



MALMÖ HÖGSKOLA

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 3 september 2008

Utskriftsvänlig pdf-fil

Läs mer om de idrott och medier på idrottsforum.org

En betydande del av sport management handlar om att kommunicera idrott på olika sätt. Den absolut största delen av den idrott som når ut till folk idag är kommunicerad, förmedlad, medierad. Således finns det utbildningar i idrottskommunikation, och läroböcker i ämnet. En ny sådan lärobok är *Strategic Sport Communication* av Paul M. Pedersen, Kimberly S. Miloch och Pamela C. Laucella (Human Kinetics). Vi skickade boken till Marit Nybelius för en recension. Vår recensent är något så ovanligt som en lärare i idrottskommunikation (vid Högskolan Dalarna) som själv är aktiv idrottskommunikatör (Eurosport). Hennes övergripande bedömning av boken, efter en ingående kritisk analys, är att den säkert kan fungera som kurslitteratur på kurser i idrott och medier på grundnivå. Men förutom recensionen av boken får vi på köpet en problematisering av utbudet av kurser i sport management och idrottskommunikation vid svenska universitet och högskolor (som säkert är relevant också i andra nordiska länder). Nybelius argumenterar framgångsrikt för en ämneskonferens i dessa kunskapsområden. Någon som vill ta upp den stafettpippen?

Idrott och kommunikation

Marit Nybelius

Högskolan Dalarna

Paul M. Pedersen, Kimberly S. Miloch & Pamela C. Laucella

Strategic Sport Communication

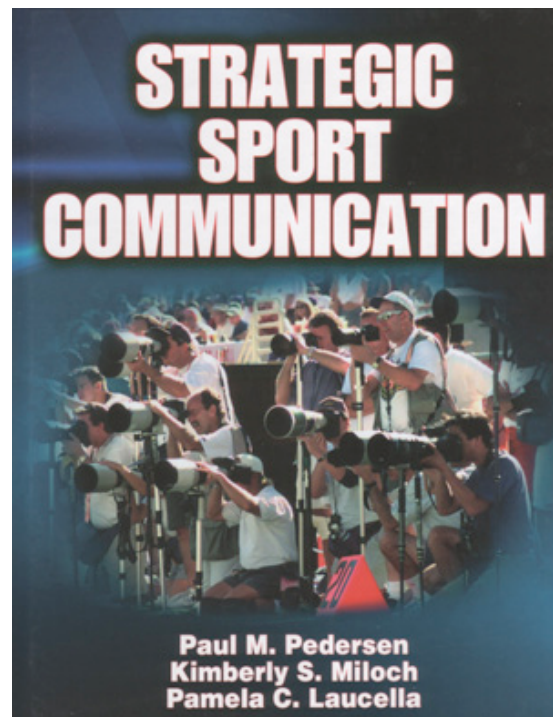
396 sidor, inb., ill.

Champaign, IL: Human Kinetics 2007

ISBN 978-0-7360-6524-5

Vad är det vi undervisar de studenter som går på utbildningar med rubriker som Sport management eller utbildningar med inriktningen Medier, kommunikation och idrott? Och det viktigaste av allt, förstår studenterna vad det är vi undervisar dem? Hur kan utbildningsplanerna se så olika ut på de svenska lärosätena? Hur ska arbetsgivare och studenter förstå skillnaderna och likheterna mellan utbildningarna? Boken *Strategic Sport Communication* reder ut en del av begreppen, utifrån ett amerikanskt perspektiv. Texterna är pedagogiska, lättförståeliga, men lite långrandiga och en del av relevansen har försvunnit på vägen över Atlanten.

Boken är en kombination av vetenskapliga, teoretiska texter och tillämpade, empiriska beskrivningar av verkligheten. En negativ del är precis som det många gånger är med akademisk litteratur skriven i USA, nämligen en tjock bok med mycket text, men som skulle kunna vara tunnare då det förekommer en hel del upprepningar. I varje kapitel berättar författarna vad det har stått i föregående kapitel och vad kommande kapitel kommer att handla om. Varje kapitel börjar också med en presentation av någon person inom idrottskommunikationsområdet eller sportmanagementområdet i USA. Eftersom det är personligheter som inte är kända i Sverige och idrottsvärlden och medieidrottsvärlden ser väldigt annorlunda ut om man jämför Sverige och USA så är det förmodligen svårt för läsaren att få en identifierings- och igenkännandeupplevelse, vilket sänker motivationen för att läsa de delarna. Dock finns det en del tips att plocka upp



från de olika personernas strategier och arbete i sina yrkesroller.

Författarna vänder sig i första hand till studenter som går på utbildningar som har kommunikation och media i fokus och som utbildar studenterna till medieansvariga, PR-konsulter, medietränare etc. inom idrottsvärlden, men det finns även några kapitel som bör vara av intresse för sport management-studenter som går på utbildningar som inriktar sig mot arbetspositionerna managers, klubbdirektörer, marknadsförare och idrottsledare etc. Framförallt så framgår det i de flesta fall vad som är skillnaden mellan de olika inriktningarna, även om läsaren förstår att det finns en gråzon.

De tre doktorerna på Indiana University, som står bakom texterna, går igenom begreppsdefinitioner som finns inom området för både Sport Communication och Sport Management, vilket är nödvändigt för att läsaren ska få en klar bild över området den läser om. Därefter ger författarna en historielektion i utvecklingen av professionalismen inom Sport Management och Sport Communication. Senare finns det även några kapitel som går in på den tekniska utvecklingen och dess påverkan på journalistiken och kommunikationen och en del funderingar och analyser om vad framtiden kommer att fordra av dem som vill arbeta inom Sport Communication. Jag använder från och med nu termen idrottskommunikation.

Boken har specialiserat sig på delar av ämnet Medie- och kommunikationsvetenskap och relaterat dem till idrottsområdet. Detta betyder bland annat att det finns ett kapitel som bearbetar och beskriver olika idrottskommunikationsteorier. De som studerat kommunikationsteorier och som undrar vad som är skillnaden mellan kommunikationsteorier och författarnas idrottskommunikationsteorier så är det just bara ordet idrott och inget annat. Men som undervisande lärare inom området ser jag en pedagogisk fördel att ha en bok som i det här fallet förenklar undervisnings- och inlärningsförfarandet för de klasser som har Medie- och kommunikationsvetenskap som sitt huvudämne och som vill studera just inriktningen idrott/sport. Eller de studenter som har ett annat ämne som huvudområde och bara vill läsa en kurs i Medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning sport/idrott. Några få kapitel handlar om sport management, vilket är positivt då studenterna därigenom kan få en bra förståelse för de olika yrkesrollerna och samtidigt kunskap om de olika områdena. Dessutom får de en uppfattning om vilka begrepp som används inom sport management utifrån de definitioner som författarna använder sig av och vilka teorier och strategier som används inom de olika sfärerna. Definitionerna, enligt författarna, för idrottskommunikation och sport management är dock alltför komplexa för att få plats i en recension och de som är intresserade får därför läsa vidare i boken.

Det femte kapitlet som handlar om personlig kommunikation tar bland annat upp verbal och icke verbal kommunikation och deras betydelse för ett budskap, en dialog och för ibland en hel organisations interna kommunikation. Det kapitlet är matnyttigt för samtliga studenter oavsett om de har management eller kommunikation som nisch. Det är ett kapitel som egentligen är nyttigt för alla att läsa som någon gång befinner sig i en kommunikationsprocess oavsett om det är en dialog eller masskommunikation.

Författarna tar upp, precis som i den mesta litteraturen inom det här området, genusperspektivet och minoritetsgrupper. De delarna behandlas inom samma kapitel och är mest en beskrivning av perspektiven och går inte in djupare på ämnena.

Ett kapitel som skulle kunna ha varit mycket intressant är det om kriskommunikation. Ett ämne som inte är lika vanligt dokumenterat som till exempel publicering och PR inom idrottskommunikationslitteraturen. Men dessvärre så är kapitlet väldigt tunt. Först beskrivs flera situationer då det har uppstått kriser inom idrottsvärlden i USA och som på något sätt måste kommuniceras på ett tillfredställande sätt för den drabbade organisationen, men istället för att ge strategier och teorier om hur en organisation bör gå tillväga i samband med en kris som borde vara material som skulle räcka till en hel bok så avhandlas den delen på enbart en och en halv sida. Här saknas både djup och bredd.

Sammanfattningsvis fungerar boken definitivt som huvudbok i 7,5 hp-kurser på grundnivå med innehållet idrott och medier och liknande kurser. Dock kan vissa kompletteringar behövas för att fördjupa vissa delar och ge ett svenskt perspektiv. Om kurserna går på avancerad nivå behövs det litteratur som mer grundligt går in på de olika delarna av idrottskommunikationens område, framförallt när det gäller teorier. Texten är pedagogiskt och lätt skriven, men lite långgrandig emellanåt, varför vissa delar kan strykas om man vill bibehålla motivationen att läsa de viktiga delarna, vilket dock är majoriteten av sidorna.

Boken får mig att undra, vad betyder sport management och idrottskommunikation på våra svenska lärosäten? Om man går igenom de kursplaner och utbildningsplaner som finns på studera.nu och olika svenska lärosätenas hemsidor går det att konstatera att definitionerna bör skifta ganska ordentligt. Det finns flera olika huvudämnen för sport management och flera olika beskrivningar för vad de blivande studenterna kan förvänta sig av utbildningarna och det kommande yrkeslivet och kommande yrkesroller. På Högskolan Dalarna har vi programmet Mediekommunikationsprogrammet med inriktning Medier, kommunikation och idrott. Vad är det för likheter och skillnader på den jämfört med de övriga utbildningarna? Boken ger mig inspiration och funderingar och jag vill

ställa frågan. Är det inte dags för en konferens med temat Idrottskommunikation och sport management. *Hur definierar vi sport management och vad är Idrottskommunikation? Hur bör utbildningarna se ut och vad utbildar vi till? Och varför ser de så olika ut? För vem är utbildningarna konstruerade?*

© **Marit Nybelius 2008**

 **Köp boken från Bokus.se**

 **Kjøp boken fra Capris.no**

 **Køb bogen fra eLounge.dk**