



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Min kropp och mitt levnadssätt är mitt varumärke

- en kvalitativ studie om personliga tränare, kroppsideal
och samhällets förväntningar

Caroline Andersson

Kandidatuppsats 15 hp

Program: Hälsopromotionsprogrammet inriktning idrottsvetenskap
VT 2015

Handledare: Linus Jonsson

Examinator: Hillevi Prell

Rapportnummer: VT15-50



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Kandidatuppsats 15 hp

Rapportnummer: VT15-50
Titel: Min kropp och mitt levnadssätt är mitt varumärke
Författare: Caroline Andersson
Program: Hälsopromotionsprogrammet inriktning idrottsvetenskap
Nivå: Grundnivå
Handledare: Linus Jonsson
Examinator: Förnamn Efternamn
Antal sidor: 30 (inklusive bilagor)
Termin/år: VT/2015
Nyckelord: gym, kroppsideal, kroppsligt kapital, konsumtionskultur, personlig tränare

Sammanfattning

Det ökande samhällsintresset att träna på gym har lett till att allt fler tar hjälp av personliga tränare. För en personlig tränare ses den muskulösa och tonade kroppen som vältränad och eftersträvansvärd. De personliga tränare som inte uppfyller de kroppsliga kriterierna ser sig missgynnade och i låg efterfrågan hos kunderna på gymmet.

Få forskare har studerat träningsinstruktörer varför det av förklarliga skäl är problematiskt att hitta forskning om hur personliga tränare ser på kroppen och kroppsideal. Studiens syfte är att utforska hur personliga tränare upplever och förhåller sig till kroppsideal och samhällets förväntningar på hur en personlig tränare bör se ut.

Denna kvalitativa studie är av utforskande design och tolkande ansats med semistrukturerade intervjuer med fyra personliga tränare. En kvalitativ innehållsanalys med en induktiv ansats användes för att analysera transkriberingen.

Det konstaterades att det fanns en viss förväntan på respondenternas utseende utefter yrkesval och en fysisk och psykisk press att bli bedömd och förhålla sig till sitt yrke även som privatperson. De upplevdes vara verksamma i sin yrkesroll dygnet runt. Det genomgående temat vid samtliga intervjuer var att kroppens betraktades fungera som deras varumärke.

Studien ger indikationer på att medverkande personliga tränare upplever en press sett till både utseende och livsstil. I relation till tidigare forskning ses det som oroväckande eftersom ett alltför stort fokus på att äta nyttigt och träna extremt mycket kan orsaka en hysteri som alltmer övergår från ett hälsosamt beteende till ett destruktivt beteende.

Förord

En lärorik period närmar sig sitt slut. I processen att sammanställa den här uppsatsen har många personer varit till stor hjälp. Jag vill börja med att tacka de personliga tränarna, utan er medverkan hade det inte varit möjligt att genomföra studien. Era erfarenheter och upplevelser gav ett innehållsrikt material att arbeta vidare kring. Jag vill även passa på att tacka Linn Håman för dina värdefulla synpunkter kring intervjuguiden och tips på litteratur. Slutligen vill jag rikta ett stort tack till min handledare Linus Jonsson som stöttat och väglett mig genom denna genom process med meningsfulla synpunkter, engagemang, noggrannhet och snabb respons trots den fysiska distansen, tack!

Innehållsförteckning

Introduktion	5
Syfte	5
Frågeställningar	6
Bakgrund	6
Personlig tränare	6
Gymmet som arena	6
Kroppsideal	7
Teoretisk referensram	9
Konsumtionskulturens utveckling	9
Kroppen i konsumtionskulturen	10
Kroppsligt kapital	10
Metod	11
Design	11
Urval	11
Resultat	14
Vilka aspekter upplever de personliga tränare att kunderna utgår ifrån vid valet av personlig tränare?	15
Utomliggande faktorer	15
Personliga egenskaper	15
Hur beskriver de personliga tränarna det rådande kroppsidealet och vilken inverkan har det för den yrkesverksamma?	16
Se vältränad ut	16
Utstråla hälsa	17
Kroppsidealet är kulturellt och åldersbetingat	17
Individuell och social påverkan	17
Upplever personliga tränare att samhället har förväntningar på ett specifikt yttre attribut som personlig tränare och hur förhåller dem sig till det?	18
Kroppen som varumärke	18
Yrket som ständig följeslagare	19
Diskussion	19
Metoddiskussion	19
Resultatdiskussion	21
Hur beskriver de personliga tränarna det rådande kroppsidealet och vilken inverkan har det för den yrkesverksamma?	21
Upplever personliga tränare att samhället har förväntningar på ett specifikt yttre attribut som personlig tränare och hur förhåller dem sig till det?	22
Praktiska implikationer	24
Framtida forskning	24
Konklusion	25
Referenser	26
Bilaga 1	29
Inbjudan till personliga tränare	29
Bilaga 2	30
Intervjuguide	30

Introduktion

Enligt Cederström och Spicer (2015) befinner vi oss i övergången från en välfärdsstat till en wellnes-stat med allt mer fokus på hälsa i det västerländska samhället. Detta stämmer överens med Bratland-Sanda och Sundgot-Borgen (2014) och Andreasson och Johansson (2013) studier som visar på en samhällelig trend att allt fler tränar och i synnerhet är det fler som söker sig till ett gym för träna. Det ökande samhällsintresset att träna på gym har lett till att allt fler tar hjälp av personliga tränare (Bratland-Sanda & Sundgot-Borgen, 2014; Andreasson & Johansson, 2013) och att allt fler väljer att utbilda sig till personlig tränare i samband med att träningsvärlden har expanderat (Andreasson & Johansson, 2013).

Bourdieu (1984), Hutson (2013) och Wacquant (1995) beskriver begreppet ”kroppsligt kapital” som ett värde i utseenderelaterade yrken där personlig tränare innefattas. För en personlig tränare ses den muskulösa och tonade kroppen som vältränad och eftersträvansvärd då den fungerar som en symbol för hälsa. Hutsons (2013) beskriver hur personliga tränare som inte uppfyller de kroppsliga kriterierna ser sig missgynnande och i låg efterfrågan hos kunderna på gymmet.

2006 publicerades en studie om kvinnliga aerobicinstruktörer och deras syn på den egna kroppen i rollen som instruktör (Greenleaf, McGreer & Parham, 2006). I studien framkom att instruktörerna upplevde en press på att se bra ut med motiveringen att ingen vill besöka en träningsklass och se en överviktig instruktör. Instruktörerna uppgav även en oro om att bli alltför muskulös, det fanns en strävan efter att bli stark, men inte så stark eller muskulös att det blev oattraktivt eller maskulint. Instruktörerna i studien såg sig alla fungera som kroppsförebilder och att de var tvungna att vara observanta på sin egen träning för att presentera en vältränad image.

Det är hittills få forskare som har studerat träningsinstruktörer (Johansson & Andreasson, 2014; Andreasson & Johansson, 2014) varför det av förklarliga skäl är problematiskt att hitta forskning om hur personliga tränare ser på kroppen och kroppsideal. I en studie som finns publicerad om träningsinstruktörer och synen på den egna kroppen framkom det att instruktörer som upplever en press att fungera som kroppsförebilder kan vara mer benägna att fastna i destruktiva ät- eller träningsbeteende (Thompson and Sargent, 2000). Detta ligger i linje med att träningsinstruktörer oftare än andra rapporterar ätstörningsproblematik (Davis, Dieterich, Van Meter, & Pullo 2004). Mot bakgrund av detta och avsaknaden av forskning inom området personliga tränare och kroppsideal är uppsatsen relevant att utföra för att utforska hur personliga tränare upplever och förhåller sig till kroppsideal och samhällets förväntningar på hur en personligare tränare bör se ut.

Syfte

Syftet med studien är att utforska hur personliga tränare upplever och förhåller sig till kroppsideal samt samhällets förväntningar gällande hur en personlig tränare bör se ut.

Frågeställningar

- Vilka aspekter upplever de personliga tränarna att kunderna utgår ifrån vid valet av personlig tränare?
- Hur beskriver de personliga tränarna det rådande kroppsidealet och vilken inverkan har det för den yrkesverksamma?
- Upplever personliga tränare att samhället har förväntningar på ett specifikt yttre attribut som personlig tränare och hur förhåller dem sig till det?

Bakgrund

I detta avsnitt kommer studiens bakgrund presenteras med en inledning av studiens målgrupp personliga tränare och gymmet som är den vanligaste förekommande arbetsplatsen för personliga tränare. Därefter redogörs för hur idealen kring människokroppen har sett ut och förändrats över tid för att övergå i en presentation av studiens teoretiska ramverk som skildrar den vetenskapliga utgångspunkten i studien.

Personlig tränare

Bratland-Sanda och Sundgot-Borgen (2014) beskriver en samhällelig trend där allt fler tränar och i synnerhet är det fler som söker sig till gym för att träna. Det ökande samhällsintresset att träna på gym samtidigt som allt fler tar hjälp av personliga tränare (PT) medför att de personliga tränarna får en central roll i att vägleda och uppmuntra människor i deras strävan att uppnå eller bibehålla hälsa (Bratland-Sanda & Sundgot-Borgen, 2014; Andreasson & Johansson, 2013). De personliga tränarna har ökat i antal och allt fler utbildar sig inom denna yrkeskategori via så kallade ”PT-skolor” (Andreasson & Johansson, 2013). Utbildningens utformning för att bli personlig tränare varierar stort mellan de olika utbildningsföretagen och efter utförd utbildning erhålls ingen professionell legitimation (Andreasson & Johansson, 2013). Det finns ingen säkerställd statistik över hur många personliga tränare det finns i Sverige eftersom de inte har en egen yrkeskod, utan ingår i samma yrkeskod som idrottstränare och professionella idrottsutövare. En jämförelse mellan år 2005 och 2013 visar dock att det skett en ökning från 3980 idrottstränare och professionella idrottstränare år 2005 till 5939 personer år 2013 (Statistikdatabasen, 2015).

Personliga tränare arbetar ofta långa dagar med minimal anställningstrygghet och inkomspotential (Hutson, 2013). Utöver arbetsuppgiften att träna kunder måste personliga tränare även agera som säljare för att övertyga kunder att köpa fler träningsessioner för att inte riskera att sänka sin inkomst (Hutson, 2013).

Gymmet som arena

Begreppet ”gym” anses ha kommit till användning i svenskt tryck första gången 1980 och är nu intaget i svenska akademins ordlista (Söderström, 1999). Gym kan i första hand erbjuda två sorters träningsformer; gruppträning och individuell träning. Det är vid den individuella träningsformen som tendensen med allt fler personliga tränare kan ses (Andreasson & Johansson, 2014).

Gym tycks ha blivit en viktig arena för individer att uttrycka sin hälsosamma livsstil, vilket i takt med en ökning av antalet personliga tränare kan ha bidragit till den allmänna uppfattningen om hur den hälsosamma individen ska betraktas (Sassatelli, 1999, 2010). Featherstone (1994) beskriver gymmet som arena på ett liknande sätt där ett gym uppmuntrar till att nå ett förbättrat utseende och att det därför inte är orimligt att anta att kroppens utseende och strävan efter att efterlikna ett värdesatt kroppsideal kan vara en del av drivkraften hos de som besöker ett gym (Söderström, 1999). Johansson (1997) menar att dagens gym har en central position i den samhälleliga produktionen av symboler och kunskaper. Den kroppsteknik och den syn på individen som formas inom ramen för gymverksamheten får också konsekvenser för hur människor i allmänhet uppfattar sig själva (Johansson, 1997).

1972 fanns det endast 2 gym i Stockholm (Johansson, 1997), men sedan 1970-talet har det skett en global omvandling och massiv expansion av fitness industrin och 2015 finns det 1577 gym i Sverige (Andreasson & Johansson, 2014; Gymjakt, 2015). Något som tidigare var förbehållet kroppsbyggare omfattar idag även de som tränar för andra syften (Söderström, 1999). Gymmet har genomgått en förändring från att ha varit en typisk maskulin aktivitet till en fritidssysselsättning för den breda massan (Andreasson & Johansson, 2014). Samhällets ideal för hur unga kvinnor ser ut och kanske bör se förmedlas via modeindustrin och media och gymmet är ytterligare en del i detta. Enligt Johansson (1997) tillhandahåller tidningarna idealkroppar som ofta har formats på gymmen, medan gymmen bistår med de redskap som kan användas för att uppnå det rådande kroppsidealet.

Kroppsideal

I västvärlden har kroppsidealerna för män och kvinnor varierat över tid. Korsetter, spädbarnslindning och hållningsgymnastik handlade alla om kroppsideal. Även om intresset för kroppen inte är något nytt så har betydelsen av kroppen förändrats (Söderström, 1999).

Under antiken ansågs övervikt inte vara något negativt för kvinnor, men idealet förändrades under medeltiden då en överviktig kvinnlig kropp uppfattades som fränstötande. För männen har fetman inte varit lika fränstötande som för kvinnorna. En framträdande mage har hos männen varit en symbol för välstånd och hälsa och på många sätt fungerat som klassmarkör (Söderström, 1999).

För männen har det redan från 1700-talet varit den hårda och muskulösa kroppen som grundpelare till ett ideal (Mosse, 1996). Under 1800-talet får detta manliga kroppsideal stå som symbol för byggandet av en stark nationalstat, men succesivt förändras den manliga muskulösa kroppen till en mer individualistisk angelägenhet. Detta manliga kroppsideal som växer fram från mitten av 1800-talet och framåt ses som grunden till vårt nutida fasta, hårda och vältränade kroppsideal för en manlig kropp. Under mitten av 1800-talet växer rörelsen ”Muscular Christianity” i England och USA som eventuellt kan förklara intresset för kropp och hälsa. Den grundläggande tanken inom denna kristna asketiska rörelse är att genom att utveckla en kropp som både är estetiskt tilltalande och muskulös visar individen sin religiösa övertygelse och tro och ärar Gud (Johansson, 1997; Söderström, 1999).

Den slanka kroppen har främst varit utgångspunkt för den kvinnliga idealkroppen, men har under 1900-talet skiftat ett flertal gånger. Från 1900-talets början där det

smala och platta var estetiskt tilltalande till 1950-talets mer storbystade ideal för att under 1960-talet återgå till det magra idealet. Under 1970- och 1980 talet fokuseras det mer på kroppen, utseendet och presentation av sig själv än tidigare. Det handlar om att göra sig synlig, att skapa en image och göra ett gott intryck på arbetsgivare, det andra könet och vänner. Jane Fonda och Arnold Schwarzenegger är två förgrundsfigurer under denna tid. I början av 1980-talet börjar Jane Fonda propagera för att kvinnor bör kombinera workout med styrketräning. Det kvinnliga idealet börjar förskjutas från den spinkiga och smala kvinnan till den välformade och starka kvinnan (Johansson, 1997). Muskelbyggandet som länge varit en manlig angelägenhet intresserar nu även kvinnor i allt större utsträckning och allt fler börjar kombinera aerobics och styrketräning (Johansson, 1997).

Hollywoodfilmen bidrog till att skapa nya normer för utseende och kroppsideal och visade allmänheten betydelsen av att ”se bra ut” (Featherstone, 1994). Bilder av ungdom, hälsa, god fysik och skönhet idealiserades och individen övertygades om att hon genom att anstränga sig och ”arbeta med sin kropp” kunde uppnå ett visst eftersträvansvärt utseende (Featherstone, 1994). Söderström (1999) tar i sin avhandling Gymkulturens logik upp detta ungdomliga, fasta, slanka och hårda ideal som det eftersträvansvärda. Medier och reklam hyllar den fasta och attraktiva kroppen och att undersökningar antyder att det ”sladdriga” och ”slappa” är det icke-önskvärda. Det är möjligt att tala om byggandet av ett globalt kroppsideal eftersom den ”hårda”, vältränade kroppen, fettfri med väldefinierad muskulatur verkar vara den dominerande i reklam och konsumtionskultur (Dworkin & Wachhs, 2009).

De kroppar som cirkulerar inom den globala mediekulturen har ofta formats på gymmet. Enligt Johansson (1997) är det snarare så att en stor del av de filmstjärnor och fotomodeller som vi ser på vita duken har tillbringat en betydande del av sin tid på ett gym för att skapa en ”mediekropp”. Han menar att även om långt ifrån alla människor sätter sin fot på ett gym påverkas de ändå av de bilder av dessa kroppar som cirkulerar i offentligheten. Genom en ”tyst överenskommelse” mellan fitnessindustrin och medieoffentligheten produceras det estetiska ideal och sprids bilder av ”perfekta” kroppar som får en stark genomslagskraft i människors medvetande. Denna globalisering av ett specifikt kroppsideal kan i sin förlängning få avgörande konsekvenser för människors identitet (Johansson, 1997).

Det nuvarande kroppsliga idealet inom hälsa och fitness industrin är en muskulös och tonad kropp och de individer som inte lever upp till detta kroppsideal tenderar att nedvärderas (Hutson, 2013). Till exempel en aerobicinstruktör i San Francisco som blev uppsagd för att hon såg ut att vara för tung. Hon tillskrevs både kunskap samt fysisk förmåga att leda sina klasser, ändå togs hennes kropps vikt som ett tecken på dålig kondition vilket skulle utesluta möjligheten att vara både tjock och vältränad (Hutson, 2013).

Sammanfattningsvis är tendensen under 1900-talet ett kroppsideal som blir allt smalare och som numera gäller båda könen. Den slanka kroppen är inte längre ett resultat av vare sig en asketisk hållning för att ära Gud eller av korsetter. Den ses istället som ett resultat av konsumtionssamhället där en slank kropp associeras med personlig lycka, social framgång och social acceptans (Söderström, 1999; Turner, 1996).

Teoretisk referensram

Studiens teoretiska ramverk utgår från konsumtionskulturen och kroppsligt kapital. Konsumtionskulturen och kroppsligt kapital skildrar båda det faktum att människors utseende blivit allt viktigare beståndsdelar i människors vardagsliv där ett attraktivt utseende kan bytas mot ekonomiska, sociala eller kulturella kapital (Bourdieu, 1984; Featherstone, 1994).

Konsumtionskulturens utveckling

Konsumentkulturen som utvecklas under 1900-talet har enligt Featherstone (1994) presenterat en värld av välbehag och komfort, något som tidigare var överklassens privilegier finns nu inom räckhåll för alla vilket skapat ett nytt socialt samhällsskikt som fått en nyckelposition i det nutida samhället. I konsumtionskulturen hyllas kroppen, den är eftersträvansvärd och ju mer kroppen liknar de idealiserade bilderna av ungdom, hälsa, god fysik och skönhet, desto högre är dess bytesvärde. Att kunna presentera sig själv, sin kompetens, karaktär och personlighet beskrivs enligt Featherstone (1994) som en ny typ av personlighet ”The performing self”. The performing self är ett jag som ständigt observerar det egna uppträdandet och utseendet för att framställa sig i så gynnsam dager som möjligt. Det är vid presentationen av sig själv som den egna kroppen blir allt mer betydelsefull, individer uppmuntras att granska sig själva efter skavanker och kroppsliga skönhetsfel för att kunna presentera sig själv fördelaktigt (Featherstone, 1994). Detta har likheter med vad Bourdieu (1984) och Wacquant (1995) beskrev som kroppsligt kapital.

Konsumentkulturens fundament etablerades på 1920-talet i och med att de nya medierna film, tabloidpress, tidskrifter och radio gav publicitet åt nya normer och standarder för uppförande. Traditionella värden och seder gav gradvis vika i takt med att allt fler aspekter av livet kom under den växande marknadens inflytande och dess propaganda för olika varor. Reklamen lockade individer att delta i konsumtionen av varor och upplevelser som tidigare varit förbehållna det övre samhällsskiktet (Featherstone, 1994).

Reklam, populärpress, TV och film sprider idealiserade bilder av kroppen och betonar vinsterna av kroppsunderhåll. Termen ”kroppsunderhåll” används som metafor för kroppen som maskin. I takt med att konsumentkulturen får större inflytande ökar tiden som krävs för omsorg och underhåll av kroppen. Belöningen för ett strängt och återhållsamt arbete med kroppen upphör att vara andlig frälsning eller ens en förbättrad hälsa och blir istället ett förbättrat utseende och ett mer gångbart jag för att få ut mesta möjliga av livet (Featherstone, 1994).

Konsumtionskulturens betoning på kroppsunderhåll och utseende antyder två huvudkategorier: den inre och den yttre kroppen. Den inre kroppen använder hälso- och kroppsvård i samband med sjukdom, missbruk eller de försämringar som inträder i samband med åldrandeprocessen. Den yttre kroppen handlar om utseende och hur kroppen presenteras i samhället. Det primära målet med underhåll av den inre kroppen blir att förbättra den yttre kroppens utseende (Featherstone, 1994).

Kroppen i konsumtionskulturen

Reklamen har en avgörande roll i konsumentkulturen, den levererar nya värden som eftersträvansvärda dock återkommer och dominerar vissa teman: ungdom, skönhet, energi, kondition, rörelse, frihet, romantik, exotism, lyx, njutning och glädje.

Konsumtionssamhällets kroppsuppfattning domineras av förekomsten av en stor mängd visuella bilder där den dagliga medvetenheten om vårt utseendes befintliga tillstånd förstärks av jämförelser med såväl egna fotografier från förr, som med de idealiserade bilderna av kroppen som sprids via reklamen och de visuella medierna. Bilderna inbjuder till jämförelser: de utgör ständiga påminnelser om vad vi är och vad vi ännu, om vi anstränger oss, kan bli. Individerna övertygas om att hon genom att anstränga sig och ”arbeta med sin kropp” kan uppnå ett visst eftersträvat utseende och att individen själv är ansvarig för hur hon ser ut (Hepworth & Featherstone, 1982; Featherstone, 1994)

De visuella bilderna gör individen medveten om utseendet och framställningen av kroppen. Hollywoodstjärnorna bidrog till att skapa nya standarder för utseende och kroppsideal där bilder retuscherades för att dölja skönhetsfel. Efter hand blev detta arbete inte nödvändigt eftersom den tidens filmstjärnor la ner mycket tid på att bibehålla och förbättra sitt utseende (Featherstone, 1994). I allt större utsträckning framställdes motion som metod för att stärka kroppens naturliga uppbyggingsförmåga en teknik som skulle hjälpa skådespelarna att klara mönstringen under det närgångna kameraögat (Hornibrook, 1924).

Inom konsumtionskulturen förknippas slankhet med hälsa och hälsoupplysarnas budskap är att övervikt är en hälsofara. En kropp som kännetecknas av ungdom, skönhet och god fysik är attribut som kroppsligt underhåll kan åstadkomma och bevara. Kroppen är biljetten till allt som är gott i livet och med utseendet som en spegling av jaget blir följden av att försumma kroppen både ett minskat erkännande som individ och en indikation på lathet, dålig självbild och till och med moraliskt misslyckande (Featherstone, 1994; Johansson, 1997). Feta individer avbildas som dystra och nedslagna: som skämtfigurer eller kvarlämningar från flydda tider. I ett samhälle där skönhet och hälsa värderas högt och där man omges av ständiga budskap om vikten av att hålla sig ung, fräsch och attraktiv kan gymmet betraktas som en av de platser där dessa ideal utvecklas och upphöjs till normer och värden (Featherstone, 1994; Johansson, 1997).

Kroppsligt kapital

Personliga tränare besitter liten institutionell makt och instruerar ofta kunder med betydligt högre yrkesprestige och inkomst. Trots detta kan personliga tränare skapa förtroende för sina kunskaper om hälsa och träning genom kroppsligt kapital (Hutson, 2013). Begreppet ”kroppsligt kapital” beskriver det värde människors utseende, attraktivitet eller fysiska förmågor som kan bytas mot ekonomiska, sociala eller kulturella kapital (Bourdieu, 1984; Wacquant, 1995). Det kroppsliga kapitalet kan vara en förklaring till varför vissa individer investerar tid, pengar och energi i sina kroppar (Bourdieu, 1984). För att det kroppsliga kapitalet ska fungera måste det sättas inom ett förutbestämd ”fält” där sådant kapital värderas (Bourdieu, 1984). Ett ”fält” där det kroppsliga kapitalet värderas är i utseenderelaterade yrken som personlig tränare, modell och artist. För en personlig tränare ses en muskulös, tonad, tunn och välvårdad kropp som normativ där den vältränade kroppen är en symbol för hälsa

(Bourdieu, 1984). Personliga tränare som inte uppfyller dessa kroppsliga kriterier såg sig missgynnade i träningsbranschen och i en låg efterfrågan hos kunderna på gymmet (Hutson, 2013).

Metod

Design

En kvalitativ ansats med semistrukturerade intervjuer antogs för att kunna svara på studiens syfte. Föreliggande studie är av utforskande design och tolkande ansats då tidigare forskning inom området lyser med sin frånvaro. Med en tolkande ansats är målet att skapa förståelse för den mening, innebörd och de värderingar som finns i en handling eller uttalande (Thorne, Reimer Kirkham & O'Flynn-Magee, 2004). Stor hänsyn tas till den bakgrund och det sammanhang som det tolkade har sin förankring i (Thorne et al., 2004). Enligt Lincoln och Guba (1985) innefattar den tolkande ansatsen följande filosofiska antaganden:

- Det finns flera konstruerade verkligheter som endast kan studeras i sin helhet. Således är verkligheten komplex, kontextuell, konstruerad och i slutändan subjektiv.
- Den som intervjuar och intervjupersonen påverkar varandra under intervjun, data genereras och produceras genom samverkan parterna emellan.
- Ingen förutbestämd teori kan förklara alla resultat i en studie. En teori växer fram eller grundläggs vid analysen av resultaten för att till sist tolka resultaten.

För att möjliggöra en tolkande ansats analyserades de semistrukturerade intervjuerna induktivt genom kvalitativ innehållsanalys (Wibeck, 2000; Graneheim & Lundman, 2004). Ingen förutbestämd teori användes vid analysen, men enligt Thorne et al. (2004) är det dock inte möjligt med en fullständig induktiv analys då den som analyserar alltid har en viss förståelse.

Urval

Tillämnade respondenter till denna studie var personliga tränare verksamma vid ett gym, därför valdes ett målinriktat, även kallat ändamålsinriktat urval (Merriam, 1994). Det målinriktade urvalet skedde genom sökningar via sökmotorn Google, sökorden var "gym i Örebro" och "personlig tränare Örebro" (Google, 2015). De personliga tränare som kontaktades var de personliga tränare som hade angivet kontaktuppgifter på deras privata hemsida alternativt gymmet de var verksamma vid hemsida. Totalt kunde 11 personliga tränare identifieras vilka kontaktades inledningsvis via ett e-postmeddelande där inbjudan att delta i studien bifogades med information om studiens syfte samt hur studien skulle genomföras (se Bilaga 1). Respondenterna gavs även en förklaring till varför de hade kontaktats vilket enligt Bryman (2001) är viktigt att ange i ett tidigt skede. Detta e-postmeddelande följdes upp en vecka senare genom ett telefonsamtal till alla respondenter för att svara på eventuella frågor samt boka tid för en intervju om de var intresserade av att delta i studien. Det eftersträvades en variation från olika gym samt en jämn könsfördelning mellan respondenterna för att möjliggöra en bred skildring av yrkesverksamma

personliga tränare.

Fem personliga tränare gav samtycke till att medverka i studien, men endast fyra är inkluderade i denna studie då en intervju genomfördes som pilot-intervju. Medverkande respondenter i studien är mellan 23-29 år gamla, två män och två kvinnor. Vid intervjuerna framkom det att samtliga respondenter hade läst det treåriga Tränarprogrammet vid Örebro Universitet och nu var timanställda som personlig tränare där de själva var ansvariga att rekrytera kunder. Arbetslivserfarenheten som personlig tränare varierande i omfattning, från fyra veckor till åtta månader.

Dataproduktion

Kvalitativ forskning kännetecknas av att det är deltagarnas perspektiv, vad de uppfattar som viktigt och betydelsefullt som är utgångspunkten i studien, man strävar efter en förståelse av beteenden, värderingar och åsikter vilket motiverar valet av semi-strukturerade intervjuer som datainsamlingsmetod till denna studie (Bryman, 2001). Semistrukturerade intervjuer gjorde det möjligt för respondenterna att utforma svaren på sitt eget sätt vilket gav kunskap om vad respondenten upplevde vara relevant och viktigt (Bryman, 2001). Dessutom fanns möjlighet att ändra ordning på frågorna i intervjuguiden samt ställa följdfrågor (Bryman, 2001) med förhoppningen att uppnå studiens syfte.

Intervjuguiden (se Bilaga 2) som utformades för att användas vid de semi-strukturerade intervjuerna utarbetades med inspiration från tidigare forskning. Det avgörande för en intervjuguide är att få information om hur respondenterna upplever sin värld genom välformulerade frågor som täcker syftet (Bryman, 2001). För att säkerställa att intervjuguiden täckte syftet genomfördes en pilot-intervju där möjlighet gavs att identifiera frågor som respondenterna har svårt att förstå eller om vissa frågor borde byta plats i intervjuguiden (Bryman, 2001). Pilotintervjun resulterade i en revidering av intervjuguiden där vissa frågor omformulerades och andra togs bort då de inte ansågs vara väsentliga för studiens syfte. De enskilda intervjuerna tog mellan 24 och 37 minuter och genomfördes på respondentens arbetsplats alternativt i egen vald lokal för att de skulle känna sig bekväma i en för dem naturlig miljö (Bryman, 2001). Vid val av lokal uppmanades respondenterna att välja en lokal eller ett rum där intervjun kunde ske ostört då samtliga intervjuer spelades in via mobiltelefon för att sedan transkriberas ordagrant. Att spela in intervjuerna gav möjlighet till intervjuaren att koncentrera sig på samtalet och inte distraheras av att föra anteckningar om det som respondenten berättade. (Bryman, 2001; Kvale, 1997).

Databearbetning och analys

Kvalitativ innehållsanalys med en induktiv ansats användes för att analysera insamlad data. En kvalitativ innehållsanalys är en metod för sökandet efter teman med hjälp av kodning genom att skapa kategorier och teman utifrån informanternas berättelser som svarar på studiens syfte (Wibeck, 2000). Värt att notera är att den kvalitativa innehållsanalysen inte syftar till att finns några i förväg bestämda eller korrekta svar (Graneheim & Lundman, 2004). Den induktiva ansatsen innebar att de semistrukturerade intervjuerna genomfördes förutsättningslöst utan en i förväg bestämd teoretisk ansats (Graneheim & Lundman, 2004; Bryman, 2001).

De transkriberade intervjuerna analyserades i enlighet med Graneheim och Lundmans (2004) rekommendationer. Innan den kvalitativa innehållsanalysen inleddes lästes transkriberingarna igenom samt att forskaren lyssnade på det inspelade materialet för att få en känsla för helheten (Graneheim & Lundman, 2004). Graneheim och Lundman beskriver den kvalitativa innehållsanalysen i följande stadier; Steg ett är att plocka ut meningsbärande enheter, vilket är meningar som svarar på studiens syfte. Steg två är att kondensera ner dessa meningsbärande enheter utan att förlora betydelsen av enheten. Efterföljande steg är en kodning av det som ansågs vara den meningsbärande enhetens kärna genom att ytterligare kondensera innehållet till endast ett eller några enstaka ord för att kunna bilda kategorier utifrån skillnader och likheter (Se Tabell 1). Dessa kategorier är det som utgör det manifesta innehållet i intervjuerna (Graneheim & Lundman, 2004).

Tabell 1. Utdrag ur den kvalitativa innehållsanalys

Meningsenhet	Kondenserad meningsenhet	Kod	Subkategori	Kategori
Ja men lite så. Om man säger att man är personlig tränare förväntas man kunna "flexa upp" någonting.	En personlig tränare förväntas ha muskler	Föreställning om att vara vältränad	Muskulös kropp	Kroppen som varumärke
Men absolut, jag känner att det ger bättre reklam om jag ser hälsosam ut, absolut, man måste lite leva som man lär. Det finns folk i den här branschen som ser ner på pt som inte är lika bra tränade.	"Leva som man lär" - bättre reklam om man ser hälsosam ut. Risk att bli nervärderad av andra personliga tränaren om man inte är bra tränad	Hälsosam kropp som reklam, risk att nervärderas i annat fall.	Se hälsosam ut för att undvika negativa konsekvenser	

Etiska ställningstagande

Vid forskning är det grundläggande att arbeta utifrån de fyra huvudkraven; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2015). Respondenterna fick redan vid inbjudan att delta i studien (se Bilaga 1) information om studiens syfte, att det var frivilligt att delta och att de när som helst kunde avbryta sin frivilliga medverkan samt att studien skulle vara konfidentiell vilket innebar att ingen skulle få veta att just de deltagit i studien. Dessa etiska principer och huvudkrav redogjordes för även vid inledningen av den semi-strukturerade intervjun.

De etiska principerna och huvudkraven beaktades under hela studien, från urvalet av respondenter till utformning av intervjuguide och presentation av resultatet.

Resultat

Den kvalitativa innehållsanalysen resulterade i åtta stycken kategorier, nämligen; utomliggande faktorer, personliga egenskaper, se vältränad ut, utstråla hälsa, kroppsidealet är kulturellt och åldersbetingat, individuell och social påverkan, kroppen som varumärke samt yrket som ständig följeslagare (Se Tabell 2). I följande del kommer resultatet av de semistrukturerade intervjuerna presenteras utefter studiens tre frågeställningar.

Tabell 2. Studiens frågeställningar med tillhörande kategorier och subkategorier

Subkategori	Kategori	Frågeställning
Positiva omdömen Välbekant och trygg miljö	Utomliggande faktorer	Vilka aspekter upplever de personliga tränare att kunderna utgår ifrån vid valet av personlig tränare?
Yttre attribut Tilltalande personlighet Personlighet	Personliga egenskaper	
Vältränad Tränad utan anspråk på en viss procentandel kroppsfett Muskulös kropp	Se vältränad ut	Hur beskriver de personliga tränarna det rådande kroppsidealet och vilken inverkan har det för den yrkesverksamma?
Kroppsidealet varierar beroende på ålder och kulturell bakgrund	Kroppsidealet är kulturellt och åldersbetingat	
Utstråla ett vältränat och hälsosamt utseende	Utstråla hälsa	
Påfallande press att leva upp till rådande kroppsideal på gymmet Samhällsgrupperingar i förhållningssättet till träning Rädsla att ifrågasättas i sin yrkesroll	Individuell och social påverkan	Hur beskriver de personliga tränarna det rådande kroppsidealet och vilken inverkan har det för den yrkesverksamma?

Uppmaning om en viss livsstil Föreställning om att vara vältränad Se hälsosam ut för att undvika negativa konsekvenser	Kroppen som varumärke	Upplever personliga tränare att samhället har förväntningar på ett specifikt yttre attribut som personlig tränare och hur förhåller dem sig till det?
Fysisk och psykisk press att bli bedömd och förhålla sig till sitt yrke även som privatperson Verksam i yrkesrollen dygnet runt	Yrket som ständig följeslagare	

Vilka aspekter upplever de personliga tränare att kunderna utgår ifrån vid valet av personlig tränare?

Två kategorier kunde urskiljas vid analysen; utomliggande faktorer och personliga egenskaper.

Utomliggande faktorer

Utomliggande faktorer inkluderar uttalande om att det var av betydelse med ett gott rykte, att man som personlig tränare gör ett bra jobb som vidare fungerar som en referens till potentiella kunder.

Att det sprids, att man gör ett bra jobb. Det märker man, nu börjar det komma folk som har hört av någon jag tränat tidigare "hon var jätte nöjd" och sen kommer nästa. Jag tror man måste vänta ut det. Det är hur mycket konkurrens som helst!

Respondent 3

Positiva omdömen ansågs dock inte vara den enskilda utomliggande faktorn, utan även trygghet som inkluderade dels kundens nuvarande gym som bekant arena, men även att den personliga tränaren rörde sig i gymmets lokaler för att bidra till igenkännlighet bidrog vid valet av personlig tränare.

Dom kommer börja välja på det gym där dom redan går. De ser över PT på det gymmet som dom redan är på och sen därifrån så tror jag dom väljer någon som dom kan identifiera sig med.

Respondent 4

Personliga egenskaper

Det återkommande från samtliga intervjuer var i någon form en beskrivning av att den personliga tränaren bör se ut på ett visst sätt, vissa respondenter använde ordet vältränad, en annan fit, medan en uttryckte det som att utseendet ska spegla kompetensen man besitter. Att anses ha ett yttre attribut som är vältränat var enligt en av respondenterna tillräckligt för att tilltala nya kunder.

Sen finns det vissa som är väldigt vältränade, de behöver inte ens ragga kunder, de bara får för att dom är så pass tränade.

Respondent 3

Det verkade dock finnas olika preferenser gällande hur en personlig tränare bör se ut och att ett visst kroppsideal inte tilltalar alla.

Jag tror dom går lite på det här hur man ser ut också. Ser man ut som en kroppsbyggare så tror jag det kan avskräcka vissa medan det lockar andra så jag tror hur man uppfattas utåt.

Respondent 4

En annan deltagare var inne på samma spår om att det yttre attributet inger förtroende om yrkeskunskap och livsstil när denna beskrev individer som väljer att tävla i fitness söker efter en personlig tränare som antingen ska tävla själv eller har tävlat för att denna är medveten om vilken livsstil och uppoffringar som krävs. Enligt respondenten var en personlig tränare verksam vid ett gym riktat till den breda massan inte aktuell för detta klientel.

Utöver de yttre attributen som personlig egenskap gick även att urskilja att den personliga tränarens personlighet var en väsentlig egenskap, respondenternas uppfattning var att personkemin och den personliga kontakten bidrog i valet av personlig tränare.

Hur beskriver de personliga tränarna det rådande kroppsidealet och vilken inverkan har det för den yrkesverksamma?

Det fanns varierande uppfattningar kring det rådande kroppsidealet; ett vältränat utseende, ett ideal som utstrålar hälsa, men också ett kroppsideal som skiljde sig åt beroende på ålder och kulturell bakgrund.

Se vältränad ut

Uttrycket ”Strong is the new skinny” som en av respondenterna väljer att rubricera det rådande kroppsidealet beskriver bra hur flera av de övriga respondenterna resonerar. Det tidigare magra idealet är ersatt med att utstråla ett vältränat utseende utan anspråk på en viss procentandel kroppsfett.

Sen behöver man inte vara den här fitnessathleten som är superdeffad, det tror jag inte, mer stor energi... Se tränad ut...

Respondent 1

Detta vältränade utseende som beskrivs som ett kroppsideal verkar emellertid fått en orimlig betydelse enligt en av de personliga tränarna med frånvaro av det hälsosamma.

Nästan så att det har gått till överdrift. Det är en väldig hets till träning det är inte det här hälsosamma längre, utan alla... Allt kretsar kring träning idag, eller mycket i alla fall...

Respondent 2

Utstråla hälsa

Gemensamt för flera av respondenterna är att det tidigare magra idealet är ersatt av någonting nytt. Enligt somliga har övergången skett till ett vältränat ideal medan en av respondenterna uttrycker att nuvarande kroppsideal är att vara hälsosam jämfört med tidigare smala ideal.

Det rådande kroppsidealet det är att man, jag går ifrån lite, jag tycker inte det är det här att man ska vara överdrivet smal utan jag tycker mer att man ska utstråla hälsa att man ska vara hälsosam.

Respondent 4

Kroppsidealet är kulturellt och åldersbetingat

Att rådande kroppsideal verkar skilja sig åt beskriver följande respondent genom att redogöra för hur ålder och kulturell bakgrund anses vara påverkans faktorer till rådande kroppsideal i samhället.

Det är ju vissa tjejer som kommer till mig som "jag vill bli smal, men jag vill inte ha muskler". Det är varierande åldrar och så tror jag, eller jag har upplevt att det är olika kulturer, de som är från östländerna dom vill ju vara smala, men inga muskler och dom får inte synas musklerna. Så dom vill bara förbränna och inte bygga någonting, så det är inte hälsosamt ideal dom har. Sen finns det dom som vill va liksom supervältränade, dom vill ha magrutor och rumpa och det är kanske mer yngre tjejer 18-20 åringar. Och sen finns det dom som är lite äldre som kanske är mot 50 som vill träna, dom vill inte vara överviktiga, de vill mer ha det sunda, jag vet inte riktigt om det kanske kommer med åldern? Så det skiftar. Man möter verkligen alla, alla har olika bild utav vad som är ett ideal.

Respondent 2

Individuell och social påverkan

Rådande kroppsideal förefaller påverka samtliga respondenter i deras yrkesroll som personlig tränare och på deras arbetsplats gymmet vilket kunde kategoriseras i individuell och social påverkan.

Det förefaller vara en större press att leva upp till rådande vältränade kroppsidealet på gymmet jämfört med samhället i stort enligt respondenten. Om detta är en enskild upplevelse eller om det är verkligheten på ett gym må vara osagt, men en annan av de personliga tränarna uttrycker en likartad skildring.

Det är större press innanför gymmets väggar, det märker jag som rör mig bland vältränade människor hela dagarna att det är ett större fokus på det än vad det är utanför. Det är nästan så att har du inte magrutor vad gör du här?

Respondent 1

En formsvacka som utanför gymmet är en omärkbar kroppslig förändring innebar för denna deltagare ett sämre psykiskt välmående där kroppens utseende ansåg beskriva hur bra alternativt dålig hen var i jämförelse med andra.

Man känner ju sig lite sämre om man har en liten dipp, men känner sig sämre än dom andra, det är väl den största negativa grejen. Då kan det bli jobbigt både fysiskt och psykiskt när man tappar liiite form som utanför dom här väggarna inte hade märkts... Det är väl det största.

Respondent 2

Den upplevda pressen om ett vältränat utseende medför att en av respondenterna reflekterar kring sitt eget förhållningssätt till rådande kroppsideal och om det medför en anpassning av träningsform beroende på gymmets klientel.

Jag vet inte om det är omedvetet eller inte, men när jag är på X så lyfter jag mycket mer tungt, här tränar jag mer hypertrofi-träning, men det vet jag inte om det har med det att göra, men det kan ju va.

Respondent 4

Strävan efter den vältränade kroppen som enligt respondenten är det rådande kroppsidealet och förekomsten av sociala medier har genererat samhällsgrupperingar i förhållningssättet till träning med den gemensamma nämnaren att ingen tränar för att det är kul.

Instagram och sociala medier det har skapat väldigt stora klyftor, de som tränar idag tränar så mycket mer än vad man gjorde förut. Och de som inte tränar är mer anti än någonsin så klyftorna där emellan växer. Det finns ingen längre som tränar en gång i veckan för att man tycker det är kul utan antingen är det all-in eller så är det inte alls.

Respondent 1

Med det ökade samhällsintresset som de yrkesverksamma personliga tränarna i denna studie beskriver kring träning finns det enligt en av de respondenterna en strävan efter snabba resultat för att uppnå ett vältränat utseende och med det en rädsla att ifrågasättas i sin yrkesroll.

Jag har många kunder som "det här har jag läst, det här tycker jag". Och det är mycket det här quickfix, jag vill vara fit om en månad. Ah men nu funkar inte Aftonbladets förstasida, du kan inte. Eller jo du kan gå ner 4 kilo på vecka, men det är inte hälsosamt nånstans. Många kunder har mycket idéer, det känns.. vad ska man säga... det är lätt att få tag i information från Aftonbladet, Facebook smäller ut "så här går du ner, så här tränar du". Så många är hobby-pts idag och många har en egen uppfattning, men sen är det inte alltid rätt. De förväntar sig att man ska kunna se ut på ett visst sätt på en väldigt kort tid. Då kanske jag uppfattas som okunnig när jag säger att det inte går...

Respondent 2

Upplever personliga tränare att samhället har förväntningar på ett specifikt yttre attribut som personlig tränare och hur förhåller dem sig till det?

Att samhället har förväntningar på hur en personlig tränare bör se ut var samtliga respondenter överens om även om de uttryckte det på olika sätt var det genomgående temat i uttalandena att kroppens betraktades fungera som varumärke.

Kroppen som varumärke

Att upplevas ha ett hälsosamt utseende är enligt en av de personliga tränarna positivt i marknadsföringssyfte för att verka trovärdig i sitt yrke, men också som en resurs för att undvika negativa konsekvenser.

Jag känner att det ger bättre reklam om jag ser hälsosam ut, absolut, man måste lite leva som man lär. Det finns folk i den här branschen som ser ner på pt som inte är lika bra tränade.

Respondent 4

"Min kropp och mitt levnadssätt är mitt varumärke" menar en respondent och vidareutvecklar sitt resonemang med den medvetenheten som finns kring detta synsätt både hos hen personligen, men också hos kollegor. Den allmänna uppfattningen respondenterna emellan var nämligen att personliga tränare som inte levde upp till samhällets förväntningar kring hur en personlig tränare bör se ut var missgynnade i branschen.

Kunderna kanske tvivlar. Säg att en kund säger att den vill ha magrutor, då kanske man förväntar sig att PTn också ska ha magrutor för hur ska jag annars kunna lita på att den kan leverera om den själv inte har det? Vissa kollegor har lite svårare, att de måste tänka mycket på kost och träning och så och som tvivlar på sig själva med jämna mellanrum. Så det är faktiskt något som vi diskuterar. Att man måste leverera. Att det kanske inte bara räcker med den kunskapen man har, tyvärr. Men typ litegrann som att man inte vill ha en smal kock, kockar ska vara tjocka för dom äter mycket, lite så.

Respondent 2

Yrket som ständig följeslagare

Det konstaterades att det fanns en viss förväntan på respondenternas utseende utefter yrkesval och en fysisk och psykisk press att bli bedömd och förhålla sig till sitt yrke även som privatperson där de upplevdes vara verksamma i sin yrkesroll dygnet runt.

Det började lite som att vi skämta om det när vi var ute, jag var ute med en kollega och skulle handla till pt-rummet och då knuffa kollegan mig när jag skulle ta rulltrappan, "ta trapporna, du är personlig tränare nu". Det händer ju ett antal gånger i veckan att jag tänker på det, så att man tänker på vad man lägger upp på sociala medier till exempel och det beror ju på att man tänker att man ska förhålla sig till sitt yrke så ja absolut.

Respondent 4

Erfarenheten av att behöva rättfärdiga och försvara sina beslut utefter sin yrkesroll även som privatperson ansåg en av deltagarna som påfrestande vilket inneburit att respondenten medvetet dolde livsmedel i sin kundkorg som kunde uppfattas som onyttiga.

När man är och handlar och ser gymkunder i butiken, då kan jag tycka det är lite jobbigt för man vet att de sneglar mot ens korg och så måste man tänka vad har jag i min korg, om det är något som inte är riktigt jätte nyttigt försöker jag lägga det lite under och egentligen jag om nån kan ju unna mig det som inte är jätte nyttigt. Ofta får man kommentarer; äter du sånt? Du som är PT och du som tränar. Men man ifrågasätter inte andra som äter det, men jag ifrågasätts väldigt mycket. Ska du äta det? Ska du verkligen äta pizza? Du som tränar? Du som jobbar som PT? Äter man sånt som PT?

Respondent 3

Diskussion

Metoddiskussion

Kvalitativ forskning, som i denna studie vars data är baserat på intervjuer, kräver förståelse och samarbete mellan forskaren och deltagarna. Verkligheten kan tolkas på olika sätt och är i slutändan subjektiv. I följande del kommer således studiens design, urval, datainsamling och analys diskuteras i relation till hur trovärdig, tillförlitlig och överförbar studiens resultat är (Graneheim & Lundman, 2004).

Det visade sig problematiskt att rekrytera personliga tränare, varför endast fyra stycken medverkade. Problematiken med rekrytering av deltagare kan eventuellt förklaras av den höga arbetsbelastning de tilltänkta respondenterna upplevde. De beskrev en svårighet i att avsätta tid för en intervju med motivering att de ville "hålla tiden öppen för deras kunder". Det låga deltagarantalet samt att deltagarna hade samma utbildning och likartad arbetslivserfarenhet sett till hur de länge de hade arbetat som personlig tränare kan medföra att trovärdigheten för studien kan tänkas bli bristfällig och att resultatet är svårt att överföra till liknande studier (Graneheim & Lundman, 2004).

Rekryteringsformen med inbjudan att delta i studien via e-post till de personliga tränarna kan även det ligga till grund för det låga deltagarantalet. Vid det uppföljande telefonsamtalet framkom det att många inte läst sin e-post då e-postadressen som fanns angiven på deras privata hemsida alternativt gymmet de verkade vid hemsida inte användes. Rekryteringen hade möjligtvis varit lättare om de personliga tränarna hade kontaktats med ett telefonsamtal inledningsvis med information om studien och därefter skickats en inbjudan via e-post till en e-postadress de själva uppgav.

De personliga tränarna som gav samtycke att medverka i studien fick själva välja tid och plats för intervjun för att underlätta deras medverkan. Samtliga intervjuer genomfördes i anknäring till deras arbetsplats vilket möjliggjorde att respondenterna kände sig bekväma i en för dem naturlig miljö (Bryman, 2001). Den efterföljande transkriberingen underlättades av att de semistrukturerade intervjuerna genomfördes i en lokal eller ett rum där intervjun kunde ske ostört vilket medförde att transkriberingen kunde ske ordgrant (Bryman, 2001; Kvale, 1997).

Valet av datainsamlingsmetod stod mellan semistrukturerade intervjuer och fokusgrupper. Efter information från tidigare studenter som skrivit kandidatuppsats med målgrupp personliga tränare beskrevs en svårighet att samla respondenterna till fokusgrupper på grund av varierande arbetstider varför semistrukturerade intervjuer ansågs lämpligt sett till studiens begränsade tidsomfattning. Vid de semistrukturerade intervjuerna har deltagarnas personliga tankar framkommit kring studiens frågeställningar och följdfrågor har kunnat ställas (Bryman, 2001).

Enligt Bryman (2001) är det viktigt att skapa en tillitsfull relation och de respondenter som deltog i studien upplevdes bekväma i intervjusituationen. För att möjliggöra att intervjuerna tillsammans med utformad intervjuguide skulle svara på studiens syfte och frågeställningar trots författarens bristande erfarenhet erhöles inspiration från tidigare forskning samt att litteratur om intervjuteknik studerades (Kvale & Brinkmann, 2009). Pilotintervjun som genomfördes är inte inkluderad i studien då revideringar av intervjuguiden skedde då det erhållna materialet bedömdes innehålla allt för stor del irrelevant data för studiens syfte. Bryman (2001) menar att en pilotintervju inte enbart ska säkerhetsställa att frågorna fungerar som man tänkt utan också att studien i sin helhet blir bra.

Under analysprocessen har ambitionen varit att varken studiens teoretiska referensram eller egna värderingar ska påverka resultatet. Objektiviteten fanns hela tiden i åtanke under analysprocessen, men enligt Thorne et al. (2004) samt Graneheim och Lundman (2008) är det inte möjligt med en fullständig induktiv analys då den som analyserar alltid har en viss förförståelse. Hade andra forskare gjort samma datainsamling skulle resultatet se annorlunda ut sett till den forskarens kvalifikationer, utbildning och erfarenheter (Patton, 1990).

Den kvalitativa innehållsanalysen som ligger till grund för resultatet genomfördes i enlighet med Graneheim och Lundman (2004) rekommendationer. Kategorier som ansetts vara studiens manifesta innehåll har skapats allt eftersom meningsenheter, kondensering, koder och subkategorier genererats. Värt att nämna är att författaren i denna studie är nybörjare inom kvalitativ innehållsanalys vilket kan ha påverkat resultatet. För att styrka trovärdigheten i studien har citat ur intervjuerna och en tabell

som visar på hur kategoriseringsprocessen gått till redovisats (Graneheim & Lundman, 2008) samt att kategoriseringsprocessen diskuterats med handledaren för uppsatsen. Enligt Graneheim och Lundman (2008) ökar trovärdigheten om resultaten presenteras på ett sätt som gör det möjligt för läsaren att leta efter alternativa tolkningar. Lämpliga citat har även presenterats för att tillsammans med en beskrivning av urval, datainsamlingsmetod och analysprocess möjliggöra för läsaren att bedöma överförbarheten i studien (Bryman, 2001).

Under arbetet med studien har noggrannhet och respekt inför både respondenterna och den data de genererat beaktats, med strävan att presentera empirin så tydligt som möjligt. Kvalitativ innehållsanalys är en balansgång enligt Graneheim och Lundman (2008) där resultatet och de företeelser som har studerats medför att en teori växer fram vid analysen för att till sist tolka resultaten samtidigt som forskaren inte får tillskriva betydelser som inte finns.

Resultatdiskussion

Studiens syfte var att utforska hur personliga tränare upplever och förhåller sig till kroppsideal samt samhällets förväntningar gällande hur en personlig tränare bör se ut. Rubrikerna som följer innehåller studiens frågeställningar och resultatet diskuteras utefter tidigare forskning samt teoretisk referensram.

Vilka aspekter upplever personliga tränare att kunderna utgår ifrån vid valet av personlig tränare?

Bourdieu (1984) beskriver att det kroppsliga kapitalet främst fungerar i utseenderelaterade yrken, där personliga tränare innefattas vilket går i linje med att samtliga respondenter uppger att den personliga tränaren bör se ut på ett visst sätt. Att det kroppsliga kapitalet ska utstråla kompetens om hälsa och träning för att skapa förtroende (Hutson, 2013) uppger även en av respondenterna i studien.

Studiens teoretiska referensram, konsumentkulturen, hyllar kroppen och desto mer kroppen liknar de idealiserade bilderna desto högre är dess bytesvärde (Featherstone, 1994). Det går i hand i hand med en av respondenternas upplevelse att de som är ”väldigt vältränade inte ens behöver ragga kunder”, kunderna väljer dem enbart för att de lever upp till de idealiserade bilderna av hälsa och god fysik.

Trots att det uttryckligen är väsentligt med ett tilltalande utseende enligt de personliga tränarna är de även noga med att påtala betydelsen av att göra ett bra arbete. Ordets betydelse i form av positiva rekommendationer från nuvarande eller tidigare kunder nämner flera av respondenterna är avgörande i valet av personlig tränare. Ingen av respondenterna hade själv tränat med en personlig tränare och kunde därför inte svara på frågan hur de själva valde i utbudet av personliga tränare på marknaden.

Hur beskriver de personliga tränarna det rådande kroppsidealet och vilken inverkan har det för den yrkesverksamma?

Det rådande kroppsidealet fanns det skilda meningar om, men den generella uppfattningen var att det tidigare magra idealet är ersatt av någonting nytt. Under 1980-talet med Jane Fonda i spetsen förändrades kroppsidealet från det smala och spinkiga till ett större fokus på muskelbyggande och en stark kropp även för kvinnor

(Johansson, 1997). Detta har likheter med vad flera av respondenterna beskriver är det rådande kroppsidealet i dagens samhälle enligt uttrycket ”Strong is the new skinny”. Bekymmersamt är den hets som skildras till träning med frånvaro av det hälsosamma. Respondenterna beskrev en lättnad över att det smala idealet är ersatt av ett hälsosammare kroppsideal, men frågan är hur sunt detta nya ideal är efter uttalandet om att ingen tränar för att det är roligt längre. Eventuellt kan detta utlåtande ha paralleller till Söderström (1999) då han menar att strävan efter att efterlikna ett värdesatt kroppsideal kan vara en del av motivationen hos de som besöker ett gym.

Enligt Hutson (2013) är det nuvarande kroppsliga idealet inom träningsindustrin en muskulös och tonad kropp och Johansson (1997) och Featherstone (1994) framställer gymmet som en arena där dessa ideal upphöjs till normer och värden. Eftersom de yttre attributen betraktas som en spegling av jaget och individens värde i samhället (Featherstone, 1994) kan antaganden om att synen på individen som formas inom ramen för gymverksamheten få konsekvenser för hur människor i allmänhet uppfattar sig själva (Johansson, 1997). Detta stämmer överens med vad som i denna studie kategoriserades till individuell och social påverkan.

Redogörelsen om att det var påfrestande fysiskt och psykiskt om man upplevde en formsvacka som utanför gymmet var en omärkbar kroppslig förändring är ett exempel på hur en person formats inom ramen för gymverksamheten upplever konsekvenser för hur man uppfattar sig själv (Johansson, 1997). Det framkom en större press att leva upp till det vältränade kroppsidealet på gymmet jämfört med utanför gymmets väggar vilket är tänkvärt då gymmet är en vanligt förekommande arbetsplats för personliga tränare.

Sociala medier har även det medverkat till en individuell och social påverkan. Dels genom vad en av respondenterna beskriver som samhällsgrupperingar i förhållningssättet till träning och hälsa med den gemensamma nämnaren att ingen tränar för att det är kul, men också sociala medier som ett redskap för individer att agera ”hälsoupplysare” för att sprida hälsobudskap. Denna företeelse som beskrivs enligt en av respondenterna som att vilja visa sin kunskap och livsstil genom sociala medier kan ha kopplingar till konsumtionskulturens budskap om att kroppen är biljetten till allt som är gott i livet och att utseendet ses som en spegling av jaget (Featherstone, 1994; Johansson, 1997). Individer vill visa sitt levnadssätt eftersom en försumning av kroppen ses både som ett minskat erkännande som individ, men också som en indikation på lathet, dålig självbild och till och med moraliskt misslyckande (Featherstone, 1994; Johansson, 1997).

Upplever personliga tränare att samhället har förväntningar på ett specifikt yttre attribut som personlig tränare och hur förhåller dem sig till det?

”Det finns folk i den här branschen som ser ner på pt som inte är lika bra tränade” uttryckte en av respondenterna, ”min kropp och mitt levnadssätt är mitt varumärke” menar en annan. Deras uttalande stämmer överens med att personliga tränare som inte uppfyllde de kroppsliga kriterierna såg sig missgynnade i träningsbranschen och i en låg efterfrågan på gymmet (Hutson, 2013).

De personliga tränarnas upplevelse av kroppen som varumärke har likheter med vad Boudieu (1984) och Wacquant (1995) beskrev som kroppsligt kapital. Den vältränade kroppen är en symbol för hälsa (Bourdieu, 1984) och ett sätt att visa sin trovärdighet som personlig tränare, men också som en resurs för att undvika negativa konsekvenser enligt respondenterna. Samtliga personliga tränare som deltagit i denna studie menar att det är en tuffare arbetsmarknad för de personliga tränare som inte anses vara vältränade och att de som inte lever upp till idealet får svårare att rekrytera nya kunder. Den faktiska kunskapen som den personliga tränaren sannolikt har, trots avsaknaden av en vältränad kropp, verkar komma i andra hand.

Kroppen som ett så tydligt varumärke i respondenternas ögon är intressant sett till studiens första frågeställning gällande vilka aspekter kunderna väljer personlig tränare utifrån. Vid samtliga intervjuer var det ingen av respondenterna som nämnde kroppens utseende inledningsvis. Det handlade i första hand om rekommendationer, igenkänningsfaktorn, personkemi och den personliga kontakten. Sekundärt kom uttalande om kroppens utseende ”... kan också tänka mig att man ska se fit ut själv”.

Mellan år 2005 till år 2013 ökade antalet personligare tränare med 1959 stycken (Statistikdatabasen, 2015). Det går inte att hitta information om hur många som väljer att träna med en personlig tränare, men intresset har ökat (Bratland-Sanda & Sundgot-Borgen, 2014; Andreasson & Johansson, 2013). Det kan dock tänkas att utbudet är större än efterfrågan och att detta är grunden till den press som beskrivs till kroppen som varumärke i och med att konsumtionssamhällets kroppsuppfattning domineras av förekomsten av ett attraktivt utseende för att öka sin försäljning (Hepworth & Featherstone, 1982; Featherstone, 1994). En annan tänkbar faktor kan vara gymmet som beskrivs som en arena som uppmuntrar att nå ett förbättrat utseende (Featherstone, 1994). Om detta är motivationskraften hos besökarna, att för varje besök vara ett steg närmare det eftersatta idealet hur påverkar det då inte de personliga tränare som har denna arena som arbetsplats där ideal upphöjs till normer (Featherstone, 1994).

Det utmärkande vid samtliga intervjuer var respondenternas beskrivning att det inte enbart var deras utseende det fanns förväntningar kring utan hela deras livsstil. Det beskrevs en medvetenhet till vad som publicerades på sociala medier med förklaringen att man ska förhålla sig till yrket, men också erfarenheter att tvingas förklara sina beslut med upplevelsen att man som personlig tränare var verksam i sin yrkesroll 24 timmar om dygnet.

Att ständigt uppleva sig vara tvungen att förhålla sig till yrket med en medvetenhet att inte använda rulltrappan med rädsla för vem som kan tänkas se det eller att strukturera om kundkorgen vid inköp i livsmedelsbutiken för att visa upp livsmedelsval man tror är synonymt med yrket har likheter med vad Featherstone (1994) beskriver som ”The performing self”. The performing self observerar ständigt det egna uppträdandet och utseendet för att framställa sig själv så fördelaktigt som möjligt (Featherstone, 1994). Inom konsumtionskulturen går utvecklingen mot att se kroppens egenskaper som formbara och det som Featherstone (1994) beskriver som det uppträdande jaget innebär enligt en av respondenterna en ständig press att leverera ett utseende man tror kunderna önskar.

Om intresset att utbilda sig till personlig tränare ökar (Andreasson & Johansson, 2013) kommer det även öka de yrkesverksammans press i att presentera en hälsosam livsstil och ett tilltalande yttre i konkurrensen om kunder? Kommer det krävas ett ”perfektionistiskt” förhållande till både kost och träning där ingenting som möjligen kan avvika från synen på en personlig tränares livsstil är acceptabelt? Sassatelli (1999, 2010) menar att personliga tränare kan bidra till den allmänna uppfattningen om hur den hälsosamma individen ska betraktas varför det inte är obefogat att tro att detta ”perfektionistiska” synsätt till kost och träning även kommer påverka besökarna på gymmet.

Praktiska implikationer

Personliga tränare har en viktig funktion i att förmedla sin syn på hur en hälsosam individ bör förhålla sig till såväl mat som träning, men i denna studie upplever de yrkesverksamma snarare en press att förmedla ett ”perfektionistiskt” förhållande till både kost och träning. Om de personliga tränarna inte förmedlar en hälsosam syn på kost eller träning samt att gymmet främst ses som en arena att förbättra sin fysiska prestation där ideal upphöjs till normer vilka konsekvenser får det för de yrkesverksamma och deras kunder? Utifrån studiens resultat anses det relevant att dessa frågor diskuteras bland de yrkesverksamma, men också på de olika PT-utbildningarna i landet för de blivande personliga tränarna.

Framtida forskning

Denna studie ger indikationer på att medverkande personliga tränare upplever en press sett till både utseende och livsstil. Medvetenhet kring vad som publiceras på sociala medier, träningsupplägg och livsmedelsval är bara några saker de nämner utöver deras uppfattning att de ska se ut på ett visst sätt. I relation till tidigare forskning ses det som oroväckande eftersom ett alltför stort fokus på att äta nyttigt och träna extremt mycket kan orsaka en hysteri som alltmer övergår från ett hälsosamt beteende till ett destruktivt beteende. Även om tidigare forskning inom området träningsinstruktörer och kroppsideal är begränsad nämndes i introduktionen forskning som visar att träningsinstruktörer oftare än andra rapporter ätstörningsproblematik. Det bedöms därför relevant med vidare forskning som inkluderar ytterligare professioner inom hälsa för att belysa hur de upplever och förhåller sig till kroppsideal och samhällets förväntningar på deras yrkeskategori.

Ytterligare en studie som bedöms relevant att utföra är att utforska om ”kroppen som varumärke” är en uppfattning från de personliga tränarna själva och internt inom yrkeskategorin personlig tränare och inte från samhället. Sätter de själva upp dessa till synes hårda kroppsliga ideal genom en jämförelse mellan varandra eller är det gymmet som arena som ger upphov till denna press?

Slutligen, utefter studiens resultat, vore det även intressant att intervjua personliga tränare som inte arbetar inom yrkeskategorin längre för att utforska varför de har slutat. Är det de upplevda kraven på ett specifikt kroppsideal och levnadssätt som de inte klarar, orkar eller vill leva upp till som är anledningen?

Konklusion

”Min kropp och mitt levnadssätt är mitt varumärke” är ett uttalande från en av respondenterna som även blev titeln på denna studie. Det beskrev väl den fysiska och psykiska press respondenterna upplevde i att bli bedömd och förhålla sig till sitt yrke.

Att en personlig tränare skulle se ut på ett visst sätt var samtliga respondenter överens om. En vältränad kropp ansågs utstråla kompetens om hälsa och träning och kunde skapa förtroende för sina nuvarande och blivande kunder. Den faktiska kunskapen om träning föreföll vara sekundär.

De personliga tränarna i denna studie menar att det är en större press att leva upp till det vältränade kroppsidealet på gymmet och att ingen som tränar gör det för att det är roligt.

Referenser

- Andreasson, J., & Johansson, T. (2013). The Health Guru. Masculinity and Fitness Coaching in the Blogosphere. *The Journal of Men's Studies*, 21(3), 277-290.
- Andreasson, J., & Johansson, T. (2014). Doing for group exercise what McDonald's did for hamburgers?: Les Mills, and the fitness professional as global traveller. *Sport, Education & Society*, 14(2), 1-18. doi: 10.1080/13573322.2014.885432.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Bratland-Sanda, S., & Sundgot-Borgen, J. (2014). "I'm Concerned – What Do I Do?" Recognition and Management of Disordered Eating in Fitness Center Settings. *International Journal of Eating Disorders*, 48(4), 415-423. doi: 10.1002/eat.22297
- Bryman, A. (2001). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB.
- Cederström, C., & Spicer, A. (2015). *Wellnessyndromet*. Stockholm: Tankekraft.
- Chapman, D. L. (1994). *Sandow the Magnificent. Eugen Sandow and the beginning of Bodybuilding*. Chicago: University of Illinois Press.
- Davis, S. E., Dieterich, J. L., Van Meter, L. L., & Pullo, F. M. (2004). Body dissatisfaction, drive for thinness, and obligatory exercise among certified fitness leaders. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 36.
- Dworkin, S.L. & Wachs, L. (2009). *Body Panic. Gender, health, and the Selling of Fitness*. New York: New York University Press.
- Eriksson, L., Baigi, A., Marklund, B., & Lindgren, E. C. (2008). Social physique anxiety and sociocultural attitudes toward appearance impact on orthorexia nervosa test in fitness participants. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 18, 389-394.
- Featherstone, M. (1994). *Kropp, kultur och konsumtion*. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Goffman, E. (1969). *The presentation of Self in Everyday Life*. London: Allen Unwin.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112.
- Greenleaf, C., McGreer, R., & Parham, H. (2006). Physique Attitudes and Self-Presentational Concerns: Exploratory Interviews with Female Group Aerobic Exercisers and Instructors. *Sex Roles*, 54(2), 189-199. doi: 10.1007/s11199-006-9337-4

Gymjakt. (2015). *Gym i Sverige*. Hämtad 2015-04-09, från <http://www.gymjakt.se/gym-i-sverige>

Hepworth, M., & Featherstone, M. (1982). *Surviving Middle Age*. Oxford: Blackwell.

Hornibrook, F.A (1924). *The Cult of Abdomen: The Cure of Obesity and Constipation*. London: Heinemann.

Hutson, J. D. (2013). Your body is your business card: Bodily capital and health authority in the fitness industry. *Social Science & Medicine*, 90(8), 63-71. doi: 10.1016/j.socscimed.2013.05.003

Johansson, T. (1997). *Den skulpterade kroppen*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Johansson, T., & Andreasson, J. (2014). The Gym and the Beach: Globalization, Situated Bodies, and Australian Fitness. *Journal of contemporary ethnography*, (11), 1-25. doi: 10.1177/0891241614554086

Kolata, G. (2007). *Rethinking thin: The new science of weight loss and the myths and realities of dieting*. New York: Picador.

Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Lincoln, Y.S., & Guba, E.G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.

Merriam, B. S. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod* Lund: Studentlitteratur.

Mosse, G. (1996). *The Image of Men: the Creation of Modern Masculinity*. New York: Oxford University Press.

Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Beverly Hills, CA: Sage.

Reich, J. (2010). The World's most Perfectly Developed Man. Charles Atlas, Physical Culture, and the Inscription of American Masculinity. *Men and Masculinities*, 12(4), 444-461.

Sassatelli, R. (2010). *Fitness Culture: Gyms and the Commercialisation of Discipline and Fun*. New York: Palgrave Macmillan.

Sassatelli, R. (1999). Interaction order and beyond: A field of analysis of body culture within fitness gym. *Body & Society*, 5, 227-248.

Söderström, T. (1999). *Gymkulturens logik. Om samverkan mellan kropp, gym och samhälle* (Doktorsavhandling, Akademiska avhandlingar vid pedagogiska institutionen Umeå Universitet, 52) Umeå: Umeå Universitet

Thompson, S. H., & Sargent, R. G. (2000). Facing eating disorders in the fitness community. *IDEA Health and Fitness*, 18(5), 38-44.

Thorne, S., Reimer Kirkhan, S., & O'Flynn-Magee, K. (2004). The Analytic Challenge in Interpretive Description. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(1), 1-11.

Turner, B.S. (1996). *The Body & Society*. London: Sage Publications.

Wacquant, L. (1995). Pugs at work: bodily capital and bodily labour among professional boxers. *Body & Society*, 1(1), 65-93. doi: 10.1177/1357034X95001001005

Vetenskapsrådet. (2015). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad 2015-04-14, från <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

White, E. (1981). *States of Desire*. New York: Bentham.

Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper – om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur AB.

Bilaga 1

Inbjudan till personliga tränare

Hej,

Jag, Caroline Andersson, är student som läser sista terminen på Hälsopromotionsprogrammet vid Göteborg Universitet. Som en avslutande del av utbildningen skriver jag nu min kandidatuppsats som handlar om hur personliga tränare upplever krav på eventuella kroppsideal som samhället tillskriver yrkesrollen personlig tränare.

Studien baseras på individuella intervjuer. Samtliga intervjuer kommer att spelas in och sedan analyseras för att presenteras i uppsatsens resultat. Resultaten kommer att redovisas med hjälp av koder och av eventuella citat, vilket innebär att ingen kommer att se hur just du har svarat. På så sätt är studien konfidentiell. Studien är frivillig och du kan när som helst, utan att ange orsak avbryta din medverkan.

Jag önskar att du som personlig tränare finner detta intressant och vill ta dig tid att delta i studien. Jag kommer kontakta dig i mitten av nästa vecka för att höra om du är intresserad av delta i studien samt om du önskar delta boka tid för en intervju som planeras genomföras under vecka 16 i Örebro.

Önskar du ytterligare information om den aktuella uppsatsen får du gärna höra av dig till mig på telefon eller mail.

Jag hoppas du vill dela med dig av dina erfarenheter.

Vänliga hälsningar
Caroline Andersson
073-818 93 44
caroline.andersson90@gmail.com

Handledare:
Linus Jonsson, Institutionen för kost och idrottsvetenskap Göteborg Universitet
Linus.Jonsson@gu.se

Bilaga 2

Intervjuguide

Syftet är att utforska hur personliga tränare upplever och förhåller sig till kroppsideal och samhällets förväntningar på hur en personligare tränare bör se ut

Presentation om vad syftet med studien är samt vem jag är

Informera om att studien är konfidentiell

Som deltagare har du när som helst möjlighet att avbryta din medverkan

1. Bakgrund: ålder, kön, vilken personlig tränar utbildning man läst samt utbildningens längd
2. Hur länge har du arbetat som personlig tränare?
I vilken omfattning? Timanställning/deltid/heltid?
3. Har du själv anlitat en personlig tränare?
Hur valde du?
4. Utifrån vilka aspekter väljer kunderna en personlig tränare?
5. Hur skulle du beskriva det rådande kroppsidealet?
6. Skiljer sig kroppsidealet åt mellan samhället och gymindustrin?
På vilket sätt och för vilka?
7. På vilket sätt är idealet påtagligt i din verksamhet?
Vilken inverkan har det för dig?
8. Upplever du att du bör se ut på ett visst sätt för att tillgodose samhällets förväntningar på en personlig tränare?
9. Hur förhåller du dig till samhällets uppfattningar om hur en personlig tränare bör se ut?
10. De personliga tränare som inte lever upp till kroppsidealerna, vad får det för konsekvenser för dem?
11. Finns det något mer du vill tillägga kring det vi diskuterat innan vi avslutar?
12. Får jag återkomma om jag behöver ställa någon ytterligare fråga?

Tack för din medverkan och att du tog dig tid att träffa mig!