

SPORTEN OP DE GRENS: EPILOOG

Ester Wisse en Jo Lucassen

In dit boek is een aantal studies gepresenteerd naar 'nieuwe' sporten, die we als leefstijlsporten hebben aangeduid. Deze leefstijlsporten zijn activiteiten die zich figuurlijk bevinden op de grens van verschillende domeinen zoals sport, kunst, filosofie en vrijetijdsindustrie. Ook de beoefenaars zijn vaak grensverkennend en grensverleggend bezig. Het was als onderzoekers boeiend en vaak verrassend nader kennis te maken met wat zich afspeelt aan de bruisende, speelse, creatieve en pionierende horizon van de sport. Om de eigenaardigheden te ontdekken van de onderzochte 'trendy' sporten en te zien hoe deze zich hebben ontwikkeld en sociaal zijn ingericht. In de verschillende studies komen allerlei aspecten van deze nieuwe sporten naar voren die niet alleen onze kennis van deze activiteiten zelf hebben vergroot, maar ook de manier waarop veranderingen binnen de sportsector plaatsvinden en zijn gerelateerd aan meer algemene maatschappelijke ontwikkelingsprocessen zoals globalisering en commercialisering.



In Nederland is tot nu toe betrekkelijk weinig aandacht geweest voor leefstijlsporten, zowel vanuit de sportwetenschap als vanuit het beleid. Dat is niet terecht, want veel Nederlanders nemen er wel eens aan deel en ze vormen anno 2010 een belangrijk bestanddeel van de Nederlandse en globale sportcultuur. Inmiddels lijkt er sprake van een kentering op dit front, want in het verlengde van de media, die al langer veel aandacht schenken aan deze vaak spectaculaire sporten, lijken nu ook beleidsmakers oog te krijgen voor het potentieel van deze activiteiten, bijvoorbeeld in het kader van recreatief en toeristisch beleid.

We hopen met deze bundel ook binnen het sportonderzoek een 'trend te hebben gezet' om meer structureel aandacht te schenken aan deze 'innovatieve bewegingen' in de sportbeoefening en -cultuur. Waarmee we meteen ook vaststellen dat dit boek niet meer is dan een eerste verkenning en nog het nodige onbekend of onduidelijk is gebleven rond leefstijlsporten. Als afsluiting van dit boek bediscussiëren we daarom enkele centrale bevindingen die we relateren aan de bestaande literatuur, en een aanzet kunnen vormen tot vervolgonderzoek.

Leefstijlsport en groepscultuur

De discussie rondom de definiëring van het begrip leefstijlsporten werd reeds in de inleiding van dit boek aangehaald en is met de afronding van dit boek zeker nog niet afgesloten. Duidelijk is dat de term 'leefstijlsport' een veelheid aan activiteiten beslaat en vanuit verschillende perspectieven beschouwd kan worden.

In deze epiloog willen we, in navolging van Tomlinson e.a. (2005) nog even iets uitvoeriger stilstaan bij de relatie tussen leefstijl en sport. Leefstijl wordt door Tomlinson e.a. opgevat als een zelfbepaald patroon van handelingen, dat de ene van de andere persoon onderscheidt en mensen met soortgelijke voorkeuren en activiteiten verbindt. In de 'keuzemaatschappij' (Breedveld en Van den Broek, 2003), waarin wij momenteel leven, is iemands identiteit voornamelijk gerelateerd aan consumptie, smaak en uiterlijke onderscheiding. Iemands 'leefstijl' bepaalt in belangrijke mate wie iemand is. Leefstijlsporten dragen aan een leefstijl bij door de keuzes van de deelnemers op het gebied van hun uiterlijk en gedrag, hun subculturele voorkeuren en de relaties die zij aangaan. Bijvoorbeeld door de keuze voor bepaalde trainers, materialen en sportmerken. Ze bepalen mede hoe de beoefenaars hun leven inrichten en leiden. Leefstijlen en daarmee verbonden sportvormen zijn dus gerelateerd aan meer omvattende patronen van consumptie, smaak en (groeps)identiteit (Tomlinson e.a., 2005). Uit onder andere de hoofdstukken van Salome, Smits en Trutmans bleek inderdaad dat consumptiepatronen een belangrijke rol spelen in de beoefening van leefstijlsporten en daarmee ook in het uitdragen van een bepaalde leefstijl en specifieke identiteit.

Op deze manier beschouwd kunnen we stellen dat het begrip leefstijl ook nauw samenhangt met het begrip subcultuur. Leefstijlsporten zijn in een groot aantal studies geanalyseerd als vormen van subculturen (Vanreusel en Renson, 1993; Rinehart en Sydnor, 2003; Wheaton 2004; Anthonissen en Sterkenburg, 2006). Het begrip leefstijl heeft echter meer

betrekking op het individu dan op een groep, zoals het geval is bij een subcultuur (Miles, 2000). Hier kan verbinding worden gelegd met het werk van Anthonissen (2006) en Wheaton (2007), die stellen dat leefstijlsporten over het algemeen een individueel karakter hebben. Er is sprake van een steeds verdere individualisering en daardoor versplintering van vrijetijdsgedrag (Van der Poel, 1993; Wheaton, 2007). Daardoor wordt het moeilijker van subculturen te spreken die toch meer een groep karakteriseren. Het begrip leefstijl biedt meer aanknopingspunten om de individuele verschillen te beschrijven. Het gaat bij de leefstijl bovendien meer dan bij subcultuur om uiterlijke kenmerken.

Anthonissen (2006) geeft in zijn studie naar skaters ook aan dat maar voor een kleine groep van deze leefstijlsporters echt kan worden gesproken van een subcultuur. Ook Wheaton (2007) vraagt zich af of men leefstijlsporten nog wel als subculturen zou moeten beschouwen. Er ontstaan volgens haar steeds meer fluïde vormen waarbinnen beoefenaars meer wisselen en mixen in identiteit en leefstijl. Termen zoals scene, neo-tribe en smaakcultuur, die de laatste jaren zijn geïntroduceerd, zijn mogelijk geschikter om de meest actuele ontwikkelingen te analyseren.

Ook in de casestudies van dit onderzoek werden heel sterke subculturen onder leefstijlsporters niet teruggevonden. Respondenten in het onderzoek van Wisse hamerden bijvoorbeeld sterk op de betekenis die het beoefenen van capoeira voor hen als individu heeft en spraken minder van een groepsidentiteit. Toch werd door de meeste respondenten in de verschillende casestudies bewust dan wel onbewust gesproken en/of gecategoriseerd in 'wij'-'zij'groepen, een kenmerk waarvan ook sprake is binnen theorieën rondom subculturen (Wheaton 2007). Ondanks dat de meeste leefstijlsporten individueel beoefend worden, gaan veel leefstijlsporters vroeger of later toch op zoek naar verwanten, naar mensen die op dezelfde manier met de sport bezig zijn als zichzelf. Hoewel maar een beperkt deel van de leefstijlsporters zich in een sportbond of in sportverenigingen organiseert, kan geconstateerd worden dat groepsvorming wel degelijk plaatsvindt. Hierdoor ontstaan als vanzelf verschillende typologieën van beoefenaars waarin leefstijlsporters zichzelf (onbewust) indelen of ingedeeld worden. Zo maakt Salome in haar hoofdstuk over leefstijlsporters die hun sport beoefenen in artificiële settingen een onderverdeling in drie categorieën. Zij spreekt over The Artificialists, The Experiencers en The Fanatics.

Hoe gedifferentieerd groepsidentiteiten binnen een bepaalde leefstijlsport kunnen zijn, laten Anthonissen en Sterkenburg (2006) mooi zien in hun studie van skateboarders waarin zij verschillende stijlgroepen onderscheiden: de estheten (die vooral voor de schoonheid van de sport en de mooie sprongen gaan), de *brothers* (voor wie de binding met andere skaters centraal staat), de vrijbuiters (die overal willen skaten en een persoonlijke stijl willen ontwikkelen), de winners (voor wie presteren centraal staat) en de filosofen (voor wie vooral het anders-zijn door het skaten belangrijk is). Hoewel deze identiteit sterk subcultureel geladen is, spelen daarin ook tot op zekere hoogte algemene culturele factoren mee, zoals gender en sociale afkomst. Het gegenderde karakter van deze subculturen heeft veel aandacht getrokken (Young en Dallaire, 2008). Mara van der Schaaf geeft in hoofdstuk 7 van dit boek een analyse van de

persoonlijke betekenis van het windsurfen voor vrouwelijke surfers en komt op basis daarvan tot een typering van verschillende vormen van betrokkenheid. Van der Schaaf deelt de vrouwelijke windsurfsters in in de Ultimates, de Challengers en de Hobbyisten.

In het hoofdstuk van Wisse maakt een van de respondenten zelf een onderscheid tussen een *jogador de capoeira* en een capoeirista. Volgens deze respondent kan men zichzelf pas een capoeirista noemen wanneer men zich helemaal 'onderdompelt' in capoeira en ook al enkele jaren ervaring heeft. Wanneer je capoeira gewoon voor de lol speelt, is de benaming *jogador de capoeira* beter gepast. Ook in andere casestudies kwam het onderscheid tussen gevestigden en nieuwkomers ter sprake. In sommige gevallen, zoals bijvoorbeeld in het golfsurfen (zie het hoofdstuk van Reijgersberg) en snowboarden (zie het hoofdstuk van Trutmans) bestaan er duidelijk spanningen tussen deze groepen, bijvoorbeeld wanneer het gaat om het gebruik van de beschikbare ruimte. Gevorderde golfsurfers geven bijvoorbeeld aan 'last te hebben' van beginners die net voor hun neus een mooie golf pakken terwijl beginnende snowboarders de stuipen op het lijf gejaagd worden door gevorderden die met volle snelheid langs hun board vliegen. Niet alleen binnen leefstijlsporten, maar ook tussen beoefenaars en niet-beoefenaars wordt onderscheid gemaakt. Zo geeft een van de kitesurfers in het onderzoek van Smits aan niet te kunnen leven zoals 'zij'; zoals mensen met een 'reguliere baan'. Op deze manier distantieert deze insider van de kitesurfscene zich van de anderen, de outsiders. Het kitesurfen beïnvloedt zijn leefstijl op een dusdanige manier dat een 'normaal' dagelijks leven hiermee niet te combineren valt.

De mogelijke invloed van sport op de leefstijl van beoefenaars is overigens niet exclusief voor de leefstijlsporten. Om die reden geeft Luijt in haar hoofdstuk aan dat ze de term leefstijlsport niet bevredigend vindt voor verschillende activiteiten die in deze bundel centraal staan (zie ook Schleske, 1977). Ook bij sporters die een traditionele sport (op hoog niveau) beoefenen, kan deze sportbeoefening een stempel drukken op hun leefstijl. Onderzoek naar sportculturen op straat, laat bijvoorbeeld ook zien dat sport *a way of living* kan zijn. Zo is bij panna een specifieke subcultuur zichtbaar die ook buiten de pannakooi tot uiting komt (Cevaal, 2011). Omdat leefstijl dus niet per definitie een term is die past bij de activiteiten die in deze bundel omschreven worden, introduceert Luijt de nieuwe term *experience sports*. Zij past in haar definitie van *experience sports* de betekenis toe van *experience* als in 'belevenis'. Al naar gelang de *experience sporters* gebruikmaken van de natuurlijke of stedelijke ruimte om hun sport te kunnen beoefenen, maakt zij een onderscheid tussen *natural experience sporters* en *urban experience sporters*.

Bij de leefstijlsporten die in dit boek centraal stonden zijn de uiterlijke, avontuurlijke, creatieve en expressieve kanten van die sporten een dragend element van de sportpraktijk en vaak zijn deze ook herkenbaar in andere elementen van de leefwijze van de 'echte' beoefenaars. Daarin is het overigens niet per definitie zo dat het beoefenen van leefstijlsport in de hele levensloop van de beoefenaars op de voorgrond staat. De keuze voor een bepaalde leefstijl is in de huidige samenleving juist meer veranderlijk en contextbepaald dan vroeger. Van der Poel (1993) duidt dit aan als de modularisering van

het dagelijks leven. In de verschillende casestudies kwam bijvoorbeeld naar voren dat de leefstijlsportloopbanen van de respondenten zeer wisselend verlopen. Gedurende hun leefstijlsportloopbaan kunnen individuele beoefenaars overgaan van de ene naar de andere groep en een ander perspectief innemen ten aanzien van zichzelf en andere beoefenaars in hun sport. Bijvoorbeeld omdat zij ouder worden en in een andere levensfase terecht komen. Zo sprak Reijgersberg bijvoorbeeld met een golfsurfer die in zijn beginjaren tegen regulering van de sport was, maar nu de voordelen hiervan ziet en zelfs deelneemt aan wedstrijden. Het verloop van leefstijlsportloopbanen en veranderingen daarbinnen roept interessante vragen op die nader onderzoek waard zijn.

Regulering, mainstreaming en commercialisering

In deze bundel kwam duidelijk naar voren dat leefstijlsporten sterk in ontwikkeling zijn en meer en meer in de belangstelling staan, ook in de media. Onder invloed van maatschappelijke ontwikkelingen en sportificeringsprocessen zijn deze nieuwe sporten voortdurend aan verandering onderhevig. Die ontwikkeling en popularisering kan vanuit verschillende perspectieven worden benaderd en begrepen. Processen, zoals institutionalisering, professionalisering, commercialisering en mediatisering, hebben ervoor gezorgd dat de groep beoefenaars van leefstijlsporten de afgelopen decennia meer divers is geworden wat achtergrondkenmerken en motieven om deel te nemen betreft. Aan de ene kant hebben deze processen mogelijkheden gecreëerd voor meer professionele en intensieve beoefening (versporting, vgl Crum, 1991). Aan de andere kant hebben ze de leefstijlsporten, die in eerste instantie intensief beoefend werden door een groepje pioniers, ook toegankelijk gemaakt voor meer vrijblijvende en vluchtige deelnemers (ontsporting). De beleving en ervaringen van beoefenaars verschillen van persoon tot persoon.

Onder invloed van sportificeringsprocessen (Kunnen, 2002), maar ook door persoonlijke motieven, ambities en ervaringen, 'onderhandelen' beoefenaars voortdurend bewust en onbewust over hun positie binnen leefstijlsporten. In sommige gevallen leidt dat ertoe dat leefstijlsporters steeds meer gaan lijken op 'traditionele' sportbeoefenaars, anderzijds blijft er veelal ook een groep leefstijlsportbeoefenaars die zich verzet tegen de 'mainstreaming' van hun sport en voor wie beoefening van de betreffende activiteit veel meer betekent dan 'sportief hogerop komen' (Steen-Johnsen, 2008). We hebben nog betrekkelijk weinig inzicht in deze 'onderhandelingsprocessen' en de achtergronden van mensen om voor de ene of andere vorm van betrokkenheid te kiezen. Ook dit biedt goede aanknopingspunten voor vervolgonderzoek.

Ondanks dat de meeste leefstijlsporten die in deze bundel besproken zijn individueel beoefend worden, bleken ze toch al snel in een ontwikkelingsproces te komen waarbij beoefenaars en externe partijen zochten naar vormen van organisatie. Deels gebeurde dat in verenigings- en federatiesystemen waarin ook de meer traditionele sporten zijn georganiseerd. De wens om risicovol gedrag aan banden te leggen en de behoefte om prestaties meetbaar en vergelijkbaar te maken zoals Guttman (1978) en Bennett (1984) reeds uiteenzetten in hun theorieën over sportificering, hebben bij de oprichting

van verenigingen en bonden in verschillende leefstijlsporten zoals het golfsurfen (zie het hoofdstuk van Reijgersberg) en snowboarden (zie het hoofdstuk van Trutmans) zeker een rol gespeeld. Binnen het golfsurfen is bijvoorbeeld de International Surf Association (met in Nederland de daarvan afgeleide Holland Surf Association) een stuwende kracht achter golfsurfcompetities en inmiddels ook erkent door de olympische beweging. Dat de oprichting van sportbonden ook minder succesvol kan verlopen, bleek uit het hoofdstuk van Wisse over capoeira.

Leefstijlsporters lijken zich – naast in verenigingen en bonden – echter vaak ook op een andere manier te organiseren. Bijvoorbeeld in los georganiseerde netwerken van vrienden en/of bekenden, maar ook rondom grote evenementen en bijeenkomsten. Commerciële actoren zoals de producenten van sportmaterialen en -kleding, sportscholen en ondernemingen voor sporttoerisme zijn vaak drijvende krachten achter de expansie van dit soort organisatievormen.

Ook andere onderzoekers (Crawford, 2007; Breivik, 2010) constateerden reeds dat evenementen binnen de leefstijlsporten in toenemende mate van betekenis zijn. Ze bieden een gelegenheid aan de vaak individuele en verspreide beoefenaars om elkaar te ontmoeten en voor elkaar hun nieuwste tricks te vertonen. In verschillende leefstijlsporten hebben fabrikanten van materiaal, kleding en sportdranken het initiatief genomen om een evenement op te zetten. De laatste jaren zijn commerciële bedrijven als O'Neill en Red Bull bijvoorbeeld betrokken bij een wereldwijde serie evenementen.

Binnen één leefstijlsport kunnen verschillende organisatievormen voorkomen. Zo bestaat er binnen veel sporten bijvoorbeeld een wedstrijd-circuit, maar ook een (al dan niet commercieel) alternatief circuit met lijnen waarlangs beoefenaars zichzelf organiseren. Binnen verschillende nieuwe leefstijlsporten (onder andere skateboarden, snowboarden en kitesurfen) heeft zich al in zeer korte tijd een vorm van professionele beoefening ontwikkeld. In hoofdstuk 3 laat Smits zien dat dit zelfs voor heel jonge kitesurfers al het geval kan zijn. Commerciële belangen en nieuwe (sociale) media en netwerken spelen zowel in de federatieve als in de ondernemingsgewijze organisatievormen een grote rol. Ook in het onderwijs en de welzijnszorg manifesteren leefstijlsporten zich. Sommige leefstijlsporten worden bijvoorbeeld bewust ingezet om sociaal achtergestelde jeugd en niet-sporters aan het bewegen te krijgen (Hielema, 2010). Zoals in de inleiding reeds is aangegeven, spelen leefstijlsporten ook in het onderwijs een steeds grotere rol (Elflein, 2003). In het hoofdstuk van Luijt lazen we bijvoorbeeld dat de Stichting Leerplanontwikkeling (SLO) freesport een plek geeft binnen het curriculum in het bewegingsonderwijs.

We zien dus een enorme dynamiek in leefstijlsporten, die deels ook aansluit bij het optreden van hypes in sportgedrag en de drang naar product vernieuwing bij sportbonden en commerciële sportcentra. De sportbeoefening lijkt steeds gevoeliger te worden voor modes en trends. Deze ontwikkelingen hebben gevolgen voor de manier waarop de sport georganiseerd wordt. Snelle veranderingen in de sportvoorkeuren leiden bijvoorbeeld tot een sterk wisselende vraag naar voorzieningen. Zo zijn er in de afgelopen jaren in vrijwel elke Nederlandse gemeente skateparken aangelegd.

Hoe nieuwe vormen van organisatie die we tegen zijn gekomen in leefstijlsporten, zich verhouden ten opzichte van meer traditionele organisatievormen in de sport en hoe dit het Nederlandse sportlandschap als geheel verandert, zijn interessante onderwerpen voor vervolgonderzoek.

Symbolisch kapitaal, zelf promotie en (sociale) media

In de inleiding van dit boek spraken we reeds over de gelegenheid die leefstijlsporten bieden om symbolisch kapitaal te verwerven en persoonlijke identiteit vorm te geven (Fletcher, 2008; Bourdieu, 1991). Hier werd gesteld dat het durven nemen van risico's en het zich kunnen onderscheiden van de mainstreamburger en -sporter hoort bij de habitus van de jonge, professionals uit de middenklasse. De deelname aan leefstijlsporten kan daarin een manier zijn om status te verdienen om mogelijk hogerop te klimmen op de sociale ladder. Hoewel in eerdere literatuur wel eens gesteld werd dat leefstijlsporters zich willen onttrekken aan de druk die de moderne samenleving op hen legt, werd dit motief lang niet altijd teruggevonden onder de geïnterviewde respondenten in de verschillende casestudies van dit onderzoek. De huidige samenleving, waarin een sterke nadruk ligt op het individu, verschaft de leefstijlsporters juist de condities om zich met dit soort sporten bezig te houden (Fletcher, 2008).


In de huidige samenleving wordt status vooral ontleend aan het tentoonspreiden van capaciteiten die verbonden zijn aan individualisme en zelfverantwoordelijkheid (Smith Maguire, 2008: 40-41). Jong zijn en/of er zo uitzien en deelnemen aan spectaculaire, authentieke, bijzondere activiteiten zoals leefstijlsporten, passen hier prima bij. Leefstijlsporten bieden een prima podium voor zelfuiting en het produceren van een 'unieke' individuele identiteit. Een ogenschijnlijke tegenstrijdigheid hierin is de brede toegang tot verschillende leefstijlsporten die er tegenwoordig is (de zogenaamde massificatie die bijvoorbeeld beschreven wordt in de hoofdstukken van Reijgersberg en Trutmans) en die ervoor zorgt dat het 'unieke' karakter wat vervaagt. Bourdieu (1991: 364) gaf dit fenomeen reeds aan in zijn beschrijving van de verschuiving van sport als *elite practice* naar sport als spektakel, beschikbaar voor consumptie voor de massa. Dit proces wordt versterkt door de inherente neiging binnen het neoliberale kapitalisme om praktijken die van origine zijn ontstaan als kritische culturele tegenbewegingen (op zijn minst ogenschijnlijk) om te zetten in gewone, vermarktbaar koopwaren (Fletcher, 2008: 324): avontuur verkoopt. In de inleiding zagen we reeds dat relatief veel mensen minimaal één keer in hun leven één of meerdere leefstijlsporten beoefend hebben. Vermoedelijk hebben velen van hen dit gedaan tijdens een bedrijfsuitje. Zo wijst Fletcher bijvoorbeeld op het toenemende gebruik van avontuurlijke buitensporten bij bedrijfstrainingen van ondernemingen die hun personeel willen laten oefenen in riskante en onzekere situaties die eigen zijn aan het huidige neoliberale kapitalisme. Anderzijds bleek uit het hoofdstuk van Salome dat dit soort uitjes vooral plaatsvinden in artificiële settings waar risico's tot een minimum beperkt worden.

Ontleenden mensen in de moderne samenleving hun identiteit aan min of meer voorafgegeven structuren, zoals hun familie, hun religie, sociaal milieu en regio, in de postmoderne tijd is identiteit losgezongen van een eenduidige omgeving.

Identiteitsvorming op basis van afstamming en gemeenschap is vervangen door fluïde vormen van identiteitsproductie. In de huidige consumptiecultuur zoals Fletcher (2008) en Sassatelli (2007) die beschrijven, wordt identiteit dus meer en meer gecreeërd en geuit door leefstijl en consumptiepatronen, in plaats van het bezit van goederen. Leefstijlsportactiviteiten bieden een podium om jezelf 'te laten zien' en steeds op zoek te gaan naar nieuwe grenzen. Op deze manier beschouwd, kan de deelname aan leefstijlsporten dus gebruikt worden als middel om aan de eisen van de huidige tijd te kunnen voldoen. Andrew Wernick (1991, in Smith Maguire, 2008) spreekt in dit kader ook wel van *promotional subjectivity*. De mens staat voortdurend onder druk zichzelf te promoten. Volgens Smits Maguire is deze cultuur van zelfpromotie gekoppeld aan het opkomen van de service economie. Ook past het concept goed binnen de beleveniseconomie die Pine en Gilmore (1999) beschrijven. In dergelijke economieën is het creëren van interacties, beelden en belevenissen belangrijker dan het creëren van goederen. Uiterlijk voorkomen en leefstijl vormen hierin belangrijke componenten. Om er goed uit te zien is discipline vereist en staat de mens voortdurend onder druk.

Het verbeteren van je voorkomen en etaleren van je fysieke kapitaal (Bourdieu, 1984; Baudrillard, 1998) lijkt een verplichting geworden en is gelinked aan een ideologie van persoonlijke verantwoordelijkheid en van statusvertoon in een *promotional culture* (Smits Maguire, 2007: 52). Deze instrumentele benadering van de inzet van het lichaam lijkt tegenstrijdig te zijn met de meer spirituele/filosofische benadering die verschillende leefstijlsporters in de casestudies aanhaalden (zie onder andere de hoofdstukken van Luijt en Wisse) maar dit hoeft niet het geval te zijn. Beide benaderingen gaan uit van het concept van 'het maakbare zelf' (ofwel door het etaleren van het lichaam en leefstijl dan wel door innerlijke reflectie) en zijn in die zin alle twee uitingen van de huidige consumptiecultuur. Individuen worden aangemoedigd zichzelf en anderen te zien als product, producten die ingeruild kunnen worden en die in waarde kunnen verminderen wanneer er niet aan verbeterd of in geïnvesteerd wordt. Hierdoor kan angst ontstaan over de eigen 'marktwaarde' en vanuit deze angst wordt het werken aan jezelf, het *branden* van jezelf en je lichaam, erg belangrijk. Zo bleek uit het hoofdstuk van Smits over jonge kitesurfers dat de inmenging van sponsors de druk om de eigen marktwaarde hoog te houden nog eens extra opvoert. Binnen het onderzoek van Wisse bleek juist dat 'innerlijke verlichting' en het zo dicht mogelijk bij de ware filosofie van capoeira komen, zorgde voor een hogere rang en dus verhoogde marktwaarde van een individu.

Zowel uit de verschillende casestudies in dit onderzoek, als uit ander onderzoek (onder andere Wheaton, 2007), blijkt dat traditionele massamedia en subculturele media (bijvoorbeeld leefstijlsportspecifieke tijdschriften) een belangrijk middel zijn voor de zelfpromotie waar Smits Maguire over spreekt. Bovendien spelen ze een belangrijke rol in de beeldvorming rondom leefstijlsporten. De Amerikaanse sportzender ESPN, bedenker en *broadcaster* van het meest bekende leefstijlsportevenement de X Games is een van de grote spelers in de leefstijlsport media. Tijdens de X Games kunnen beoefenaars van leefstijlsporten zich op professioneel niveau aan elkaar meten. Met het uitzenden van de X Games speelt de zender in op de fascinatie die ook bij niet-beoefenaars vaak bestaat voor de alternatieve sportculturen en de bijhorende activiteiten. Toen ESPN in 1995 startte met het uitzenden van de X Games, hadden ze er geen idee van dat



deze X Games een enorme melkkoe zou worden. Inmiddels is ESPN een onderdeel van Disney en worden de *games* in bijna tweehonderd landen uitgezonden. Het uitzenden van het evenement zorgde er tegelijkertijd voor dat sporten als skateboarden en snowboarden ongekend populair werden onder de (veelal) jonge kijkers (Crawford, 2007). We kunnen dus stellen dat het volgen en gevolgd worden via (commerciële) media naast het daadwerkelijk beoefenen van een activiteit een belangrijke plek inneemt in het uiten van een leefstijl (Breivik, 2010).

Een ander, opvallend en hiermee samenhangend beeld dat is ontstaan uit dit onderzoeksproject is dat vrijwel alle leefstijlporters veelvuldig gebruikmaken van nieuwe sociale media. Deze (nieuwe) media spelen bij de ontwikkeling van de leefstijlsporten mogelijk nog een belangrijkere rol dan de traditionele media. In traditionele massamedia en kranten worden leefstijlsporten vaak als extreem en spectaculair weergegeven (Wheaton, 2007). Een beeld dat aansluit bij de marketing van materiaalproducenten en sponsors. Deze 'karikatuur' kan in de nieuwe (sociale) media worden uitgedaagd en weerlegd, maar ook worden versterkt. Leefstijlporters kunnen op het internet hun eigen virtuele (droom-) wereld creëren. Het internet staat bol van filmpjes, blogs en informatiesites over verschillende leefstijlsporten. Internet wordt door leefstijlporters onder andere gebruikt voor het uitwisselen van informatie en als digitale marktplaats. Het is daarmee een bron van sportkennis en -diensten en kan zo een functie vervullen die verenigingen in traditionele sporten hebben. Het internet vormt daarnaast een podium om zich als individu te etaleren en draagt in die ziele in hoge mate bij aan de bovengenoemde zelfpromotie. Ook biedt internet leefstijlporters de mogelijkheid belevenissen te delen en zich als groep te organiseren. Het internet lijkt daardoor een belangrijke bron voor sociale identificatie en organisatie te zijn geworden. Hoe worden sociale identiteiten en contacten vormgegeven binnen deze aan leefstijlsporten gerelateerde online netwerken en sociale media? Verschilt dit van de manier waarop dit in de traditionele sportverenigingen gebeurt? Biedt dit nieuwe mogelijkheden om de sportparticipatie te vergroten? Het zijn interessante onderzoeksvragen voor de toekomst. In het meerjarenonderzoeksprogramma Sport van het Mulier Instituut voor de periode 2011-2014 zal dit onderwerp nader worden uitgewerkt.