

Door de ogen van de twaalfde man

De betekenissen die voetbalsupporters van Willem II geven aan de etniciteit van spelers in het algemeen en spelers van Willem II

Student Name: V.T.G.Y. van den Oetelaar
Student Number: 451688

Supervisor: Jacco van Sterkenburg

Master Media Studies - Media & Journalistiek
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis
June 2022

Door de ogen van de twaalfde man

De betekenissen die voetbalsupporters van Willem II geven aan de etniciteit van spelers in het algemeen en spelers van Willem II

ABSTRACT

Wetenschappelijk onderzoek heeft eerder al aangetoond dat sportmedia gebruikmaken van bepaalde etnische stereotypen. Hierdoor worden hiërarchieën in de samenleving bevestigd en versterkt. Zo worden er in de media gebruik gemaakt van verschillende discoursen rond het begrip 'eticiteit'. Sportcommentatoren associëren bepaalde kenmerken en eigenschappen met zowel witte als zwarte spelers. Witte spelers worden veelal geassocieerd met mentale kenmerken, zwarte spelers met fysieke kenmerken. Het doel van dit onderzoek is om meer inzichten te bieden in de betekenissen die voetbalsupporters geven aan de etniciteit van spelers. De onderzoeksvraag van deze studie kan als volgt geformuleerd worden: Welke betekenissen geven supporters van voetbalclub Willem II aan de etniciteit van voetballers in het algemeen en specifiek aan de etniciteit van spelers van Willem II? Om data te verzamelen heeft deze studie twintig deelnemers geïnterviewd aan de hand van focusgroep interviews. Al deze deelnemers zijn supporters van de Tilburgse voetbalclub Willem II. Door deze doelgroep te interviewen is het mogelijk om te onderzoeken welke betekenissen supporters geven aan voetballers in het algemeen, en voetballers van hun eigen club Willem II. De analyse laat zien dat voetbalsupporters zich op verschillende manieren identificeren met hun club. De meeste respondenten zien geen belangrijke rol weggelegd voor de media in het bevestigen van stereotypering, omdat zij niet naar het commentaar luisteren wanneer zij een voetbalwedstrijd kijken op televisie. Daarnaast tonen de resultaten aan dat supporters van Willem II in staat zijn verschillende groepen te onderscheiden in het mannenvoetbal en deze groepen te associëren met bepaalde eigenschappen en kenmerken. Op het moment dat respondenten betekenis geven aan de etniciteit van spelers van hun eigen club putten zij uit een clubvertoog in plaats van een etnisch vertoog. Het clubvertoog overstijgt in die zin het vertoog van etniciteit. Respondenten vinden het vooral belangrijk dat spelers van Willem II hard werken, doorzetten en loyaliteit tegenover de supporters en club tonen. Etnische diversiteit wordt door de respondenten aangemoedigd, mits het team van Willem II geen vreemdelingenlegioen wordt.

KEYWORDS: *Voetbalsupporters, Media, Etniciteit, Betekenisgeving, Sport*

Inhoudsopgave

ABSTRACT.....	2
Voorwoord	4
1. Inleiding.....	5
1.1 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	7
2. Theoretisch kader	10
2.1 Concepten	11
2.1.1 <i>Etniciteit</i>	11
2.1.2 <i>Discours</i>	12
2.2 Sport media.....	14
2.2.1 <i>Gebruik van discours en stereotypen in de sportmedia</i>	15
2.2.2 <i>Witheid in de sportmedia</i>	16
2.3 Leev' Hoezee, voor Willem II	17
2.3.1 <i>Identificatie</i>	17
2.3.2 <i>Fandom</i>	19
2.4 Interpretatie van voetbal via de media.....	21
3. Methode.....	24
3.1 Respondenten	24
3.2 Onderzoeksmethode	26
3.3 Positie van de onderzoeker.....	28
3.4 Dataverzameling en analyse	28
3.5 Validiteit en betrouwbaarheid.....	30
4. Resultaten	32
4.1 Clubliefde	32
4.2 Betekenisgeving aan de etniciteit van spelers in het algemeen	36
4.3 Betekenisgeving etniciteit Willem II	40
4.4 Sportmedia: The bad guy?	43
4.5 Identificatie met wie?	44
5. Discussie.....	48
5.1 Conclusie	48
5.2 Sterke punten en beperkingen	51
5.3 Aanbevelingen en vervolgonderzoek.....	53
6. Literatuur.....	54
Bijlage A. Topiclijst focusgroepen	59

Voorwoord

Met de masterthesis die voor u ligt, rond ik de master Media en Journalistiek aan de Erasmus Universiteit Rotterdam af. De afgelopen vijf maanden heb ik met veel plezier aan dit onderzoek gewerkt. Soms de wind in de rug, af en toe ook een tegenslag. Dit is allemaal onderdeel van het proces én van mijn persoonlijke ontwikkeling.

Ik ben het traject van dit onderzoek begonnen als student aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. In ruim vijf maanden heb ik dit onderzoek invulling mogen geven. Met een voorliefde voor Willem II was de keuze van het onderwerp snel gemaakt. De afgelopen negen jaar mis ik zelf geen enkele wedstrijd van Willem II. Dit omdat ik nu ruim zes jaar elke thuiswedstrijd in het stadion van Willem II werk. Hiervoor keek ik als trouwe supporter, samen met mijn opa, de wedstrijd in het Schrobbèler-vak. Ik zou mezelf dan ook zeker een Willem II supporter noemen. Echter, ben ik niet de enige fan van Willem II. Een kleine vijftienduizend mensen zingen met mij het clublied wanneer de spelers van Willem II het veld op lopen voor aanvang van de wedstrijd. Waarom zijn al die mensen supporter? Waarom kijken ze voetbal? Welke speler aanbidden ze? Met welke spelers zouden ze zichzelf identificeren? Hoe zien zij diversiteit terugkomen in Nederlands voetbal? Hoe zien zij diversiteit terugkomen in het elftal van Willem II? Welke rol speelt de media? Al deze vragen houden mij bezig en zal ik proberen te beantwoorden in de thesis die voor u ligt.

Graag zou ik nog de tijd nemen om mijn begeleider prof. dr. JC van Sterkenburg te bedanken voor de prettige samenwerking en begeleiding. Daarnaast wil ik hem bedanken voor de feedback die hij mij altijd heeft gegeven op mijn deelstukken. Ik heb de samenwerking als erg prettig ervaren. Door zijn enthousiasme, interesse en betrokkenheid bij dit onderzoek heb ik de eindstreep weten te halen. Ik heb de ruimte gekregen om zelfstandig te werken maar kon altijd aankloppen voor een feedbackmoment of dringende vragen. Tot slot zou ik graag de respondenten willen bedanken die meegewerkt hebben aan dit onderzoek.

1. Inleiding

“Hup Willem II stoere kerels, trots van het voetballand. Denk aan je roem en glorie, denk aan de vriendschapsband. 'T Rood, Wit en Blauw onze vad'ren, kleurt Willem II zo goed. Het geeft ten alle tijden, spelers leeuwenmoed”

Tijdens een thuiswedstrijd van Willem II wordt dit lied door een kleine 14.000 supporters uit volle borst meegezongen. Mannen, vrouwen, jong, oud: iedereen doet mee. Dat kan ook niet anders want wat is er nu lekkerder dan op de zaterdag avond een voetbalwedstrijd kijken van je favoriete club. De club waar je sinds jongs af aan al komt en waar je simpelweg fan van bent.

Helaas zijn niet alle liederen die gezongen worden in de stadions zo gepast en positief als bovenstaand citaat. Zo kopte het Algemeen Dagblad eind 2021 het volgende: “Apengeluiden? Duitse scheidsrechter is helemaal klaar met racisme en stapt van het veld”(Dijkstra, 2021). Nadat een aantal spelers in de Duitse competitie racistisch bejegend werden staakte deze scheidsrechter het duel. Dit is echter niet iets wat enkel voorkomt in het buitenland, ook in Nederland kennen we gelijksoortige taferelen. Zo werd er in 2019 nog een wedstrijd tussen Den Bosch en Excelsior stilgelegd nadat er ‘Zwarte Piet-liedjes’ gezongen werden door het publiek (NOS, 2019). Jan Bluysen (NOS, 2019) reageerde namens de KNVB en stelde het volgende: “Vreselijk. Echt, dit soort praktijken horen niet in het Nederlands voetbal thuis. We gaan er alles aan doen om de daders op te sporen.”

Het feit dat racisme een plaats neemt in het Nederlands mannenvoetbal is niet iets nieuws. Dat het Nederlandse mannenvoetbal etnisch divers is weten we al geruime tijd. Al jaren vormen kwesties rondom diversiteit, migratie en racisme de krantenkoppen van de Nederlandse media (Van Sterkenburg et al., 2019). Met de opkomst van de (sociale) media zijn de racistische denkbeelden van individuen echter steeds meer expliciet en zichtbaar geworden. Het voetbal in de media is een van de meest miskende plaatsen waar er reproductie plaatsvindt van de discoursen rondom kleur, etniciteit en ras (Van Sterkenburg & Peeters, 2019; Carrington, 2011; Van Sterkenburg & Spaaij, 2016). Doordat vooral het mannenvoetbal gekenmerkt wordt door een groot aantal supporters die ‘live’ meekijken wordt de kleur en etniciteit van spelers steeds meer zichtbaar. Er zijn mij al vele studies voorgegaan die getracht hebben te onderzoeken wat voor betekenis de media geven aan

sporters van verschillende etnische afkomst (Van Sterkenburg et al., 2012; Azzarito & Harrison, 2008). De resultaten van deze studies – veelal internationale inhoudsanalyses – tonen aan dat zwarte sporters vaak geassocieerd worden met atletische superioriteit (Van Sterkenburg et al., 2019). Dit betekent dat deze spelers vaak in een adem genoemd worden met woorden als ‘sterk’, ‘snel’, ‘fysiek’. Witte sporters worden daarentegen vaker geassocieerd met hun harde werken, toewijding en intelligentie (Van Sterkenburg et al., 2019).

Dit soort discoursen zijn aanwezig over de hele wereld, ook in Nederland. Het feit dat deze zich verspreiden en herhalen in het dagelijks leven kent enkele gevaren. Zo zouden ze deel uit kunnen maken van de algemeen aanvaarde kennis van het volk. Dit kan resulteren in een sociale hiërarchie waarin etnische minderheden vaker geassocieerd worden met eigenschappen die gewoonweg negatiever beoordeeld worden in de maatschappij. Hier moet echter wel wat nuance in worden gebracht. Het is niet zo dat eigenschappen als ‘snel’, ‘sterk’ en ‘fysiek’ per definitie negatief zijn. Echter, wanneer deze eigenschappen in relatie worden gebracht met machtsposities in de samenleving, worden dit soort eigenschappen als minder belangrijk geacht (Spraij et al., 2015). Eigenschappen waarmee witte spelers geassocieerd worden, zoals ‘intelligentie’ of ‘leiderschap’, worden in de samenleving ook vaker geassocieerd met een hogere machtspositie.

Het is daarom van belang dat er veel onderzoek gedaan wordt naar een onderwerp als racisme om deze gevolgen in te kunnen perken. Echter, veel onderzoek dat zich richt op racisme en voetbal heeft een focus op hoe de media dergelijke stereotypen in de hand houdt en hoe sporters neergezet worden in de media. Hoe zit het eigenlijk met de fans van de voetbalsport?

Het zijn de fans van voetbalclub Willem II die in deze studie centraal zullen staan. Deze studie tracht onderzoek te doen naar de betekenis die voetbalfans geven aan de etniciteit van spelers in het algemeen. Dit beeld zal vervolgens afgezet worden tegen de betekenis die voetbalfans van Willem II geven aan de etniciteit van spelers van Willem II. Het tegen elkaar afzetten van deze betekenisgeving is nog niet eerder gedaan en is daarom vernieuwend en een mooie toevoeging aan al bestaande literatuur. Op deze manier kan onderzocht worden of het belang van etniciteit wegvalt op het moment dat voetbalfans spelers goed kennen. Dit onderzoek richt zich enkel op mannenvoetbal in Nederland.

Individueen putten uit verschillende vormen van kennis die zij tot hun beschikking hebben. Met deze bestaande kennis geven zij betekenis aan alledaagse onderwerpen. Supporters van een voetbalclub zullen voornamelijk putten uit de kennis die zij hebben over de club en individuele spelers. Individueen die geen supporter zijn van een club zullen wellicht eerder putten uit vertogen uit de media. Om dit te kunnen onderzoeken tracht dit onderzoek de volgende onderzoeksvraag te beantwoorden:

Welke betekenissen geven supporters van voetbalclub Willem II aan de etniciteit van voetballers in het algemeen en specifiek aan de etniciteit van spelers van Willem II?

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden zullen er ook een aantal deelvragen beantwoord moeten worden.

- *Welke betekenis geven de media aan de etniciteit van voetballers?*
- *Welke betekenissen geven voetballers van Willem II aan de etniciteit van spelers in het algemeen?*
- *Hoe verschilt de betekenisgeving aan spelers in het algemeen van de betekenisgeving die voetballers van Willem II aan spelers van Willem II geven?*
- *Hangen de betekenissen van voetballers van Willem II aan spelers in het algemeen en spelers van Willem II samen met de etnische achtergrond van spelers? Hoe hangen deze samen?*

De focus van dit onderzoek ligt op de betekenisgeving die voetballers van Willem II geven aan spelers in het algemeen en aan spelers van Willem II. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een kwalitatieve onderzoeksmethode. Aan de hand van de resultaten van vier focusgroepen zal getracht worden een antwoord te geven op bovenstaande onderzoeksvraag. Het begrip 'voetballer van Willem II' is een breed begrip. De voetballers die plaatsnamen in de focusgroepen zijn zowel fans die de wedstrijden in het stadion kijken als fans die de wedstrijden thuis kijken via een live verbinding. Om de gesprekken in de focusgroepen te 'triggeren' is er gebruik gemaakt van 'video' triggers.

1.1 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek kent zowel een wetenschappelijke- als maatschappelijke relevantie. Allereerst voegt dit onderzoek iets toe aan de kennis die al opgedaan is in eerder

wetenschappelijk onderzoek. Ook al is dit niet het eerste onderzoek dat zich richt op de etniciteit van voetballers, dit onderzoek brengt wel nieuwe inzichten en biedt een antwoord op nieuwe vragen die niet eerder onderzocht zijn. Zo wordt er al jaren onderzoek gedaan naar racisme binnen het voetbal. Onderzoek van Harmsen et al., (2019) toont aan dat discriminatie op verschillende manieren wordt ervaren onder voetballers. Sommige spelers herkennen racisme en betrekken het op zichzelf, anderen zijn niet in de mogelijkheid dit te doen. Van Sterkenburg (2013) deed naast onderzoek naar racisme ook onderzoek naar de betekenisgeving aan 'ras' en etniciteit, en welke invloed de media hierop uitoefent. De media zouden een goede tool zijn om een gevoel van een collectieve nationale identiteit te ontwikkelen onder fans van verschillende rassen en etniciteit. Daarentegen kennen de media ook een keerzijde. Daar waar sportcommentatoren zwarte atleten veelal associëren met stereotyperende eigenschappen die minder van belang zijn in machtsposities, associëren ze witte atleten met stereotyperende eigenschappen die van groter belang zijn wanneer we spreken over machtsposities (Hylton, 2009). Aangezien dit soort uitspraken voortduren worden herhaald op de televisie kunnen deze ingeburgerd worden in de kennis van voetbalkijkers.

Dit soort internationale onderzoeken kennen vaak respondenten in de vorm van voetballers, media professionals, journalisten, studenten en jongeren. Zo toont onderzoek van bijvoorbeeld Peeters en van Sterkenburg (2017) aan dat Britse studenten gebruik maken van verschillende discourses om zowel witte als zwarte spelers te omschrijven. Onderzoek van Van Sterkenburg et al., (2021) ondervraagde verschillende sport media professionals over de manier waarop zij zelf gebruik maken van bestaande discourses en stereotypen, en over hoe zij betekenis geven aan etnische diversiteit binnen de organisatie van sportmedia.

Dit onderzoek haakt in op dezelfde onderwerpen die al eerder onderzocht werden. Echter, tegelijk biedt deze studie enkele nieuwe inzichten. Allereerst zijn de respondenten die deelnemen aan dit onderzoek allen supporter van een voetbalclub, namelijk Willem II. Anders dan in voorgaande onderzoeken wordt er dus gesproken met personen die de club én spelers goed kennen. Ten tweede wordt er een belangrijk en opvallend verschil onderzocht in dit onderzoek. De betekenisgeving van fans aan etniciteit en raciale stereotypen van voetballers in het algemeen worden afgezet tegen voetballers van Willem

II. Hiermee kan onderzocht worden of deze stereotypering blijft, of wegvalt wanneer respondenten de spelers (van Willem II) goed kennen. Ook zal er ingegaan worden op de samenhang tussen betekenisgeving en winst of verlies van Willem II. Dit zijn nieuwe vragen die nog niet eerder onderzocht zijn in wetenschappelijk onderzoek. Tot slot heeft veel bestaand onderzoek zich afgespeeld in het buitenland. Deze studie heeft enkel betrekking op Nederland.

Naast het feit dat deze studie wetenschappelijk relevant is, kent ze ook een maatschappelijke relevantie. Raciale stereotypering en racisme (en het voorkómen daarvan) zijn thema's die in de Nederlandse politiek zwaar beladen zijn. Het is hierdoor lastig dit te agenderen. Daarnaast hebben de media een grote invloed op het denkbeeld van individuen (Entman, 1989). De media zijn een platform waarop raciale en etnische diversiteit in Nederland getoond wordt. Zoals eerder gezegd hebben media zowel positieve als negatieve invloeden op de betekenisgeving van etniciteit. Het bespreken van dit soort onderwerpen met voetbalfans van Willem II zal inzicht geven in de betekenissen die zij niet alleen geven aan de etniciteit spelers van Willem II, maar ook aan spelers in het algemeen. Daarnaast zal dit ook inzicht bieden in de manier waarop zij vinden dat de media hier een rol in speelt. Omdat de media in deze een machtspositie hebben is het van belang dat supporters en kijkers van voetbal inzien op welke manier ze bijdragen aan de instandhouding van raciale stereotypen. In de toekomst kan er dan gekeken worden naar een manier waarop zij hiermee om zouden moeten gaan. Alleen al het gesprek openen met supporters kan leiden tot interessante inzichten voor meerdere betrokkenen.

2. Theoretisch kader

Nu de doelstelling van dit onderzoek helder zijn, zal dit theoretisch kader meer inzichten bieden in de belangrijkste concepten van deze thesis die betrekking hebben op de onderzoeksvraag en deelvragen. Allereerst zal aandacht besteed worden aan hoe de media betekenis geven aan etniciteit en stereotypering in het voetbal. Vervolgens zal ingegaan worden op de relatie tussen sporters, voetballers, etniciteit, kleur en stereotypering. Tot slot zal er ingegaan worden op wat men in de wetenschappelijke literatuur 'fanculture' noemt.

Aangezien deze studie zich focust op de Nederlandse voetbalcultuur dient er eerst wat gezegd te worden over de Nederlandse context wat betreft etniciteit. In Nederland neemt de term 'racisme' vaak een vorm aan van wat in de literatuur 'eticisme' genoemd wordt (Van Sterkenburg, 2013). Dit komt omdat Nederlanders liever van 'eticiteit' spreken dan van 'ras'. Mensen met een Surinaamse, Turkse en Marokkaanse achtergrond vormen de grootste etnische minderheidsgroep in Nederland. Waar de mensen met een Turkse en Marokkaanse achtergrond naar Nederland zijn gekomen als arbeidsmigranten, zijn de mensen met een Surinaamse achtergrond wegens een koloniaal verleden naar Nederland gekomen (Van Sterkenburg, 2013).

Over het algemeen worden personen met een Marokkaanse achtergrond gezien als de ultieme etnische 'ander' (Van Sterkenburg, 2013). Zo worden vooral Marokkaanse jongeren negatief vertegenwoordigd in de media. In het alledaagse discours worden zij in de media vaak geassocieerd met kenmerken als 'agressief', 'crimineel' en niet willen integreren. Naast dat er gecategoriseerd wordt op basis van etniciteit, gebruiken Nederlanders een andere categorisering op basis van de termen 'autochtoon' en 'allochtoon'. Alhoewel deze termen nog voorkomen in de alledaagse gesprekken zijn deze termen sinds 2016 afgeschaft (De Ree, 2016). Het woord allochtoon heeft voor sommigen een negatieve betekenis gekregen. In plaats daarvan spreekt men nu van personen met een Nederlandse of migratieachtergrond. Personen met een Nederlandse achtergrond nemen veelal een bevoorrechte positie in de samenleving in. Er heerst dan ook een soort 'onzichtbare norm'. Aan deze norm worden de personen met een migratieachtergrond vaak gemeten (Essed & Trienekens, 2008).

Net zoals de Nederlandse samenleving wordt gekenmerkt door etnische diversiteit, wordt het Nederlandse mannenprofvoetbal ook op deze manier gekenmerkt. Naast dat voetbal in Nederland wordt beschouwd als een van de nationale sporten, vooral van oudsher mannenvoetbal, wordt het ook gezien als een belangrijke sport voor het vormen van een nationale (Nederlandse) identiteit (Van Sterkenburg, 2013). De voetbalsport kent het grootste aantal deelnemers van alle sporten in Nederland en krijgt daarmee veel aandacht van verschillende soorten media. Sommige onderzoekers stellen dat de grote voetbalevenementen die uitgezonden worden op televisie ervoor zorgen dat mensen een gevoel van eenheid ontwikkelen. Hierdoor kan er een collectieve, nationale identiteit ontstaan binnen een groep waarin verschillende ‘rassen’ en etniciteiten aanwezig zijn (Van Sterkenburg, 2013). Een evenement als het wereldkampioenschap bijvoorbeeld, wat uitgezonden wordt op de televisie, kan resulteren in een gedeelde ervaring onder voetbalkijkers. Deze ervaring kan op haar beurt resulteren in een gevoel van verbondenheid met niet alleen het nationale voetbalteam, maar met de gehele nationaliteit.

2.1 Concepten

In de wetenschappelijke literatuur zijn er veel onderzoeken te vinden die een verband vinden tussen de betekenisgeving aan etniciteit en sportmedia. Om deze verbinding te kunnen maken is het van belang een aantal begrippen duidelijk te hebben. In dit gedeelte van de tekst zullen er twee belangrijke concepten besproken worden: etniciteit en discours.

2.1.1 Etniciteit

Een van die belangrijke concepten is het begrip etniciteit. De bestaande wetenschappelijke literatuur naar discourses rondom etniciteit in sportmedia focussen zich veelal op internationaal, Amerikaans bestaand onderzoek. Zoals al eerder gezegd, geven Nederlanders de voorkeur aan de term ‘etniciteit’ in plaats van ‘ras’. In Amerikaans onderzoek, daarentegen, wordt veelal gesproken en gebruik gemaakt van het begrip ‘race’ (Van Sterkenburg et al., 2012). In een artikel van Jackson en Garner (1998) worden beide begrippen besproken en uitgelegd. Ondanks het feit dat er veel discussie is in de wetenschappelijke literatuur rondom deze begrippen, proberen Jackson en Garner (1998) duidelijkheid te scheppen. Zo stellen zij dat individuen van nature graag mensen plaatsen in

verschillende groepen. Dit doen zij door deze groepen bijvoorbeeld in te delen op uiterlijke kenmerken. Een van de belangrijkste uiterlijke kenmerken is huidskleur. Op deze manier is het idee ontstaan van verschillende 'races'. Aan deze 'races' worden dan weer verschillende kenmerken en eigenschappen toegekend.

Niet alleen over de term 'race' is al lang discussie in de wetenschappelijke literatuur, ook over de term 'etniciteit'. Wanneer er gesproken wordt van etnische groepen, bedoelt men daar veelal groepen mee die niet wit van huidskleur zijn. Echter, bestaat er in de literatuur een discussie in welke groep bijvoorbeeld Spanjaarden geplaatst moeten worden. Daarom stellen Jackson en Garner (1998) dat er ook etnische groepen bestaan die enkel wit van huidskleur zijn.

Het verschil in het gebruik tussen het begrip 'race' in Amerika en 'etniciteit' in Nederland wordt ook gekenmerkt door een ander opvallend punt in onderzoeken. Zo wordt er in Amerika veelal onderscheid gemaakt tussen zwarte en witte atleten. In Nederland daarentegen, wordt vaak onderscheid gemaakt tussen sporters met een verschillende nationale afkomst (Van Sterkenburg et al., 2012). Anders gezegd: waar 'race' het accent legt op huidskleur, legt 'etniciteit' het accent op culturele groepen. Hierdoor zou etniciteit gezien kunnen worden als een sociaal construct en heeft deze term veel raakvlakken met culture kenmerken zoals taal, religie of gewoontes (Hermes, 2005). Ondanks het feit dat er een verschil tussen beide begrippen is, worden deze begrippen vaak door elkaar gehaald en tegelijkertijd gebruikt.

2.1.2 Discours

Naast het begrip 'etniciteit' speelt het begrip 'discours' ook een grote rol in deze studie. Later in het theoretisch kader zal er dieper ingegaan worden op de verschillende manieren waarop er betekenis gegeven kan worden aan etniciteit. Eerst zal er aandacht besteed worden aan het concept 'discours'. Het begrip 'discours' wordt in deze studie als volgt omschreven: "ways of referring to or constructing knowledge about a particular topic or practice: a cluster of ideas, images and practices, which provide ways of talking about a particular topic or practice (...)" (Hall, 1997, p. 6). Discoursen kunnen dus als sociale constructies worden gezien. Deze worden vervolgens toegepast in de betekenisgeving van gebeurtenissen of onderwerpen waar men in het dagelijks leven mee te maken heeft. Om deze onderwerpen of gebeurtenissen te kunnen plaatsen en begrijpen, zijn discoursen

nodig. Binnen een maatschappij bewegen verschillende discourses naast elkaar. Omdat er zoveel discourses naast elkaar bestaan, zal er frictie zijn tussen verschillende, tegengestelde discourses. Desondanks kent een samenleving vaak wel dominante discourses (Van Dijk, 1993). Binnen een samenleving is er sprake van een hiërarchische verdeling. Hoe hoger men in de hiërarchie staat, hoe meer invloed er uitgeoefend kan worden op de discourses. Personen die hoger in de hiërarchie staan, zijn meestal personen die behoren tot de meerderheidsgroep in de samenleving. De meerderheidsgroep zal dus het dominante discours bepalen. Met als gevolg dat het deze dominante discourses zijn die zich voornamelijk verspreiden binnen een gemeenschap. Hierdoor wordt het dominante discours niet alleen in stand gehouden en bevestigd, maar wordt het ook versterkt. Machtsverhoudingen zullen hierdoor blijven voortbestaan (Van Dijk, 1993).

Een van de belangrijkste bronnen voor de instandhouding van bepaalde opvattingen en denkbeelden in samenleving zijn de (sport)media. De media vullen hun kanalen zo in dat de beelden perfect passen bij het discours wat behoort tot de dominante groep (Van Sterkenburg et al., 2012). Hiernaast kunnen de (sport)media ook alternatieve discourses tonen en zijn de minderheidsgroepen niet verplicht om het dominante discours te internaliseren. Mediagebruikers kunnen hierdoor bepaalde betekenis geven aan de hand van verschillende discourses. Het proces waarbij een mediagebruiker een bepaald discours op een bepaalde manier al dan niet overneemt van een producent, wordt in de literatuur ook wel 'subject position' genoemd (Zajc, 2013). Op het moment dat een bepaald discours past bij de opvattingen van een mediagebruiker, zal de gebruiker dit discours sneller accepteren. In relatie tot het begrip 'subject position' staan de begrippen 'preferred reading', 'negotiated reading' en 'oppositional reading'. Stuart Hall (1997) stelt dat media producties op een bepaalde manier gecodeerd worden. Producers die een film maken bijvoorbeeld, coderen deze film met bepaalde elementen zodat de boodschap die ze over willen brengen op de kijker ook daadwerkelijk op die manier overkomt. Zo maken producten gebruik van bepaalde verhalen of karakters in een productie. Op deze manier hopen ze dat de kijker precies het verhaal interpreteert zoals het ook bedoeld is door de productie. Dit noemt Hall (1997) ook wel 'preferred reading'. Een media gebruiker begrijpt helemaal wat voor verhaal de productie naar buiten wil brengen, en dit verhaal wordt ook geaccepteerd en overgenomen door de gebruiker. Echter, iedere persoon kijkt anders naar een media-message. Zo zijn er individuen die een media-message totaal verkeer

interpreteren en niet meenemen wat de productie wil dat ze meenemen. Dit noemt Hall (1997) 'oppositional meaning'. In het midden van de 'preferred reading' en 'oppositional reading' staat wat Hall (1997) 'negotiated reading' noemt. Een media-gebruiker begrijpt de boodschap die een productie over wil brengen. Echter, sommige intenties die de productie heeft, worden niet geaccepteerd en overgenomen door de gebruiker. Gebruikers van media 'lezen' de media dus niet alleen op één manier. Er zijn tal van verschillende redenen waarom gebruikers op een andere manier lezen, denk bijvoorbeeld aan gender, leeftijd, etniciteit en seksualiteit.

2.2 Sport media

Sinds een aantal jaren is er een toename aan variëteit van raciale en etnische achtergronden van spelers in het Nederlandse mannenvoetbal. Het Nederlands Elftal bijvoorbeeld, kent steeds meer spelers van een Marokkaanse, Antilliaanse of Surinaamse afkomst. Zo legde de broer van profspeler Sinouh in 2006 uit dat het juist de combinatie van twee vaardigheden zijn, die het spel van zijn broer zo goed maken: de Marokkaanse techniek en Nederlandse tactiek (Van Sterkenburg et al., 2012). Dit soort uitspraken tonen aan dat journalisten gebruik maken van een bepaalde categorisering om sporters te omschrijven. Lang werd er gedacht dat opvattingen over etniciteit enkel overgedragen en geconstrueerd werden door bepaalde instituties zoals familie en onderwijs. Niets is minder waar, de media en sport hebben hier ook een grote bijdrage in (Van Sterkenburg et al., 2012).

Zo slagen de media er in om naast het vieren van unieke sportprestaties ook bepaalde atleten en sporters te portretteren op een stereotyperende manier. Hierdoor worden de eerdergenoemde hiërarchieën niet alleen bevestigd maar ook versterkt (Van Sterkenburg et al., 2012). Onderzoek van Bruce (2004) toont aan dat het met name de sportcommentatoren zijn die op nationale televisie wel eens de neiging hebben om bepaalde sporters te omschrijven aan de hand van etnische stereotypen. Het feit dat deze commentatoren vaak onder hoge druk werken en daarbij wellicht onbewust putten uit hun bestaande kennis omtrent raciale stereotypen zou echter geen excuus moeten zijn. Doordat juist deze commentatoren keer op keer bepaalde sporters in een bepaald daglicht plaatsen, neemt het volk dit op en worden deze stereotypen als normaal bevonden. De stereotypen waaruit zij putten leggen veelal de focus op lichamelijke aspecten van spelers,

vooral bij zwarte sporters. Zo worden zwarte sporters in de media vaak neergezet als natuurlijke atleten (Morning, 2009; Van Sterkenburg & Knoppers, 2004). Deze nadruk op het uiterlijk van zwarte sporters zou ervoor kunnen zorgen dat het algemene denkbeeld over zwarte sporters versterkt wordt (Van Sterkenburg et al., 2012). Daartegen ligt de nadruk bij witte sporters vaker op innerlijke kenmerken (Billings & Eastman, 2002). Zo worden zij vaker neergezet in termen van hard werken, intelligentie en doorzettingsvermogen. Carrington (2001) noemt dit verschil tussen de uiterlijke- en innerlijke focus ook wel 'geest-lichaam dualisme'. Hierin worden zwarte sporters geassocieerd met het lichaam en witte spelers met de geest.

2.2.1 Gebruik van discours en stereotypen in de sportmedia

Volgens Bruce (2004) zijn sportmedia niet alleen kanalen waarop stereotyperende uitspraken beaamd worden, het zouden ook kanalen zijn waarop het verschil tussen zwarte en witte spelers geïnternaliseerd wordt. Hierdoor dragen sportmedia bij aan het uiteendrijven van verschillende sociale en etnische groepen in Nederland. In de sportmedia wordt gebruik gemaakt van verschillende stereotypen. Denk hierbij aan de zwarte sporter die van nature atleet is, en de witte sporter die altijd zo hard werkt voor zijn team. De sportmedia slagen hierin door witte spelers voornamelijk te associëren met kenmerken als 'leiderschap' en 'hard werken'. Zwarte spelers worden voornamelijk geassocieerd met kenmerken als 'atletisch', 'snel' en 'technisch'. Doordat dit meermaals herhaald wordt in de media, nemen mediagebruikers dit over in alledaags gebruik. Volgens Bruce (2004) is dit discours geworteld in de geschiedenis van de slavernij. In deze tijd werden zwarte mannen al geassocieerd met bepaalde eigenschappen. Het discours dat betrekking heeft op het natuurlijk atletisch vermogen van zwarte sporters, suggereert dat zwarte sporters van nature erg sportief zijn, en daarom niet hard zouden moeten trainen om goed te zijn in een bepaalde sport. Bruce (2004) stelt daarnaast dat dit discours ook gekoppeld kan worden aan raciale opvattingen. In haar onderzoek schetst ze dat zwarte mannen vanwege hun atletische bouw geschikt zouden zijn voor de slavernij. Dit omdat zij niet geschikt zouden zijn voor mentale, maar enkel lichamelijke activiteiten.

Uit eerder onderzoek van Van Sterkenburg en Blokzeijl (2017) blijkt echter dat het niet altijd even makkelijk is om bepaalde etnische groepen te associëren met bepaalde kenmerken. De resultaten uit dit onderzoek tonen aan dat respondenten zwarte spelers

over het algemeen goed kunnen associëren met kenmerken die in de literatuur beschreven worden. De manier waarop een 'typische' witte speler wordt omschreven is echter erg divers. Zo werden witte spelers in deze studie vaak omschreven als groot en lang, hardwerkend, niet uit de hoogte en tactisch maar niet technisch. Zwarte spelers werden veelal geassocieerd met fysieke kenmerken, vooral kracht. Marokkaanse spelers werden veelal geassocieerd met kenmerken als technisch, snel en agressief.

Naast etnische stereotypering kunnen, kan er ook stereotypering plaatsvinden wanneer het gaat om de nationaliteit van spelers (Van Sterkenburg & Walder, 2021). Met name in de voetbalsport is dit een ding omdat er vaak grote toernooien georganiseerd worden naar nationale teams aan deelnemen. De resultaten van het onderzoek van Van Sterkenburg en Walder (2021) tonen bijvoorbeeld aan dat individuen in staat zijn om verschillende speelstijlen te associëren met verschillen nationaliteiten, zij noemen dit ook wel 'national playing style'. Zo zouden Italiaanse spelers traag zijn, Braziliaanse spelers veel flair hebben en Engelse spelers een hoog tempo hebben.

Volgens Bruce (2004) wekken de live-verslaggevingen die sportcommentatoren doen ook etnische stereotypering op. Commentatoren die live-verslag moeten doen van een sportevenement hebben weinig tot geen tijd om de juiste woorden te vinden tijdens hun verslaglegging. Hierdoor zijn sportcommentatoren geneigd om te teren op discoursen en stereotypes die voor hen bekend zijn. Hiernaast moeten de commentatoren zich op zo'n manier uiten dat het publiek zich hierin herkent en de aandacht getrokken blijft. Het is echter niet eerlijk om de sportcommentatoren verantwoordelijk te stellen voor het gebruik van stereotypen in de Nederlandse samenleving. Net als een ieder putten ook zij ook uit sociale constructies die binnen de maatschappij als 'gewoon' ervaren worden. Wat wel een punt van aandacht verdient is het bewustzijn van de manier van commentaar leveren. Sportcommentatoren hebben vaak zelf niet eens door dat hun commentaar op een bepaalde manier onderscheid maakt in ras of etniciteit.

2.2.2 Witheid in de sportmedia

Binnen het discourse rondom stereotypering is het van belang het begrip 'whiteness' aan te halen. Dit begrip is namelijk cruciaal wanneer het gaat om het vormen van hiërarchieën op basis van huidskleur of etniciteit (Spaaij et al., 2015). Het element 'whiteness' zet niet-witte personen neer als wat in de literatuur 'the other' (de ander /

othering) wordt genoemd. De etnische machtsrelaties die aanwezig zijn in de westerse samenleving worden hierdoor versterkt omdat personen van witte kleur als normaal gezien worden. Het is voornamelijk de witte groep die dit discours gebruikt in hun betekenisgeving (Spaaij et al., 2015). Omdat dit discours veelal profijt biedt aan witte mensen zijn het ook de witte personen die zich het meeste herkennen in dit discours en er op haar beurt meer gebruik van maken. In de sportmedia komt dit begrip ook veelvuldig voor. Wanneer men zich bekommerd om de huidskleur van zwarte atleten en geen aandacht heeft voor de huidskleur van witte sporters is dit het geval. Wederom komt hier de onzichtbare norm om de hoek kijken. Wit is normaal in onze westerse samenleving, zwart is 'anders'.

2.3 Leev' Hoezee, voor Willem II

De wetenschappelijke literatuur beschrijft een voetbalfan als iemand waarvan een voetbalclub op een bepaalde manier zijn of haar hele leven domineert of in de greep heeft (Porat, 2010). Een échte voetbalfan bezoekt zowel thuis- als uitwedstrijden van de club en daarnaast draait zijn agenda om de voetbalclub heen. Zelfs familieleden, vrienden en werk komen op een tweede plaats. Kortom: een echte voetbalfan is zeer betrokken bij de sport en laat hiervoor veel andere dingen links liggen. In wetenschappelijke termen noemt men dit ook wel 'fandom'. De diepe verbondenheid die fans voelen met hun voetbalclub kan gezien worden als een identificatieproces (Porat, 2010). Zo zou de voetbalclub onderdeel zijn van de identiteit van de fan. Deze identiteit wordt gevormd aan de hand van drie ervaringsdomeinen. Allereerst het emotionele domein: dit mechanisme zorgt ervoor dat individuele fans samen stollen tot een collectief. Het cognitieve domein: binnen dit domein evalueert een fan zijn relatie met de voetbalclub en met anderen. Tot slot het symbolisch culturele domein: een voetbalclub kan voor een voetbalfan symbool staan voor een bepaalde nationaliteit of etniciteit (Porat, 2010).

2.3.1 Identificatie

Een van de meest invloedrijke theorieën wanneer we spreken over sociale groepsprocessen is de sociale identiteitstheorie van Tajfel en Turner (1982). Deze theorie stelt dat alle individuen trachten een vorm van een zelf-identiteit te vinden die positief is. Volgens Tajfel (1982) zijn individuen die geen sociale identiteit af kunnen leiden van groepsverbanden ook niet in staat om een zelfbeeld te vormen. Individuen die zichzelf moeten omschrijven houden daarbij vast aan associaties die zij hebben met verschillende

sociale groepen. Om een positie in een sociale omgeving te vinden, gaan individuen op zoek naar groepsbanden. Op die manier kan een zelf-identiteit gecreëerd worden (Fisher & Wakefield, 1998).

De zelf-identiteit bestaat aan de ene kant uit een identiteit in persoonlijke vorm (Ashforth & Mael, 1989). Bijvoorbeeld, ik ben creatief of ik ben loyaal. Aan de andere kant bestaat het uit een identiteit in sociale vorm (Ashforth & Mael, 1989). Bijvoorbeeld, ik ben een Tilburger en ik ben fan van voetbalclub Willem II. De sociale identiteit kan omschreven worden als de informatie die een individu heeft omtrent bepaalde groepsbanden (cognitieve component). Daarnaast kent een individu een bepaalde (emotionele) waarde toe aan sociale groepen (emotionele component). Individuen proberen continu hun positie te zoeken in een bepaalde sociale groep of setting. Dit doen zij door zichzelf in te delen in bepaalde sociale categorieën. Aldus proberen individuen naast een sociale identiteit die positief is, ook een bepaalde mate van zelfverzekerdheid te bevorderen (Ashforth & Meal, 1989). De mate van sociale identificatie houdt ook verband met de mate van betrokkenheid dat een individu heeft met een bepaalde groep. Hoe sterker een individu zich identificeert met een groep, hoe sterker de betrokkenheid en verbondenheid, en hoe meer het individu bepaalde kenmerken van de groep zal overnemen.

Het proces van sociale identificatie kent naast een emotionele- en cognitieve component ook nog een evaluatieve component. Dit evaluatieve component gaat in op de positieve of negatieve waarde die een individu aan een sociale groepen toekent. Het zelfbeeld van een individu wordt bepaald door de mate waarop een individu zich kan identificeren met een bepaalde groep. Door een hoge mate van identificatie wordt de scheidslijn tussen het individu en de groep steeds doffer. De prestatie van een groep, in dit geval een voetbalteam (Willem II), zou daarom effect kunnen hebben op het zelfbeeld van supporters van dit team. Uitgaande van de sociale identiteitstheorie wordt gesteld dat individuen een lidmaatschap van een bepaalde groep zullen verheerlijken, wanneer deze groep op een positieve manier beoordeeld wordt door anderen, zodat vervolgens op die manier het zelfbeeld van het individu ook positiever wordt.

Om nog een betere grip te krijgen op het proces van identiteitsvorming biedt Jacobson (2003) nog een aantal inzichten. Volgens hem is het van belang om binnen het proces van identiteitsvorming oog te behouden voor zowel het interpersoonlijk- als het

symbolische niveau van identiteitsvorming (Jacobson, 2003). Op het interpersoonlijk niveau van het proces van identiteitsvorming spelen familieleden en vrienden een belangrijke rol. Ook speelt geografie hierin een rol. Individuen die dichtbij een voetbalclub wonen, verhogen daarmee de kans op identiteitsvorming met deze club. Op het symbolische niveau zijn meer club-specifieke kenmerken van toepassing. Denk hierbij aan kenmerken als het tenue, clubnaam, clubliederen of de prestaties van een team. Om een zo positief mogelijke zelf-identiteit te creëren is het van belang dat individuen zich identificeren met het team met de beste prestaties bijvoorbeeld.

Naast de identiteitsvorming, besteedt Jacobsen (2003) ook veel aandacht aan wat hij noemt het socialisatieproces. Het proces van socialisatie kan beschreven worden als een proces waarin een individu zich overgeeft aan een specifieke cultuur. Dit doet men door bepaalde normen en waarden en gedragsregels over te nemen (Jacobson, 2003). Wanneer we het dan specifiek hebben over sportsocialisatie, spreken we over individuen die bepaalde waarden en normen en gedragsregels overnemen van een bepaalde sportcultuur. Uit bestaande literatuur naar het proces van sportsocialisatie blijkt dat er vier componenten zijn waardoor individuen een lidmaatschap aan gaan met een bepaalde groep: scholen, de commune, familie en vrienden. In de literatuur worden deze componenten ook wel beschreven als 'socialisation agents'. Opmerkelijk is dat deze 'agents' gekoppeld zijn aan sekse. Zo toont een studie van Dietz-Uhler et al., (2000) aan dat meisjes over het algemeen supporter zijn van een sportclub omdat zij samen met bekenden kijken. Mannen, daarentegen, zijn eerder supporter van een sportclub omdat zij diezelfde sport uitoefenen.

2.3.2 Fandom

Een ander belangrijk begrip wat vaak gebruikt wordt in de bestaande literatuur is het begrip fandom. Individuen die een bepaald team supporten hebben alle een andere mate van fandom (Porat, 2010). Dit wordt veroorzaakt door het feit dat een ieder zijn of haar eigen redenen heeft om fan of supporter te zijn of worden van een bepaalde club of bepaald team. Deze redenen zijn verschillend per individuen maar kunnen ook nog veranderen gedurende de tijd dat een individu supporter is (Porat, 2010) Veel supporters geven aan een specifieke band te hebben met één van de spelers uit een elftal. Deze specifieke band komt voort uit allereerst het hebben van een band met de sport an sich.

Vervolgens creëert die band op haar beurt een band met een bepaald team. Deze band versterkt de band met één specifieke speler. Wanneer individuen zich eenmaal identificeren met een bepaalde speler, kan deze identificatie zich verbreden naar andere categorieën. Individuen die nieuw zijn als fan, hebben een lage mate van fandom. Naarmate zij langer aangehaakt blijven bij een club, komen zij telkens terecht in een nieuwe categorie van identificatie en fandom. Fans en supporters die aangehaakt blijven bij de club vertonen een steeds hogere mate van fandom.

Er bestaat een lage, gemiddelde en hoge mate van fandom. Elke maat van fandom kent zijn eigen eigenschappen. Individuen die een lage mate van fandom bezitten, kennen nauwelijks een emotionele connectie met het team of de club. Dit soort fans of supporters worden vooral aangetrokken tot een bepaalde club omdat ze het simpelweg gemakkelijk vinden om naar de sport of het team te kijken. Uit een studie van Tapp en Clowes (2000) blijkt dat deze individuen niet gebonden zijn aan één club maar graag naar verschillende wedstrijden gaan omdat ze aangetrokken worden door de sfeer in stadions bijvoorbeeld. Naar mate de tijd vordert, en het individu de club en team beter leert kennen, zal de relatie sterker worden en zal dit de mate van betrokkenheid ook versterken.

Er bestaan ook individuen met een gemiddelde mate van fandom. Op basis van bepaalde aspecten die ze beter hebben leren kennen, worden zij aangetrokken door een bepaalde club of team. Denk hierbij aan aantrekkelijke karaktereigenschappen van spelers of bijvoorbeeld een gezamenlijke prestatie (Sutton et al., 1997). In de bestaande literatuur worden individuen met een gemiddelde mate van fandom ook wel 'glory hunters' genoemd (Tapp & Clowes, 2000). Deze individuen sluiten zich vooral aan bij een bepaalde club vanwege de goede prestaties. Dit zijn bijvoorbeeld de individuen die in de Eredivisie in het bezit zijn van een clubkaart of iets dergelijks.

Tot slot bestaan er individuen met een zeer hoge mate van fandom. Deze supporters tonen veel loyaliteit tegenover de club en kennen een sterke band met de club. Deze supporters leven als het ware voor de club en de sport. Voor sommige van hen gaat het leven als supporter zo ver dat zij de club verkiezen boven hun persoonlijk sociale netwerk. Zo spreken ze, wanneer ze het hebben over de club, in wij-vorm. Aan enkel de prestaties van de club en het team hechten zij weinig waarde. Individuen met een seizoenkaart worden gezien als supporters met een hoge mate van fandom. Zij zijn

aanwezig bij zowel thuis- als uitwedstrijden van een club. Uit onderzoek van Hill en Green (2000) blijkt dat de loyaliteit die een individu heeft tegenover een team van invloed is op de hoeveelheid wedstrijden dat een individu kijkt. Dit onderzoek toont aan dat een hoge mate van loyaliteit een positieve invloed heeft op de aanwezigheid van de supporter in de toekomst. Supporters van Willem II die een hoge mate van loyaliteit en betrokkenheid hebben tegenover de club, komen vaker naar het stadion om wedstrijden te volgen en hebben daarom een hoge mate van fandom.

De sterke binding die voetbalsupporters hebben met de club of met het team, kunnen bepaalde vertogen overstijgen, bijvoorbeeld de vertogen over etniciteit. Een studie van Wensing en Bruce (2003) toont aan dat bij een event als de Olympische Spelen, de nationale identiteit alle andere identiteitskenmerken overstijgt. In dit onderzoek – naar atlete Cathy Freeman tijdens de Olympische Spelen in Sydney– wordt de overstijgende kracht van de nationale identiteit onderzocht. Uit dit onderzoek blijkt dat, in de media, Freeman anders geframed wordt dan de onderzoekers op voorhand verwachtten. Zo werd Freeman in de media niet afgeschilderd volgens bestaande gender stereotypen als een emotioneel onstabiele vrouw die niet in staat zou zijn om met veel druk om te gaan. In die hoedanigheid zou het voor het Australische volk namelijk niet mogelijk zijn om alle hoop op haar te vestigen. Om Freeman af te schilderen als een nationaal symbool, werd ze in de media neergezet als een betrouwbare atlete, die emotioneel sterk is en zeer gefocust. Op deze manier werd aangetoond dat het nationalistische discours zwaarder weegt dan bepaalde stereotypen. Voor voetbalsupporters van Willem II zou een soortgelijk proces plaats kunnen vinden. Omdat supporters de spelers van Willem II beter kennen, zouden ze wellicht sneller putten uit een verhoogd *over hun club Willem II*. De manier waarop spelers in het veld iets bijdragen aan de club Willem II, weegt zwaarder dan de etniciteit van spelers. Alhoewel bovenstaande studie van Wensing en Bruce (2003) op nationale schaal is uitgevoerd zou dit op lokaal niveau – bijvoorbeeld bij het steunen van een lokale profclub als Willem II - ook tot opvallende resultaten kunnen leiden. In de discussie wordt hier verder op in gegaan.

2.4 Interpretatie van voetbal via de media

Vele onderzoekers hebben in hun studies al onderzocht op welke manier individuen die voetbal kijken betekenis geven aan etniciteit, en hoe men voetbal interpreteert via de

media. Zo hebben Van Sterkenburg en Walder (2021) beter inzicht gegeven in de discourses die jongeren gebruiken om betekenis te geven aan etnische diversiteit binnen het Engelse mannenvoetbal. Allereerst toont deze studie aan dat de respondenten zich bewust zijn van het feit dat er bepaalde stereotypen rondom zwarte en witte voetballers zijn. Respondenten geven daarnaast aan geen gebruik te maken van dergelijke stereotypen om betekenis te geven aan zwarte spelers. Opvallend is wel, dat tijdens de focusgroep interviews, respondenten toch terugvallen op bekende stereotypen (het van nature fysieke discours) rondom zwarte spelers. Dit gebeurt vooral wanneer de interviewer hier niet expliciet naar vraagt maar de respondenten met elkaar in discussie zijn. Een ander opvallend resultaat uit deze studie is de rol die de media speelt in de interpretatie van voetbal. Respondenten geven aan dat de media een belangrijke rol speelt in het (re)produceren van bepaalde stereotypen (Van Sterkenburg & Walder, 2021). Respondenten geven aan dat zwarte spelers in de Engelse media op hun tenen moeten lopen omdat, zodra ze iets 'fout' doen, dit meteen opgeblazen wordt in de media. Daarnaast geven respondenten veelal aan dat het vooral de zwarte spelers zijn die in de media besproken worden en dat zij geassocieerd worden met hun natuurlijke fysieke gesteldheid.

Een ander onderzoek van Van Sterkenburg et al., (2019) biedt inzichten in de manier waarop jonge mannen en vrouwen discourses gebruiken wanneer zij kijken naar voetbal. Deze inzichten bieden zij omdat zij stellen dat media nooit rechttoe rechtaan zijn, maar dat er altijd een interactie is tussen media en publiek. Allereerst toonden de resultaten van deze studie aan dat de respondenten overeenstemming vonden in het feit dat diversiteit binnen het voetbal gewaardeerd moet worden. Vooral omdat het Nederlands voetbal een weerspiegeling van de maatschappij zou moeten zijn. Echter, respondenten geven wel aan dat voetballers die uitkomen voor Nederland wel een Nederlands paspoort moeten hebben of 'naar behoren Nederlands' moeten zijn. Met andere woorden, voetballers moeten zich wel met Nederland kunnen identificeren. Een ander opvallend resultaat van deze studie is dat zwarte spelers veelal geassocieerd werden met 'fysieke' kenmerken en witte spelers met mentale en intellectuele kenmerken (Van Sterkenburg et al., 2019). Zo gaven respondenten aan dat zwarte spelers over het algemeen sneller, atletischer en sterker zijn dan witte spelers. Daarentegen gaven respondenten dat witte spelers vaak tactischer zijn en vaker optreden als leider. Ook

toonden de resultaten aan dat individualiteit ook van belang is in het voetbal. Wanneer een speler op individueel niveau veel kwaliteiten bezit overtreft dit de etniciteit van een speler. Tot slot gaven respondenten aan dat zij de stereotypen terug zien komen in de media, met als referentiepunt het voetbal op de televisie. In zijn algemeenheid werd gesteld dat bepaalde stereotypen tot op zekere hoogte aanwezig zijn in de sportmedia. Dit werd echter genuanceerd doordat een aantal respondenten stelden dat bepaalde stereotypen in overeenstemming zijn met de realiteit en daarom dus niet per se verkeerd zijn.

Alhoewel mijn studie in deze thesis deels voortbouwt op eerdere onderzoeken kent deze studie ook een meerwaarde in het onderzoeksveld. Zo is deze studie enkel gericht op voetbal in de Nederlandse context. Daarnaast biedt deze studie inzichten in de manier waarop voetbalsupporters van Willem II betekenis geven aan de etniciteit van hun spelers. Deze studie kan daarmee iets zeggen over de manier waarop de betekenisgeving rondom etniciteit (al dan niet) verandert wanneer respondenten spreken over spelers van hun eigen club – die ze over het algemeen goed kennen en vaak zien in het stadion – en voetballers in het algemeen. Er kan hierdoor nagegaan worden of respondenten putten uit verschillende vertogen wanneer zij het hebben over spelers in het algemeen en spelers van hun eigen club.

3. Methode

In deze sectie zal u meegenomen worden in de manier waarop dit onderzoek is opgezet. Allereerst zal er kort herhaald worden wat de onderzoeksvraag van deze studie is en welke deelvragen beantwoord worden. Vervolgens zal er ingegaan worden op de methode van onderzoek, de respondenten, het verzamelen van deze respondenten en de manier van analyseren.

Dit onderzoek tracht te onderzoeken op welke manier voetbalfans van Willem II betekenis geven aan de etniciteit van hun spelers. Daarnaast is een van de doelen om te achterhalen of dit verschilt van de betekenis die zij geven aan de etniciteit van spelers in het algemeen. Om hier een uitspraak over te kunnen doen staan de volgende deelvragen centraal:

- *Welke betekenis geven voetbalfans van Willem II aan de etniciteit van spelers in het algemeen?*
- *Hoe verschilt de betekenisgeving aan spelers in het algemeen van de betekenisgeving die voetbalfans van Willem II aan spelers van Willem II geven?*
- *Hangen de betekenissen van voetbalfans van Willem II aan spelers in het algemeen en spelers van Willem II samen met de etnische achtergrond van spelers? Hoe hangen deze samen?*
- *Welke betekenis geven de media aan de etniciteit van voetballers?*

Om bovenstaande vragen te kunnen beantwoorden heeft dit onderzoek gebruik gemaakt van een kwalitatieve onderzoeksmethode. De keuze is hierop gevallen omdat dit onderzoek beschouwd kan worden als een exploratief onderzoek (Decorte & Zaitch, 2016). Deze vorm van onderzoek biedt vernieuwende inzichten in een bepaald gebied waar tot op heden nog niet veel over bekend is. Om iets te kunnen zeggen over de betekenis die voetbalfans van Willem II geven aan de etniciteit van hun spelers is ervoor gekozen om in gesprek te gaan met deze fans in de vorm van focusgroepen.

3.1 Respondenten

Om te onderzoeken welke betekenis voetbalfans van Willem II geven aan de etniciteit van spelers van Willem II, en hoe dit verschil van hun betekenis aan etniciteit van spelers in het algemeen, zijn er in totaal vier focusgroepen afgenomen. Elke focusgroep bestaat uit vijf personen. Deze respondenten hebben een leeftijd tussen de 24 en 35 jaar.

Gezien de samenstelling van de fans van Willem II worden er meer focusgroepen met mannen gehouden dan met vrouwen. Echter, aangezien Willem II ook vrouwelijke fans kent, wordt er één focusgroep gehouden met enkel vrouwen. In deze studie is er dan ook voor gekozen om de groepen niet te mengen op basis van gender. Dit is gedaan zodat er een veilige omgeving ontstaat voor de deelnemers en mannen en vrouwen niet met elkaar hoeven te discussiëren. Hierdoor is er geen sprake van eventuele machtsverschillen (Decorte & Zaitch, 2016).

De vrouwelijke deelnemers in deze studie kennen een leeftijd tussen de 27 en 34 jaar. Drie van de vier vrouwen zijn geboren en getogen in Tilburg maar alle vier zijn woonachtig in Tilburg. Twee van de vier vrouwen zijn in het bezit van een seizoenkaart van Willem II en kijken daarom de meeste wedstrijd van deze club in het stadion. Een van de vrouwelijke respondenten heeft vorig jaar haar seizoenkaart opgezegd. Allen hebben een opleiding afgerond op HBO niveau en hebben momenteel een baan.

De mannelijke respondenten in deze studie hebben een leeftijd tussen de 25 en 35 jaar. De meeste mannen zijn geboren in Tilburg en woonachtig in Tilburg. Enkele respondenten zijn woonachtig in Goirle. Op twee respondenten na zijn zij allen in het bezit van een seizoenkaart van Willem II en zij volgen daarom alle thuiswedstrijd in het stadion. Een aantal van deze mannen gaat ook regelmatig naar uitwedstrijden van de club. Deze respondenten hebben allemaal minimaal een MBO-diploma en werken momenteel. Slechts een respondent had op het moment van interviewen geen vaste baan.

Zowel de mannelijke als vrouwelijke respondenten geven aan niet enkel naar wedstrijden van Willem II te kijken. Een aantal vrouwen geven aan daarnaast ook naar wedstrijden van het Nederlands elftal te kijken. De mannelijke respondenten geven aan dat zij naast wedstrijden van Willem II en het Nederlands elftal ook wedstrijden ook internationale wedstrijden volgen. Dit zijn bijvoorbeeld wedstrijden van de Champions League. De wedstrijden van het Nederlands elftal en de Champions League kijken de respondenten via de televisie. Daarnaast geven de meeste respondenten aan dat wanneer zij niet in de mogelijkheid zijn om een wedstrijd van Willem II in het stadion te kijken, zij deze wedstrijd of live op televisie volgen, of een samenvatting kijken op de televisie.

In dit onderzoek zal getracht worden rekening te houden met de etnische diversiteit

van de respondenten. Echter, gezien de fanclub van Willem II zullen er voornamelijk witte mannen deelnemen aan de focusgroepen. Dat blijkt, alle respondenten zijn witte deelnemers. Zestien respondenten zijn tijdens een thuiswedstrijd van Willem II aanwezig in het stadion. De overige respondenten volgen de wedstrijden thuis, live via de televisie.

3.2 Onderzoeksmethode

Een focusgroep kent geen eenduidige definitie maar kent wel een aantal kenmerken. Zoals al eerder genoemd is een focusgroep een kwalitatieve onderzoekstechniek (Decorte & Zaitch, 2016). Hierbij staat de interactie binnen de groep en tussen groepsleden centraal. Een focusgroep is niet hetzelfde als een groepsinterview. Zoals het woord focusgroep al zegt, gaat het bij deze onderzoekstechniek om een goed maar vooral *gefocust* gesprek rond een bepaald thema (Decorte & Zaitch, 2016). Zo'n gesprek stelt de onderzoeker in staat om binnen een korte tijd veel informatie te vergaren. Een kleine groep deelnemers wordt door de onderzoeker geselecteerd en samengebracht. Vervolgens zal het gesprek een focus hebben rondom een bepaald onderzoeksonderwerp en is het de onderzoeker die de interactie in de groep begeleidt (Decorte & Zaitch, 2016).

Het houden van focusgroepen stelt de onderzoeker in staat om een levendig en actueel beeld te construeren van de ervaringen, ideeën en motieven van deelnemers. Deze vorm van groepstechnieken maakt het mogelijk te leren wat de achterliggende redenen zijn van deelnemers om te denken wat ze denken en het maakt het ook mogelijk om gedeelde meningen te kunnen begrijpen (Decorte & Zaitch, 2016). Daarnaast zorgen focusgroepen voor een ontspannen sfeer. De aanwezigheid van andere deelnemers kan geruststellend zijn. Bovendien zullen gelijkgestemden eerder bereid zijn om over een bepaald thema te praten met de onderzoeker (Decorte & Zaitch, 2016). Vooral dit laatste is in dit onderzoek van toegevoegde waarde aangezien voetbal ook veelal gekeken wordt in groepsverband. Hiermee sluit deze onderzoeksmethode zo dicht mogelijk aan bij de natuurlijke omgeving waarin er over voetbal gesproken wordt (Van Sterkenburg et al., 2019). Voor mij als onderzoeker, en moderator is ook een belangrijke rol weggelegd. Zo is het belangrijk dat je als moderator begint met de voorwaarden die vastzitten aan het interview. Zo vertel je de respondenten op een duidelijke manier dat het interview zowel anoniem als vrijwillig is. Hiermee zorg je voor een vertrouwelijke sfeer. Vervolgens begin je het interview met een intro over het onderzoek en stel je de respondenten daarna een

aantal makkelijke vragen om in te komen.

Om de respondenten in de gelegenheid te brengen een discussie op gang te houden kennen de focusgroepen een bepaalde opbouw (Finch & Lewis, 2003). Allereerst worden de respondenten welkom geheten en bedankt de onderzoeker hen voor hun tijd. Hierna vervolgt de onderzoeker de focusgroep met een korte introductie over het onderwerp. Deze duurt niet te lang en gaat niet te diep in op onderwerp, zodoende kan de onderzoeker de respondenten vooraf niet beïnvloeden. Na deze eerste fase volgt een fase waarin de respondenten zichzelf voorstellen. Deze fase kent verschillende functies: zo kan de stem van een respondent in relatie worden gebracht met de persoon, kunnen de respondenten elkaar leren kennen en heeft de onderzoeker informatie over de respondenten die wellicht later gebruikt zou kunnen worden in een discussie (Finch & Lewis, 2003). Vervolgens start de derde fase, een fase waarin de onderzoeker het onderwerp introduceert en een eerste discussie probeert te starten. In deze fase probeert de onderzoeker zoveel mogelijk respondenten de mogelijkheid en ruimte te geven om deel te nemen aan de discussie. De onderzoeker kent hierin een actieve rol omdat deze doorvraagt wanneer nodig. Later in de discussie kent de onderzoeker een meer passieve rol waarin er vooral actief geluisterd wordt. In de vierde fase in de discussie volop in gang. De onderzoeker behoudt de luisterende en observerende rol maar grijpt ook in wanneer een discussie afglijdt. Hierdoor houdt de onderzoeker de touwtjes in handen en blijft de discussie zo dicht mogelijk op het onderwerp. Dit is ook het moment waarop er wellicht stiltes kunnen vallen in de focusgroepen. Deze stiltes zijn niet erg maar kunnen zelfs nuttig zijn. De onderzoeker dient deze stiltes niet op te vullen. Deze stiltes zullen de respondenten in een ietwat ongemakkelijke situatie plaatsen waardoor één van de respondenten te verantwoordelijkheid zal nemen om het gesprek weer op gang te brengen. Tot slot wordt de discussie in de vijfde fase gesloten. De onderzoeker 'introduceert' het laatste topic zodat er geen abrupt einde aan het gesprek zal komen. Na de laatste discussie bedankt de onderzoeker alle respondenten voor hun tijd en medewerking en vraagt hen of er nog vragen zijn vanuit hun kant.

De gesprekken die gevoerd worden tijdens de focusgroep interviews worden ondersteund aan de hand van 'video triggers'. Door de respondenten verschillende fragmenten te laten zien van voetbal in het algemeen en fragmenten van Willem II is

getracht het gesprek op gang te brengen. Video triggers worden gebruikt in interviews om respondenten te laten wennen aan bepaalde onderwerpen. Daarnaast biedt het ook de mogelijkheid om een discussie op gang te brengen. Door bepaalde videofragmenten te tonen, wordt men 'getriggerd' tot een bepaalde reactie. De links naar de videotriggers zijn bijgevoegd in de topiclijst (Bijlage A). Er is geen observatie van de respondenten gedaan terwijl zij keken naar de videobeelden. De vijf focusgroepen hebben allen ongeveer 45 minuten geduurd.

3.3 Positie van de onderzoeker

Een onderzoek naar etnische stereotypering verlangt van de onderzoeker dat er ook gereflecteerd wordt op de etnische positie van de onderzoeker zelf. Als een witte, Nederlandse onderzoeker, levend in een samenleving die door blanken gedomineerd wordt, ben ik op de hoogte van de raciale discoursen die aanwezig zijn in de samenleving. In deze samenleving is de witte cultuur veelal de 'standaard' en kom ik persoonlijk ook niet in aanraking met discriminatie. Echter, ondanks het feit dat ik wit ben en een Nederlandse naam heb, heb ik wel een moeder die van Marokkaanse komaf is. Hierdoor zou het zo kunnen zijn dat ik meer sensitief ben voor raciale stereotypen omtrent Marokkanen. Deze extra blik zou kunnen helpen in het analyseren van de resultaten.

Daarnaast ben ik zelf ook supporter van de club Willem II. Zelf ben ik ook een aantal jaar in het bezit geweest van een seizoenkaart en volgde ik de thuiswedstrijden in het stadion. Deze expertise is goed geweest voor de focusgroepen die ik af heb genomen met de respondenten. Ondanks het feit dat voetbal vaak een mannenaangelegenheid is, had ik als onderzoeker het idee dat ik serieus genomen werd als vrouw en dat ik – naast mijn rol als onderzoeker - als supporter makkelijk kon praten met de respondenten.

3.4 Dataverzameling en analyse

In totaal zijn er vier focusgroep interviews afgenomen. Elke focusgroep bestond uit vijf deelnemers. De deelnemers waren vaak bekenden van elkaar of kende elkaar via Willem II. Aangezien dit een informele sfeer creëerde voelden de deelnemers zich vrij om over een gevoelig onderwerp als de betekenisgeven aan etniciteit van spelers te praten. De focusgroep interviews zijn afgenomen in april 2022 door de onderzoeker zelf. De onderzoeker maakte gebruik van een vooraf opgestelde topiclijst (Bijlage A) die werd opgesteld door de onderzoeker zelf. Deze topiclijst werd gestructureerd aan de hand van

de volgende thema's: (1) voetbal kijken met vrienden, (2) voetbal in de media en de rol die media speelt in stereotypering, (3) betekenis geven aan etniciteit van voetballers in het algemeen en (4) betekenisgeving aan etniciteit van voetballen van Willem II. Tijdens de focusgroepen was er uiteraard ook ruimte voor andere sub-thema's.

De respondenten van deze studie waren allen afkomstig uit Nederland waarvan de meeste woonachtig zijn in de stad Tilburg. De respondenten zijn deels geworven aan de hand van de sneeuwbal methode (Boeije, 2010). Een aantal van de respondenten zijn persoonlijk benaderd door de onderzoeker zelf. Vervolgens heeft de onderzoeker deze respondenten gevraagd of hij of zij meerdere voetbalfans van Willem II kenden die open zouden staan voor een focusgroep interview. De focusgroep interviews vonden plaats bij de onderzoeker of respondenten thuis. Een van de vier focusgroepen heeft online plaatsgevonden via Zoom.

Bij het verzoek tot deelname van het interview is informatie over dit onderzoek meegestuurd. Dit met als doel de respondenten op de hoogte te brengen van het onderzoek, de methode en een aantal praktische zaken. Nadat de respondenten toestemming gaven tot deelname, is er in dit onderzoek voor gekozen om respondenten geen informed consent te laten ondertekenen. Daarentegen is er voor gekozen om dit informed consent te bespreken aan het begin van de focusgroep interviews. Dit is in deze studie gedaan om twee redenen. Allereerst kunnen de onderwerpen die besproken worden in de focusgroep interviews gevoelig zijn. Door middel van het laten ondertekenen van een formulier kan dit de druk opvoeren en praten respondenten wellicht minder vrijuit. Daarnaast is in deze studie gesproken met mannen uit de harde kern van Willem II. Dit soort respondenten kunnen wantrouwend zijn wanneer zij een formulier moeten ondertekenen. Ondanks het feit dat de respondenten geen informed consent hebben ondertekend, zijn zij wel allen akkoord gegaan met de voorwaarden die vast zitten aan de focusgroep interviews. Nadat het audioapparaat aangezet is, heeft de onderzoeker het informed consent mondeling doorgenomen met de respondenten zodat er op een vertrouwelijke en anonieme manier zal worden omgegaan met de verkregen gegevens. Dit betekent dat alle interviews anoniem en vertrouwelijk afgenomen zullen worden en er in het onderzoek op geen enkele manier herleid kan worden naar de identiteit van de respondenten. De focusgroep interviews hadden een gemiddelde duur van 40 tot 60

minuten.

De afgenomen focusgroep interviews zijn handmatig geanalyseerd door de onderzoeker. Alle interviews zijn allereerst woord voor woord getranscribeerd en opgeslagen als een Word document. Op deze documenten is vervolgens een gedetailleerde analyse gedaan. Dit is allereerst gedaan aan de hand van een open- en thematische codering. Het coderen van de data stelt de onderzoeker in staat antwoord te geven op de onderzoeksvraag (Decorte & Zaitch, 2016). De *Word* documenten worden door middel van koppeling aan bepaalde codes opgedeeld in stukken. Allereerst worden de thematische codes geconstrueerd uit reeds bestaande kennis omtrent het onderwerp, uit onder andere wetenschappelijke literatuur. Denk hierbij aan codes die te maken hebben met etniciteit, betekenisgeven, identiteit, zwarte en witte spelers en de media. Dit soort codes kunnen gekoppeld worden aan bepaalde stukken tekst uit de interviews. Zo zijn eigenschappen als 'technisch', 'fysiek' en 'snel' in deze studie bijvoorbeeld gecodeerd als 'negatieve stereotypen'. Het volgende fragment kreeg deze code: *"Afrikanen kunnen vaak sneller rennen"*. Zo is er tijdens het coderen ook gekeken naar de invloed die media spelen in stereotypering. Het volgende fragment kreeg daarbij de code 'media als waakhond': *Ik denk dat ze er in de media heel erg streng op zijn want, juist, alles wordt tegenwoordig onder een vergrootglas gehouden. Dus als er een commentator teveel neigt naar racisme of discriminatie, dan worden ze op hun vingers getikt"*. Alle overgebleven tekst die niet gekoppeld kan worden aan thematische codes zal gecodeerd worden aan de hand van open codes. Hierdoor kan de verkregen data gereduceerd worden en blijft er enkel relevante informatie over. De thema's die zo gevormd worden zal ik bespreken in de resultaten sectie.

3.5 Validiteit en betrouwbaarheid

Allereerst kan gesteld worden dat de interne validiteit van dit onderzoek hoog is. Tijdens het afnemen van de focusgroep interviews is gebruik gemaakt van een voice-recorder en zijn vervolgens alle focusgroep interviews woord voor woord getranscribeerd. Dit maakt het onderzoek transparant. Ook de externe validiteit is hoog doordat de manier van onderzoeken op gedetailleerde manier beschreven is. Er is uitvoerig beschreven op welke manier de data verzameld is en op welke manier en geanalyseerd is. Hiermee kan dit onderzoek ook als betrouwbaar gezien worden. Door de transparante manier van

onderzoeken kent dit onderzoek een hoge mate van repliceerbaarheid, niet alleen door de aanwezigheid van de transcripten maar ook door de manier waarop de onderzoeker transparant is over de manier van onderzoeken.

4. Resultaten

Dit hoofdstuk zal de resultaten bevatten van de afgenomen focusgroep interviews. Nadat het theoretisch kader de bestaande literatuur – en theorieën over de betekenisgeving van etniciteit in het algemeen inzichtelijk heeft gemaakt, beschrijf dit hoofdstuk de perspectieven van de twintig respondenten. Deze twintig supporters van Willem II hebben inzicht gegeven in de identificatie met de club, identificatie met spelers in het algemeen en spelers van Willem II, de kwaliteiten die zij toekennen aan verschillende etniciteiten en welke rol de media daarin spelen. Dit hoofdstuk zal beginnen met een uiteenzetting van de manier waarop supporters zich identificeren met de voetbalclub Willem II. Vervolgens wordt er beschreven welke betekenissen supporters geven aan voetballers in het algemeen. Daarna zal er ingegaan worden op de betekenis die respondenten geven aan de etniciteit van spelers van Willem II. Dit hoofdstuk zal afgesloten worden met inzichten rondom de rol die de media spelen volgens respondenten.

4.1 Clubliefde

Uit de bestaande literatuur is gebleken dat mensen die supporter zijn van een club, zich vaak identificeren met een voetbalclub- of team waar ze fan van zijn. Dit wordt in de literatuur ook wel clubidentificatie genoemd en vindt zijn wortels in de eerdergenoemde 'social identity theory'. In deze theorie staan fenomenen centraal die beschrijven wat voor belang identificatie heeft en wat de verschillende beweegredenen voor mensen zijn om zich wel of niet te kunnen identificeren met een bepaalde groep. Zoals eerder besproken zijn er twee begrippen die in veel bestaande literatuur terugkomt wanneer we spreken over identificatie. Deze twee begrippen zijn 'betrokkenheid' en 'loyaliteit'. Tijdens de afgenomen focusgroep interviews kwamen deze begrippen ook duidelijk naar voren wanneer de respondenten spraken over wat voetbalclub Willem II voor hen betekent. Zo vertellen twee vrouwelijke respondenten dat ze al een heel aantal jaren loyaliteit tonen aan Willem II, en dat dat voortvloeit uit de familiebanden met Willem II.

“R8: Oh bij mij is het echt vanuit vroeger. Ik had niks anders te kiezen. Ja, m'n vader ging, m'n oom, m'n opa, nichtjes, broer. Eigenlijk heel de familie ging dus je ging zelf ook naar Willem II. Er werd eigenlijk gewoon een seizoenkaart voor je gekocht” (vrouw, 30).

“R7: [...] Wij gingen vroeger altijd met opa. En, uhm, en, om beurten mocht er een van de

kinderen mee, dus kleinkinderen. En dat was altijd vechten wie er mee mocht. En vervolgens toen mijn opa te oud werd ging mama of papa met een van de kinderen. En toen mochten wij met meerdere kinderen. Dus was het altijd met z'n drieën en een ouder" (vrouw, 28)

Ook de mannelijke respondenten tonen aan dat de liefde voor de voetbalclub Willem II er met de paplepel is ingegoten. Doordat zij opgegroeid zijn in families waarbinnen Willem II belangrijk is, zijn ook zij supporters geworden van voetbalclub Willem II.

"R11: Ja bij mij is het gewoon, van uh, vroeger begonnen ergens. Ooit met, uh, in dit geval met m'n opa, en uh, met m'n oom, uh, in dit geval z'n vader, uh, naar het voetbal gegaan. En ja, uh, daar zo je, ja, hoe zeg je dat, je verbonden voelen met die club. Het leuk vinden, uh, je betrokken voelen, en uiteindelijk is dat gewoon gegroeid tot ja, uh, 25 jaar verder zeg maar" (man, 28).

"R13: [...] Wij zaten vroeger toen wij kind waren met, ja, verschillende ooms, heel veel verschillende familieleden allemaal op de tribune. Uhm, bij Willem II. Want dat, ja, weet je, dat is de club van Tilburg en we komen allemaal uit Tilburg, heel de familie. Dus ja, dan, voor mij is echt niet meer dan logisch dat je dan voor die club bent" (man, 28).

"R17: Ik ben gewoon met Willem II geboren en ik ga er ook weer mee dood. [...] Ja, uh, ons pap ging vroeger al naar wedstrijden, ons opa ook witte, ja, op een gegeven moment ga je zelf ook een keer mee en dan ben je verkocht" (man, 27).

Naast de manier waarop de respondenten in aanraking zijn gekomen met Willem II is hen ook gevraagd naar wat de club voor hen betekent en hoe zij een club als Willem II zouden omschrijven. Ook in deze beschrijvingen komen begrippen als betrokkenheid en loyaliteit terug, in diverse vormen. Allereerst stellen een aantal van de mannelijke respondenten dat de sfeer in het stadion, de betrokkenheid en loyaliteit van supporters, een van de kenmerkende aspecten is wanneer zij de mogelijkheid krijgen om Willem II te omschrijven.

"R11: Ja ik voel er heel veel bij. [...] Het is, is, het is een beetje ja, een grote liefde die je eigenlijk nooit in de steek laat of wil laten. En waar je toch, ja, dat klinkt heel raar. Maar waar je toch continu naartoe wil gaan, in goede en in slechte tijden, in voor en tegenspoed"

(man, 28).

“R13: [...] Uhm, waar de supporters van de club, die zijn er altijd voor de club in voor en tegenspoed. [...] Heel trouw gebleven. Want we hebben ook, wij hebben alles meegemaakt. We hebben de slechte jaren meegemaakt, in de eerste divisie. Maar ook toen was elk uit vak uitverkocht en zijn we overal mee naartoe geweest. [...] Hoe slecht het er ook voor stond, als supporter moest je er altijd achter blijven staan” (man, 28).

Waar de mannelijke respondenten vooral de nadruk leggen op de sfeer in het stadion, en de manier waarop supporters achter de club staan, leggen de vrouwelijke respondenten veelal de nadruk op het familiale karakter van Willem II.

“R8: Een hele gezellige club. Ja, je moet er niet naartoe gaan voor het geweldige voetbal. Nee, of in ieder geval niet dit jaar. Maar ik vind het heel familiair voelen. Iedereen kent elkaar. Je zit elk jaar dezelfde mensen en dezelfde beveiligers” (vrouw, 30).

“R6: [...] Ik denk inderdaad gewoon dat familiegevoel, ons ken ons. Eigenlijk is het natuurlijk gewoon heel de sfeer en ambiance eromheen wat Willem II wel echt heel leuk maakt. Dat het niet alleen om voetbal gaat, maar ook dat je, ja of ze nou winnen of verliezen, dat je een kei leuke avond hebt” (vrouw, 28)

De eerste resultaten tonen aan dat, in lijn met de bestaande literatuur, supporters veel loyaliteit en betrokkenheid tonen tegenover de club. Het zijn vooral de mannelijke respondenten die hier de nadruk op leggen.

Uit de bestaande literatuur blijkt dat binnen de social identity theory, het zelfconcept bestaat uit verschillende aspecten. Allereerst de individuele identiteit, die bestaat uit bepaalde kenmerken over attributies en vaardigheden. Daarnaast bestaat het uit de collectieve of sociale identiteit. Om een positie in een groep of sociale omgeving te bepalen zoeken individuen naar groepsbanden en classificeren zij zichzelf in bepaalde sociale categorieën (Ashforth & Mael, 1989). Op deze manier kunnen individuen een zekere mate van zelfverzekerdheid bereiken en vormen zij een positieve identiteit op sociaal domein. Daarnaast beschreven Ashforth en Mael (1989) de mate van sociale identificatie als een vorm van verbondenheid met een bepaalde groep. Hoe sterker de identificatie met een groep, hoe sterker de verbondenheid met de groep en des te meer karakteristieken zal

het individu overnemen van de groep. Uit de focusgroep interviews blijkt dat supporters van Willem II tot op zekere hoogte identificeren met de club an sich. Dit doen zij door het dragen van gelijksoortige kleding of het meezingen met clubliederen.

“R8: Ja ik heb dus altijd wel m’n Willem II sjaal aan. En uh, net als gisteren, dan weet ik dat het belangrijk is dus dan doe ik ook m’n shirt aan. [...] En, ja, ik kan wel roepen op de tribune hoor” (vrouw, 30).

“R3: Maar wel zo’n dag als ze mensen aanmoedigen om zeg maar in hun Willem II kleren te komen. Of dat ze zeggen doe je sjaal om ofzo, dan doen wij dat ook gewoon” (man, 29).

“R19: Uhm, pff, ja, identificeren is wel een groot woord hoor. Uhm, maar ja, ik doe ook wel gewoon all black aan als ik naar stadion ga dus ik houd me daar wel aan ja” (man, 29).

In tegenstelling tot de literatuur is er één respondent die zich echt niet identificeert met voetbalclub Willem II. In plaats van zichzelf te identificeren met de club - en zich aan te passen aan bepaalde gedragsregels, normen en waarden en kledingvoorschriften – is zij juist erg oplettend tijdens een voetbalwedstrijd in het stadion.

“R9: Nee ik word juist heel erg meer oplettend. En dat komt voornamelijk omdat ik dat bij de KNVB werk he, dus ik heb het gevoel dat ik dan ook extra het goede voorbeeld moet geven haha. Ik heb geen Willem II kleding aan ofzo. [...] Nou ik heb dan mijn twee neefjes bij me. En die zijn wel helemaal in Willem II kleren, uh, aangekleed. Maar dan zorg ik wel dat als er dingen omheen gebeuren, of als, ja, dan zorg ik wel dat ze er zo min mogelijk van mee krijgen” (vrouw, 34).

Supporters van Willem II die in deze studie geïnterviewd zijn identificeren zich tot op zekere hoogte met de club Willem II. Zij doen dit vooral in het dragen van bepaalde Willem II kleding en het meezingen met liederen. Slechts één van de respondenten geeft aan dat hij zich heel erg identificeert met de club. Zo stelt respondent 17 (27 jaar, man) dat hij zich volledig identificeert met de club en dat een groot deel van zijn sociale leven ook bestaat uit Willem II. Hij omschrijft zichzelf als een sfeermaker in het vak waar hij in zit, kleed zichzelf ‘all-black’ tijdens wedstrijden en haalt voor aanvang van de wedstrijd soms de spelersbus op.

4.2 Betekenisgeving aan de etniciteit van spelers in het algemeen

Uit de bestaande literatuur rondom sportmedia blijkt dat er in de sportmedia sprake is van stereotypering. Binnen de sportmedia kunnen allerhande stereotypen bevestigd worden. Hierdoor kan het verschil wat individuen maken op basis van huidskleur genormaliseerd worden (Bruce, 2004). Een van die stereotypen benadrukt het verschil in zwarte en witte atleten. Zo worden in de sportmedia zwarte atleten voornamelijk geassocieerd met 'negatieve' kenmerken zoals 'van nature atleet', 'snel' en 'technisch'. Witte atleten, daarentegen, worden eerder geassocieerd met meer positieve kenmerken als 'hard werken' en 'leiderschap'. Alhoewel de kenmerken die zwarte atleten toegewezen krijgen niet per se negatief zijn, zijn dit wel kenmerken die lager in de hiërarchie staan wanneer we spreken over machtsverhouding. Binnen machtsverhoudingen zijn de kenmerken die toegewezen worden aan witte atleten positiever.

Uit de resultaten blijkt dat, in lijn met de literatuur, de respondenten in staat zijn om verschillende etnische groepen te onderscheiden van elkaar en daar vervolgens kenmerken en kwaliteiten aan de verbinden. Allereerst tonen alle focusgroep interviews aan dat de respondenten in staat zijn verschillende etnische groepen te onderscheiden.

“R13: Uhm, Turkse jongens, Marokkaanse jongens. [...] Als je naar het verschil qua etniciteit kijkt in het Nederlands voetbal, denk ik dat er minder mensen uit een Spanje komen, of Brazilië, dan echt uit een Turkije of Marokko ofzo” (man, 28).

“R7: Ja, Turkse, Marokkaanse” (vrouw, 28).

“R9: Zuid-Amerikaanse” (vrouw, 34).

“R11: [...] Marokkaanse jongens en Antilliaanse jongens. [...] En ik denk ook wel België, en de Duitsers. Bij Nederlands voetbal zie je heel veel Duitsers he” (man, 28).

“R12: Europa. [...] Spanje, Scandinavië, uh” (man, 35).

“R17: Volgens mij speelt er ook een enkele Aziat of zo in de Eredivisie, of niet?” (man, 27).

Naast dat de respondenten verschillende etnische groepen van elkaar konden onderscheiden in het Nederlands betaald voetbal, waren zij ook in staat specifieke kwaliteiten en kenmerken te koppelen aan deze verschillende etniciteiten. Dit hebben zij gedaan in lijn met de literatuur (Bruce, 2004). Uit de focusgroep interviews blijkt dat ook

dat de respondenten zwarte voetballers in het betaald Nederlands voetbal associëren met bepaalde stereotyperende eigenschappen die wanneer we het hebben over machtsrelaties als minder positief gezien kunnen worden. Daarentegen associëren zij witte voetballers uit het betaald Nederlands voetbal met meer 'positieve' kenmerken. Zo kenden verschillende respondenten de kenmerken 'snelheid' en 'atletisch vermogen' toe aan zwarte voetballers.

"R9: Snelheid aan de Afrikaanse groep. En atletisch vermogen" (vrouw, 34).

"R7: Snelheid" (vrouw, 28).

*"R5: Nou ja, zwarte spelers zijn sowieso gewoon van nature sneller, dat is gewoon zo"
(man, 24).*

"R10: Je ziet wel vaak dat zwarte voetballers voor staan toch, die zijn meestal ook wel heel snel" (vrouw, 25).

"R11: [...] Als je bijvoorbeeld een speler uit Nigeria hebt, ja dan denk je vaak van, die kan hard rennen" (man, 28)

"R13: [...] Afrikanen kunnen vaak sneller rennen [...]" (man, 28).

"R6: Ja ook technisch. En ik het veld staat zo iemand dan weer eerder spits of voorin in het veld ofzo" (vrouw, 28).

"R7: Zuid-Amerikanen denk ik dat technische" (vrouw, 27).

"R17: Ah ja, klopt. En ik zei ook nog Afrikanen. Die zijn fucking snel" (man, 27).

Meer dan de helft van de respondenten maakt niet alleen onderscheid in zwarte en witte spelers, maar maken ook onderscheid op nationaal niveau. Zo zijn er tien respondenten die heel duidelijk bepaalde eigenschappen toekennen aan spelers met een Marokkaanse achtergrond. Twee respondenten geven aan dat deze spelers zo technisch zijn omdat ze in hun land van herkomst simpelweg op die manier leren voetballen. Volgens respondent 1 (27 jaar, man) spelen de jongens daar veel op straat, in kleine ruimtes, waardoor ze ook technischer voetbal laten zien.

"R11: Marokkaantjes die kunnen hard rennen [...]" (man, 28).

"R8: [...] Dus, ja, uh, heel veel Marokkaanse spelers zijn ook heel technisch" (vrouw, 30).

“R13: Ja maar Marokkanen zijn sowieso wel wat technischer” (man, 28).

“R2: [...] Nog steeds, als ik nou om me heen kijk, ja ik geloof best dat het er aan bijdraagt dat als je op een kleine ruimte voetbalt, dat je dan makkelijker met een bal om kan gaan weet je” (man, 25).

“R16: Ik zou dan zeggen dat Turkse en Marokkaanse voetballers vaak technisch zijn” (man, 24).

De zwarte en Marokkaanse spelers werden door de respondenten het meest gekoppeld aan specifieke eigenschappen. Hiernaast waren de respondenten ook in staat om bepaalde eigenschappen toe te kennen aan voetballers met een Braziliaanse, Spaanse en Engelse achtergrond. Respondenten nemen hierdoor afstand van de etniciteit maar hebben meer oog voor de nationaliteit van verschillende spelers. Eerder onderzoek van Van Sterkenburg en Walder (2021) toonde ook al aan dat individuen bepaalde eigenschappen toekennen aan de nationaliteiten van spelers in plaats van aan de etniciteiten. Dit doen ze omdat landen een bepaalde ‘national playing style’ hebben die herkenbaar is voor het land waarin voetballers spelers.

“R3: En als je dan naar het Spaanse kijkt heb je dat stukje temperament erin zitten ofzo” (man, 29).

“R9: [...] Spanjaarden en Portugezen dat, uh, dat ze een minder lang, of ja korter lontje hebben dan de anderen” (vrouw, 34).

“R8: Die Spanjaarden hebben ook meer temperament ja. [...] Ja, en, van oorsprong, of in ieder geval de laatste decennia zie je wel dat Brazilianen, ja, die spelen heel technisch voetbal, heel mooi voetbal. Argentijnen ook wel redelijk. [...] In Engeland spelen ze heel hard, zeker in iets lagere divisies” (vrouw, 30).

“R18: Ja die Engelse zijn gewoon mafkezen. Dat is met gestrekt been erin en dat is echt heel hard en taai voetbal gewoon” (man, 27).

“R11: [...] Die Braziliaantjes zijn weer soepel in de heupjes dus die kunnen overal weer tussen door (man, 28).

Uit de focusgroep interviews blijkt dat de meeste respondenten wel bepaalde

kenmerken kunnen toeschrijven aan witte spelers maar dat deze niet geheel in lijn zijn met de bepaalde bestaande literatuur. Afgaande op de bestaande literatuur zouden we verwachten dat de respondenten eigenschappen als 'leiderschap' en 'hard werken' zouden associëren met witte spelers. Slechts vier respondenten kennen dit soort typische stereotypen toe aan witte spelers in het betaald Nederlands voetbal.

"R1: Ja inderdaad hard werken. Hard werken, en inderdaad, die moeten het echt hebben van hard werken dan dat ze" (man, 27).

"R7: Gewoon, veel gasgeven en gaan en niet ophouden" (vrouw, 28).

"R18: Ja lomp, uh, maar ook wel hardwerken" (man, 27).

"R16: Meestal zijn ze niet heel technisch haha. Vooral hard werken ook ja" (man, 24).

Echter, een groot aandeel van de respondenten kent eigenschappen als 'lompheid' 'goed schot' en 'houterigheid' toe aan witte voetballers. Hieruit blijkt dat witte spelers niet op een eenduidige manier beschreven kunnen worden.

"R20: Lomp" (man, 28).

"R8: Rammen naar voren" (vrouw, 30).

"R9: Vind je dat? Ik vind wel ook meer technisch?" (vrouw, 34).

"R7: Gewoon, veel gasgeven en gaan en niet ophouden.' [...] Ja. Ik denk dat bij Nederlanders, denk ik ook aan een goed schot bijvoorbeeld. Hard schot" (vrouw, 28).

"R4: Bij Nederlanders krijg je juist echt het idee dat het heel snel juist van die houterige spelers zijn" (man, 28).

"R2: Lomp gewoon ook" (man, 25).

"R1: Ja inderdaad hard werken. Hard werken, en inderdaad, die moeten het echt hebben van hard werken dan dat ze" (man, 27).

Deze diversiteit aan eigenschappen die toegekend worden aan witte spelers is wel in lijn met het onderzoek van Van Sterkenburg en Blokzeijl (2017). De respondenten in deze huidige studie zijn niet in staat om slechts op een bepaalde manier een witte speler te omschrijven. Een van de respondenten stelt dit in een van de focusgroep interviews erg duidelijk. Zo zegt respondent 20 (28 jaar, man) dat Nederlandse voetballers meestal niet maar één kwaliteit hebben. Volgens hem is het meer het Nederlandse totaalvoetbal

wat een Nederlandse speler typeert. Nederlandse spelers hebben door de manier van spelen in Nederland van allerlei soorten eigenschappen een beetje.

4.3 Betekenisgeving etniciteit Willem II

De vorige paragrafen toonden aan dat de respondenten bepaalde kenmerken en kwaliteiten toe kunnen kennen aan voetballers van verschillen etnische achtergronden. Naast de betekenisgeving aan etniciteit van voetballers in het algemeen, tracht deze studie te onderzoeken of de betekenisgeving die voetbalsupporters van Willem II geven aan de etniciteit van hun eigen spelers anders is. Daarom is er in de focusgroep interviews expliciet gevraagd naar de betekenisgeving die voetbalsupporters van Willem II geven aan de spelers van voetbalclub Willem II.

Allereerst werd gevraagd naar de diversiteit binnen het elftal van Willem II. Tijdens de focusgroep interviews werd duidelijk dat de respondenten in staat waren om te stellen dat het elftal van Willem II erg divers is en dat er binnen het elftal voetballers spelen van verschillende etnische achtergronden. Zo vertellen de meeste respondenten dat het elftal van Willem II momenteel een mengelmoes is aan allerhande etnische achtergronden. Andere respondenten vertellen specifiek wat voor etnische achtergronden momenteel aanwezig zijn in het elftal van Willem II.

“R3: Ja, we hebben echt een mengelmoes wel he” (man, 29).

“R1: Willem II heeft eigenlijk van alles wat op dit moment” (man, 27).

“R6: Ja. Willem II, het elftal dan, is wel divers hoor. Ik denk vooral dat ze door de jaren heen wel veel buitenlandse spelers hebben aangekocht ook” (vrouw, 28).

“R16: Ja zeker. Echt gewoon van alles ja. Willem II is wat dat betreft heel divers qua spelers” (man, 24).

Het zijn vooral de mannelijke respondenten die op een duidelijke manier aan kunnen geven wat voor verschillende spelers met diverse etnische achtergronden er op dit moment spelen in het team van Willem II.

“R11: Ja veel Duitsers momenteel” (man, 28).

“R12: Duitsers. Uh, Scandinavië uh, Spanjaard. Van, uh, ja, Nederlandse Antillen zeg maar.

Uhm, Marokkaan” (man, 35).

“R18: Ja en ook twee Zweden toch” (man, 27).

“R20: En wel ook gewoon nog een aantal Nederlanders natuurlijk he, haha. Ook al vergeet je die snel” (man, 28).

Nadat tijdens de focusgroep interviews gevraagd is de diversiteit van het voetbalteam van Willem II te omschrijven, is hen ook gevraagd om bepaalde kenmerken of kwaliteitseisen toe te kennen aan de verschillende etnische groepen. Anders dan wanneer we spraken over voetballers in het algemeen, vonden de respondenten het moeilijker bepaalde kenmerken en kwaliteiten toe te kennen aan spelers van hun eigen voetbalclub Willem II. Zo komt ook hier het begrip ‘national playing style’ weer om de hoek kijken (Van Sterkenburg & Blokzeijl, 2017). Drie respondenten geven heel duidelijk aan dat Willem II een eigen manier van spelen heeft en dat ze daarom niet goed onderscheid kunnen maken tussen verschillende spelers. Zo zegt respondent 11 (28 jaar, man) dat Willem II ook zijn eigen manier van voetballen heeft. Volgens hem speelt Willem II aanvallend en zit er veel passie in het spel. Respondent 17 (27 jaar, man) en respondent 16 (24 jaar, man) stellen ook dat de stijl van Willem II gekenmerkt wordt door hard werken, passie, hardvoetbal en zeker geen mooi voetbal.

Naar eigen interpretatie putten de respondenten uit verschillende vertogen wanneer zij het hebben over spelers van voetbalclub Willem II. Enerzijds putten de respondenten – supporters van Willem II – uit een clubvertoog. Dit blijkt uit het feit dat respondenten het moeilijk vinden bepaalde kwaliteiten toe te kennen. Zo geven zowel respondent 13 (28 jaar, man), respondent 16 (24 jaar, man) als respondent 6 (28 jaar, vrouw) aan dat het hen niet uit maakt of spelers van Willem II zwart, wit, paars of geel zijn. Daarnaast geven vrijwel alle respondenten aan dat het voor hen niet uitmaakt of spelers een witte of zwarte huidskleur hebben, zo lang zij maar hard werken, inzet tonen, niet opgeven en hart voor de club hebben.

“R8: Ja het is nou niet dat ik denk van, die groep is super snel, super tactisch, of technisch ofzo” (vrouw, 30).

“R11: [...] Boeie als het dan niet lukt, maar wel passie en strijd, uh. Knokken voor iedere meter en iedere bal” (man, 28).

“R5: Weet je, het maakt me echt niet uit of iemand nou wit of zwart is. Maar, het is wel gewoonlijk belangrijk dat hij hard werkt, dat hebben we gewoon nodig bij Willem II” (man, 25).

“R15: Het boeit de supporters echt niks hoor. Wat ze wel boeit is dat je inzet toont en voor elke bal gaat. Opgeven is gewoon geen optie eigenlijk” (man, 27).

“R19: Het maakt niet uit waar iemand vandaan komt, als je maar gewoon jezelf helemaal geeft voor Willem II als je hier speelt” (man, 29).

Anderzijds blijkt uit de focusgroep interviews dat de respondenten ook putten uit een etnische component, of een etnisch vertoog. Zo stellen ze dus – zoals hierboven vermeld – dat het hen niet uit maakt of spelers van Willem II zwart of wit zijn, zo lang de spelers maar in dienst van de club werken. Echter, een aantal respondenten geven tegelijkertijd aan dat zij het wel belangrijk vinden dat er genoeg jeugdspelers doorstromen naar het eerste elftal van Willem II, en dat er spelers uit de regio in het elftal staan. Daarnaast blijkt uit drie focusgroep interviews, met enkel mannelijke respondenten, dat deze respondenten het belangrijk vinden dat er geen vreemdelingenlegioen ontstaat bij voetbalclub Willem II.

“R1: Nee maar je hebt gewoon wel een paar Nederlanders nodig die, die gewoon het clubgevoel over kunnen brengen. En als je dat niet hebt, of je hebt er te weinig van, ja dan wordt het meer een club voor passanten dan echt voor mensen die voor de club willen strijden. [...] Ja, niet per se Nederlanders maar, maar in ieder geval jongens uit de regio. [...] Dus dat je gewoon je eigen jeugd meer kans geeft” (man, 27).

“R11: Nou ja als ik dan voor mezelf kijk en ik betrek het op Willem II, dan vind ik het fijn als er Nederlandse jongens in de selectie zitten omdat je je daar dan meer in vindt” (man, 28).

“R13: Je wil geen vreemdelingenlegioen hebben. [...] Je wilt het liefst dat je team uit zoveel mogelijk eigen jeugdspelers opstelt. [...] En dan denk ik van ja, er speelt bijna geen Nederland meer. En met Nederlander bedoel ik dan, ja de meeste spelers uit de jeugd zijn Nederlander want die wonen in Tilburg en omstreken. Ik denk dat dat, ja, soms wel gelieerd wordt aan dat vreemdelingenlegioen, we willen liever gewoon eigen jeugd” (man, 28).

“R16: Uhm, maar, uh, ik denk dat je niet wil dat Willem II een vreemdelingenlegioen wordt.

[...] Klinkt misschien lullig of zo, en, uh, ik ben echt geen racist of zo, maar, ja, ik vind dat wel. Ik bedoel, het is gewoon een Tilburgse club, in Nederland, dus dan wil je ook gewoon paar Nederlandse jongens daar op het veld hebben staan” (man, 25).

Supporters van Willem II geven aan dat het hen niet uitmaakt of spelers wit of zwart zijn, zo lang ze maar hard werken voor de club. Echter, Willem II moet geen vreemdelingenlegioen worden. Daarnaast geven respondenten 9 (34 jaar, vrouw), respondent 1 (27 jaar, man), respondent 13 (28 jaar, man), respondent 17 (27 jaar, man) en respondent 20 (28 jaar, man) ook aan dat er te weinig eigen jeugd doorstroomt naar het eerste team van Willem II. De resultaten tonen aan dat respondenten putten uit verschillende vertogen wanneer zij het hebben over spelers van Willem II. Deze vertogen worden later besproken in de discussie.

4.4 Sportmedia: The bad guy?

Nadat de resultaten besproken zijn omtrent de betekenisgevingen die supporters van Willem II geven aan voetballers in het algemeen, en aan voetballers van Willem II, is er ook onderzocht wat voor rol de media spelen in deze betekenisgeving, volgens de respondenten. Uit de focusgroep interviews blijkt dat een aantal van de respondenten – die voetbal gerelateerde programma’s kijken op de televisie – aangeven het verschil in zwart en witte atleten terug te zien in het medialandschap.

“R9: Nou niet zo zeer met die kwaliteiten maar wel dat er een bepaalde, we krijgen natuurlijk heel veel dingen mee vanuit de media over de voetbal. Maar wel een bepaalde positiviteit of negativiteit die ze daar aan geven. [...] En dat dat dan bij een donkere speler op een negatieve manier wordt uitgelegd en bij een blanke speler positief” (vrouw, 34).

“R6: Kijk een heel ander voorbeeld maar, als je bijvoorbeeld naar een hardloop wedstrijd kijkt. Ja, negen van de tien die als eerste over de finish komen zijn gewoon kleine donkere mannen. [...] Als jij een donkere spits ziet dan zal je daarom vast wel denken van, uh, ja, die zal wel hard kunnen rennen” (vrouw, 28).

Eén van de respondenten, respondent 1 (27 jaar, man), daarentegen, geeft aan dat de media juist heel streng zouden zijn in wat zij naar buiten brengen en wat niet. Zo stelt hij dat hij denkt dat de media tegenwoordig onder een vergrootglas gehouden worden. Wanneer commentatoren racistische of discriminerende opmerkingen zouden maken,

zouden de media volgens hem sneller op de vingers getikt worden. Daarnaast geeft het overgrote deel aan dat zij niet per se een rol weggelegd zien voor de media in de betekenisgeving van etniciteit aan voetbalspelers. Zo geven een aantal respondenten aan dat ze niet bewust bezig zijn met het volgen van het commentaar tijdens een wedstrijd.

“R15: Nah, ik moet heel eerlijk zeggen dat dat me niet echt opvalt of zo wanneer ik op tv voetbal kijk. Ik ben dan niet echt bezig met het commentaar” (man, 27).

“R10: Ik luister eigenlijk nooit echt naar wat ze te zeggen hebben want ik ben gewoon bezig met het spel en de mensen om me heen haha” (vrouw, 27).

“R17: Pff, nee man. Eigenlijk iet echt. Ik moet heel eerlijk zeggen ook, ja, ik kijk dan eigenlijk alleen Willem II. En uh, ja, dat kijk ik in het stadion dus verder kijk ik niet super veel voetbal op tv. En uh, ja, als ik dan kijk, dan luister ik verder niet echt. Ik zit dan met vrienden gewoon te kijken toch” (man, 27).

Uit de resultaten blijkt dat de meerderheid van de respondenten niet beïnvloed wordt door stereotypering in de sportmedia. Het grote deel van de respondenten geeft aan niet eens te luisteren naar wat er gezegd wordt door sportcommentatoren en daarnaast kijken ze ook niet actief naar programma's waarin voetbalwedstrijden en voetbalspelers besproken worden. Een enkele respondent zou zich wel momenten voor kunnen stellen in televisieprogramma's waarin er gebruik wordt gemaakt van stereotypering. Zo vertelt respondent 16 (24 jaar, man) dat hij zich voor kan stellen dat commentatoren bepaalde stereotyperende opmerkingen maken wanneer een zwarte speler een lange loopactie maakt, of een witte speler een lompe overtreding maakt. Echter, dit heeft hij nog nooit bewust gehoord.

4.5 Identificatie met wie?

Tot slot biedt het laatste thema van de resultaten inzichten in de manier waarop supporters zich identificeren met spelers in het algemeen en spelers van Willem II. Zoals eerder al benoemd is, geven de meeste respondenten aan dat het voor hen niet uitmaakt of spelers zwart of wit zijn. Echter, wanneer zij gevraagd worden met wat voor speler uit het Nederlands betaald voetbal zij zichzelf identificeren, noemen bijna alle respondenten een witte speler.

“R10: [...] Oh ja, Veerman. [...] Ja gewoon hij is grappig. Hij is mega lang en huppelt een beetje over dat veld heen. Je zou dus denken dat hij snel is of zo maar dat is hij helemaal niet” (vrouw, 27).

“R11: [...] Ik heb altijd heel veel bewondering, en uh, uh, sympathie gehad voor Maarten Stekelenburg, en voor Edwin van de Sar. [...] Van de Sar is natuurlijk wel echt, uh, een leider geweest, aanvoerder van Nederlands elftal, uh, aanvoerder van United. Uh, met Ajax verschillende kampioenschappen enzo behaald” (man, 28).

De andere respondenten identificeren zich met witte spelers als Mats Seuntjes, Frenkie de Jong, Nathan Rutjes, Henk Veerman en Willem Janssen. Respondenten geven in de meeste gevallen aan dat zij zich met dit soort spelers identificeren omdat ze hard werken, normaal gebleven zijn en geen kapsones hebben ontwikkeld.

Slechts één vrouwelijke respondent geeft aan zich te identificeren met een zwarte speler in het Nederlands mannenvoetbal.

“R9: Ik zou zeggen, ik heb het even snel opgezocht, Owen Wijndal, van AZ. Die gewoon wel, uh, op resultaat kan voetballen en die alles voor de club geeft. En die de club ook trouw blijft ondanks heel veel aanbiedingen. Maar ook zelf gewoon goed speelt” (vrouw, 34).

Wanneer de respondenten gevraagd worden zichzelf te identificeren met een speler van Willem II, identificeren minder respondenten zich meteen met een Nederlandse speler. De meeste respondenten identificeren zichzelf met een witte speler, maar deze speler hoeft niet per se Nederlands te zijn. Een groot deel van de respondenten noemt wel een Nederlandse speler, namelijk Freek Heerkens. Respondenten identificeren zichzelf met hem vanwege zijn werklust, het hart wat hij voor de club heeft, hoe hij altijd normaal is gebleven en zijn loyaliteit. Verder zijn er enkele respondenten die keeper Timon Wellenreuter noemen, een Duitse speler. Ook hier benoemen zij zijn loyaliteit omdat hij na zijn verhuurperiode terug is gekomen bij Willem II. Tot slot noemt een enkele respondent Pol Llonc een Spaanse speler, aanvoerder van Willem II én clubicoon geworden. Slechts één vrouwelijke respondenten identificeren zich wel met een zwarte speler van Willem II. Daarnaast identificeert ook één mannelijke respondent zich ook met een zwarte speler van Willem II.

“R8: Nou dan ga ik wel voor Ché. [...] Maar hij wil altijd wel het beste voor het team, of in ieder geval zo komt het voor mij over. En, uh, hij geeft zich altijd wel helemaal. Snel, positief, ja, schatje. Klein” (vrouw, 30).

“R14: Uhm, ik heb dat denk ik met Saddiki. Speelt nu al een paar jaar en is gewoon een vaste kracht van het team. En weetje, hij is ook gewoon een normale goeie jongen weet je wel. [...] hij is sterk aan de bal, snel. Hij is gewoon een medium speler, werkt altijd kei hard tot het einde [...]” (man, 27).

Over het algemeen blijkt dat respondenten zich sneller identificeren met een witte speler dan met een zwarte speler. Wanneer het over Willem II gaat, gaat dit nog iets gemakkelijker. De omschrijvingen die respondenten geven om spelers van Willem II te beschrijven bevatten wel stereotyperende eigenschappen die we terug zien komen in bestaande literatuur.

De resultaten sectie biedt een aantal interessante inzichten. Zo kent een meerderheid van de respondenten een grote voorliefde voor de club. Deze liefde tegenover Willem II is voor veel van de respondenten al ontstaan tijdens hun jeugd, zij gingen toen naar het stadion met familie. Door hun loyaliteit en betrokkenheid met de club zijn zij steeds vaker naar het stadion gegaan en noemen zij zich nu (bijna) allemaal supporter van voetbalclub Willem II. Mannelijke supporters spreken vooral lof uit over de sfeer in het stadion en de supportersgroepen die aanwezig zijn bij wedstrijd. Vrouwen hebben meer met het familiale karakter van de club. Identificeren met de club doet een groot deel van de respondenten, tot op zekere hoogte. Zo dragen ze af en toe Willem II kleding naar het stadion en zingen de meesten de liederen mee tijdens de wedstrijden.

Een groot deel van de respondenten kent bepaalde stereotyperende eigenschappen toe aan zowel zwarte als witte spelers in het Nederlands mannenvoetbal. Dit gebeurt in lijn met de bestaande literatuur. Zo stellen respondenten dat zwarte spelers vaak snel en fysiek sterk zijn. Ook kennen ze stereotyperende eigenschappen toe op het niveau van nationaliteiten. Daarnaast is het voor respondenten moeilijk om de typische Nederlandse voetballer te omschrijven. In lijn met de bestaande literatuur omschrijven zij Nederlandse spelers erg divers. Wanneer het over Willem II stellen respondenten dat het hen niet uitmaakt of spelers zwart of wit zijn. Echter, supporters van Willem II willen geen

vreemdelingenlegioen en putten hierdoor vooral uit clubvertoog. Hard werken, hart voor de club en loyaliteit zijn hierbij erg belangrijk. Wanneer het gaat over identificatie met spelers, identificeren de meeste respondenten zichzelf met een witte speler.

De rol van media in de verspreiding en instandhouding van stereotypen in de voetbalsport wordt niet door veel respondenten erkent. Slechts een enkele respondent geeft aan wel eens op televisie bepaalde stereotypering herkend te hebben. De meeste respondenten kijken vooral de wedstrijden via televisie en luisteren daarbij niet naar het commentaar dat gegeven wordt.

5. Discussie

5.1 Conclusie

Vanuit de praktijk is er veel aandacht voor de betekenisgeving die supporters geven aan de etniciteit van voetballers, de manier waarop voetbalsupporters het spel interpreteren en de rol die de media hierin spelen. Echter, is er nog weinig tot geen onderzoek gedaan naar de manier waarop supporters betekenis geven aan de etniciteit van spelers van hun eigen club, de club waarmee zij zich identificeren en nauw volgen. Deze studie, in de vorm van een kwalitatief onderzoek, hoopt hier meer inzichten in te bieden. In deze sectie zal de hoofdvraag van deze studie beantwoord worden, met de hulp van de eerder genoemde deelvragen. De hoofdvraag die beantwoordt zal worden luidt als volgt: *Welke betekenissen geven supporters van voetbalclub Willem II aan de etniciteit van voetballers in het algemeen en specifiek aan de etniciteit van spelers van Willem II?* Naast het beantwoorden van deze vraag zullen er diverse relaties getoond worden tussen de bestaande literatuur en theorie en de getoonde resultaten. Ook zullen er zowel sterke als zwakke punten van de studie besproken worden. Tot slot biedt deze sectie een aantal aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

De eerste deelvraag betreft de manier waarop voetbalsupporters van Willem II betekenis geven aan de etniciteit van spelers in het algemeen. Uit de literatuur blijkt dat er in een samenleving verschillende discourses naast elkaar bestaan. Een discours kan gezien worden als een sociaal construct (Hall, 1997). Individuen maken gebruik van bepaalde discourses om betekenis te geven aan onderwerpen of gebeurtenissen. De discourses die individuen tegenkomen in het alledaagse leven nemen zij tot zich. Aan de hand van deze discourses geeft men betekenis aan bepaalde gebeurtenissen. De meest dominante discourses verspreiden zich het snelst binnen een samenleving (Van Dijk, 1993). Een van de discourses die veel voorkomt wanneer onderzoek gedaan wordt in de sport naar etniciteit, is het discours wat verband houdt met witte en zwarte spelers. Deze discourses zijn vooral terug te vinden in de sportmedia maar hierover later meer. Eerder onderzoek van Van Sterkenburg en Walder (2021) toont aan dat supporters in het Engelse voetbal gebruik maken van bepaalde stereotypen en discourses om betekenis te geven aan zwarte en witte spelers. Zo worden zwarte spelers veelal geassocieerd met fysieke kenmerken en witte spelers geassocieerd met intellectuele kenmerken. Tegelijkertijd, toont onderzoek van Van

Sterkenburg en Blijkzeijl (2017) dat witte spelers op zeer diverse manieren omschreven worden. Uit hun resultaten blijkt dat er geen eenduidige omschrijven is voor de 'typische Nederlandse voetballer'. Zo zou de Nederlandse, witte speler een mengelmoes van eigenschappen bezitten. Witte Nederlandse spelers worden vooral omschreven met kenmerken als: groot en lang, tactisch, statisch, hardwerkend, met beide benen op de grond, goede tactische maar slechte technische vaardigheden en strijdlustig. De resultaten van deze studie tonen aan dat de respondenten ook gebruik maken van bepaalde discoursen en stereotypen. Zo geeft een groot aantal respondenten op een eenduidige manier betekenis aan witte en zwarte spelers. In lijn met de bestaande literatuur worden zwarte spelers ook in deze studie geassocieerd met fysieke kenmerken. Het fysieke kenmerk wat het vaakst terugkomt is 'snelheid'. De respondenten geven ook betekenis aan witte spelers. Dit doen zij op een diverse manier, zoals ook beschreven in het onderzoek van Van Sterkenburg en Blokzeijl (2017). De respondenten in deze studie noemen witte spelers over het algemeen het vaakst 'harde werkers' en 'lomp'. Een enkele respondent in deze studie gaf aan dat witte spelers over het algemeen tactischer zijn dan zwarte spelers. De respondenten in deze studie gaan verder dan enkel betekenis te geven aan zwarte en witte spelers. Zo geven zij ook betekenis aan de specifieke afkomst van spelers in het algemeen. Uit de resultaten blijkt namelijk dat respondenten ook betekenis weten te geven aan voetballers van Turkse, Marokkaanse, Braziliaanse, Spaanse en Engelse kom af. Eerder wetenschappelijke onderzoek van Van Sterkenburg en Walder (2021) toont aan dat dit te maken heeft met de 'national playing style'. Zij stellen dat spreken over etniciteit vaak samengaat met spreken over nationaliteit. Vooral in de voetbalwereld is dit een ding omdat er veel evenementen zijn waaraan nationale teams meedoen. Verschillende nationaliteiten worden op deze manier gekoppeld aan verschillende speelstijlen. Zo stellen respondenten in deze studie bijvoorbeeld dat Engelse spelers erg hard zijn, Spaanse spelers veel temperament hebben en Braziliaanse spelers soepel in de heupen zijn.

De tweede deelvraag betreft het verschil in betekenisgeving tussen spelers in het algemeen en spelers van Willem II. Tijdens de focusgroep interviews zijn de respondenten specifiek gevraagd betekenis te geven aan de etniciteit van spelers van Willem II. De resultaten tonen aan dat respondenten uit deze studie hier meer moeite mee hebben. Niet alleen geven respondenten vaker aan dat het hen niet uitmaakt of spelers zwart of wit zijn, ze vinden het ook moeilijker om betekenis te geven aan de etniciteit van spelers van

Willem II. Dit omdat zij aangeven dat de club Willem II een eigen manier van spelen heeft waardoor spelers ook op deze manier spelen. Uit de resultaten van deze studie blijkt dat supporters van Willem II vooral putten uit een dominant vertoog, het vertoog 'over hun club Willem II'. Dit is een vertoog waaruit vooral geput wordt uit de kenmerken die supporters van belang vinden voor de club Willem II. Hiermee is het een vertoog waarin de club gezien wordt als een club waar hard wordt gewerkt, maar wel niet opgeeft, hart voor de club heeft en binding met de stad heeft. Dit vertoog over hun club Willem II plakken supporters vervolgens op de individuele spelers van Willem II. Op basis van alleen dit onderzoek kan nog niet geconcludeerd worden dat het vertoog van Willem II per definitie het vertoog van etniciteit overstijgt, hier is meer onderzoek naar nodig. Eerder Amerikaans wetenschappelijke onderzoek van Wensing en Bruce (2003) toonde al aan dat het wel mogelijk is dat een nationale identiteit alle andere identiteitskenmerken overstijgt. Hetzelfde zou voor Willem II-supporters kunnen gelden, in een andere vorm. Het gevoel dat supporters bij de club hebben, en de eigenschappen die zij belangrijk vinden voor de club, zouden identiteitskenmerken zoals de etniciteit van een speler kunnen overstijgen. Daarnaast blijkt uit de resultaten dat supporters van Willem II ook weer geen vreemdelingenlegioen willen. Zij vinden het belangrijk dat er nog wel witte, Nederlandse spelers in het team van Willem II spelen zodat zij zich met de club kunnen blijven identificeren.

Tot slot werd de rol van de media besproken. Vanuit de literatuur, met name internationale literatuur, blijkt dat media, journalisten en sportverslaggevers gebruik maken van bepaalde categorieën om atleten te omschrijven (Van Sterkenburg et al., 2012). Het zijn vooral de sportcommentatoren die door middel van hun live-verslagen bepaalde stereotypen gebruiken wanneer zij het over voetballers hebben (Bruce, 2004). Doordat verslaggevers live en onder druk moeten presteren hebben zij geen tijd om na te denken over wat zij zeggen. De manier waarop sportcommentatoren spelers omschrijven kan de kennis van individuen beïnvloeden. Wanneer er veel gebruik wordt gemaakt van stereotypen in de media, nemen individuen dit wellicht over en wordt het als normaal bevonden (Van Sterkenburg et al., 2012). Het zijn vooral de media die er in slagen om bepaalde kenmerken te koppelen aan witte en zwarte spelers. Zo worden witte spelers volgens internationale studies dus veelal geassocieerd met kenmerken als 'leiderschap' en 'tactisch'. Zwarte spelers, daarentegen, worden vaker geassocieerd met kenmerken als

‘snel’ en ‘technisch’ (Van Sterkenburg & Peeters, 2019).

Wanneer we spreken over sportmedia is het begrip ‘whiteness’ van belang. Hylton (2009) stelt dat dit begrip cruciaal is wanneer het gaat om hiërarchieën die gevormd worden, op basis van zowel etniciteit en huidskleur. Het begrip ‘whiteness’ gaat over het plaatsen van niet-witte personen in een positie die in de wetenschappelijke literatuur ‘de ander’ wordt genoemd, ofwel ‘othering’. Omdat hiermee tegelijkertijd witte individuen worden genormaliseerd, worden etnische machtsrelaties in stand gehouden in de samenleving. In de sportmedia is dit begrip ook van belang (Hylton, 2009; Spaaij et al., 2015). Het gebeurt soms dat er enkel aandacht wordt besteed aan de huidskleur van zwarte atleten en niet aan de huidskleur van witte atleten. Hiermee kan indirect gesteld worden dat witheid onzichtbaar is. Ook een aantal fragmenten uit de focusgroep interviews zouden in verband gebracht kunnen worden met whiteness. Zo stelt een van de respondenten: *“En dat dat dan bij een donkere speler op een negatieve manier wordt uitgelegd en bij een blanke speler positief”*. Een andere respondent zegt dat zij de manier van interviewen opvallend vindt in sommige televisie programma’s. Volgens haar wordt er vaak op negatievere manier geïnterviewd met zwarte spelers, en op een meer positieve manier met witte spelers. Dit zou kunnen betekenen dat de media op een bepaalde manier de machtsrelaties in onze samenleving in stand houden. Dit doen zij door aandacht te schenken aan de etniciteit van spelers en hier op een ongelijke manier over te praten. Anderzijds gaf een groot deel van de respondenten aan dat de media geen degelijke rol spelen in de betekenisgeving onder mediagebruikers en supporters van Willem II.

5.2 Sterke punten en beperkingen

Deze studie kent een aantal sterke punten maar ook een aantal beperkingen die goed zijn om te evalueren. Allereerst heeft deze studie een begin gemaakt voor andere onderzoekers om meer onderzoek te doen naar de betekenisgeving van etniciteit onder supporters van specifieke clubs in Nederland, waarbij betekenisgeving plaatsvindt over spelers die men goed kent en vaak ziet. Hiermee biedt dit onderzoek inzichten in de mogelijke vertogen waaruit supporters putten wanneer zij betekenis geven aan de etniciteit van spelers in het algemeen, en spelers van hun eigen club. Deze exploratieve studie heeft inzicht geboden in de manier waarop supporters van Willem II betekenis geven aan de etniciteit van hun spelers en hoe dit verschilt van de betekenis die zij geven aan spelers in

het algemeen. Alhoewel deze studie een aantal dingen inzichtelijk maakt die we nog niet wisten, schetst het slechts een eerste beeld van de gehele situatie in Nederland.

Desalniettemin is deze studie er in geslaagd om nieuwe vragen te beantwoorden. Deze studie bouwt niet enkel voort op wat er al bekend is in de wetenschappelijke literatuur, maar stelt nieuwe vragen.

Het gebruik van focusgroep interviews in deze studie is ook een sterk punt. Alhoewel deze methode vaker gebruikt is in eerder onderzoek naar dit onderwerp, is deze manier van interviewen hier gepast. Niet alleen omdat individuen veelal in groepsverband naar voetbalwedstrijden kijken, maar ook omdat er tijdens de interviews interessante gesprekken en discussies op gang komen. Doordat respondenten naar elkaar luisteren kan dit iets triggeren waardoor zij willen reageren op anderen. Hierdoor starten respondenten zelf discussies waarin veel inzichten over het onderwerp worden geboden.

Dit brengt mij ook tot een aantal beperkingen van deze studie. Zo is er met twintig respondenten gesproken. Over het algemeen is dit een aardig aantal. Echter, de diversiteit van de respondenten was erg laag. Zo zijn negentien van de twintig respondenten wit en hebben negentien respondenten en Nederlandse afkomst. Alle leeftijden liggen tussen de 18 en 35 jaar. Een onderwerp zoals besproken in deze studie, leent zich ook voor een meer diverse groep aan respondenten. Het zou erg interessant zijn om te onderzoeken op welke manier zwarte respondenten betekenis geven aan de etniciteit van voetbalspelers. Daarnaast zou het ook interessant zijn om een oudere doelgroep mee te nemen in een studie als deze. Omwille van de tijd is dit in deze studie niet gelukt, bovendien bestaat de supportersschare hoofdzakelijk uit witte mannen. Maar wellicht biedt een oudere doelgroep nieuwe of andere inzichten in de betekenisgeving naar etniciteit.

Een andere beperking van deze studie kan gevonden worden in de manier waarop een van de groepsinterviews is uitgevoerd. Zo is een van de vier focusgroep interviews afgenomen via Zoom. Allereerst kan er op deze manier vertraging zitten in de verbinding die je als onderzoeker met de respondenten hebt. Daarnaast is er geen of weinig aanwezigheid van een non-verbale vorm van communicatie. Het kan hierdoor moeilijk zijn om de lichaamstaal van respondenten te lezen of hen op hun gemak te stellen. Ook is het niet altijd mogelijk om bepaalde gezichtsuitdrukkingen te kunnen lezen wanneer respondenten naar een fragment kijken of vragen beantwoorden. Tot slot kan een

interview dat niet live wordt afgenomen sneller onderbroken worden. Echter, tijdens het focusgroep interview is dit laatste niet het geval geweest, bovendien zijn de andere focusgroepen face-to-face gedaan.

5.3 Aanbevelingen en vervolgonderzoek

Naar aanleiding van deze studie kunnen een aantal suggesties gedaan worden voor toekomstig onderzoek. Allereerst zou het hebben van een meer diverse groep respondenten een meerwaarde hebben voor vervolgonderzoek. Door de respondenten nauwkeuriger te selecteren op bepaalde kenmerken ontstaat er een meer diverse groep. Zo zou er in de toekomst bijvoorbeeld onderzocht kunnen worden of witte en zwarte respondenten op een andere manier betekenis geven aan de etniciteit van voetballers. Ook zou onderzocht kunnen worden of jongere of oudere mensen op een andere manier betekenis geven aan etniciteit.

Daarnaast zou het natuurlijk aardig zijn om dit onderzoek (al dan niet precies hetzelfde) te herhalen binnen supporters van andere clubs in Nederland. Na soortgelijke onderzoeken bij verschillende Nederlandse voetbalclubs zou een uitspraak gedaan kunnen worden over mogelijke onderlinge verschillen. Ook zou het voor vervolgonderzoek interessant zijn om meerdere factoren mee te nemen binnen het onderzoek. Zo is er in deze studie enkel gekeken naar de betekenis die supporters van Willem II geven aan de etniciteit van spelers in het algemeen en van spelers van Willem II. Voor toekomstig onderzoek zou het interessant zijn om daar een aantal thema's aan toe te voegen. Zo zou een onderzoeker er voor kunnen kiezen om de prestaties van het desbetreffende team mee te nemen. Maakt het bijvoorbeeld nog iets uit of een voetbalteam het goed of slecht doet in de Eredivisie? Of geven supporters op een andere manier betekenis aan de etniciteit van spelers na een gewonnen of verloren wedstrijd? Het zou zo kunnen zijn dat wanneer een team of club slecht presteert, supporters meer putten uit een etnisch vertoog. Dit zou zo kunnen zijn omdat er meer aandacht gevestigd zou kunnen worden op de individualiteit van spelers, en of individuele spelers bijdragen aan de slechte prestatie van de club. Als dat het geval is, zou het etnische vertoog het clubvertoog kunnen overstijgen.

6. Literatuur

Ashforth, B.E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-30.

Azzarito, L., & Harrison, L. (2008). 'White men can't jump': Race, gender and natural athleticism. *International Review for the Sociology of Sport*, 43(4), 347–364.
<https://doi.org/10.1177/1012690208099871>

Billings, A. C., & Eastman, S. T. (2002). Selective representation of gender, ethnicity, and nationality in American television coverage of the 2000 Summer Olympics. *International Review for the Sociology of Sport*, 37, 351-370. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/101269020203700302>

Boeije, H. (2010). Analysis in qualitative research. Sage.

Bruce, T. (2004). Marking the boundaries of the 'normal' in televised sports: The play-by-play of race. *Media, Culture & Society*, 26, 861-879.
<https://doi.org/10.1177/0163443704047030>

Buffington, D., & Fraley, T. (2008). Skill in black and white: negotiating media images of race in a sporting context. *Journal of Communication Inquiry*, 32(3), 292–310.
<https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/0196859908316330>

Carrington, B. (2001/2002). Fear of a black athlete: Masculinity, politics and the body. *New Formations*, 45, 91-110.

Cleland, J., & Cashmore, E. (2013). Fans, racism and British football in the twenty-first century: the existence of a 'colour-blind' ideology. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40(4), 638-654. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2013.777524>

Decorte, T., & Zaitch, D. (Eds.). (2016). *Kwalitatieve methoden en technieken in de criminologie* (Derde, grondig herwerkte editie). Acco.

De Ree, M. (2016, oktober 25). *Termen allochtoon en autochtoon herzien*. CBS.
<https://www.cbs.nl/nl-nl/corporate/2016/43/termen-allochtoon-en-autochtoon-herzien>

Dietz-Uhler, B., Harrick, E. A., End, C., & Jacquemotte, L. (2000). Sex differences in sport fan

behaviour and reasons for being a sports fan. *Journal of Sport Behaviour*, 23(3), 219-231.

Dijkstra, W. (2021, 20 december). Apengeluiden? Duitse scheidsrechter is helemaal klaar met racisme en stapt van het veld. *AD.nl*. <https://www.ad.nl/buitenlands-voetbal/apengeluiden-duitse-scheidsrechter-is-helemaal-klaar-met-racisme-en-stapt-van-het-veld~a2f0b951/>

Duncan, M. C., & Brummett, B. (1993). Liberal and radical sources of female empowerment in sport media. *Sociology of Sport Journal*, 10(1), 57-72.

Entman, R. M. (1989). How the media affect what people think: an information processing approach. *The Journal of Politics*, 51(2), 347–370. <https://doi.org/10.2307/2131346>

Essed, P., & Trienekens, S. (2008). 'who wants to feel white?' race, Dutch culture and contested identities. *Ethnic and Racial Studies*, 31(1), 52–72. <https://doi.org/10.1080/01419870701538885>

Finch, L. & Lewis, J. (2003). Focus groups. In J. Richtie & J. Lewis (Eds), *Qualitative Research Practice. A Guide for Social Science Students and Researchers* (pp. 170-198). Sage Publications.

Fisher, R. J., & Wakefield, K. (1998). Factors leading to group identification: a field study of winners and losers. *Psychology & Marketing*, 15(1), 23.

Hall, S. (1995). The whites of their eyes. Racist ideologies and the media. In Dines, G. & Humez, J.(Red.), *Gender, race and class in Media* (pp. 18-22). Thousand Oaks: Sage Publications.

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage

Harmesen, F., Elling, A., & Van Sterkenburg, J. (2019). *Racisme, sociale kramp en innerlijke drijfkrachten in het betaald voetbal*. Mulier Instituut.

Hermes, J. (2005). Burnt orange : television, football, and the representation of ethnicity. *Television & New Media*, 6(1), 49–69. <https://doi.org/10.1177/1527476403255819>

Hill, B., & Green, B. (2000). Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts. *Sport Management Review*,

3(2), 145–162. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(00\)70083-0](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(00)70083-0)

Hylton, K. (2009). *'Race' and Sport: Critical Race Theory*. London and New York: Routledge.

Jackson, R. L., & Garner, T. (1998). Tracing the evolution of "race," "ethnicity," and "culture" in communication studies. *Howard Journal of Communications*, 9(1), 41–55. <https://doi.org/10.1080/106461798247104>

Jacobson, B. (2003). The social psychology of the creation of a sports fan identity: A theoretical review of the literature. *Athletic Insight*, 5. (<http://www.athleticinsight.com>).

Joke, H. (2005). Burnt orange : television, football, and the representation of ethnicity. *Television & New Media*, 6(1), 49–69. <https://doi.org/10.1177/1527476403255819>

Mcperson, B. (1976). Socialization into the role of sport consumer: A theory and causal model. *Canadian Review of Sociology and Anthtopology*, 13, 165-177.

Morning, A. (2009). Toward a sociology of racial conceptualization for the 21st century. *Social Forces*, 87(3), 1167-1192. <https://doiorg.eur.idm.oclc.org/10.1353/sof.0.0169>

NOS. (2019, 17 november). Den Bosch-Excelsior tijdelijk stilgelegd na “Zwarte Piet-liedjes”. NOS. <https://nos.nl/artikel/2310854-den-bosch-excelsior-tijdelijk-stilgelegd-na-zwarte-piet-liedjes>

Peeters, R., & Van Sterkenburg, J. (2017). Making sense of race/ethnicity and gender in televised football: reception research among British students. *Sport in Society*, 20(5-6), 701–715. <https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1158472>

Porat, A. B. (2010). Football fandom: a bounded identification. *Soccer & Society*, 11(3), 277–290. <https://doi.org/10.1080/14660971003619594>

Spaaij, R., Farquharson, K., & Marjoribanks, T. (2015). Sport and social inequalities: sport and social inequalities. *Sociology Compass*, 9(5), 400–411. <https://doi.org/10.1111/soc4.12254>

Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1- 39.

- Tapp, A., & Clowes, J. (2000). From 'carefree casuals' to 'professional wanderers': Segmentation possibilities for football supporters. *European Journal of Marketing*, 36(11/12), 1248-1269.
- Van Sterkenburg, J. (2013). National bonding and meanings given to race and ethnicity: watching the football world cup on Dutch tv. *Soccer & Society*, 14(3), 386–403. <https://doi.org/10.1080/14660970.2013.801267>
- Van Sterkenburg, J., & Blokzeijl, D. (2017). Football and race talk among Dutch football media audiences 1. In *Sport and contested identities* (pp. 93-111). Routledge.
- Van Sterkenburg, J., De Heer, M., & Mashigo, P. (2021). Sports media professionals reflect on racial stereotypes and ethnic diversity in the organization. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), 31–46. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-06-2021-0063>
- Van Sterkenburg, J., & Knoppers, A. (2004). Dominant discourses about race/ethnicity and gender in sport practice and performance. *International Review for the Sociology of Sport*, 39(3), 301–321. <https://doi.org/10.1177/1012690204045598>
- Van Sterkenburg, J., Knoppers, A., & De Leeuw, S. (2012) Constructing racial/ethnic difference in and through Dutch televised soccer commentary. *Journal of Sport and Social Issues*, 36, 422–442. <https://doi.org/10.1177/0193723512448664>
- Van Sterkenburg, J., Knoppers, A., & De Leeuw, S. (2010). Race, ethnicity, and content analysis of the sports media: a critical reflection. *Media, Culture & Society*, 32(5), 819–839. <https://doi.org/10.1177/0163443710373955>
- Van Sterkenburg, J. & Spaaij, R. (Eds.) (2016). *Mediated football, representations and audience receptions of race/ethnicity, gender and nation*. London/New York: Routledge.
- Van Sterkenburg, J., Peeters, R., & Van Amsterdam, N. (2019). Everyday racism and constructions of racial/ethnic difference in and through football talk. *European Journal of Cultural Studies*, 22(2), 195-212. <https://doi.org/10.1177/1367549418823057>

- Van Sterkenburg, J., & Walder, M. (2021). How do audiences of televised English football construct difference based on race/ethnicity? *Language and Intercultural Communication*, 21(6), 765–780. <https://doi.org/10.1080/14708477.2021.1979571>
- Wann, D.L., & Pierce, S. (2003). Measuring sports team identification and commitment: An empirical comparison of the sport spectator identification scale and the psychological commitment to team scale. *North American Journal of Psychology*, 5(3), 365-372.
- Wekker, G. (2016). Introduction. In Wekker, G. (Red.) *White innocence. Paradoxes of colonialism and race* (pp. 1-29). Durham and London: Duke University Press.
- Wensing, E. H., & Bruce, T. (2003). Bending the rules: media representations of gender during an international sporting event. *International Review for the Sociology of Sport*, 38(4), 387–396. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1177/1012690203384001>
- Zajc, M. (2015). Social media, prosumption, and dispositives: new mechanisms of the construction of subjectivity. *Journal of Consumer Culture*, 15(1), 28–47. <https://doi.org/10.1177/1469540513493201>

Bijlage A. Topiclijst focusgroepen

Onderwerp: betekenisgeving aan etniciteit voetballers

Student: Vivian van den Oetelaar (451688)

Studie: Masterthesis Media & Journalistiek (Erasmus Universiteit)

Introductie

- Bedanken voor de interesse in het onderzoek en deelname aan de focusgroep
- Doel van het onderzoek mondeling toelichten
- Procedures toelichten
 - o Informed consent bespreken
- Uitleg over het onderzoek → let op: vertel niet wat precies het onderwerp van het onderzoek is omdat dit de respondenten kan beïnvloeden. Vertel meer over het onderwerp in grote lijnen en hoe de focusgroep eruit gaat zien.

Achtergrond informatie

- Naam (code of bijnaam)
- Geslacht
- Leeftijd
- Nationaliteit / geboorteland / etnische achtergrond
- School / opleiding

Voetbal in privé sfeer

- Voetbalt respondent zelf?
- Frequentie voetbal kijken?
- Wat is de bron van informatie? → Televisie, stadion, online?
- Gezelschap tijdens kijken → vrienden/familie/collega's/onbekenden
- Waarom kijkt respondent voetbal?

Identificatie

- Waarom fan van voetbalclub Willem II?
- Wat voelen ze bij deze club?

- Op welke manier identificeren ze zich met Willem II? Kleding, gedragsregels, normen en waarden?
- Met welke speler in het betaald Nederlands voetbal identificeer je je en waarom?

Videotrigger: diversiteit voetbal algemeen in Nederland

https://twitter.com/khalidensophie/status/1534586131525816321?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1534586131525816321%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.gids.tv%2Fvideo%2F460313%2Fajouad-el-miloudi-in-khalid-sophie-over-voetbal-meer-diversiteit-op-bepaalde-posities

Diversiteit voetbal Nederland – algemeen

- Korte introductie op videotrigger. Uitleg over diversiteit in het voetbal in Nederland.
- Wat verstaan respondenten onder diversiteit?
- Hoe zien zij diversiteit terugkomen in het voetbal in Nederland? → geef voorbeeld
- Kan respondent verschillende etnische groepen onderscheiden en noemen in het Nederlands voetbal? **Let op; hoe doen ze dit?** Help ze anders: land/kleur/ethniciteit.
- Kan respondent kwaliteiten of kenmerken toekennen aan voetballers van verschillende etnische groepen? **Let op; hoe doen ze dit?** Help ze anders: uit onderzoek blijkt dat wit/zwarte spelers bepaalde kenmerken toegewezen worden, wat vind je hiervan? Hoe zie jij dit?
- Hoe zie je de rol van de media en televisie in het beschrijven van spelers van diverse etnische achtergronden (zijn ze hierin 'objectief', gebruiken ze soms stereotypen etc?)

Videotrigger: diversiteit Willem II

<https://www.youtube.com/watch?v=yd1slopCXuw>

Diversiteit Willem II

- Korte introductie op videotrigger. Uitleg over diversiteit bij Willem II.
- Zien ze verschillen in diversiteit voetbal algemeen en Willem II specifiek?

- Hoe zien zij diversiteit terugkomen bij hun eigen voetbalclub?
- Kan respondent verschillende etnische groepen onderscheiden in het elftal van Willem II? **Let op; hoe doen ze dit?** Help ze anders: land/kleur/ethniciteit.
- Kan respondent kwaliteiten of kenmerken toekennen aan voetballers van de verschillende etnische groepen?
- Met welke speler van Willem II identificeer jij je het meest en waarom?

Afsluiting

- Vragen of respondent overige toevoegingen/opmerkingen of vragen heeft.
- Bedank de respondenten voor deelname focusgroep
- Indien respondent gebaat is bij een samenvatting of resultaten van het onderzoek, controleer dan de gegevens.
- Indien mogelijk vragen of de respondent anderen personen kent waarmee ik in contact zou kunnen komen.