



rijksuniversiteit
groningen



Ajax en de kunst van zingeving

Wat vertelt het geleefde fanschap van Ajaxfans over betekenisgeving in een postseculiere samenleving?

Judith Hoex
S4817141
j.e.hoex@student.rug.nl

Masterscriptie Religion, Health & Wellbeing: Geestelijke Verzorging

Begeleider: Dr. Brenda Mathijssen

Tweede lezer: Dr. Jelle Wiering

08-03- 2023

Voorwoord

Toen ik in oktober begon met het schrijven van deze masterscriptie, zag ik daar best tegenop. Vaak hoor je verhalen over scripties die jaren in beslag nemen en studenten die vastlopen of totaal in de knoop raken. Maar vorige week, toen ik de laatste puntjes op de i zette, besepte ik dat deze verhalen niet op mij van toepassing zijn. Het schrijfproces is voor mij, op enkele frustraties na, altijd leuk geweest. Natuurlijk waren er moeilijke momenten en dieptepunten, maar ik wist er altijd uit te komen. Ik ben ontzettend blij en ook best trots dat ik deze scriptie heb voltooid, en dit was niet mogelijk geweest zonder de hulp van een aantal mensen die ik hieronder graag wil bedanken.

Allereerst wil ik mijn scriptiebegeleidster, Brenda Mathijssen, bedanken voor haar fijne begeleiding, kritische blik en doordachte inzichten. Ik keek altijd uit naar onze besprekingen, omdat ik zeker wist dat ik daarna weer vol nieuwe inspiratie verder kon werken. Daarnaast vond ik onze gesprekken altijd gezellig en waardevol. Het persoonlijke contact met Brenda heb ik heel erg gewaardeerd. Ook wil ik mijn tweede lezer Jelle Wiering bedanken voor zijn tijd en moeite om mijn scriptie te lezen en te beoordelen.

Verder wil ik graag al mijn respondenten bedanken voor hun tijd en uitgebreide antwoorden. Ik vond het erg interessant en leerzaam om jullie ervaringen met Ajax te horen, evenals jullie (kritische) visies. Als kersverse Ajaxfan was het bijzonder om samen met jullie een duik in de geschiedenis te nemen en ik ben dan ook een stuk wijzer geworden. Jullie passie en enthousiasme voor Ajax was indrukwekkend en aanstekelijk.

Er is ook nog iemand die ik graag wil bedanken voor de aanleiding van deze scriptie: Julian. Tijdens onze eerste date keek ik nog wat verbaasd naar het Ajax shirt dat je droeg, maar inmiddels begrijp ik het allemaal veel beter. Dankzij jou ben ik in de wereld van Ajax beland en daar ben ik heel blij mee. Ik haal er veel plezier uit en ben inmiddels best een trotse Ajaxfan. In het kader van dit onderzoek kan ik niet ontkennen dat mijn Ajax fanschap waarschijnlijk wel te maken heeft met betekenisgeving. Lieve Julian, bedankt voor het creëren van een Ajaxhart!

Oorspronkelijk richtte mijn onderzoek zich op de rituelen van Ajaxfans, maar tijdens het onderzoek werd duidelijk dat het fanschap van Ajaxfans veel breder wordt vormgegeven. Daarom heb ik besloten om me te richten op het geleefde fanschap van Ajaxfans, waarbij rituelen een onderdeel zijn.

Tot slot kijk ik met plezier terug op de afgelopen tijd en ik kijk ernaar uit om als Ajaxfan nog meer van Ajax te gaan meemaken. Ik hoop de betekenis en beleving van het fanschap beter te begrijpen en te relateren aan de persoonlijke zoektocht naar zingeving en spiritualiteit van mensen die ik begeleid als aankomend geestelijk verzorger. Ik hoop een brug te slaan tussen alledaagse betekenisbronnen en spirituele bronnen. Als Ajaxfan en aankomend geestelijk verzorger kijk ik uit naar wat komen gaat!

Utrecht, maart 2023

Samenvatting

Dit onderzoek onderzoekt wat het geleefde fanschap van Ajax-fans kan vertellen over betekenisgeving in een postseculiere samenleving. Het doel is om inzicht te krijgen in betekenisgeving van mensen vandaag de dag en zo aanknopingspunten te bieden voor professionals die werken met zingeving, bij uitstek de geestelijk verzorger. Door secularisatie in de hedendaagse samenleving zijn vragen over zingeving, identiteit en sociale relaties complexer geworden, en rituele contexten uitdagender geworden. Fanschap biedt mensen nieuwe vormen van zingeving en rituelen, vooral in de menigte, waardoor het als zingevend kan worden ervaren. Het is echter niet goed bekend hoe fanschap zich verhoudt tot zingeving. Het onderzoek richt zich daarom op persoonlijke en individuele uitingen van fanschap van Ajaxfans en hoe verschillende fans dit uitvoeren. Er zijn zes Ajax-fans tussen de 54 en 64 jaar geïnterviewd voor dit onderzoek. Het onderzoek toont aan dat fanschap een belangrijke betekenisbron is in de hedendaagse postseculiere samenleving, vaak te vinden in het alledaagse leven en zowel seculiere als religieuze aspecten heeft. Voor vervolgonderzoek zou het interessant zijn om te kijken hoe geestelijk verzorgers deze alledaagse betekenisbronnen kunnen integreren in hun werk.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
2. Theoretisch Kader	8
2.1 Fanschap	8
2.2 Zingeving	11
2.3 Rituelen	16
2.4 Postseculiere samenleving	20
2.5 Zingeving in een postseculiere samenleving	23
3. Methode	25
3.1 Onderzoeksdesign	25
3.2 Onderzoekspopulatie en sampling	25
3.3 Dataverzameling	26
3.4 Data-analyse	27
4. Resultaten	28
4.1 Vormgeven aan het Ajax fanschap	28
4.1.1 Loyaliteit	28
4.1.2 Rituelen	30
4.1.3 Traditie	33
4.1.4 Café cultuur / stadion cultuur	35
4.1.5 Affectief	36
4.1.6 Moraliteit	38
4.2 Betekenisvol fanschap	42
4.2.1 Betekenis: traditie, affectief, rituelen	43
4.2.2 Doel: traditie, café cultuur / stadion cultuur, rituelen	44
4.2.4 Ethiek: moraliteit	47
4.2.5 Coherentie: traditie	48
5. Conclusie en Discussie	51
5.1 Samenvatting en beantwoording hoofdvraag	51
5.2 Discussie en beperkingen van het onderzoek	53
5.3 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	54

6. Literatuur	56
7. Bijlagen	61
7.1 Bijlage 1: Interviewguide	61
7.2 Bijlage 2: Toestemmingsformulier	63
7.3 Bijlage 3: Respondenten	65

1. Inleiding

Een vaste plaats op de bank voor de tv, een geluksonderbroek, juist wél of niet naar de wc tijdens de wedstrijd, geen paprikachips eten maar wél gevulde koeken, de tv op volume veertien vanwege het rugnummer van Johan Crujff (Steenhoff, 2019). Een greep uit de rituelen van Ajaxfans. Tot twee jaar geleden voor mij geheel onbekend. Inmiddels ben ik meer thuis in alle Ajax rituelen. Met een vriend die diehard Ajaxfan is ontkom ik daar niet aan. Waar ik twee jaar geleden nog wat cynisch keek naar zijn fanatisme ben ik zelf steeds meer in de Ajax-wereld ondergedompeld. Het is me gaan fascineren. Ik ben gaan zien hoe belangrijk Ajax en de rituelen daaromheen zijn voor fans, voor veel fans is het echt zingeving. Ik had het niet gedacht maar nu, twee jaar later, is het eerste wat ik doe als ik opsta en Ajax speelt; een Ajax shirt aan doen. Het fanschap en de rituelen daaromheen steken aan. Maar wat is het precies en waarom doen mensen het? Dit onderzoek richt zich op het Ajax fanschap waar rituelen een onderdeel van zijn.

Onderzoek stelt dat álle gelegenheden waarbij mensen in fysieke nabijheid van elkaar zijn en een gemeenschappelijk punt van aandacht hebben, worden gekenmerkt door bepaalde vormen en rituelen (Stokvis, 2014). Het succesvolle verloop, dus de juiste vormen en rituelen geven altijd een zekere mate van bevrediging en wekt de motivatie op om vaker deel te nemen aan dezelfde soort bijeenkomsten en er meer voor over te hebben (Stokvis, 2014). Fans identificeren zich met een club en voelen zich verbonden met een club, hun club. Dit gaat gepaard met diep gevoelde emoties (Spaaij, 2008). Er wordt hierbij geredeneerd dat door de afname van emotionerende bijeenkomsten op religieus gebied, ze er steeds meer zijn op sportgebied (Stokvis, 2014). De identificatie met een club kan ook gezien worden als zelfreflectie waarbij de fans betekenis construeren aan henzelf en aan de club (Bickerdike, 2016). Tot slot kan fanschap daarnaast door zijn symbolen en rituelen aanzetten tot persoonlijke transformatie (Uzyski, 2013).

Rituelen staan in nauw verband met zingeving. Zingeving kan worden gezien als een zinbeleving waarbij men de wereld als goed en waardevol ervaart en waarbij men een ervaring heeft van verbondenheid met een groter geheel waarin men op een zinvolle manier kan deelnemen (Alma, 2020). Rituelen creëren een unieke culturele context voor zingeving, zo ook de context van Ajax. Ze vertegenwoordigen bepaalde houdingen en overtuigingen en daarnaast creëren en versterken ze deze houdingen en overtuigingen door ritueel handelen (Wojtkowiak, 2018). Door de secularisatie in de hedendaagse samenleving zijn de levensbeschouwelijke

tradities op het maatschappelijk leven sterk gekrompen (Jacobs, 2020). Dit zorgt ervoor dat vragen over zingeving, identiteit en sociale relaties complexer, en rituele contexten uitdagender worden. De secularisatie manifesteert zich niet zozeer in het verdwijnen van religie maar het resulteert in een postseculiere samenleving; verwevenheid van het religieuze en het seculiere in de samenleving (Molendijk, 2015). Een samenleving waar de grenzen tussen geloof en ongeloof vervagen (Smedes, 2016). Er wordt daarin een collectieve, symbolische taal voor betekenisgeving geconstrueerd waarbij er nieuwe rituelen ontstaan. Nieuwe vormen van betekenisgeving en tradities worden (her)uitgevonden met een mix van seculiere, spirituele en religieuze elementen. De behoefte van de mens aan rituelen is aangeboren en blijft immers ook voor de moderne mens bestaan (Gordon-Lennox, 2016).

Met de vermindering van de rituelen in de godsdienst is het niet verwonderlijk dat mensen andere vormen van zingeving en rituelen zoeken om weer enige orde in hun leven te krijgen en voor velen vervult sport deze functie (Uszynski, 2013). Mensen zoeken dus naar (nieuwe) vormen van zingeving en rituelen die ze onder andere vinden in het fanschap, zo ook de Ajaxfans. Vooral in de menigte vinden fans door rituelen identificatie en verbinding en daarmee kan het als zingevend worden ervaren. Het is echter gering bekend hoe het geleefde fanschap van voetbalfans zich verhoudt tot zingeving. Omdat men in de postseculiere samenleving veelal een individuele invulling geeft aan zingeving is het interessant om juist naar de persoonlijke en individuele uitingen van fanschap van voetbalfans te kijken. Daarnaast is er vraag naar onderzoek hoe verschillende fans hun fanschap uitvoeren en wat dit ons vertelt over de huidige maatschappelijke structuren. Dit onderzoek richt zich specifiek op geleefd fanschap in een postseculiere samenleving door een case study van Ajaxfans.

Het doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in betekenisgeving van mensen vandaag de dag en zo aanknopingspunten te bieden voor professionals die werken met zingeving, bij uitstek de geestelijk verzorger. Naar aanleiding van deze doelstelling is de volgende vraagstelling tot stand gekomen: Wat vertelt het geleefde fanschap van Ajaxfans over betekenisgeving in een postseculiere samenleving?

Hieruit zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- Hoe krijgt betekenisgeving vorm in een postseculiere samenleving?
- Hoe geven Ajaxfans vorm aan hun fanschap?
- Hoe verhoudt het fanschap van Ajaxfans zich tot betekenisgeving?

2. Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk zal een overzicht worden gegeven van de bestaande literatuur over de verschillende begrippen die aan bod komen in dit onderzoek. Er zal allereerst gekeken worden naar het begrip fanschap. Vervolgens zal er verder in worden gegaan op het begrip zingeving. Daarna zal er gekeken worden naar het begrip rituelen. Vervolgens zal er gekeken worden naar de bestaande literatuur over de postseculiere samenleving. Tot slot zal er aan de hand van de literatuur een antwoord worden gegeven op deelvraag 1: Hoe krijgt betekenisgeving vorm in een postseculiere samenleving?

2.1 Fanschap

Fans creëren, zoals in de inleiding beschreven, hun eigen identiteit. Het fanschap is niet alleen een amusementsfenomeen maar ook een symbool van een nieuwe sociale identiteit en een nieuwe staat van leven (He et al., 2022). In de literatuur wordt er zowel over fanschap als supporterschap gesproken. Er zijn vanuit de literatuur zowel overeenkomsten als tegenstrijdigheden te vinden tussen deze twee begrippen.

Zo kan supporterschap volgens Giulianotti (2002) onderscheiden worden van fanschap doordat supporters een meer traditionele relatie hebben met hun club terwijl fans een meer afstandelijke, consumentgerichte relatie hebben met een club. Echter tonen studies over het wereldwijde gedrag van voetbalfans aan dat het steunen van een voetbalclub een levenslang project is dat begint op jonge leeftijd en eindigt met het leven van de fan (Porat, 2010). Er wordt hierbij geconcludeerd dat het voetbalfanatisme een manier van leven is en dat het belangrijkste is dat voetbalfanschap een belangrijke component is van de identiteit van de fans. Dit spreekt het onderzoek van Giulianotti (2002) tegen. Wel concluderen zowel het onderzoek van Giulianotti (2002) als het onderzoek van García en Welford (2015) dat de moderne marktwerking in het voetbal en de vercommercialisering in het Europese voetbal ertoe hebben geleid dat de relatie tussen de fans het voetbal is veranderd. Er wordt betoogd dat het voetbal de band met zijn (traditionele) kern supporters heeft verloren. Het onderzoek van García en Welford (2015) stelt dat deze band hersteld moet worden door de supporters als legitieme belanghebbenden meer inspraak te geven in het bestuur van het spel.

De discussie in de literatuur over fanschap en supporterschap en de precieze betekenis hiervan maakt ook het verschil tussen supporter en fan minder rigide. Fanschap is daarbij een breder begrip omdat fanschap zowel over sportfans als over fans van andere interesses kan gaan (Reysen & Branscombe, 2010). Er is in dit onderzoek gekozen voor het begrip fanschap omdat er in de literatuur meer gesproken wordt over het begrip fanschap en er vanuit de de discussie in de literatuur geen significante eenduidige verschillen uitkomen tussen supporterschap en fanschap wat zorgt dat de keuze van het begrip is gebaseerd op de frequentie van het gebruik in de literatuur.

Sportfanschap is een multidimensionaal concept en fans zijn om verschillende redenen fan en uiten dit op verschillende manieren (van Driel et al., 2018). Verschillende onderzoeken hebben typologieën ontwikkeld om voetbalfans in te delen in categorieën op basis van de veronderstelde authenticiteit van hun fanschap uitingen. Zo kan het bijwonen van wedstrijden gezien worden als een van de belangrijkste vereisten van authentiek fanschap. Echter heeft onderzoek onder fans van de Engelse Northern League ook laten zien dat het aanwezig zijn bij wedstrijden voor hen niet het belangrijkste bewijs was van steun voor de club (Gibbons & Nuttall, 2014). Onderzoek van Ertaş (2022) laat verder zien dat er een verschil is tussen fans die thuiswedstrijden van hun club bezoeken of fans die uitwedstrijden van hun club bezoeken. De verschillende categorieën en vragen in een onderzoek kunnen bepaalde fans omvatten en andere juist weglaten. Uit onderzoek van Oppenhuisen en Van Zoonen (2006) waarbij gegevens werden verzameld uit een enquête onder 365 Nederlandse supporters van verschillende voetbalclubs, blijkt dat fans van kleine clubs aanzienlijk verschillen ten aanzien van fans van grote topclubs. Fans van kleine clubs hechten waarde aan gezelligheid en de vrije tijd die met hun clubs gepaard gaan terwijl de fans van grote topclubs waarde hechten aan succes en traditie voor hun clubs.

Onderzoek van Van Driel et al. (2018) laat zien dat de categorisering op basis van gesloten vragen veelal niet overeenkomen met de opvattingen van fans over hun eigen fanschap. Beslissingen van onderzoekers spelen dus een grote rol bij het bepalen van wat en wie een fan is en daarmee hangt fanschap af van de maatstaven en afbakeningen die de onderzoekers hanteren (van Driel et al., 2018).

Fanschap is een groeiend en evoluerend onderwerp in onderzoek en er wordt gesteld dat de meeste onderzoeken naar affectieve uitkomsten van fanschap nu conceptueel van aard zijn en er meer empirisch onderzoek gedaan moet worden zodat ook verschillende partijen hierop

kunnen inspelen (Mastromartino & Zhang, 2020). Daarnaast moet toekomstig onderzoek rekening houden met andere sociaaldemografische factoren zoals leeftijd, inkomen, ras, geslacht en seksualiteit. Er wordt gesteld dat het niet enkel om het lidmaatschap van een sportfan gemeenschap gaat maar dat er gekeken moet worden naar alle factoren die hier een rol bij spelen. Het begrijpen van voetbalfans is voortdurend in ontwikkeling naarmate de technologieën en de samenleving veranderen waardoor het essentieel is voor onderzoek om observaties te blijven doen (Mastromartino & Zhang, 2020).

De performatieve sport fandom theorie is een theorie die inspeelt op die voortdurende ontwikkelingen en die is ontworpen als tegenbeweging op de dichotome benadering van fanschap. In de performatieve sport fandom theorie wordt er geput uit de identiteitstheorie en de performatieve gendertheorie. Het doel is om fanschap breder te bekijken en te voorkomen dat het fans uitsluit die mogelijk niet passen binnen de vooraf geschreven en vooraf bepaalde normen van fanschap. Vanuit de performatieve sport fandom theorie worden fans vanuit hun eigen voorwaarden begrepen door te kijken naar de verschillende rollen van een fans, de omgeving en de context (Osborne & Coombs, 2013). Fanschap heeft een grote maatschappelijke component en heeft daardoor betrekking op de maatschappij (Apostolou & Lambrianou, 2016).

Een onderzoek naar het fanschap van Tottenham Hotspurs fans, aan de hand van de performatieve sport fandom theorie, laat zien dat er bij hun fanschap verschillende manieren zijn hoe het fanschap wordt geuit. Er zijn uiteindelijk vier verschillende grote thema's die naar voren komen. (1) Loyaliteit. Dit houdt in dat fans loyaal zijn naar hun club, ongeacht de resultaten, ze blijven fan en blijven naar de wedstrijden kijken. (2) Traditie. Dit houdt in dat fans de geschiedenis, de traditie en de erfenis van een club kennen en begrijpen. Het fanschap wordt daarnaast doorgegeven van generatie op generatie. (3) Rituelen. Dit zijn de rituelen die fans uitvoeren rondom en tijdens de wedstrijd van hun club. Zoals het dragen van een bepaald shirt, een vaste plek in het stadion, of een speciaal ontbijt op de wedstrijddag. (4) café cultuur. Dit zijn de favoriete kroegen van fans die worden bepaald door de sfeer, de muziek, de mensen etcetera (Humphries & Kucek, 2019). Uit het onderzoek kwam naar voren dat er verschillen waren tussen de uitingen van het fanschap tussen fans die de wedstrijden bijwoonden en die dat niet deden terwijl bij anderen het fanschap werd beïnvloed door leeftijd en sociaal-economische status. Bij alle fans kwam naar voren dat zij (eigen ontwikkelde) rituelen uitvoeren.

Nader onderzoek moet uitwijzen hoe verschillende fans hun fanschap uitvoeren en wat

dit ons vertelt over de huidige maatschappelijke structuren (Humphries & Kucek, 2019). Dit onderzoek naar het geleefde fanschap van Ajaxfans in relatie tot betekenisgeving speelt in op die vraag naar nader onderzoek. Alhoewel, zoals eerder beschreven, er veel discussie bestaat over de verschillende afbakeningen van fanschap is er in dit onderzoek gekozen om aan de hand van de kenmerken uit het onderzoek onder Tottenham Hotspurs fans, te kijken naar het fanschap. Dit houdt in: 1) loyaliteit, 2) traditie, 3) rituelen, 4) café cultuur. Er is voor deze aspecten gekozen omdat volgens het onderzoek van Oppenhuisen en Van Zoonen (2006) de eerste twee aspecten van 1) loyaliteit en 2) traditie passen bij het fanschap van een grote topclub als Ajax. Fans van grote topclubs hechten waarde aan succes en traditie voor hun club en hebben zo loyaliteit naar hun club. Daarnaast blijkt uit onderzoek van Humphries & Kucek (2019) dat rituelen een belangrijk onderdeel zijn van fanschap. Tot slot is het relevant om naar de café/stadioncultuur te kijken omdat de respondenten in dit onderzoek (bijna) alle wedstrijden van Ajax kijken waarbij het interessant is om te kijken hoe en waar ze dit kijken en wat dit zegt over hun fanschap.

2.2 Zingeving

Binnen de psychologie is zingeving al geruime tijd een onderwerp van studie. Psychologen als Abraham Maslow en Viktor Frankl zeggen dat zingeving in het leven een kernpunt is van menselijke motivatie en het psychologisch welzijn (Frankl, 1963; Maslow, 1998). Ondanks de toenemende belangstelling voor zingeving blijft de definiëring van zingeving wat ambigu (Martela & Steger, 2016). Er bestaat veel discussie over de definiëring. Zingeving is grotendeels een individueel proces maar wordt ook bepaald door culturele en ideologische aspecten. Psychologen hebben een aantal factoren vastgesteld waarvan wordt aangenomen dat ze bijdragen aan zingeving. De drie meest overeenkomende factoren zijn: (1) betekenis, de mate waarin men het gevoel heeft ertoe te doen en verbonden te zijn met anderen, (2) doel, of betrokkenheid bij doelgerichte bezigheden, en (3) samenhang, de mate waarin iemands leven en ervaringen zinvol zijn (Heintzelman et al., 2020). Er zal hieronder aan de hand van Martela en Steger (2016) per factor verder toegelicht worden wat men daaronder verstaat.

(1) Betekenis

Martela en Steger (2016) stellen dat bij betekenis als zingeving 'waarde' een belangrijke rol speelt. Zo kan betekenis worden gezien als de waarde van iemands leven. Het is een besef van de inherente waarde van het leven. Het kan gedefinieerd worden als een op waarden gebaseerde evaluatie van iemands leven als geheel met betrekking tot hoe belangrijk, waardevol en inherent waardevol het voelt (Martela en Steger, 2016, p. 535). Het gevoel dat het leven de moeite waard is kan gezien worden als een onafhankelijk begrip van waarde dat niet herleidbaar is tot louter geluk of andere soortgelijke ervaringen. Het gaat om een leven dat de moeite waard is, en kan vergeleken worden met het oude Griekse begrip eudaimonia. Dit gaat over een goed, succesvol en verantwoordelijk leven.

(2) Doel

Martela en Steger (2016) stellen dat doel als zin in het leven ervan uitgaat dat zin ontstaat wanneer men een duidelijk doel of doelen in het leven heeft. Het gaat om het hebben van richting en toekomstgerichte doelen in het leven. Doelen worden vaak gemeten in een heel leven in plaats van een dag en zijn dus op de toekomst gericht. Men kan ook meerdere doelen in het leven hebben in plaats van één allesomvattend doel. Ondanks enkele verschillen in definities, lijken onderzoekers het eens te zijn over het levensdoel, wat in wezen een toekomstgerichte reeks doelen is. Deze algemene doelen geven vervolgens betekenis aan iemands huidige acties in het dagelijks leven.

(3) Coherentie

Martela en Steger (2016) stellen dat het bij coherentie gaat om een leven waarbij mensen de wereld begrijpen en coherent maken. Coherentie is de cognitieve component van zingeving. Het leven is coherent als men er begrijpelijke patronen in kan onderscheiden die het geheel begrijpelijk maken. Zingeving als coherentie wordt gezien als 'het gevoel dat iemands ervaringen of het leven zelf zin heeft' (Martela & Steger, 2016, p. 533). Het is voor zingeving belangrijk dat de omgeving gestructureerd en voorspelbaar is. Door patronen te vinden en voorspelbaarheid in de wereld vast te stellen is het mogelijk om zin te maken. Dit biedt een overlevingsvoordeel voor alle organismen, waaronder de mens. Als men in situaties komt waarin betekenis verstoord is en hierdoor leed wordt ervaren, heeft de mens een aangeboren vermogen wat wordt geactiveerd om betekenis te construeren. Het is een adaptieve eigenschap die ons als mensen motiveert om ernaar te streven betrouwbare patronen en verbanden in de omgeving op te

sporen. We hunkeren naar dit gevoel van betekenis, dus het drijft ons ertoe om ervaringen op te zoeken die aansluiten bij onze noties van samenhang en om onzekerheid te vermijden.

Bij veel onderzoek naar zingeving wordt zingeving als geheel onderzocht en wordt de mate van zingeving door een totaalscore bepaald. Dit wordt vaak gedaan aan de hand van scores op verschillende onderzoeks schalen. Voorbeelden hiervan zijn *Meaning in Life Questionnaire* (MLQ) en *Sense of Coherence Scale* (SOC) (Martela & Steger, 2016). Bij deze schalen wordt er geen onderscheid gemaakt tussen de hierboven genoemde verschillende dimensies van zingeving. Onderzoekers laten vaak aan respondenten over om te bepalen wat zij onder zingeving verstaan zonder eerst een gespecificeerde definitie te geven van zingeving (Martela & Steger, 2016). Het is bekend dat opvattingen van mensen over psychologische constructies ervaringen en gedrag kunnen beïnvloeden en daarmee is het belangrijk om te begrijpen hoe mensen aankijken tegen zingeving in het leven en hoe die opvattingen en overtuigingen zich weer verhouden tot hun ervaring van zingeving (Heintzelman et al., 2020). Er is echter weinig bekend over wat men denkt over de belangrijke kenmerken van zingeving en dit vergt verder onderzoek (Heintzelman et al., 2020).

Naast dat het belangrijk is om duidelijkheid te hebben over wat men onder zingeving verstaat, is het ook belangrijk om de bronnen van samenhang, doel, en/of betekenis in iemands leven nader te onderzoeken. Mensen vinden betekenis in het leven vanuit een reeks van bronnen. Deze bronnen van betekenis in het leven beschermen mensen tegen zinloosheid. Bronnen van betekenis zijn bijvoorbeeld familie, sociale relaties, werk, vrijwilligerswerk of religie. Deze betekenisbronnen zijn niet statisch maar zijn adaptief omdat mensen continu streven naar het verkrijgen, behouden en opbouwen van betekenis in hun leven (Martela & Steger, 2016).

Eerder onderzoek van Delia et al. (2022) naar teamidentificatie bij een professioneel vrouwenbasketbalteam laat zien dat fandom een betekenisbron kan zijn en zo invloed heeft op betekenis van het leven. Het onderzoek toont aan dat teamidentificatie een belangrijke rol speelt bij betekenisgeving (Delia et al., 2022). In het onderzoek werd een casestudy uitgevoerd waarbij onderzocht werd hoe teamidentificatie invloed heeft op de betekenis van het leven, met nadruk op betekenis. Belangrijke betekenisbronnen waren: verbinding met familie en vrienden, het steunen van de vrouwensport en het verbeteren van de geestelijke gezondheid via steun aan het team. De bevindingen illustreren dat betekenis in het leven niet noodzakelijkerwijs alleen wordt ervaren door een zeer geïdentificeerd fan te zijn. Het zijn specifieke elementen van iemands

verbinding met het team die voor betekenis zorgen. De bevindingen illustreren ook dat identificatie met een team invloed heeft op een leven dat de moeite waard is (Delia et al., 2022). Het is daarom interessant om te kijken naar het geleefde fanschap van Ajaxfans om te kijken hoe dit invloed heeft op een leven dat de moeite waard is, ofwel betekenisgeving. In dit onderzoek zal er gekeken worden hoe en of het geleefde fanschap van Ajaxfans een mogelijke betekenisbron kan zijn en zo tot betekenisgeving kan leiden.

Hans Alma (2020) beschrijft in haar boek *Het verlangen naar Zin: de zoektocht naar resonantie in de wereld* zingeving als een zinbeleving waarbij de wereld als goed en waardevol wordt ervaren en waarbij men een ervaring heeft van verbondenheid met een groter geheel waarin men zinvol kan participeren. Alma spreekt dus over het verlangen naar zin en beschrijft dit als iets wat zich manifesteert in het alledaagse. Zoeken naar zin zet volgens haar aan tot levensverkenning, onderzoeken wat de wereld te bieden heeft. Alma stelt dat het verlangen naar zin ontstaat in onze vroegste lichamelijke ervaringen met de wereld. Pasgeborenen maken kennis met de wereld door middel van lichamelijke gewaarwordingen die gekenmerkt worden door gevoelens van lust en onlust. Ervaringen van lust kunnen zachte stoffen zijn in de wieg, fijne geluiden en onlust harde of koude materialen en lawaai. Voldoende koestering en vertrouwen zorgt ervoor dat een kind de wereld gaat ervaren als een goede en fijne plek om te zijn. Op deze wijze ontwikkelt het kind basisvertrouwen, dat fungeert als essentiële basis voor zowel psychische welzijn als levenszin. Alma ziet continuïteit tussen de vroege lichamelijke ervaringen van wat ons als mens goed doet en de verwachtingen van een goed leven zoals die in onze sociale verbeelding is besloten. Mensen hebben een basisbehoefte om een zinvol en waardevol leven te leiden, gericht op wat als goed wordt ervaren. Dit verlangen is diepgeworteld en omvat een lichamelijke behoefte om de wereld als goed te ervaren, waarbij ons lichaam betrokken is bij de zoektocht naar zin. Dit kan het gevoel van warmte of rust zijn, het gevoel van lichamelijke vitaliteit of een stroom van energie energie die door ons heen gaat en alles doortrekt. Volgens Alma is het ervaren van zin een versterking van de dagelijkse ervaringen, die ons in staat stelt de wereld in een nieuw licht te zien. Kenmerkend bij alle ervaringen is dat men even uit de zelf beslotenheid wordt getild en deel uitmaakt van een groter geheel dan het zelf. Deze ervaringen duidt Alma aan met de term transcendentie: ervaringen waarbij men zich naar buiten richt, naar de ander en die bij ons zelf iets teweegbrengen.

Wat overeenkomt bij de definities van Heintzelman et al. (2020) en Alma (2020) zijn de aspecten van betekenis, doel en samenhang. Beiden definities hebben gemeen dat het gaat om een waardevol en betekenisvol leven waarin verbinding een grote rol speelt. Het aspect van betekenis in zingeving kan omschreven worden als de waarde van iemands leven. Het heeft betrekking op hoe belangrijk, de moeite waard en inherent het leven voelt (Martela & Steger, 2016). Alma (2020) benadrukt daarnaast het belang van transcendentie. De dimensie van transcendentie in de definitie van Alma (2020) zou ook de esthetische dimensie genoemd kunnen worden doordat esthetiek dezelfde en overeenkomstige ervaring teweeg kan brengen als transcendentie. Het gaat om ervaringen waarbij men zich naar buiten richt, naar iets of een ander en die bij onszelf iets teweegbrengen.

Het belang van transcendentie komt ook terug in het werk van Puchalski et al. (2014) die onderzoek doen naar spiritualiteit. Puchalski et al. (2014) richten hun aandacht ook op deze dimensie in het artikel over palliatieve zorg waarbij ze uitvoerig ingaan op de definitie van spiritualiteit. Spiritualiteit wordt hier uiteindelijk omschreven als:

“Spiritualiteit is een dynamisch en intrinsiek aspect van de mensheid waardoor mensen zoeken naar ultieme betekenis, doel, en en transcendentie, en relatie ervaren met zichzelf, familie, anderen, gemeenschap, maatschappij, natuur en het significante of heilige. Spiritualiteit komt tot uitdrukking in overtuigingen, waarden, tradities en praktijken” (Puchalski et al., 2014, p. 646).

Zingeving en spiritualiteit zijn nauw met elkaar verbonden en er wordt in de literatuur zowel over zingeving als spiritualiteit gesproken, wat maakt dat deze definitie ook relevant is voor zingeving of betekenisgeving. Ook in deze bovenstaande definitie wordt het belang van betekenis en een doel benadrukt en wordt het belang van transcendentie benoemd. Er kan gesteld worden dat deze definitie iets toevoegt aan de psychologische benadering van Heintzelman et al. (2020). Dit gaat om de ethische dimensie. In de definitie van Puchalski et al. (2014) wordt door de nadruk te leggen op de uitingen van spiritualiteit in overtuigen, waarden, tradities en praktijken het belang van ethiek aangekaart. Men geeft uiting aan zijn of haar zingeving door waarden en overtuigingen in het leven. Dit kan dus gezien worden als de ethische dimensie.

In dit onderzoek zal er gewerkt worden met de definities van Heintzelman et al. (2020), Alma (2020) en die van Puchalski et al. (2014). Omdat de definities van Heintzelman et al. (2020) en Alma (2020) geen aandacht aan ethiek schenken, en dit voor dit onderzoek wel relevant is, zullen de definities samen worden gevoegd met de definitie van Puchalski et al. (2014). Dit leidt uiteindelijk tot de volgende aspecten van zingeving: 1) Betekenis 2) Doel 3) Coherentie 4) Transcendentie/esthetiek 5) Ethiek.

2.3 Rituelen

Zoals in de inleiding en in paragraaf 2.1 naar voren komt, zijn rituelen een onderdeel van het fanschap van voetbalfans. Zo ook van Ajaxfans. Hoewel ritualisatie en rituelen veel gemeen hebben, is er ook een duidelijk onderscheid. De genoemde gewoontes aan het begin van de inleiding zijn een voorbeeld van ritualiseringen. Ritualisering verwijst naar het proces waarbij gedrag of activiteiten worden gestandaardiseerd en repetitief worden uitgevoerd. Dit kan leiden tot vaste gedrags- of activiteitenpatronen, zoals sociale gewoonten of gebruiken die na verloop van tijd geritualiseerd worden (Grimes, 2014). Rituelen verwijst naar een reeks handelingen die algemeen erkend worden door een cultuur, vaak onderdeel zijn van een groter geheel en onderscheiden worden van gewoon gedrag en zo als ritueel erkend worden (Grimes, 2014).

In geïndustrialiseerde samenlevingen speelt het meeste wat er voor mensen toe doet zich af binnenshuis (Miller, 2001). Het is de plek geworden waar mensen zowel in contact staan met hun naasten maar ook juist alleen kunnen zijn. De plek waar men verbonden is met de hele wereld door sociale media, maar juist ook de plek waar men zich terug kan trekken en kan reflecteren. Dit maakt dat mensen veel tijd en geld investeren in de ‘relatie’ met hun huis. De aankleding, de inrichting et cetera. Het is de materiële cultuur binnenshuis die een weergave geeft van de grotere wereld daarbuiten en vaak ook een weergave van die wereld in het privé domein, binnenshuis (Miller, 2001). Hiermee vinden er ook veel ritualiseringen binnenshuis plaats, voor zeer uiteenlopende gebeurtenissen. Bekend is dat er rondom de dood en het verlies van dierbaren binnenshuis veel ritualiseringen plaatsvinden. Door middel van ritualiseringen kan men de band met een overledene transformeren om op die manier om te gaan met de afwezigheid (Mathijssen, 2018). Zo kan het opknappen van het huis een ritualisering zijn wat onderdeel is van het verwerkingsproces. Hierbij zie je verschillende aspecten van ritualisering terug zoals de

extra betekenis die de handeling van het opknappen van het huis krijgt door de overleden persoon. En het opknappen van het huis zorgt voor een verbinding tussen het heden en het verleden.

Catherine Bell (1997) schrijft in haar boek *Ritual: Perspectives and Dimensions* uitvoerig over ritualisering. Bell stelt dat we in de moderne westerse wereld geneigd zijn om rituelen te zien als een zaak van speciale activiteiten die duidelijk verschillen van dagelijkse routinehandelingen en nauw verbonden zijn met de sacraliteiten van traditie en een georganiseerde religie. Zoals in de inleiding al naar voren kwam zijn rituelen echter niet per definitie gekoppeld aan religieuze instellingen of tradities. Er zijn vele manieren om ritueel te handelen en vele manieren waarop mensen hun toevlucht zoeken tot manieren en gradaties van ritualisering. Er is volgens Bell (1997) echter geen intrinsieke of universele opvatting over wat een ritueel precies is. Zowel in de wetenschap als in de meeste culturen zijn er vele diverse definities voor verschillende vormen van rituelen. Het bezoeken van sportwedstrijden of theatervoorstellingen kan als een ritueel gezien worden. Maar toch is het volgens Bell (1997) niet eenduidig, want hoe ritueel-achtig sport en theater soms ook lijkt, men is niet geneigd ze hetzelfde te beschouwen als een kerkelijke uitvaart ceremonie. Er worden enkele fundamentele verschillen gezien tussen deze manieren van handelen, alhoewel die verschillen volgens Bell (1997) af en toe behoorlijk vaag zijn. Bell (1997) beschrijft in haar boek ook een ander perspectief en richt zich op een verscheidenheid van gewone activiteiten die in meer of mindere mate ‘geritualiseerd’ zijn. Dit noemt zij *ritual like activities*. Deze verschillende aspecten van *ritual like activities* zullen hieronder verder worden beschreven.

Het eerste aspect volgens Bell (1997) is formalisme en houdt in dat de ritueel achtige praktijken of handelingen een bepaalde vorm hebben. Deze vorm geeft de activiteit of handeling een speciale status. De manier van doen creëert een soort kader rond de handeling die voor extra betekenis zorgt. De wijze van handelen kan ervoor zorgen dat de handeling een niet routinematige betekenis krijgt. Dit kan zowel binnenshuis als buitenshuis plaatsvinden. Het tweede aspect is traditionalisme en houdt in dat zowel openbare als privé-rituelen meestal volgens een bepaalde traditie worden uitgevoerd en daarmee vaak volgens een schema worden uitgevoerd. De terugkerendheid helpt om de activiteit als doelbewust en zinvol te ervaren en te onderscheiden van alle andere activiteiten.

Een derde belangrijk aspect van ritualisering is volgens Bell (1997) is onveranderlijkheid

en betekent dat de rituele praktijken of handelingen als onveranderlijk worden ervaren. Dit komt vaak door de precieze herhaling en zorgvuldigheid van handelen. Een vierde aspect van ritualisering is regebepaaldheid en houdt in dat de rituele handelingen en praktijken regels kennen. Ze moeten vaak volgens bepaalde regels worden uitgevoerd. Die regels slaan vaak terug op het traditionalisme.

Een vijfde aspect van ritualisering is sacraal symbolisme en zorgt ervoor dat het een omgeving schept waarin aparte symbolische gedragingen de juiste en doeltreffende reacties kunnen lijken. De handelingen van de activiteit verwijzen altijd naar iets sacraals. Dit ligt buiten diegene om die de rituele praktijk uitvoert.

Een zesde aspect is performance en houdt in dat rituele handelingen vaak een multi-zintuiglijke ervaring bieden. Dit gaat vaak om visuele beelden of geluiden. Dit gebeurt vaak in een bepaalde inkadering die een gevoel van totaliteit creëert. Performance creëren de mogelijkheid om de wereld expliciet te modelleren.

Bell (1997) zegt daarnaast dat er bij rituelen zo goed als altijd een neiging is om zowel met het verleden als met het heden te verbinden. Rituelen staan dus nooit op zichzelf maar zijn altijd ingebed in een context van tradities en veranderingen. Ritualisering is een manier waarop mensen in de wereld kunnen handelen en alle factoren die van invloed zijn op hoe een persoon handelt zullen de uitvoering en het begrip van een ritueel weer beïnvloeden. De manier waarop men ritualiseert is dus onlosmakelijk verbonden met zijn of haar wereldbeeld. Dit maakt het interessant om in dit onderzoek aan de hand van de rituelen van de Ajaxfans te kijken naar hun wereldbeeld en zo te kijken hoe zij betekenis geven.

Een ander geluid over rituelen komt van het onderzoek van Boyer en Liénard (2020) waarin ze stellen dat het zinloos is om te zoeken naar causaal relevante gemeenschappelijke kenmerken van rituelen omdat de rituelen daarvoor veel te uiteenlopend zijn. Deze kijk verschilt van de theorie van Bell, die juist wel zoekt naar gemeenschappelijke kenmerken van verschillende soorten rituelen. Boyer en Liénard (2020) stellen dat er geen theorie van rituelen is en dat dat ook niet nodig is. Zij kijken naar de verschillende cognitieve mechanismen die betrokken zijn bij het uitvoeren van rituelen en naar de evolutionaire achtergrond van de rituelen. Hun doel is om, door te verklaren waarom mensen zich met de rituelen bezighouden en hoe ze onderdeel van cultuur worden, de rituelen beter te begrijpen. Boyer en Liénard (2020) stellen dat er veel vooruitgang geboekt kan worden als men de vertrouwde maar misleidende alledaagse

categorieën (ritueel als religie of ritueel als familietraditie) loslaat. Dit kan volgens hen helpen bij het verklaren van overeenkomsten en verschillen in interactie in menselijke gemeenschappen. De theorie van Boyer en Liénard (2020) is interessant voor dit onderzoek omdat hun visie aansluit bij de definitie van ritualiseren waarbij het gaat om alledaagse handelingen die een extra betekenis krijgen en juist niet om rituelen die verbonden zijn aan religie of onderdeel zijn van een groter geheel.

Boyer & Liénard (2020) beschrijven wel een aantal verschillende kenmerken van ritueel handelen. Dit onderscheiden ze van rituelen en die kenmerken komen sterk overeen met de kenmerken die Bell beschrijft over ritual like activities. Ritueel handelen heeft volgens hen de volgende kenmerken:

Allereerst dwangmatigheid: de uitvoerder voelt een sterke motivatie om de reeks handelingen uit te voeren, hoewel ze misschien geen specifieke reden hebben om uitgevoerd te worden.

Ten tweede gescript: de uitvoerder vindt dat de acties op een specifieke manier en in een specifieke volgorde moeten worden uitgevoerd. Ook hier kunnen er al dan niet redenen zijn voor deze specifieke manier van uitvoeren.

Ten derde doelgericht: de handelingen kunnen worden beschreven als gericht op een doel, maar er is geen duidelijk beeld hoe de verschillende onderdelen bijdragen aan dat doel.

Tot slot herhaling: in veel gevallen worden handelingen herhaald, hoewel het geen uitleg vereist waarom ze worden herhaald.

Ritueel handelen is een speciale vorm van actie die niet in alle rituelen voorkomt maar vaak alleen op bepaalde, beperkte momenten, die buiten collectieve rituelen voorkomt. Geritualiseerd gedrag wordt net als bij Bell beschreven als het tegenovergestelde van geroutineerd gedrag. Boyer & Liénard (2020) stellen dat een specifieke actie al dan niet geritualiseerd gedrag vormt, afhangt van de cognitieve processen van de deelnemer. Een specifieke reeks handelingen kan dus voor de ene deelnemer geritualiseerd gedrag zijn, en voor de andere een automatische routine.

De meeste kenmerken van Boyer & Liénard (2020) komen sterk overeen met de kenmerken van Bell (1997). Het verschil hierin is wel dat Bell het traditionalisme erbij haalt en Boyer & Liénard (2020) juist weg willen blijven van het traditionalisme maar meer kijken naar de cognitieve en evolutionaire aspecten. Boyer & Liénard (2020) voegen het kenmerk van

doelgerichtheid toe ten opzichte van Bell (1997). In dit onderzoek zal er zowel gekeken worden naar de verschillende kenmerken van ritualiseringen volgens Bell (1997) als van Boyer & Liénard (2020). Er is hiervoor gekozen omdat het Ajax fanschap een lange traditie kent en veelal ook van generatie op generatie gaat. Het is daarom van belang om het traditionalisme van Bell (1997) mee te nemen bij de analyse. Daarnaast is het voor dit onderzoek interessant om te kijken naar het aspect van doelgerichtheid zoals Boyer & Liénard (2020) dat beschrijven. Dit is relevant voor dit onderzoek omdat een belangrijk aspect van zingeving 'een doel hebben' is. Omdat er in dit onderzoek gekeken wordt naar de betekenisgeving van Ajaxfans is het interessant om te kijken hoe de doelgerichtheid van de rituelen van Ajaxfans een rol speelt bij hun betekenisgeving. Zo wordt er in dit onderzoek verder gewerkt met de volgende kenmerken van rituelen en ritualiseringen: 1) traditionalisme, 2) onveranderlijkheid 3) regelbepaaldheid 4) sacraal symbolisme 5) performance 6) doelgericht.

2.4 Postseculiere samenleving

Postsecularisme is ook een begrip waar veel discussie over is. Onderzoek stelt dat een postseculiere samenleving een samenleving is die niet één specifiek kenmerk heeft, maar meerdere kenmerken kan hebben (Dalferth, 2009). In een postseculiere samenleving zijn er altijd tegenstrijdigheden tussen religieuze en seculiere momenten (Astapov, 2021). Daarnaast kan een seculiere samenleving gekenmerkt worden door politisering van religie en het opnemen/gebruiken van religieuze interpretaties van het verleden (АНИКИН & Anikin, 2019). Het is dus belangrijk om elk maatschappelijk fenomeen apart te bekijken en te analyseren hoe de tegenstrijdigheid van religieuze en seculiere momenten tot uiting komt en hoe religie en seculariteit zich tot elkaar verhouden (Astapov, 2021). Ander onderzoek wijst ook uit dat het postseculiere een reactie is op het seculiere. Het is de antithese van het secularistische standpunt, dat wordt gekenmerkt door de marginalisering van religie naar het privé-domein (Madung, 2021). Drie belangrijke redenen hiervoor zijn: globalisering, Europese integratie en toenemend religieus pluralisme als gevolg van immigratie (Casanova, 2018).

Twee politieke filosofen die een belangrijke rol hebben gespeeld in het debat over

secularisme en post-secularisme zijn Jürgen Habermas en Charles Taylor (Spohn, 2015). Habermas spreekt van een postseculiere samenleving waarbij er tussen religieuze en niet-religieuze burgers, voornamelijk in de sociaal publieke sfeer, een proces van wederzijds leren en verzoening door middel van dialoog en uitwisseling plaatsvindt om tot overeenkomsten te komen. Dit zal volgens hem leiden tot de vertaling van heilige taal in seculiere taal (Ungureanu & Thomassen, 2015). Habermas stelt dat het van groot belang is dat zowel seculiere als religieuze burgers bereid zijn om zich aan te passen aan een samenleving waarin de gedeelde morele ruimte niet bezet kan worden door één religieuze traditie, noch overheerst kan worden door secularisme (Spohn, 2015). Het is een onjuiste veronderstelling dat westerse samenlevingen seculier zijn geworden. Dit sluit aan bij het eerder genoemde pluralisme. Zelfs in Europa, nu het meest gesecculariseerde continent, heeft (en speelt) religie een belangrijke rol in de samenleving en de politiek. Het idee van een neutraal seculier Europa is grotendeels een mythe (Ungureanu & Thomassen, 2015)

De visie van Charles Taylor is gericht op een pluralistische samenleving. Hij sluit zich aan bij Habermas en stelt dat de religieuze diversiteit vraagt om onderling begrip en om van elkaar te leren door middel van een hermeneutische dialoog. Volgens Taylor is wederzijds respect nodig in een postseculiere samenleving, omdat men geacht wordt in gesprek te gaan met elkaar. Hij sluit niet uit dat men moet wennen aan permanente morele en politieke conflicten. Onenigheid zal centraal blijven staan. In vergelijking met Habermas' visie op een postseculiere samenleving is de visie van Taylor opener, inclusiever, maar meer conflictueus. Taylor weigert beperkingen op te leggen aan het publieke debat. Waar het volgens hem om gaat, is dat burgers hun argumenten relateren aan overlappende democratische consensus waarden, of ze die nu steunen in termen van het Kantianisme, het Utilitarisme, het Christendom of een andere allesomvattende doctrine (Spohn, 2015).

Taylor spreekt over drie verschillende betekenissen van secularisering. Allereerst verwijst secularisering volgens hem naar het terugdringen van religie uit de publieke sfeer en publieke instellingen. Ten tweede verwijst het naar de achteruitgang van geloof en religieuze praktijk op persoonlijk vlak. En de derde betekenis, volgens Taylor de belangrijkste, verwijst naar de gewijzigde *conditions of belief* die de vanzelfsprekendheid van geloof hebben veranderd in een grote keuzemogelijkheid (Groot & Vanheeswijck, 2018).

Madung (2021) stelt dat het verschijnen van religie in het publieke domein twee gevolgen heeft. Aan de ene kant uit zich dit in verschillende vormen van religieus fundamentalisme en terrorisme. Aan de andere kant uit religie zich als een moreel potentieel dat een oplossing kan bieden voor diverse ethische vraagstukken zoals euthanasie, abortus maar ook de zingevingscrisis waarmee de moderne samenleving te kampen heeft. Het post-secularisme brengt een aantal uitdagingen en tegelijk mogelijkheden met zich mee. Zo wordt religie in het publieke domein geconfronteerd met een pluralistische samenleving wat betekent dat religie, zoals eerder al genoemd, een interreligieuze taal moet aannemen. Anderzijds kan religie filosofie gebruiken om religieuze en transcendente vragen te beantwoorden. Dit als tegenhanger van het secularisme dat zich afsluit voor religieuze of transcendente vragen. Zo kunnen filosofie en religie volgens Madung (2021) een vruchtbaar leerproces ontwikkelen voor de mensheid.

Taede Smedes (2016) beschrijft in zijn boek *God, iets of niets?: de postseculiere maatschappij tussen 'geloof' en 'ongeloof'* dat het in een postseculiere samenleving vooral gaat om de mensen die zich niet (langer) gelovig noemen, maar zich geraakt voelen door wat we noemen 'de grote vragen' van het leven. In een postseculiere samenleving ontmoeten gelovigen en ongelovigen elkaar waar ieder op zijn of haar eigen manier betekenis ontleent en zin ervaart.

In hun boek "Secular societies, spiritual selves?" (2020) beschrijven Anna Fedele en Kim Knibbe hoe de secularisatie van de samenleving heeft geleid tot een afname van religieuze praktijken en instellingen, maar niet tot een volledige afwezigheid van spiritualiteit. Ze sluiten zich hiermee aan bij eerder genoemde auteurs die betogen dat secularisering niet heeft geleid tot een volledige afwezigheid van spiritualiteit in het leven van mensen. Ze stellen dat er sprake is van een verschuiving naar een meer persoonlijke en individuele vorm van spiritualiteit, wat nieuwe uitdagingen en vragen oproept over de rol van spiritualiteit in de hedendaagse samenleving. Fedele en Knibbe (2020) onderzoeken deze vragen aan de hand van case studies in Nederland en de Verenigde Staten en daarbij maken zij gebruik van sociologische en antropologische perspectieven om inzicht te krijgen in de manieren waarop mensen hun spirituele leven vormgeven en betekenis geven in een seculiere context. Fedele en Knibbe (2020) betogen dat deze verschuiving naar een meer persoonlijke en individuele spiritualiteit een belangrijke ontwikkeling is die kan bijdragen aan ons begrip van de hedendaagse samenleving. Door deze ontwikkeling te onderzoeken, kunnen we beter begrijpen hoe mensen betekenis en zingeving vinden in een seculiere context.

De postseculiere samenleving is hiermee een interessant decor voor het huidige onderzoek naar Ajaxfans. De fans zullen op hun eigen manier betekenis geven aan hun fanschap en aan de grote vragen van het leven, zoals Smedes beschrijft. Zij zullen dit op persoonlijke en individuele wijze, zoals Fedele en Knibbe (2020) beschrijven, moeten benaderen. Onderzoek kan uitwijzen wat de rol van het Ajax fanschap is bij het omgaan met deze vragen en hoe deze fans omgaan met de verschuivingen op levensbeschouwelijk gebied. Interessant is daarbij te vermelden dat ondanks deze verschuivingen, de belangstelling voor zingevingvragen onder Nederlanders groot blijft. Bijna tachtig procent van de Nederlanders is geïnteresseerd in zingeving, zoals Smedes (2016) aangeeft.

2.5 Zingeving in een postseculiere samenleving

Hieronder zal een antwoord worden gegeven op de deelvraag: Hoe krijgt betekenis vorm in een postseculiere samenleving? Dit zal gebeuren aan de hand van bovenstaande literatuur.

Vanuit de literatuur kan gesteld worden dat het postsecularisme invloed heeft op de manier waarop men betekenis geeft. Het brengt zowel uitdagingen als mogelijkheden met zich mee voor zingeving. Zo wordt religie in het publieke domein geconfronteerd met een pluralistische samenleving wat betekent dat religie, zoals eerder genoemd, een interreligieuze taal moet aannemen. Anderzijds kan religie filosofie gebruiken om religieuze en transcendenten vragen te beantwoorden. Vanuit de literatuur wordt duidelijk dat men, ondanks de veranderingen op levensbeschouwelijk gebied, zich nog altijd geraakt voelt door wat we noemen 'de grote vragen' van het leven. Alma (2020) stelt dat het verlangen naar zin ontstaat in de vroegste lichamelijke ervaringen en dat de zoektocht naar betekenisgeving dus van jongs af aan begint.

In een postseculiere samenleving ontmoeten gelovigen en ongelovigen elkaar waar ieder op zijn of haar eigen manier betekenis ontleent en zin ervaart en antwoord geeft op de grote vragen van het leven. Dit betekent dat zingeving meer en meer een individuele en persoonlijke invulling krijgt.

Mensen vinden betekenis in het leven vanuit een reeks van bronnen. Deze bronnen van betekenis in het leven beschermen mensen tegen zinloosheid en zorgen voor zingeving.

Voorbeelden hiervan zijn: familie, sociale relaties, werk, vrijwilligerswerk of religie. Deze betekenisbronnen zijn niet statisch maar zijn adaptief omdat mensen continu streven naar het verkrijgen, behouden en opbouwen van betekenis in hun leven.

Uit deelvraag 1 kan geconcludeerd worden dat men in een postseculiere samenleving meer individueel en persoonlijk vorm geeft aan alle verschillende aspecten van zijn of haar zingeving en dat de betekenis bronnen van zingeving diverser zijn. Dit gebeurt bij alle verschillende aspecten van zingeving: 1) Betekenis 2) Doel 3) Coherentie 4) Esthetiek 5) Ethiek.

3. Methode

3.1 Onderzoeksdesign

Het betreft een kwalitatief onderzoek omdat het onderzoek zich richt op betekenisgeving van Ajaxfans (Boeije, 2014). Kwalitatieve onderzoeksmethoden zijn strategieën voor de systematische verzameling, organisatie, en interpretatie van tekstueel materiaal dat is verkregen door gesprekken of observaties met het doel concepten te ontwikkelen die ons helpen om sociale verschijnselen in hun natuurlijke context te begrijpen waarbij de nadruk ligt op betekenissen, ervaringen en gezichtspunten van alle betrokkenen (Evers, 2015, p. 6). Daarnaast is het een exploratief onderzoek omdat er nog weinig bekend is over de relatie tussen het geleefde fanschap van Ajaxfans en zingeving. Bij een exploratief onderzoek is er op voorhand weinig informatie bekend en start het onderzoek met een open vraag waarbij er hypothesen ontbreken en er exploratief te werk wordt gegaan (Verschuren & Doorewaard, 2015). Tot slot betreft het een fenomenologisch onderzoek omdat het onderzoek zich richt op de beleving en interpretatie van de respondenten. Bij een fenomenologisch onderzoek staat de beleving van de respondenten centraal en is het doel om de het perspectief van de respondenten te achterhalen (Evers, 2015, p. 13). Het onderzoek betreft een case study, dit is een onderzoeksmethode die wordt ingezet om over een specifiek onderwerp (een case) kennis te vergaren. Het is een methode om één specifiek geval (dat kan een ook een bepaalde groep mensen zijn) zowel in de breedte als in de diepte te onderzoeken (Evers, 2015, p. 17). In dit onderzoek is er niet voor voetbalfans in het algemeen gekozen maar is er specifiek voor Ajaxfans gekozen waardoor Ajax de case study is.

3.2 Onderzoekspopulatie en sampling

De onderzoekspopulatie bestaat uit zes Ajaxfans en vormt zo een case study. Het is een casestudy van mannelijke Ajaxfans tussen de 54-64 jaar in de regio Amsterdam. Er is gekozen voor deze leeftijdsgroep omdat zij een lange geschiedenis kennen met Ajax en (de regio) Amsterdam. Er is voor Ajaxfans gekozen omdat Ajax de meeste supporters heeft van alle Nederlandse clubs. Daarnaast heb ik zelf affiniteit met Ajax en daarmee ook connecties die de dataverzameling hebben vergemakkelijkt. Er is gewerkt met een selecte steekproef. De Ajaxfans zijn eerst benaderd via eigen contacten. Vervolgens is er de snowball sampling toegepast (Patton, 2015). Op één respondent na is iedereen geboren in de (regio) Amsterdam. Alle respondenten

waren op het moment van interviewen woonachtig in (regio) Amsterdam. Daarnaast hadden alle respondenten een seizoenkaart van Ajax (gehad). En alle respondenten keken of kijken bijna alle wedstrijden van Ajax. Deze verdeling van de respondenten is door toeval, ofwel aselechte steekproef tot stand gekomen. Om de anonimiteit van de respondenten te waarborgen heeft iedere respondent een random nummer gekregen, de nummers corresponderen dan ook niet met de volgorde waarin de interviews zijn afgenomen.

3.3 Dataverzameling

Er is primaire data verzameld door individuele interviews af te nemen met zes Ajaxfans. Dit is gebeurd aan de hand van semigestructureerde interviews waarbij er gebruik gemaakt is van een vooraf opgestelde interviewgide. (zie bijlage 1) Een interviewgide is een hulpmiddel voor exploratieve of (semi) gestructureerde interviews en helpt om tijdens het interview de hoofdlijnen in de gaten te houden (Evers, 2015). De topics van de interviewgide zijn tot stand gekomen door per begrip uit het theoretisch kader vragen te stellen. Zo werden er eerst vragen gesteld over het fanschap aan de hand van de verschillende dimensies van fanschap zoals Humphries & Kucek (2019) die hebben beschreven. Vervolgens werden er vragen gesteld over rituele handelingen aan de hand van de dimensies van Bell (1997) en Boyer & Liénard (2020). Daarna werden er vragen gesteld over zingeving aan de hand van de verschillende dimensies van zingeving zoals die in het theoretisch kader zijn beschreven door Heintzelman et al. (2020), Alma (2020) en Puchalski et al. (2014). Tot slot werden er vragen gesteld over de postseculiere samenleving waarbij de nadruk lag op de invulling van betekenisgeving van de respondenten in samenhang met hun Ajax fanschap.

In de uitwerking van de interviews zijn alle respondenten volledig geanonimiseerd. Er is in de resultaten frequent gebruikgemaakt van citaten van de respondenten om de interne validiteit te verhogen. De respondenten zijn geïnformeerd en op hun rechten gewezen door een *informed consent* formulier dat vooraf aan het interview overhandigd werd. De zes interviews die zijn gevoerd duurden gemiddeld ongeveer 45 minuten, wisselend van 35 minuten tot 65 minuten. De interviews zijn allemaal, na het tekenen van het toestemmingsformulier, opgenomen en getranscribeerd. Er is expliciet toestemming gevraagd voor het opnemen van het interview en dit is ondertekend in het toestemmingsformulier.

3.4 Data-analyse

De verzamelde data uit de interviews is met behulp van het analyseprogramma Atlas-ti 22 gecodeerd en geanalyseerd. De analyse heeft grofweg drie fases doorlopen. Allereerst is er begonnen met open coderen per deelvraag waarin er bij deelvraag 2 is gekeken naar de meest voorkomende aspecten van fanschap. Bij deelvraag 3 is er vanuit de dimensies uit de literatuur van betekenisgeving gekeken hoe die zich verhouden tot de aspecten van fanschap. Vervolgens is er bij deelvraag 2 axiaal gecodeerd waarbij verschillende codes zijn samengevoegd en waarbij de codes onderverdeeld zijn in de dimensies van fanschap uit de literatuur. Daarnaast zijn er twee nieuwe dimensies ontstaan vanuit de codes. Tot slot is er nog selectief gecodeerd waarbij relaties tussen de codes zijn gelegd.

3.5 Betrouwbaarheid en validiteit

Om de interne betrouwbaarheid te vergroten is er gebruik gemaakt van Atlas-ti 22. De externe betrouwbaarheid is zoveel mogelijk vergroot door het toevoegen van de interviewgide aan deze scriptie. Door het uiteenrafelen van de begrippen fanschap en betekenis aan de hand van aspecten uit eerder onderzoek, is er geprobeerd een zo nauwkeurig mogelijk instrument te maken voor de analyse wat heeft bijgedragen aan de begripsvaliditeit. Door in de resultaten frequent gebruik te maken van citaten van de respondenten is er geprobeerd de interne validiteit te verhogen. Zoals in de inleiding al naar voren kwam kan ik niet ontkennen dat ik zelf inmiddels ook Ajaxfan ben geworden. Dit is een eigen bias (Evers, 2015). De focus van het onderzoek lag op het geleefde fanschap van de respondenten en niet op mijn geleefde fanschap. Voorop stond het recht doen aan de ervaringen van de participanten. Door het gebruik van de interviewgide is er gepoogd een zo objectief mogelijk onderzoek te doen waarbij er neutraal geformuleerde vragen werden gesteld. Ook bij de data analyse is er gepoogd zo objectief mogelijk te analyseren. Er is na de interviews gereflecteerd op mijn eigen houding waarbij duidelijk werd dat mijn eigen enthousiasme voor Ajax ervoor zorgde dat de interviews vaak wat langer waren dan gepland. Dit kwam omdat ik het zelf ook interessant vond om meer over Ajax en de geschiedenis te horen. Bij verhalen over de geschiedenis van Ajax, die niet perse relevant waren voor het onderzoek, heb ik dit laten gaan en daarin niet gestuurd.

4. Resultaten

In dit onderzoek is de betekenisgeving van het geleefde fanschap van Ajaxfans in een postseculiere samenleving bestudeerd via kwalitatief onderzoek. Hiervoor zijn zes Ajaxfans geïnterviewd aan de hand van semigestructureerde interviews. De resultaten van dit onderzoek worden hieronder weergegeven aan de hand van deelvraag 2 en 3.

Deelvraag 2: ‘Hoe geven Ajaxfans vorm aan hun fanschap?’ richt zich op de invulling van het fanschap van Ajaxfans. Hierbij worden de verschillende dimensies van fanschap, zoals beschreven door Humphries & Kucek (2019), in kaart gebracht aan de hand van de interviews. Daarnaast zijn er drie nieuwe dimensies uit de resultaten naar voren gekomen.

Bij deelvraag 3: ‘Hoe verhoudt het fanschap van Ajaxfans zich tot betekenisgeving?’ wordt er ingegaan op de verbinding tussen het fanschap van Ajaxfans en betekenisgeving. Hiervoor worden verschillende dimensies van zingeving volgens Heintzelman et al. (2020), Alma (2020) en Puchalski et al. (2014) gebruikt, zoals beschreven in paragraaf 2.2.

4.1 Vormgeven aan het Ajax fanschap

Uit de analyse van de resultaten van deelvraag 2: ‘Hoe geven Ajaxfans vorm aan hun fanschap?’ zijn zeven dimensies gekomen. Vier daarvan komen uit de literatuur zoals Humphries & Kucek (2019) die hebben beschreven. Daarnaast zijn er drie nieuwe dimensies van fanschap uit dit onderzoek gekomen. Dit betreft het affectieve aspect, het moraliteit aspect en het helden aspect. Hieronder zullen de verschillende aspecten worden beschreven aan de hand van de resultaten uit de interviews.

4.1.1 Loyaliteit

Vanuit de literatuur wordt loyaliteit beschreven als een trouwe houding ten opzichte van de club, ongeacht de prestaties of resultaten. Dit betekent dat fans fan blijven in zowel goede als slechte tijden en dat ze de wedstrijden blijven volgen (Humphries & Kucek, 2019). Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat deze aspecten van loyaliteit ook een belangrijke rol spelen bij de

Ajaxfans. Zij blijven trouw aan Ajax, ongeacht de prestaties, vanwege hun grote clubliefde en verbondenheid met de club als geheel, en niet alleen met de spelers. De resultaten tonen aan dat loyaliteit naar Ajax van groot belang is en alles overstijgt. Echter betekent loyaliteit vanuit de resultaten niet dat er geen interesse voor andere sporten of clubs kan zijn. Dit punt wordt niet duidelijk in de literatuur beschreven. Bijna alle respondenten geven aan geen echte haatgevoelens of vijandigheid te hebben jegens clubs die tegenstanders zijn van Ajax. Desondanks is Ajax voor hen altijd de belangrijkste club.

Zo zegt respondent 4 het volgende:

En nu gaat Ajax niet zo goed en worden ze misschien landskampioen maar misschien ook niet. Maar dat is misschien ook wel goed dat iemand anders het een keer wordt. De andere clubs als PSV, Feyenoord en AZ moeten goed zijn om Ajax ook goed te maken. Dat is goed voor het Nederlands voetbal. Ik vind het niet leuk als Feyenoord in diepe schulden terecht komt. Wat dat betreft een beetje een atypische Ajacied. Maar Ajax komt altijd weer bovendrijven, dat weet ik wel. Ze moeten niet jaren vierde zijn, dat is niet goed. Ze horen wel nummer 1 of 2. Ze zijn belangrijk maar ik relativeer het ook. (R4)

Respondent 3 zegt:

Ik ben niet iemand die andere clubs haat. Ik heb meer met Feyenoord dan met PSV, dat dan wel. Maar ik ben niet iemand die heel fanatiek tegen anderen is. Ik noem het bijvoorbeeld geen 010 of kakkerlakken. Ik zou met een Feyenoord fan nog wel een biertje kunnen drinken haha. (R3)

De respondenten voelen een sterke band met Ajax die niet zomaar of helemaal niet zal verdwijnen en beschouwen deze als onvoorwaardelijk. Dit komt overeen met de onvoorwaardelijke loyaliteit die Humphries & Kucek (2019) beschrijven, waarbij fans de club steunen in goede en slechte tijden. Alle respondenten hebben de gloriejaren van Ajax in de jaren 70/80/90 meegemaakt, wat hun vertrouwen in de club versterkt en helpt om de minder

succesvolle periodes te relativieren. Hierdoor blijven ze loyaal aan Ajax en weten zij hoe goed Ajax kan zijn wat maakt dat ze weer vertrouwen hebben in de toekomst (zie verder traditie).

Zo zegt respondent 2:

Ik kijk ook wel naar Formule 1 of wielrennen maar dat gaat absoluut niet zo ver als met Ajax. Dat is echt wel iets aparts ofzo, intenser. Dat is misschien toch een soort clubliefde. Dat zal altijd ook zo blijven denk ik. Ik heb met Ajax wel een band voor het leven. Het is niet zo dat ik over een paar jaar denk; nu ben ik voor PSV ofzo. Dat is gewoon niet mogelijk. En ook al degradeert Ajax naar de Keukenkampioen, je weet het allemaal niet.(R2)

Er komt duidelijk naar voren uit de resultaten dat er loyaliteit is naar andere clubs toe maar dat Ajax het belangrijkste is en blijft. Die loyaliteit stopt niet als Ajax slecht gaat spelen zoals duidelijk wordt in bovenstaande quote.

4.1.2 Rituelen

In de analyse van het interviewmateriaal is gekeken naar ritualisering en aan de hand van de zes aspecten van Bell (1997) en Boyer & Liénard (2020), namelijk: traditionalisme, onveranderlijkheid, regelbepaaldheid, sacraal symbolisme, performance en doelgerichtheid. Vanuit de resultaten komen verschillende hierboven genoemde aspecten terug. Uit de resultaten blijkt dat de respondenten verschillende ritualisering uitvoeren voor Ajax, hoewel ze in eerste instantie aangeven geen speciale handelingen te verrichten. Bij nader inzien blijken er echter toch vaak speciale handelingen te zijn die door de respondenten zelf als ritualisering worden bestempeld. Wanneer gevraagd wordt in de interviewgids of de handelingen als ritualisering gezien kunnen worden, antwoorden de respondenten bevestigend, vanwege de regelmaat van het uitvoeren van de handelingen. Dit sluit aan bij de opvatting van Grimes dat ritualisering verwijst naar het proces waardoor gedrag of activiteiten geritualiseerd worden, wat leidt tot repetitieve en gestandaardiseerde gedrags- of activiteitenpatronen waardoor sociale gewoonten

of manieren in de loop van de tijd geritualiseerd worden (Grimes, 2014). Het sluit ook aan bij de aspecten van traditionalisme en herhaling van Bell (1997) en Boyer & Liénard (2020). Een voorbeeld van een ritualisering die naar voren komt uit het interviewmateriaal is het alleen kijken naar de wedstrijden van Ajax en daarbij een biertje drinken als er gescoord wordt.

Zo zegt respondent 3:

Ik wil het liefst alleen kijken en probeer de wedstrijden alleen te kijken. En als het op een tijdstip is, in de namiddag dat ik normaal een biertje neem voor het eten, dan wacht ik wel tot de beloning. Er moet dan wel een doelpunt vallen. Anders neem ik geen biertje. (R3)

Vanuit de aspecten van Bell (1997) en Boyer & Liénard (2020) kan dit als ritualisering worden gezien omdat de herhaling van de handeling een grote rol speelt. Daarnaast gaat de handeling volgens een bepaalde regel. Eerst moet er gescoord worden voordat er een biertje gedronken kan worden. Beide aspecten zijn terug te zien in bovenstaande ritualisering.

Vier respondenten geven aan dat het dragen van een Ajax shirt of trui een vaste ritualisering voor hen is als ze naar de wedstrijden van Ajax kijken. Ook hier spelen de aspecten van herhaling of onveranderlijkheid van Bell (1997) en Boyer & Liénard (2020) een grote rol.

Zo zegt respondent 5:

Ik trek steevast een Ajax shirt aan, maar niet open. Dus ik heb altijd een Ajax shirt aan maar ook altijd wat er overheen op de dag dat Ajax speelt. (R5)

De andere twee respondenten geven aan dat zij juist géén shirtje aantrekken. Ook dat kan als een ritualisering worden gezien. Dit kan als ritualisering worden gezien omdat ook hier de herhaling en traditie een rol spelen. Het wordt altijd zo gedaan en de respondent hecht daar waarde aan. Daarnaast speelt het aspect van doelgerichtheid ook een rol bij deze ritualisering. De respondenten geven aan juist geen Ajax shirt aan te trekken om zich wat af te zetten tegen de hele opkomst van de merchandise en vercommercialisering.

Zo zegt respondent 2:

Nou ik heb nooit een shirtje aan ofzo. Eigenlijk het tegenovergestelde. Dat de meeste Ajax supporters dan een shirtje of een sjaaltje omdoen, dan heb ik eigenlijk nooit gedaan. (R2)

Van de respondenten geeft de helft aan regelmatig wedstrijden van Ajax te kijken in een bepaald café. Dit wordt door de respondenten ook als een vorm van ritualisering gezien. In deze cafés kijken zij met een vaste groep vrienden of vaste gasten van het café, wat aansluit bij het aspect van onveranderlijkheid en regelbepaaldheid, en bij traditionalisme van Bell (1997). Daarnaast kan het kijken met vrienden ook worden gezien als een doelgericht aspect, omdat het sociale contacten bevordert, wat aansluit bij het aspect van doelgerichtheid van Boyer & Liénard (2020).

Twee respondenten geven aan dat zij in het stadion altijd op dezelfde plek zitten met hun vriendengroep. Eén respondent geeft aan dat hij een vaste ritualisering heeft om de tussenstand van de wedstrijd nooit te weten te komen voordat hij zelf de wedstrijd heeft gezien, om de spanning te bewaren. Met wie de respondenten de wedstrijd bekijken is ook een vorm van ritualisering voor hen. Zo hebben twee respondenten een vaste vriendengroep met wie ze kijken of naar het stadion gaan, en twee respondenten geven aan bijna altijd met hun kinderen te kijken, wat voor hen ook een vorm van ritualisering is. Bij deze handelingen spelen onveranderlijkheid, traditie en regelbepaaldheid weer een rol, waardoor ze als ritualisering kunnen worden bestempeld.

Zo zegt respondent 6:

Maar mijn rituelen zijn wel; dat we samen kijken. Thuis, maar soms ook proberen we er samen heen te gaan. Dat vind ik ook wel echt een ritueel, dat ik samen met mijn zonen kijk. Of ik kijk alleen. Maar ik kijk zelden met anderen omdat ik het met mijn zoons kijk. Ik weet niet wat voor vader ik ben, maar het feit dat ze voor Ajax zijn is de opvoeding geslaagd. (R6)

Twee van de respondenten geven aan dat het op tijd arriveren in het stadion om volledig op te gaan in de sfeer van het stadion ook beschouwd kan worden als een ritualisering. Bovendien behoren het bespreken van de wedstrijd vooraf en de wissels in de rust tot hun ritualisering.

Eén respondent geeft aan dat hij liever niet geconfronteerd wordt met Ajax als zij slecht spelen. Hij vermijdt dan al het nieuws erover. Bij goed spel wordt daarentegen het bekijken en lezen van zoveel mogelijk nieuws juist als een ritualisering gezien om zo te kunnen nagenieten van de wedstrijd. Ten slotte geeft een andere respondent aan dat hij tijdens het kijken van de wedstrijd altijd een rondje loopt om zo de spanning van de wedstrijd aan te kunnen. Bij al deze handelingen spelen de aspecten van traditionalisme, onveranderlijkheid en regelbepaaldheid van Bell (1997) een grote rol. Wat opvalt is dat de ritualiseringen van de respondenten niet het aspect van sacraal symbolisme bevatten, dit kwam namelijk geen enkele keer naar voren.

4.1.3 Traditie

Vanuit de literatuur wordt traditie in het fanschap omschreven als de geschiedenis, de traditie en de erfenis van een club kennen en begrijpen. Het fanschap wordt daarnaast doorgegeven van generatie op generatie (Humphries & Kucek 2019). De resultaten van het onderzoek tonen aan dat het aspect van traditie duidelijk naar voren komt. Bijna alle respondenten (behalve één) zijn geboren in de regio van Amsterdam, waardoor zij al van jongs af aan verbonden zijn met Amsterdam en Ajax, en daarmee de volledige geschiedenis van de club kennen. De vijf respondenten geven aan dat zij van kinds af aan al fan zijn van Ajax en dat Ajax een centrale rol speelt in hun leven.

Zo zegt respondent 3:

En toen ik vijf jaar was ging ik natuurlijk nog niet naar Ajax toe dus dan moest ik wachten op het bericht op de radio. En toen was ik altijd al wel zenuwachtig. En je had ook van die radioverslagen die je nu ook nog hebt bij langs de lijn. Zo begon je er mee. Ik denk dat ik vanaf mijn tiende naar Ajax toe ging. (R3)

De respondenten vergelijken de relatie met Ajax als een relatie met je kind, een onvoorwaardelijke liefde. Meerdere respondenten geven aan dat Ajax echt in hun DNA zit of in hun bloed. Dit komt doordat de respondenten met Ajax zijn opgegroeid. Bij de meerderheid van de respondenten is het fanschap doorgegeven van generatie op generatie.

Zo zei respondent 3:

Ajax, dat zit toch in mijn bloed, mijn systeem. Ik ben toch één met Ajax. Dus het doet wel iets met je als ze slecht spelen of verliezen, een klein rouw gevoel. Maar het doet niks af aan mijn fanschap. Dat zit echt dieper. Dat is bijna zoiets als de liefde voor je kind ofzo. Al doet het kind nog wel de ergste wat er kan gebeuren, dat blijft een soort gevoel. (R3)

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat de respondenten een sterke band hebben met Ajax, doordat ze de club van dichtbij hebben meegemaakt. Ze geven aan dat het vroeger veel makkelijker en toegankelijker was om Ajax te volgen. Het oude stadion de Meer was toegankelijker omdat de prijzen veel lager waren en het was mogelijk om stiekem naar binnen te glippen. Bovendien was de omgeving van het stadion omringd door voetbalclubs waar meerdere respondenten zelf voetbalden. Twee respondenten geven aan dat ze zelfs met of tegen Ajax-spelers hebben gevoetbald, wat een bijzondere band heeft gecreëerd en ervoor heeft gezorgd dat ze de geschiedenis van Ajax van dichtbij hebben meegemaakt, wat aansluit bij het aspect van traditie volgens Humphries & Kucek (2019).

Zo zegt respondent 6:

Ik stond bij de Meer de handtekeningen op te vragen bij de spelers en regelmatig naar de trainingen te kijken. Ik heb getennist bij de club die naast de Meer ligt. Het is wel heel frappant dat we vroeger wel eens stopte en dan keken we naar de trainingen. Nu is dat anders, als je nu nog bij een training kan komen is dat heel speciaal maar vroeger niet. En wat ik ook kan herinneren is dat je dan ballen uit de sloot haalt als ze er niet snel genoeg bij waren. Dus ik heb met heel wat trainingsballen gevoetbald. (R6)

Alle respondenten hebben de gloriejaren van Ajax in de jaren 70, 80 en 90 meegemaakt, toen Ajax onder andere de Champions League won. Volgens de respondenten zullen deze momenten voor altijd in hun leven blijven. De geschiedenis van de club zit nog steeds in hen en ze kennen deze goed. Deze resultaten sluiten aan bij het aspect van traditie dat Humphries & Kucek (2019) beschrijven, namelijk dat de geschiedenis en erfenis van de club gekend en begrepen wordt. Uit de resultaten blijkt dat de lange traditie van Ajax ook het huidige fanschap van de respondenten

beïnvloedt. De geschiedenis van Ajax zit nog steeds sterk in hen en bepaalt hun blik op Ajax tot op heden. Dit aspect van traditie wordt niet genoemd door Humphries & Kucek (2019).

Zo zegt respondent 1 over die gloriejaren:

Want je hebt dat mee mogen maken, je hebt die periode meegemaakt dus zit dat in je leven en zelfs nog in je juichen en de mensen waarmee je juicht. (R1)

En respondent 4 zegt:

Ik ben in de jaren 60 geboren en toen Ajax in de jaren 70 opkwam heb ik dat ten volle meegemaakt, de gloriejaren. Toen ik mijn ogen opende, kwam ik in 'Ajax is de beste van de wereld'. En dat ben ik nooit kwijtgeraakt. (R4)

Uit bovenstaande quotes wordt duidelijk dat de geschiedenis en de opgedane ervaringen van Ajax nog steeds een belangrijke rol spelen in het huidige fanschap. Beide respondenten geven aan die ervaringen nooit meer kwijt te raken en daar nog steeds plezier aan te beleven.

4.1.4 Café cultuur / stadion cultuur

Volgens Humphries & Kucek (2019) wordt de café cultuur in het fanschap omschreven als de favoriete kroegen van fans, bepaald door de sfeer, muziek en mensen. In dit onderzoek is de stadion cultuur hieraan toegevoegd, omdat alle respondenten naar het stadion gaan of zijn geweest. Het aspect van café cultuur en stadion cultuur komt duidelijk naar voren in de resultaten. Alle respondenten zijn of waren aanwezig bij wedstrijden in het stadion en hebben of hadden een seizoenkaart. Bovendien geeft de helft van de respondenten aan dat zij regelmatig de wedstrijden in een café kijken. De respondenten noemen zowel de café cultuur als de stadion cultuur als onderdeel van hun fanschap. De verbinding met mensen in het stadion en café is belangrijk voor hen, omdat het vaak mensen zijn waarmee zij normaal gesproken niet snel in contact zouden komen.

Zo zegt respondent 1:

Het zit hem ook meer in de mensen die altijd voor ons zitten, die altijd hetzelfde zijn. Die gast die tien rijen achter ons, waarvan ik nog steeds niet weet wie het is, maar die altijd een tussen zinnetje heeft bij het clublied. Het zit hem in dat soort dingen. (R1)

Respondent 4 zegt hierover:

Je komt de tribune op en je ziet die mensen al jaren. Je geeft elkaar een hand, je hebt verdriet gehad. Maar dat deel je met elkaar. En dat heb ik helemaal niet zo bewust gedaan. Maar ik kom binnen en dan staan er vijf mannen je te highfiven, het mengt wel. Het is ook een groep mannen die ik niet dagelijks tegen kom. We zijn bewust niet naar de tribune van de vip gegaan, juist niet. We zitten heel gemixt. (R4)

Daarnaast geeft de meerderheid van de respondenten aan dat de sfeer in het stadion voor veel plezier zorgt. De liederen die er gezongen worden, de spanning, de gedeelde vreugde of verdriet en de vaste mensen. De sfeer in het stadion heeft een belangrijke invulling aan het fanschap van de respondenten.

4.1.5 Affectief

Zoals eerder beschreven heeft de analyse van de interviews drie nieuwe dimensies van fanschap opgeleverd, naast de vier al bestaande dimensies van Humphries & Kucek (2019). Dit zijn de affectieve, morele en heldendimensies van fanschap. Hieronder zullen die drie nieuwe dimensies worden beschreven.

Uit de resultaten blijkt dat de affectieve dimensie van zingeving een belangrijke rol speelt bij het fanschap voor Ajax onder de respondenten. Goed spel zorgt bij alle respondenten voor een gevoel van plezier en vreugde, terwijl slecht spel juist gevoelens van chagrijn, verdriet of frustratie oproept. Verlies kan zelfs tot grote frustratie en woede leiden bij de helft van de respondenten. Bij geen enkele respondent laat het spel van Ajax hen helemaal onverschillig. Ze kijken bijna alle wedstrijden en dit heeft invloed op hun gemoedstoestand. Dit wijst op het

belang van emoties en affectieve betrokkenheid bij het fanschap voor Ajax. Dit sluit aan bij het gedachtegoed van Alma (2020) zoals beschreven in hoofdstuk 2, waarin de affectieve aspecten van zingeving worden benadrukt en het belang van emotionele betrokkenheid bij zingeving wordt beschreven en hoe deze betrokkenheid kan bijdragen aan een gevoel van verbinding en betekenis in het leven. De onderstaande citaten uit de resultaten sluit aan bij de affectieve dimensie van zingeving.

Respondent 6 zegt hier het volgende over:

Ajax laat me nooit onverschillig. Dat men slecht over Ajax praat moet men zelf weten maar ik zal mezelf nooit verlogenen, nooit! Ik ben Ajacied en Ajacied tot in den dood. (R6)

Respondent 2 zegt hierover :

Ja, als ze goed spelen, dat klinkt misschien raar, maar dat vind ik wel een heel fijn gevoel. En nu zegmaar afgelopen half jaar knaagt het toch een beetje aan me dat het niet lekker gaat bij Ajax. (R2)

Respondent 3 zegt hierover:

Nou, omdat ik het gewoon niet op aan te zien vind. Ik vind sommige spelers uit vorm. Dan wordt er gewoon slecht gevoetbald in mijn ogen, dat wil je eigenlijk niet. Je wil ook niet dat de liefde van je leven zich slecht gedraagt. Ik ben toch één met Ajax. Dus het doet wel iets met je; een klein rouw gevoel. (R3)

De bovenstaande uitspraken van de respondenten laten zien dat het fanschap van Ajax voor hen een belangrijke betekenisbron is en een sterke affectieve dimensie heeft. Dit fanschap is verbonden met gevoelens van trots, loyaliteit en identiteit, zoals blijkt uit de citaten van respondenten 2, 3 en 6. Het gaat hierbij niet alleen om de prestaties van het team op het veld, maar ook om de verbondenheid met de club als geheel. Zoals respondent 3 opmerkt, kan een slechte prestatie van de club zelfs een klein gevoel van rouw teweegbrengen.

Daarnaast geven de respondenten allemaal aan dat ze spanning ervaren vooraf en tijdens de wedstrijden van Ajax. Het wordt omschreven als een bepaalde onrust waarbij de respondenten zenuwachtig zijn voor de wedstrijd en het resultaat.

Zo zegt respondent 5:

Want zo een ben ik er wel; ik ben wel iemand die niet rustig op een stoel kan zitten naast mijn vrouw. Dat zit er niet in. Ik moet wel een soort uitlaatklep hebben. Dus dan ga ik een rondje lopen. (R5)

En respondent 6 zegt:

Ik kijk vaak met een bepaalde onrust in m'n lijf. Als het maar goed gaat, of ik heb er geen goed gevoel bij. Ja, het is eigenlijk een heel onbehagen gevoel, dan kijk je niet ontspannen. Bij 1-0 wil ik ook altijd dat ze meer scoren zodat ik een beetje kan ontspannen. (R6)

De meerderheid van de respondenten geeft ook aan dat Ajax veel plezier brengt en dat ze genieten van Ajax en alles daaromheen. Ajax wordt benoemd als een hele fijne vrijetijdsbesteding. Met name het goede spel in de gloriejaren wordt benoemd als een groot genot en gezien als grote schoonheid.

4.1.6 Moraliteit

Een ander nieuw aspect van het fanschap dat uit dit onderzoek naar voren kwam, is moraliteit. Bij moraliteit spelen bij bijna alle respondenten hun eigen normen en waarden een rol in hun fanschap. Zo zijn alle respondenten kritisch ten aanzien van Ajax vanwege conflicterende eigen normen en waarden. De meerderheid van de respondenten vindt dat Ajax erg commercieel is geworden en dat het veel minder om het voetbal gaat. De veranderingen binnen het voetbal maar ook binnen de maatschappij zorgen ervoor dat de respondenten kritisch zijn en daarmee ook minder fanatiek zijn. Dit sluit aan bij het onderzoek van Mastromartino & Zhang (2020), die stellen dat het begrip van voetbalfans voortdurend in ontwikkeling is naarmate technologieën

en de samenleving veranderen. Daarom is het essentieel voor onderzoek om observaties te blijven doen. Omdat alle respondenten Ajax al lange tijd volgen, hebben ze goed zicht op de veranderingen binnen het voetbal. Zo worden de stijgende prijzen van wedstrijdkaartjes genoemd, de hele trend rondom merchandise waarin veel geld omgaat, maar ook het snel kopen en verkopen van spelers.

Zo zegt respondent 1:

Dat ze zo snel van spelers wisselen, dat vind ik heel erg zonde omdat je zo steeds minder binding krijgt met wat er op het veld staat. En ik denk dat daardoor het plezier minder is geworden voor veel. Maar dat heeft ook te maken met dat er veel meer geld in omgaat. Dus het is ook wel echt een maatschappelijk bepaald ding. De hele commercie eromheen is zo groot geworden en zo veel geld. (R1)

Respondent 2 zegt hierover:

Hoe ze in het begin van het seizoen hebben gehandeld, dat is niet goed gegaan. Ze hadden zich gewoon vast moeten houden aan wat Crujff had opgesteld; eerst kijken in de jeugd wat er aan talent is. Ze gingen op een gegeven moment zo wild inkopen. Ze hebben echt bizar veel geld uitgegeven, maar daar heb je helemaal niks aan. Dan kan je beter je jeugdspelers laten spelen. (R2)

Ook op de organisatie an sich wordt door alle respondenten kritiek geleverd. De manier van handelen van de club komt in conflict met de waarden van de respondenten. Zo worden de waarden van gelijkheid, eerlijkheid, respect en plezier door alle respondenten genoemd die volgens de respondenten niet altijd terugkomen in het handelen van Ajax. Eén respondent geeft aan dat plezier hebben de belangrijkste waarde is in zijn leven. Dit geeft voor hem betekenis aan zijn leven. Door het geregeld respectloze gedrag van Ajax spelers en ook Ajaxfans heeft hij minder plezier van zijn fanschap en dit heeft invloed op zijn betekenisgeving.

Zo zegt deze respondent:

Maar hoezo gooi je dingen op het veld? En hoezo ga je elkaar in elkaar trappen. Dat maakt wel dat ik minder fanatiek word. (R1)

Ook de waarden van gelijkheid en eerlijkheid worden door de respondenten benoemd als eigen belangrijke waarden in het leven die in conflict komen met de handelswijze van Ajax.

Zo zegt respondent 2:

Ik vind de manier waarop ze hebben gehandeld met de situatie met Marc Overmars, of vooral met de slachtoffers van Overmars. Dat had Ajax wel heel anders kunnen oplossen. Dat verdient geen schoonheidsprijs. Ze zijn niet altijd hoffelijk met spelers, ik vind Ajax best een harde club. Daar heb ik ook wel moeite mee. Het is niet echt een warm bad. (R2)

Respondent 3 zegt hierover:

Ik neem het Ajax bijvoorbeeld wel kwalijk dat ze bijvoorbeeld trainingskampen in Qatar of dat soort landen houden. En toen in die tijd van Corona dat het nog heel eng leek allemaal, toen was er wel wat aan de hand denk ik, dat ze toen eigenlijk heel gemakkelijk gewoon weer gingen vliegen. Dat soort dingen. En er zijn nog wel meer dingen. Ik neem het bestuur van Ajax of Ajax als club bepaalde maatschappelijke dingen wel kwalijk. (R3)

Ook zegt respondent 3 hierover:

Als ik denk dat het niet klopt, hoe ze soms met spelers omgaan, dan vind ik dat niet fijn. En Ajax is niet altijd een heel sociaal instituut. Maar dat doet niks af aan mijn fanschap, mijn liefde voor Ajax, ik blijf fan, hoe dan ook. Net zoals als je trouwt; in goede tijden en slechte tijden. Dat heb ik wel met Ajax. (R3)

Voor een deel is de kritische blik van de respondenten te wijten aan hun verreikende geschiedenis met Ajax. Ze weten hoe goed het ook kan gaan en noemen zichzelf dan nu ook wel verwend na al die gloriejaren. Maar voor een groot deel is hun kritische blik ook te wijten aan de veranderingen in het voetbal en de maatschappij. Desondanks blijven de respondenten achter Ajax staan. De verbinding met Ajax zit diep.

4.1.7 Helden

Een derde nieuwe dimensie van fanschap dat uit dit onderzoek is gekomen, is de dimensie van helden. Doordat de respondenten, op een na, van jongs af aan zijn opgegroeid met Ajax is er een sterke verbinding met de Ajax spelers. Zo benoemen alle respondenten dat zij echt helden hebben van Ajax, vooral uit de gloriejaren van Ajax. Dit zijn personen die nog steeds heel belangrijk zijn voor de respondenten en waar zij nog steeds trots en liefde voor voelen.

Zo zegt respondent 1:

Als jij Litmanen zegt dan krijg ik kippenvel. Want als Litmanen binnenkomt dan is het nog steeds; daar komt God binnen. Litmanen, Bergkamp maar ook een Donny van de Beek en ook Klaassen zijn mijn helden van Ajax. (R1)

En zo zegt respondent 3:

Ik heb voor Johan Crujff wel een soort onvoorwaardelijke liefde. Crujff is wel nog het allerbelangrijkste van Ajax. (R3)

Naast de helden uit de gloriejaren van Ajax hadden de respondenten ook helden van de afgelopen jaren. Ook als spelers van Ajax naar een andere club vertrekken blijft de verbinding bestaan en zo ontstaan er ook weer nieuwe helden.

Zo zegt respondent 4 daarover:

Laatst bij Nederland- Argentinië speelde er Ajax spelers. En dat zijn toch jongens die altijd een beetje van ons blijven, van Ajax en van mij ook. Ik wil dus precies weten wat Anthony doet bij Manchester United of wat Dolberg doet. Dat zijn toch een beetje jongens die je vier/vijf jaar hebt omarmd hebt en wekelijks mee aan de gang was. Dus die worden een beetje van jou. Dus als ze weggaan blijven ze nog een beetje van jou. (R4)

Samenvattend kan er in antwoord op deelvraag 2: Hoe geven Ajaxfans vorm aan hun fanschap? worden gesteld dat het fanschap een aantal dimensies kent. Zo is er een grote loyaliteit naar Ajax

toe waarbij Ajax duidelijk bovenaan staat maar wat niet wegneemt dat de respondenten ook loyaal zijn naar andere clubs op andere sporten. De lange geschiedenis en traditie met Ajax speelt een belangrijke rol in het fanschap en zorgt ervoor dat er een grote clubliefde en onvoorwaardelijke liefde is naar Ajax toe. Het speelt nog een grote rol in het huidige fanschap. De verschillende rituelen van de respondenten zijn onderdeel van het fanschap van de Ajaxfans en zorgen soms voor extra verbinding in het fanschap maar hebben geen sacraal element. De sfeer in het stadion en de cafés waar Ajax wordt gekeken zorgt voor fijne invulling aan het fanschap en zorgt ook voor een grote sociale invulling van het fanschap. Daarnaast brengt het fanschap veel emoties met zich mee, het laat de respondenten niet koud. De normen en waarden van de respondenten komen soms in het gedrang met de handelswijze van Ajax wat hen kritisch maakt en voor een enkeling zorgt dat hij minder fanatiek is. Tot slot spelen de helden, met name uit de gloriejaren, een grote rol in het fanschap van de Ajaxfans. Wat opvalt is dat de nieuwe sociale identiteit die het fanschap kan creëren en die door onder andere He et al. (2022) en Giulianotti (2002) werd benoemd, niet is terug te zien in de resultaten.

4.2 Betekenisvol fanschap

In het vervolg van dit hoofdstuk wordt deelvraag 3 geanalyseerd: Hoe verhoudt het fanschap van Ajaxfans zich tot betekenisgeving? In dit onderzoek wordt er vanuit de literatuur gewerkt met vijf verschillende dimensies van zingeving. Dit zijn de volgende dimensies: 1) Betekenis 2) Doel 3) Coherentie 4) Transcendentie/esthetiek 5) Ethiek. Hieronder zal er gekeken worden hoe deze beschreven aspecten van betekenisgeving zich verhouden tot het fanschap van Ajaxfans. Dit is gedaan door de codes van deelvraag 1 (de dimensies van fanschap) te verbinden aan de verschillende codes van deelvraag 2 (de aspecten van zingeving). Er zal per aspect van betekenisgeving de relatie met het fanschap van de respondenten worden beschreven aan de hand van de verschillende aspecten van fanschap: 1) loyaliteit, 2) traditie, 3) rituelen, 4) café cultuur, 5) affectief, 6) moraliteit, 7) helden.

4.2.1 Betekenis: traditie, affectief, rituelen

Vanuit de literatuur kan betekenis in zingeving gezien worden als de waarde van iemands leven. Het is een besef van de inherente waarde van het leven. Het kan gedefinieerd worden als een op waarden gebaseerde evaluatie van iemands leven als geheel met betrekking tot hoe belangrijk, waardevol en inherent waardevol het voelt (Martela en Steger, 2016, p. 535).

Het feit dat alle respondenten verbonden zijn met Amsterdam doordat ze er zijn opgegroeid of al langere tijd wonen, maakt dat ze Ajax van dichtbij meemaken en betrokken zijn bij de club. Dit zorgt ervoor dat Ajax van grote betekenis is in hun leven. De dimensie van traditie speelt dus een grote rol bij betekenis. Het zorgt ervoor dat Ajax extra belangrijk is omdat het dat al lange tijd is. De ver teruggaande traditie maakt ook dat de respondenten loyaal zijn naar Ajax, ze steunen ze in goede en slechte tijden. Het is een onvoorwaardelijke liefde waarbij ze zich committeren met de club. Dit maakt ook dat Ajax van grote waarde is. De gevoelens van vreugde en verdriet die worden ervaren tijdens het volgen van de club maken dat Ajax belangrijk is in hun leven. Het affectieve aspect maakt dat de fans zich verbonden voelen met de club en dat het volgen van Ajax een belangrijk onderdeel van hun leven is. Tot slot zijn de rituelen die de respondenten uitvoeren ook van betekenis in hun leven.

Zo zegt respondent 6:

De enige zingeving die Ajax mij geeft is de constante factor, een soort familielid. Of een hele goede vriend. En ik weet niet of het blijft, maar ik denk wel dat het een rode draad in mijn leven is, dat ik Ajax blijf volgen. (R6)

Respondent 2 zegt:

Er zit echt heel veel gevoel bij Ajax en ik heb al van kinds af aan een band met Ajax. (R2)

Respondent 6 zegt:

Het is toch een plaatsvervanger van religie. Ik ging naar de kerk, naar een katholieke school en voetbalclub. En Ajax was daar altijd bij. Op een gegeven moment toen ik het zelf mocht uitmaken ging ik niet meer naar de kerk maar naar Ajax. Toen nam Ajax het over. Je ging niet naar de kerk, je ging naar Ajax. (R6)

Bovenstaande quote geeft aan hoe belangrijk Ajax is in het leven voor de respondent.

Respondent 6 vergelijkt het fanschap voor Ajax met religie. Hij geeft aan dat Ajax voor hem een plaatsvervanger is geworden van religie. Hij groeide op met religie als een belangrijk onderdeel van zijn leven, hij ging naar een katholieke school en kerk. Maar toen hij ouder werd en het zelf mocht uitmaken, koos hij ervoor om niet meer naar de kerk te gaan maar naar Ajax te gaan. Voor hem nam Ajax dus de plaats in van religie en werd het een belangrijke invulling van zijn leven. Deze vergelijking geeft aan dat het fanschap voor Ajax voor respondent 6 een diepe betekenis heeft en als een soort van spirituele vervulling fungeert.

4.2.2 Doel: traditie, café cultuur / stadion cultuur, rituelen

Vanuit de literatuur stellen Martela en Steger (2016) dat doel als zin in het leven ervan uitgaat dat zin ontstaat wanneer men een duidelijk doel of doelen in het leven heeft. Het gaat om het hebben van richting en toekomstgerichte doelen in het leven.

De ver teruggaande traditie van de respondenten maakt dat het Ajax fanschap als het ware een doel is in het leven van de respondenten. Het volgen van de club, het bezoeken van wedstrijden en het dragen van Ajax shirts hebben allemaal als doel om zich te verbinden met Ajax en andere fans, wat bijdraagt aan betekenisgeving. De betrokkenheid, het volgen van alle ins en outs heeft als doel de nauwe verbinding met Ajax en Amsterdam. Het kijken van de wedstrijden in het stadion of in cafés zorgt voor een gemeenschappelijk doel, het samen kijken en ervaren van Ajax. Daarnaast heeft het kijken in het stadion of café een sociaal doel: vrienden zien of juist mensen ontmoeten die men normaal niet zo snel zou ontmoeten.

Zo zegt respondent 6:

Wat leuk is is dat ik vroeger dichtbij het stadion woonde en dan liep ik met iedereen naar het stadion, iedereen opgetogen. Er is geen gelukszaliger moment dan dat. Opgetogen en beetje gespannen. Daar heb ik nog zulke leuke herinneringen aan. (R6)

Bovenstaande quote laat zien hoe het fanschap van Ajax als een doel in het leven kan worden gezien, en hoe het volgen van de club bijdraagt aan betekenisgeving. Door zich te verbinden met Ajax en andere fans, heeft de respondent een doel om naar te streven en draagt het bij aan een gevoel van voldoening en betekenis. Respondent 4 geeft aan dat zijn ritueel van een Ajax shirt aandoen als doel heeft om zich verbonden te voelen met de spelers op het veld.

Zo zegt hij:

Waarom ik een Ajax shirt aan heb? Toch de verbinding met die jongens op het veld. (R4)

Bovenstaande quote maakt duidelijk dat Ajax een vorm van betekenisgeving is omdat de respondent door het dragen van het Ajax shirt het doel heeft om zich te verbinden met Ajax en de spelers. Het fanschap van Ajax zorgt dus voor doelgerichtheid wat bijdraagt aan betekenisgeving.

4.2.3 Esthetiek: affectief

De respondenten geven aan het spel van Ajax, met name in de gloriejaren te waarderen vanwege de schoonheid. Het kijken van de wedstrijden wordt als een fijne vrijetijdsbesteding gezien vanwege het genieten, het plezier en de schoonheid. Het zijn ervaringen waarbij de respondent zich naar buiten richt, naar de wedstrijd en Ajax, en het vervolgen iets teweeg brengt bij de respondent zelf. De respondent wordt uit de beslotenheid getild en maakt deel uit van een groter geheel dan zichzelf. Dit komt overeen met een transcendente ervaring ofwel esthetiek. De affectieve ervaringen van de respondenten staan dus in nauw verband met esthetiek. Meerdere respondenten benoemde de schoonheid van het spel van Ajax wat voor hen van grote betekenis is voor hun fanschap.

Zo zegt respondent 4:

Dus er zit wel iets dat als het shirt met die rode baan komt gaat m'n hart wel sneller kloppen. Dat heeft met m'n verleden te maken maar ook met m'n liefde voor het spel van Ajax. Het mooiste voetbal van Nederland en wel een tijdje van de wereld. (R4)

Respondent 3 zegt over de schoonheid van het spel van Ajax:

Het is toch een soort creativiteit en mooiheid wat zowel muziek als voetbal verbindt. De Beatles hebben zich in heel korte tijd ontwikkeld in de muziek. Van een popbandje tot echt wel artistieke muziek. En Ajax was in feite ook zo. Het was voetbal van een andere planeet op een gegeven moment. Het zag er mooier uit. Ik begon op een gegeven moment, toen mijn ogen achteruit gingen, het minder te zien. Maar Ajax zag ik altijd veel duidelijker. Die patronen waren zo goed zichtbaar, die vanzelfsprekendheid. Dus het is toch schoonheid. En dat is hetzelfde met muziek. (R3)

Respondent 5 zegt hierover:

Het spelletje wat Ajax speelt, dat is het voetbal waar ik van hou. Ik vind het heerlijk om te zien, ook alle trainers die ik wel ambieer. (R5)

Respondent 4 zegt hierover:

Het spelletje voetbal van Ajax zit heel dichtbij mijn hart. Ik vind voetbal fantastisch. Het is bijna een soort ballet, het soort spel, de techniek, de snelheid. Als je de link met zinging maakt; dat alleen, ook al zou er geen Ajax zijn, is al heel mooi. (R4)

De resultaten laten zien dat de respondenten de schoonheid van het spel als een essentieel onderdeel van hun fanschap beschouwen. Alle geïnterviewden bevestigen dat het voetbal op zichzelf het belangrijkste aspect is. Wanneer het voetbal niet goed is, heeft dat invloed op de ervaring van de respondenten. Ze missen dan niet alleen het genot van het spel, maar ook de zin en betekenis die ze eraan toekennen vanwege de schoonheid ervan. Voor de respondenten zijn de esthetische en emotionele aspecten van voetbal integraal onderdeel van wat het voor hen

betekent en waarom ze zich ermee verbonden voelen. Deze aspecten dragen bij aan hun gevoel van zingeving en betekenis in het leven, en maken deel uit van hun identiteit als Ajaxfans.

4.2.4 Ethiek: moraliteit

De respondenten geven aan kritisch te zijn op het spel van Ajax maar ook op de organisatie an sich. Dit heeft te maken met eigen waarden die in het gedrang komen bij de werkwijze van Ajax. De visie op het leven en de belangrijke waarden in het leven van respondenten komen heel erg overeen met het fanschap. Waardes zoals gelijkwaardigheid, respect en eerlijkheid worden zowel in het leven van de respondenten als in het fanschap als belangrijk ervaren. De maatschappelijke ontwikkelingen hebben ook invloed op het fanschap. De respondenten geven aan dat hun fanschap heel anders is nu dan vroeger toen het voetbal minder gecommercialiseerd was. Doordat alle respondenten de gloriejaren van Ajax hebben meegemaakt weten ze hoe goed Ajax kan zijn en dit geeft hen veel vertrouwen. Het zorgt er ook voor dat ze slechtere tijden goed kunnen relativiseren. De respondenten geven aan dat hier een parallel is met hun eigen leven, waarbij er ook altijd goede en dan weer minder goede tijden zijn.

Zo zegt respondent 2:

Het is gewoon heerlijk om naar te kijken. Ik bedoel het zou saai zijn als Ajax altijd wint. Dat klinkt misschien raar, want eigenlijk wil ik dat natuurlijk wel. Maar het is eigenlijk zoals het gewone leven. Je moet ook de mindere dingen hebben meegemaakt zodat je ook beseft hoe mooi het is als goed gaat. (R2)

Bovenstaande quote geeft aan dat het fanschap voor respondent 2 een manier is om betekenis te geven aan maatschappelijke ontwikkelingen en gebeurtenissen in zijn eigen levensloop. De eigen levensloop van de respondenten heeft invloed op het fanschap. Zoals ziekte, kinderen of werk. Dit beïnvloedt het fanschap en zorgt ervoor dat Ajax soms minder belangrijk wordt. Maar wat duidelijk naar voren komt uit de resultaten is dat Ajax altijd belangrijk blijft.

Zo zegt respondent 5:

Normaal staat Ajax wel op de 2e plaats, maar nu staat het op de 3e plaats. Je gezin en de kinderen nemen dat over. Ik heb ook wel een tijdje gehad dat m'n werk op nr 1 stond. Het een kan niet zonder het ander, zo ben ik wel. Het is altijd belangrijk geweest alleen schoof het wat kwa prioriteit. (R5)

Uit de resultaten komt naar voren dat voor alle respondenten het belang van Ajax wat kan verschuiven maar dat het in de kern altijd belangrijk blijft. Zo zijn gebeurtenissen in de levensloop van invloed maar ook de eigen normen en waarden die botsen met de handelswijze van Ajax.

4.2.5 Coherentie: traditie

Vanuit de literatuur stellen Martela en Steger (2016) dat het bij coherentie gaat om het zinvol maken van iemands leven. Het gaat om een leven waarbij mensen de wereld begrijpen en coherent maken. Het leven is coherent als men er begrijpelijke patronen in kan onderscheiden die het geheel begrijpelijk maken. Zingeving als coherentie wordt gezien als 'het gevoel dat iemands ervaringen of het leven zelf zin heeft'.

Dit aspect van coherentie komt duidelijk terug in de resultaten. Zo geven de respondenten vaak aan dat het bij hun fanschap om de verbinding gaat. Het ergens bij horen en de sociale factor van vrienden, familie zien of de vaste mensen op de tribune/ in de kroeg. Het geeft veel plezier door het met anderen te beleven. Dit zorgt voor een samenhang in hun leven. De eerder genoemde vergaande traditie heeft hier grote invloed op. De verbinding met Amsterdam en daarmee ook met Ajax gaat ver terug en maakt dat het een belangrijke en diepgaande verbinding is wat ook voor samenhang in hun leven zorgt. De respondenten hebben allemaal de gloriejaren van Ajax meegemaakt. Dit zorgt voor een speciale verbinding. Het is iets waar ze nog steeds veel aan terugdenken, van genieten maar wat ook maakt dat ze kritisch zijn omdat ze weten hoe het ook kan gaan. Vanuit de gloriejaren hebben de respondenten ook veel helden. En die gloriejaren

geven veel vertrouwen in Ajax. Ze zijn en blijven de beste is hun overtuiging. Ajax is daarnaast ook een constante factor in het leven van de respondenten, en dat zorgt voor coherentie. De traditie met de rijke geschiedenis en de helden daarbij zorgt voor samenhang in het leven van de respondenten.

Zo zegt respondent 3:

Ajax verbreedert en verbindt ook wel, waar ook ter wereld. En er zijn er maar een paar die dat doen; Cruijff en Maradona bijvoorbeeld.. Dat soort momenten heb ik wel vaak in het buitenland gehad. Dus Ajax verbindt ook. En Cruijff ook. Voor mij is Cruijff wel een soort God, en die verbindt. Tenminste dat zou een God moeten doen denk ik. (R3)

Het gevoel van verbondenheid draagt ook bij aan een ‘wij’ gevoel en het gevoel ergens bij te horen. Ajax verbindt wat weer samenhang geeft in het leven van de respondenten.

Zo zegt respondent 5:

Het is denk ik iets van de harmonie, WIJ. We moeten winnen. (R5)

Samenvattend kan er vanuit deelvraag 3: ‘Hoe verhoudt het fanschap van Ajaxfans zich tot betekenisgeving?’ gesteld worden dat het fanschap van Ajaxfans op meerdere vlakken verband houdt met betekenisgeving. Allereerst speelt de traditie en lange geschiedenis van Ajax een grote rol bij de waarde die respondenten aan de club hechten, waardoor deze extra betekenis krijgt. De traditie brengt ook affectief veel teweeg, wat eveneens bijdraagt aan betekenisgeving. Daarnaast dragen de Ajax-gerelateerde rituelen bij aan betekenisgeving binnen het fanschap en het leven van de respondenten. Ten tweede zorgt de schoonheid van het spel van Ajax voor betekenisgeving; respondenten genieten van het mooie spel. Ten derde speelt het aspect van moraliteit een belangrijke rol bij het verband tussen fanschap en betekenisgeving. De visie op het leven en belangrijke waarden van de respondenten komen overeen met het fanschap. Bovendien is er een parallel te zien tussen het eigen leven van respondenten en het fanschap, waarbij goede en minder goede tijden elkaar afwisselen. Dit helpt hen om slechtere tijden te relativiseren, zowel

in hun eigen leven als in het fanschap. Tot slot zorgt Ajax door het samenzijn met andere mensen en de verbinding met de club en spelers voor coherentie in het leven van de respondenten. Ajax is (al lange tijd) een constante factor in het leven van de respondenten, wat voor samenhang zorgt en daarmee voor betekenisgeving.

5. Conclusie en discussie

5.1 Samenvatting en beantwoording hoofdvraag

In dit onderzoek stond de volgende hoofdvraag centraal: Wat vertelt het geleefde fanschap van Ajaxfans over betekenisgeving in een postseculiere samenleving? Dit onderzoek had als doel om inzicht te krijgen in betekenisgeving van mensen vandaag de dag en zo aanknopingspunten te bieden voor professionals die werken met zingeving, bij uitstek de geestelijk verzorger. Vanuit deze doelstelling waren de volgende deelvragen opgesteld:

- Hoe krijgt betekenisgeving vorm in een postseculiere samenleving?
- Hoe geven Ajaxfans vorm aan hun fanschap?
- Hoe verhoudt het fanschap van Ajaxfans zich tot betekenisgeving?

Concluderend wijst dit onderzoek uit dat het geleefde fanschap van Ajax nauw samenhangt met betekenisgeving in een postseculiere samenleving. Er zijn drie belangrijke uitkomsten te benoemen.

Ten eerste blijkt uit dit onderzoek dat fanschap een belangrijke betekenisbron is in de huidige postseculiere samenleving. Dit onderzoek sluit aan bij eerder onderzoek, zoals in hoofdstuk 2 besproken, van o. a. Alma (2020), Fedele en Knibbe (2020) en Puchalski et al. (2014) dat stelt dat zingeving multidimensionaal is en dat betekenisbronnen persoonlijker en individueler worden ingevuld. Daarnaast voegt dit onderzoek toe dat deze betekenisbronnen vaak in het alledaagse leven te vinden zijn. Het fanschap van Ajax is een voorbeeld van zo'n alledaagse betekenisbron. Hiermee biedt het onderzoek aanknopingspunten voor mensen die werken met zingeving en is het interessant voor geestelijk verzorgers, experts op het gebied van betekenisbronnen. Momenteel worden alledaagse betekenisbronnen nog niet benoemd in de beroepsstandaard voor geestelijk verzorgers (VGVZ, 2016). Dit onderzoek laat zien dat het belangrijk is om alledaagse betekenisbronnen expliciet op te nemen in de beroepsstandaard en zo aandacht te schenken aan het alledaagse domein. Dit onderzoek benadrukt het belang van alledaagse bronnen van zingeving of betekenisgeving en laat zien dat deze vaak te vinden zijn in de dagelijkse ervaringen van mensen. Het onderzoek voegt daarmee een nieuw element toe aan het begrip van zingeving, namelijk de commitment met het alledaagse aspect, wat overeenkomt

met Porat (2010). Het is van cruciaal belang om bij onderzoek naar zingeving een brede benadering te hanteren die alle relevante betekenisbronnen omvat, inclusief deze alledaagse betekenisbronnen. Dit onderzoek draagt hieraan bij door specifiek te focussen op de betekenisbronnen die Ajaxfans in hun dagelijks leven ervaren. Door kritisch te zijn bij het onderzoeken van zingeving, kunnen we beter begrijpen hoe mensen betekenis geven aan hun leven en hoe we hen kunnen ondersteunen in het vinden van betekenis en verbinding in hun alledaagse ervaringen.

Ten tweede toont het onderzoek aan dat de postseculiere samenleving een verwevenheid en tegenstrijdigheid van seculier en religieus blijft vertonen. Deze bevinding sluit aan bij de theorieën van onder meer Smedes (2016), Astapov (2021), Fedele en Knibbe (2020) en Madung (2021) over postsecularisme, zoals besproken in hoofdstuk 2. Het Ajax-fanschap kan zowel seculier als religieus worden gezien. Zo gaven enkele respondenten aan dat Ajax letterlijk een vervanging van de kerk voor hen was. Echter, de meerderheid van de respondenten gaf aan dat Ajax voor hen niet religieus verbonden is. Het Ajax-fanschap in een postseculiere samenleving kan dus voor de een een vervanging van religie betekenen, terwijl het voor de ander helemaal niets met religie te maken heeft.

Ten derde kan er geconcludeerd worden dat de resultaten van dit onderzoek overeenkomen met recente literatuur over het fanschap van voetbalfans zoals besproken in hoofdstuk 2. (Humphries & Kucek (2019), Mastromartino & Zhang (2020) en Apostolou & Lambrianou (2016)). Ook in dit onderzoek speelt leeftijd een grote rol in het fanschap van Ajax-fans. De leeftijd van de respondenten maakt dat zij kritisch zijn vanwege het meemaken van de gloriejaren maar ook dat zij zich nauw verbonden voelen met Ajax vanwege het dichtbij karakter wat er vroeger was. Bovendien heeft de ontwikkeling van de samenleving invloed op de fanatiekheid van de respondenten, met name in relatie tot de commercialisering van het voetbal. Echter laat dit onderzoek zien dat dit niet betekent dat de Ajaxfans hun fanschap verliezen, ze blijven trouw aan Ajax omdat ze zich al zo lang gecommitteerd hebben met Ajax. Dit spreekt het onderzoek van Giulianotti (2002) als het onderzoek van García en Welford (2015) tegen.

Al met al benadrukt dit onderzoek het belang van alledaagse bronnen van betekenis in het leven van mensen, evenals voor geestelijke verzorging. Het laat zien hoe het geleefde fan-zijn onder Ajaxfans bijdraagt aan betekenisgeving en samenhang in hun leven. Het biedt daarmee belangrijke inzichten voor zowel geestelijk verzorgers als onderzoekers die zich richten op

fanschap en zingeving in de context van een steeds veranderende samenleving. Deze inzichten kunnen worden toegepast in de praktijk van geestelijke verzorging en kunnen daarom van waarde zijn voor geestelijk verzorgers in hun werk. Daarnaast kunnen deze inzichten ook worden meegenomen in de opleiding van geestelijk verzorgers en in onderzoek naar zingeving en fanschap in onze veranderende samenleving.

5.2 Discussie en beperkingen van het onderzoek

In dit onderzoek stond de geleefde ervaring van Ajaxfans centraal, die is onderzocht aan de hand van de verschillende dimensies van fanschap volgens Humphries & Kucek (2019). Er kan echter gediscussieerd worden over hoe de geleefde ervaring het best onderzocht kan worden. Door het gebruik van de verschillende dimensies van fanschap vindt er een zekere afbakening plaats die mogelijk aspecten van het fanschap uitsluit. Bovendien heeft de onderzoeker ook een rol in hoe de data wordt geanalyseerd en hoe de geleefde ervaring van de respondenten wordt geïnterpreteerd, en wat wel en niet wordt meegenomen in de analyse. De geleefde ervaring is bekeken door een bepaald theoretisch kader en onderzoeksbril, wat bepalend is voor het onderzoek en mogelijk ook beperkingen met zich meebrengt. Zo kan gesteld worden dat de interpretatie van het geleefde fanschap is onderzocht en wellicht niet de geleefde ervaring zelf. Dit verschijnsel is bekend en werd ook beschreven door filosofen zoals Husserl en Merleau-Ponty (Merleau-Ponty & Landes, 2012).

Daarnaast is uit het onderzoek gebleken dat de verschillende dimensies van fanschap zoals beschreven in de literatuur niet volledig aansloten op de verkregen data. Vooral de dimensies van loyaliteit en traditie bleken niet voldoende te dekken met wat werd gevonden in de resultaten. Het is daarom belangrijk om bij vervolgonderzoek te kijken naar welke dimensies van fanschap relevant zijn voor de specifieke doelgroep en context en om zo nodig de onderzoeksmethode en -instrumenten aan te passen om een beter begrip te krijgen van het geleefde fanschap van deze groep (zie aanbevelingen).

Een derde mogelijke beperking van dit onderzoek is het feit dat slechts zes Ajaxfans zijn geïnterviewd, wat kan leiden tot een beperkt beeld en een beperkte populatievaliditeit. Het is

belangrijk om op te merken dat het doel van dit onderzoek niet was om een representatieve steekproef van Ajaxfans te onderzoeken, maar om diepgaande inzichten te verkrijgen van een specifieke groep fans. De keuze voor een kleine steekproef biedt de mogelijkheid om gedetailleerde informatie te verzamelen over de individuele ervaringen en percepties van de respondenten. Dit kan op zijn beurt leiden tot een beter begrip van de manieren waarop fanschap betekenis geeft aan het leven van mensen. Een aanbeveling voor vervolgonderzoek kan zijn om een grotere en meer diverse steekproef van Ajaxfans te onderzoeken om zo meer generaliseerbare resultaten te verkrijgen (zie aanbevelingen). Desondanks kan dit onderzoek een waardevolle bijdrage leveren aan de literatuur over fanschap en zingeving. Het onderzoek biedt inzichten in de manieren waarop fanschap betekenis geeft aan het leven van fans en hoe deze betekenisgeving gerelateerd is aan de persoonlijke waarden en ervaringen van de fans.

5.3 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek heeft zich gericht op Ajaxfans tussen de 54 en 64 jaar. Uit de resultaten blijkt dat de leeftijd een grote rol speelt in het fanschap. Het is mogelijk interessant om het verschil te bekijken met jongere fans en te kijken hoe betekenissen en uitingen van fanschap veranderen in verschillende levensfasen. Vervolgonderzoek zou kunnen kijken naar het fanschap van jonge Ajaxfans en hoe dit verschilt van de oudere generatie. Mogelijke inzichten die uit dit onderzoek naar voren zouden kunnen komen zijn bijvoorbeeld welke aspecten van Ajax het meest aansprekend zijn voor jongere fans, of hoe jongere fans zich verhouden tot de geschiedenis en tradities van Ajax. Daarnaast zou het interessant kunnen zijn om te onderzoeken hoe de manier waarop fanschap wordt beleefd verandert naarmate fans ouder worden.

Verder zou het voor mogelijk vervolgonderzoek interessant zijn om te kijken hoe men, naar aanleiding van boven beschreven beperkingen, het beste het geleefde fanschap kan onderzoeken. Zo zou een kwalitatieve studie waarbij diepte-interviews of focusgroepen met fans van verschillende leeftijden worden gehouden, meer inzicht kunnen bieden in de verschillende betekenissen en uitingen van fanschap bij verschillende leeftijdsgroepen.

Ook zou het naar aanleiding van dit onderzoek interessant zijn om te kijken wat dit zegt over het privédoem van geleefde mannelijkheid. Een onderzoek onder mannelijke

Ajax-supporters kan bepaalde aspecten van mannelijkheid blootleggen die belangrijk zijn voor deze groep. Het kan bijvoorbeeld laten zien welke eigenschappen, gedragingen en houdingen als mannelijk worden gezien in de context van hun fanbeleving. Ook kan het onderzoek laten zien welke rol Ajax-fanschap speelt in de constructie en expressie van mannelijkheid.

Tot slot is het voor de geestelijk verzorger interessant om te kijken hoe zij alledaagse betekenisbronnen kunnen integreren in hun werk. Dit onderzoek suggereert dat alledaagse betekenisbronnen belangrijk zijn voor fanschap en dat geestelijk verzorgers hierop moeten inspelen. Het zou interessant zijn om te onderzoeken hoe geestelijk verzorgers deze alledaagse betekenisbronnen kunnen integreren in hun werk en hoe zij fans kunnen ondersteunen bij het vinden van betekenis in hun leven.

6. Literatuur

- Alma, H. (2020). *Het verlangen naar zin: De zoektocht naar resonantie in de wereld* (1ste editie). Have, Ten.
- Apostolou, M. & Lambrianou, R. (2016). What Motivates People to Do and Watch Sports? Exploring the Effect of Sex, Age, Partner Status, and Parenthood. *Evolutionary Psychological Science*, 3(1), 20–33. <https://doi.org/10.1007/s40806-016-0071-7>
- Astapov, S. (2021). Transforming the study of religious situations: The view of post-secular society theories. *Acta Theologica*, 32. <https://doi.org/10.18820/23099089/actat.sup32.3>
- Bell, C. (2009). *Ritual: Perspectives and Dimensions*. Oxford University Press.
- Bickerdike, J. O. (2015). *The Secular Religion of Fandom: Pop Culture Pilgrim*. SAGE Publications.
- Boeije, H. & Bleijenbergh, I. (2019). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen* (3de editie). Boom Lemma.
- Boyer, P. & Liénard, P. (2020). Ingredients of ‘rituals’ and their cognitive underpinnings. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 375(1805), 20190439. <https://doi.org/10.1098/rstb.2019.0439>
- Dalferth, I. U. (2009). Post-secular Society: Christianity and the Dialectics of the Secular. *Journal of the American Academy of Religion*, 78(2), 317–345. <https://doi.org/10.1093/jaarel/lfp053>
- Delia, E. B., James, J. D. & Wann, D. L. (2022). Does Being a Sport Fan Provide Meaning in Life? *Journal of Sport Management*, 36(1), 45–55. <https://doi.org/10.1123/jsm.2020-0267>

- Ertaş, M. (2022). Soccer matches as a serious leisure activity: the effect on fans' life satisfaction and psychological well-being. *World Leisure Journal*, 64(3), 272–289.
<https://doi.org/10.1080/16078055.2021.2021981>
- Evers, J. (2015). *Kwalitatief interviewen: kunst én kunde*. Boom Lemma.
- Fedele, A., & Knibbe, K. E. (2020). *Secular Societies, Spiritual Selves?: The Gendered Triangle of Religion, Secularity and Spirituality*. Routledge.
- Frankl, V. E. (1963). *Man's search for meaning: An introduction to logotherapy*. New York, NY: Washington Square Press.
- García, B., & Welford, J. (2015). Supporters and football governance, from customers to stakeholders: A literature review and agenda for research. *Sport Management Review*, 18(4), 517–528. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.08.006>
- Gibbons, T. & Nuttall, D. (2014). 'True fan = watch match'? In search of the 'Authentic' soccer fan. *Soccer & Society*, 17(4), 527–539. <https://doi.org/10.1080/14660970.2014.980735>
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs. *Journal of Sport and Social Issues*, 26(1), 25–46. <https://doi.org/10.1177/0193723502261003>
- Gordon-Lennox, J. & Russo, I. (2016). *Crafting Secular Ritual: A Practical Guide*. Macmillan Publishers.
- Grimes, R. L. (2014). *The Craft of Ritual Studies*. Oxford University Press.
- Groot, G., & Vanheeswijck, G. (2018). *Charles Taylor*. Klement, Uitgeverij.
- He, H., Li, X., Tavsel, M. & Zhou, R. (2022). A Literature Review on Fans' Identity Construction. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.220110.082>

- Heintzelman, S. J., Mohideen, F., Oishi, S. & King, L. A. (2020). Lay beliefs about meaning in life: Examinations across targets, time, and countries. *Journal of Research in Personality*, 88, 104003. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2020.104003>
- Humphries, Z. & Kucek, J. A. (2019). Examining soccer fan performances through performative sport fandom theory: how fans of the spurs perform their fandom. *Qualitative Research Reports in Communication*, 21(1), 21–28. <https://doi.org/10.1080/17459435.2019.1685585>
- Jacobs, G. (2020). *Zin in geestelijke verzorging*. Net aan Zet.
- Martela, F. & Steger, M. F. (2016). The three meanings of meaning in life: Distinguishing coherence, purpose, and significance. *The Journal of Positive Psychology*, 11(5), 531–545. <https://doi.org/10.1080/17439760.2015.1137623>
- Maslow, A. H. (1998). *Toward a Psychology of Being* (3rd edition). Wiley.
- Mastromartino, B. & Zhang, J. J. (2020). Affective Outcomes of Membership in a Sport Fan Community. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00881>
- Mathijssen, B. (2017). Transforming bonds: ritualising post-mortem relationships in the Netherlands. *Mortality*, 23(3), 215–230. <https://doi.org/10.1080/13576275.2017.1364228>
- Merleau-Ponty, M., & Landes, D. A. (2012). *Phenomenology of Perception*. Routledge.
- Miller, D. (2001). *Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors*. Macmillan Publishers.
- Molendijk, A. L. (2015). In pursuit of the postsecular. *International Journal of Philosophy and Theology*, 76(2), 100–115. <https://doi.org/10.1080/21692327.2015.1053403>

- Oppenhuisen, J., & van Zoonen, L. (2006). Supporters or Customers? Fandom, Marketing and the Political Economy of Dutch Football. *Soccer & Society*, 7(1), 62–75.
<https://doi.org/10.1080/14660970500355595>
- Osborne, A. C. & Coombs, D. S. (2013). Performative Sport Fandom: an approach to retheorizing sport fans. *Sport in Society*, 16(5), 672–681.
<https://doi.org/10.1080/17430437.2012.753523>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. SAGE Publications.
- Porat, A. B. (2010). Football fandom: a bounded identification. *Soccer & Society*, 11(3), 277–290. <https://doi.org/10.1080/14660971003619594>
- Puchalski, C. M., Vitillo, R., Hull, S. K., & Reller, N. (2014). Improving the spiritual dimension of whole person care: reaching national and international consensus. *Journal of palliative medicine*, 17(6), 642–656. <https://doi.org/10.1089/jpm.2014.9427>
- Reysen, S., & Branscombe, N.R. (2010). Fanship and Fandom: Comparisons between Sport and Non-Sport Fans. *Journal of sport behavior*, 33, 176-193.
- Smedes, T. A. (2016). *God, iets of niets?: de postseculiere maatschappij tussen “geloof” en “ongeloof”*. Amsterdam University Press.
- Spaaij, R. F. J. (2008). *Hooligans, fans en fanatisme: een internationale vergelijking van club- en supportersculturen*. Amsterdam University Press.
- Spohn, U. (2015). A Difference in Kind? Jürgen Habermas and Charles Taylor on Post-secularism. *The European Legacy*, 20(2), 120–135.
<https://doi.org/10.1080/10848770.2015.1006927>
- Steenhoff, P. (8 mei 2019). *Met geluksshirts, geluksonderbroeken en gelukssokken op naar #AJATOT*. Nos.nl. Geraadpleegd op 15 oktober 2021, van

<https://nos.nl/artikel/2283669-met-geluksshirts-geluksonderbroeken-en-gelukssokken-op-naar-ajatot>

Stokvis, R. (2013). *Lege kerken en volle stadions: sport en de sociale functies van religie* (1ste editie). Amsterdam University Press.

Ungureanu, C. & Thomassen, L. (2015). The Post-secular Debate: Introductory Remarks. *The European Legacy*, 20(2), 103–108. <https://doi.org/10.1080/10848770.2015.1006928>

Uszynski, E. T. (2013). *Implicit Religion and the Highly-Identified Sports Fan: An Ethnography of Cleveland Sports Fandom* [Doctoral dissertation, Bowling Green State University]. OhioLINK Electronic Theses and Dissertations Center.

http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=bgsu1363108895

van Driel, I. I., Gantz, W. & Lewis, N. (2018). Unpacking What It Means to Be-or Not Be-A Fan. *Communication & Sport*, 7(5), 611–629. <https://doi.org/10.1177/2167479518800659>

Verschuren, P., & Doorewaard, H. (2015). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Boom Lemma.

VGvZ. (2016). Beroepsstandaard geestelijk verzorger 2015. Vereniging van Geestelijk VerZorgers. Geraadpleegd op 17 februari 2023, van

<https://vgvz.nl/wpcontent/uploads/2018/07/Beroepsstandaard-2015.pdf>

Wojtkowiak, J. (2018). Towards a psychology of ritual: A theoretical framework of ritual transformation in a globalising world. *Culture & Psychology*, 24(4), 460–476.

<https://doi.org/10.1177/1354067x18763797>

7. Bijlagen

Hieronder zijn de bijlagen te vinden die gebruikt zijn tijdens dit onderzoek.

7.1 Bijlage 1: Interviewguide

Interviewguide Ajax en betekenisgeving

- Introductie onderzoek en bedanken + toestemming
- Naam, leeftijd, achtergrond

Fanschap

- Wat betekent Ajax voor jou? (loyaliteit)
- Hoe lang ben je al fan van Ajax? (traditie)
- Hoe is dat begonnen? (traditie)
- Hoe zou je je eigen fanschap omschrijven?
- Wat betekent fan zijn voor jou?
- Wat is het belangrijkste van fan zijn voor jou?
- Hoe ziet een dag dat Ajax speelt er voor jou uit? (rituelen, huiscultuur)
- Hoe ziet je fanschap eruit als Ajax niet zo goed speelt? (loyaliteit)

Ritualisering (betekenis, schema, handeling zelf, traditie, symboliek, heden-verleden)

- Verricht je speciale handelingen voor Ajax?
- Zou je dat ritualisering noemen? Waarom wel of niet?
 - Hoe doe je het?
 - Hoe vaak doe je dat?
 - Heb je het altijd zo gedaan?
 - Wanneer doe je het?
 - Waarom doe je het?
- Wat betekenen die dingen/handelingen/ritualisering voor jou?

Zingeving

- Wat maakt het leven voor jou de moeite waard? (betekenis, moeite waard)

- Waar vind jij nieuwe moed?
- Waar draait het in jouw leven om?
- Heb jij een doel in je leven?
- Welke rol speelt je fanschap hierin?
- Welke steun vind je bij Ajax?
- Hoe zou je de relatie met Ajax omschrijven? (verbinding)

Postseculiere samenleving

- Hoe zou jij je levensbeschouwing/wereldbeeld omschrijven?
- Hoe komt je levensbeschouwing in je leven naar voren? Hoe ziet dat eruit?
- Hoe speelt dat een rol in je fanschap?

7.2 Bijlage 2: Toestemmingsformulier



Informatiebrief masterscriptie ritualiseringen van Ajaxfans

Wat is het doel van dit onderzoek?

Dit onderzoek brengt de ritualiseringen van Ajaxfans in kaart en onderzoekt hoe die ritualiseringen worden vormgegeven en wat ze betekenen voor het leven van Ajaxfans.

Wie voert dit onderzoek uit?

Judith Hoex, masterstudent aan de Rijksuniversiteit Groningen, is de hoofdonderzoeker en uw contactpersoon.

Wie kan er deelnemen?

U kunt deelnemen als u (ongeveer) tussen de 50 en 60 jaar oud bent én Ajaxfan bent. Deelname is vrijwillig.

Toestemming geven voor deelname

Als u deelneemt aan dit onderzoek, wordt u gevraagd een toestemmingsformulier te ondertekenen om aan te tonen dat u akkoord gaat met deelname (pagina 2). U kunt ook mondeling toestemming geven op audio-opname. Bij het interview zal ik u toestemming vragen om het gesprek op te nemen om het later te transcriberen.

Hoe worden mijn persoonlijke gegevens beheerd en gebruikt?

Alle informatie die tijdens dit onderzoek over u wordt verzameld, wordt vertrouwelijk behandeld en geanonimiseerd. Dit betekent dat uw naam en andere identificerende kenmerken worden verwijderd, zodat u niet kan worden herkend.

Bestanden worden gedurende het onderzoek digitaal opgeslagen op een beveiligde schijf van de Rijksuniversiteit Groningen. Na afronding van het project worden de bestanden voor een periode van 10 jaar gearchiveerd. De geanonimiseerde transcripten worden beschikbaar gesteld voor andere onderzoekers. Hierbij wordt de Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit gevolgd.

Toestemmingsformulier

Ik heb het informatieblad ontvangen en begrepen	Ja / Nee
Ik heb de mogelijkheid gekregen om vragen te stellen over het onderzoek	Ja / Nee
Ik ga akkoord met deelname aan het onderzoek	Ja / Nee

Deelnemer

Handtekening:

Naam:

Datum:

Onderzoeker

Handtekening

Naam:

Datum:

7.3 Bijlage 3: Respondenten

R1: respondent 1 is een alleenstaande man van 54 jaar en sinds 1990 woonachtig in Amsterdam.

Hij is van Nederlandse afkomst en beschrijft zichzelf als atheïstisch. Hij is sinds zijn komst in 1990 naar Amsterdam Ajaxfan. Hij werkt als bedrijfsleider in de horeca.

R2: respondent 2 is een getrouwde man van 57 jaar en bijna zijn gehele leven woonachtig in Amsterdam. Hij is geboren in Amsterdam en van half Marokkaanse afkomst. Hij heeft 1 kind en beschrijft zichzelf als atheïstisch. Hij werkt op een hogeschool en doet een master in data science. Hij is al sinds kinds af aan Ajaxfan.

R3: respondent 3 is een samenwonende man van 64 jaar, woonachtig en geboren in Landsmeer, regio Amsterdam. Hij beschrijft zichzelf als atheïstisch en heeft 1 kind. Hij werkt op een hogeschool.

R4: respondent 4 is een samenwonende man van 59 jaar, woonachtig in Amsterdam en geboren in IJmuiden. Hij heeft twee kinderen en beschrijft zichzelf als atheïstisch/spiritueel. Hij werkt in de zorg en is al sinds kind Ajaxfan.

R5: respondent 5 is een getrouwde man van 51 jaar en geboren en woonachtig in Amsterdam. Hij beschrijft zichzelf als atheïstisch en heeft twee kinderen. Hij is eigenaar van een voetbalclub en al sinds kinds af aan Ajaxfan.

R6: respondent 6 is een alleenstaande man van 60 jaar en geboren en woonachtig in Amsterdam. Hij heeft twee kinderen en beschrijft zichzelf spiritueel. Hij is arbeidsongeschikt en is al sinds kind af aan Ajaxfan.

