

Languages on this page: 

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 27 januari 2010

Utskriftsvänlig pdf-fil

Läs mer om idrottsturism på [idrottsforum.org](http://idrottsforum.org)

Såväl inom turism- och idrottsforskningen som inom fritidsforskningen uppmärksammades tidigt den nya globala eventidrottens betydelse för turistnäringen, och därmed uppkom en särskild sportturismforskning. Det sägs ofta att de olympiska sommarspelen i Barcelona 1992 var genombrottet för den moderna sportturismen. Sedan dess har intresset från länder och städer över hela världen att vinna världskapet för olika attraktiva, internationella idrottsevenemang varit stort; turism är en viktig inkomstkälla. Forskningen på området är numera rejält etablerad, med flera centra i världen, och kanske främst i Storbritannien där **Mike Weed** vid Canterbury Christ Church University leder forskningen och dessutom är redaktör för den vetenskapliga tidskriften på området, **Journal of Sport & Tourism** (Routledge). Och vid University of Otago i Nya Zeeland sitter James Higham som professor på Dept. of Tourism, och på andra sidan klotet, vid University of Alberta, sitter Tom Hinch som professor på Faculty of Physical Education and Recreation. Tillsammans har de två skrivit boken *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity* (Elsevier Butterworth-Heinemann). Vi gav boken till Christian Widholm, och hans läsning har gett upphov till en intresseväckande recension av en uppenbart mycket intressant bok; Widholm beskriver den som "lärd, ambitiös, reflekterande, välskriven och vetgirig". Så mycket bättre än så kan det knappast bli, kan man tycka, men vår recensent menar att analysen trots allt stannar hitom beteckningen "vass".

## Sportturism i globaliseringen spår

**Christian Widholm**

Institutionen för genus, kultur och historia, Södertörns högskola

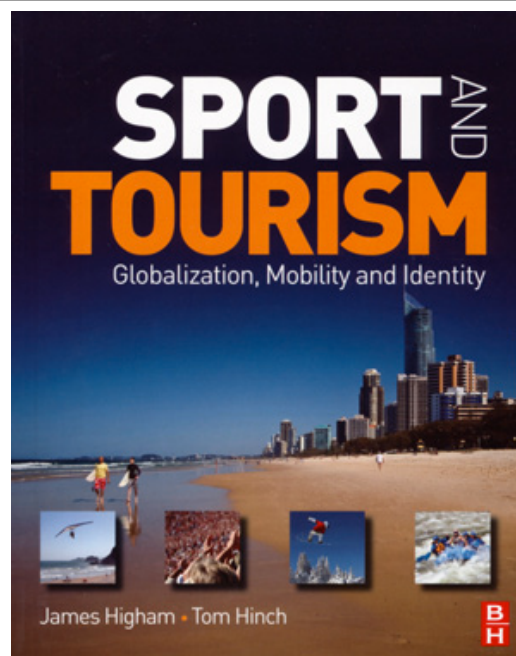
James Higham & Tom Hinch  
**Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity**  
314 sidor, hft.  
Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann 2009  
ISBN 978-0-7506-8610-5

I slutet av 1700-talet påbörjades konsolideringen av den europeiska identitet som understundom gör sig gällande än idag. Den kan manifesteras i något storvulet EU-direktiv eller genom ett uttalande där en svensk moderatledare menar att han både är hallänning och europé. Konsolideringen hade med resande att göra.

Synen på Europa [?] kom till uttryck i den nya turismkulturen. Norra Europas borgerskap, framför allt det engelska och tyska, återupptäckte underverken från antikens Rom, Grekland och den italienska renässansen. En viktig del av den borgerlige gentlemannens uppfostran var en bildningsresa, där det romantisk-protestantiska missnöjet med den moderna civilisationen kom till uttryck.[1]

James Highams och Tom Hinchs bok *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity*, avhandlar liknande identitetsprocesser. Den handlar, som titeln antyder, om turism och identitet. Förvisso har den ett vidare fokus då den aktualiserar fler analytiska begrepp och är snävare för att den "bara" handlar om sportens värld, men jag får en känsla av att den europeiska identiteten som impliceras i citatet ovan finns med som enoreflekterad förutsättning i deras analys.

Boken, som innehåller sexton kapitel, är uppdelad i sex delar och genom nyckelorden globalisering, mobilitet och



identitet analyseras här hur den föreställda och faktiska tillvaron för aktiva och åskådare (eller sportkonsumenter i vid bemärkelse) ter sig samt hur platser (sportlandskap, arenor, pubar etc) och resande påverkar människorna i sportvärlden. Undersökningen fokuserar som antytts inte bara sportturism. Tyngdpunkten i analysen ligger emellertid där. Jag vill redan här framhålla att jag hade stort utbyte av boken. Jag uppfattar undersökningen som lärd, ambitiös, reflekterande, välskriven och vetgirig. Det sistnämnda tar sig bland annat uttryck i att författarna presenterar en stor mängd teoretiska perspektiv samt inkluderar tolv intressanta utdrag från case studies som på ett relevant sätt placerats i anslutning till deras analyser genom hela boken. Nedan följer ett antal exempel på hur Hinch & Higham analyserar begreppen globalisering, mobilitet och identitet utifrån några fenomen som återfinns inom den moderna idrottsvärlden.

När författarna diskuterar globaliseringen kan det se ut så här. Globaliseringen är en socioekonomisk monstervåg som vuxit till sig under de två senaste decennierna och sportturismen har så att säga surfat i framkant på jättevågen samt tjänat som dess fanbärare och som en aktiv skapare av den (s. 17). En orsak till att turismen i allmänhet och sportturismen i synnerhet återfinns i globaliseringens framkant är att den karakteriseras av en tilltagande konsumtion av kultur och upplevelser, inte varor. På det hela taget finner jag utgångspunkten trovärdig. Emellertid framförs problematiseringar av utgångspunkten som gör det oklart vad globaliseringen resulterar i. Å ena sidan framhåller författarna perspektivet där globaliseringen liknar en obestridlig naturkraft, ett faktum, och å andra sidan menar de att det inte finns någon konsensus visavi begreppet, att globaliseringen i någon mening är skenbar. Enligt ett slags vardagssanning, det första perspektivet, resulterar globaliseringen i en global kultur utan lokala skillnader, medan det andra perspektivet framhåller att hotet som denna mentala bild frammanar kan leda till att verkliga skillnader kommer att accentueras (s.31ff). Vad gör sportturismen? Homogeniserar eller skapar föreställda skillnader? Både och, enligt författarna, och det finns en mängd exempel på denna tvehågsenhet i boken. Förhållningssättet, eller bristen på detsamma, får sålunda återverknings på analysen. Den blir ambivalent, men inte nödvändigtvis svag. Det kanske mest intressanta exemplet rör författarnas tolkning av de retroarenor (Retro Stadiums) som uppfördes i USA (måhända de globala trendernas vagga) med början i Baltimore 1992. Fram till 2004 byggdes det fjorton liknande basebollarenor i USA. Arenorna kan ses som uniforma, som formmässigt lika. Alla är smarta, snygga och modernt patinerade. Samtidigt är de idémässigt unika, fyllda med lokala regalier och myter (s. 211f).

När det gäller identitetsbegreppet är författarnas utgångspunkt att sporten i allmänhet innehåller kvaliteter som får de identiteter som genereras där att framstå som särskilt äkta (s.110). Enligt min mening en rimlig, men inte unik, premiss. I allmänhet fungerar särskilda platser som skapare och förstärkare identiteten. Processen kan uppfattas som ytterst påtaglig. Det kan sålunda kännas i kroppen att man verkligen är skidåkare/bergsklättrare/Evertonsupporter bara man befinner sig på rätt plats (i rätt tid) så att säga. Sportturismen tenderar att förstärka den taktila dimensionen av identitetsskapandet då dess aktiviteter ofta är mycket fysiska. Den kroppsliga upplevelsen av en plats, och i förlängningen identiteten, blir så påtaglig att den uppfattas som genuin. I sammanhanget framstår idén om identiteten som en kulturell konstruktion måhända främmande (s. 70).

” Jag anser att autenticitetsbegreppet är så centralt i boken att det borde ha varit med i titeln.

Att Hinch & Highams utgångspunkt är mer sammansatt än så framgår i ett antal intressanta diskussioner om autenticitetsbegreppet. Några exempel: sportentusiasters sökande efter autenticitet vid stora idrottsevenemang (exempelvis OS eller fotbolls-VM) görs ofta i ett sammanhang där berättelser grasserar om dopning och mutor (s. 109); upplevelser inom sport/äventyrsturismen sker ofta i en kontext där det förment autentiska äventyret urvattnas för att deltagarnas säkerhet ska garanteras (s. 140); och sporter som anses kräva naturliga (autentiska) spelplatser tär på miljön, vilket leder till rop på fler artificiella arenor (s.203). En annan aspekt, i linje med författarnas teoretiska vetgirighet, som Hinch & Higham lyfter fram i diskussionen om autenticitetsbegreppet är att man som forskare kan välja att undersöka den s.k. subjektiva upplevelsens förmodade autenticitet. Då kan även det förment oäkta, som Disneyland för att ta ett känt exempel utanför sportvärlden, innefatta autenticitet. Men, menar författarna, denna slags relativisering av äkthetens väsen betyder inte att det allmänna förhållningssättet, särskilt inom turismindustrin, har förändrats. Fortfarande råder en traditionell syn som mäter både upplevelser och platser utifrån dikotomin äkta/oäkta (s. 153). Jag anser att autenticitetsbegreppet är så centralt i boken att det borde ha varit med i titeln.

Jag har ett par invändningar också som båda rör resonemang kring begreppet mobilitet. I kapitlet ”Globalization and the Mobility of Elite Competitors” tappar författarna den samhällsteoretiska tråden, dessutom menar de att man ska betrakta elitidrottarnas arbetsresor som sportturism. Det här kapitlet känns apart: Om man reser långt och ofta kan man drabbas av jetlag, bli stressad och magen kan komma i olag. Kapitlet på trettio sidor tilltalar inte mig, det framstår som en (okritisk) manual för event managers. Den andra invändningen handlar om en förmodad genusblindhet. I kapitlet om åskådare och åskådarerfarenheter presenterar Hinch & Higham ett schema som kategoriserar vad man skulle kunna kalla sportkonsumenter. Schemat är ambitiöst och uppslagsrikt. Emellertid finns ju en fara med dylika fixeringar. De kan nämligen komma att passera som s.k. oberoende variabler. Låt mig ta ett exempel. I kategorin ”Event goers” finns en underkategori som kallas ”Supporters of friends and relatives”. Dessa karakteriseras enligt följande: ”Attend to watch and support those competing in sports at all non-elite levels (e.g.

Masters games, social sports events)” (s. 103). Jag ser framför mig en åskådare som inte är så intresserad av sport utan snarare är ute efter att umgås med nära och kära. När Hinch & Higham analyserar denna kategori i relation till begreppet mobilitet låter det så här: ”[S]pending time with family may be an important travel motivation for those who participate in small-scale sport events. This motivation is particularly applicable to female participation in sport, including competition and spectatorship” (s. 107). Sålunda ser det ut som att man skapat en åskådarkategori med ett särskilt kön eller en förväntan på kvinnor att de ska uppträda på ett särskilt sätt.


Enligt det inledande citatet var det inom en maskulin och europeisk symbolisk ordning som turismnäringen hade sitt ursprung. Om det hade synliggjorts i Hinchs & Highams fruktbara analys skulle förmodligen deras generellt sett kritiska udd ha framstått som vass.

---

[1] Delanty, Gerard, Europa – Idé, identitet, verklighet, Göteborg 2003, s. 112.

© **Christian Widholm 2010.**

---

 **Hitta bästa pris på boken hos [Prispallen.se](#)**

 **Kjøp boken fra [Capris.no](#)**

 **Sammenlign priser på bogen hos [Pensum.dk](#)**

 **Buy this book from [Amazon.co.uk](#)**

 **Buy this book from [Amazon.com](#)**