

# *Masskommunicerad underhållningsidrott som koncentrerad livsförenkling: Om idrottens konceptuella gränser och begränsningar*

**Hans Lundberg**

Ekonomihögskolan, Växjö universitet

Publicerad på Internet, [www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org) (ISSN 1652-7224) 2005-03-22

Copyright © Hans Lundberg 2005. 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.

The emergence and spread of modern competitive sport can best be understood in the broader context of the growth of urbanised, industrialised society [and] the technologies and organizations of mass communications (Goldlust, 2004:27).

Den moderna idrottsrörelsen med professionell elitidrott som reklamfönster är ett av de mest globala fenomen som finns i modern tid... En stor del av idrottens enorma genomslagskraft kan förklaras med dess karaktär av relativt lättförståelig underhållning och ”*koncentrerad livsförenkling*”... som med modern teknologi enkelt kan bibringas de stora människomassorna. Sociologen Johan Asplund säger bl.a. att ”ett mer entydigt mål för mänsklig strävan än det den moderna tävlingsidrotten tillhandahåller har kanske aldrig funnits” (Lindfelt, 1999:9, min kursivering).

## **Prolog: Idrottens sol- och skuggsidor**

Den tredje oktober 1951, på New York Polo Grounds, avgjordes den tredje och avgörande matchen mellan Giants och Dodgers i World Series Games i baseball (DeLillo, 1997:14/23). I den amerikanske författaren och samhällskritikern Don DeLillos epos om USA efter andra världskriget (*Underworld*, 1997), utgör denna match såväl bokens utdrag-na startpunkt (DeLillo, 1997:11-60) som dess narrativt bärande struktur. En boll åker upp på läktaren och fångas av en ung, färgad man och vandrar sedan mellan ett antal olika människors händer. Genom dessas röster väver fortsättningsvis DeLillo sin berättelse om sitt USA från 1950-talet fram till 1990-talet. Den händelse dessa olikartade människor specifikt delar är just upplevelsen av en match som har kommit att bli sedd som någonting utöver det vanliga. De var där. Ett *där* vars *aura*<sup>1</sup> oändligen omskapas, förmeras och förflyktigas av den väv som totaliteten av fortgående mänskligt berättande spinner:

The steps from the Dodger clubhouse are nearly clear of people. Thomson has gone back inside but there are fans still gathered in the area, waving and chanting. The two men begin to walk across the outfield and Al points to the place in the left-field stands where the ball went in.

“Mark the spot. Like where Lee surrendered to Grant or some such thing.”

Russ thinks this is another kind of history. He thinks they will carry something out of here that joins them all in a rare way, that binds them to a memory with protective power. People are climbing lampposts on Amsterdam Avenue, tooting car horns in Little Italy. Isn't it possible that this mid-century moment enters the skin more lastingly than the vast shaping strategies of eminent leaders, generals steely in their sunglasses – the mapped visions that pierce our dreams? Russ wants to believe a thing like this keeps us safe in some undetermined way. This is the thing that will pulse in his brain come old age and double vision and dizzy spells – the surge sensation, the leap of people already standing, that bolt of noise and joy when the ball went in. This is the people's history and it has flesh and breath that quicken to the force of this old safe game of ours. And fans at the Polo Grounds today will be able to tell their grandchildren – they'll be the gassy old man leaning into the next century and trying to convince anyone willing to listen, pressing in with medicine breath, that they were here when it happened (DeLillo, 1997:59-60).

Citatet utgör avslutningen på det omtalade inledningskapitlet, *The triumph of death* (DeLillo, 1997:11-60), vilket, inte bara inom idrottsliga kretsar, inte sällan framhålls som en av de starkaste gestaltningar av en idrottslig händelse som någonsin gjorts. Bortom förfulning, förvanskning, förvridning och annat förbannat som förpestar så mycket av dagens underhållningsidrott gestaltar DeLillo några av de centrala mellanmännsliga livs- och samhällsvärden som idrotten har kraft att frammana. *Solsidan* av det som Mikael Lindfelt träffande benämner koncentrerad livsförenkling. Vi kan för en stund förstå varandra, dela något, tycka om, glädjas, trivas. *Idrottskroppen som närhetsalstrare i tillvaron*.

Fenomen som rymmer närhetsalstrande förmåga, löper dock fortgående risken att romantiseras, politiseras, herofieras, fördummas, ekonomiseras – eller sammanfattningsvis – att reduceras och trivialiseras. Idrott är inget undantag. Så har skett, så sker. Inte minst av idrottens egna företrädare.<sup>2</sup> Den koncentrerade livsförenklingens *skuggsida* där idrottens trivialisering har sitt janusansikte i tillvarons idrottifiering. En hutterplats med olika ändar:

I skuggsidans ena ände, idrott som kuliss för upplevelseekonomisk produktion och konsumtion, idrott som kitsch.<sup>3</sup> En till fördumning förvriden förenkling, tacksam att masskapitalisera för underhållningsidrottens proselyter. En ytterligare massifiering av det idrottsliga till en angelägenhet för fler än många, grundad i samtidig trivialisering och intensifiering av det idrottsliga. *En idrottskroppens muzakifiering*.<sup>4</sup>

I skuggsidans annan ände, idrott till postmodern gudomlighet upphöjd mytologi: ”Sportbegreppet är så centralt idag. När statsministern gör regeringsombildning så ”toppar han laget”. Sporten har mytologiska kvaliteter. Vanliga människor träder ut på arenan och blir som gudar för en stund” (Niklas Rådström, författare till nyligen uppsatta *Sport &*

*Fritid* på Kungliga Operan i Stockholm, Svenska Dagbladet, 2004-12-13). Människor som förlänats statusen som de mer ovanliga av oss vanliga kan dock mer stadigvarande få träda in i Guds ställe. Religiösa auktoriteter ansåg dock att idén med David och Victoria Beckham som representanter för Josef och jungfru Maria vid Madame Tussaud's årliga julkrubba 2004, var simpel, patetisk och totalt okunnig (Svenska Dagbladet, Nätupplaga, publicerad 2004-12-08). En massmedierad stilisering av det idrottsliga, en mytologisk aura att sörpla i sig för vem som, varandes i behov av den högoktaniga näring som blodfyllda kroppar mäktar erbjuda. Mona Sahlins associationsexploatering av framgångsrika svenska idrottskvinnor är en samtida toppnotering i denna politikernas paradgren. NIKE är fortfarande paradexemplet på företagssidan. *Ett på idrottskroppen intensifierat knaprande.*

I skuggsidans trenne ände, ett idrottsetiskt haveri. En de återhållande fördämningars plötsliga fränfalle där prestationshöjning till vägs ände (döden) överflyglar all annan normbildning. Ett storvulet drama vi älskar att förfasas över, om och om igen, i alla tänkbara variationer.<sup>5</sup> Dopingfrågans underliggande prestationsdrev diskuteras dock sällan utifrån ett förståelseperspektiv. Frågan är starkt naturvetenskapligt dominerad och dikterad vilket reducerar frågan till en prestationsteknikalitet samt en grovhuggen rätt-och-fel-etik där godtyckligheten kring vem som är fuskare och icke-fuskare är påtaglig. Mikael Lindfelt formulerar avsaknaden av *ett mänskligt perspektiv* på dopingdebatten på följande värtaliga sätt: ”Ställer man frågan om doping ur ett perspektiv som efterlyser diskussion om vad det innebär att vara en idrottande *människa*, öppnas helt andra infallsvinklar för en behandling av dopingproblematiken. Doping som en karaktäristisk fråga om vilka medel som är tillåtna eller förbjudna i syfte att ständigt förbättra idrottsliga prestationer utgår från en underliggande tendens i den moderna elitidrottskulturen, nämligen från en människosyn, där den idrottande människan på ett grundläggande sätt förtingligas, objektifieras och reduceras, men också – vilket är viktigt att notera – förtingligar, objektifierar och reducerar sig till att bli en prestationsgörare... Den mänskliga kroppen blir någonting man föreställs kunna förhålla sig till *utan att beakta* att det är en bestämd människas eller persons levande, kännande, upplevande kropp... Doping som en fråga om tillåtna eller förbjudna medel för att få denna kropp att fungera bättre eller som en fråga om otillåten fusk når inte alls den etiskt laddade frågeställningen om vad det innebär att idrottsliga prestationer är mänskliga prestationer” (Lindfelt, 1999:94-95). Dopingfrågan så behandlad, inom en helt igenom kommersialiserad underhållningsidrott, möjliggör en dopningsdebatt i valstakt: två steg fram (två makalösa atleter), ett steg bak (aj då, en dopad), två steg fram (två nya makalösa atleter), ett steg... I soprummet, avslöjade dopingdumpade atleter, flämtandes. I väntrummet, hugade dopingpumpade atleter, väntandes. Förfasas, glöm, njut. *En idrottskroppens etiska abdikering.*<sup>6</sup>

Det tre ändarna sammantaget – idrottens skuggsida är försåtligt fascinerande och förförlisk då solsidans hela register är synnerligen aktivt även, eller kanske framförallt, vid spektakulär underhållningsidrott. Konsumtion av skuggsidan är dock spektakulär precis så länge spektaklet med alla till buds stående medel förmår framkrama ytterligare prestationsnivåer på krumbukterna, oavsett medlens faktiska och möjliga dränerande effekter. Biljett till lyckorike löses då man är på rätt plats vid rätt tillfälle med rätt halsduk på. Vid motsatsen gör man bäst i att lubba fort och länge då underhållningsidrottens dramaturgi

baseras på lika doser kärlek och hat. Sådan snävt villkorad lycka, dessutom girigt konsumerad, har sin baksmälla. Potentiella och reella lyckobakfyllor uppmärksammas för all del mer och mer men har svårt att nå reallt genomslag.<sup>7</sup> Underhållningsidrottens darwinistiskt enkla högre-längre-snabbare-oftare-häftigare-logik tillåter ingen down-sizing eller avväjning.

Underhållningsidrottens samtidigt volymmässiga intensifiering och innehållsliga trivialisering har dessutom sin janusbild i tillvarons idrottifiering, tillvaron som idrottsevenemang. Den koncentrerade livsförenklingens sol- och skuggsidor är reciprokt sammantvinnade med såväl varandra som med 'det egentliga livet':<sup>8</sup> "Idrotten härmar livet. Och genom bland annat idrottsvärldens och sportjournalistikens terminologi härmar livet idrotten i retur" (Svenska Dagbladet, 2004-12-13). Underhållningsidrotten, som samhällligt ges och tar sådan uppmärksamhet, gör sig dock troligen skyldig till ett felslut om den uppfattar sin samtida status som ett tecken på att man, annat än fragmentariskt, anses stå för centrala mellanmänniska livs- och samhällsvärden. Förhållandet är sannolikt det omvända, d v s att det är det egentliga livets tilltagande idrottifiering (prestationskrav, resultatkrav, kroppsfixering, avhumanisering, vardagsdoping, eskalerat konkurrenstänkande, tilltagande egoism) och meningstömning som återspeglas i konsumtion av koncentrerad livsförenkling av olika slag, varav underhållningsidrott har visat sig utgöra ett mycket attraktivt konsumtionsalternativ. Så attraktivt att ett resultat åt rätt eller fel håll faktiskt definierar mening och meningslöshet för en ansevärd mängd människor.

Giants vann för övrigt med 5-4 (DeLillo, 1997:46).

Syftet med artikeln är *konceptuellt*, att föra fram förslag på ett antal olika begrepp som gör det möjligt att diskutera och tolka idrottens centrala position i vår samtid på fler sätt än de som för närvarande står till buds. Begrepp som *underhållningsidrott*, *aura*, *nostalgi* och *kollektivt minne* är de som här fokuseras.<sup>9</sup> Artikeln är disponerad enligt följande: Avsnitt 1 diskuterar begreppet underhållningsidrott som centralt då den typen av idrott skall förstås som industri/bransch från ett företagsekonomiskt perspektiv. Begreppet förnekas dock av Riksidrottsförbundet då det inte är i överensstämmelse med RF:s och Sveriges idrottsideologi. I avsnitt 2 introduceras kort massmedias centrala roll som huvudsaklig medproducent av de *immateriella värden* – *aura* och *nostalgi* – som utgör underhållningsidrottens huvudsakliga företagsekonomiska resurs. Med avstamp i en nationalekonomisk iakttagelse, diskuteras i avsnitt 3 begreppet *aura* mer ingående. Avsnitt 4 slutligen, ger via det ishockeyrelaterade fallet Molson Centre i Montreal, Canada, ett empiriskt grundat exempel på hur begreppet *nostalgi* kan bidra till att förstå entreprenöriell omorganisering av de koncentrerade emotioner som underhållningsidrotten frammanar.

## 1. Underhållningsidrott: Centralt i praktiken, förnekat i retoriken

En ännu så länge minimalt diskuterad fråga inom svensk idrott är de stora skillnader *inom* elitidrotten som framträder allt klarare i takt med *vissa* elitidrotters explicita entré som ytterligare en facett av den redan tidigare så rika floran av masskommunicerad underhåll-

ning. En distinktion mellan *traditionell elitidrott* och *underhållningsidrott* görs av Lindfelt (1999:159). Att distinktionen är relevant i en företagsekonomisk studie av underhållningsidrott framgår av följande citat: ”I de många fall som direkt återspeglar och uttrycker klyftan mellan traditionell elitidrott och underhållningsidrott är det ofta de ekonomiska aspekterna som bestämmer idrottskulturens utveckling” (Lindfelt, 1999:59). Med termen *underhållningsidrott* avser jag således de masskommunikativt burna idrottskulturer där de ekonomiska aspekterna är väl så eller mer styrande än andra aspekter.

Varför är då frågan om skillnader mellan underhållningsidrott och andra vedertagna begrepp som elitidrott/professionell idrott minimalt diskuterad? En nyligen framförd förklaring är att Riksidrottsförbundet (RF) är en organisation med historiskt väl belagda hegemoniska strävanden (Sandahl & Sjöblom, 2004:52-55) och som sådan utgör den en starkt konserverande kraft inom svensk idrott:

Om nu argumenten ovan är hållbara, det vill säga att den svenska idrottens utveckling kluvit idrottsrörelsen i en kommersiell del och en ideell del, och att idrottsrörelsen som en följd av detta förlorat sin inneboende ideologi till förmån för en allmän idrottspropagandistisk inställning, varför håller då organisationen fortfarande ihop?... Orsaken till den till synes starka sammanhållningen är Riksidrottsförbundets ställning; att man fått förtroendet att agera i myndighets ställe. De statsanslag som via moderorganisationen kommer specialförbunden till del – utan några särskilda krav på hur medlen används – finansierar i dagsläget en stor del av de skiftande verksamheterna. Situationen fungerar närmast konserverande på den svenska idrotten. Varken den kommersiella eller ideella delen av rörelsen har ännu velat lämna förbundet av fruktan att förlora sina anslag (Sandahl & Sjöblom, 2004:54).

Denna till inte oansenlig del av nepotism styrda och uppbyggda huvudman för all svensk idrott lever fortfarande i en föreställningsvärld där enda giltiga skiljelinjen går mellan elit och breddidrott vilken dock inte uppfattas som så pass uttalad att det föreligger anledning att tillskapa eller alls möjliggöra separata huvudmän för olika former av idrottsutövande: ”Idrottsrörelsen vill värna om denna sammanhållning. Det är en styrka att i en och samma rörelse kunna organisera allt ifrån barn- och ungdomsverksamhet till motionsidrott och yppersta elit inom olika idrotter” (från RF:s viktigaste policydokument, *Idrotten vill*, citerat i Sandahl & Sjöblom, 2004:53). Citatet kan ses som portalformuleringen i det Sandahl och Sjöblom benämner som RF:s allmänna idrottspropagandistiska inställning. I praktiken fungerandes som en myndighet gäller det för RF, liksom alla myndigheter, att verkställa den politik som regering och riksdag bestämmer. En politik som förenklat kan sammanfattas i ”ur bredden kommer eliten”. Detta samband mellan bredd och elit är på intet sätt empiriskt bevisat utan framstår mer som ett önsketänkande, reifierat som ett för-givet-tagande, och som sådant allt mer ifrågasatt i takt med att vissa delar av elitidrotten skenar in i underhållningsindustrin.

På den senaste europeiska Sport Management-konferensen i Ghent, Belgien i september 2004, pekade brittiske professorn John Lyle på brister i teoretiska modeller där sambandet mellan bredd- och elitidrott tas för givet och därmed inte ifrågasätts. Han menar att “there

is no connections between investments in sport for all and international excellence or the other way around". Bob Stewart och Matthew Nicholson från Viktoria University, Australien, är inne på samma spår i en studie som inte visade på några samband mellan internationella sportsliga framgångar och organiserad sportaktivitet på lokal nivå. Något som har varit utgångspunkt för flera nationella satsningar på elitidrott i Australien (Bååth, Hans i Bååth & Lundberg, 2004). Med sambandet mellan elit- och breddidrott allt mer ifrågasatt blir en fråga allt mer oundviklig: På vilka grunder kan offentliga medel till kommersiellt organiserad underhållningsidrott motiveras?

Svar på den frågan lär dröja, helt enkelt därför att frågan knappt går att ställa. Att alltför öppet medge förekomsten av i huvudsak ekonomiserade idrottskulturer inom svensk idrott framstår som oförenligt med RF:s officiella syn på svensk idrottsideologi. Den redan svårlegitimerade sammanhållna uppdelningen mellan bredd- och elitidrott skulle sannolikt bli omöjlig att upprätthålla om man "släppte in" ett begrepp som underhållningsidrott i diskussionen. Diskrepansen mellan retorik och praktik skulle bli allt för uppenbar. RF väljer därför konsekvent att bortse från det faktum som är uppenbart för bland andra Bengt Wahlström: "En av de största, om inte den största sektorn inom upplevelsesamhället är sport och idrott. Idrottens kommersiella potential tillhör väl självklarheterna och kopplingen mellan idrott och lokal marknadsföring har funnits länge" (Wahlström, 2002:90). Ett enkelt sifferexempel på det självklara i idrottens kommersiella potential tas lämpligen från underhållningsidrottens ledande land, USA, vilket indikerar något om storleken på idrottsindustrin bara i det landet: "In 1990 sport was a \$63.1 billion-a-year business, ranking 22nd among 400 plus industries in the United States (Comte & Stigel, 1990)... In 1999 Broughton, Lee, and Nethery estimated the Gross National Sport Product (GNSP) to be \$213 billion. Regardless of the measurement used, one fact is crystal clear: Sport was a booming business in the 1990s!" (Parks & Quarterman, 2003:9).

"När alla vet" att underhållningsidrott till sitt väsen är "big business" och därför med fördel kan diskuteras utifrån företagsekonomisk vokabulär och analyseras med företagsekonomiska metoder i betydligt större utsträckning än vad som nu görs – varför görs då inte det? RF:s hegemoniska ställning kan knappast vara enda skälet. En annan tänkbar förklaring kan vara att underhållningsidrottens aura helt eller delvis skulle förskingras om idrott som fenomen öppet deklarerades som en naket ekonomisk verksamhet som vilken som helst. Som antropologer, etnologer och historiker påpekar med jämna mellanrum, vi behöver våra myter. Percy Nilssons bevingade uttalande "Det är för mycket idrott inom sporten" sticker i sammanhanget ut på ett för svenskt vidkommande befriande sätt.<sup>10</sup> Inte för att det nödvändigtvis signalerar en önskvärd utveckling utan för att han tar bladet från mun och är en av få inom svensk underhållningsidrott som avstår deltagande i mytproduktion/hyckleriet. RF är nu inte ensam om konsekvent blanda bort korten i spelet kring idrott och ekonomi. Att organisationer som t ex IOK, FIFA och UEFA fortfarande kan legitimera sin verksamhet med en vokabulär och organiseringsform som emanerar ur de ideal som den tidiga amatöridrotten omhuldade, och därmed i stor utsträckning skydda sig från såväl ekonomisk insyn som demokratisk debatt, får med en välvillig tolkning ses som en lobbying- och marknadsföringsbragd, då dessa organisationer med lätthet skulle ha platsat på den globala Fortune 500-listan om de hade varit registrerade som aktiebolag.

Medges även framledes undantag från den legala reglering som gäller all annan omfattande affärsverksamhet kanske vi likväl kan låta börsbolag regleras av allemansrätten.

## **2. Underhållningsidrott: Elitidrott som masskommunicerad underhållning**

Som framgår av citatet av Goldlust i inledningen, ses framväxten av elitidrott historiskt som ett fenomen relaterat till den industrialiserade världens urbana miljöer.

Underhållningsidrott är *än mer* distinkt relaterad till samtidens urbana miljöer, något jag återkommer till nedan via Bélangers artikel om Molson Centre. Masskommunikation är således ett centralt begrepp i relation till underhållningsidrott men även ett så pass omfångsrikt begrepp att det inte kan göras någon som helst rättvisa i en kort text som denna. Likväl är en ofullständig introduktion något som pockar på för att i vart fall etablera länken mellan underhållningsidrott och begrepp som nostalgi och aura.

Att den del av det totala idrottsutövandet som omfattas av masskommunikationens logik är mycket blygsam torde vara väl känt. Den mediala bevakningen av idrott domineras fullständigt av underhållningsidrott trots att denna volymmässigt står för en försumbar del av det totala idrottsutövandet och enbart viss del av elitidrottsutövandet. Något samband mellan *människors idrottsutövande* och den mediala bevakningen av idrott torde således inte kunna skönjas i nämnvärd utsträckning. Den mediala bevakningen återspeglar snarare *människors konsumtion av underhållningsidrott* samt de ekonomiska intressen som livnär sig på denna idrotts- och idrottsrelaterade konsumtion. I så måtto synes således idrottsjournalistiken inte alls lyda under vedertagna publicistiska normer utan utgör snarare en vertikalt integrerad del av idrottsindustrin. Betänk hur t ex kulturlivet, näringslivet eller det politiska livet bevakas på ett understundom mycket kritiskt sätt (även om den publicistiska traditionen även i dessa avseenden är ifrågasatt) och jämför det med idrottsjournalistiken i varierande medier. En tilltagande trivialisering av idrottsjournalistiken kan därför iakttagas. Med det epitetet avses att volymen idrottsjournalistik ökar dramatiskt men att idrotten som sådan relativt sett upptar allt mindre del av utrymmet. Istället fokuseras till exempel idrottsstjärnornas liv utanför idrotten, idrottstygkares åsikter om idrottsstjärnors liv utanför och inom idrotten, idrottstygkares åsikter om andra idrottstygkare och om vad som helst, idrottsstjärnors tyckande om vad som helst var som helst (som programledare, som deltagare i sällskapsspel på TV) samt sist men absolut inte minst, hur mycket idrottsstjärnorna tjänar samt hur de kan vara så usla (när de inte är nationens hjältar givetvis) när de tjänar som de gör.<sup>11</sup>

Den traditionella elitidrotten med ur konsumtionssynvinkel lågt eller obefintligt kapitaliserbart värde får därför utkämpa hårda duster om de utrymmessmulor som kvarstår när underhållningsidrotten "fått sitt". Det förefaller råda synnerligt ojämlika maktvillkor i kampen om medieutrymme mellan underhållningsidrott och traditionell elitidrott samt mellan olika utövare inom elitidrott respektive underhållningsidrott. Dessutom tilltar snarare än minskar detta gap mellan inkluderade och exkluderade, se t ex utbredningen av all världens fotboll i kvällstidningar och tv-kanaler. En slags flerriktat parallell darwinism

(inom och mellan, på flera plan samtidigt) dikterat av ekonomiska aspekter tycks råda. Detta specifika drag tror jag är centralt att förstå då man reflekterar över medias fundamentala roll för underhållningsidrottens intäktssida, något bland andra Bourdieu (1992) pekat på i sin reflektion över den sociala konstruktionen av de olympiska spelen på två nivåer (spelen produceras två gånger, dels på utförandenivån och dels på medieringsnivån). Detta specifika, *immateriella* drag för underhållningsidrottens intäktssida kan troligen analyseras med Ivar Björkmans begrepp *auraproduktion* (1998), vilket kort introduceras nedan.

### 3. Underhållningsidrott: Eskalerad auraproduktion

Exemplet USA skänker fler ledtrådar nu när underhållningsidrottens logik och praktik sprids allt mer i andra delar av världen. Professionell idrott<sup>12</sup> är av minst ett mycket speciellt skäl ett etablerat fält inom amerikansk nationalekonomi. Skälet ger ledtrådar till den marknadsteoretiska grunden för den omfattande *auraproduktion* som jag menar är underhållningsidrottens främsta immateriella resurs:

The sports industry continues to be the focus of much research by professional economists. A few seminal contributions... have been followed by an explosion of research in the past fifteen years. The reason for this, in our view, is that the sports industry provides unusual opportunities for both theoretical and empirical research. A central issue addressed on the theoretical side of sports economics research is the duality of market cooperation and market competition that is unique to the sports industry... The industry is unique because the legitimate monopoly goals of the team owners must be balanced against their illegitimate monopoly objectives. The legitimate goal is the preservation of competitive balance on the playing field. Without this balance, fans lose interest in the game and the league is an economic failure. The illegitimate monopoly objectives of the owners are the exploitation of the fans and the players. Owners appear to use their monopoly power in the product market to restrict output by limiting the number of teams. In the past (and perhaps even to some extent in the present), they appear to have used their artificial monopsony power to capture monopoly rents from the players (Fizel et. al, 1999:3).

”Monopsoni är det tillstånd som uppstår på marknaden när det bara finns *en kund*, som flera säljare måste slåss om (min kursivering).”<sup>13</sup> Exempel: En spelare som vill sälja gulddoftande fotbollsspelarrikenskap i t ex Norge har i realiteten bara haft en presumtiv kund de senaste tretton åren, Rosenborg (tretton guld på raken). I många andra länder är det teoretiskt något fler lag att välja på men i praktiken blir det år efter år samma fåtal lag som gör upp om guld, vilket kanske kan ses som en form av *artificiell monopsoni*. Poängen är att av den (redan) försumbara mängd av jordens människor som överhuvud kan ägna sig åt professionell elitidrott så är det en mycket liten andel av denna redan lilla andel människor som når de yttersta hierarkierna inom elitidrotten. Och ännu färre är de som når



dessa hierarkier inom ”de rätta elitidrotterna”, d v s ekonomiskt gångbara underhållningsidrotter. Det är denna försumbart lilla mängd atleter som gör professionell elitidrott till en så udda fågel ur ett nationalekonomiskt perspektiv då dess mikroskopiska andel av den totala produktionen av idrott utgör *den yttersta grunden* för en masskonsumtion av idrott och idrottsrelaterade varor, tjänster och upplevelser. En unik marknadssituation som säger något väsentligt om hur det är möjligt att utvinna omfattande ekonomiska värden sprungen ur auraproduktionen kring ett mycket litet fåtal atleter från underhållsidrotten. Som ett exempel kostade Tiger Woods Nike runt 200 miljoner per år i ett antal år för att knalla runt i deras golfskor. Nike har hundratals atleter på sin lönelista (Lundberg, 2004:15). Då Nike trots dessa omfattande aurainvesteringar är mycket lönsamt är det lätt att inse sprängkraften i auraproduktion inom underhållningsidrotten samt hur intimt ömsesidigt beroendet är mellan de auraproducerande toppatleterna och de kommersiella aktörer som, utifrån marknadssituationen artificiell monopsoni, kan kapitalisera dessa immateriella värden. Insikter i värdet av auraproduktion kan initialt dock hänföras till en väl känd popkonstikon:

Some company recently was interested in buying my 'aura'. They didn't want my product. They kept saying, 'We want your aura'. I never figured out what they wanted. But they were willing to pay a lot for it. So then I thought that if somebody was willing to pay that much for it, I should try to figure out what it is.

I think 'aura' is something that only somebody else can see, and they only see as much of it as they want to. It's all in the other person's eyes. You can only see an aura on people you don't know very well or don't know at all. I was having dinner the other night with everybody from my office. The kids at the office treat me like dirt, because they know me and they see me every day. But then there was this nice friend that somebody had brought along who had never met me, and this kid could hardly believe that he was having dinner with me! Everybody else was seeing me, but he was seeing my 'aura'.

When you just see somebody on the street, they really can have an aura. But then when they open their mouth, there goes the aura. 'Aura' must be until you open your mouth (Andy Warhol, 1975:75, i Björkman, 1998:7).

*Eskaleringen* av auraproduktion kan dock i mångt tillskrivas underhållningsidrotten, indikerat av de betydande summor som är inblandade bara för en enstaka individ. Och det är här upplevelseekonomin kommer in i bilden, dock inte som frammanare av underhållningsidrott. Tvärtom, underhållningsidrott, hävdar jag i mitt forskningsförslag (Lundberg, 2004), är en av de sociala praktiker som praktiserat upplevelseekonomisk ”teori” innan en sådan fanns konceptualiserad, om man med en sådan ”teori” avser eskalering, koncentration och förtätning av lönsamhetspotentialen i kapitalisering av immateriella värden.

#### 4. Empirisk belysning av begreppen nostalgi och kollektivt minne : Fallet Molson Centre

In this article I focus on the mobilization of increasingly spectacular forms and spaces of urban entertainment, used by *strategic alliances of public and private investors* to sell a post-industrial vision of contemporary urban environments...[which] enables us to examine the connections between the spectacularization of urban spaces through private capital and local popular memories (Bélanger, 2000:378-379).

Bélanger pekar i sin artikel på den ökande betydelsen av framgångsrika idrottslag, idrottsliga event och hypermoderna idrottsarenor/multieventarenor för *entreprenöriella städer* samt för *entreprenöriella regioner* som söker bygga sina varumärken (se Ramírez-Pasillas, 2004, för en diskussion kring *regional brands*):

As global corporations scan the world for preferential locations, particular places are forced into a competitive race to attract inward investors. All of this is leading to increased global inter-urban competition around *entertainment industries*, where cities must *reimage* and *reimagine* themselves...as 'world-class'. *Sport stadiums* and other complexes have become increasingly important in this dynamic... In this context, urban centres worldwide have been swept along by a new phase of entertainment consumption indicating the integration of *a new entertainment economy* with *a new urban economy*. In its wake, this phase, which can be called the spectacularization of space, is creating a new urban landscape filled with casinos, megaplex cinemas, themed restaurants, simulation theatres, stadium and sport complexes. As cities around the world are being transformed into *aggressive entrepreneurial cities* through the industry of the spectacle, so too are *identities and memories* being reformed within these spaces (Bélanger, 2000:378).

Bélanger utvecklar sitt resonemang kring en analys av fallet *Molson Centre i Montreal* där *Molson Brewery Corporation* (stor öltillverkare) fick ge namn åt den nya arena som ersatte *Montreal Forum*, den legendariska men numera föreliggande hemmaarenan för NHL-laget *Montreal Canadiens*. Det är nog mycket svårt för icke kanadensare att föreställa sig den symbolmättade innebörden av detta byte. Att begrepp som historiskt minne, nostalgi, lokal/regional identitet och auraproduktion är nödvändiga för att skapa förståelse för dylikt hoppas jag framgår av följande två citat som visar på en *vrede* och ett *rituellt beteende* som är näst intill överväldigande:

##### *Vrede*

However, the prospective closing of the Montreal Forum in favour of a new high-tech arena created an uproar of reaction in the city and launched an unprecedented wave of nostalgic sentiment... Not only had the Forum provided a home for legendary hockey games, but also for concerts and political rallies that were significant in the

development of Quebec's pre and post war popular cultures. As a much more self-consciously corporate space, the Molson Centre threatened to redefine that vital tie to the Quebec public by creating new exclusions and more distance from 'the people' (Bélanger, 2000:390-391).

### *Ritual*

Molson tvingades till en massiv marknadsföringskampanj som gick ut på att övertyga allmänheten om att det var möjligt att flytta minnen, legender och traditioner från Forum till Molson Centre. Kampanjen inleddes med en minnesmatch mellan samtida och tidigare 'legender' från Montreal Canadiens vilken avslutades med en högtidlig minnescermoni på isen. Därefter följde en stor auktion där allmänheten för fem kanadensiska dollar i inträde fick bjuda på Forums alla historiska artefakter. Beskrivningen av den avslutande paraden lämnar slutligen intet övrigt att önska:

The day before the opening game in the Molson Centre a parade was organized called 'le Grand Déménagement' (The Great Move). The parade was designed to move the team, and the ghosts and the memories, from the old arena to the new arena – The Stanley Cup banners and some living legends. The theme of the parade was 'the pride and soul of the Montreal Canadiens'. Even the Forum's Zamboni (the machine that cleans the ice during hockey games) was officially part of the parade; in fact, it led the parade! Plundering the vault historical symbols, the parade's organizers also included an Olympic torch meant to reinforce the ideal of transferring the traditions and memories of the old building. Molson was clearly trying to bank on symbols in enacting tradition in the streets of the city and included strolling giant ghosts in the parade that 200,000 people came to see. The promotional discourse was clear: the ghosts of the Forum were moving into the Molson Centre and the parade invited people to come and see it with their own eyes. In addition, on the same day an 'open house' day was held for the public to get familiarized with their new space (150,000 people attended)... This open house event was connected in the campaign with the claim that the arena was an 'all-Quebecois' masterpiece – the people's masterpiece. The open house was to strengthen a sense of public ownership and public identification with the building (Bélanger, 2000:391-392).

Det må vara så som Mikael Lindfelt menar i citatet inledningsvis, att en stor del av idrottens enorma genomslagskraft kan förklaras med dess karaktär av relativt lättförståelig underhållning och koncentrerad livsförenkling. Men fallet Molson Centre visar på att den entreprenöriella (om)organiseringen av underhållningsidrottens praktik inte låter sig genomföras med mindre än synnerligen sofistikerade insikter i de *koncentrerade emotioner* som auraproduktion inom upplevelseekonomin frammanar. Artikeln har sökt visa på underhållsidrottslig praktik med fördel kan tolkas och förstås med företagsekonomisk och entreprenörskapsteoretisk utgångspunkt. Dock måste de konceptuella verktygen utvecklas och förfinas då konceptuella gränser för närvarande fungerar mer begränsande än avgrän-

sande, något som är till förfång för underhållningsidrottens främsta resurser, dess varierande immateriella tillgångar så som t ex nostalgi, kollektivt minne och aura.

## Noter

- 1 'Aura' är ursprungligen ett konstteoretiskt begrepp, främst kopplat till ting. Begreppet introduceras kort senare i texten men är annars föremål för konceptuell vidareutveckling i mitt avhandlingsarbete. Syftet med det är att problematisera idrottens tilltagande användning av 'varumärke', ett begrepp som enligt mitt förmenande inte i tillräcklig grad konceptualiserar den dynamik som underhållningsidrottens megastjärnor meningsfylls med.
- 2 Jag upplever svensk idrottsvärld som lite egen på många sätt och en av dess egenheter är att den har en dimension av tabu över sig. Den 'får inte' kritiseras eller diskuteras kritiskt i någon nämnvärd utsträckning. Mikael Lindfelt (1999:11-12) pekar på att denna egenhet inte är specifikt svensk. Ett personligt klagörande känns därför befogat innan kritiska diskussioner om underhållningsidrottens skuggsida tar vid: Jag har varit starkt engagerad i en svensk gräsrotsidrott i 20 år (innebandy) och är alltså tapper (nåja) motionär samt en ivrig konsument av idrott live såväl som medierad. Som idrottsutövare, idrottsledare och idrottskonsument kan jag med glädje se tillbaka på att ha upplevt många solsidostunder av lite bättre förståelse människor emellan, lite mer ömsesidighet, delat gillande, tok-lycka och skönt sunkig ribbstolshallstrivsel i landsortshallar som inte städats sedan Per Albin var statsminister. Att ifrågasätta tabutänkandet och 'välja att se' även idrottens skuggsidor skall således inte förstås som ett avståndstagande från alla dessa solsidoaspekter. Tvärtom, så ser jag kritiska idrottsvetenskapliga ansatser som ett absolut bidrag i försvaret av dessa (utan att för den skull kantra till traditionalism). Med detta sagt hoppas jag att idrottsanhängare med allt för ömma tår erbjudits viss lindring.
- 3 En idrottslig praktik som i avtagande grad riktar sig till den *specifikt idrottsintresserade* och i tilltagande grad riktar sig till den *allmänt underhållningsintresserade*, rör sig gradvis in i underhållningsbranschens sfär.. Underhållningsidrott ställs, ofta på mycket vaga grunder och med dunkla argument, i kommuners och regioners tjänst och fortfarande i betydande utsträckning i nationers tjänst trots nationalstatens gradvisa reträtt. Konstellationerna utgörs allt oftare av det offentliga och det privata i allians, delandes mål för idrotten som tillväxtmotor, affärsalstrare, associationsobjekt och representationsmiljö. När idrott blir till underhållningsidrott konkurrerar den med underhållningsbranschen i sin helhet, varför 'tjänstgöringen' attraherar just så länge som den är spektakulär nog att fullgöra sin roll som kuliss för alliansernas varierande syften.
- 4 *Muzak*, ett begrepp skapat genom att kombinera *Music* och *Kodak*, är en musikalisk genre specialiserad på att placera musiken i bakgrunden till förmån för andra intressen i förgrunden, allt som oftast ekonomiska. Taylorismen ses som "pionjärer" på området men utvecklingen tog fart rejält i och med andra världskrigets upphörande: "By the late 1940s 'travel muzak' was broadcast on trains passenger ships, and Muzak hade

- become commonplace in workplaces; 'the idea combat monotony and offset boredom at precisely those times in a work day when people are most subject to these onslaughts'... While this may have enhanced the quality of the working day, its primary objective was to maximise worker output..." (Connell & Gibson, 2003:194). När idrott i tilltagande grad riktar sig till den allmänt underhållningsintresserade, sker motsvarande muzakifiering utifrån ekonomiska bevekelsegrunder.
- 5 Minns Ludmila Engkvist, från invandrad svensk ikon, OS-guldmedaljös och mirakulös besegrare av bröstcancer (DN-galan, 1999, ett ögonblick då rättmätigt intet öga var torrt), till nationell Golgata via doping i samband med comeback i bobsleigh (!) och nyliga hånfulla skrivelser om egna bolag på obestånd. Minns sommarenens två grekiska friidrottare, nationens yttersta stolthet, som ändade sitt OS på hemmaplan (Aten, 2004) som bespottade huvudrollsinnnehavare i sin egenhändigt fejkade hemmavideo. Minns den massivt kollektiva utfrysningen av den finska nationens stoltaste utpost – dess längdskidåkare – då systematisk dopning av stora delar av landslaget uppdagades i samband med hemma-VM i Lahtis 2001. Minns... Kanske dags att göra en ny version av Bengt Bedrups legendariska 'Sport vi [dessvärre] minns'. Skandal- och förnedrings-TV är ju populärt numera.
  - 6 Nestorn bland svenska idrottsjournalister, Svenska Dagbladets Sune Sylvén: "Tyvärr har idrotten liksom många andra delar av samhället delvis abdikerat som förebild... I den högkommersiella idrotten finns ett drag av extrem egoism. Det gäller att till varje pris ta för sig på och utanför arenan. Hänsynen till motståndarna, som också är människor, är ofta minimal. En idrottens etikgrupp skulle ha mycket att syssla med (Svenska Dagbladet, 2005-02-13).
  - 7 Två 'too-much-of-it-exempel', det första ur *idrottarens* perspektiv: Svenska Dagbladet har i en artikelserie under januari 2005 uppmärksammat utbrändhet inom idrott som ett dolt idrottsproblem det är tyst om inom idrotten. Ett exempel ur *idrottskonsumentens* perspektiv: Diskussioner om 'the sport that ate itself' sprider sig försiktigt inom de stora arenaidrotterna fotboll och ishockey. Uttrycket appellerar på idrotter som reproducerar och förmerar sin verksamhet utan synbarligen övre gräns, resulterandes i ett massivt (över)utbud.
  - 8 Resonemang om idrottskulturen som illusion av verkligheten, som lek varandes i men ändå bredvid världen, förs på olika håll i Lindfelt (1999). Via uttryck som 'stat i staten' (Lindfelt, 1999:207) och 'suspension of ordinary world' (Lindfelt, 1999:28) diskuteras detta mer utförligt hos Lindfelt.
  - 9 I mitt avhandlingsarbete utvecklas resonemangen även kring begrepp som *upplevelseekonomi*, *kitsch*, *nostalgi* och *immateriella resurser*.
  - 10 Med ett sådant påstående har jag inte gjort mig till en okritisk bejakare av ekonomisering av svensk idrott. Inte heller det motsatta, penningen omdömesgillt hanterad gör gott och ekonomisk kompetens är så god som någon annan. Problemet är mindre det kloka eller okloka i penningens utbredning utan mer idrottsrörelsens strutsiga förhållningssätt inför denna fundamentala fråga. Kombinationen av penningtörstande kassörer, utbrett kunskapsförakt för annan kunskap än den egna kontextuellt idrottserfarenhetsbaserade, bristande ekonomisk kompetens och kunskap samt nepotism som inte

allt för ovanlig organisatorisk princip kan möjligen vara några orsaker till ett grandioöst okritiskt bejakande av penningens uppvaktning av den idrottsliga praktiken.

Företagsekonomisk kompetens av minst två slag förefaller vara extra angelägen för svenskt vidkommande: Dels en traditionellt nyttoinriktad kunskap för att i vardagen förbättra det ekonomiska beslutsfattandet. Inte minst kunskap nog att kritiskt granska och utvärdera om metoder och modeller från företagsekonomi tillför något inom idrottssektorn eller ej. I dagsläget återbrukas mycken skåpmat från det inre av konsultfirmornas skrymslen. Dels en mer bildningsinriktad, näst intill värdeteoretisk och ekonomisk-filosofisk kunskap för att kvalificera samtalen om idrottens mål och mening och dess roll i samhället. Andra samhällsaktörer tillmäter idrotten näst intill oändlig status i vår samtid, se t ex Asplunds citat i inledningen, varför det ter sig lite märkligt att ointresset, plattheten och endimensionaliteten i dessa diskussioner är så uttalade inom den svenska idrottsvärlden självt.

- 11 En annan, blygsammare utvecklingstendens synes vara att även en mer seriös bevakning av idrotten som samhällsfenomen tilltar. Idrotten är journalistiskt objekt på andra sidor än idrottssidorna, fler och fler specialiserade tidskrifter tillkommer, idrottens centrala samhällseliga roll diskuteras allt oftare och allt bättre och allt mer forskning om idrott annat än som fysisk aktivitet produceras.
- 12 De ganska få nationalekonomiska studier jag hittills tagit del av använder entydigt begreppet 'professionell elitidrott'. Man gör ingen åtskillnad mellan 'traditionell elitidrott' och 'underhållningsidrott'.
- 13 <http://sv.wikipedia.org/wiki/Monopsoni>

## Referenser

- Bélangier, Anouk (2000). Sport venues and the spectacularization of urban spaces in North America. The case of Molson Centre in Montreal. I *International Review for the Sociology of Sport* 35/3 (2000) ss. 378-397.
- Björkman, Ivar (1998). *Sven Duchamp – expert på auraproduktion: Om entreprenörskap, visioner, konst och företag*. Stockholm: Stockholms universitet, Avhandling.
- Bourdieu, Pierre (1992). De olympiska spelen. Ett analysprogram. I *Res Publica* #64 ss. 84.87. En förkortad version av ett föredrag som Bourdieu höll vid *The annual meeting 1992 of the philosophical society for the study of sport in Berlin* (Berlin, oktober 2, 1992). Den längre versionen finns på svenska i *Om televisionen* (svensk översättning Mats Rosengren, Symposium, 1998).
- Bååth, Hans & Lundberg, Hans (2004, opublicerad). Rapport från EASM i Ghent, Belgien, 22-25 september 2004. Växjö: Avdelningen för idrottsvetenskap, Växjö universitet
- Centre for Mobilities Research, hemsida:  
<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/cemore/index.htm>
- Connell, John & Gibson, Chris (2003). *Sound tracks. Popular music, identity and place*. London/New York: Routledge.

- DeLillo, Don (1997). *Underworld*. New York: Scribner Paperback Fiction/Simon & Schuster Inc. Fazel, John,
- Gustafson, Elizabeth & Hadley, Lawrence (1999). An overview. I *Sport Economics. Current Research* (ed:s Fazel, John, Gustafson, Elizabeth & Hadley, Lawrence) ss.3-7. Westport, USA: Praeger Publishers.
- Goldlust, John (1987/2004). Sport as Entertainment: The Role of Mass Communications. I *Critical Readings: Sport, Culture and the Media* (ed. Rowe, David) ss. 27-47. Maidenhead/Berkshire, England: Open University Press.
- Lindfelt, Mikael (1999). *Idrott och moral. Reflektioner över idrottens ideal*. Nora: Bokförlaget Nya Doxa.
- Lundberg, Hans (2004). *Halliday on Ice – Hypoteser om upplevelseekonomin som idé och socialt fenomen*. Växjö: Växjö universitet, forskningsförslag 2004-09-06.
- Parks, Janet B. & Quarterman, Jerome (1998/2003). Sport Management: An Overview. I *Contemporary Sport Management 2<sup>nd</sup> edition* (ed:s Parks, Janet B. & Quarterman, Jerome) ss. 5-22. Champaign, USA: Human Kinetics.
- Ramírez-Pasillas, Marcela (2004). Building Regional Brands via Strategic Networking: The cases of Como, Italy and Lammhult, Sweden. I Ramírez-Pasillas, Marcela *Embedded Regional Networking* pp.158-185. Växjö: Växjö universitet/SIRE, licentiatavhandling.
- Sandahl, Björn & Sjöblom, Paul (2004). Idrottsrörelse med identitetsproblem? I *Svensk Idrottsforskning 2/2004*, ss. 52-55.
- Svenska Dagbladet, 2004-12-08. *Sportdårarnas afton på Operan* (Leonardz, Jenny).
- Svenska Dagbladet, 2004-12-13. *1-0 till Operan* (Lundman, Tony).
- Svenska Dagbladet (2005-02-13). *Idrotten är inte längre förebild* (Sylvén, Sune).
- Svenska Dagbladet, Nätupplaga, [http://www.svd.se/dynamiskt/utrikes/did\\_8703270.asp](http://www.svd.se/dynamiskt/utrikes/did_8703270.asp) 2005-02-14 (*Protester mot pop-krubba i England*, publicerad 2004-12-08).
- Wahlström, Bengt (2002). *Guide till upplevelsesamhället. Från musik & museer till sushi & spa*. Stockholm: SNS Förlag.
- Wikipedias hemsida: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Monopsoni>