

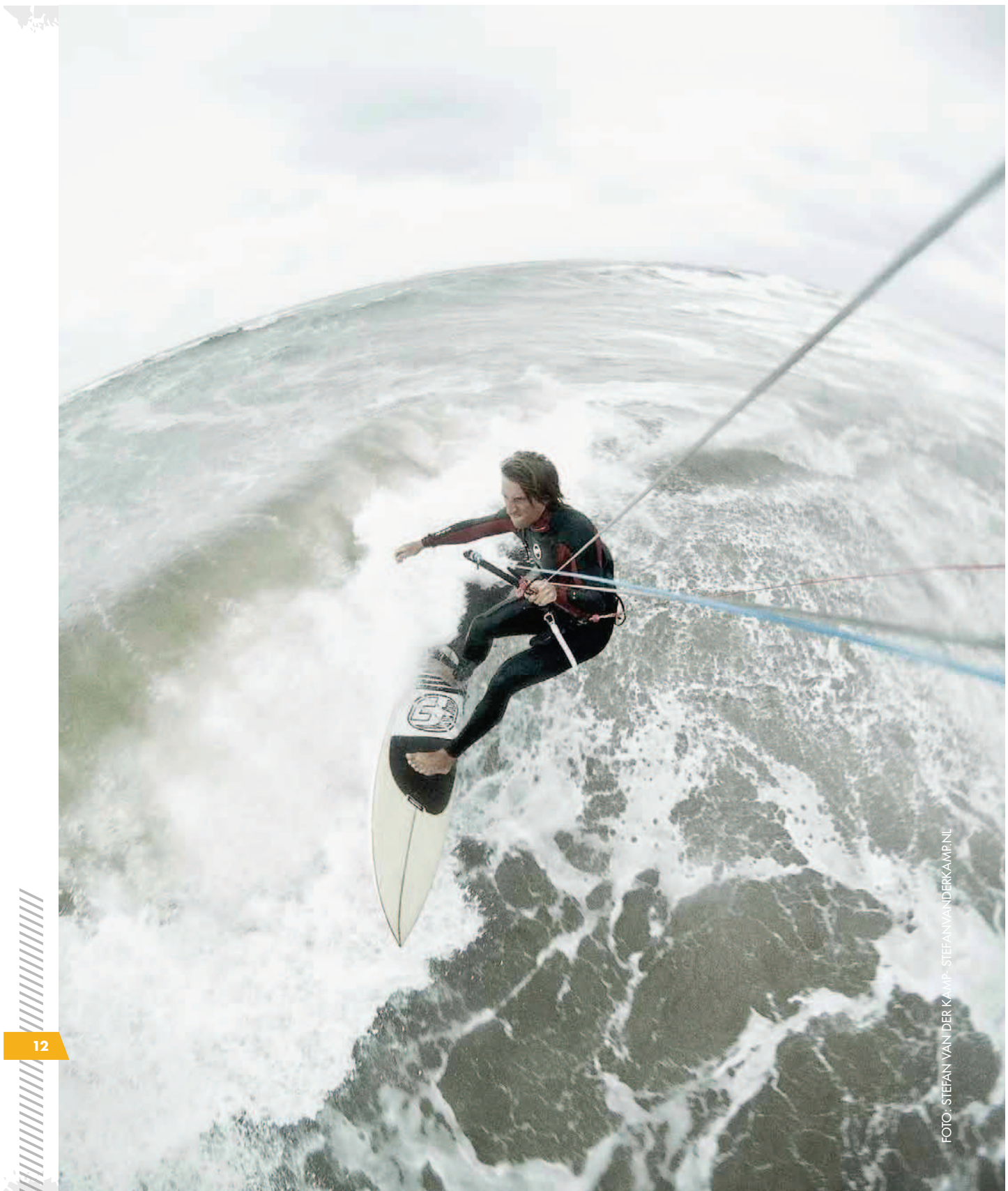


FOTO: STEFAN VAN DER KAMP - STEFANVANDERKAMP.NL

## Hoofdstuk 1

# LEEFSTIJLSPORT, EEN CONCEPTUELE VERKENNING

*Jo Lucassen, Lotte Salome en Ester Wisse*

## 1.1 Waarom een boek over leefstijlsport?

Het Nederlandse sportlandschap verandert en wordt de laatste decennia voortdurend verrijkt met nieuwe vormen van sport. De Nederlandse sportcultuur van de twintigste eeuw is lange tijd gedomineerd door in verenigingsverband beoefende traditionele sporten. Vanaf de jaren zestig is een geleidelijke verschuiving in de sportbeoefening zichtbaar naar minder traditionele vormen, die in ons land werden bestempeld als 'recreatieve sport'. Vanaf de jaren tachtig zien we in Nederland de opkomst van individuele sporten als hardlopen, fietsen en fitness. Deze sporten zijn momenteel de meest beoefende sporten (Breedveld en Tiessen-Raaphorst, 2006). Ook is er een ontwikkeling waar te nemen van 'nieuwe' sporten die verschillende benamingen dragen zoals leefstijlsporten, extreme sporten of alternatieve sporten. Nieuwe sporten zijn *hot* getuige de aandacht die ze krijgen in media en de plek die ze krijgen in het strandbeleid van verschillende gemeenten (gemeenten Bloemendaal, Noordwijk, Den Haag).

Hoewel deze ontwikkeling van verschillende kanten is toegejuicht en gestimuleerd, is er in ons land pas relatief laat onderzoek gedaan naar de sociaal-culturele achtergrond ervan. In ons omringende landen als België, Duitsland en Frankrijk, verschenen al in de jaren zeventig en tachtig studies over de ontwikkeling van deze alternatieve sporten of *nicht-sportliche Sport* (Pociello, 1981; Vanreusel en Renson, 1982; Dietrich en Heinemann, 1989). De studie van (Crum, 1991) over versporting van de samenleving, enkele jaren later gevolgd door Van Bottenburgs proefschrift over de uiteenlopende populariteit van sporten (Van Bottenburg, 1994), vormen in Nederland de opmaat voor bijzondere belangstelling voor de alternatieve sport. In beide publicaties wordt de differentiatie in de sport in algemene zin beschreven en geanalyseerd, waarbij de alternatieve sport wel aan de orde komt, maar niet centraal staat.

In dit boek wordt de ontwikkeling van en de sociale orde in een aantal specifieke leefstijlsporten beschreven. De beschrijvingen vertrekken vanuit dezelfde centrale vraagstelling: Wat is het effect van processen van sportificatie en commercialisering op de subculturele praktijken, en op de beleving en betrokkenheid van participanten in specifieke leefstijlsporten?

In dit eerste hoofdstuk introduceren we een begrippenkader voor de beschrijving en analyse van deze sportvormen. De verschillende begrippen die in de vraagstelling centraal staan, komen aan bod en vormen als geheel een conceptuele kaart voor de studie van leefstijlsporten. We geven om te beginnen een afbakening van leefstijlsporten in relatie tot het begrip subcultuur. Vervolgens behandelen we vormen van participatie, betrokkenheid en beleving bij deze sporten. De processen van commercialisering en sportificatie waarin deze sporten zijn verwickeld, komen daarna aan de orde. In de hoofdstukken volgend op deze introductie wordt steeds de ontwikkeling en praktijk in een specifieke leefstijlsport nader beschreven, waarbij op dit begrippenkader zal worden teruggegrepen. Daarbij zullen niet steeds alle begrippen uit dit hoofdstuk terugkomen, maar worden verschillende accenten gelegd. We beginnen dit hoofdstuk met een korte historische plaatsbepaling van leefstijlsporten en sluiten het af met een schets van de bij het onderzoek gevolgde werkwijze.

## 1.2 De opkomst van leefstijlsporten

De sportactiviteiten die we in deze bundel als leefstijlsporten benoemen, zoals windsurfen, golfsurfen, kitesurfen, raften, snowboarden, parkour, capoeira, skieën, klimmen, duiken en kayakken, zijn relatief jonge sporten. Het merendeel ontstond pas in de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw. Die decennia vormen een periode waarin veel gevestigde instituties ter discussie werden gesteld en een sterke roep om hervormingen klonk. Ook de gevestigde wedstrijd- en topsport werden bekritiseerd en op verschillende plaatsen werden initiatieven genomen om een alternatief te ontwikkelen (Orlick, 1978). Vooral groepen jongeren namen afstand van de 'vastgeroeste' patronen en regels en experimenteerden met nieuwe materialen en spelvormen. Zoals Eichberg betoogt: "New Games", which entered the world of sports around 1970, did present another political attitude, one of togetherness instead of winning, fantasy instead of standardization" (Eichberg, 1998: 154). Verschillende leefstijlsporten vinden in deze periode van experiment en *counter culture* (Bourdieu, 1984) hun oorsprong. Het aantal beoefenaars is in deze jaren relatief klein en informele vormen van organisatie overheersen.

De jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw kunnen als een volgende ontwikkelfase van de leefstijlsporten worden bestempeld. Loret (1995) heeft zich in deze periode verdiept en spreekt van de 'revolutie van de sport tijdens de *fun*-jaren'. Volgens hem ondergaat de sportcultuur in die jaren een radicale verandering. Naast de oude sportcultuur die strak is gereguleerd en geformaliseerd en steunt op waarden als prestatie, concurrentie, volharding, solidariteit en gelijkheid, ontstaan nieuwe vormen gedomineerd door het *fun*-element. Kenmerkend voor deze nieuwe sportcultuur zijn beleving, stijl, en individuele presentatie; elementen die plezier geven. De beoefening vindt juist plaats in natuurlijke of artificiële, maar niet voor sport, ingerichte omgevingen. De opkomst van allerlei nieuwe glijsporten op het water, op sneeuw en in de lucht is voor Loret het symbool bij uitstek van deze omwenteling. De jongeren die in de jaren tachtig deze sporten gaan beoefenen, betitelt Loret als de 'glijgeneratie': *la generation Glisse* (Loret, 1995; Vanreusel, 1998).

Hoewel leefstijlsporten zoals raften, parapenten, duiken en surfen al snel deel uit gingen maken van het aanbod van toeristische en recreatieve ondernemingen, is dit aanbod vooral rond en na de eeuwwisseling sterk gegroeid (Hudson, 2003). In dezelfde periode zet in deze recreatieve industrie een ontwikkeling in waarbij de belevingswaarde van activiteiten in het centrum van de belangstelling komt te staan. Activiteiten dienen de deelnemers unieke belevenissen te verschaffen en de leefstijl- en avontuursporten bieden daarvoor bij uitstek mogelijkheden. Zo ontwikkelen de leefstijlsporten zich tot een belangrijk bestanddeel van de recreatieve belevenisindustrie. In de Verenigde Staten, waar de aanduiding *action sports* gebruikelijk is, beoefenden in 2007 ruim 66 miljoen mensen van 6 jaar en ouder ten minste een van de top-14 *action sports* (Sporting Goods Manufacturers Association 2008). Deze *action sports* waren volgens berekeningen van American Sports Data in 2004 goed voor een omzet van 14 miljard dollar wat overeenkomt met een derde van de totale uitgaven aan sportgoederen (Lieberman, 2004, aangehaald in Ko e.a., 2008). Hoewel deze berekeningen mogelijk niet geheel betrouwbaar zijn, geven ze een trend weer waaruit blijkt dat leefstijlsporten in toenemende mate aan populariteit winnen.

Deze schets van de ontwikkelingsfasen van leefstijlsporten geeft slechts een beeld op hoofdlijnen. In de hoofdstukken over verschillende specifieke sporten zal dit beeld verder worden gedetailleerd en genuanceerd.

## 1.3 Leefstijlsport, introductie van een beschrijvingskader

### 1.3.1 Wat is leefstijlsport

Zoals hiervoor al duidelijk werd, zijn er verschillende benamingen in gebruik voor leefstijlsporten. Wie anno 2010 met de zoektermen sport en leefstijl in relevante bibliotheken op zoek gaat, komt voornamelijk publicaties tegen die gaan over de bijdrage van sport aan een fysiek actieve of gezonde leefstijl (Slepicka, 2009). De relatie tussen sport en gezondheid staat op dit moment meer dan ooit in de belangstelling.

In dit boek richten we de blik echter vooral op een andere kant van de leefstijl en bedoelen we een manier van leven die sociaal onderscheidend is en waarmee groepen en individuen uitdrukking geven aan hun eigen smaak. Vanuit dit sociaalwetenschappelijk oogpunt is leefstijl als begrip verwant met (sub)cultuur. We zullen daar nog nader aandacht aan besteden. Sport kan in die leefstijl een (centrale) rol spelen. Vooral bij een aantal nieuwere sporten drukt sport een stempel op de leefwijze van de beoefenaars, of onderscheiden de beoefenaars zich – ook in alledaagse zin – door hun intensieve en specifieke wijze van sportbeoefening. Uiteraard kan dit ook het geval zijn bij meer traditionele sportvormen, maar bij de leefstijlsporten treedt het leefstijlaspect duidelijker op de voorgrond. Wat onderscheidt deze sporten nu van traditionele sport?

De traditionele sport wordt volgens Heinemann (1986) gekenmerkt door principes die algemeen toepasbaar worden geacht:

- een streven naar meetbare prestaties – eventueel gedifferentieerd naar beoefeningniveau – die door langdurige training kunnen worden bereikt. De verschillende beoefeningniveaus van sport zijn organisch verbonden en bouwen op elkaar voort. Het prestatiemotief verbindt deelnemers van allerlei achtergronden, met topprestaties als ultiem richtpunt en resultaat;
- sport is in eenduidige regels vastgelegd en wordt georganiseerd in competities en wedstrijden;
- sport vindt op de eerste plaats haar doel in zichzelf en is een relatief autonome, afgezonderde sociale praktijk, met een onbedoeld pakket aan functies en effecten;
- sport kent een sterk vervlochten patroon van centrale waarden zoals *fairness*, kameraadschap, gemeenschapszin, solidariteit, kansgelijkheid en respect voor veiligheid;
- sport vereist een coherent rolgedrag gebaseerd op een bepaalde morele houding, op discipline en ascese en loyaliteit aan de sportieve waarden en verplichtingen.

De nieuwe vormen van sport die zich de laatste decennia ontwikkelden, heeft de traditionele manier van beoefenen en begrijpen van sport uitgedaagd. Om deze nieuwe vormen van sportbeoefening aan te duiden wordt vaak de term 'leefstijlsport' gebruikt. Maar ook andere benamingen komen we in de literatuur tegen zoals *whiz sports* (Midol, 1993), alternatieve sporten (Rinehart, 2002), trendsporten (Schwier, 1998; Schmidt, 2007), extreme sporten (Kusz, 2004), glijsporten (Loret, 1995; Vanreusel, 1998), belevenissport (Schleske, 1977), *Wagnissport* (Neumann, 2003). Ze hebben commerciële en competitieve elementen, maar worden door de beoefenaren in de kern benaderd als fysieke belevenissen, als 'doen' en 'meemaken'.

De nieuwe sportvormen zijn vaak uit Amerika, in het bijzonder uit Californië, afkomstig en naar Europa gebracht door leden van de middenklasse, in het bijzonder degenen die in creatieve beroepen actief zijn (Bourdieu, 1982: 350). Zoals Eichberg (1998: 154) aangeeft vertoonden ze in vergelijking met de traditionele sport een duidelijk andere benadering waarin gezamenlijkheid en fantasie centraal staan. Veel sterker dan de dominante gereglementeerde sporten worden deze nieuwe activiteiten zoals snowboarden, raften en kitesurfen beschouwd als postmoderne verschijnselen waarmee de dagelijkse routine wordt ontstegen of ontvlucht (Salome, 2008).

Rinehart (2002: 505) wijst erop dat belangrijk is met welke termen deze nieuwe sportvormen worden geïdentificeerd, omdat sommige ervan inperkende bijbetekenissen hebben of alleen een bepaald facet van de attractiviteit van deze sporten benadrukken. Rinehart introduceert de term 'alternatieve sporten' en definieert die als "activities that either ideologically or practically provide alternatives to mainstream sports and to mainstream sport values" (Rinehart, 2002: 506). De term 'alternatieve sport' is zeer ruim en omvat alle sporten die tot de niet-westerse sporten worden gerekend. De term

'extreme sport' wordt veelvuldig gebruikt door de media, maar deze activiteiten worden door veel beoefenaars niet als zodanig beschouwd (Wheaton, 2004).

"Ask any extreme sports participant and they will tell you that their sport is more than just a sport – it's a state of mind and a way of life. Its about challenge, adventure and pushing the boundaries. Sometimes it involves competing against others, more often it involves challenging your own limitations and pushing them to the max. It's about meeting and sharing your enthusiasm for your sport with a like-minded group of people and its about fun, challenge and excitement" (Mintel, geciteerd in Tomlinson, 2005).

Overigens wijst Peter Becker (2003) erop dat er in de twintigste eeuw altijd al alternatieve vormen van sportcultuur voorkwamen (freiluftbeweging – arbeiderssport – tweede weg – *new games*).

Hoewel er voor het type activiteiten dat in deze bundel beschreven wordt, dus verschillende benamingen bestaan, zullen wij, net als Belinda Wheaton (2004), gebruikmaken van de term *lifestyle sports*, dat we vertalen als 'leefstijlsporten'. Wheaton (2004: 11) geeft negen karakteristieken van leefstijlsporten:

1. de sporten zijn in de afgelopen decennia ontstaan als geheel nieuwe sportactiviteit of als een herontdekking en hervorming van een al langer bestaande activiteit;
2. binnen de leefstijlsporten is participatie (het doen) van groot belang. Jezelf presenteren is onderdeel van de beleving;
3. de sporten gaan gepaard met de consumptie van nieuwe producten, waarbij vaak gebruikgemaakt wordt van nieuwe technologie en ze zijn ontvankelijk voor innovaties;
4. ze gaan gepaard met een grote toewijding in tijd en/of geld en rond de vrijetijdsactiviteit of sport ontwikkelt zich een leefstijl, een manier van leven, vormen van collectieve uiting, een gezamenlijke houding en sociale identiteit;
5. er heerst een ideologie die staat voor lol, hedonisme, betrokkenheid, zelfactualisatie, adrenalinekicks, flow en andere intrinsieke beloningen. Bij de meeste leefstijlsporten ligt de nadruk op het creatieve, esthetische aspect van de sport. Vaak worden institutionalisering, regulering en commercialisering afgewezen;
6. de beoefenaars zijn overwegend blanke, westerse mensen uit de middenklasse. Vaak wordt er een relatie gelegd met jeugdigheid, maar de leeftijd van de sporters kan sterk variëren;
7. de sporten hebben overwegend een individueel karakter;
8. het zijn niet-agressieve sporten, zonder lichamelijk contact. Wel speelt het nemen van risico een belangrijke rol;
9. de plaatsen waar deze sporten worden beoefend, zijn meestal geschikte outdoorplaatsen waar een bepaalde leefstijlsport beoefend kan worden, zonder vooraf bepaalde grenzen. Bijvoorbeeld gebergten of de zee.



Wheaton geeft zelf aan dat de opsomming niet uitsluitend is en dat haar opsomming geen ideaaltype is. De 'nieuwere' sporten ontwikkelen zich snel en daardoor zijn ook de (culturele) kenmerken aan verandering onderhevig.

Volgens Tomlinson e.a. (2005) zijn de leefstijlsporten lang door beleidsmakers genegeerd, waardoor over de omvang en betekenis van dit soort sporten weinig bekend is. De onderzoekers pleiten dan ook voor meer aandacht voor dit soort sporten in zowel onderzoek als praktijk. In hun afbakening van leefstijlsporten spelen drie begrippen een centrale rol:

- alternatief; de praktijken wijken af van conventionele sportvormen;
- leefstijl: hun betekenis is meer verbonden met persoonlijke factoren dan met succes in competitie;
- extreem; de activiteit kent risicovolle aspecten zoals extreme locaties, extreme emoties, overtredingen en extreme vaardigheden; aspecten die ook de basis zijn voor het commerciële imago van de activiteiten (Tomlinson, Ravenscroft e.a., 2005).

Tomlinson e.a. onderstrepen de verscheidenheid in leefstijlsporten en presenteren verschillende indelingen, zoals die in land-, water- en luchtgerichte activiteiten. De sporten worden daarnaast ingedeeld in drie kerngebieden: sportgroepen, evenementen en *adventure tourism*.

### 1.3.2 Leefstijl en (sub)cultuur

Om de specifieke kenmerken van bepaalde vormen van sport en groepen die daarbij zijn betrokken (bijvoorbeeld hooligans) te beschrijven, wordt regelmatig het concept 'subcultuur' gebruikt. Bij het gebruik daarvan zien we dat de uitwerking van dit begrip in de loop van de decennia wijzigt. Ook wordt er de laatste jaren betwijfeld of het begrip zich nog leent voor analyses van de actualiteit.

Binnen het Nederlands taalgebied hebben begin jaren tachtig Vanreusel en Renson (1982) al in een onderzoeksproject de subculturele kant van sporten nader onderzocht, omdat zij de gangbare *sport for all*-benadering te eenzijdig vonden. Die hield in hun ogen onder meer te weinig rekening met de vluchtigheid en fragmentatie in sportgedrag. Tot de jaren tachtig overheerst in de subculturele analyse van sport de benadering van het symbolisch interactionisme om de eigenheid van sportgedrag te karakteriseren. Deelnemers aan bepaalde takken van sport of aan jeugdsport werden als bijzondere groepen benaderd die zich onderscheiden door hun gedeelde rollen, collectieve rituelen en sportidentiteit. Ze kennen specifieke betekenissen aan hun sportactiviteit toe als deel van hun dagelijks bestaan die ze geleerd hebben van en delen met andere leden van hun groep (Young en Artkinson, 2008).

In navolging van deze Amerikaanse studies onderzochten Vanreusel en Renson (1982) culturele en structurele componenten van risicosporten (rotsklimmen, speleologie, diepzeeduiken) en later ook van traditionele sporten (turnen, zwemmen). Bij de studie van deze sporten ging hun aandacht in eerste instantie uit naar de deviante aspecten van het sportgedrag.

Een subcultuur omschrijven zij daarbij als een collectiviteit die zich onderscheidt van de dominante cultuur door een specifiek cultureel patroon van waarden, normen en sancties, overtuigingen en rituelen en geritualiseerde handelingen, communicatie en symbolen. Ook heeft het een specifieke sociale structuur die onder meer tot uiting komt in typische sociaaldemografische kenmerken, rolpatronen en statusverschillen. Een subcultuur heeft ook een duidelijke invloed op het gedrag en levensstijl van de leden. Tot slot geven Vanreusel en Renson aan dat een subcultuur functioneert als een geheel, maar niet totaal los staat van de dominante cultuur (Vanreusel en Renson, 1984).

Vanreusel en Renson wijzen erop dat dergelijke subculturen zich stapsgewijs ontwikkelen. Pearson (in Vanreusel en Renson, 1982) onderscheidt drie fasen in die ontwikkeling:

- een eerste fase op individueel niveau: er ontstaat een groep van individuen met een overeenkomstige interesse;
- tweede fase waarin interactie tot stand komt tussen deze personen, men gaat bijvoorbeeld samen oefenen. Geleidelijk groeit een gemeenschappelijk cultureel referentiekader;
- derde fase waarin de groep evolueert tot een herkenbare subcultuur. Er ontstaan gemeenschappelijke doelstellingen en groepsnormen die een eigen culturele code herkneden en verstevigen. Wanneer de nieuwe waarden zich tot een min of meer samenhangend geheel consolideren (deels afwijkend van de dominante cultuur) en de groepering een eigen structuur krijgt is een subcultuur gevormd. De subculturele code beïnvloedt op haar beurt het waarden- en normenpatroon van de deelnemers, hun opvattingen en leefstijl.

De publicaties van het Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) over jeugdculturen leiden eind jaren tachtig tot verwante analyses van ontwikkelingen in de sport en in het bijzonder van jeugdsbiculturen in de sport als een vorm van verzet. Leunend op het CCCS-perspectief worden de doe-het-zelfjeugdsporten met avant-gardistische stijkenmerken beschreven als symbolische uitingen van non-conformisme ten opzichte van de traditionele sport. Surfers, *hanggliders*, beachvolleyballers, BMX-fietzers, frisbeespelers en tal van andere nieuwe groepen jeugdsporters werden als tegendraadse jeugdculturen beschreven. Ieder kende een eigen serie sportieve voorkeuren en gebruiken, vluchtige taal- en kledingstijlen, muziekvoorkeuren en ander groepseigen gedrag. Skateboarders worden – in lijn met de CCCS-analyses van jeugdculturen – gekarakteriseerd als de jeugdige helden van de werkende klasse die openlijk de dominante middenklasse sportwaarden en -praktijk uitdagen. De sporters misprijzen de gezagscultuur in de sport, meten zich een doe-het-zelfkledingstijl aan van baggy broeken en vreemde combinaties, en laten weten hoe verveeld ze zijn door de traditionele sport (Young en Artkinson, 2008).

De culturele uitingsvorm van de leefstijlsporten is typisch die van een tegencultuur. De betreffende praktijken zetten zich af tegen de dominante cultuur. Voor Vanreusel en Bulcaen (1992) is dit ook het geval met de speels expressieve sportactiviteiten van de zeventiger jaren zoals speleologie en rotsklimmen.



Vanreusel (1998) introduceert naast tegencultuur vier andere uitdrukkingvormen waarmee de positie van verschillende sportsegmenten kan worden beschreven:

- sport als protocultuur: nieuwe of vernieuwende cultuurvormen ontstaan in een segment van de samenleving die een bron kunnen zijn voor meer algemene cultuurvernieuwing, bijvoorbeeld wanneer we topsport beschouwen als experimenteerruimte voor nieuwe technologie;
- sport als spiegelcultuur: sport weerspiegelt de situatie in de samenleving als geheel, is daarvan afhankelijk en bekrachtigt de bestaande verhoudingen en waarden;
- sport als massacultuur: een menselijke praktijk die vereenvoudigd, gestandaardiseerd en geëgaliseerd wordt met het oog op haar populariteit en waaraan een grote bevolkingsgroep op een gelijksoortige manier deelneemt;
- sport als subcultuur of tegencultuur: een zich duidelijk van de dominante cultuur door hun gedrag en levensstijl onderscheidende groep mensen.

Sinds de eeuwwisseling is er echter steeds regelmatig kritiek te vernemen op deze typering van leefstijlsport en jeugdsport als tegencultuur. Als deze jeugdsporten al een min of meer expliciete vorm van verzet tegen de dominante sportvormden, dan was dat niet over de volle breedte zichtbaar en maar tijdelijk. Bovendien bevatten, zoals Rineheart en Sydnor (2003) vaststellen, veel van deze als alternatief en tegendraads getypeerde sportgroepen elementen van de dominante sportculturen en gaan ze daar in feite ook steeds meer op lijken.

### 1.3.3 Participanten – wie beoefenen leefstijlsport?

Wie precies de beoefenaars zijn van leefstijlsporten is lange tijd onduidelijk geweest. Eerder onderzoek geeft aan dat de mate van toewijding en de intensiteit (frequentie en tijdsduur) waarmee een leefstijlsport wordt beoefend, kan verschillen. De participanten worden daardoor vaak ingedeeld in verschillende categorieën, waarbij meestal intensiteit van beoefening als maat wordt genomen. Stebbins (2005) heeft in plaats van de gebruikelijke indeling in regelmatige en incidentele beoefenaars een aantal categorieën voor participanten voorgesteld die een betere beschrijving van gedrag en opvattingen mogelijk maken. Een indeling die hij heeft toegepast op *adventure tourism* is die in vier categorieën deelnemers:

- probeerders (*samplers*): starters die de sport zouden kunnen oppakken;
- lerenden: zij gebruiken vakantie om hun capaciteiten te trainen;
- enthousiasten: de ervaren terugkomers;
- liefhebbers: zij die de sport beheersen maar nog maar af en toe doen.

De indeling van Stebbins is onder andere gebaseerd op de frequentie waarmee beoefenaars deelnemen aan hun leefstijlsport en hoe lang ze dit al doen. Ook op basis van andere kenmerken zijn indelingen in beoefenaars te maken.

### Deelname percentages en achtergrondkenmerken van participanten

Mede door het ongebonden karakter van de sporten en de 'traditionele' sportdefinities in onderzoek is het erg lastig om de exacte deelname van leefstijlsporten in kaart te brengen. In Nederlands sportdeelname-onderzoek worden sporten die in de afgelopen 12 maanden door minimaal 1 procent van de bevolking van 5 tot en met 80 jaar zijn beoefend, benoemd (Nationaal Sportonderzoek 2010). In deze Richtlijn Sportdeelname Onderzoek (RSO)-lijst met sporten van 2010 staan ook verschillende leefstijlsporten vermeld. Zo heeft 4 procent van de Nederlanders in 2010 minimaal één keer geskied, gesnowboard, of gelanglaudd en ging 3 procent mountainbiken. Skeeleren/skaten kent een deelname van 4 procent, voor surfen en zeilen is dit 2 procent en voor duiken 1 procent. Voor slechts weinig mensen was een van deze sporten echter hun meest beoefende sport. Alleen skeeleren/skaten komt bij 1 procent van de bevolking voor in hun top 3 van meest beoefende sporten. Veel andere leefstijlsporten komen niet in de lijst voor, vandaar dat in het najaar van 2010 ook enkele gerichte vragen over leefstijlsporten zijn toegevoegd aan het Nationaal Sportonderzoek van het Mulier Instituut, zie bijlage 1 voor de vraagstelling.

Uit dit onderzoek bleek dat 42 procent van de bevolking van 5 tot 80 jaar ooit wel eens een leefstijlsport beoefend heeft. In de leeftijdscategorie 16 tot 20 jaar is dit zelfs 73 procent (zie tabel 1.1), maar bij de 50-plussers is het minder dan 22 procent (niet in tabel). 13 procent van de bevolking geeft bovendien aan minimaal een van de leefstijlsporten in de afgelopen twee jaar meer dan vijf keer te hebben beoefend (zie tabel 1.2). Hoewel de percentages per afzonderlijke leefstijlsport een stuk lager zijn en in het niet vallen bij deelnamepercentages aan populaire sporten als hardlopen, zwemmen en voetbal, geven de totale cijfers toch een relatief hoge populariteit van leefstijlsporten aan.

Van de leefstijlsporten die genoemd zijn in het Nationaal Sportonderzoek 2010 blijken inline/rollerskaten, mountainbiken en klimmen/abseilen/boulderen het hoogst te scoren. Respectievelijk 17, 15 en 12 procent van de Nederlandse bevolking (5-80 jaar) zegt deze activiteiten ooit beoefend te hebben (zie tabel 1.1). Respectievelijk 5, 4 en 1 procent van de bevolking heeft deze sporten in de afgelopen twee jaar vijf keer of meer beoefend. Skateboarden en windsurfen, met 10 en 9 procent van de bevolking dat aangeeft deze sporten ooit gedaan te hebben, scoren ook relatief hoog (zie tabel 1.1). Wanneer we echter kijken naar het percentage Nederlanders dat deze sporten op meer regelmatige basis beoefent, is dit slechts 2 en 1 procent. Het algemene beeld dat hieruit naar voren komt, is dat een flink deel van de Nederlanders wel eens kennis heeft gemaakt met een leefstijlsport, maar dat wat regelmatigere beoefening maar bij enkele van de sporten plaatsvindt door een veel kleiner deel van de bevolking.

**Tabel 1.1** Deelname bevolking 5-80 jaar aan leefstijlsportactiviteiten, ooit (in procenten).

|                             | Totaal<br>(n=4.031) | Geslacht         |                    | Leeftijd**      |                  |                  |                  |                    |
|-----------------------------|---------------------|------------------|--------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
|                             |                     | Man<br>(n=1.928) | Vrouw<br>(n=2.103) | 5-10<br>(n=286) | 11-15<br>(n=223) | 16-20<br>(n=227) | 21-35<br>(n=765) | 36-50<br>(n=1.070) |
| Beoefende leefstijlsport*   |                     |                  |                    |                 |                  |                  |                  |                    |
| Inline-/rollerskaten        | 17                  | 14               | 21                 | 26              | 23               | 34               | 30               | 15                 |
| Moutainbiken                | 15                  | 19               | 11                 | 4               | 13               | 33               | 26               | 16                 |
| Klimmen/abseilen/boulderen  | 12                  | 13               | 11                 | 5               | 16               | 29               | 21               | 11                 |
| Skateboarden                | 10                  | 13               | 7                  | 20              | 28               | 24               | 14               | 7                  |
| Windsurfen                  | 9                   | 10               | 8                  | 1               | 3                | 9                | 9                | 16                 |
| Raften                      | 6                   | 7                | 5                  | 1               | 3                | 14               | 11               | 6                  |
| Wildwaterkanoën             | 6                   | 7                | 4                  | 1               | 4                | 11               | 9                | 7                  |
| Scuba duiken                | 5                   | 7                | 4                  | /               | 3                | 7                | 8                | 9                  |
| Snowboarden                 | 5                   | 6                | 5                  | 2               | 7                | 14               | 11               | 4                  |
| Wakeboarden/waterskiën      | 3                   | 4                | 3                  | 2               | 6                | 7                | 5                | 3                  |
| Golfsurfen                  | 2                   | 2                | 1                  | /               | 0                | 5                | 3                | 1                  |
| Totaal                      |                     |                  |                    |                 |                  |                  |                  |                    |
| Minimaal één leefstijlsport | 42                  | 46               | 38                 | 41              | 53               | 73               | 59               | 48                 |
| Geen één leefstijlsport     | 58                  | 54               | 62                 | 59              | 47               | 27               | 41               | 52                 |

Bron: Nationaal Sportonderzoek 2010, Mulier Instituut.

\* Activiteiten uit de bevroagde lijst met een totaal deelname percentage van 1 procent of lager zijn niet in de tabel opgenomen.

\*\* De leeftijdscategorieën 51-65 jaar en 66-80 jaar zijn weggelaten, omdat deelname percentages in deze categorieën erg laag zijn.



**Tabel 1.2** Deelname bevolking 5-80 jaar aan leefstijlsportactiviteiten, meer dan 5 keer in de afgelopen 2 jaar (in procenten).

|                             | Totaal<br>(n=4.031) | Geslacht         |                    | Leeftijd**      |                  |                  |                  |                    |
|-----------------------------|---------------------|------------------|--------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
|                             |                     | Man<br>(n=1.928) | Vrouw<br>(n=2.103) | 5-10<br>(n=286) | 11-15<br>(n=223) | 16-20<br>(n=227) | 21-35<br>(n=765) | 36-50<br>(n=1.070) |
| Beoefende leefstijlsport*   |                     |                  |                    |                 |                  |                  |                  |                    |
| Inline-/rollerskaten        | 5                   | 4                | 6                  | 20              | 17               | 7                | 5                | 2                  |
| Moutainbiken                | 4                   | 7                | 2                  | 3               | 4                | 12               | 7                | 5                  |
| Skateboarden                | 2                   | 3                | 1                  | 13              | 14               | 3                | 1                | 0                  |
| Klimmen/abseilen/boulderen  | 1                   | 1                | 1                  | 1               | 4                | 5                | 2                | 1                  |
| Snowboarden                 | 1                   | 1                | 1                  | /               | 1                | 4                | 3                | 0                  |
| Scuba duiken                | 1                   | 1                | 1                  | /               | 1                | 1                | 2                | 1                  |
| Windsurfen                  | 0                   | 1                | 0                  | 1               | 0                | 2                | 0                | 0                  |
| Wakeboarden/waterskieën     | 0                   | 1                | 0                  | 1               | 1                | 2                | 1                | 0                  |
| Golfsurfen                  | 0                   | 0                | 0                  | /               | /                | 2                | 0                | 0                  |
| Wildwaterkanoën             | 0                   | 0                | 0                  | 0               | 0                | 1                | 0                | 0                  |
| Raften                      | 0                   | 0                | 0                  | /               | /                | 0                | 0                | /                  |
| Totaal                      |                     |                  |                    |                 |                  |                  |                  |                    |
| Minimaal één leefstijlsport | 13                  | 16               | 10                 | 34              | 32               | 28               | 17               | 9                  |
| Geen één leefstijlsport     | 87                  | 84               | 90                 | 66              | 68               | 72               | 83               | 91                 |

Bron: Nationaal Sportonderzoek 2010, Mulier Instituut.

\* Niet alle activiteiten uit de bevroagde lijst zijn opgenomen. Er is uitgegaan van de lijst bij tabel 1.1.

\*\* De leeftijdscategorieën 51-65 jaar en 66-80 jaar zijn weggelaten, omdat deelname percentages in deze categorieën erg laag zijn.

Wanneer we kijken naar leeftijd geldt voor de meeste leefstijlsporten dat de grootste groep eenmalige beoefenaars tussen de 16 en 35 jaar oud is. Opvallend is dat windsurfen naar verhouding een hoog deelnamepercentage heeft onder 35-50-jarigen (zie tabel 1.1) en 50-65 jaar (8%, niet in tabel). De herhaalde beoefenaars van skateboarden en inlineskaten zijn vooral personen die jonger zijn dan 21 jaar.

De data laten verder zien dat meer mannen aan leefstijlsport hebben gedaan dan vrouwen. Bepaalde leefstijlsporten (mountainbiken, skateboarden) doen zij ook meer herhaaldelijk (ten minste vijf keer in de laatste twee jaar, zie tabel 1.2).

Onder de herhaalde beoefenaars van het skeeleren/inlineskaten treffen we juist meer vrouwen. Voor klimmen en water- en strandporten zoals windsurfen, golfsurfen en wakeboarden/waterskiën geldt dat ongeveer evenveel vrouwen als mannen deze activiteiten wel eens hebben gedaan (zie tabel 1.1).

Net zoals bij traditionele sporten het geval is (o.a. Bottenburg, 1992), is ook de deelname aan leefstijlsporten dus sociaal geprofileerd in de zin dat bepaalde categorieën van de bevolking er duidelijk meer aan meedoen dan andere. Wheaton (2004) geeft als kenmerk dat de beoefenaars vooral personen uit de blanke, westerse middenklasse zijn. Het betreft bovendien relatief vaker mannen en hoger opgeleiden. Een online-onderzoek van Salome onder bezoekers van klim- en skihallen bevestigt dit beeld. De hier actieve respondenten zijn overwegend jongvolwassenen, mannelijk, hoger opgeleid en vrijwel uitsluitend van West-Europese afkomst (Salome, 2009).

### Symbolisch kapitaal

Fletcher wijst erop dat het vooral de jonge middenklasseprofessionals zijn die actief zijn in risicosporten en onderzoekt de achtergronden hiervan. De populariteit van deze activiteiten zou verband houden met de gelegenheid die deze sporten bieden om symbolisch kapitaal te verwerven voor deze sociale groep waarbij competitie en het nemen van risico hoog worden gewaardeerd (Fletcher, 2008). *"Climbers aren't afraid to suffer."* De bijbehorende ervaring van 'flow', 'pieken', 'actie' en 'edgework' is voor deze sociale groep blijkbaar belangrijker dan voor andere. In navolging van Bourdieu meent hij dat er bij het faciliteren van deelname aan risicosporten behalve van het inkomen een grote invloed uitgaat van de habitus die bij jonge middenklasseprofessionals hoort. Bourdieu (1984) omschrijft habitus als een set van belichaamde opvattingen en neigingen die men zich via de opvoeding of socialisatie eigen maakt. In Bourdieus denkkader ontstaat een bepaalde habitus binnen een specifiek sociaal 'veld' waarin zekere gewaardeerde doelen en kwaliteiten bestaan.

Mede door hun specifieke habitus onderscheiden mensen zich ook van elkaar. Bourdieu (1982) stelt dat mensen in uiteenlopende mate over economisch kapitaal beschikken, maar zich ook van elkaar onderscheiden in de mate van cultureel en symbolisch kapitaal. Ze hebben verschillende smaakvoorkeuren op allerlei gebieden, bijvoorbeeld wat eten, kleding, kunst, cultuur en recreatie betreft. Op basis van deze smaakvoorkeuren onderscheiden mensen zich van anderen. Door hun uiterlijk en gedrag proberen de betrokkenen zich de attributen van dit culturele kapitaal te verwerven. Daarbij kan het symbolisch kapitaal culturele elementen omvatten (zoals persoonlijke bekwaamheden, kennis, goede smaak of spreekwijzen), maar ook sociale (opleiding, sociale titels, beroep) of fysieke (een passende lichaamsvorm of conditie). Het beoefenen van bepaalde sporten is een van de manieren waarop groepen uit een sociaal milieu of klasse zich onderscheiden. Sport is tegelijkertijd een van de gewaardeerde vormen van cultureel kapitaal binnen een sociaal veld en een activiteit waarbij men in de klassespecifieke habitus wordt gesocialiseerd.

### **Toewijding, authenticiteit, gevestigden en buitenstaanders**

Een van de kenmerken die Wheaton voor leefstijlsport noemt, is de grote mate van toewijding van de beoefenaars. Donnelly heeft er op gewezen dat veel onderzoekers van alternatieve en extreme sporten zich in de eerste plaats hebben gericht op de authentieke deelname van kernparticipanten en daarbij vaak de benadering hebben gevolgd van het CCCS van de Universiteit van Birmingham (Donnelly, 2006). In die benadering werden – eenvoudig samengevat – subculturen van arbeidersjongeren gezien als probleemoplossende strategieën en stonden stijlaspecten en elementen van oppositie en verzet in het centrum van de belangstelling. De CCCS-benadering zag deze culturen als afgezonderd van processen van commercialisering en homogeniteit en benadrukte de mannelijke kanten van deze subculturen. We kunnen echter, met Donnelly, vaststellen dat de beoefening van leefstijlsporten vrijwel nooit beperkt blijft tot enkele pioniers. Deze kan zich snel verbreiden en na verloop van tijd een massaal karakter krijgen. De mate van toewijding zal dan niet voor alle deelnemers even groot zijn. Toch werden de pioniers door onderzoekers over het algemeen meer gewaardeerd en als de ‘echte’ of authentieke participanten en de volgers wat minachtend beschouwd als aanstellers of *wannabees*, die zich als consumenten op een nieuwe trend storten (Donnelly, 2006). Maar ook de gedragsstijl van de pioniers leunt sterk op vormen van consumptie. Het bezitten en op een passende manier gebruiken van de juiste producten (materialen en media) draagt in belangrijke mate bij aan de identiteit en acceptatie van deelnemers als echte of authentieke leefstijlsporters.

Het voorgaande wijst erop dat ook binnen de beoefenaars van een leefstijlsport vaak onderscheid zal worden gemaakt, ook door de sporters zelf, tussen gevorderden en beginners, tussen de ‘echte’ boarders, surfers en wheelers en de volgers. Dit spreken in termen van ‘wij tegen zij’, waarbij ‘wij’ staat voor degenen die behept zijn met de specifieke culturele waarden die horen bij het lidmaatschap van een subcultuur en ‘zij’ een geminachte, waardeloze groep is die ‘het’ niet echt hebben, is een veelvoorkomend sociaal patroon tussen (sub)culturen. Elias en Scotson (1965; 2005) beschrijven in de termen ‘gevestigden’ en ‘buitenstaanders’ het verschil tussen twee groepen wijkbewoners die naar achtergrond en gedrag nauwelijks van elkaar verschillen, maar zich tegen elkaar afzetten. De gevestigden kenden elkaar al langer en hadden een grote mate van onderlinge vertrouwdeheid en saamhorigheid ontwikkeld. De gevestigden vonden zichzelf, tot in de tweede en zelfs derde generatie, betere mensen dan de buitenstaanders. Ze vonden dat ze deugdzamer en fatsoenlijker waren. En alles wat zij waren, waren de buitenstaanders niet. Buitenstaanders voelden zich buitengesloten, niet omdat zij openlijk werden geweerd, maar door emotionele weerstand. Als een buitenstaander een ‘gevestigde’ kroeg binnenkomt, wordt het er ineens stil en wordt de buitenstaander aangestaard. De buitenstaander voelt die emotionele weerstand en maakt dat hij na een groot glas lauw bier wegkomt (Ramdas, 2005).

#### **1.3.4 Identiteitsontwikkeling, educatie en beleving**

Een van de aantrekkelijke kanten van leefstijlsporten is de veelzijdige manier waarop mensen er vaak bij betrokken zijn, niet alleen als beoefenaars, maar ook door zelf de activiteiten te organiseren en de sport intensief te volgen. De ontwikkeling van leefstijlsporten in het afgelopen decennium wordt, behalve door toenemende belangstelling voor de beoefening,

ook gekarakteriseerd door een enorm gegroeide media-aandacht, een toegenomen organisatie en de snelle verandering van een sportsubcultuur naar een consumptiecultuur.

De intensieve beleving van het beoefenen van leefstijlsport wordt uitgedrukt in termen als een *go for it*-attitude (e.g. Wheaton, 2004; Booth en Thorpe, 2007; Ko, Park e.a., 2008) en *a desire to conquer or battle against nature* (Brymer, Downey e.a., 2009). De activiteiten worden gekarakteriseerd als individualistisch van aard en uitdagend, en beoefenaars hebben vaak een neiging naar sensationele, risicovolle en ongereguleerde activiteiten (Wheaton, 2004; Breivik, 2010). De cultuur van de leefstijlsporten verschilt hiermee van die van veel traditionele sporten die we kennen als sterk gereguleerde en georganiseerde praktijken, met veel gebaande paden. De nieuwe sporten, zoals bijvoorbeeld free running/parkour, kennen in hun beginstadium een informele en improviserende manier van organisatie door de beoefenaars zelf. Ze hebben een sterk doe-het-zelfkarakter met een grote mate van vrijheid.

Media nemen een belangrijke plaats in binnen de wereld van leefstijlsporten. De beoefenaars zelf maken veelvuldig gebruik van specifieke magazines en films om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen binnen de subculturen (Sky, 2001; Wheaton en Beal, 2003). Het internet wordt door de veelal jonge beoefenaars intensief benut. Rond trendsporten heeft zich al snel een groot aantal fora ontwikkeld voor het delen van informatie en berichten en op YouTube zijn honderden films van beoefenaars te vinden (Thorpe, 2007). De verrichtingen van toppers in deze sporten zijn online te zien en dit draagt bij aan hun sterrenstatus in deze expressieve sporten.

Door de ongereguleerde wijze van beoefening, de informele, zelfgeleide manier van organisatie en de vele vormen om de eigen betrokkenheid te presenteren op internet, bieden leefstijlsporten aan beoefenaars uitgelezen mogelijkheden om als individu een eigen betekenis te geven aan de activiteit. Langs deze weg draagt het beoefenen van deze expressieve sportvormen bij aan hun identiteitsontwikkeling. Tegelijkertijd treden bij de betekenisgeving aan leefstijlsport ook identificatieprocessen op. Men wil zichtbaar zijn als een 'echte' skater of boarder. De manier waarop individuele leefstijlsporters zich identificeren met hun sport, zegt iets over de meerwaarde die de beoefening van de desbetreffende sport voor hen heeft. Bij deze betekenisgeving wordt teruggegrepen op gedeelde gebruiken, taal en symbolen binnen de specifieke sport.

Dat het beoefenen van een leefstijlsport ook voor velen een manier is om zich openlijk als persoon te presenteren, wordt onder meer tweeweggebracht door onderscheidende kleding en materiaal. Maar minstens zo van belang is de manier waarop de sporter de sport beoefent, risico durft te nemen of juist oog heeft voor risico's voor anderen. Sporten als skateboarden, kitesurfen, capoeira en free running hebben een belangrijk creatief-esthetisch aspect. Met de combinaties van sprongen en tricks die iemand laat zien toont hij of zij zijn persoonlijke creativiteit en vaardigheid.



### Pedagogisch gebruik van leefstijlsporten

De rol die leefstijlsport speelt in de persoonlijke identiteitsontwikkeling is in Duitsland het argument geweest om leefstijlsporten educatief of pedagogisch te gebruiken. Men spreekt daarbij van 'durfsport' (*Wagnissport*) (Neumann, 2003). De durfeducatie in Duitsland steunt op wetenschappelijk onderzoek. Op basis van dit onderzoek wordt een onderscheid gemaakt tussen weliswaar gevaarlijke, maar waardevolle, verantwoorde sportactiviteiten (durfsport) en activiteiten die puur de kick van risico zoeken (risicosport). In Angelsaksische literatuur aangeduid met het onderscheid tussen *skill-sport* en *thrill-sport*.

Het begrip 'durf' roept volgens Neumann een pedagogische benadering op. Durf in de sport behelst de individuele en vrijwillige beslissing zich in een open en onzekere situatie te begeven die fysiek letsel op kan leveren. Met sportmateriaal en op basis van sportieve vaardigheden wordt deze situatie actief beheerst. Omdat er altijd een kans is op mislukken, vergt het aanbieden van deze situaties ook een pedagogische afweging. De ambivalentie die in elk van deze activiteiten aanwezig is in termen van lukken en mislukken, vormt voor Neumann het startpunt van verdere uitwerking. Daarbij neemt hij uitdrukkelijk stelling tegen het eenzijdig positief waarderen van lukken en negatief waarderen van mislukken.

In pedagogisch opzicht kan er in een sportsituatie sprake zijn van een teveel aan vereiste durf (waaghalzerij), een passende hoeveelheid durf (moed) en een tekort aan durf (angst) en gaat het erom zoveel mogelijk situaties aan te bieden die tot moedig gedrag uitdagen. Durf kan worden getest door een proeve van moed, bijvoorbeeld om van een driemeterplank in een zwembad te springen. Door durf bestaat er een kans dat een ontwikkelingsbarrière wordt doorbroken en ze wordt om die reden in een educatief perspectief gezien. Het ervaren van een geslaagde moedige actie gaat gepaard met een verhoogd gevoel van competentie en zelfwaarde en wordt daarom van belang geacht voor de individuele persoonlijkheidsvorming. Bovendien roept de gelukte actie een geluksgevoel op en vormt ze een aansporing tot verder leren. Durf vergende sportsituaties doen zich zowel voor binnen traditionele sporten als bij gymnastiek en vechtsporten, maar zijn ook bij veel leefstijlsporten veelvuldig voorhanden.

### Serious leisure

Vanwege de sterke betrokkenheid van de beoefenaars bij leefstijlsporten spreekt Stebbins van een vorm van *serious leisure*. *Serious leisure* omschrijft hij als het systematisch bedrijven van een amateur-, hobby- of vrijwilligersactiviteit die substantieel, interessant en bevredigend is en die deelnemers de gelegenheid biedt een loopbaan door te maken in het verkrijgen en uitvoeren van specifieke vaardigheden, kennis en ervaringen (Stebbins 2007). De aanduiding 'serieus', afkomstig uit de alledaagse spreektaal, verwijst naar kwaliteiten van de vrijetijdsbesteding als oprechtheid, eerlijkheid, passie en zorgzaamheid en vormt de weerslag van het belang ervan voor de beoefenaars en van de uiteindelijke diepgaande zelfontplooiing die het oplevert. Voor de betrokkenen is de *serious leisure*-activiteit dan ook geenszins vergelijkbaar met andere vluchtige activiteiten. De toepasbaarheid van deze benadering op leefstijlsporten

blijkt onder meer uit een analyse van Stebbins van de leefstijlen van klimmers, kayakers en snowboarders (Stebbins, 2005), langeafstandlopers, valschermspringers en schutters. Stebbins onderscheidt naast *serious leisure* twee andere vormen van vrijetijdsgedrag: eenmalige en projectmatige vrijetijdsactiviteiten. *Serious leisure* onderscheidt zich door zes kenmerken:

- het beoefenen van de activiteit vergt volharding;
- het beoefenen van de activiteit geeft gelegenheid tot een vrijetijdsloopbaan;
- het verwerven van de benodigde vaardigheid en kennis voor beoefening van de activiteit kost moeite;
- het beoefenen van de activiteit brengt verschillende specifieke voordelen met zich mee;
- het beoefenen van de activiteit kent unieke waarden en sociale relaties;
- de beoefening van de activiteit draagt bij aan een aantrekkelijke sociale en persoonlijke identiteit.

De gedrevenheid voor de *serious leisure*-activiteit wordt gevoed door de ervaring van het doen en wordt versterkt door persoonlijke en sociale beloningen als zelfontplooiing, bijdragen aan de groep of gemeenschap.

### De beleveniseconomie

De vroege ongereguleerde en non-commerciële vormen van leefstijlsporten werden getypeerd door een absolute controle door de beoefenaars. De insiders binnen de sportculturen bepaalden de manieren waarop de activiteiten zich ontwikkelden (Honea, 2004; Beal, 2006): leefstijlsportbeoefenaars “become and remain active without the interference of undue authority” (Rinehart, 2002). Beoefenaars organiseerden zelf kleinschalige competities, ontmoetingen en festivals, in tegenstelling tot de dominante Amerikaanse sportcultuur waar commerciële outsiders de dienst uitmaakten. Deze controle van en door de beoefenaars werd lange tijd gezien als een onderdeel van de aantrekkingskracht van de sporten. Beoefenaars konden hun eigen gang gaan, zonder bemoeienis van coaches, trainers, autoriteiten en andere outsiders (Rinehart, 2002; Beal, 2006).

Echter, de commerciële mogelijkheden van deze sporten hebben tot steeds meer activiteiten van ondernemers geleid. Zij sluiten aan bij twee belangrijke ontwikkelingen: de toenemende populariteit van sportactiviteiten buiten de dominante sportcultuur en de opkomst van de beleveniseconomie. Volgens Pine en Gilmore (1999), die dit principe introduceerden, zijn belevenissen na commodity's, goederen en diensten een vierde type economische output waar de consument behoefte aan heeft. Belevissen zijn gedenkwaardig en terug te roepen op elk gewenst moment. Men hecht er grote waarde aan omdat de waarde ervan in henzelf schuilt en daar nog lang aanwezig blijft.

Juist de cultuur van de leefstijlsporten, met de essentiële elementen uitdaging, sensatie en risico, lijkt zich te lenen voor de toepassing van het concept ‘beleveniseconomie’. De activiteit moet een belevenis op zich zijn, waarbij verschillende

zintuigen van de klant geprikkeld worden. De combinatie van leefstijlsporten en de beleveniseconomie krijgt vorm in het commerciële aanbod van leefstijlsporten onder meer door allerlei toeristische bedrijven en vrijetijdsbedrijven. Tegenwoordig kan iedereen kennismaken met het beleven van een leefstijlsport: raften met de familie tijdens een vakantie in Frankrijk, bij een vrijgezellenfeestje gaan (indoor) skydiven en snowboarden op een indoor piste behoren tot de vele mogelijkheden. Voor de beleving van leefstijlsporten lijken jarenlange ervaring en investeringen in tijd en geld niet meer noodzakelijk (Bourdieu, 1984: 220; Breivik, 2010).

Het commerciële aanbod van leefstijlsporten kan gezien worden als het ultieme voorbeeld van de beleveniseconomie van Pine en Gilmore (1999). Sneeuwhallen, klimwanden en kayak- en raftorganisaties schotelen hun klant een belevenis voor die van het begin tot eind geregisseerd is door de ondernemer. Niet alleen de activiteit zelf, maar ook de muziek, het soort eten op de menu's, de uitstraling van de kleedkamers, de interne shop, de entourage van de accommodatie, alles draagt bij aan het creëren van de ultieme beleving. De activiteit wordt daarbij op maat ontwikkeld en georganiseerd voor bepaalde groepen klanten. Laagdrempelig avontuur met een behoorlijke mate aan gemak en comfort voor de gemiddelde toerist, zoals een safaritrip. Avontuursporten zoals duiken en klimmen vormen een tussengroep voor de sportief ingestelde jongeren. De meer extreme *deep end*-activiteiten zoals solobergtochten en zeekayaktours worden maar incidenteel en niet als standaardproduct aangeboden (Varley, 2006).

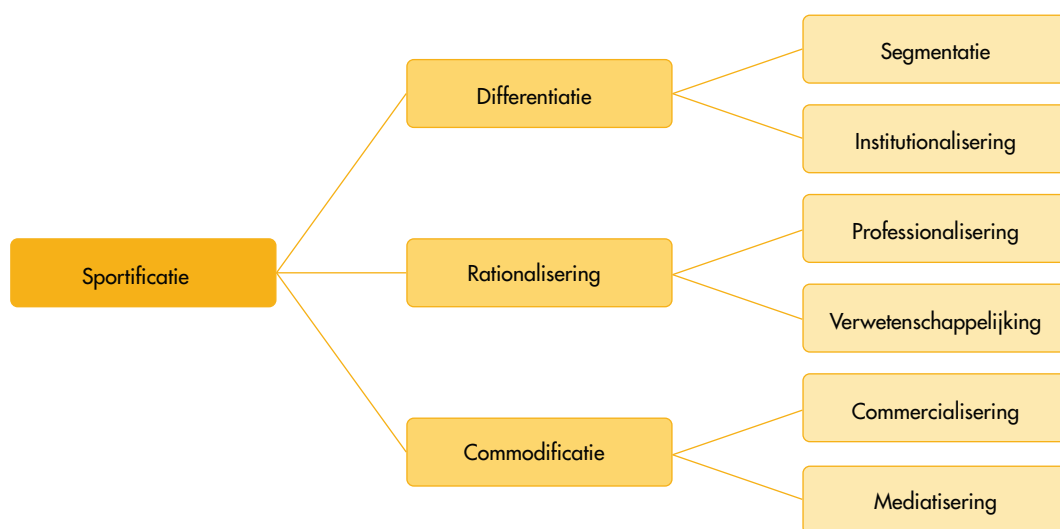
### 1.3.5 Sportificatie – versporting en ontsporting

Bij verschillende leefstijlsporten zien we een ontwikkeling waarbij ze geleidelijk elementen van de traditionele sportcultuur overnemen. De aanvankelijk ongeregelde, creatieve beoefening van snowboarden, kitesurfen, free running, parapente en andere activiteiten wordt na verloop van tijd gereguleerd en georganiseerd in competities. We noemen dit proces 'sportificatie'. De socioloog Elias introduceerde de term 'sportisering' bij de beschrijving van het proces waarbij fysieke vrijetijdsactiviteiten in de negentiende eeuw de structurele kenmerken van een 'sport' krijgen (Elias en Dunning, 1986). De transformatie van lokale, sportachtige populaire vermaken wordt in aansluiting daarop door Van Bottenburg en Stokvis als sportificatie of sportificering aangeduid (Stokvis, 1979; Van Bottenburg, 1994).

Deze transformatie staat niet op zich maar is een uiting van een algemener moderniseringsproces (Kunnen, 2004). Enerzijds maakt de toenemende beschaving mensen meer bewust van hun gezondheid en bereid om risicovol gedrag aan regels te onderwerpen. Anderzijds groeit de behoefte prestaties vergelijkbaar en meetbaar te maken en in records uit te drukken (Guttmann, 1978; Bennett, 1984; Bourdieu, 1988). Crum (1991) wijst er in navolging van Duitse auteurs op dat sportieve bezigheden een vanzelfsprekender deel van het dagelijks leven zijn geworden en allerlei gedrag als 'sportief' wordt bestempeld. Deze culturele en maatschappelijke opwaardering van de sport duiden zij aan als de 'versporting van de samenleving'.

Sportificatie heeft echter niet alleen betrekking op de ontwikkeling van spelen en vermaken tot sporten, maar ook op het verdere moderniseringsproces van deze sporten. Kunnen ontleedt in navolging van Cook het moderniseringsproces in drie langetermijnveranderingsprocessen: differentiatie, rationalisering en commodificatie. Figuur 1.1 geeft daarvan een beeld.

*Figuur 1.1 Schematische weergave van sportificatie.*



Differentiatie behelst de ontwikkeling in maatschappijen waarbij gespecialiseerde taken onder worden gebracht in aparte sociale systemen. Bij sportificering wordt deze differentiatie op verschillende manieren zichtbaar. Op de eerste plaats is sport een steeds duidelijker onderscheidbaar deel van de samenleving geworden. Er is bijvoorbeeld een aparte arbeidsmarkt ontstaan voor mensen die zich met sport bezighouden. Maar ook de vorming van allerlei specifieke organisaties voor sport, nationaal en internationaal – de zogenaamde institutionalisering – draagt hieraan bij. Deze organisatievorming wordt door Guttman als bureaucratisering aangeduid. Ook de ontwikkeling van formele (wedstrijd-) sportregels vormt een belangrijk aspect van de institutionalisering.

De ontwikkeling van leefstijlsporten kan op zich al worden beschouwd als een verdere differentiatie binnen de sportwereld. Bij deze sporten zijn nieuwe gespecialiseerde organisaties en bedrijven gevormd. Een voorbeeld zijn de golfsurfscholen, die tien jaar geleden in Nederland onbekend waren, maar waarvan er inmiddels zeker tien actief zijn. Een

gedetailleerde analyse van het proces van sportificatie in de golfsurfsport presenteert Niels Reijgersberg in hoofdstuk 5 van dit boek. Hij maakt aannemelijk dat de manier waarop dit verloopt op verschillende punten afwijkt van het sportificatieproces dat traditionele sporten hebben ondergaan.

Rationalisering staat voor het ordenen en systematiseren van de werkelijkheid met de bedoeling haar voorspelbaar en beheersbaar te maken. In de sportificatie vinden we dit terug als professionalisering en verwetenschappelijking. De professionalisering valt daarbij in twee vormen te onderscheiden: als het professioneel gaan beoefenen van een sport enerzijds en als de ontwikkeling van verschillende wedstrijddisciplines anderzijds (Guttman, 1978: 36). Het gebruik van wetenschappelijk gefundeerde methoden en technieken en van wetenschappelijk gesteunde innovatie is vooral in de topsport enorm ver doorgevoerd (Kunnen, 2002).

Onder commodificatie verstaan we het proces waarbij een product of activiteit die eerst tot persoonlijk genoeg of nut diende, iets wordt om te verhandelen en om geld mee te verdienen. Een goed of dienst wordt dan handelswaar; een commodity (Sewart, 1987). Met commodificatie in de sport doelen we op de transformatie van een sportactiviteit in een voor massaconsumptie geschikt product, in het bijzonder voor het sportpubliek. De media spelen hierbij een duidelijke rol. Daarnaast is de massaproductie van allerlei materialen en diensten voor de sportdeelnemers een vorm van commodificatie. Op het verschijnsel commodificatie komen we in de volgende paragraaf nog uitgebreid terug.

In de ontwikkeling van leefstijlsporten kunnen de genoemde processen in sterke of minder sterke mate zijn terug te vinden. Bij een relatief jonge leefstijlsport als free running zien we al de ontwikkeling van regels, wedstrijden, instructeurs en organisaties. Rond free running is zelfs al materiaal ontwikkeld om het als onderwijsactiviteit aan te bieden. Dit zouden we in navolging van Crum (1991) juist als een stap in de richting van ontsporting kunnen zien, omdat de activiteit hier een ander doel gaat dienen. Hoe sterker een alternatieve sport deze processen van sportificering heeft doorgemaakt, hoe meer ze trekken krijgt van de klassieke sporten. Doorgaande sportificatie in een leefstijlsport kan tot verandering van de (sub)cultuur en van de beleving van betrokkenen leiden. Rinehart laat zien dat de ontwikkeling van skateboards en inlineskaten tot televisiesport eind jaren negentig nieuwe verwachtingen aan de deelnemende sporters met zich meebracht. Hij wijst op het ontstaan van fanidentificatie met de 'topsporters'; kopieergedrag door jongere deelnemers, van bedrijfssponsoring die zich selectief richt op bepaalde sporten en personen en van een spanningsveld tussen artistieke en competitieve idealen bij de beoefenaars (Rinehart, 1998).

### 1.3.6 Commercialisering en consumer culture

Zoals we eerder beschreven, is de ontwikkeling van leefstijlsporten gepaard gegaan met die van nieuwe commerciële en consumptieve praktijken, waaronder een ruim aanbod van actieve en sportieve vakanties en de bouw van indoorvoorzieningen (Tomlinson, Ravenscroft e.a., 2005). Verschillende leefstijlsporten die als kleine subculturele activiteiten zijn

begonnen, zijn al snel in een proces van commercialisering terechtgekomen. De commodificatie van de activiteiten en materialen speelt daarin een centrale rol.

De commerciële activiteiten rond een leefstijlsport beginnen vaak met de (re)productie van het benodigde materiaal zoals surfboards, skateboards en kites. Een mooi voorbeeld hiervan is ook de commodificatie van het snowboard.

*The Snurfer was the first marketed snowboard. The Snurfer was created in 1965 by Sherman Poppen in Muskegon, Michigan. Poppen was outside his house one day sledding with his daughters, when his 11 year old was going down the hill, standing on her old sled. Poppen then ran inside his shop and bound two skis together. Poppen used a string and tied it to the nose of the board so the rider could have control of the board. Poppen's wife called it the Snurfer, and soon after creating the first one, Poppen's daughters' friends all wanted one. Sherman Poppen licensed the concept to Brunswick Corporation to manufacture the Snurfer. Brunswick sold about a million Snurfers through 1966-1976 (<http://en.wikipedia.org/wiki/snurfer>).*

In aansluiting op de (re)productie van het basismateriaal, worden steeds meer andere producten en diensten aangeboden: bijpassende kleding, lessen en cursussen, accommodaties, reizen, sportbladen, sportvoeding, et cetera. Leefstijlsporters hechten er ook veel belang aan zich in de juiste outfit te presenteren. Wie een winkel voor klisport of mountainbiken bezoekt, staat versteld van het enorme aanbod aan artikelen dat hiervoor beschikbaar is en dat elk jaar met de nieuwste technische snufjes verder wordt verruimd. Ook de snelle ontwikkeling van allerlei vormen van avontuurlijk toerisme, waarbij je ook als gezin kunt gaan abseilen, scubaduiken of raften, past in dit patroon van commodificatie. In de analyse die Ward Trutmans in hoofdstuk 6 geeft van de ontwikkelingen in de snowboardsport, wordt de rol van commercie en consumptie uitgebreid besproken.

### **Vermarketing en consumer culture**

Het consumeren vormt binnen deze sporten en sportculturen, naast het beoefenen, organiseren en volgen, een ander aspect van betrokkenheid en beleving. Vooral bij de verdere popularisering van een leefstijlsport drukt de commodificatie een stempel op de subcultuur. Rond de sport ontwikkelt zich dan een markt van trendproducten, die soms zelfs door supermarktketens worden aangeboden. Veel van de producenten zijn ook als sponsors betrokken bij de organisatie van evenementen en bij professionele leefstijlsporters.

Niet alleen de sportbeoefenaars zelf zijn deel van deze markt, ook de zogenaamde *wannabees* (niet-beoefenaars die toch graag bij de subcultuur willen horen) en een grote groep jongeren in het algemeen worden aangetrokken tot producten afkomstig uit de cultuur van de leefstijlsporten (Palmer, 2007). De baggystijl van de core snowboarders heeft al lang een plek binnen de *street culture*, en ook accessoires als brillen en schoenen zijn niet meer weg te denken uit de mainstream modewereld (Palmer, 2004).

Tegenwoordig maken niet alleen de core participanten de dienst uit, maar drukken ook recreatieve beoefenaars, commerciële partijen en andere outsiders in de buitenste schillen van de subcultuur hun stempel op de sportculturen. Met de expanderende consumptie van de leefstijlsport(sub)cultuur zijn debatten op gang gekomen over de gevolgen daarvan voor de authenticiteit van leefstijlsporten.

De beschreven ontwikkeling van leefstijlsporten wordt ook wel beschouwd als een vorm van consumentencultuur (*consumer culture*). Deze consumentencultuur staat voor de groeiende, continue ongecontroleerde passie voor en zoektocht naar producten (Sassatelli, 2007). In de consumentencultuur zijn gezondheid, voeding, mode en plezier in toenemende mate van belang (Hargreaves, 1986) en sport vormt daarin een duidelijk element. Verder is een van de opvallendste karakteristieken van deze consumentencultuur het idee van een oneindige keuze aan producten en services, en de vrije keuze die de consument daarin kan maken (Sassatelli, 2007). Met de mogelijkheid om een vrije keuze te maken uit de oneindige reeks aan producten, diensten en services, wordt de mogelijkheid om de individualiteit te uiten vergroot. Bovendien ontstaan er nieuwe sferen waar deze producten kunnen worden ervaren en beleefd (Appadurai, 1996; Zukin en Smith Maguire, 2004).

Elementen uit de consumentencultuur zijn op verschillende manieren terug te vinden in de wereld van de leefstijlsporten, zoals in de toenemende variatie in het (commerciële) aanbod van leefstijlsportactiviteiten en in de actieve rol van de consument of sportbeoefenaar. In de consumentencultuur vormen *dreams, images and pleasures* (Home, 2006) een belangrijk element. De populariteit van leefstijlsporten, die als verbindend element *fun* hebben, sluit daarbij aan. Daarnaast past in deze benadering de interesse in *the carnivalesque*: ambigue, vreemde, exotische en spectaculaire activiteiten die zorgen voor een (kortstondige) ontsnapping aan het leven van alledag (Home, 2006). Dit sluit aan bij het begrip 'beleveniseconomie' dat we reeds beschreven in paragraaf 1.3.4.

Het is duidelijk dat de toegenomen belangstelling voor leefstijlsporten aansluit bij de elementen van de nieuwe consumentencultuur. Leefstijlsporten zijn bijzonder, zetten zich af tegen de dominante sportcultuur en worden gekarakteriseerd door creativiteit en esthetiek. Deze elementen zijn bij uitstek zaken waar de consument binnen de recente consumentencultuur naar zoekt. De actieve en kritische rol van de consument, of in dit verband de sportbeoefenaar, wordt door de Consumer Culture Theory (CCT) benadrukt. In deze van oorsprong Amerikaanse benadering worden consumenten niet gezien als passieve poppen die doen wat de markt of industrie hen opdraagt, maar worden ze beschouwd als *interpretative agents* die op een creatieve, zelfstandige en kritische wijze keuzes maken uit het enorme scala aan producten en diensten. Vervolgens interpreteren ze deze op een individuele, bij de eigen levenswijze passende, manier (Arnould en Thompson, 2005; 2007). In de CCT-benadering worden consumenten niet als een grote homogene groep gezien, maar wordt de heterogeniteit van kleinere consumentenculturen onderzocht. Leefstijlsportculturen zijn voorbeelden van dergelijke afzonderlijke consumentenculturen, met specifieke activiteiten en producten.



Binnen dit kader werd onder andere onderzoek gedaan naar de leefstijlsporten skydiven (Celsi, Rose e.a., 1993) en wildwaterraften (Arnould en Price, 1993).

### **McDonaldization en mediatisering**

Voor de interpretatie van de popularisering van leefstijlsporten en de opgekomen consumentencultuur is Ritzer's McDonaldization een relevante benadering. Ritzer (2008) beschrijft in zijn *McDonaldization of Society* hoe de westerse wereld meer en meer op een rationele manier gedomineerd wordt door de principes efficiëntie, voorspelbaarheid, calculeerbaarheid en controle. De naamgeving van dit concept is afgeleid van de manier waarop fastfoodketen McDonalds op een efficiënte, voorspelbare, calculeerbare en gecontroleerde manier de consument bedient. Volgens Ritzer zijn de principes van zijn theorie terug te zien in verschillende aspecten van het dagelijks leven, zoals educatie, religie en politiek.

De theorie van McDonaldization lijkt lijnrecht te staan tegenover de cultuur van leefstijlsporten. De flexibiliteit, risico's, onzekerheid, onvoorspelbaarheid en zelfcontrole hebben weinig te maken met de rationele voorspelbaarheid en berekenbaarheid van Ritzers theorie (Beal en Smith, 2010). Toch wordt de theorie door de academische wereld ook toegepast op de wereld van de leefstijlsporten. Zo toont Hardy (2002) aan dat de komst van instructie- en routeboeken, innovaties in equipment, de komst van artificiële klimwanden en de professionalisering in de klimsport zorgen voor een grotere mate van voorspelbaarheid en controle in deze sport. "However it is argued that the ethos and ethics of the climbing community act as a counter rationalizing mechanism" (Hardy: 84). Ook de komst van artificiële settings voor leefstijlsporten kan gezien worden als een voorbeeld van de McDonaldisering van de leefstijlsport. In dergelijk settings kan een leefstijlsport ervaren worden op een rationele manier: zonder onvoorspelbare, natuurlijke elementen, zonder risico en op een efficiënte en berekenbare wijze.

Er kan dus gesteld worden dat zelfs activiteiten waar het rationele aspect van oudsher afwezig is, zoals leefstijlsporten, onderhevig zijn aan een bepaalde mate van McDonaldisering. In hoofdstuk 2 over indoor leefstijlsporten analyseert Lotte Salome deze ontwikkeling en de manier waarop dit van invloed is geweest op de beoefening ervan. Juist op dit verband, tussen de ontwikkeling van de leefstijlsporten en de individuele beleving van betrokkenen, is het onderzoek gericht waarvan in dit boek verslag wordt gedaan. In de laatste paragrafen van dit hoofdstuk geven we een korte toelichting op de achtergrond van het uitgevoerde onderzoek en een vooruitblik op de verdere inhoud van dit boek.

## **1.4 Het onderzoeksproject leefstijlsporten**

Dit onderzoeksproject maakte deel uit van het meerjarenonderzoeksprogramma 'Sport: passie, praktijk en profijt 2007-2010'<sup>1</sup> van het Mulier Instituut en zoomt in op de beleving en betrokkenheid van de beoefenaars van nieuwe sportvormen

in relatie tot veranderingen in de organisatievormen. In eerste instantie worden deze sporten vaak op een informele manier gedaan in groepen of 'lichte gemeenschappen' (Hurenkamp en Duyvendak, 2008). Daarna pas in meer georganiseerd verband, ontstaan er competities of worden ze in een commerciële setting aangeboden. Daarbij aansluitend besteedt het onderzoek aandacht aan het verloop van processen van commercialisering en sportificering die zich voltrekken rond deze leefstijlsporten en de gevolgen daarvan voor de beleving en betrokkenheid van de beoefenaars. Het onderzoek is uitgevoerd binnen verschillende leefstijlsporten. Bij de keuze daarvan is de persoonlijke interesse en ervaring met de sport van de onderzoekers vanuit het Mulier Instituut zelf leidend geweest. Uiteindelijk zijn vijf deelonderzoeken gestart naar snowboarden, parkour, capoeira, kitesurfen en golfsurfen. Daarnaast zijn twee hoofdstukken opgenomen over windsurfen en indoorsporten van de hand van gastauteurs die vanuit andere organisaties met verwante vraagstukken bezig waren.

Alle deelonderzoeken startten vanuit de centrale vraag wat het effect is van processen van sportificatie en commercialisering op de subculturele praktijken, de beleving en betrokkenheid van participanten in de bestudeerde leefstijlsporten.

In het onderzoek zijn verschillende aspecten van de leefstijlsporten nader onder de loep genomen:

- Wie zijn de beoefenaars, in hoeverre verschillen zij van elkaar naar achtergrond? Beoefenen ze de sport vooral individueel of ook met anderen en hoe organiseren zij hun sportbeoefening?
- Welke betekenis geven zij aan de sport en welke rol speelt deze in hun dagelijks bestaan?
- Willen zij zich in hun sportbeoefening/-cultuur (regels, competitie, plaatsen, materialen, leervormen, en dergelijke) onderscheiden van mensen die traditionele sporten beoefenen? En in hoeverre raakt hun beoefeningspraktijk vervlochten met traditionele sportorganisaties en competities of wordt die het werkterrein van commerciële sportondernemers (media, sportcentra, en dergelijke).
- Welke gevolgen heeft dit voor de beleving en betrokkenheid van de beoefenaars (qua toegankelijkheid, intensiteit, formalisering)?

De vraagstelling van het onderzoek kan deels cultuur-historisch worden genoemd, deels gaat het om cultuur- en belevingsonderzoek. Om informatie over de verschillende aspecten van de beoefening en ontwikkeling van de leefstijlsporten te verzamelen, is een combinatie van verschillende kwalitatieve methoden toegepast. Voor de analyse van de ontwikkeling van de sport is veelal gebruikgemaakt van documentonderzoek in relevante literatuur en andere openbare bronnen. Daarnaast is dit thema aan de orde geweest in interviews met beoefenaars en organisatoren. Deze interviews vormen tevens een belangrijke informatiebron voor het uitgevoerde belevingsonderzoek. Veelal is daarbij gesproken met beoefenaars met een langdurige ervaring in de betreffende sport om zo zicht te kunnen krijgen op veranderingen in de wijze van beoefening en de beleving. In een enkel geval is een enquête gebruikt om bij grotere groepen betrokkenen gegevens te verzamelen.

## 1.5 Vooruitblik

In de overige hoofdstukken van dit boek worden de resultaten van de verschillende onderzoeken naar specifieke sporten gepresenteerd. Achtereenvolgens komen aan bod: indoorsport, kitesurfen, parkour, golfsurfen, snowboarden, windsurfen en capoeira. In elk van de hoofdstukken krijgt een bepaald aspect van de ontwikkeling van leefstijlsporten iets nadrukkelijker aandacht. Lotte Salome beschrijft in hoofdstuk 2 de *indoorisation* van typische outdoorsporten als klimmen, skiën en raften en gaat daarbij in het bijzonder in op de motieven van verschillende groepen beoefenaars. In hoofdstuk 3 laat Froukje Smits zien welke specifieke betekenisgeving kitesurfende jongeren aan de sport geven en in het bijzonder aan het element vrijheid. Roelien Luijt bespreekt in hoofdstuk 4 de ontwikkeling van parkour en heeft extra aandacht voor de beeldvorming via onder meer de media. In hoofdstuk 5 over golfsurfen gaat Niels Reijgersberg dieper in op de spanning tussen optimale beleving en regulering. De commercialisering van een leefstijlsport komt in het bijzonder ter sprake in hoofdstuk 6 van Ward Trutmans over snowboarden. De specifieke positie en beleving van vrouwen binnen de windsurfsport wordt behandeld door Mara van der Schaaf in hoofdstuk 7. Hoe de ontwikkeling van een leefstijlsport vervlochten kan zijn met de wereldwijde verspreiding en uitwisseling van mensen en culturen (globalisering), komt tot ter sprake in de analyse die Ester Wisse maakt van capoeira in hoofdstuk 8. We sluiten het boek af met een epiloog, waarin enkele meer algemene inzichten uit de studies worden gepresenteerd en suggesties worden gedaan voor toekomstig onderzoek naar dit boeiende deelgebied van de veranderende sportcultuur.