

Boksesporten runde for runde: En sammanligning av svensk og amerikansk radiosport

Ragnhild Thomsen

Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen

Publicerad på Internet, www.idrottsforum.org 2003-11-11.

Copyright © Ragnhild Thomsen 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.

Radioen vokste fram som et massemedium på 1920-tallet og skulle vise seg å bli et medium med evne til å samle store folkegrupper rundt mottakerapparatene. Én type programinnhold som særlig appellerte til lytterne, var sport. Da den amerikanske presidenten Franklin D. Roosevelt i 1939 holdt en av sine viktige taler om 2. verdenskrig, hadde han færre lyttere enn den mest populære boksekampen samme år. Dette var til tross for at presidentens tale ble sendt i fire radionettverk, mens kampen bare ble overført i ett (Halberstam 1999:26).

I det følgende vil jeg se nærmere på radiosport i perioden 1920- til 1960-tallet. Med utgangspunkt i boksesporten vil jeg se hva som preget sport på radio innen to ulike kringkastingssystemer, nemlig det amerikanske og det svenske. I det knappe forskningsmaterialet om radiosport og boksing er det noen sentrale emner som er vektlagt og som jeg vil gripe fatt i: spørsmål om rettigheter og sponing i USA og allmennkringkasterens dilemmaer i Sverige. Men først vil jeg komme med noen generelle bemerkninger om radiosport i de to landene.

Radiosport i Sverige

Da det første sportsreferatet ble lest opp i svensk radio 1923, gikk startskuddet for et nært forhold mellom sport og radio. Peter Dahlén skriver at radioens historie knapt kunne vært skrevet uten å ta hensyn til idrettens betydning for etermedienes utvikling (1999:73).

Svensk radiosport har båret tydelige preg av at kringkastingsvirksomheten i Sverige ble organisert etter en britisk public service-modell. I bytte mot lisensfinansiering og kringkastingsmonopol forpliktet den statlige institusjonen Radiotjänst seg til å drive folkeopplysning og tjene befolkningens interesser. Dermed har begrunnelsen for å overføre idrettsarrangement gjerne vært et ønske om å skape et tenkt nasjonalt fellesskap, å binde lytterne sammen i tid og rom og på demokratisk vis tilby store arrangement til hele befolkningen.

Men tross en enorm publikumsappell fikk ikke radiosport spesielt høy prioritet de første tiårene. Gjennom sine studier av svensk radiosport har Dahlén observert flere faktorer som bidro til å begrense forekomsten av sport i radioen de første 25 årene. Blant disse faktorene er medarbeidernes akademiske bakgrunn og synet på underholdning som et sofistisert kulturfelt. Fram til 1950-tallet dominerte en mentalitet og en programpolitikk som ikke prioriterte populære kulturformer som for eksempel sport. Radioen var et tilbud til kultureliten, og Radiotjänst ble nøye overvåket slik at den ikke skulle falle for fristelsen til å ivareta folkelige interesser og ønsker – som konkurranseidrett. Mengden sport i sendeskjemaet ble også begrenset av at man bare hadde én kanal til rådighet, og at programtiden bestod av over 40 prosent musikk. At nyhetene ble produsert av en ekstern aktør, var også et hinder for sport på agendaen fordi en sportsredaksjon naturlig ville hørt til under nyhetsavdelingen som ikke fantes (Dahlén 1999:406 ff). Men selv om mange faktorer begrenset mengden sport i radioen de første tiårene, tok enkelte sentrale medarbeidere til orde for flere sportssendinger. Disse bidro til å øke omfanget av slike sendinger samt til å utvikle en egen journalistisk tradisjon i radioen (samme 1999:409 ff).

Fra midten av 1950-tallet til andre halvdel av 1960-tallet skjedde det endringer som skulle få konsekvenser for radiosporten. Blant annet forandret det svenske medielandskapet seg betydelig. Fjernsynet kom. Det gjorde også en andre og en tredje riksdekkende radiokanal i tillegg til regionalradioer. Parallelt med ekspansjonen i kringkastingen ble det etablert en egen sportsredaksjon i radioen, og man fikk medarbeidere som kun jobbet med sportsstoff. Alle disse faktorene kom til å endre bredden og omfanget av sport i svensk radio. Man fikk en mer systematisk dekning av idrettsverdenen, og medarbeiderne satt med langt høyere kompetanse fordi de ikke lenger måtte være allmennreportere ved siden av å være sportsreportere. I tillegg organiserte man sportsrapporteringen under faste programposter (samme 1999:290 f). Også mentalt skjedde det endringer innen radiosporten på midten av 1950-tallet. Dahlén beskriver dette som et skifte i radioens holdning til sporten og en overgang fra en idealistisk til en realitetstilpasset innstilling. Istedenfor å se idretten som en samfunnsnyttig folkebevegelse som trengte all den oppmuntring den kunne få, betraktet man nå idretten som et underholdningsprodukt til salg for en viss sum penger. En konsekvens av dette var at man måtte utvikle nye direktiv for hvordan man skulle forholde seg til idrettsbevegelsens økende krav om kompensasjon for senderrettigheter (samme 1999:282, 284, 424). Samtidig begynte radiotjenesten å orientere seg mer mot publikums ønsker og behov og prioriterte høyere populære og lette programmer i beste sendetid. Radioen satset

også på større arrangement som var sikre publikumsvinnere, og radiosporten gikk inn i en ny og moderne fase (samme 1999:420).

Den svenske radioens sendinger fra store idrettsarrangement har ifølge Dahlén samlet et rekordstort antall lyttere rundt radioapparatene. Fram til 1955 ble det imidlertid foretatt få systematiske lytterundersøkelser, så det er vanskelig å fastslå nøyaktig hvor mange som sluttet opp om radioens sportstilbud (1999:395). Likevel har man noen tall å gå etter. Et eksempel her er en publikumsundersøkelse som ble gjort i forbindelse med boksekampen mellom Olle Tandberg og Joe Walcott i 1949. Hele 68 prosent av den svenske befolkningen hørte radiooverføring av den populære kampen. Dette skyldtes ikke minst en betydelig forhåndsomtale i aviser, at det satt en anerkjent kommentator bak mikrofonen og at publikum betraktet kampen som en landskamp mellom Sverige og USA (1999:396 f). Innføringen av tv kom på sikt til å påvirke oppslutningen om radiosporten, og etter hvert havnet radioen i skyggen av tvs sportssendinger. Men i tvs barndom dro radioen nytte av det nye mediets begrensninger og kunne i motsetning til tv overføre på nattetid. Dette ble gjort da svensken Ingemar Johansson møtte amerikaneren Floyd Patterson i bokseringen årene 1959 og 1960. Mellom 55 og 63 prosent av svenskene lyttet til disse kampene (samme 1999:398, 403).

Radiosport i USA

Sport har alltid vært en sentral del av radioinnholdet i USA. Overføringen av en boksekamp var noe av det første som nådde ut til publikum over eteren, og fram til slutten av det 20. århundret var radioen fortsatt en viktig kilde til sport, i hvert fall for visse idretter og sportsbegivenheter. Det mener David J. Halberstam i sin store studie av *Sports on New York Radio* (1999:138, 143, 216).

Amerikansk radiovirksomhet har alltid vært kommersiell, altså underlagt økonomiske og forretningsmessige prinsipp. For å overleve har radioaktørene måttet levere et produkt som publikum vil ha. Kringkastingen har vært finansiert gjennom reklame og sponning, og med et mangfold av aktører har konkurransen tenkning stått sentralt. Dette står i kontrast til prinsippene i Sverige fram til 1960-tallet, hvor staten finansierte kringkastingen mot at den utførte det man betraktet som viktige samfunnsoppgaver.

Rammene rundt kringkastingsvirksomheten i USA har preget radiosporten på godt og ondt. Sett i lys av et public service-ideal, som preget svensk kringkasting, vil deler av den amerikanske radiovirksomheten få et tydelig negativt fortegn. Blant annet har økonomi avgjort hvilke idretter som er blitt dekket og ikke idealer som bredde og mangfold i eteren (se blant annet Halberstam 1999:73 f). Ishockey er et eksempel på en idrett som lenge hadde en marginal og vilkårlig radiodekning på grunn av lav publikumsinteresse og få sponsorer. Halberstam skriver om radiostasjonen WNEW ved inngangen til 1960-tallet at den var en av de stasjonene som hadde høyest lyttertall i Amerika, og den torde ikke røre hockey (1999:76). Videre har finansieringen av amerikansk kringkasting lagt bindinger på

radioaktørene, og sponsorene har hatt sterk innflytelse over virksomheten. Dette har blant annet resultert i sammenblanding av reklame og redaksjonelt innhold, noe man har vanskelig for å akseptere i en public service-kringkaster.

Det amerikanske kringkastingssystemet har på den positive siden sikret publikum god tilgang til sport. I New York kunne man fra 1920-tallet høre opp til flere collegefotballkamper hver lørdag, og på 1930-tallet sendte nesten alle radiostasjoner i byen slike kamper fast hver søndag (Halberstam 1999:34, 54). På landsdekkende nivå ble det meste som var av boksekamper på 1930-tallet, overført av radionettverket NBC, mens nettverket Mutual sendte baseballkamper nesten hver dag i sesongen fra 1950 (samme 1999:22, 282). Sportens publikumsappell har gjort det lønnsomt for radioaktører å satse på nettopp dette programinnholdet, og aktørene har vært villige til å betale høye pengebeløp for å sikre lytterne sport. Slik var det ikke i Sverige hvor sport som tidligere påpekt, hadde et begrenset omfang fram til cirka 1950.

Kringkastingsvirksomhet i USA har alltid vært drevet etter de samme grunnleggende prinsippene, og det skjedde således få kvalitative endringer innen radiosporten fram til 1960-tallet. Den største forandringen var nok konkurransen radioen fikk da tv kom på banen rundt 1948. Konkurransen møtte man med ulike strategier, som å mørkelegge tv-skjermen under radiooverføringer av enkelte amerikanske fotballkamper. Denne praksisen pågikk fram til 1973 (samme 1999:112). Ulike strategier til tross skjedde det endringer innen amerikansk radiosport etter at tv kom. Mest påfallende er det kanskje at boksing, som hadde vært den mest populære sporten i USA gjennom tiår, forsvant fra radioen på 1960-tallet. Man erfarte nemlig at det var latterlig å radiooverføre kamper som gikk på tv. Dette skyldtes at det var lite samsvar mellom kommentarene som ble gitt og det publikum selv kunne se, og man definerte boksing som en nærmest umulig sport å kommentere på radio. Innføringen av betalings-tv (pay-per-view) har gjort boksing på radio til noe forhistorisk, og siden 1970-tallet er det bare blitt overført en håndfull kamper på amerikansk radio (samme 1999:27, 32). Tv er imidlertid ikke den eneste grunnen til at boksesporten forsvant fra amerikansk radio. Andre medvirkende årsaker er en tragisk ulykke som skjedde i 1962 og at sentrale sponsorer dermed trakk seg. Sporten forsvant også gradvis fra amerikansk radio fordi idretten selv la hindringer for slag-for-slag-overføringer (samme 1999:27 f). Summen av disse faktorene var at storhetstiden for boksing på radio var over.

Som i Sverige har sportsoverføringer i radio hatt høye lyttertall i USA. Så tidlig som i 1926, på en tid da det bare fantes fem millioner radioapparat i landet, lyttet en stor andel av USAs befolkning på 125 millioner mennesker til boksekampen mellom Gene Tunney og Jack Dempsey. Avisen *The Daily News* anslo antall lyttere til å ligge rundt 20 millioner, mens *The New York Times* opererte med lyttertall på 50 millioner. Sendingen gjorde inntrykk på folk, og bare i New York alene døde ti personer av hjerteattakk under radiooverføringen (samme 1999:7, 9). Fram til 1950-tallet var boksing ubestridt den mest populære sporten i USA og fikk således de høyeste lyttertallene. Nesten halve befolkningen hørte kampen mellom Joe Louis og Bob Pastor i 1939. Til sammenligning lyttet et snitt på 33 prosent av befolkningen

til collegefotballkamper, den andre mest populære idretten i USA på den tiden (samme 1999:26).

Med utgangspunkt i boksesporten vil jeg i det følgende sammenligne amerikansk og svensk radiosport fra 1920-tallet og til 1960-tallet. Perioden er ikke eksakt avgrenset ved årstall, men strekker seg fra radioens framvekst og fram til boksesporten forsvant fra radioen. Dette skjedde som nevnt fra 1962 i USA, og i Sverige definitivt fra året 1970 da proffboksing der ble forbudt.

Public service-idealet

I sitt arbeid med å utføre viktige samfunnsnyttige oppgaver møtte den svenske Radiotjänst noen ganger utfordringer slik den gjorde med boksesporten. Utfordringen handlet om å finne en balansegang mellom to motstridende forhold: på den ene siden å imøtekomme publikums interesser og ønsker og på den andre siden å innfri forventningene som ble stilt til en allmennkringkaster. Folks interesse for boksing var enorm både i USA og Europa i tiden etter 1. verdenskrig. I Sverige hadde interessen for boksesporten vært laber under krigen, men i 1921 fikk boksingen sitt virkelige gjennombrudd i massemedia i forbindelse med tittelkampen mellom Jack Dempsey og franskmannen George Carpentier i Jersey City den 2. juli. Det var en hendelse som skapte en veritabel boksefeber i hele Europa, men som i Sverige, der publikumsinteressen vokste fram både for sporten generelt og ikke minst for den populære svenske bokseren Harry Persson, også ble en utløsende faktor for et omfattende og generelt angrep mot idretten som fenomen (Hellspong 1982:60; Norberg 2002:64; Dahlén 1999:106f). I USA tok de ulike radioaktørene i bruk kostbare virkemidler for å overføre boksekamper fordi kampene tiltrakk seg lyttere og således også inntekter.

For Radiotjänst var det imidlertid ikke like uproblematisk å sende referater og direkteoverføringer fra boksekamper. Dahlén peker på det kontroversielle i ”å sende en så antatt voldsom og rå sport som boksing i den allmenntilgjengelige radioen med sine forskrifter om å holde virksomheten på ’høyt ideelt, kulturelt og kunstnerlig nivå’” (1999:103). Proffboksing var dessuten forbudt fra 1921 og to-tre tiår framover (forbudet ble opphevet på ulik tid i ulike deler av Sverige. I Göteborg varte forbudet til 1932, i Stockholm til 1946). Radiotjänst landet likevel på en avgjørelse om å sende boksekamper og legitimerte valget ved å betone boksingens nyhetsverdi. At man dekket ulovlige kamper, forsvarte man ved å betrakte dem som private tilstelninger. Sportens brutale karakter nedtonet radioen ved å *omtalte* sporten heller enn å *beskrive* den og referere nøytralt uten innlevelse (samme 1999:104). Dahlén oppfatter det som et paradoks at Radiotjänst sendte boksekamper, ”med tanke på radioens uttalte folkeoppdragende ambisjoner og av finkulturen sterkt dominerende programstruktur” (1999:110). Men selv om boksing var i strid med sentrale medarbeideres gode smak, hadde ikke radioen noe annet valg enn å overføre kamper, tatt i betraktning den store interessen for både idretten og for bokseren Persson (samme 1999:111).

De amerikanske radioaktørene hadde ikke samme betenkeligheter som svenske Radiotjänst med å sende boksekamper. Sportens popularitet var enorm, og kampoverføringer ble således regnet som sikre publikumsvinnere. Uten å få vite svaret kan man spørre seg om en svensk kommentator ville gjort som amerikaneren Sam Taub gjorde i 1933. Under en boksekamp brøt det ut slagsmål på tribunene, og Taub vendte seg bort fra bokseringen og beskrev for lytterne hva som skjedde blant tilskuerne (Halberstam 1999:21). Halberstam gjengir radiokommentarene fra kampen mellom Gene Tunney og Jack Dempsey i 1926, en av de mest populære enkeltstående sportsbegivenhetene i USA. Også her kan man bare spekulere i om frasene ville vært for kraftig kost for de svenske radiomedarbeiderne.

Jack's left eye is tightly closed now. He is fighting with one eye. His face is all red. He is cut over the eye. Tunney lands a right on Jack's eye again. (...) Jack lands a right hook on Gene's jaw, but it was not a stiff one. (...) Dempsey elects to go in and did manage to deliver his left. It travelled about four inches and caught Gene clean. Gene has just caught Dempsey a hard overhand right on the ear. (1999:7 f) (Kursiv i originalteksten).

Boksesporten fortsatte å være et kontrovers for Sveriges Radio (Radiotjänsts nye navn fra 1957), og fortsatt stod konflikten mellom publikums ønsker og forpliktelsene som allmennkringkaster. Kamper ble overført, men ikke problemfritt. I mai 1958 utformet radioens styre et prinsippvedtak om at boksekamper ikke skulle sendes i radio eller tv (Dahlén 1999:305 f). Det gikk imidlertid bare et knapt år før vedtaket ble satt under press, og man begynte å etterlyse et unntak fra regelen. Den svenske proffbokseren Ingemar Johansson skulle nemlig bokse om VM-tittel i tungvekt mot amerikaneren Floyd Patterson i New York 1959, og det svenske folk hungret etter å få med seg kampen. I samråd med styret avstod Sveriges Radio fra å overføre direkte, men sendte et referat i etterkant av kampen. Sjelden hadde vel en begivenhet vært av så stor interesse for en så stor del av det svenske folket uten at Sveriges Radio sørget for direktesending, skriver Peter Dahlén om avgjørelsen (1999:306). Kampen ble imidlertid overført med svensk kommentator på den kommersielle radiostasjonen Radio Luxemburg, som hadde base på kontinentet, og en betydelig andel av Sveriges befolkning hørte direkte hvordan Johansson beseiret Patterson. På bakgrunn av Luxemburg-overføringens suksess, samt den store interessen for boksing, bestemte radiostyret seg for å gjøre det nevnte prinsippvedtaket noe rundere i kantene. Overføring av proffboksing var fortsatt forbudt, men radioens ledelse kunne gjøre unntak fra regelen dersom kampene hadde en høy nyhetsverdi (samme 1999:306 ff). Dermed hadde Sveriges Radio sitt på det tørre da returoppgjøret mellom Johansson og Patterson ble overført direkte i 1960.

I kontrast til de nøye utvalgte boksekampene som ble radiooverført i Sverige, ble det som nevnt overført et stort spekter av kamper i USA. På 1930-tallet sendte radionettverket NBC både kvalifiseringskamper og tittelkamper i alle vektklasser (Halberstam 1999:22).

Radioens håndtering av bokseproblematikken illustrerer at det ikke nødvendigvis er et fasitsvar på hvordan man forvalter det forpliktende public service-idealet. Lytterne skal skånes for vold og brutalitet og serveres oppbyggelige program, samtidig som ønsker og interesser ivaretas og alle gis tilgang til viktige nasjonale begivenheter. Det er heller ikke opplagt hva programinnholdet i en allmennkringkaster skal være. Sveriges Radio landet på et kompromiss om kun å overføre kamper med spesielt stor publikumsinteresse. Slik ivaretok kanalen forpliktelsene overfor både stat og publikum. En episode fra 1949 illustrerer imidlertid hvor vanskelig det kunne være å foreta riktige programvalg. Etter at Radiotjänst hadde besluttet å ikke referere en attraktiv kamp i 1949, tok kommunikasjonsminister Torsten Nilsson, statens representant, affære for å få omgjort beslutningen – med det resultatet at kampen ble sendt (Dahlén 1999:304 f).

Det er flere aktuelle årsaker til at det svenske radiostyret myknet opp forbudet mot å overføre boksekamper. Blant disse er de nevnte endringene på 1950-tallet med større satsing på sport og en tydeligere publikumsorientering. En sterkere kommersiell tenkning bidro også til oppmykingen, og prinsippvedtaket fra 1959 sier at radioledelsen kunne sende boksekamper ”med hensyn til (...) de av sendingene aktualiserte økonomiske konsekvensene” (gjengitt i Dahlén 1999:309). Ikke minst var vedtaket et resultat av konkurranse fra Radio Luxemburg og i årene 1961-62 fra Radio Nord som sendte fra internasjonalt farvann.

Rettigheter

I USA reiste boksportsporten en viktig problemstilling i forholdet mellom sport og medier, nemlig spørsmålet om rettigheter. Radioaktører erfarte at sport var svært populært blant lytterne og så seg villige til å betale for enerett til å overføre sportsarrangement. Gjennom årene har kampen om rettigheter tilspisset seg og prisene økt betraktelig, og i dag betaler man gladelig skyhøye beløp for å sikre seg sportsrettigheter. Konkurranse har alltid vært et sentralt motiv i kampen om rettigheter; det gjelder å skaffe seg noe som konkurrenten ikke har.

Rettighetsspørsmålet kom første gang på banen i USA i 1927 da radionettverket NBC skaffet seg eksklusive rettigheter til landsdekkende sendinger fra det populære returoppgjøret mellom Gene Tunney og Jack Dempsey. Konkurrenten Columbia gikk uten suksess rettens vei for å forby kamparrangørene å gi en slik eksklusivitet. Dermed var det fritt fram for kjøp og salg av rettigheter til sportsarrangementer i USA (Halberstam 1999:8-9). Enkelte sportsledere motsatte seg riktignok radiooverføring av arrangementer av frykt for lavere tilskuertall og tap av inntekter. Baseballagene i New York inntok en slik holdning. Det resulterte i en svært vilkårlig dekning av kamper fram til 1939. Gjennomgangstonen blant baseballagene var imidlertid en annen, og for eksempel i Chicago møtte lagene radioen med åpne armer (samme 1999:223 f).

Kampen om rettigheter var ifølge Halberstam ”en milepæl i utviklingen som ville styre sporten og kreve milliarder av nettverkdollar fram til det 21. århundret”. (1999:9). Året 1941 står som et vannskille da Gillette kastet seg inn i kampen om rettighetene til å overføre boksekamper (på den tiden var det sponsorene som var ansvarlige for sendingene). Firmaet tilbød 5.000 dollar per kamp, et beløp som var ti ganger høyere enn det rettighetshaveren Adam Hats kunne tilby. Gillette fikk rettighetene, og det var ”en enormt viktig avgjørelse for kringkastingen av boksing” (samme 1999:23). Og beløpene har fortsatt å øke. Dette viser rettighetsprisene til de ukentlige seriekampene i den amerikanske fotballigaen. I 1972 betalte nettverket Mutual 13.000 dollar per år for rettighetene mens konkurrenten NBC betalte over 400 ganger så mye 15 år senere (samme 1999:135).

Rettighetsproblematikken førte raskt til en kommersialisering av amerikansk sport, altså at klubber og lag la forretningsmessige hensyn til grunn for sin virksomhet. Et eksempel på slik tankegang ser vi i fotballklubben Jets, som var mer opptatt av inntekter fra salg av rettigheter enn en klar identitet og profil. Klubben vandret derfor mellom ulike radiostasjoner og fikk således også stadig nye annonsører og radiokommentatorer (Halberstam 1999:118).

Kjøp av rettigheter gav lytterne et større tilbud av radiosport. Før stasjoner skaffet seg enerett til eksklusive radiooverføringer, sendte gjerne mange aktører den samme kampen. Alle radiostasjonene overførte det mest attraktive arrangementet fordi de ønsket høye lyttertall. Dette resulterte i at andre interessante kamper ble forbigått i stillhet slik tilfellet var med baseballkamper og collegefotballkamper fram til 1940-tallet (samme 1999:58, 62).

Også i svensk kringkasting var rettighetsproblematikken et tema i perioden fra 1920-til 1960-tallet, men på et annet nivå enn i USA. På grunn av kringkastingsmonopolet var det ingen konkurranse mellom aktører som ville sikre seg rettigheter før noen andre gjorde det. Rettighetsspørsmålet handlet derimot om at enkelte idrettsforbund og sportsarrangører ønsket en økonomisk kompensasjon for tapte billettinntekter som følge av radiooverføringer. Beløpene som ble krevd, var beskjedne sammenlignet med USA, og radioen kunne derfor innfri kravene. Overfor boksemyndighetene tok Radiotjänst initiativ til å betale for tilrettelegging for radiooverføring, og partene ble enige om en pris på 1.000 svenske kroner per kamp. Men kamparrangørene krevde raskt et høyere beløp. Dette gikk ikke radioen med på og bestemte seg for å begrense programtilbudet til referat fra studio etter kampslutt (Dahlén 1999:108). Det er lite trolig at en landsdekkende kringkastingsaktør i USA ville latt økonomi være et hinder for å sende noe så populært som boksekamper.

Rettighetsproblematikken har etter oppløsningen av det svenske kringkastingsmonopolet på slutten av 1980-tallet begynte å ligne mer på den i USA, og den handler i dag i større grad om hvilke kringkastingsaktører som har ressurser og evner til å tilby publikum sport. I tillegg har konkurransesituasjonen akselerert beløpene som betales for rettigheter.

Sponsing

Sponsing har alltid vært et viktig fundament i finansieringen av amerikansk radiodrift, men sportssendinger har stått i en klasse for seg fordi sponsorene her har spilt en helt spesiell rolle. Det er nemlig sponsorene, og ikke radiostasjonene, som har eid rettighetene til å kringkaste et sportsarrangement. Dermed har sponsorene ansatt kommentatorene, organisert overføringene og produsert sendingene. Halberstam i sin gjennomgang av boksing på radio i New York viser hvordan sponsorsituasjonen har preget både innhold og arbeidsforhold. Et sentralt trekk er det vi kan kalle produkt plassering eller tekstreklame, altså at sponsorens navn eller vare inngår som en naturlig del av programmet. I pausene i den Lucky Strike-sponsede boksekampen mellom Max Baer og Primo Carnera i 1934 beskrev kommentatorene hvordan folk grep etter en Lucky Strike-sigarett (Halberstam 1999:14). Under radiooverføringen av kampen mellom Floyd Patterson og svenske Ingemar Johansson i tungvektsmesterskapet i boksing 1959 ønsket sponsoren United Artist å markedsføre en ny film. To av skuespillerne ble derfor med i studio for å reklamere for filmen mellom rundene og ble også involvert i det redaksjonelle arbeidet ved å komme med sine vurderinger av kampen (samme 1999:29). At reporterne og annonsørene bokstavelig talt delte mikrofon var akseptert i USA, men ville ikke vært det i Sverige fordi public service-idealene sier at kommersielle interesser ikke skal påvirke det redaksjonelle arbeidet.

Som følge av den amerikanske finansieringsformen var det også vanskelig for publikum å skille mellom sponsor og radiobedrift. Ofte satte radiolytterne likhetstegn mellom kommentatoren og sponsoren, og gjerne også idretten. Sam Taub, en av pionerene innen radiokommentering av boksekamper, ble så sterkt identifisert med sponsoren Adam Hats at han gikk under navnet "Adam Hat man" (samme 1999:23). Kommentatoren Don Dunphy på sin side ble ifølge Halberstam forbundet med boksing og Gillette: "Dunphy var boksing! Gillette eide pakken og han var deres mann." (1999:25)

Bruken av sponsorer økte i omfang fra 1920-til 1960-tallet. I radioens første år hadde deler av den amerikanske idrettsverdenen problemer med å ordne stabile sponsorsituasjoner og laget derfor avtaler fra kamp til kamp. Etter noen tiår med bare én sponsor per kamp økte antallet til to på 1950-tallet og til tre på 1960-tallet. Dette skyldtes at det ble for dyrt å stå alene som sponsor. Til sammenligning har en kringkastet kamp i dag rundt 50 annonsører (Halberstam 1999:309-310). Økningen i antall sponsorer har ført til mindre redaksjonelt innhold i sportssendingene. Da radiooverføringer av boksekamper bare hadde én sponsor, hadde kommentatorene tid til å gi analyser og vurderinger av kampene. Etter hvert som sponsortallet økte, måtte en større andel av sendingene forbeholdes reklame (samme 1999:13).

I perioden denne oppgaven omhandler, var sponsing en marginal problemstilling i Sverige. Kringkastingen var som nevnt et statsfinansiert monopolforetak som på ingen måte skulle påvirkes av kommersielle aktører. Årene 1961-62 fantes det imidlertid en aktør som omgikk det svenske kringkastingsmonopolet ved å sende fra internasjonalt farvann, nemlig den

reklamefinansierte, privateide Radio Nord. Kanalen erfarte at sportssendinger var en nøkkel til høye lyttertall og reklameinntekter og gav Sveriges Radio en ikke ubetydelig konkurranse på feltet (Dahlén 1999:319). Radio Nord brukte sponing som et middel til å finansiere produksjon av sportssendinger, deriblant et beskjedent antall boksekamper som kanalen dekket i sin korte levetid. Kampen mellom Lennart Risberg og Willie Pastrano i Stockholm sommeren 1961 ble sponset av bildeleprodusenten AGB, som var lovet å få firmanavnet nevnt 26 ganger. Kleskjeden Kapp Ahl fikk også anledning til å sponse en boksekamp før Radio Nord i 1962 la ned sin virksomhet i forbindelse med at staten forbød piratradiovirksomhet (samme 1999:317-321). Dermed skulle det gå over 20 år før sponing på nytt var en problemstilling innen svensk kringkasting. Ikke før kringkastingsmonopolet ble opphevet på slutten av 1980-tallet ble sponing tatt i bruk, først av kommersielle kanaler, siden av statskringkastingen.

Avslutning

I denne artikkelen har jeg forsøkt å sammenligne radiosport i Sverige og USA fram til 1960-tallet. Med boksesporten som studieobjekt har jeg grepet fatt i de mest karakteristiske trekkene ved landenes kringkastingssystem i den aktuelle perioden. Svenske Radiotjänst forsøkte å ivareta det forpliktende public service-idealet og sendte boksekamper dersom det var mulig å forsvare programvalget. De amerikanske radioaktørene konsentrerte seg derimot om å lage et radioprodukt som tiltrakk seg publikum og annonsører og utnyttet den populære boksesporten for alt den var verdt. At man fokuserer på ulike problemstillinger i svensk og amerikansk radiosport, skyldes ulike intensjoner, rammebetingelser og grad av statlig engasjement i de to landenes kringkastingsvirksomhet.

Litteratur

- Dahlén, Peter (1999): *Från Vasaloppet till Sportextra. Radiosportens etablering och förgrening 1925–1995*, Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.
- Halberstam, David J. (1999): *Sports on New York Radio. A Play-By-Play History*, New York: McGraw-Hill.
- Hellspång, Mats (1982): *Boxningssporten i Sverige. En studie i idrottens kulturmiljö*, Stockholm: Nordiska museets Handlingar 99.
- Norberg, Johan R. (2002): "Riksidrottsförbundets hegemoni", I Jan Lindroth och Johan R. Norberg (red.): *Ett idrottssekel. Riksidrottsförbundet 1903–2003*, Stockholm: Informationsförlaget.