder.
- Hvorfor akkurat den kroppen.

Hvilken av disse kroppene tror du kunne passet inn som en PT? **Utdyp**

- La informanten reflektere fritt.
- Hvorfor, mengde muskler/fett, kredibilitet.
- Overvektig satt opp mot idealkropp, forskjeller.
- Kunnskapsnivå.

Materielle forventningsstrukturene på et treningssenter

Opplever du at enkelte kunder ikke ønsker, eller føler seg utilpass på enkelte områder av treningssenteret?

- Eksempel, beskriv området-

«Bilde 3 (Den overvektige kroppen)»

Gitt at dette bilde er av en av dine kunder, hvor på treningssenter tror du at denne kunden ville foretrekke å trene som ny?

- Konkretiser en arena.
- Hvilken type trening foregår i dette området.
- Treningen oppleves for denne personen.
- Selvtillit, motivasjon.

Om denne kroppen hadde gått over i en annen arena, hva tror du han/hun ville følt da?

- Beskriv følelsen, klar over dette selv.

Opplever du at du som PT kan ta denne kroppen over i en arena/sone på treningssenteret han/hun ellers ikke ville ha oppsøkt?

- Skaper trygghet, kompetanse, hva sier du/gjør du da

«Bilde 1 (Idealkroppen)»

Gitt at dette bilde er av en av dine kunder, hvor på treningssenter tror du at denne kunden ville foretrekke å trene?

- Konkretisere en arena.
- Hvilken type trening foregår i dette området.

- Hvordan tror du treningen i dette området oppleves for denne personen.
- Synlig/lukket arena.
- Er det noen forskjeller på disse områdene fra bilde 1 og bilde 3?
- Speil, belysning, lukket/åpent område.

Avslutning

Rund av intervjuet, spørsmål, informere om veien videre.

Vedlegg 2 Informasjon om prosjektet

Invitasjon til deltakelse i forskningsprosjekt «Personlig Trener, kropp og kommunikasjon»

Mitt navn er Tor Helge Myhre og jeg er masterstudent ved høyskolen i Sørøst-Norge. I sammenheng med min studie skal jeg utarbeide en selvstendig masteroppgave, og i den sammenheng skal jeg gå i dybden på personlig trener yrket. Dette prosjektet har som mål å undersøke hvordan en PT forstår kropp, trening og helse på. Samt hvordan en PT kommuniserer til sine PT kunder.

Datainnsamling

Jeg ønsker å komme i kontakt med personlige trenere som jobber ved kommersielle treningssenter i Norge og har jobbet som PT i minimum 1 år, og har hatt det som fulltids yrke. Det innebærer at du ikke innehar en deltidsjobb ved siden av PT jobben utenfor treningssenteret du jobber på. Om du er selvstendig næringsdrivende eller ikke har ingen betydning, det viktigste er at du har jobbet på et treningssenter over tid. Selve gjennomføringen vil foregå gjennom intervjuer, mellom meg som forsker og deg som informant. Vi vil finne et egnet sted og tid som passer inn i din timeplan. Det vil bli brukt båndopptaker, slik at jeg kan overføre det som blir sagt over til skrift. Dette er kun tilgjengelig for meg og vil bli slettet når prosjektet avsluttes våren 2017. Du står fritt til å trekke deg når som helst fra prosjektet. Dine personopplysninger vil bli anonymisert i selve oppgaven, ditt navn og arbeidssted vil ikke bli nevnt. Du vil kun bli plassert i ulike kategorier som kjønn, alder og utdanning. Dette gjøres for å hindre at informasjonen du avgir kan spores tilbake til deg som person.

Jeg jobber som personlig trener selv, og er opptatt av at du som informant skal få komme med dine synspunkter, det er ingen fasit jeg er ute etter. Dette er en god mulighet for deg og bidra til et felt det er gjort lite forskning på fra før. I utgangspunktet ønsker jeg ett intervju men det kan være aktuelt med ett oppfølgings intervju, om det er noen av svarene du avgir som er uklare. Dette er for å ivareta dine svar og meninger på best mulig måte.

Om du er interessert eller har noen spørsmål, kan du henvende deg til undertegnede så raskt som mulig slik at vi kan avtale tid og sted for intervjuet.

På forhånd takk.

Masterstudent Tor Helge Myhre

Telefon: 90881480 Mail: hsn.torhelge@gmail.com

Professor Jan Ove Tangen (Veileder)

Tlf: 91626170 Mail: Jan.O.Tangen@hit.no

