

# *Beckham – mannen, myten och varumärket*

**Peter Dahlén**

Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen

Publicerad på Internet, [www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org) 2003-12-09.

Copyright © Peter Dahlén 2003. All rights reserved. Except for the quotation of short passages for the purposes of criticism and review, no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the author.

Det är söndagen den sista november, hustru och barn är ute på sitt medan jag sitter och mysläser en fin bok av Ellis Cashmore om fenomenet *Beckham* (Polity Press, 2002), som jag skall recensera på [idrottsforum.org](http://idrottsforum.org). Efter ett par timmars läsning lägger jag ifrån mig boken för en matpaus, och passar då på att bläddra i den extratjocka söndagsutgåvan av lokalbladet BT (*Bergens Tidende*). En av de söndagstypiskt lättsamma helsidesartiklarna handlar om vikten av att få till en snygg och korrekt slipsknut inför de stundande jul- och nyårshögtiderna, då det gäller att vara stilfullt representativ och även i övrigt en prydnad för sitt kön vid julbord och inför släkt, kyrkobesökare och andra.

Artikeltexten beledsagas av sex illustrationer. Uppe till höger finns tre små ansiktslösa bilder med exempel på rätt och felaktigt knutna slipsar. Nere till vänster finns ett större fotomontage av en man som jobbar med att knyta sin slips, och ovanför honom finns inramade bilder av två män, som vi ser ansikte och bröstparti på. Dessa behärskar uppenbarligen slipsknytandets ädla konst eftersom de båda stoltserar med ett par väl valda och snyggt påtagna slipsar. De två männen är Bergen kommuns nye ordförande, tillika Norges kaffekung Herman Friele (det är just kaffe av märket Friele, som närmast har monopol i Norge, som jag dricker vid läsningen av artikeln), samt David Beckham. Vem Friele är vet de allra flesta bergensare, efter de många artiklarna om honom i samband med kommunvalet nyligen. Att den andra mannen är fotbollsspelare framgår inte av artikeln, och deras namn finns inte under fotografierna. Att det är just David Beckham som figurerar vid sidan av Friele är en slutsats man om inte annat kan dra av artikelns inledande rader:

Den ser så lett og naturlig ut for enkelte. For eksempel borgermester Friele og David Beckham. Selv om slipsknutene deres er vidt forskjellige [olika], så utstråler

antrekkene deres eleganse. De har neppe problemer med knuten, eller kanskje de har folk til slikt? Da er det verre for mange andre. Som har glemt knuten siden sist.

Frieles och Beckhams klass och elegans understryks av att båda två framställs i vad som mycket påminner om en miniatyrmålning. Just porträttminiatyren utvecklades på 1500-talet ur det senmedeltida bokmåleriet och guldsmedskonsten och förekom särskilt på 1700- och 1800-talen inom de högre samhällskretsarna. Här skapas alltså en association mellan dåtidens och nutidens överklass, den senare representerad av Friele och Beckham.

Att det är David Beckham som syns på bilden bredvid Friele framgår alltså av texten, men få människor torde ha svårigheter med att känna igenom honom bara av bilden, och det är givetvis det som är poängen: bredvid den lokala stoltheten Friele har man velat ha en internationell kändis för att visa på slipsattiraljens värde för våra västerländska kulturtraditioner och mansideal, och vad kan då passa sig bättre än att välja världens i dag förmodligen mest kände man, nämligen David Beckham. Han är dessutom relativt ung, vilket skapar en kontrast till Friele som tillhör en äldre generation. Samtidigt skapas en kulturell kontinuitet, genom att båda inte bara uppfyller förpliktelsen att klä sig ståndsmässigt, utan även ger sitt erkännande åt slipstraditionen. Ty som det framgår av en anställd på butiken Mann 2000 – ”nestoren i det bergenske herreklesmiljøet” – på fashionabla Strandkaien, som intervjuas i artikeln: ”– Du skulle bare visst hvor mange slips – och sløyfer – jeg har knyttet for andre, særlig til ungdommer. Basiskunnskap som å knyte sitt eget slips, går visst ikke i arv lenger.”

Nej, det är mycket som inte går i arv mellan män och söner idag, exempelvis kunskaper och ideal rörande traditionella former av manligt uppträdande. Beckham (född 1975) är förvisso ingen ungdom längre men ändå betydligt yngre än Friele, och lika representativ för en klassisk västerländsk (och välsituerad) manlighet. För det är just vad denna artikel handlar om på ett djupare plan: den har ingenting alls med fotboll att göra, men allt att göra med maskulinitet. Därav lättillgängligheten hos David Beckham som illustration i detta – och många andra – sammanhang: hans stora kulturella betydelse ligger i den profil, bild eller ”image” av sig själv som han, med benäget bistånd av en hel stab medhjälpare, skapat hos allmänheten genom olika medier, en profil i ständig förvandling men som alltid lyckas befinna sig i skärningspunkten mellan olika mansideal. Genom David Beckhams varierande framträdelseformer erhåller vi oavbrutet nytt material och bränsle till diskussionen om mansrollen, eller rättare sagt mansrollerna, alltså frågan om vad det innebär att vara en Man och att uppträda som en sådan i dagens så kallat postmoderna, avtraditionaliserade mediasamhälle – både i förhållande till kvinnor och till andra män. ”Med hatten försvann mannen”, har författaren Lennart Hagerfors träffande beskrivit dilemmat, och det är i jakten på denna reella eller imaginära hatt, det vill säga manlighet, som vi vänder oss till starkt symbolladdade figurer som kan hjälpa oss utprova nya, passande roller.

## Maskulinitet i förvandling

Det är detta, David Beckhams framväxt och betydelse som en nutida mansikon, som Cashmore fokuserar på i sin bok *Beckham*. Det handlar inte om någon biografi där författaren presenterar mer eller mindre snaskiga detaljer ”behind closed doors” eller försöker sig på att tolka Beckhams psyke. Cashmore konstruerar heller inte någon motsatsställning mellan dåtida och nutida fotbollskulturer, med Beckham som något förfallssymtom. Vad han gör är att utgå från det enkla faktum att David Beckham mellan 1998 och 2002 växer ut till den mest kända människan på jorden, för att sedan fråga hur det kan komma sig att en fotbollsspelare kan bli så berömd och utöva sådant kulturellt och ekonomiskt inflytande som Beckham faktiskt gör.

Ingen fotbollsspelare före Beckham har varit lika känd och intagit en liknande position på tvärs av olika nöjesbranscher. Pelé och Maradona har varit kända främst för sina bedrifter på fotbollsplanen, och i den mån Maradona omskrivits för sitt civila liv så har det i stort sett handlat om negativa saker som droger och skottlossning. Partylejonet George Best var förvisso fotbollens första ”popstjärna”, med epitet som ”den femte Beatlen”, men han var en solitär i en traditionstyngd och föga glamourös fotbollskultur som på det stora hela levde sitt eget liv vid sidan av den övriga nöjesindustrin. Med Paul ”Gazza” Gascoigne, som slog igenom vid VM 1990, och framför allt Eric Cantona, som spelade i Manchester United åren 1992–1997 och därmed tillsammans med Beckham under en period, börjar det röra på sig, i den meningen att fotbollsspelares civila förehavanden fick stort utrymme och att de blev kända även utanför de fotbollsintresserades krets, bland annat som reklampelare.

Det är emellertid en helt väsentlig aspekt som skiljer Gascoigne och Cantona från Beckham: de förra var helt maskulina – ”macho” – i sin framtoning, vilket inte den mer androgyne Beckham är. Beckham älskas inte bara av inbitna fotbollfans och unga damer runt om i världen, han har också blivit en så kallad gay-ikon. Efter att år 2000 ha poserat på ett tendentiöst sätt i modebladet *Arena Homme Plus*, figurerade Beckham, kaptenen i det stolta engelska fotbollslandslag där o-manlighet och fjollighet av tradition inte varit den mest premierade egenskapen, stort i sobra homoblad som *attitude* och *gaytime* inför VM 2002. Något sådant är helt otänkbart när det gäller den tuppaktige Cantona och den ölpimplande Gascoigne, grabbarnas grabb, annat än som ett rent skämt.

Vad Beckham gör är alltså att utmana den hegemoniska maskuliniteten, att sätta frågetecken kring det maskulinas väsen. Jodå, visst är David Beckham maskulin på många sätt, men han kan samtidigt vara ”maskulin”, vilket är en väsentlig skillnad. Att sätta citationstecken kring sin maskulinitet innebär att markera den som en mer eller mindre godtyckligt konstruerad roll i ett skådespel – vardagslivets samtidigt grandiosa och patetiska skådespel med dess invanda, stereotypa könsrollsmönster. För många blir Beckham därför en ledsagande fyr i könsrollsmörkret.

## Omstruktureringen av fotbollen

Att något ändå började förändras i början av 1990-talet, med Gascoigne och därefter Cantona, hör samman med de stora strukturella förändringarna vid denna tid, och då framför allt medieutvecklingen med avregleringen av TV-marknaden och åtföljande framväxt av en flora kommersiella kanaler som såg sport som ett sätt att fånga in den stora publiken. En central vändpunkt i denna utveckling av fotbollen till den mest fashionabla och lukrativa av kulturella spelplatser var när Rupert Murdoch-ägda TV-kanalen BskyB 1991 köpte rättigheterna till det nybildade Premier League till en kostnad av runt tre MILJARDER kronor, och där det nu var storklubbarna som ensamt tog hand om dessa pengar (tidigare hade TV-pengarna delats lika bland alla lag i ligasystemet), vilket i sin tur skapade utrymme för kraftigt höjda transfersummor och spelarlöner. Till detta kommer givetvis Bosman-domen 1995 som skapade en fri arbetsmarknad för fotbollsproffs på tvärs av nationsgränserna.

Televisionen var alltså helt central för kommersialiseringen av fotbollen och den åtföljande kulturen av dess celebriteter, och Cashmore utnämner Murdoch, som under 1970- och 1980-talen gjorde sin tidning *The Sun* till Storbritanniens största genom att bland annat satsa hårt på fotboll och som snart även kom att göra stora uppköp av TV-sporträttigheter i USA, till den viktigaste – inte den mest finkänslige eller altruistiske men den objektivt sett viktigaste – aktören i omvandlingen av fotbollen och hela den globala, kommersiella sportapparaten under 1990-talet. Det finns inget att säga emot det, Cashmore har helt rätt. Utan Murdochs ekonomiskt mycket våghalsiga, men, som det skulle komma att visa sig, strategiskt lyckosamma satsning på sport som ledande programmaterial så hade allt sett annorlunda ut.

## När David mötte Victoria

Det är mitt i denna utveckling som David Beckham kliver fram på scenen, som sänd från gudarna för alla inblandade, kommersiella intressenter. Manchester United, som under 1980-talet var på nedgång, blir snabbt ett ledande lag, eller rättare sagt ett ledande företag, i den nya Premier League. De stora framgångarna och all den nya, utvidgade medieexponeringen ledde till nästa, marknadsmässigt logiska steg – att etablera Manchester United som ett varumärke bortom fotbollen, i den övriga populärkulturen och nöjesindustrin. En av åtgärderna för att lyckas med detta var en massiv marknadsföring av Eric Cantona som profil, en satsning som sedan fick sin förlängning i den för ändamålet ännu bättre lämpade David Beckham.

Beckham hade skrivit på för Manchester United redan som fjortonåring 1989, och blev professionell två år därefter, 1991, alltså när Premier League var på väg att starta upp. Spelande bredvid Cantona gjorde Beckham år 1996 ett mål som blev vida omskrivet i nationella medier och sedan reviderat otaliga gånger. Samma år fick han också plats i A-landslaget, efter att ha visat prov på sina färdigheter som kapten för ungdomslandslaget.

Just detta år, 1996, inträffade ytterligare en sak som kom att besegla Beckhams öde: lanserandet av en kvinnlig popgrupp, Spice Girls, som skulle visa sig bli popvärldens största succé under 1990-talet – musikbranschens motsvarighet till fotbollbranschens Manchester United, kanske man skulle kunna säga.

Året därpå, 1997, träffade Beckham, nu 22 år, en av dessa kryddflickor, Victoria ”Posh Spice” Adams, och de blev officiellt ett par i januari 1998. Förutom att vara unga, snygga och framgångsrika hade Beckham och Adams ett par andra saker gemensamt: sitt ursprung i de lägre samhällsklasserna, samt en benhård arbetsmoral, en orubblig vilja att underkasta sig hårt och mödosamt slit för att nå framgång. Detta år fick Beckham också sitt första stora reklamkontrakt, med Brylcreem, som hade förknippats med fotboll ända sedan 1940-talet, men som med tiden blivit omodernt. Nu såg man chansen att använda Beckham för att återta marknadsandelar och bli ett hippt märke igen.

## **Beckham som syndabock**

Så kom VM-slutspelet 1998, och Beckhams utvisning i matchen mot gamla fotbolls- och krigsfienderna Argentina. När England sedan förlorade och åkte ur turneringen blev Beckham på känt tabloidmanér utsedd till syndabock och var mans niding. Det oförsonliga raseriet mot Beckham tiden efter VM bottnade också i en händelse som inträffade en vecka innan VM. I samband med ett besök hos Elton John i södra Frankrike hade paret Beckham och Adams fotograferats när de lämnade en restaurant. Det uppseendeväckande i sammanhanget var att Beckham var iklädd en sarong, ett klädesplagg från Malaysia och Java som består av ett tygstycke som lindas om höfterna, och som i dessa länder används av båda könen.

Här i västerlandet är ett klänningsliknande plagg av den typen inte lika könsneutralt, utan förknippat med kvinnlighet, med kvinnlig behagfullhet. Populärpressen reagerade sålunda med indignation och Beckham blev – för första men inte sista gången – vederbörligen hånad för att på detta sätt ha brutit mot de klädesmässiga könsrollskoderna. Det var denna bild av en ”feminiserad” Beckham som sedan aktiverades när han litet omoget riktade en lam efterspark mot Diego Simeone, och för detta blev utvisad – en inte alltför allvarlig incident som en annan domare kanske valt att bara döma varning för, särskilt med tanke på att Simeone låtsades ha fått mer smärta av sparken än vad som förefaller rimligt (Simeone hade också gått hårt åt Beckham i momentet före).

Efter denna Beckhams och det engelska lagets VM-fadäs var det bara att lägga ihop 2+2 och få summan 5. Beckham hade uppträtt som en fjolla i sin klänning och han hade umgåtts med homosexuella popstjärnor (Elton John) på exotiska platser och därvidlag levt ett liv i sus och dus så sent som en vecka före det viktiga VM-slutspelet.. Hur skulle detta kunna påverka honom och hela det engelska laget annat än negativt? Nej, spolingen David Beckham var

uppenbarligen inte att lita på, utan en sån som smet från sina förpliktelser både som fotbollspelare och som man.

Allt detta hade dessutom skett under stark påverkan av hans föregivet ytliga flickvän popsångerskan. Just Victorias negativa inflytande på David har gått som en röd tråd i följetongen om dem som den kommit att utformas i ett intrikat – eller med ett vetenskapligt begrepp intertextuellt – samspel mellan olika medier. Vad som ständigt antyds är det är hon som bestämmer var skåpet skall stå och att han är en toffelhjälte som bara jamsar med och följer hennes minsta vink.

Här har vi alltså att göra med en kulturellt uppdaterad version av en mycket arketypisk myt, den om den attraktiva men förledande kvinnan, en Kalypso eller Kirke (eller Posh Spice), som frestar Hjälten, en Odysseus (eller Beckham), att strunta i sitt viktiga kall, det för gruppen eller samhället livsviktiga uppdraget (exempelvis att föra den egna nationen till seger i världens största enskilda medieevenemang, VM-slutspelet), för att i stället stanna hos henne och ansvarslöst njuta av livets sinnliga lustar (hos Elton John i semesterparadiset södra Frankrike, till exempel).

Detta är för övrigt en regel med generell giltighet: ju mer omtalad en person eller ett fenomen är i medierna, desto säkrare kan vi vara på att det under berättelsens yta döljer sig en arketypisk myt med djup existentiell klangbotten, dess tillsynesvarande trivialitet till trots; och många tenderar att betrakta fenomenet Beckham som en trivialitet, som någonting oviktigt, vilket Cashmore, och jag med honom, skulle säga är ett misstag. Man behöver inte tycka om Beckham och det han står för, men det går inte komma ifrån att han är en betydelsefull figur i olika sammanhang runt om i världen.

Nå, relationen mellan Beckham och Adams förefaller dock, i vanlig ordning, att vara lite mer komplicerad än vad som antyds i medierna (det är myten som är okomplicerad, inte verkligheten, vilket också är det som gör myten bekvämare att förhålla sig till än verkligheten, även om myten förstås också är en del av vår verklighet – vilken verklighet skulle den annars vara en del av?). Efter VM 1998 anslöt sig – eller flydde kanske är ett mer passande ord – Beckham till Adams i USA, där hon var på turné med Spice Girls, som nu började nå zenit i sin popularitetskurva, vilket inte vill säga litet när det kommer till medieuppmärksamhet och intjänade pengar.

Detta är den del av berättelsen där vår mytiske Hjalte ställs inför sitt ditintills hårdaste prov. Klarar han detta så klarar han allt, och det gjorde Beckham; han återkom så småningom till fädernelandet, kämpade sig till ett nytt erkännande och sparkade sedan England till VM-slutspelet 2002 genom att i allra sista minuten sätta frisparken i den avgörande kvalifikationsmatchen mot Grekland, rakt upp i krysset som vore det hämtat ur 1940- och 1950-talens stora pojktidning *Rekord-Magasinet*, eller serien om ”Benny Guldfot” i *Buster*. Det kräver inte mycket av tankemöda eller uppbådande av empati för att sätta sig in i den

närmast omänskliga press David Beckham befann sig under, både 1998 och inför denna frispark.

Det är här som Victoria Adams viktiga, kanske till och med avgörande roll i sammanhanget måste lyftas fram, menar Cashmore, ty utan hennes erfarenheter av och kunskaper om hur nöjesbranschen och hela den globala medieapparaten fungerar, och som hon vunnit som medlem i Spice Girls, en grupp som skapades av män med kommersiell vinning som enda syfte och som föregicks av en hård utgallring av de flickor som ville bli med i gruppen, allt prat om "Girl Power" till trots, så hade det kunnat gå betydligt sämre för Beckham. Det finns alltså skäl anta att hon fungerade som en mentor och vägledare för honom under den svåra perioden 1998, både på det mänskliga och det kommersiella planet.

Det blir svårt att annars förklara Beckhams framgångar de följande åren, både på och utanför fotbollsplanen. Med Manchester United vinner han säsongen 1998/99 både Premier League och FA-cupen, samt den europeiska mästarligan, Champions League. Snart erövrar han också stora reklam- och sponsorkontrakt med bland annat adidas och Pepsi Cola. Det är under 1998 som profilskapandet av Beckham, utmejslandet av "a distinct image", "a look", började odlas mer systematiskt. I detta ingick bilden av en familjegläd och trogen make, ansvarstagande och mjukisman på samma gång.

## Hjältens återkomst

Att denna strategi belönades med framgång bevisades när David och Victoria, som hade ingått äktenskap i ett magnifikt celebritetsbröllop i juli 1999, iklädde förstfödde sonen Brooklyn (född i mars 1999) Manchester United-dressen och visade upp honom på Old Trafford, "the theater of dreams", inför en jublande publik (och hundratals miljoner andra runt om i världen via press och TV). Denna revansch och återkomst kan, med sina episka övertoner och kulturella laddningar, enligt min mening inte jämföras med annat än kungen och sagohjälten Odysseus återkomst efter tio år av krig och irrfärder på havet till hustrun Penelope och sonen Telemachos på ön Ithaka, där han återställer ordningen både i familjelivet och samhället.

Till denna mytbild måste också fogas förhållandet till tränaren Sir Alex Ferguson (f. 1941), vars världsbild formades av uppväxten i en skotsk arbetarklassfamilj under 1940- och 1950-talen, och där könsrollerna var givna och kvinnor inte hade mycket att säga till om i sina mäns liv. Som en man av den gamla stammen hade Ferguson svårt att acceptera Beckhams glamourösa livsstil och det inflytande Victoria utövade på honom. Konflikten mellan Beckham och Ferguson blev därför gärna vinklad som en konflikt mellan nytt och gammalt, mellan olika värderingssystem och mellan motstridiga eller direkt inkompatibla mansroller. Det torde emellertid inte enbart ha varit det infekterade förhållandet till Ferguson som fick Beckham att lämna Manchester United.

Bakom de olika personmotsättningarna fanns nämligen också ekonomiska motiv. Genom den massiva exponeringen som reklampelare kom varumärket David Beckham helt enkelt att bli starkare än varumärket Manchester United – som ändå var världens starkaste inom klubb fotbollen. Som en följd av detta uppstod en strid kring vem som hade den yttersta bestämmanderätten över lanseringen av Beckham och utformandet av hans ”image”. I takt med att fotbollspelare har blivit allt större celebriteter och allt viktigare dragplåster i reklamsammanhang har frågan om dessa ”image”-rättigheter blivit en viktig del av de kontraktshandlingar som via agenter sker mellan spelare och klubb. Detta är dock komplicerade frågor av ekonomisk-strukturell natur och det blir därför lättare för populärpressen att skildra konflikter mellan spelare och klubbledning som om de bottnade i personliga motiv; som ”human interest” istället för ”economic interest”.

Det finns en annan viktig aspekt på Beckhams kommersiella framgångar som reklampelare, och det är att han aldrig säger något ”viktigt”, att han aldrig yttrar sig om eller tar ståndpunkt i någon kontroversiell fråga av exempelvis mer ideologisk eller politisk karaktär. Därigenom riskerar han inte att falsifiera eller undergräva den bild som olika publikgrupper gjort sig av honom; genom att inte tillhöra någon (exempelvis ett politiskt parti eller en proteströrelse) kan han tillhöra alla. Det är alltså samma strategi som Beckhams föregångare som störste idrottsstjärna, tillika den förste idrottare att uppnå status av varumärke-i-sig-själv, basketspelaren Michael Jordan, använde sig av under 1980- och 1990-talen, trots att många förstås ville ha honom att uttala sig i bland annat rasfrågor. Det är förmodligen ingen tillfällighet att Beckham valde just tröja nummer 23 när han kom till Real Madrid – samma nummer som Jordan bar. (Den tröja Beckham bar i Manchester United, nr 7, var upptagen.) Nej, någon John Lennon eller Mohammad Ali kan Beckham, eller Jordan, eller Tiger Woods, sannerligen inte beskyllas för att vara.

## **Beckham popikonen**

Däremot har Beckham, i egenskap av popkulturell ikon, på många sätt mer gemensamt med andra pop- och nöjesikoner än med andra fotbollspelare. Det är en av förtjänsterna med Cashmores studie att han tar fasta på just dessa kopplingar mellan Beckham och den övriga nöjesindustrin, att han inte försöker bygga ett stängsel runt storfotbollens hyperkommersiella värld som håller den övriga världen utanför. Fotboll och sport har aldrig varit frikopplad från det övriga samhällslivet, dess kommersiella och politiskt-ideologiska aktiviteter och strukturer, och är det än mindre idag, helt och fullt integrerad i den globala så kallade underhållningsindustrin som den kommit att bli. Eller som det på ett till synes självklart sätt heter i ovan citerade BT-artikel: ”2003-slipset krever volym över knuten, sånn du ser hos Beckham og de andre popidolene.” Beckham är alltså i första hand en ”popidol”, inte en ”fotbollsidol”.

Det är därför både följdriktigt och korrekt att namn som Madonna, Morrissey, Robbie Williams, Paul McCartney, Jerry Springer, Jamie Oliver, Tony Soprano och Bob the Builder



virvlar förbi i Cashmores bok – likaväl som hos sportkrönikörer som Mats Olsson (*Expressen*) och Lasse Anrell (*Aftonbladet*); de båda sistnämnda illa tålda av de som försöker framleva i tron att fotbollsbranschen har någon slags inneboende renhet eller oskuld som nu har våldtagits av nöjesbranschen, som om Olsson och Anrell vore skyldiga till denna utveckling när allt de gör att registrera den och stoppa in fotboll och övrig sport i dess rätta, kommersiella nöjeskontexter. Okej, visst bidrar Olsson och Anrell på sitt sätt till utvecklingen genom den påverkan deras skrivelser utövar vid sidan av alla andra faktorer, konstigt vore det väl annars, men deras makt att påverka är ändå ytterst ringa i jämförelse med tunga statliga och kommersiella myndigheter och instanser. Faktiskt vore det, när nu världen ser ut som den gör, tjänstefel av dem att *inte* sätta in sporten i denna övergripande kommersiella kontext och slå broar mellan exempelvis fotbollen och den övriga populärkulturen. Märkligt nog är det många sportkrönikörer – och forskare, för den delen – som fortfarande skriver om fotboll som vore det en egen, isolerad liten värld, styrd enbart av speltaktiska överväganden och inomorganisatoriska faktorer (klubbar och förbund). (Av någon för mig obegriplig anledning saknas sportkrönikörer av Olssons och Anrells slag i både *VG* och *Dagbladet*, Norges motsvarighet till *Expressen* och *Aftonbladet*.)

Det finns i Cashmores bok ett talande exempel på denna koppling mellan olika nöjesbranscher. En man vid namn Alan Edwards, med en bakgrund som medieansvarig hos David Bowie och vars företag Outside Organization bland annat hade Elton John och pojkbandet Boyzone som klienter, anställdes av Virgin Records som publicist (reklamagent) åt Spice Girls. När adidas knöt till sig David Beckham fick samme Edwards jobbet som publicist åt honom, ett uppdrag som bekostades inte av Beckham själv utan av – adidas. ”Han skötte om allt som hade med pressen att göra åt mig och David”, skriver Victoria i sin självbiografi om Edwards roll. Han, och agenten Tony Stephens, tycks ha gjort ett ganska bra jobb med tanke på att Beckham idag uppges ha en förmögenhet på 850 miljoner kronor.

Vad Edwards och inte minst Stephens noga såg till var att alla Beckhams reklamkontrakt var förenliga med den övergripande marknadsföringsplanen, att de bidrog till den profilerade helhetsbilden av Beckham: Brylcreem=ungdomlighet, Police solglasögon=stil, adidas=vigör och spänst etc. Inga produkter kunde bli aktuella som gick emot den sökta profilen eller vars associationsfält kom på kollisionskurs med varandra.

Cashmore gör inte den kopplingen, men själv skulle jag vilja jämföra Beckhams genomslag som könsmässigt tvetydig popikon med androgyna stjärnor som 1960-talets Mick Jagger, 1970-talets David Bowie och 1980-talets Boy George (Culture Club). Det som är intressant i sammanhanget är förstås att det just är en fotbollsspelare – en ”sportsman” – som övertar denna kulturella roll som tidigare innehafts av folk från popmusikbranschen, mer förknippad med droger och promiskuitet än med idrottens hälso- och familjeideal.

## Avslutning

När jag slutför arbetet på denna bokanmälan läser jag en ännu en artikel om Beckham, denna gång i *Aftonbladet* (på nätet, 3 dec.). Artikeln, av Robert Laul, har som rubrik ”Överskattad? Nej, Beckham är snarare underskattad”. Laul skriver:

Beckham har många belackare och beskylls ofta för att vara mer framgångsrik utanför fotbollsplanen än på. Utan popfru, smarta rådgivare och tilltalande utseende hade han inte fått hälften av den uppmärksamhet han nu får, brukar det heta. Kort sagt; David Beckham är en överskattad jävel som varken kan dribbla, springa snabbt eller vinna en närkamp på mittplan. Låt gå för att han har en hyfsad högerdojja men mer är det inte. Inget kan vara mer fel. [...] Snarare är det så att Beckham är underskattad. För ”Becks” finns inget annat än att alltid prestera på topp. I match efter match lever han med en onormal press, som få idrottsmän kommit i närheten av. Kim Källström uttryckte en gång situationen i allsvenskan: ”Det räcker inte att jag är bra, jag måste vara bäst”. David Beckham kan säga det samma, fast i världens kanske bästa fotbollsliga. Med detta i baktanke är det snudd på en bragd hur bra Beckham lyckats i Real Madrid.

Jag håller med. David Beckham är faktiskt underskattad, både som fotbollsspelare och som manskulturell ikon – och vem är det förresten som har bestämt att det är fel med ”popfru, smarta rådgivare och tilltalande utseende”? Själv skulle jag sälja min själ till Djävulen för en popfru, ett par smarta rådgivare och ett tilltalande utseende; men då vill jag också ha ett lika fenomenalt spelsinne och en lika hyperkänslig högerfot som Beckham har med på köpet. Kanske är det rentav detta David Beckham har gjort, sålt sin själ till den djävul som går under namnet Mammon (den personifierade rikedom, som orätt använd är av ondo). Skulle så vara får vi vanliga dödliga i alla fall vatten på vår kvarn, den kvarn över vilken det lyser en skylt med inskriptionen ”Jantelagen”.

Det får vara hur det vill med den saken. Klart är i alla fall att Ellis Cashmore skrivit en bok som tar ett stadigt grepp om fenomenet Beckham och förklarar vilka faktorer som samspelat för att forma detta fenomen, tillsammans med Beckhams egen obestridliga talang och hängivenhet som fotbollsspelare.

(Tack till Rune Arntsen för hjälp med scanning av bilder.)