



MALMÖ HÖGSKOLA

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 28 februari 2007
Klicka här för utskriftsvänlig pdf-fil

Innstilling fra sakkyndig komité som har vurdert Arve Hjelseths avhandling Mellom børs, katedral og karneval. Norske supportereres forhandlinger om kommersialisering av fotball for graden dr.polit ved Universitetet i Bergen



Mats Franzén

Institutet för bostads- och urbanforskning, Uppsala universitet

Matti Goksøyr

Norges idrettshøgskole

Mette Andersson

Sosiologisk institutt, Universitetet i Bergen

Arve Hjelseth, som bidragit med en [artikel](#) till denna uppdatering av idrottsforum.org, disputerade den 15 december 2006 vid Sociologisk institutt, Universitetet i Bergen, på avhandlingen *Mellom børs, katedral og karneval: Norske supporters forhandlinger om kommersialisering av fotball*. Doktorandens väg fram till den faktiska disputationsakten är lång, de vet alla som varit där eller är på väg, även om de flesta nog också menar att de där sista 2-3 timmarna är den värsta biten, som upploppet i ett medeldistanslopp. Också för Arve Hjelseth har resan varit lång, och involverat ett omfattande och tidsödande empiriskt arbete, nämligen att gå igenom 2182 inlägg på norska diskussionssidor på nätet, fördelade på 42 diskussioner. Av detta har det blivit en mastig avhandling på 400 sidor, som i skrivande stund vilar tryggt i händerna på en dansk

klubb fotbolls ekspert; vi räknar med att kunna publicera recensionen i maj månad.

Det sista hindret på vägen fram till disputationsakten i det norska förfarandet är sakkunnigkommitténs utlåtande, som är avgörande för om avhandlingen "er verdig til å forsvares offentlig i disputas". I Arve Hjelseths fall bestod denna kommitté av tre ledande nordiska idrettsforskare, [Mats Franzén](#), Uppsala universitet, [Matti Goksøyr](#), Norges idrettshøgskole, och [Mette Andersson](#), Universitetet i Bergen. I utlåtandet, daterat ca en månad före disputationen, redovisar kommittén ingående avhandlingens upplägg, teori, metod och resultat. I en andra del anförs kritiska kommentarer på innehållet, och i en tredje, kort, avslutande del redovisar man sin slutsats. För Hjelseths del blev det att hans avhandling förvisso inte är klanderfri, men dock i första hand grundlig, bra, välskriven och originell, och den befinner sig således värdig att försvaras offentligt. Och resten är, som man säger, historia.

I. Beskrivelse av arbeidet

Arve Hjelseth har levert en stor monografi til bedømming for dr. polit.graden. Avhandlingen er på over 400 sider, fordelt på 12 kapitler og 3 hoveddeler. Hjelseths hovedtema er hvordan norske fotballsupportere forholder seg til kommersialiseringen av norsk fotball etter 1990. Spørsmålet er hvordan kommersialiseringen påvirker supporterkultur og praksiser i møtet mellom fotballens fenomenologi og dens politiske økonomi. Kommersialisering forstås langs tre hoveddimensjoner: kommodifisering, institusjonell omforming og spektakularisering. Disse dimensjonene er utgangspunktet for Hjelseths teoretiske og empiriske analyse.

Studien tilegnes norsk fotball og norske fotballsupportere, men bygger på engelske erfaringer og perspektiv, særlig når det gjelder motsetningen mellom supportere og kommersialisering. Hjelseth hevder det er nødvendig med et fenomenologisk perspektiv for å gripe fotballens bevisste forhold til sin historie. Identitet, doxa og fotballkulturell kapital er tre sentrale begreper. Videre er klubbens ulike interesser i en bred politisk-økonomisk ramme, og begrepene sorti, protest og lojalitet, viktige temaer.

Avhandlingen er organisert i tre deler. Andre del omhandler teoretiske og metodiske spørsmål (tre kapitler), og tredje del utgjør fire kapitler med empiriske analyser og et sammenfattende kapittel. De tre kapitlene som utgjør avhandlingens første del, om fotball mellom lidelse, tradisjon og modernisering, utgjør konteksten for den videre analysen.

I del en diskuterer Hjelseth først fotballen som spill og ritual – dens fenomenologi – og redegjør for fasinasjonen ved denne idretten. For tilskuerne handler det mer om uforutsigbarhetens attraksjon enn om underholdning. Fotball er en alvorlig sak for supporterene, et utgangspunkt både for lidelse, engasjement og tilhørighet. Identifikasjon med eget lag innebærer solidaritet innad og ritualisert rivalisering med andre lag. Hjelseth demonstrerer dette ved hjelp av litterære fotballberetninger av fire forfattere fra forskjellige generasjoner, norske og engelske.

Kapittel tre og fire utforsker fotballens politiske økonomi og publikum i et historisk perspektiv der året 1990 anses som et vendepunkt: på 90-tallet førte kommersialiseringen til konflikter mellom supporterne i England. Historikken fram til 1990 handler om fotballens formalisering, institusjonalisering og profesjonalisering i England og Norge, men også publikumsutviklingen numerisk og kulturelt. I motsetning til i England sammenfaller nyorienteringen i norsk fotball med utviklingen av en selvstendig supporterkultur omkring 1990. Etter 1990 intensiveres kommersialiseringen i begge land, Hjelseth snakker om en ny fotballvirkelighet; postfordismens nye konsumentkultur og kunderolle får også betydning for fotballen og dens markedstilpasning. Det er imidlertid flere særtrekk ved fotball som begrenser rekkevidden til den økonomiske rasjonalitet som kjennetegner næringslivet. Også den norske fotballen ble kommodifisert når sponsor- og reklameinntektene ble viktigere, selv om den institusjonelle omformingen ble liten (Royal League) og spektakulariseringen ikke spesielt sterk. I England har utviklingen kommet lengre, men har også møtt motstand fra den nye supporterkulturen. Avhandlingens tredje del behandler dette.

Avhandlingens andre del tilegnes begreplige og metodiske spørsmål. Hjelseth setter sammen sitt eget begrepsapparat fra ulike perspektiver. Supporterkultur kan forstås som et spørsmål om selvidentitet og identitetsforhandling. Hjelseth diskuterer utførlig identitetsforhandling og betoner dets rituelle karakter; fotball kan nemlig forstås som religion med

eget interaksjonsritual. Selvidentitet beretter om hvem fotballsupporteren er, ikke minst for supporterens selv. Denne identitet forhandles framfor alt på to arenaer; kamparenaen og andre offentligheter der fotballkulturen drøftes. Koblet til identiteten – som et slags parallellfenomen – finnes en forestilling om fotballens vesen, eller supporterfeltets doxa. Kunnskap om denne doxa, taus eller verbal, medfører i følge Hjelseth at man har fotballkulturell kapital og at det eksisterer et supporterfelt. Supporterreaksjoner på fotballens kommersialisering vil Hjelseth forstå med begrepstriaden sorti, protest og lojalitet.

Hjelseth foreslår at vi forstår fotballens tilknytningsformer som ulike holdninger til fotballens kommersialisering. Ut fra den engelske forskningen konstruerer Hjelseth en typologi over supporterholdninger. Det er særlig Giulianottis postmoderne taksonomi av tilskuertyper og Kings tanker om "new consumer fans" som er utgangspunkt for Hjelseths egen typologi. Konstruksjonen munner ut i to dimensjoner: en som går mellom polene deltager- og konsumorientering, og en mellom polene tradisjons- og moderniseringsorientering. Når dimensjonene kombineres får man fire supportertyper: *kritikere*, som er imot kommersialiseringen i alle dens former, *konformister*, som ikke er mot kommodifiseringen men kommersialiseringens andre former; *fornyere*, som er for alle tre dimensjoner, og *eksklusive supportere* med et aggressivt mannlig engasjement. De symbolske stridene på supporterfeltet skal forstås som et spill mellom disse typene. Viktig er det også hvordan supportere forholder seg til lagets øvrige tilskuere: utestengning eller inkludering.

Metodekapitlet tar opp en rekke spørsmål av betydning for avhandlingen. Hjelseths interesse for emnet har sitt utgangspunkt i en inngrodd supporters ubehag stilt ovenfor fotballens utvikling; han mener at dette ikke svekker resultatenes intersubjektive gyldighet. Hvordan kan man da nærme seg emnet? Hjelseths forslag er å undersøke diskusjonsgrupper på internett. På tross av problemer med for eksempel innleggenes ærlighet, har ansatsen flere fordeler. Foruten et bredt utvalg, kan faktiske diskusjonsgrupper analyseres; i disse gruppene forhandles identiteter og hva som er legitimt å gjøre i ulike situasjoner; videre er det supportere som bestemmer hva som skal diskuteres; data er også etterprøvbare.

Foruten VG Netts debattside (VGD) består utvalget av seks diskusjonsgrupper fra supporterklubbene selv – alt fra årene 2004-5. Med utgangspunkt i innleggens rubrikk identifiseres 42 diskusjoner som relevante (i alt 2182 innlegg), av dem 34 fra VGD. De diskusjonene som ble valgt ut som relevante var de som angikk kommersialiseringen i dens tre dimensjoner og supporterkulturen som sådan. Fordelingen på ulike tema var ujevn. Analysen – som er temasentrert – begynte med en håndfull begreper, mens andre begreper ble tilført etter analysen av data. Analysen tar utgangspunkt i utvalgte sitater, men det legges en viss vekt på hvordan debatten utviklet seg.

Hjelseth diskuterer undersøkelsens validitet og reabilitet. Et validitetsproblem ligger i at data ikke har kunnet tilpasses undersøkelsens problemstilling, et reliabilitetsproblem i den konteksteffekt som selv genren genererer. Det blir dermed viktig å fastslå hva en diskusjonsgruppe er. De er en slags egne samfunn med egne normer, men temporært medlemskap, og de fleste deltakere er menn.

Del tre av avhandlingen – som i omfang tilsvarende de to første delene eller drøye 200 sider – innledes med et mer allment kapittel om supporterliv (praksisformer) og supporternormer. Fotballinteressen er knyttet til en klubb, som regel lokalt, og man rekrutteres gjennom familie eller venner, valget er "FÖGA" refleksivt. En viktig supporternorm er å støtte klubben i vått og tørt, men hvis klubben svikter kan lojaliteten settes på prøve, også for en ekte supporter som ser seg som en del av klubben. Supporterne danner et sterkt vi. Mellom dem finnes likevel en spenning – et spill mellom det eksklusive og det velkommende – i forhold til øvrige tilskuere, som for eksempel familiesegmentet. Normen om aktivt engasjement – å fullt ut delta i ritualene – for klubben er det sterk oppslutning om, men normen er ikke entydig. Spenningen mellom eksklusivitet og bredde gjentas her. Supporterne etablerer fortløpende en rekke distinksjoner i disse forhandlingene; de sorterer hverandre. De er dog alltid deltakere, ikke passive fotballkonsumenter. Derimot skiller de seg ikke markant langs dimensjonen tradisjonell-moderne. Hva slags sosial prosess selve debattene utgjør er vanskeligere å bestemme.

Kommodifisering handler om at klubbens produkter blir varer og tilskuerne kunder. Hjelseth spør om i hvilken grad supporterne kan akseptere denne profanering av fotballens symboler og verden. Få supportere utvikler tross alt motstand mot kommodifiseringen mer generelt, de kjøper for eksempel trøyer i klubbfarene. Her er det en mer generell ambivalens mellom på den ene siden ekthet – som rene drakter med diskret reklame – og klubbens styrke – som jo er kommersielt avhengig, mellom renhet og pragmatisme. Kommodifisering av selve kampen møter derimot mer

intens motstand, som ulike sponsorinitiativ: Kampen, inklusive oppvarmingen, tilhører nemlig publikum, særlig den mer deltakende delen. Deltagerorienteringen hevder her sin rett. I forhold til spørsmålet om betal-TV er supporterne mer delt. Motstanden mot kommodifiseringen er ikke entydig, men gjelder først og fremst det som truer klubbens symboler og publikumsritualer. Mange støtter kommodifiseringslogikken. Supporterne er kritikere eller konforme, få er fornyere.

Undersøkelsen av supporterens forhold til institusjonell omforming tar for seg tre temaer: nye turneringsformer, regelendringer og spillestil. Hypotesen her er en sterk tradisjonsorientering. Noen nordisk superliga kan supporterne heller ikke tenke seg, men Royal League kan aksepteres som en form for bedre treningskamper; spill høst-vår avvises. Ålesundstreneren Normarks forslag til regelendringer som for eksempel effektiv spilletid avvises også, av mange nærmest foraktfullt. Doxaens prinsipielle selvklarheter behøver ikke argumenteres for, selv om det var argumenter i den såkalte tråden. Spørsmålet om spillestil – der effektivitet står mot estetikk – har bare indirekte sammenheng med kommersialisering, men Hjelseth mener at spillestilen har en viktig funksjon for fotballens plass i populærkulturen og derved får kommersiell relevans. I diskusjonen forsvarer defensiv fotball med at fotball ikke er underholdning, men hvilken fotball som fasinere avhenger av hvilke lag de ulike supporterne holder med. Diskusjonen om Drillostilen kom interessant nok til å handle om hvorvidt den er effektiv eller ikke; lag som spiller attraktiv fotball synes å være viktigere for andre lags enn for eget lags supportere. Doxaen går mot regelendringer og nye konkurranseformer men har ingen uttalt orientering i spørsmålet om spillestil; tradisjonsorienteringen er påtakelig.

Med spektakularisering forstår Hjelseth tiltak som skal gjøre rammen omkring kampen mer attraktiv. Tiltak kan initieres av arrangør, supporter eller andre. Det antas at hvem det er som initierer tiltak har betydning for supporterens forhold til dem. Arrangørledede spektakler avvises nærmest gjennomgående, ikke sjelden i foraktfulle ordelag. Spektakler initiert av andre deler av publikum – som bølgen eller tannbørsten – aktiverer supporterdilemmaer om hvorvidt man skal forholde seg in- eller ekskluderende. Når det gjelder egeninitierte spektakler er sangen sentral; tifoer er mer problematiske, særlig pyroteknisk tifo, mens tromme har blitt akseptert. I diskusjonene her står den fotballkulturelle kapitalen på spill. Trolig dreier dette seg om generasjonsforandringer.

Avhandlingens hovedkonklusjon er at kommersialiseringen møter motstand når det utfordrer supporterens sentrale ritualer og symboler. Supporterne ser ikke på seg selv som kunder, de er en del av klubben. Deres holdninger til kommersialiseringen bestemmes av dette, samt av normen om å følge laget i vått og tørt. Blant supporterne utvikles det flere ulike distinksjoner i møtet med kommersialiseringen. Motstanden mot kommodifisering er betydelig, særlig i forhold til kamparrangementet, mens det er en pragmatisk forståelse for klubbens behov for penger. Supporterne er svært konservative når det gjelder institusjonell omforming, mens spektakularisering er greit så lenge den er egeninitiert. Bak disse holdningene ligger supporterfeltets doxa.

Men feltet har sin heterodoksi. I materialet kan ulike supportertyper som kritikere, eksklusive, konformister og fornyere identifiseres, selv om de sistnevnte er få. Hegemonien på feltet balanserer mellom kritikerne og de eksklusive. Supportere er lojale, derfor kan de protestere mens sorti ikke er aktuelt. Den overordnede normen er å alltid støtte klubben, men den er så allmenn at den ikke alltid kan tillempes. Hjelseth ser også hos supporterne en manglende vilje til selv å ta regien. Fotballens utvikling er ikke entydig. Kommersialisering har delvis måttet vike for supporterkulturen, som dessuten er i vekst. Fotball kan ses på som populærkultur, men i den finnes et alvor av nærmest eksistensielle mål som peker på noe annet.

II. Kommentarer/kritiske punkter

Metode

Doktoranden har analysert nettdiskusjoner blant fotballsupportere, nærmere bestemt på VG-nett, Norges største nettbase med 1 mill. lagrete innlegg. Dette inviterer til spørsmål og kommentarer angående *utvalget*: terskel, tilgjengelighet og representativitet. Hvorfor akkurat VG-nett? Indikerer ikke nettopp størrelsen at her kan "alle" trykke på knappen og sende inn relativt ufordøyde tanker og meninger? Er ikke dette det største "hummer og kanari" nettstedet i Norge? Er det tilgjengeligheten som gjør at doktoranden leter akkurat her?

Doktoranden er opptatt av supporterens selvforståelse (bl.a. s.169). En kan stille spørsmål ved om et åpent nettsted som VG-nett er et sted for dype refleksjoner angående selvforståelse. Barrieren for å skrive der kan anses som lav i forhold til

andre opinionshandlinger som krever lengre tid, som for eksempel å sende inn leserbrev. Hjelseth kunne med fordel vært mer presis i beskrivelsen av hvem utvalget hans består av. Hva er forholdet mellom dem som skriver på disse nettstedene og dem som faktisk går på kampene i supporterområdet? Han holder seg mye til supportere av Vålerenga (eget lag), men problematiserer i liten grad at dette er en klubb med langt flere medlemmer av supporterklubben enn de som faktisk går på kamper – og at dette er spesielt i forhold til andre store klubber.

De fleste tråder/innlegg Hjelseth analyserer stammer fra en stor webarena for allment interesserte, mens en mindre del kommer fra webarenaer knyttet til bestemte lag. Hva betyr det for resultatene at de fleste data kommer fra et klubbovergripende forum? Tannbørsten er her et interessant eksempel (11.3.2). Tannbørsten er symbol for, og tradisjon blant, Bodø/Glimts supportere. Ikke nok med det, den ble introdusert lenge før den moderne supporter-kulturen kom til Norge fra England omkring 1990. Andre lags supportere så på tannbørsten som "harry", den ble ikke akseptert, men er det et argument mot tannbørsten som supporterinitiert spektakularisering og en del av moderne supporterkultur? Hjelseth setter den *på grensen* mellom supporter – og andreinitiert aktivitet, men er problemet ikke hvem sin supporterkultur det er spørsmål om? Rivalisering mellom klubbens supportere også på det symbolske nivået hører vel med? Eller er det bare en type kjernenormer som gjelder? Og videre: Er det bedre om de stammer fra England enn fra Bodø som Hjelseth synes å mene? Og hvem andre enn supporterne kan ha funnet på spektakler? Jordan?

Avhandlingens empiri "består i hovedsak av innlegg på diskusjonsgrupper om fotball på internett" (177). Det som analyseres er "faktisk *diskusjonsgrupper*, ikke bare arenaer hvor debattantene bekjentgjør sitt syn på ulike spørsmål". Gitt spørsmålsstillingen identifiseres de interessante diskusjonsgruppene via "diskusjonstrådenes titler" (178). 42 diskusjoner tilsvarende 2183 innlegg er det empiriske grunnlaget for analysen i kapittel 8-11. Hjelseth sier at "analysen er temasentrert" (190) og at den konkret tar sitt "utgangspunkt i utvalgte sitater" (190). Men hva er egentlig avhandlingens *analyseenhet*? Analysen utgår fra valgte sitater men er samtidig å anse som temastyrt. Iblant fokuserer Hjelseth på selve diskusjonstråden, og betydningen av hvor den begynner for den videre utviklingen av diskusjonen. Her påpekes for eksempel at noen kan spille rollen som djevelens advokat. Men dette gjøres ikke konsekvent. Dette taler for at hvert innlegg utgjør en undersøkelsesenhet. Det er dermed en viss ambivalens i forhold til hva som i praksis utgjør analyseenheten i undersøkelsen.

Kandidaten kunne også med fordel ha undersøkt *diskusjonens former* nærmere. Et av avhandlingens viktige bidrag omhandler hvordan supportere lager distinksjoner og drar grenser mellom dem selv og andre tilskuere (konstruerer identitet). Men alle diskusjoner er ikke av den typen. Noen kan handle om hva som er bra for eget lag, eller hvilken type fotball som er effektiv, en mer kognitiv enn moralsk diskusjon. Mens en del diskusjoner berører supporterne direkte, har andre en mer indirekte funksjon. Med andre ord kan man si at en del diskusjoner er viktigere for supporterne enn andre, og at dette kan avgjøres allerede i deres former. Avhandlingen hadde vunnet på en konsekvent foranalyse. Nå finnes det viktige ansatser i den retningen, men i blant kommer Hjelseth inn med egne tolkninger av diskusjonens innhold, hva den handler om og er relevant for. Da leser han diskusjonen som en indeks til supporter-kulturen/-feltet uten å diskutere *indeksikalitetens art*. En diskusjon av indeksikalitet ville vært fordelaktig siden data fra internett-sites preges av tekstualisering (eller avkontekstualisering), samtidig som det ikke er den arenaen som sådan som er interessant. Analysen er jo rettet mot supporter-kulturen og særlig supporter-kulturens doxa.

Hjelseth har en viss tendens til å styre analysen etter sin egen forforståelse av hva som er relevant. For eksempel postulerer han at en viktig supporternorm er å støtte klubben i vått og tørt (8.3), eller at supportere dyrker samhold og fellesskap (8.4). Han har dessuten en påtakelig tendens til å *behandle det kvalitative materialet med diskusjonstråder/innlegg kvantitativt*. Det fokuseres ofte på hva som er vanlige tendenser (som understøtter tanken på at hvert innlegg ses som en undersøkelsesenhet) (eksempel s. 222, s. 324, s. 369, s. 373).

Historisk og komparativt perspektiv

En innvending (ang.s.313) er på sin plass når Hjelseth beveger seg inn på fotballhistorie. Han beskriver overgangen fra the "dribbling game" til the "passing game", og beskriver dette som en overgang fra borgerlig/aristokratisk individualisme til arbeiderklasse-kollektiv mentalitet. Han framstiller denne historievarianten altfor kategorisk når hans hovedreferanse er eldre litteratur (Walvin 1975). Nyere forskning har nyansert den romantiske framstillingen om tidligere tiders arbeiderklassesolidaritet i fotballen betraktelig. Hjelseth er også uklar på borgerskapets rolle mellom det aristokratiske og arbeiderklassen.

I kapitlet "Musikkens plass i fotballen" (s. 344) kommer Hjelseth i skade for å avsløre a-historiske holdninger til forholdet mellom engasjerte tilskuere og publikum, og en uklar framstilling av hva som er engelske og hva som er norske forhold. En kan få inntrykk at Norge fulgte England her (også). Og dermed at etter 1970 ble samspillet (musikk – fotball) "gradvis mindre tydelig". Hjelseth skriver at det var først i 1990-årene at musikk og fotball igjen ble tettere integrert. Dette gjøres uten at det presiseres om det er norske eller engelske forhold vi får høre om videre. Det går fram av sammenhengen at det er norske forhold som diskuteres, men beskrivelsen stemmer ikke med norske forhold. I 1974 ga Thues ensemble (en fortsettelse av popgruppen Saft som var mestselgende i Norge i denne perioden) ut den første Brannsang på plate (vinyl). Seinere fulgte en rekke kassetter med mer eller mindre imponerende musikkinnhold. Om musikkstilen ikke var like rockete som på 90-tallet, var det like fullt en sterk kobling mellom populærmusikk og fotball (AH nevner Elton John som det eneste eksemplet på en kobling i England og overser dermed "størrelser" som Rod Stewart og andre).

Den påståtte utviklingen i forholdet mellom supporterne og det Hjelseth kaller "nye grupper" (familiesegmentet) anses som noe lettvinnt. Behandlingen av supportere i forhold til andre grupper av publikum usynliggjør en gruppe som først nevnes på s.404, nemlig de tradisjonelle tilhengerne ("followers"). Dette er en gruppe tilskuere som typisk har lengre tradisjoner som fotballtilskuere enn "supporterne", som i følge Hjelseth begynte å gjøre seg gjeldende rundt 1990. Før s.404 er disse utdefinert, og Hjelseth er bare interessert i supporterens forhold til familiesegmentet. På mange norske fotballarenaer (minus Vålerenga) utgjør disse en langt større gruppe enn de organiserte supportere, og de er/har vært engasjerte. Supporternes syn og innflytelse på disse, som altså var der før dem, kunne det vært interessant å høre om. Er denne formen for engasjement (også syngende), som dominerte på tradisjonelt livlige arenaer før i tiden, blitt påvirket av de nye supporterne, er de blitt passivisert? Dette ligger antakelig utenfor Hjelseths interessefelt, men det er likevel en gruppe som kunne vært synliggjort i forhold til de nyere supporterens "selvforståelse".

Forholdet mellom Hjelseths utvalg (fra webarenaer) og den bredere supporterkultur og –felt åpner for mer generelle spørsmål: Dels om supporterkulturens enhetlighet, dels spørsmål om supporterkulturens utvikling (prosess). I Hjelseths analyse finnes en *asketisk tendens* som risikerer å gjøre den importerte supporterkulturen fra England til den autentiske supporterkulturen. Tannbørsten er et eksempel på det, men det blir også påtakelig i analysen av tifo (en praksis importert fra latin-Europa).

Analysen trekker ofte inn supporterens distinksjoner mellom fotballsupportere og supportere av håndball-, ishockey-, og basketball-lag (for eksempel s. 295, 342, 356, 404). Disse idrettene anses som mer kommersialiserte og supporterne som mer konforme enn fotballsupportere. Hjelseth kunne her ha gått lengre i drøftingen av de symbolske grenser som supporterne trekker i forhold til andre idretter. Dette blir stående litt ukommentert, men det gir sentral informasjon om det fotballkulturelle feltet.

Analyse – Kommersialisering og supporterkultur

Avhandlingens objekt er hvordan supportere forholder seg til fotballens kommersialisering. Hjelseth tar for seg tre kommersialiseringdimensjoner: kommodifisering, institusjonell omforming/fornyelse samt spektakularisering. Av disse tre dimensjoner er det imidlertid kun kommodifiseringen som entydig kan sies å handle om kommersialisering. Kommersialiseringen forstås hovedsakelig som den nye fotballvirkeligheten på 1990-tallet og særlig i England, som kultur, økonomi og fotball under postfordismen, som konsumkultur med kunde(rolle)n i sentrum (4.2.). Den andre siden av utviklingen er at tradisjonelle tilskuergrupper, hovedsakelig fra arbeiderklassen, har blitt ekskludert fra arenaene. Dette er kommodifiseringens, den institusjonelle omformingens, spektakulariseringens, samt supportermotstandens samtidshistoriske sammenheng (selv om nå Norge og England som analysen viser ikke er riktig samme sak).

Men supporteren har alltid kjøpt sin billett til kampen og formelt sett alltid vært *kunde* (jfr. s. 157). At han/hun ikke har oppfattet seg som kunde er en annen sak, et spørsmål om hvordan den solgte varen – kampen? – konsumeres, som skjer sammen med andre, som heiende på det en laget og så videre. Kjøp og konsumprosess er atskilte gjøremål. Kunderollen er en formalitet i sammenhengen, en liberal fiksjon, som det gjelder å ikke gjøre til noen markedsdemon. Men Giulianotti og King identifiserer en slags fotballkonsumenter i England, og Hjelseth følger deres spor (den nye fotballsosiologien). I den sammenhengen blir klubbens varemerke interessant som en utvetydig kommersialisering av

språket, men står det i motsetning til supporterkulturen? Ikke nødvendigvis: Å bygge et *varemerke* innebærer å bygge et slags monopol, å få trofaste kunder som ikke bytter produkt hele tiden. Så supportere og varemerker står ikke i noen nødvendig motsetning til hverandre: Supporteren følger lojalt sitt lags kamper og velger nesten alltid voice framfor exit som Hjelseth viser. Supporteren stiller opp og betaler, særlig når det ikke er en medgangssupporter. Hjelseth snakker om en slags *supporter-kunde* i sammenhengen som først og fremst har en *markedsidentitet* (s. 160). Men hvordan kan en slik tenkes og hvordan ser den ut? Den fortsatte analysen lykkes ikke helt å identifisere denne markedsaktøren.

Å forstå dette under samlebegrepet kommersialisering er kanskje ikke helt vellykket.

En annen kommentar i skjæringsfeltet mellom kommodifisering og institusjonalisering dreier seg om *utvidelsen* av det fotballkulturelle feltet. Hva betyr det for eksempel for identiteten som fotballsupporter at Dagbladet markedsfører seg som "fotballavisen" og at mediedekningen av fotball har eksplodert, både i forhold til nasjonale og internasjonale lag?

Når det gjelder analysen av *institusjonell* omforming er *forholdet mellom det nasjonale og internasjonale* for lite belyst. Supporternes protest er i Hjelseths framstilling hovedsakelig rettet mot klubbene, egne klubber, og deres voksende kommersielle preg. Men regelendringer og spillestil som trekkes inn her er vanskelig å diskutere bare ut i fra en norsk kommersiell ramme. Regelendringer må bestemmes internasjonalt. Voice-reaksjoner mot dette vil da ha en annen adressat enn det Hjelseth ellers skriver om. Dette er ingen stor innvending, men Hjelseth kunne likevel her ha benyttet anledningen til å diskutere supporterens og fotballspillet internasjonale orientering og supporterreaksjoners globale karakter (hvis man altså retter sin vrede like mye mot FIFA-pamper som mot hjemlige direktører).

Hjelseth skriver om supporterens forhold til ikke-lokale spillere i den nye fotballhverdagen etter Bosman-dommen. Det kunne vært interessant med en analyse av supporterens holdninger til kjøp av utenlandske spillere. En slik analyse kunne gitt avhandlingens hovedtema, forholdet mellom kommersialisering og supporterkultur, en ekstra dimensjon. Det hadde også vært interessant med en drøfting av hvorvidt kravet til autentisitet influerer på supporterens holdninger til seg selv; er ikke-lokale supportere like autentiske som de lokale? Det kunne vært mulig å koble dette til trekk ved kommersialisering. Hjelseth drøfter også et flytende begrep som *spillestil* i forbindelse med det institusjonelle, uten å overbevise om at det hører hjemme her. Det er et interessant tema, men i Hjelseths analyse faller det mellom to (eller flere) stoler. Han sier at han ikke gir en utfyllende beskrivelse, men bruker samtidig mye plass på å fortelle oss ting som strengt tatt ikke er helt relevant for hans egen problemstilling. Hjelseth havner på den kjente slutning at estetikk betyr noe i fotball, men at dens forhold til det kommersielle er tvetydig. Det er kommersielle interesser knyttet til både det estetiske og det resultatorienterte. Hjelseth lykkes ikke i å feste den ene eller andre merkelappen på de mest kommersielt innstilte supporterne. Her blir det også et uklart analysenivå mellom landslag og klubbagg.

I analysen av supporterinitiert *spektakularisering* analyserer Hjelseth normene som under stadig testing som følge av interne konflikter på supporterfeltet. Han analyserer det ikke som et spørsmål om at det kreative og innovative ofte i begynnelsen blir ansett som avvikende og så etter hvert vinner legitimitet. I stedet vil han forstå spektakularisering som et mål i seg selv, til forskjell fra for eksempel sangen, som (bare) er et middel for å styrke det egne laget. Tifo derimot hører til rammen, ikke til kampen; tifo er et mål i seg selv, ikke et middel (s. 362 særlig); stemning blir dermed et mål i seg, ikke (bare) et middel (s. 376). Men tifo har blitt akseptert, praksis endres, konstaterer Hjelseth (378ff): De overordnede supporter normene står fast – med sangen? – mens praksisens uttrykk forandres. Også trommen aksepteres uten større motstand (s. 373): Supporterkultur er kanskje ikke så konservativ som Hjelseth framstiller den? Poenget er kanskje helt enkelt at supporterkulturen må være egeninitiert? Spørsmålet er om ikke også rammen kan bli en del av støtten til eget lag?

Hjelseth framhever helt riktig supporterkulturens mannlige fortegn. Spektakulariseringen, i minste den arrangørinitierte, kritiseres på et *sexistisk* vis: den ses som kosmetikk, som kvinnelig, som fotballmuss av supporterkulturens konservative. Hjelseth gir en rekke belegg for dette – s. 339, s. 340, s. 346, s. 347, s. 349 – men hans konklusjon betoner deltakeraspektet som avgjørende for supporter motstanden, som dessuten er av en prinsipiell type. Dette er for så vidt greit, men hva har sexismen å fortelle om supporterens motstand? Akkurat her blomstrer den jo for fullt.

Klubbidentifikasjon og fotballens fenomenologi

Et viktig resultat er at supporterene ikke er en særlig refleksiv aktør – et resultat som står i motsetning til for eksempel Giddens syn på senmoderne identitet. Som regel velger man en lokal klubb, hvilket gjør ”argumenter overflødige”, d.v.s. at det ikke finnes noe å argumentere om. (s. 205). (Man kunne si at klubben velger sine supportere like gjerne som det motsatte). Supporteren agerer ikke som en kunde. I stedet skulle man med Hans Joas her kunne identifisere en før personen det gjelder *grunnleggende verdibinding* (nærmest et kall): Slike oppstår, mener han, ikke fra hensikter, selv om vi opplever i dette et ”jeg kan ikke annet”, en sterk verdibinding, men ikke som innskrenkning, men som uttrykk for frivillighet, bak dette ligger en slags avgjørende hendelse, men en slik hendelse hadde nok krevd intervjuer for å kunne identifiseres?

Diskusjonen av refleksivitet når det gjelder valg av klubb kunne vært klarere koblet opp mot det Hjelseth forstår som ”fotballens fenomenologi”. Forholdet mellom doxa og identitetsforhandlinger blant supporterne forblir noe uklart. Ved en nærmere drøfting av fenomenologisk teori kunne dette forhold muligens ha blitt klarere. Hjelseth har, som han selv understreker, valgt å ha et eklektisk teoretisk perspektiv. Dette fungerer rimelig godt i avhandlingen, men det innebærer samtidig at grunnlagsdiskusjoner omkring forholdet mellom refleksivitet, identitetsforhandling og ulike nivå av bevissthet/refleksjon, ikke kommer godt nok fram.

III. Konklusjon

Selv om komiteen har en del kommentarer til Hjelseths arbeid, mener vi at avhandlingen representerer et grundig, godt og originalt arbeid. Avhandlingen er godt skrevet og den bærer preg av en moden og reflektert forsker. Arbeidet gir ny kunnskap om norske fotballsupporteres forhold til kommersialisering i fotballen, og det gir sentrale innspill til mer generelle problemstillinger innenfor idretts- og kultursosiologi. Det er de empiriske analysene av supporterens forhold til kommersialisering, samt den kritiske drøftingen av annen forskning, som er avhandlingens komparative styrke.

Komiteen finner avhandlingen verdig til å forsvares offentlig i disputas.

Dato: 13.11.2006

Mats Franzén Matti Goksøyr Mette Andersson

Copyright © Mats Franzén, Matti Goksøyr & Mette Andersson