

Languages on this page:

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 7 mars 2012

Utskriftsvänlig pdf-fil

Läs mer om sport management på idrottsforum.org

Läs mer om idrottsforskningens teori och metod på idroyysforum.org

En för samhällsvetenskap och humaniora omvälvande händelse under senare delen av 1900-talet förändrade i grunden synen såväl på samhället och dess individer, som på den vetenskapliga förståelsen av sociala fenomen. Det var den så kallade kulturella vändningen, *the cultural turn*, en tankegång som härletts till Jeff Alexander i slutet av 1980-talet, och som anammades av poststrukturalisterna i och med Fredric Jamesons *The Cultural Turn* (1998). Den kulturella vändningen innebär att kulturbegreppet vidgas till att inkludera grundläggande ekonomiska processer i samhället; Jameson utnämnde konsumismen till den moderna kulturen. Det var ursprungligen en vändning bort från marxistiskt influerad strukturalism och dess förenklade förståelse av relationen mellan ekonomisk bas och samhällelig överbyggnad och av den positivistiska forskningstraditionen, men har idag, två decennier senare, fått en delvis modifierad innebörd. I en ny bok från Routledge, *Sport Management Cultures* redigerad av Vassil Girginov, visas hur sport management-forskningen kan berikas om kulturella aspekter beaktas, en förändring som redan ägt rum inom andra idrottsforskningsdiscipliner. Vi bad Cecilia Stenling, som tidigare brottats med **kulturbaserade avståndstaganden från positivistisk sport management-forskning**, om en recension. Vår recensent var spänd på att se hur länken mellan kultur och sport management skulle smidas, men hon blev besviken. Som i så många tidigare fall med tidskrifter som utkommer på nytt som böcker har det blivit en artikelsamling med få gemensamma beröringspunkter.

Den kulturella vändningen

Cecilia Stenling

Pedagogiska institutionen, Umeå universitet

Vassil Girginov (red)

Sport Management Cultures

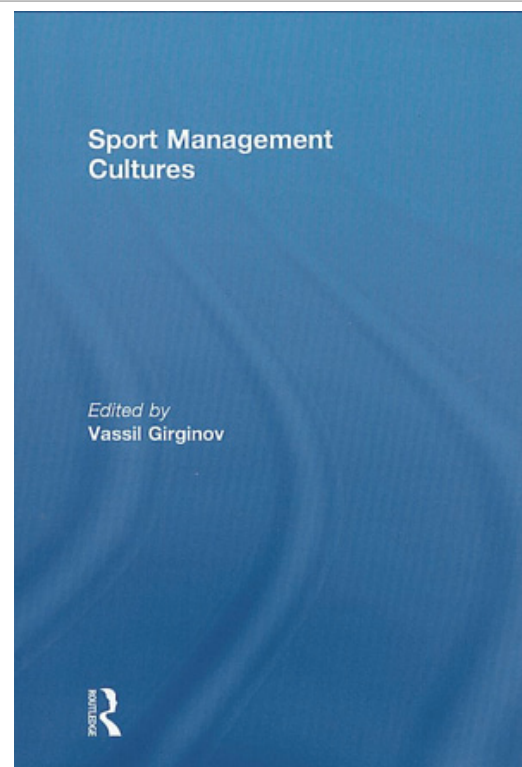
138 sidor, inb.

Abingdon, Oxon: Routledge 2011

ISBN 978-0-415-60920-3

Sport Management Cultures är en reproduktion av ett specialnummer i tidskriften *European Sport Management Quarterly*. Bokens redaktör är den flitige och välrenommerade Vassil Girginov, som också står för två av bokens sju bidrag. I förordet till boken står att läsa att Sport Management Cultures "is the first book to adress the link between culture and sport management.", och att "The aim is to demonstrate that culture profoundly affects how we do research, teach and practice sport management." "Vad kan det här bli då?" tänkte jag när jag läst förordet. Jag tar er igenom de sju texter som utgör boken, så ska vi se om det går att ge något vettigt svar på den frågan.

I bokens första text, skriven av redaktören själv, positioneras boken som en fortsättning på ett antal publikationer de senaste åren (se t ex Amis & Silk, 2005; Cunningham & Fink, 2006; Pope & Nauright, 2009) vars syften (förenklat) kan sägas vara att förmå sport management forskare att överge den positivistiska forskningstraditionen och äntligen göra den kulturella vändningen. Här söker Girginov övertyga läsaren om att forskning och undervisning om, men framför allt utövat av, sport management (organisation och ledning inom idrottens område) måste ses som praktiker som



uttrycker, reproducerar och skapar kultur – ”culture matters for sport management” (p. 17), helt enkelt. Kapitlet avslutas med att Girginov pekar på sju aspekter av kultur-sport management nexuset med såväl forsknings- som praktikrelaterade implikationer, nämligen (1) kultur som ett organiserat, logiskt delat och inlärt system (2) kultur som ett innovativt och konstant utvecklande system, (3) kultur som nomos, (4) kultur som singular och plural, (5) kultur som en dialektik mellan system och praktik, (6) kultur som produktionssystem och (7) kultur som politisk kategori.

Den andra texten, skriven av inga mindre än Mahfoud Amara och Ian Henry, undersöker hur å ena sidan muslimer i två lokala kontexter i England förstår relationen mellan deras religiösa identitet och deras idrottande, och å andra sidan hur lokala policyskapare uppfattar och svarar mot idrottsbehoven i dessa muslimska grupper. Föga förvånande visar studien att medan de muslimska grupperna försöker hävda sina rättigheter som muslimska grupper uttrycks policymål i termer av ökat deltagande, ökad tillgänglighet och ”community cohesion” – det vill säga en mer assimilerande ansats.

I den tredje texten undersöker (de i sport management-sammanhang välkända) nordamerikanerna Eric Macintosh, Alison Doherty och Matt Walker anställas upplevelse av organisationskultur i å ena sidan kommersiella och å andra sidan ideella organisationer i den nordamerikanska träningsindustrin med syftet att utvärdera huruvida dessa möjligen kan skilja sig åt. Studien visar att med undantag för betoningen på försäljning är de båda typerna av organisationer homogena i vad som värderas och ”hur saker görs”, något författarna söker förstå med nyinstitutionella argument.

” Men faktum är att mitt bästa svar på frågan ”vad kan det här bli då?” är: sju tidigare publicerade artikeltexter, varav fyra empiriska sådana, som har lagts samman mellan två hårda pärmar.

Den fjärde texten, skriven av australiensarna Hazel Maxwell och Tracy Taylor redogör för en fallstudie av en lokal idrottsorganisation och beskriver och analyserar, med hjälp av begreppet socialt kapital, hur denna organisation blev mer inkluderande och ”multikulturell” (läs: hur man lyckas engagera muslimska kvinnor i verksamheten), och därmed lyckades rädda organisationen från upplösning.

Artemisia Apostolopoulou, Dimitra Papadimitrou och Vasia Damtsiou har genomfört studien som rapporteras i den femte texten. Studiens syfte var att undersöka varför produkter med logotypen för olympiska spelen [OS] i Athen 2004 införskaffas, vilket värde och vilken meningsinnehåll dessa har för sina ägare. Resultaten visar att produkterna har föga funktionellt värde, inte heller tillskrivs de någon mening i termer av den olympiska rörelsens ideal. Istället är det OS som ett OS i Athen, och det faktum att spelen återvänt till sin födelseplats, det vill säga starkt nationalistiska meningsinnehåll, som tillskrivs produkterna av sina företrädelsevis grekiska köpare.

Den sjätte texten är skriven av Steven Pope, en av redaktörerna till The New Sport Management Reader, som undertecknad recenserat här på forumet vid ett tidigare tillfälle. I texten beskriver Pope arbetet med just den boken och om han och redaktörskollegan John Naurights upprördhet över sport management-fältets tillstånd (missad kulturell vändning, fast i positivistiskt paradig, i händerna på praktikerna) som en anledning till varför den boken kom till.

I den sjunde och avslutande texten är det återigen redaktör Girginov som håller i pennan. I texten med en knytaihop-säcken ambition söker Girginov göra läsaren uppmärksam på att så fort ett fenomen undersöks så är det många andra fenomen som väljs bort, och så fort ett fenomen undersöks på ett visst sätt, så undersöks det inte på en mängd andra. Forskning är således perspektiverad, och de perspektiv som anläggs är också relaterad till den nationella (idrotts)kontext inom vilken forskaren verkar. I det nordamerikanska samhället vars kultur präglas av individualism, konkurrens och kommersialisering är sport management-forskning mest framskjuten inom områden såsom marknadsföring och ekonomi, medan kulturen i många europeiska länder präglas av gemenskap (”community spirit”) vilket lett sport management forskare att intressera sig t ex för ideella idrottsorganisationer och socialt kapital.

Somliga kanske tycker att ovanstående beskrivning av varje text, som trots allt blir väldigt ytligt, är ett slöseri med dyrbart recensionsutrymme. Men faktum är att mitt bästa svar på frågan ”vad kan det här bli då?” är: sju tidigare publicerade artikeltexter, varav fyra empiriska sådana, som har lagts samman mellan två hårda pärmar. Var för sig är säkerligen var och en av dessa artiklar av intresse för de enskilda forskare som har t ex marknadsföring (text fem) eller policy-frågor (text 2) som sitt gebit, eller som intresserar sig för socialt kapital (text 4) eller organisationskultur (text 3) som teoretiskt perspektiv. Ser man däremot texterna tillsammans har de inte så mycket mer gemensamt än vad de inte är (förenklat: positivistisk best-practice forskning), och jag tycker nog att den minsta gemensamma nämnaren är i minsta laget för att hålla för en bok, kanske till och med för ett specialnummer i en tidskrift. När det gäller anlagt perspektiv (teori, metod, etc.) och de frågor som ställs i texterna (särskilt de empiriska), är de nämligen mycket disparata, vilket förhoppningsvis framgår i genomgången ovan. Jag är visserligen ingen expert på kulturbegreppet, men på det sätt som det läggs som ett paraply över artiklarna i den här boken blir det verkligen allt och ingenting. Kanske skulle en samling artiklar som utgår från t ex organisationskultur-begreppet, som ju faktiskt är en etablerad teoretisk deldisciplin inom organisationsforskningen kunnat fungera som en starkare definierad

sammanhållande länk? På så sätt skulle också lite mer djup i analyser och diskussioner kunna uppstå och känslan av självklarhet i argumenten (för oss redan övertygade) minska. Så vad göra om intresse finnes för en eller flera av artiklar i boken? Att betala de dryga 800 kronor den betingar hos våra vanligaste bokhandlare rekommenderar jag inte. Ta istället och surfa in på volym tio, nummer 4 av *European Sport Management Quarterly* och ladda hem de artiklar som är av intresse, det gör du förmodligen helt gratis.

Referenser

- Amis, J., & Silk, M. (2005). Promoting critical and innovative approaches to the study of sport management. *Journal of Sport Management*, 19, 355-366.
- Cunningham, G., & Fink, J. (2006). Diversity issues in sport and leisure. *Journal of Sport Management*, 29, 455-456.
- Pope, S., & Nauright, J. (Eds.) (2009). *The new sport management reader*. Morgantown: Fitness Information Technology.

© **Cecilia Stenling 2012.**

 **Köp *Sport Management Cultures* från [Adlibris.se](https://www.adlibris.se)**

 **Kjøp *Sport Management Cultures* fra [Adlibris.no](https://www.adlibris.no)**

 **Køb *Sport Management Cultures* fra [Adlibris.dk](https://www.adlibris.dk)**

 **Buy *Sport Management Cultures* from [Amazon.co.uk](https://www.amazon.co.uk)**

 **Buy *Sport Management Cultures* from [Amazon.com](https://www.amazon.com)**