

# Introduktion

Redaktörer: Åsa Bäckström, Karin Book, Bo Carlsson och PG Fahlström

För snart 20 år sedan gav SISU Idrottsböcker ut den första svenska boken i sport management (2003). Professionaliseringen av svensk idrott hade bland annat lett till etablering av ett antal nya utbildningsprogram på högskolor och universitet, vilket medförde ett behov av ny kunskap och nya perspektiv på en idrott i förändring, såväl för studenterna på de nystartade programmen, som för yrkesverksamma inom idrotten.

Sport management och dess tillhörande kunskapsfält kommer ursprungligen från den anglosaxiska världen och har vuxit fram i den speciella idrottskontexten. Det innebär att delar av det importerade kunskapsfältet också följer den ekonomiska och juridiska logik som återfinns i den anglosaxiska kontexten. Idrottens villkor i dessa sammanhang skiljer sig avsevärt från idrotten i vårt land. Den svenska idrottsrörelsen, dominerad av dess ideella föreningsliv, har en annan historisk grund och rationalitet.

Det område som för två decennier sedan var tämligen nytt och outvecklat i Sverige har utvecklats markant, och svensk idrott har i allt större utsträckning påverkats av både ökad professionalisering och kommersialisering. Även om det redan har skett en påfallande progression är vi övertygade om att kunskaps- och forskningsfältet sport management kommer att fortsätta växa. Vi ser hur fältet får en allt större betydelse både inom idrotten och idrottsvetenskapen, och i inflätade fält, som till exempel företagsekonomi.

Det har länge funnits ett stort utbud av internationella introduktioner i sport management utgivna av stora och kända förlag som Routledge, SAGE och Human Kinetics. I stort sett allt läromaterial på området har producerats inom den engelskspråkiga sfären, framför allt i Storbritannien, USA och Canada, men också i Australien. Vår ambition med denna bokserie är att presentera ämnesområdet utifrån ett svenskt perspektiv och på svenska,

och visa på de förutsättningar och utmaningar idrotten har i vårt land. Vi gör det tillsammans med författare som på senare tid byggt och format kunskapsfältet sport management i Sverige. Områdets utveckling, vad gäller både omfattning och differentiering, och utmaningen att täcka alla olika perspektiv och teman, krävde härvid ett bokprojekt om tre volymer.

Den första delen i serien (Bäckström, Book, Carlsson & Fahlström 2018) fokuserar idrottens organisering och behandlar bland annat samhällets idrottsstöd i ett historiskt perspektiv, idrottens professionalisering och akademisering, den slentrianmässiga uppdelningen mellan kön inom idrotten, organisationsutveckling, konsekvenser av en mer kommersialiserad barnidrott, den samtida utvecklingen av hybridorganisationer inom idrotten, och slutligen spontanidrotten och dess relation till föreningsidrotten. Idrottens organisering är alltså central i den första delen. Frågor om styrning berörs också, men implicit, till skillnad från den andra boken där styrning är ett klart uttalat tema.

Den andra delen i serien (Bäckström, Book, Carlsson & Fahlström 2019) behandlar idrottens styrning i ett brett perspektiv. Här problematiseras idrottens styrning, inte minst vad gäller relationen mellan stat, marknad och civilsamhället som är karaktäristisk för det svenska idrottslandskapet. I denna del återfinns även flera kapitel som lyfter det sociala engagemang som idrotten såväl får som tar, liksom hur implementeringen av ett sådant engagemang går till. Att idrotten både åtar sig och ges ett socialt ansvar får planerade konsekvenser men också oavsiktliga följder.

De två första böckernas teman, organisering och styrning, överlappar i viss omfattning varandra; organisationsformer är ju i sig styrande, och sätt att styra gör ju att vissa organisationsformer är mera ändamålsenliga. Det finns också andra teman som med olika utgångspunkter överlappar varandra. Det gäller till exempel den vanemässiga organisatoriska tudelningen mellan idrott för män och idrott för kvinnor. Idrotten speglar på så vis kulturella normer i samhället. Det har tidigare också funnits en tendens att i Sverige likställa idrott med föreningsidrott i Riksidrottsförbundets regi. I de två första böckerna har emellertid idrott utanför detta paraply varit återkommande. Därtill har betydelsen av kommersialisering varit ett återkommande tema. Detta blir än mer tydligt i tredje och sista delen i serien.

## Förändring och förflyttning

Samhället, och därmed även idrotten, förändras med tilltagande fart och kraft, och de utmaningar som idrotten kommer att alstra är en grogrund för en mer utvecklad förståelse av sport management. Det är också en grogrund för en mer utvecklad förståelse av samhället på så sätt att sport management kan vara förstoringsglasat genom vilket det blir möjligt att belysa och granska samhället. Den tredje boken sätter sökarljuset just mot några sådana utmaningar.

Föreliggande bok behandlar idrottens (nya) marknader, konsumtion och kulturer. Vi försöker här ge olika bilder av det som möjligen skulle kunna vara framtidens idrott, med ett större fokus på konsumtionsmönster och nya marknader. Den utgår från breda frågeställningar som vilka roller idrotten ges utifrån ett marknadslogiskt perspektiv, hur idrotten framställs som produkt och som konsumtionskultur, kommersialiseringens inverkan på idrotten och dess platser, liksom hur kultur och identitet fångas i idrottens varumärken.

Det både vi och författarna till olika kapitel i denna volym tar tag i, är diverse förändringsprocesser i samhälle och kultur, och därmed i idrotten. Att säga att samhället förändras är inte speciellt revolutionerande, inte heller att relatera detta till idrotten. Samhällsförändringar kan sägas ha pågått i alla tider, tidsperioder som beskrivs på lite olika sätt beroende på samhällsvetenskaplig hemvist. Antiken övergick i feodalism, vilket sedermera ersattes av kapitalismen – och i vissa fall av statsocialismen. Nu menar vissa att vi befinner oss i en senmodern, postmodern eller till och med post-postmodern tid. Andra talar om samtiden som mediasamhälle, konsumtions-samhälle och nätverkssamhälle. Vad verklighet är har till och med tagits upp till diskussion, när utgångspunkten för en beskrivning av omvärlden görs som ”virtual reality”. Det som är vitalt och epokgörande för samtiden är dock de snabba förändringsvindar vi kan uppleva. Kort sagt, tempot i förändringsprocesserna har ökat väsentligt, vilket kan spåras till processer som till exempel globalisering, värdepluralism, migration och urbanisering.

Allt detta gällde dock innan det nya coronaviruset kom och lamslog världen. Den här boken har producerats mitt under pågående pandemi och idrotten har på många sätt påverkats av denna. Den fortgående pandemins vardag innebär att i princip alla större idrottseven och tävlingar satts på paus. Publika existens likar lite som masstartar i festliga motionslopp.

Hur länge vi gör uppehåll i detta är oklart, och frågan är vilka konsekvenser detta avbrott får i längden. Vad vi nu ser är att resandet har minskat och att digitaliseringen har ökat. Kommer dessa förändringar att kvarstå, och kommer vi att få tillbaka den idrottsvärld vi såg innan pandemin? Hur har idrotten klarat av att hantera bristande förtjänster från biljettintäkter och sponsorer? I boken har vi ett fokus på idrotten så som den var innan pandemin startade. Kanske är det den vardagen som återvänder efter pandemin? Det vet vi inte än.

## Marknad och medier

Även om förändringstakten varit snabb på vissa håll, finns också mer långsamma processer. Idrotten har i grunden varit relativt konservativ, speciellt i relation till dess former. Då 100 meter sprint är – och förblir – 100 meter, kanske skor och underlag har utvecklats. Offside är alltid offside, men nu med hjälp av VAR-support. Härvidlag har teknologin bidragit till att utveckla och förändra idrotten. Så har även media bidragit till att förändra idrottens former, något som på senare år har accelererat påtagligt via kanaler som Eurosport, VIASAT, C-more med flera. Sporten har på detta sätt tagit sig in i våra sällskapsrum, vilket gjort den till en central konsumtionsvara i vår vardag. Någon skulle rent av säga att sporten koloniserat vardagen. Även som fysisk aktivitet får idrotten allt tydligare drag av handelsvara som framställs för konsumtion och för att bejaka och främja diverse valda livsstilar.

En annan tendens inom idrotten är en påtalande ”dekontextualisering”, vilket innebär att idrotter flyttas från sin normala och naturliga plats. Inte sällan sker denna flytt till mer urbana miljöer. Att idrotter flyttat inomhus, som till exempel ishockey, simning och ridsport, är förvisso inget nytt. Men svenska mästerskapstävlingar i roddmaskiner och på klättrväggar inomhus är uppenbara exempel på att utvecklingen nått nya dimensioner när det gäller dekontextualiseringen av idrotten. Samtidigt med denna dekontextualisering och urbanisering tilltar emellertid intresset för friluftsliv i olika former. Kort sagt, idrottens utvecklingslinjer är många och motsägelsefulla, vilket skapar intressanta konsumtionsmönster och nya behov av kunskaper inom fältet sport management.

I takt med att samhället har blivit allt mer pluralistiskt skapas det som sagt en större palett av möjliga idrottsaktiviteter. När människor dessutom har förutsättningar att vara mer mobila i sina intressen skapas det större

rörlighet bland dessa aktiviteter. Den lojala medlemmen tycks härmed ersättas av den mer rörliga konsumenten. I den här boken behandlas och problematiseras ett antal nya inslag och tendenser inom idrotten, med allt från kvinnors ökade intresse för långlopp, nya former av kampsporter och det ökade intresset för friluftsliv, till coachens roll i en mer kommersialiserad idrottsvärld, elitidrottande kvinnors ekonomiska förutsättningar och en allt mer dekontextualiserad idrottskonsumtion. Vad som följer av detta resonemang är att vi här valt att lyfta fram en rad exempel som tar sin utgångspunkt i diverse förändringsprocesser och hur dessa förändringar påverkar den samtida och framtida idrottskonsumtionen och dess marknader och förutsättningar.

## Disposition

Det första kapitlet utgår från att kvinnor numerärt tar ett allt större utrymme inom idrotten och intresserar sig i allt högre grad för nyare former av idrott. Frågan som Anna Maria Hellborg och Kutte Jönsson ställer i detta sammanhang är hur elitidrottande kvinnors ekonomiska villkor ser ut, och hur dessa förhållanden ter sig i relation till männens villkor. Finns det fortfarande stora skillnader eller kan vi även se någon typ av positiv förändring? Kan marknaden möjligtvis reglera och påverka jämställdhet, eller är det tvärtom så att marknaden snarare ger ett uttryck för en befäst könsordning? Författarna lyfter problematiken genom att dels diskutera marknadslogik i ljuset av diverse jämställdhetsideal, dels relatera frågan till några konkreta exempel.

I påföljande kapitel resonerar Karin S. Lindelöf och Annie Woube om vilken betydelse kön har inom idrotten, liksom hur en nyliberal marknadslogik ramar in både riktade motionslopp för tjejer och riktade lopp för elitmotionärer oavsett kön. De beskriver hur marknadsföringen av dessa lopp bland annat lyfter individens självförverkligande som moraliskt imperativ. De menar att både tjejloppen och extremloppen är skapade som en del av senare års upplevelseindustri och livsstilskonsumtion. Där handlar konsumtion om grundliga val för att uttrycka livsstil, drömmar och ambitioner kopplade till eftersträvarvärda ideal, som i det här fallet att vara sportig, ungdomlig och presterande.

Det akademiska intresset för entreprenörskap inom idrott har under de senaste åren vuxit sig allt starkare. Detta kan till stor del förklaras av ett ökat intresse för entreprenörskap generellt, och av idrottens kommersialisering

och professionalisering mer specifikt. Men hur kan vi egentligen förstå entreprenörskap inom idrott? Vad är det? Hur kan detta ta sig uttryck i praktiken? I det tredje kapitlet behandlar Daniel Bjärsholm dessa frågor liksom begreppet entreprenörskap och dess relation till några närliggande begrepp. Han riktar också blicken mot forskningsområdet entreprenörskap inom idrott och ger några svenska exempel på idrottsliga organisationer och verksamheter som kännetecknas av entreprenörskap.

Under senare år har tränarens roll i elitfotboll blivit allt mer uppmärksam och mångfacetterad med ansvar för träning och matcher, laguttagningar, kontakter med media, sponsorer och supportrar och så vidare. Den tilltagande kommersialiseringen är en viktig orsak till tränarrollens förändring. I det fjärde kapitlet och med herrelitfotbollstränaren som exempel, behandlar Robert Svensson kommersialiseringens inverkan på tränarrollen inom svensk elitidrott. Kommersialiseringens påverkan belyses utifrån tre perspektiv: tränarens roll i föreningen, tränarens relation och tillgång till spelarna, samt tränarens relation till aktörer utanför föreningen.

Att beskriva idrott som en del av konsumtionskultur låter sig inte göras med mindre än att mediers avgörande betydelse betonas. I synnerhet elitidrotten har en stark koppling till medier av olika slag, och vice versa. Marit Stub Nybelius skriver i kapitel fem att elitidrott och medier är ömsesidigt beroende, vilket i sin tur har lett till den så kallade medialiseringsprocessen. Ett resultat av medialiseringsprocessen är vissa idrotters regelförändringar som beror på uttalade önskemål från mediehall om en mer attraktiv sändning, till exempel masstartar i skidlopp där det tidigare varit individuella startar. Författaren redogör för vad som kommit att kallas medialiserings-trappan och belyser särskilt backhoppningens utveckling.

Det sjätte kapitlet är skrivet av John S. Hellström och handlar om vad hjältar är, hur de skapas och vilka syften de fyller i olika sammanhang. Idrotten har under 1900-talet utvecklats till en underhållningsindustri som ger arbete åt aktiva, ledare, forskare, arrangörer, media, reklamarbetare och sponsorer över hela världen. Drivkraften är att skapa underhållning som lockar publik. I denna underhållningsindustri fyller hjältarna tre viktiga funktioner. För det första ökar de intresset för idrotten och lockar mer publik både till arenorna och till mediasändningar av olika slag. För det andra gör de idrotten attraktiv för sponsorer. För det tredje fungerar dessa hjältar som förebilder för sociala gemenskaper som nationer, regioner, etniciteter, kön, politiska ideologier och livsstilar.

Jesper Andreasson och Thomas Johansson menar att det finns en moralisk panik kring MMA, att sporten ses som på tok för våldsam och som främjare av en våldskultur. I det sjunde kapitlet ger författarna en mer nyanserad bild och större förståelse för sporten och dess utövare. De utgår från aktörernas egna berättelser och meningssammanhang. Samtidigt placerar de MMA i en underhållningskontext och belyser fenomenet som ett spektakel, något som aktörerna utifrån deras meningssammanhang är en ofrivillig del av.

Det finns en allmän idé inom idrottsvetenskapen att idrotten traditionellt har alstrats ur leken, men att den via sportifieringsprocessen har blivit allt mer seriös. Men i ett post-modernt samhälle kan man notera helt nya sporter som har en annan, rent av omvänd utvecklingslogik. STIHL Timbersports® är en sådan sport. Genom att ta utgångspunkt i denna sport, och relatera utvecklingen av sporten till diverse förändringsprocesser, lyfter Bo Carlsson och Isak Lidström frågan om framtida sporters karaktär och väsen. I fallet Timbersports blir denna process extra intressant via sportens direkta koppling till marknaden och till STIHL:s varumärke och produkt-placeringar. Författarna lyfter även utvecklingen av sporten i ljuset av en allt mer tydlig "eventifiering" inom idrott och samhället i stort.

Sportifiering är ett centralt begrepp också i nästa kapitel, det nionde i ordningen. Författarna Erik Backman, Susanna Hedenborg, Daniel Svensson och Sverker Sörlin problematiserar idrotten i relation till miljö- och hållbarhetsfrågor. Utifrån ett historiskt perspektiv med exempel från fyra olika idrotter (längdskidor, fotboll, ridsport och surfing) sätts ljuset på ett grundläggande problem: Är idrottens strävan efter bättre resultat ohållbar?

I nästa kapitel fortsätter naturen att ligga i fokus. Jonas Mikael och Åsa Bäckström skriver om natursport och naturen som upplevelseprodukt. De beskriver hur äventyrlig sport i vildmark synliggörs och beskrivs i och genom sociala medier och knyter an till tidigare studier i sport management som visar att sociala medier har haft en stor inverkan på såväl spridning som konsumtion av sport. Naturen kan indirekt sägas ha blivit en säljbar produkt. Frågan är dock om synen på vad natur är, på senare tid också har förändrats. Är naturen en resurs för människan att behärska och utnyttja eller har den ett egenvärde i sig? Eller är naturen rent av något däremellan och i så fall för vilka?

I bokens elfte och sista kapitel lämnar vi naturen och fokuserar på städer. Städer har i allt större utsträckning kommit att bli produkter som ska

konkurrera med varandra om invånare, företag och turister. Karin Book och Gustav Svanborg Edén visar varför och hur städer arbetar med urbant varumärkesbyggande (på engelska *city branding*) med hjälp av idrott. Särskilt fokuseras hur skateboardstaden Malmö skapats som varumärke och produkt av och för olika grupper.

## Framtid

Denna bok är som sagt den sista delen i en serie av tre introduktionsböcker i sport management som kunskaps- och forskningsfält. Vad som har framgått tydligt under detta arbete är att det är många forskare, en del för oss sedan tidigare obekanta, som önskat medverka i dessa introduktionsböcker. Det är glädjande och spännande. Det innebär bland annat att produktionen av texter är gjord utifrån en rad olika vetenskapliga discipliner. Många av dessa discipliner har en tydlig institutionell koppling till idrottsvetenskap och sport management, medan ett mindre antal är skrivna i en kontext utanför idrottsvetenskapen, men med idrott som forskningsfokus. Det må vara juridik, pedagogik eller företagsekonomi. Det säger något om de porösa gränser som finns för idrottsvetenskap men också för sport management. Kanske säger det även något om forskningsfältet sport managements attraktionskraft.

En del av de författare som har skrivit inom ramen för idrottsvetenskap har dessutom inte sport management som sin vardagsmiljö, men där har vi ansett att deras bidrag främjar och fördjupar den kontextuella förståelsen för problematik som kan hänföras till sport management och dess intressesfär. Vi menar att dessa texter skapar en grogrund för reflektioner och utveckling. Det är självfallet spännande att se om idrotten kommer att ha kvar denna roll, och hur den eventuellt har förändrats, när väl den pågående pandemin har lagt sig och den nationella och globala ekonomin har återhämtat sig.

Detta osäkra läge i skuggan av covid-19, som en typ av depå från gängse tilltro till tillväxt, belyser samtidigt svensk sport management i dess utvecklingsfas. Vi ser ett kunskaps- och forskningsfält som befinner sig långt ifrån stagnation och som kanske till och med kan sägas ha en bristande grad av mognad. Därmed är behovet av samling stort. Förhoppningsvis kan dessa tre introduktionsböcker utgöra inspiration och diskussionsunderlag för den fortsatta utvecklingen av sport management som forskningsfält, vid

sidan av sport managements etablering och profilering i en rad utbildningsprogram och kurser runt om bland landets universitet och högskolor.

Som redaktörer lämnar vi fyra nu ädelt över stafettpippen och hoppas att denna trilogi uppmuntrar till samtal rörande sport management i sin vida bemärkelse, och till kontinuerlig nyproduktion av kursmaterial utifrån svensk horisont och med svenska exempel. Det behövs verkligen.

Avslutningsvis tackar vi SISU Idrottsböcker och samtliga författare i bokserien. Tillsammans har vi gjort det möjligt att producera dessa tre volymer.