



Skønhedskonkurrence på Helgoland Badeanstalt i 1909 (Københavns Bymuseum, gengivet efter Kasper Lund Kirkegaard: Fra muskelmasse til massebevægelse).

## Fitness på markedet

– Om konstruktionen af 'det enkelte individ'

### FITNESSØVELSE OG 'INDIVIDET'

Gennem de seneste årtier har fitnessstræning fået stigende betydning i idrættens verden og som sundhedsfremme. Samtidigt er den blevet til en kilde for sociologiske og filosofiske myter, især omkring den såkaldte 'individualisering', som efter sigende dominerer det nuværende samfund. Fitnessudøveren leverede det ikoniske billede for det selv-byggende individ, som bogstaveligt producerer sin egen krop og betragter den i spejlet:

»Når jeg kigger i spejlet, ser jeg en som finder sig selv, en som definitivt har sagt, at det ikke drejer sig om, hvad samfundet mener jeg skulle gøre. Jeg kan lave alt, hvad jeg vil, og jeg er stolt på det.« (Shilling 1993, 7)

Nogle sociologer har taget den slags erklæringer for social realitet og som repræsentativ for mennesket i 'individualiseringens tidsalder'. Man kan imidlertid spørge, hvad der er reelt i denne forestilling af selv-bygning, og hvad der er fantasi-konstruktion.

Lignende fortolkninger dukkede for første gang op i sociologiens felt i 1950'erne, da David Riesman talte om den såkaldte »outer-directed personality«, som forsvandt i modernitetens »lonely crowd«. Og senere skrev Christopher Lasch om narcissismens kultur. Beskrivelserne havde undertoner af konservativ kulturkritik.

I 1980'erne blev disse diskurser erstattet eller nyfortolket gennem den 'postmoderne' eller 'senmoderne' diskurs om individualiseringen og menneskenes stræben efter »selv-identitet«. Kulturkritikken blev transformeret til optimistiske fortællinger om det senmoderne individ som dets eget »ego-project«, som Anthony Giddens (1991) og Ulrich Beck (1998; 2002) lagde navn til. I kropssociologien blev denne tanke anvendt



AF  
HENNING EICHBERG

gennem Mike Featherstone, Chris Shilling og andre. I Danmark satte Giddens-receptionen gang i konceptet af *det enkelte individ* som den sidste visdom om 'senmoderniteten' (Eichberg 2007).

Den mere eller mindre affirmative fortælling om det selv-producerende individ blev imidlertid udfordret gennem andre, mere kritiske filosofier. Michael Foucault rekonstruerede, hvordan magten og dens panoptiske syn producerede individet. Og Pierre Bourdieu beskrev, hvordan den sociale habitus frembragte og formidlede 'individuelle' former for smag og adfærd. Uden at gå i kulturpessimismens fælde åbnede disse ansatser for et kritisk perspektiv af 'individet' som en social konstruktion.

Historien og den sociale virkelighed om fitnesskulturen i Danmark kan belyse nogle filosofiske dilemmaer af teorien om det fitness-trænede individ.

### HISTORIEN OM FITNESSBEVÆGELSER I NORDEN

Fitnessaktiviteterne i Danmark viser nogle bemærkelsesværdige tal. Næsten en halv million dyrker fitness i klubber og centre. I 2009 var der 550.000 aktive i 453 kommercielle fitness-institutter, side om side med de aktive i ikke-kommercielle, foreningsbaserede centre (i 2008: 80.000 i 307 centre) (Kirkegaard 2010). Med 9 % af den danske befolkning var fitness-udøverne flere end de fodboldspillere, der er organiserede

under Dansk Boldspil Union. De førende fitnessmarkeder i verden var i 2007 Holland (17 % af den voksne befolkning), USA (16 %), Spanien og Canada (hver 15 %), Sverige (14 %), Norge og Storbritannien (hver 12 %) (*Overblik*, IDAN, marts 2008).

Den forholdsmæssigt stærke stilling for fitnessindustrien i de nordiske lande er et resultat af historiske forandringer i kropskulturen gennem de seneste 200 år. Generelt kan transformationen beskrives som diskontinuitet, der gik ligesom bølger gennem civilsamfundet og førte til nye markeder: først gymnastik og selv-omsorg efter 1800, så livsreformbevægelsen efter 1900 og så fitnessmarkedet fra 1960'erne.

Den første fitnessbølge begyndte, før ordet blev opfundet. Læger som Christoph Wilhelm Friedrich Hufeland begyndte sidst i 1700-tallet gennem en ny genre af rådgiverlitteratur at anbefale medicinsk selv-omsorg, især gennem motion og gymnastik. På samme tidspunkt udviklede og propagerede pædagoger gymnastikken, især de tyske filantroper, som også praktiserede i Danmark. Fra 1810 udviklede der sig en ny type af gymnastiske græsrodsbevægelser, blandt hvilke den tyske *Turnen* og Pehr Henrik Lings svenske system opnåede speciel betydning.

Efter 1900 udfoldede der sig en anden bølge af 'naturlig sundhed', fitness og bodybuilding i rammen af den nye såkaldte vitalisme eller livsreform. Bodybuilding dyrkedes side om side med nøgenkultur, yoga, rytmisk gymnastik og ekspressiv dans sammen med nye ungdoms- og vandrebevægelser natur- og friluftsliv (Wolbert 2001; Wedemeyer-Kolwe 2004; Hvidberg-Hansen/Oelsner 2008). Dette miljø med sine spirituelle og modkulturelle undertoner, men også med kommercielle interesser, blev repræsenteret gennem bl.a. I.P. Müller, kaptajn Jespersen og tysk-amerikaneren Eugen Sandow, 'bodybuild-

dingens far', samt svenskeren Are Waerland og den såkaldte *frisksport* (Johanson/Lindgren 1985; Johansson 1998; Tolvhed 2004). Fra denne bølge stammer begrebet 'kropskultur', på engelsk *physical culture*, på fransk *culture physique*



Statue af I.P. Müller (Gengivet efter Gertrud Oelsner og Gertrud Hvidberg-Hansen (red.): Livslyst).

(Defrance 1987), på tysk *Körperkultur* og på russisk *fizkultura* (Riordan 1977).

Efter 1930 ebbede bølgen af livsreform ud og efterlod kun enkelte periodika, klubber og forretninger i relativ isolation samt kaptajn Jespersens morgengymnastik i radiofonien. En tredje bølge bragte fra 1960'erne de nye fitnesscentre frem (Kirkegaard 2007, kap. 2). Ofte inspireret fra Amerika, af Arnold Schwarzenegger og Jane Fonda, øvede man sig med bodybuilding og vægttræning. I 1980'erne blev dette fulgt af aerobic, som åbnede op for kvinder, og i 1990'erne af spinning på stationære cykler. In 2004 organiserede de kommercielle interesser sig i *Dansk Fitness og Helse Organisation*, mens DGI drejede fra idræt som kulturarbejde til foreningsbaseret fitness. Andre bevægelser gjorde sig gældende i form af *trim*, som siden 1960'erne havde spredt sig fra Norge. I Sverige var *trim* først en sag for firmaidrætten, som hermed alvorligt udfordrede elitesporten, der var samlet under *Riksidrottsförbundet* (Bolling 2005). Fra 1978 fulgte græsrodsbevægelsen *Friskis & Svet-tis*, hvis deltagere øver sig i store grupper til høj popmusik efter en instruktørs anvisninger.

#### DEN AMERIKANSKE SÆRVEJ

Sammenlignet med Norden og Tyskland var forløbet i Amerika lidt anderledes: mere lineært, mere individualistisk og mere kommercielt. Den kan imidlertid også beskrives som diskontinuerligt (Maguire 2008).

Begyndelsen lå også her tidligt i 1800-tallet, da den ældre puritanske mistanke imod atletik som afledning fra menneskets verdslige og moralske pligter blev erstattet gennem et nypuritansk instrumentelt syn. Kroppens øvelse blev nu betragtet som god for både individets udvikling og menneskenes generelle perfektion. Denne sociale reform blev kendt som *Muscular Chri-*

*stianity*, som influerede YMCA, og som sportiv nationalisme, der blev repræsenteret af den amerikanske præsident Theodore Roosevelt: at bygge et bedre – kristent og nationalt – samfund gennem sundt kropsarbejde. Dette blev styrket gennem frygten for 'degeneration' og neurasteni samt bekymringer over de unge mænds manglende militære kondition.

I 1920'erne udviklede der sig imidlertid en ny personlighetskultur, som refererede til den enkelte mands usikkerhed: Hvordan man ser ud, og hvordan man kunne få succes som self-made man. Charles Atlas og senere Jack La Lanne byggede deres firmaer op omkring dette imagearbejde.

Overgangen fra gennem fitness at bygge et bedre samfund til bedre at tilpasse sig samfundets præstationskrav hang sammen med kroppens voksende betydning som 'fysisk kapital' for den nye managerklasse, der voksede frem mellem 1920 og 1960'erne. Sundhedsbilledet var i samme tidsrum præget af den epokegørende overgang mellem smitsomme sygdomme som lungebetændelse og tuberkulose som dødsårsager til hjerte-kar-sygdomme og kræft som de såkaldte livsstilssygdomme, mens nervøsiteten foruroligede nye generationer af medicinske eksperter og kulturkritikere. Disse 'civilisationssygdomme' bragte nye bekymringer med sig om den såkaldte 'managersygdom'. Hen imod århundredets udgang blev de fulgt af den moralske forskrækkelse om overvægten (Lupton 1995). Offentlig sundhedspolitik gik sammen med nye markedssektorer ved at gøre individet ansvarligt for sit eget risikomanagement.

Sundhed var imidlertid kun én side af fitnesssagen, mens udseende var en anden. En ny verden af hvid-krave servicearbejde opstod i den post-fordistiske økonomi. I overgangen fra det at lave ting til det at skabe interaktioner og



images udfoldede der sig en professionskultur, der gjorde store arbejdskraftsektorer afhængig af kropsligt udseende. Denne forandring havde også en kønsdimension, idet kvindernes andel på arbejdsmarkedet blev forøget, og to-indkomst-familien blev mainstream. Kønsroller blev nydefineret, og look og logo fik en ny betydning. Skønhed blev til en form for kapital. Den 'amerikanske drøm' drejede fra et meritokrati af hårdt produktionsarbejde til arbejdet for at vinde image. Arbejdsmarkedet blev nu dybt splittet mellem lavindkomstgrupper og højindkomstgrupper, som forfulgte forskellige kropsstrategier.

De tre perioder fra puritansk opposition over social reform til muskulær individualisering havde en speciel amerikansk bias. Man kan drøfte, om de var udtryk for den amerikanske undtagelse, som man har diskuteret som »den amerikanske exceptionalisme«, siden Werner Sombart i 1906 spurgte: Hvorfor er der ingen socialisme i USA?

Den historiske bølgebevægelse førte til helsecentret, som det har udformet sig siden 1970'erne. Det havde forløbere af forskellige typer:

Dels var der fitnessklubben, *executive club*, som ligesom 1800-tallets atletikklub først og fremmest var en klub, hvor velhavende erhvervsfolk kunne slappe af. Truslen om hjerteanfald og stress for netop denne gruppe af midaldrende mænd gjorde, at store firmaer lancerede fitnessprogrammer, og klubbernes betydning voksede.

Derimod havde *gym* sit klientel i arbejderklassen. Dette miljø af boksere, vægtløftere og bodybuildere vandt imidlertid status i 1970'erne og begyndte også at tiltrække kvinder.

Ellers var *exercise salon* et specifikt tilbud for kvinder fra mellem- og overklassen. Salonerne blev typisk initieret af dansere og gymnaster.

Nu åbnede de for forretningskvinder, husmødre og sekretærer.

Endelig var YMCA, oprindeligt en organisation for religiøs bymission, i 1970'erne blevet til en hovedudbyder af fitnesscentre i USA. Dens tilbud var især rettet mod studerende og lavindkomstgrupper.

Ud fra disse rødder udviklede der sig livsstilsfitnessklubben i 1970'erne som ny model. Den blev straks stratificeret mellem dyre luksuskubber og billigsteder. Statistikker viser en profil karakteriseret af 57% kvinder, overvejende mellemklasse og mere og mere diverse aldersgrupper (Maguire 2008, 74).

Det danske fitnesscenter, som tog form fra 1960/70'erne, var i høj grad inspireret af den amerikanske forretningsmodel, men viste snart også andre sider. Fra 1980'erne trængte aerobic ind i gymnastikforeningerne, og senere opstod side om side med det kommercielle center foreningsbaserede fitnesscentre. DGI lancerede i 2004 conceptet »DGI træningskultur« og i 2008 sammen med DIF »foreningsfitness«. Lignende initiativer fandtes i Tyskland under det Tyske Turnerforbund (DTB) og i Sverige med *Friskis & Svettis* og deres aerobicagtige aktivitet *jympa*.

## INDIVIDUELLE LØSNINGER FOR SOCIALE PROBLEMER?

Den nye fitnessindustri har frembragt et mærkeligt paradoks. Mens den ekspanderede ved at love fitness for alle, voksede inaktivitet og overvægt. I USA forøgedes fedmeraten dramatisk mellem 1960 og 1990'erne, og i samme tidsrum voksede antallet af kommercielle fitnessklubber og fitnessmagasinernes salg – og forbruget af fast-food og sodavand opnåede helt nye dimensioner (Maguire 2008, 200-201).

Disse forhold blev omtalt som *fat-fit* paradokset. Paradokset har sin baggrund dels i en dyb

og tiltagende splittelse af klassemæssige habitusser mellem mellemklassen og lavere strata. Men det er også udtryk for fitnessaktivitetens indre modsigelser.

»For kroppe, som er fit for forbruget, er fritid arbejde, sundhed er udseende, og fornøjelsen ligger i disciplineringen.« (Maguire 2008, 208)

Fitnessindustriens strategi med at tilbyde individuelle løsninger på sociale problemer har også metodologiske dimensioner. Sociologiske studier kan godt tale kritisk om den nævnte strategi og alligevel selv tale om 'individualisering', som om denne var en given sag (Johansson 1998; Petersen 2007; Kirkegaard 2007; Maguire 2008). Der forbliver en modsigelse mellem to hovedtendenser i sociologien. På den ene side tales der med Giddens og Beck om »at vælge sig selv«, »selv-identitet«, »gør-det selv selv'et«, og »performing self«, dvs. man antager individualiseringen som en reelt eksisterende samfundsmæssig proces. På den anden side er der – med Foucault og Bourdieu – tale om »habitus« eller subjektivitetens produktion gennem »panoptisk magt«, dvs. et kritisk syn på menneskets sociale forankring.

'Individet' er ikke kun et produkt af kommercielle og statslige diskurser, men også et metodologisk postulat. Det kan man med Peter Sloterdijk (1998) benævne som »epistemologisk solipsisme«: Mennesket bliver metodologisk-epistemologisk tænkt, som om det er – eller nu bliver – alene i verden og bare sekundært relateret til en social og kulturel 'omverden'.

#### HVOR ER 'INDIVIDET' I FITNESSVERDENEN?

Vil man bruge fitnessfænomenet til at bringe lidt orden i denne modsigelsesfulde argumenta-

tion, kan det være nyttigt først at opliste nogle empiriske argumenter for 'individualiseringen' og så mere systematisk at konfrontere dem med modstridende evidens. Først skal altså den konfiguration, som 'individualiserer' fitnessudøveren, tages alvorligt.

På den 'individuelle' side ser man den *enkelte forbruger* af fitness, som øver sig i et fitnesscenter, eller som læser et fitnessmagasin. Forbrugeren er en person med en vis *sundhedstilstand* og et vist *udseende*, og sundhed og udseende regnes for individuelle træk ved personen. 'Min sundhed' er min egen og ikke nogle andres; og 'min figur' er også min. Begge dimensioner siges at blive trænet i fitnessverdenen, muskel for muskel, i det indre af menneskets hudsække. Individets visuelle dimension fremtræder i spejlet.

Deltager man i en bestemt fitnessaktivitet, i en bestemt klub, ved en bestemt maskine, så er det et spørgsmål om *valg*. Individet er hele tiden udfordret til at vælge som ved køb af en bestemt vare. Individuelt valg er et nøgleord i diskursen om 'individet'.

Det specielle ved fitnessaktiviteten er, at udøveren ikke tilslutter sig et hold som i idræt, men vælger en *individue*l øvelse. Den enkelte udøver træner side om side med andre, men alene i ikke-relaterede bevægelser.

Udøverens sted er *maskinen*. Den bestemmer udøverens individuelle rum. Dette er understreget gennem *skærmen* som et medium for selvkontrol. Hvad der kan læses på skærmen, er 'mine egne' data, ikke de andres. *Høretelefonerne* bidrager yderligere til den enkeltes isolation, i et musikalsk rum.

Fitnessudøverens tid er hans *personlige* øvelsesplan. Udøveren går til centret efter individuel beslutning, planlagt eller spontant. Forbruget afhænger hverken af et hold eller en formel eller uformel gruppeaftale. Også udøverens fit-

nessbiografi bliver normalt forestillet som en individuel succeshistorie, som individuelt *fremskridt*. Fitnessmagasinernes artikler om folks figur 'før og efter' anskueliggør denne progression visuelt. Den enkelte bliver forbedret.

Udøveren fortsætter i centret afhængig af sin *motivation*. Denne drivkraft bliver normalt beskrevet i termer af personlig psykologi, som afhænger af udøverens individuelle karakter. Den 'individuelle motivation' er også central for sundhedspolitiske projekter i velfærds-Danmark. Da de reelt eksisterende mennesker ikke altid er parate til at følge de bedrevidende eksperters gode råd, skal de individuelt motiveres.

Hvad der kommer ud af øvelsesprocessen, er fysiologiske *data*. De objektiverer udøverens personlige præstation på skærmen og tænkes ind i individets fitnessbiografi.

Udøveren kan benytte sig af den hjælp, som en *personal trainer* tilbyder. Som service er trænerens rolle baseret på udøverens personlige valg.

Samtidigt bliver fitnessforholdet også forestillet som en relation, som man har til sig selv, dvs. *selvkontrol*. Selvdisciplin fremmes gennem en øvelsesdagbog. Den ikoniske figur for selvkontrol er Benjamin Franklin, den puritanske forløber for den amerikanske 'self-made man', som blev berømt gennem sin løbende rapportering af personlige fremskridt.

Overbygningen over disse individualiserende praksisser er ideen om et abstrakt '*Self*'. *Self* er navnet på et amerikansk fitnessblad, startet i 1979 som kvindernes første fitnessmagasin. *Self* er i dag det tredjestørste fitnessmagasin på det amerikanske marked (Maguire 2008, 108-9). Andre bladtitler som *Men's Health* (det største på det amerikanske marked) og *Shape* (det næststørste) bruger nøgleord for den individualiserende forståelse: individuel sundhed og indivi-



Eugen Sandow vandt en brydeudfordring fra den italienske mester Bartoletti i 1894. For bedriften modtog han en medalje med hans navn på (Benjamin J. Falk, gengivet efter Kasper Lund Kirkegaard: Fra muskelmasse til massebevægelse).

duel figur. Det danske blad *I form* fortæller den samme historie. Fitnessmagasinernes og håndbøgernes retorik er bygget op omkring forbedret selv-image, personlig udstråling, selv-værdi og selv-realisering. Nogle sociologer har taget denne ideologi for givet og suppleret markedets logobegreber med deres egne opfindelser som: selv-identitet og individualisering (Giddens), performing self og stilistisk selv-bevidsthed (Featherstone), do-it-yourself self (Beck) og choosing self (Slater).

Rødderne til dette opblæste Selv kan man finde i den amerikanske ideologi om *self-made man*, som blev lanceret fra 1920'erne som model

for vejen fra tallerkenvaskeren til millionæren. Dens kropslige modstykke var den muskulære individualisme, som Charles Atlas og andre tjente penge på. Men allerede i 1904 havde den danske fitnesspioner I.P. Müller omformet det gamle ordsprog om at være »sin egen lykkes smed« til: »Enhver er sin egen sundheds smed« (Wedemeyer-Kolwe 2004, 379). Ordsproget blev senere nyliberalismens nøgleord, toppende i Margaret Thatchers berømte ord:

»Sådan noget som samfund eksisterer ikke. Der findes bare individuelle mænd og kvinder og familier. Regeringen kan kun gøre noget gennem menneskene, og menneskene må først passe sig selv. Vores pligt er at passe på os selv og så på vor nabo.« (*Women's Own magazine*, 31.10.1987)

Den nyere ordproduktion omkring 'Selvet' og dens manifestation i fitnessaktiviteten karakteriseres normalt som udtryk for en moderne, postmoderne, senmoderne, højmoderne eller refleksivmoderne identitet – begreberne skifter og viser, hvor tåget periodiseringen er. Den moderne etc. identitet relateres til industrialisering, urbanisering, migration og globalisering. Den altomfattende retorik har træk af en religionserstatning. Den tegner et billede af 'hele verden': Hvor mennesket kommer fra, hvor det går hen, hvad det burde tro på, og hvad det burde gøre.

#### **SOCIALE MØNSTRE AF 'INDIVIDUEL' FITNESS: DET RELATIONELLE MENNESKE**

Fitnessindustrien ser således ud til at underbygge hypotesen om individualiseringens tidsalder. Hvis man imidlertid på empirisk og teoretisk måde går tættere på 'Selvet', bliver billedet mindre overbevisende. 'Individualiseringen' åbenbarer sociale betydninger og sociale relati-

oner, og det er netop fitnessverdenen, der leverer billeder til denne relationelle dimension.

Vi følger igen den skitserede vej for konfigurationsanalysen (Eichberg 2001), der beskriver bevægelsens sociale rum og tid, emotioner og atmosfære, relationer og objektivering af fitnessaktiviteterne.

#### **SOCIALT RUM OG SOCIAL TID**

Fitnessaktivitet er afhængig af et vist rumarrangement, og det er *centret*. Centret er et socialt sted, som varierer i stil og design efter hver af målgruppernes status og smag. Nærmere undersøgelser i norske fitnesscentre har vist, hvordan udøverne skaber sociale relationer, dog af ny slags. Man har karakteriseret relationerne med det paradoksale begreb »individualiserede fællesskaber« (Steen-Johnsen 2004). Lignende iagttagelser har man samlet i britiske fitness clubs (Gaule 2005), med kvindegrupper i det amerikanske gym (Maguire 2008, 77-78) og med ældre i danske helsecentre (Hede/Rasmussen 2009). Studierne viste, at fitnesscentrets sociale sted ganske vist er på markedet, men at det i høj grad også er præget af det civile samfund med dets uformelle selvorganisering nedefra. Folk tager deres 'indre forening' med i centret.

Betydningen af det sociale rum bekræftes yderligere gennem den ringe betydning, som hjemmøvelserne har i den aktuelle fitnesskultur. Omkring 1905-30 var hjemmegymnastikken et hovedområde, som håndbøgerne rettede sig hen imod. Hjemmet var f.eks. centralt for I.P. Müllers og kaptajn Jespersens fitnessagitation. I dag bliver hjemmøvelsen derimod snarere betragtet som »ensom eller kedelig« (Maguire 2008, 87).

Fitnessaktivitetens tid er til dels den *anbefalede tid*: hvor megen tid borgeren burde investere i sin bevægelse og sundhed. Efter 1900 propa-



gerede I.P. Müller for 15 minutters hjemmeøvelse pr. dag. Anbefalet tid er autoritativ tid. Dens autoriteter er naturvidenskabens eksperter, typisk fra biologi og medicin, og sundhedspolitikens talspersoner. De anbefaler f.eks. 30 minutters moderat aktivitet gennem fem ugedage eller alternativt kraftig motion 20 minutter på mindst tre dage – mens andre går på kompromis med de inaktive og anbefaler tre moderate 10-minutters bevægelsesforløb om dagen (Maguire 2008, 107). Uanset hvor forskellige anbefalingerne er, så bekræfter ingen af dem tidens individualitet, da alle stiler efter normer af ikke-individuel og generel-biologisk art.

Fitnessaktivitetens reelle tid er imidlertid ikke, hvad folk skal, men hvad de faktisk gør. Den afhænger af folks reelle *tidsbudget* og deres subjektive vurdering, altså deres forestillede tidsbudget. Ingen af de to er underlagt fri individuel selvbestemmelse.

Fritiden formindskes faktisk gennem udbredelsen af dual-indkomst-husholdet. Det forklarer paradokset, at den enkeltes arbejdstid nok skrumpede, mens fritiden formindskedes. Mere og mere tid må investeres i ens egen selvadministration – forvaltning af ens ting og sager, bureaukratisk selvadministration, voksende transporttider. Hverdagslivets *stress* forøges. »Vi kan fjerne stress fra dit liv,« tilbyder fitnessindustrien (Maguire 2008, 83). Dette slogan bekræfter indirekte den betydning, som stress har i folks tidskonfiguration. Stress gør, at folk øver sig – og øvelsen skaber nye typer af stress. I hvert fald ligner stress uden for individets selvbestemmelse.

Spurgt hvorfor man ikke deltager i idræt og fitnessmotion, er det hyppigste svar, at man »ikke har tid« (Maguire 2008, 83-86 og 134). Svaret oplyser ved nærmere betragtning om en ikke-individuel dimension: Sociologiske studier har dokumenteret paradokset, at netop de so-

cialgrupper er overrepræsenteret blandt idrætsdeltagerne, som professionelt 'mangler tid'. Det gælder også den middelklasse, der dominerer fitnessverdenen. Heller ikke folks subjektive erklæring af tidsmangel er altså 'individuel'.

### INTERPERSONAL MOTIVERING OG ATMOSFÆRE

Individuel *motivation* er ved nærmere betragtning også et resultat af relationer. Motivation udspringer næppe eller slet ikke af en ensom beslutning, som individet træffer efter læsning af et fitnessmagasin, en håndbog eller et sundhedspolitisk råd, hvis overbevisende argumenter bliver overført til fitnesspraksis. (Og forestillingen om vejen fra menneskets oplysende læsning til praksis er heller ikke 'senmoderne', men selvhjælpslitteraturen blomstrede siden 1700-tallets Hufeland.) Skridtet fra anbefaling til gøren er forbundet med investering af *emotionelt arbejde*. Personificeringen af dette relationsarbejde er den personlige træner.

Fitnessindustriens emotionelle arbejde sigter desuden mod at skabe en vis forbrugsfremmende og tillokkende *atmosfære*, som altså igen er mellempersonlig. En personal trainer skal først og fremmest »have en sans for humor« (Maguire 2008, 163, også 35). *Humor* er relationel, noget der går fra person til person. Men humor kan være forskellige ting. En ting er smil, som karakteriserer fitnessindustriens ikonologi – smil på reklamebilledet, smil på fitnessmagasinets forside, smilende service i fitnesscentrets reception. Smil er en mellempersonlig markering af salgsrelationer. En anden form for humor er latter og grin med dens eksplosive konfiguration. Latter er ikke som sådan del af fitnessbevægelsen, til forskel for f.eks. latteren i folkelige lege (Eichberg 2009). Hvor latteren forekommer i fitnesscentret, er den bundet til uformelle grupper og virker snarere subversiv. (En case om kvin-

ders latter i en amerikansk fitnessklub: Maguire 2008, 67.) Det kan imidlertid godt være, at latter og grin sammen med det legende element og civilsamfundsmæssig selvorganisering er på vej ind i danske fitnesscentre.

#### SOCIALE RELATIONER OG OBJEKTIVERING

Smil, latter og trænerens emotionelle arbejde viser, i hvilken grad fitnessaktivitet er forbundet med mellem menneskelige relationer. Andre involverede relationer er af *erotisk* art, hvor kvinder møder mænd, og mænd prøver at imponere kvinder. En arketype af denne imagination var den reklame, som Charles Atlas lancerede i 1930'erne: »The Insult That Made a Man Out of Mac«. Smalle unge Mac bliver mobbet ved stranden og taber sin pige til den bedre byggede bølge. Men Atlas' træningsprogram hjælper ham til at blive en 'ny mand'. Han vender tilbage til stranden, tager hævn og får sin pige tilbage. Dette beskriver mønstret af moderne relationer mellem he-manden og den underordnede kvinde.

Heteroseksuelle relationer er imidlertid kun en del af fitnessmiljøet. Centret kan også fungere som mødested for homoseksuelle. Eller det kan tilbyde kvinder et sted, hvor de er fri for mændenes indblanding. Uanset hvordan, er fitnessverdenen *kønnet*.

Desuden er udøverne *socialt stratificerede*. Fitnessmiljøet er domineret af middelklassen og er differentieret efter sociale grupperes habitus. Fitnessklubben udstråler social status og symbolsk kapital. Men også netop der, hvor folk fra lave strata indvandrer i centret, spiller klasse-relationer og netværksdannelse en vigtig rolle (Hede/Rasmussen 2009; Keinicke/Hansen 2010).

Sidst, men ikke mindst er fitnessudøverne *etniske*. I amerikanske fitnessklubber har man registreret et relativt fravær af afroamerikanere, asiatiske og latino-amerikanere (Maguire 2008, 93).



Skønhedskonkurrence på Helgoland Badeanstalt i 1909 (Københavns Bymuseum, gengivet efter Kasper Lund Kirkegaard: Fra muskelmasse til massebevægelse).

Fitnessøvelsens relationelle aspekt bliver ikke modbevist gennem de individuelle data, som udøveren producerer og får oplyst på maskinens skærm. Disse data giver kun mening, hvis de relateres til en bestemt standard, som er en overindividuel normering. Objektiveringen af fitnessbevægelsen i form af *kvantitative resultater* sker ikke gennem et 'individ', men er baseret på en kompleks social oversættelse mellem personlig praksis, teknologi, træneren og ekspertten for den biologiske norm.

### MARKED OG OFFENTLIG POLITIK

Alle disse basale konfigurationer – rum, tid, atmosfære, relationer og objektivering af fitnessbevægelsen – viser, at mennesket i fitness-verdenen ikke kun er det, der findes inden for de individuelle hudsække. Uden for huden forbinder komplekse kropslige relationer udøverne med hinanden og med andre. Disse andre er ikke kun en 'om-verden', men en social verden i folks indre.

Som overbygning over denne basis af kropslig og social praksis danner institutionelle rammer og abstrakte ideer en ramme for den konkrete bevægelseskultur. På dette niveau finder vi *fitnessmarkedet*. Fitnessudøveren ville ikke være udøver uden marked. Organisationsstrukturen for lokale fitnesscentre, kæder, firmaer og deres markedsrelationer leverer den nødvendige ramme for fitnessaktiviteten. Udøverens sociale eksistens er bestemt af at være *forbruger* og dermed målgruppe for visse *producenter*. Hverken producenten eller forbrugeren er 'enkelte individer'.

Det er imidlertid netop markedet, der gennem annoncering og billeddannelse stiliserer forbrugeren som 'individ'. 'Jeg shopper, derfor er jeg' – jeg træner, derfor er jeg. Forbrugeren fungerer dog ikke som isoleret individ, som følger sine egne præmisser. Den 'gerrige forbruger' følger markedets appel og æder sig fed, mens den 'ansvarlige forbruger' træner efter markedets tilbud – og samtidigt lytter til de offentlige sundhedspolitiske anbefalinger (Apollo 2008).

Her træder staten på scenen. Den sociale integration af personlig fitness fremmes ved, at *offentlig sundhedspolitik* gør mennesket til '*ansvarlig borger*', ansvarlig for sin egen krop og sundhed. Skønt dette i Danmark begyndte under den socialdemokratiske velfærdsstat, var det især den nyliberale og antivelfærdspolitiske

diskurs, som har propageret for denne logik. US-præsidenten George W. Bush udtrykte dette i 2003:

»Hvad jeg ofte taler om, er nødvendigheden af at forandre den amerikanske kultur hen imod en kultur af personlig ansvarlighed, at opmuntre folk til at være ansvarlige for beslutningerne, de træffer i deres liv ... Daglige øvelser, uanset hvor travlt du mener, du har, og hvor kedelig øvelsen forekommer, er del af ansvarlighedens kultur.« (Maguire 2008, 46)

I Danmark blev denne ansvarlighedspolitik kopieret af højrefløjsregeringen fra 2001. Projektserier i områderne fitness og folkesundhed blev startet for at gøre folk opmærksom på deres sundhedsmæssige ansvar. Det var del af en overordnet strategi, som kom til udtryk gennem den interministerielle komité *Det Personlige Ansvar*, som regeringen nedsatte i 2007, med beskæftigelsesministeren som formand samt udenrigs-, undervisnings- og kulturministrene som medlemmer.

Top-down strategien ankom blandt almindelige folk i en form, som en midaldrende amerikansk kvinde gav udtryk for, da hun blev spurgt om sin fitnessaktivitet:

»Jeg gør det på grund af ansvarlighed. Det er kun mig, som kan se efter mig. Hvis jeg ikke gør, vil ingen anden gøre det ...« (Maguire 2008, 41)

Denne ansvarlige forbruger minder om den folkelige vittighed, der siger:

»Verden er ond.  
Enhver tænker kun på sig selv.

Ingen tænker på mig.  
Kun jeg tænker på mig.«

Hvor markedets idé er individuelt forbrug og gerrighed, er statens idé individuel ansvarliggørelse. Fitness er et ritual for både det ene og det andet. Dermed har fitness træk af en *religion*. Fra mennesket forventes en rituel tjeneste for noget højere og helligt, som er selve 'Selvet'. Individualisering er et misvisende begreb, hvis det beskriver en 'real' social proces – f.eks. som 'individualiseringens tidsalder' – mens begrebet passende beskriver et konstrueret og propageret mønster.

#### FITNESS SOM FOLKEBEVÆGELSE?

Markedet og dets appel til forbrug (herunder fitness) er én ting, offentlig sundhedspolitik med dens ansvarlighedsappel (herunder fitness) er noget andet. Der er imidlertid noget tredje i spillet, det civile samfund. Her finder man frivillige foreninger, sociale bevægelser, folks frivillige samspil med hinanden.

Et spørgsmål, der rejser sig her, er, om fitnessbølgen har karakteren af en folkebevægelse. Nu kan man godt med Kasper Lund Kirkegaard (2007) tale om en overgang »fra muskelmasse til massebevægelse«. Visse konfigurationselementer kan støtte denne fortolkning. Fitnesskultur er ikke kun et markedssegment og bliver ikke kun fremmet gennem offentlig sundhedspolitik, men den har træk af civil selvorganisering. Andre vigtige elementer for sociale og kulturelle bevægelser mangler imidlertid. Især er en identitetsdannelse fraværende, som følger mønstret: 'Vi, fitness-folket'. En sådan identitet var til stede i nogle sociale reformbevægelser, som var aktive i fitnessfeltet i perioden 1900-1930, 'vi nudister'; 'vi gymnaster'; 'vi *frisksport* folk'; eller 'vi

fra livsreformen'. Den sociale tid og energi af fitness var i disse bevægelser rettet mod 'en bedre verden', hvor den i dag snarere går på den enkeltes tilpasning til den eksisterende sociale verden. Dette begrænser udfoldelsen af fitness som social bevægelse. I de nordiske lande kommer svensk *Friskis & Svettis* nærmest til en kulturbevægelse. Og for Danmarks vedkommende peger Kirkegaard (i denne antologi) mod en tendens til, at fitnessaktiviteterne forandrer sig fra individuel maskinøvelse mod mere legende aktiviteter i grupper.

Der findes altså en tredje dimension af fitnesskulturen, side om side med markedets fitness-industri og statens sundhedspolitik. Men om den fortjener navnet af en fitnessbevægelse på linje med andre sociale og folkelige bevægelser, forbliver endnu et åbent spørgsmål. Forskningen skal ikke være ureflekteret i omgang med bevægelsesbegrebet.

TABEL: FITNESSAKTIVITETENS KONFIGURATIONER

	Individuelle dimensioner	Sociale dimensioner
Rum	maskinen skærmen spejlet	centret klubben
Tid	valg øvelsesplan »mit« fremskridt	anbefalet øvelsestid tidsbudget stress
Energi	motivation	emotionelt arbejde atmosfære smil
Relationer	valg af personlig træner selvkontrol	køn og erotik klasse og stratificering etniske forhold
Objektivering	»mine« data	data'enes normering



Ideer	»Selvet«	»det er dit udseende, det gælder« ansvarliggørelse sundhed som civil religion
Organisering	»mit eget« valg	klub på fitnessmarkedet offentlig sundhedspolitik civil »bevægelse«?

### HVILKEN INDIVIDUALISERING? OM AT TÆNKE FLERTAL

I hvert fald bliver vi gennem fitnesskulturens sociale mønster advaret imod naivt at tale om 'individualiseringens tidsalder' eller lignende. Hvad man finder i stedet, er fitnesskulturer i plural (Volkwein 1998) og et flertal af sundhedskulturer. Der findes vidt forskellige overvægtskulturer (De Garine/Pollock 1995) – og individualiseringer i flertal. Spørgsmålet er altså hver gang: Hvilken individualisering taler vi om?

Denne problemstilling åbner også op for en differentiering mellem forskellige begreber, som den overfladiske individualiseringsdiskurs plejer at blande sammen. Der er forskel, om vi taler om mennesket som

- *individ*, den abstrakte filosofiske konstruktion af et monadisk, udeleligt punkt-væsen, som ved nærmere betragtning alligevel er en 'divid'
- *agent*, en konstruktion fra handlingsteorien, som understreger individets aktivitet
- *person*, en psykisk og social enhed, der bærer et personnavn og er unikt
- *subjekt*, et psykisk væsen, som er selvbevidst og reflektiv, men hvis subjektivitet ofte bliver forvekslet med ensomhed
- *ego*, et psykologisk begreb for subjektiviteten, især brugt i psykologien

- *selv*, en reflektiv enhed
- *klient*, *borger*, *forbruger*, *medborger*, *medlem* etc. i de respektive sektorer af det sociale liv; eller
- *mennesket* som en eksistentiel helhed.

Problemet med den såkaldte individualisering hænger således sammen med det mere omfattende epistemologiske problem af entalsbegreber. 'Kulturen' (i stedet for kulturer), 'Mennesket' (i stedet for mennesker), 'Naturen', 'Staten', 'Samfundet', 'Videnskaben' ... – alle disse singularbegreber skjuler noget. De kan i nogle tilfælde endda mistænkes for at lyve. Filosofisk og sociologisk præcision kræver at tænke flertal.

På dette grundlag kan man skarpt konfrontere Giddens og Becks postulat om individualiseringen med Foucaults og Bourdieus kritiske analyser. Man kan ikke påberåbe sig begge sider på én gang. Filosofisk skarphed kræver, at dialektisk tænkning anvendes på fænomenerne, dvs. tænkning i modsigelser.

Fitnesskulturer er diverse, foranderlige og modsigelsesfulde. Individbegrebet er også mangfoldigt, foranderligt og fuld af indre modsætninger. Et studie i fitness bidrager på en paradigmatisk måde til en kritik af overfladiske diskurser om 'individualiseringen' og til en dybere forståelse af 'individets' paradokser.

# REFERENCER

- Apollo, P. (2008). *Sundhed og det sociale individ. Analyse af to effektiviseringsbegreber*. Odense, speciale på SDU
- Beck, U. (1998). Gesamtkunstwerk Ich. In R. van Dülmen (Hrsg.). *Erfindung des Menschen*. Wien: Böhlau, 637-654.
- og E. Beck-Gernsheim (2002). *Individualization. Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- Bolling, H. (2005). *Sin egen hälsas smed: Idéer, initiativ och organisationer inom svensk motionsidrott 1945-1981*. Universitet Stockholm, akad. afh.
- Defrance, J. (1987). *L'excellence corporelle. La formation des activités physiques et sportives modernes, 1770-1914*. Rennes: Presses Universitaires.
- Eichberg, H. (2001). Thinking contradictions. Towards a methodology of configurational analysis. In K. Dietrich (ed.). *How Societies Create Movement Culture and Sport*. University of Copenhagen: Institute of Exercise and Sport Sciences, 10-32.
- (2009). Sport and laughter: Phenomenology of the imperfect human being. In *Sport, Ethics and Philosophy*, 3, 3, 286-304.
- Garine, I. de & N. J. Pollock (1995) (eds.). *Social Aspects of Obesity*. Amsterdam: Gordon & Breach.
- Gaule, S. G. (2005). *Meeting up with the Worlds of Exercise and Rave at the Start of the 21<sup>st</sup> Century: A Story about Young People, Body Culture, Health and Identity in Changing Times*. Liverpool, akad.afh.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
- Hede, Signe & Casper Rasmussen (2009). *Den aldrende krop i en fitnesskultur*. Odense, speciale på SDU.
- Hvidberg-Hansen, G. & G. Oelsner (2008) (eds.). *Livslust. Sundhed, skønhed, styrke i dansk kunst 1890-1940*. Odense: Odense Bys Museer.
- Johanson, K. E. & H. Lindgren (1985). *Frisksporens historia. Svenska Frisksportförbundet 50 år*. Stockholm: Carlsson.
- Johansson, T. (1998). *Den skulpterade kroppen. Gymkultur, friskvård och estetik*. Stockholm: Carlsson.
- Keinicke, G. & og L. Hansen (2010). *Idræt for socialt udsatte*. Odense, speciale på SDU.
- Kirkegaard, K. L. (2007). *Fra muskelmasse til massebevægelse. Indblik i den kommercielle fitnesssektors historie*. København: Idrættens Analyseinstitut.
- (2010). Fitness trodser finanskrisen. In IDAN, <http://www.idan.dk/Kommentaren/056fitnesssaaret.aspx> (10.2.10).

Lupton, D. (1995). *The Imperative of Health. Public Health and the Regulated Body*. London: Sage.

Maguire, J. S. (2008). *Fit for Consumption. Sociology and the Business of Fitness*. London, New York: Routledge.

Petersen, A. (2007). *The Body in Question. A Socio-Cultural Approach*. London, New York: Routledge.

Riordan, J. (1977). *Sport in Soviet Society*. Cambridge: Cambridge University Press.

Shilling, C. (1993). *The Body and Social Theory*. London: Sage.

Sloterdijk, P. (1998). *Sphären. Plurale Sphärologie*. Bd.1. Frankfurt/Main: Suhrkamp

Steen-Johnsen, K. (2004). *Individualized communities. Keep-fit exercise organisations and the creation of social bonds*. Oslo: Norges Idrettshøgskole, akad. afh.

Tolvhed, H. (2004). »Stål i musklerna och stål i viljan« – svensk frisksport under trettio- och fyrtiotalen. In *Idrott, historia och samhälle*, 24-41.

Volkwein, K. (1998) (ed.). *Fitness as Cultural Phenomenon*. Münster, New York: Waxmann.

Wedemeyer-Kolwe, B. (2004). »Der neue Mensch«. *Körperkultur im Kaiserreich und in der Weimarer Republik*. Würzburg: Königshausen & Neumann.

Wolbert, K. (2001) (ed.). *Die Lebensreform. Entwürfe zur Neugestaltung von Leben und Kunst um 1900*. Bind 1-2, Darmstadt: Häusser, Anabas.