

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 2 maj 2007

Utskriftsvänlig pdf-fil

Läs mer om fotboll på idrottsforum-org

Den norske idrottsforskaren **Arve Hjelseth** disputerade den 15 december 2006 vid Sociologisk institutt i Bergen på avhandlingen *Mellom børs, katedral og karneval: Norske supporters forhandlinger om kommersialisering av fotball* (Universitetet i Bergen). Vi har tidigare publicerat såväl Hjelseths **prøveforelesning** som sakkunnigkommitténs **utlåtande** över avhandlingen, och nu har vi nöjet att publicera en synnerligen grundlig recension av boken, skriven av den danske idrottsanalytikern Rasmus Storm. Vår recensent är påtagligt upprymd över Hjelseths grepp att studera fotbollens kommersialisering genom supportrarnas ögon. Det empiriska materialet utgörs av supportrars inlägg i diskussionsforum på Internet; inte mindre än 21.383 inlägg, skrivna av dryga tusentalet personer i 42 olika diskussioner ingår i underlaget för studien. Storm har, liksom för övrigt sakkunnigkommittén, synpunkter på val och tillämpning av metod, och han pekar på vissa teoretiska problem, men hans övergripande bedömning är att Hjelseths avhandling är ett viktigt och imponerande arbete, välskrivet och sprängfullt av ny kunskap inom supporterforskningen.

Den seriöse supporterns motstånd

Rasmus Storm

Idrættens Analyseinstitut, København

*Arve Hjelseth***Mellom børs, katedral og karneval:
Norske supporters forhandlinger
om kommersialisering av fotball**

432 sidor, hft.

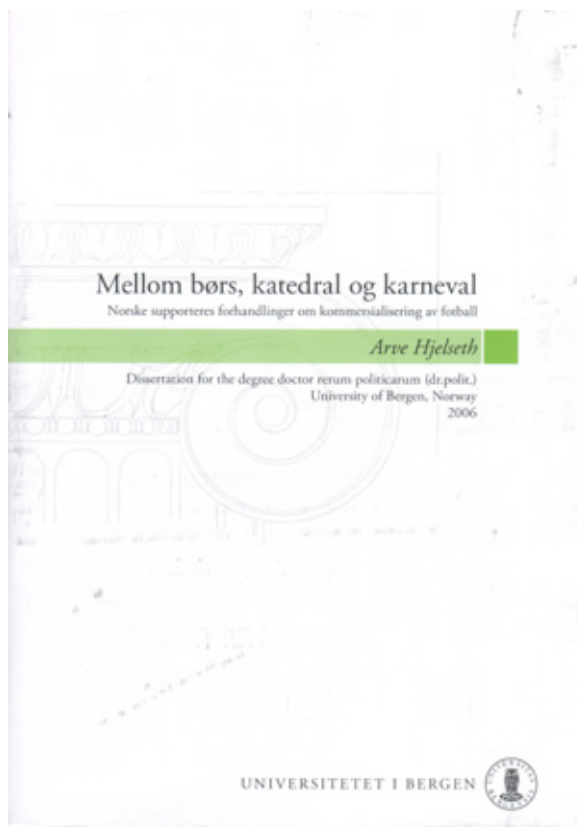
Bergen: Universitetet i Bergen 2006

ISBN10: 82-308-0277-7

Forskningen i supporterkultur er i vækst i Norden. I Danmark har vi inden for det seneste år set en række udgivelser^[1], og nu har Norge også meldt sig på grønsværen med det vel nok til dato største sammenhængende værk om emnet: Arve Hjelseths doktorafhandling om norske fodboldsupportere.

Afhandlingen er et spændende, men også langtrukket værk, der som sit genstandsfelt søger at afdække kommersialiseringens konsekvenser på et hidtil uudforsket område. Fokus er nemlig på, hvorvidt og hvordan fodboldsupporterne yder modstand, støtter eller tilpasser sig kommersialiseringen af norsk fodbold, herunder hvordan de gennem diskussioner fremforhandler forestillinger om legitime supporter kulturer og praksiser i lyset af denne (Hjelseth 2006: 1).^[2] Det er der kommet en givende doktorafhandling ud af, og jeg skal i det følgende søge at indkredse dets vigtigste pointer.

Set fra den kritiske vinkel kan der peges på enkelte knaster i arbejdet, men generelt fremkommer en række spændende betragtninger, teoretiske konstruktioner og empiriske analyser, der er værd at bruge tid på. At værket er ganske langt (mere end 400 sider) kan virke overdrevent, men for en doktorafhandling er dette på den anden side



ganske normalt og nødvendigt når man skal i dybden med nyt og udforsket materiale.

Kommercialiseringens konsekvenser

Kommercialiseringen af norsk fodbold har som i de andre nordiske lande haft betydelige konsekvenser på en lang række områder. Gammelsæter & Ohr (2001) beskriver i 'Kampen uten ball' hvordan overgangen fra en foreningsmodel til en forretning- og investormodel medførte økonomiske problemer for de norske klubber samt hvordan indkøbene af stadigt flere udenlandske spillere skabte en 'trampolinøkonomi' med faldende internationale resultater som biprodukt.

For spillerne havde indførelsen af fuldtidsprofessionelle tilstande i Norge selv sagt nye muligheder og problemstillinger indbygget, men konsumenterne af spillet – tilskuere og supportere – oplevede ligeledes markante forandringer for det populære boldspil. Hjelseths tilgang til kommercialiseringen betoner således den påvirkning som rammer supporterne når klubberne i kampen for indtjening eksempelvis begynder at henvende sig til et mere bredt publikum end det den mere begrænsede skare af supportere antalsmæssigt udgør. Hjelseth beskriver udviklingen i England, der tidligere blev kommerciel og i en hvis udstrækning betød massive forandringer for – og i en vis udstrækning eksklusion af – tidligere faste supportergrupperinger ved i stigende grad at henvende sig til middelklassegrupper, der var mere købedygtige end arbejderklassen som den traditionelle fodboldsupporter tilhørte.

Hjelseth ønsker at se nærmere på samme udviklingstræk i Norge, og gør det operationelt gennem en iagttagelse af udviklingen på en række brede parametre. Centralt i Hjelseths værk står dermed en analyse af, hvad der sker når nye turneringsformer, nye tilskuergrupper og forskellige andre typer af kommercialiseringstiltag sættes i spil med henblik på at facilitere og understøtte kommercialiseringsprocessen, og hvordan det mere traditionelle fodboldpublikum – det man kan betegne som 'trofaste' supportere – opfatter, bifalder eller gør modtand mod denne orientering.

Som analytisk greb bygger Hjelseth op til behandlingen af dette problemfelt ved at tage udgangspunkt i spørgsmålet om, hvad kommerciel fodbold egentlig er for en størrelse samt, hvad det overhovedet er der fascinerer ved sporten og gør den attraktiv som publikumssport. Hjelseth stiller spørgsmålet om, hvorvidt man kan betragte moderne professionel fodbold som et underholdningsfænomen på linie med eksempelvis tv-underholdning eller om der er mere til det. Og det er Hjelseths pointe, at det er der!

Det angstfyldte paradys

Hvad er fodbold som socialt fænomen? Hvordan kan man forstå det i relation til almen adspredelse og underholdning? Og hvad er baggrunden for spillets fascination? Det er de centrale spørgsmål i kapitel 2 om fodboldens fænomenologi, hvor en central del af den forståelsesmæssige baggrund for Hjelseths hovedpointer således skal findes.

Overordnet set er det Hjelseths konklusion, at det ikke giver mening at betragte fodbold som blot underholdning, der passivt forbruges. Selvom professionel fodbold i dag indskrives sig i en ramme af oplevelsesøkonomisk mainstream underholdning, der i princippet kunne forbruges af enhver, har væsentlige dele af fænomenet markant anderledes karaktertræk.

Supporterne, der udgør en hård kerne af insidere, betaler ganske vist for at gå til kampe på stadion eller ved at se spillet på tv, men det er samtidig centralt, at de ikke anerkender subjektpositionen 'forbruger' særligt entydigt (Ibid: 33, 37). Supporterne er altså ikke 'cultural dopes' men derimod ganske aktive i deres engagement, da de ser sig som en del af klubben og ikke som passive forbrugere, der bare køber en billet til en cirkusforestilling. Som Hjelseth formulerer det: "Fotball fungerer ikke først og fremst som atspredelse og avkobling, men som tilkobling og engasjement" (Ibid: 54), og det står centralt i supporterernes selvforståelse men også i deres emotionelle tilhørsforhold til begivenheden (fodboldkampen), der griber dybt i identitetsdannelsen. Ifølge Hjelseth giver fodboldens rituelle masser nemlig mulighed for forhandling af egen-identiteten gennem kommunikation med andre både verbalt og kropsligt:

Fra tilskuernes ståsted er fotballkampen et ritual – eller en social tekst, om man vil – hvor identiteter kan prøves ut og fremforhandles gjennom kontinuerlig interaksjon. Den er i mindre grad enn tidligere gitt på forhånd, og rammen kampen foregår i åpner for flere typer engasjement og

tilknytning. Både under selve kampen og i rituelle samlinger før og efter kampen forgår stadige symbolske kampe om hvordan en fodboldtilskuer skal forholde sig, og hva som gir status. Autoritet kan bygges opp på grunnlag av verbale eller språklige evner, på grunnlag av fartstid, på grunnlag av kompetanse om spillet eller – i hvert fall i prinsippet – på grunnlag av fysisk makt (Ibid: 130).

Dette ligner meget tankefiguren i Joerns (2006) bog, 'Homo Fanaticus', der blandt andet går tæt på supportererkulturen med udgangspunkt i spørgsmålet om identitet. Pointen er, at der gennem supporterengagementet er tale om en form for identitetsdannelse under fraværet af en nedartet tradition. Med et stigende behov for refleksion og skabelse af selvet i det senmoderne (jf. Giddens) giver fodboldritualet – som Hjelseth med udgangspunkt i King og Geertz kalder det – et sted at prøve det hele af, omforhandle eller reproducere identitet.

Det er imidlertid også en farlig affære, da det samtidig er grundlæggende, at en central forudsætning for supporterernes selvtilfredsstillelse er at se holdet vinde. Med udgangspunkt i Sandvoss' arbejder (2003) anfører Hjelseth, at når det er kendetegnende for fodboldsupportere, at de projicerer deres egne værdier og selvforståelse over på holdet – og dermed gør egen-identiteten og holdet til en enhed – så er nederlag svære at håndtere: "En fodboldkamp kan betragtes som et ritual, hvor identiteter både udtrykkes og settes på prøve. Aktørerne vil undgå at tape ansigt og ønsker at få bekræftet det selvet de har konstrueret og udtrykker over for andre" (Hjelseth: 128).

Måske forklarer dette nogle af de voldsstendenser, der i de senere år har været blandt de mest radikale supportere, eksempelvis i Danmark[3], men først og fremmest gør dette socialpsykologiske forhold fodboldarenaen til et egentligt 'angstfuldt paradis' for beskueren. Med engagement og egen-identitet bundet op i oplevelsen, er det klart, at der står noget på spil for alle parter af setup'et når kampen afvikles om søndagen. Dermed er engagement og tilkobling centrale elementer i supportertilværelsen, og det kan ikke undgå at kolliderer når omverdenen forandrer sig, eksempelvis gennem nye kommercieliserings tiltag.

At tillempe fodboldkulturen til et markedsprodukt gør i den forstand vold på fodboldkulturen (Ibid: 86), der i vid udstrækning møder markedsfølsomheden med skepsis og modstand: supporterne opfatter som nævnt ikke sig selv som passive forbrugere, men som aktive medspillere og vil i hovedsagen selv have indflydelse på centrale dele af deres rituelle fodbolddyrkelse. De opbygger, for at bruge Hjelseths egne begreber (hentet fra Bourdieu), en form for fodboldkulturel 'doxa', der sætter bestemte rammer for de måder, hvorpå en fodboldkamp 'udleves'. Hvordan det konkret kommer til udtryk skal jeg vende tilbage til nedenfor.

Kommercieliserings tre dimensioner

Hjelseth analyserer med udgangspunkt i ovenstående tre kommercieliseringsdimensioner, der synes at kunne fange hovedparten af de tiltag som virker ind på fodboldens udvikling og som på forskellige måder mødes med modstand eller tillempling af supporterne. Der er tale om 1) 'Kommodificering' (vareliggørelse af forholdet mellem supporter/tilskuere), 2) 'Institutionel omformning' (ændring af konkurrencesystemer, spillets regler, turneringer mv.) og 3) 'Spektakularisering' (en opdyrkning af fodboldproduktet gennem forskellige former for rammemæssig iscenesættelse, der søger at gøre spillet mere end det er i sig selv).

Jeg skal ikke inden for rammerne af denne anmeldelse gå i dybden med punkterne særskilt, men primært holde mig til de centrale konklusioner, herunder supporterernes opfattelser af nogle af de enkelte udviklingstræk.

Overordnet set er det kendetegnende, at supporterne generelt stiller sig skeptiske overfor alle tre typer af kommercieliseringsdimensionerne i det omfang de virker truende på det supporterne opfatter som gode ritualer, men der er naturligvis heterogenitet i deres opfattelser. Hjelseth identificerer derfor fire *idealtyper* af supportere, der på forskellig vis udtrykker denne skepsis. Disse er: 'Kritikerne', der er imod alle former for kommercielisering, 'konformisterne', der ikke er mod kommodificeringen, men de andre typer af kommercielisering; 'fornyere', som stort set er for alle dimensioner og 'eksklusive' supportere, som udviser et særligt aggressivt engagement, og søger at skabe deres egen meget begrænsede supporteridentitet.[4]

Forhandlingerne og kampene om, hvad vej fodboldens udvikling skal gå udtrykkes gennem disse supportertyper, særligt ved skabelse af distinktioner mellem dem eller mellem supporterne og andre typer af tilskuere. Konkret kommer det eksempelvis til udtryk ved identitetskonstruktion og anvisning af regler for adfærd med henvisning til 'den anden'. Blandt andet ses der ned på nye supportere, der ikke har internaliseret centrale adfærdskoder på stadion. De gamle supportere, der opfatter sig som mest ægte, gider nemlig ikke se på nye supportere, som fører sig frem uden at kende ordentlig til 'god tone' til kampene (Ibid: 213).

Nogle supportere lægger dermed vægt på, at der bør være en form for eksklusivitet i kulturen. Det skal ikke være en folkebevægelse, men en ramme for mere dybdegående følelser og engagement. Det er her modstanden mod kommercialiseringen får et meget konkret udtryk.

Supporterne, der anser sig selv for mere 'ægte' end de nye tilskuergrupper, og som bydes ind som følge af kommercialiseringen, mener således at pengenes indtog har betydet en uheldig drejning mod konsumkultur. Og det er uægte eller i modstrid med den autensitet supporterne selv mener de står for. Argumentet er, at den ene dag vil de nye konsumgrupper vælge fodbolden, men den næste dag noget andet 'tilfældig' populær underholdning, der byder sig til – som det formuleres. Familierne kommer bare for underholdningens skyld, og det er begrædeligt (Ibid: 219).

Fodbold er i dette udtryk for vigtig til, at børn og unge skal spolere det. Familierne tager nemlig ikke ordentlig hånd om oplæring af børnene i supporternormerne, og tribunen omdannes til en børnehave med bedstemødre og gamle tanter, der render efter unger der overhovedet ikke interesserer sig for spillet, men formentlig mere for de underholdningstilbud, der i øvrigt måtte være.

Ifølge Hjelseth kritiserer nogle af supporterne dette med et argument om, at det for så vidt er ok at tage børnene med til fodbold, hvis man vel at mærke har tænkt sig at opdrage dem til at forstå fodboldens væsen og supporterernes dyrkning af dette (Ibid: 219). Afgørende er, at '*Man må gå på kamp av de rette grunnene, altså på grunn av fotballinteresse, eller et mål om å lære barna fotballens ritualer*' (Ibid: 219). Ellers er det hele i bedste fald lige meget, i værste fald til gene.

For eksempel er det vigtigt at komme i god tid til kampen så man kan overvære holdets kampsang blive afspillet. Under kampen er det vigtigt, at man bidrager til skabe den rigtige stemning på en måde, der både gør hjemmebanen frygtet af modstanderne og ærer klubben bedst muligt (Ibid: 220). Efter kampen hilser spillere og supportere på hinanden og takker for en (vel-)overstået match. Det er en anerkendelse af det arbejde som begge parter gør for klubben, og vigtigt for supporterernes selvforståelse, at de på denne måde betyder noget også i forhold til at påvirke kampen.[5]

Spektakler, der forstyrrer disse ritualer, eksempelvis cheerleaders eller endog publikumsopvarmere til kampene mødes med kraftig modstand. Det er utidig indblanding i supporterernes måde at håndtere kampdagen på, og generelt synes det klart, at spektakularisering skal være selvinitieret af supporterne for at vinde opslutning. Og det er cheerleaders eller publikumsopvarmere ikke.

Hvad angår kommodificering og institutionel omformning er holdningen som hovedregel konservativ om end det varierer afhængigt af supportertypen. Kritikere er eksempelvis traditionsbunde, deltagende og er skeptiske overfor spektakularisering, institutionel omformning og kommodificering. Eksklusive supportere er herover deltagende og moderniseringsorienterede, men skaber interne distinktioner mellem supporterne (Ibid: 391).

Konformister er ikke så modstandsprægede men følger med de nye udviklinger og ser egentlig nogle af de mere radikalt orienterede supportere som i overkanten af, hvad der er rimeligt. De ser udviklingen i kommercialiseringen fra en realists synsvinkel, men er mere kritiske over for institutionel omformning (Ibid: 392). Og endelig er fornyere meget modtagelige for forandringer. Modstand mod kommercialiseringen hænger således, ifølge Hjelseth, sammen med følelsen af, at kommercialiseringen ødelægger bestemte dele af oplevelsen som supporterne har oplevet som central, og det kan variere fra supportertype til supportertype (Ibid: 108).

Selvom nogle af supporterne dermed er meget i opposition, er det trods alt gældende, at også de finder tilpasningsmekanismer, der sikrer den fortsatte tilknytning til spillet og dermed opretholder deres egen identitet idet omfang kommercialiseringen går udover det som de umiddelbart kan godtage. At antage en egentlig 'exit-strategi' og forlade gamet er således ikke en option, men at opfinde løsninger på problemet er måden at håndtere det på. Eksempelvis splitter Manchester United supporterne klubben op i *klubben* på den ene side som det 'sande fænomen', og klubbens ledelse på den anden. Dvs. det oprindelige og det nye, der forandrer og kommodificerer traditionen på en for supporterne forkert måde. Således kan vreden mod forandringer rettes mod ledelsen og ikke mod klubben som sådan, og det er en konkret måde at håndtere udviklingen på (Ibid: 109).

At supporterne således ikke anvender exit, betyder på den anden side ikke, at de er magtesløse over for udviklingstrækkene, eller at de ikke kan yde modstand. Hegemoniske distinktioner udtrykt gennem italesættelse og praksis på stadion skaber nemlig institutionelle mulighedsbetingelser som – ifølge Hjelseth – sætter grænser for, hvad klubberne kan gøre uden at få supporterens vrede at føle. Selvom supporterne reelt ikke anvender en exit-option i deres udøvelse af skepsis og kritik kan deres forskellig-artede adfærd sætte skub i forandringer eller

tilbageholdenhed omkring nye tiltag. I Norge synes supportererne ifølge Hjelseth i vid udstrækning at have reel indflydelse på centrale udviklingstræk, hvorimod den engelske situation i mange år har kørt henover de traditionelle supportere og ekskluderet dem – også fysisk fra stadion blandt andet på grund af skyhøje billetpriser. Et faktum, der dog kan tænkes at ændre sig med de såkaldte 'supporters trusts'[6], som vinder frem flere steder og giver fans medindflydelse på centrale klubbeslutninger i England (Ibid: 110).

Metode og teori

Hvad angår det metodiske og teoretiske arbejde i afhandlingen er der mange måder tale om et både nyskabende og ikke mindst omfattende arbejde. Teoretisk og begrebsmæssigt trækkes på en række centrale kilder, og udviklingsmæssigt bruges disse aktivt til at konstruere nye perspektiver, blandt andet i forbindelse med identifikationen af de fire supportertyper.

Man kan imidlertid også rette en kritik i forhold til disse teoretiske og begrebsmæssige arbejder i afhandlingen. Som Hjelseth selv er inde på, er hans tilgang til anvendelse af teori og begreber eklektisk (Ibid: 118). Dette anser jeg som både styrken og svagheden ved den teoretiske ramme for de centrale dele af analysen. Umiddelbart betragtet udviser Hjelseth et imponerende overblik over relevant litteratur, da der trækkes på et signifikant antal kilder gennem hele værket.

Imidlertid kan man samtidig anføre, at der gås mindre i dybden med de enkelte teoretiske perspektiver. Jeg vil eksempelvis mene, at såvel Bourdieu som Giddens og Castells gives en noget stedmoderlig behandling. Selvom Hjelseth selv gør rede for hans måde at anvende teorien på, mener jeg der er en tendens til at skøjte let hen over så vægtige teoretiske bidrag. Hvordan passer de sammen, og på hvilken måde giver det mening at anvende i udgangspunktet så forskellige teoretiske positioner i sammenhæng? Det mangler der nogle uddybende teoretiske overvejelser over, synes jeg.

Konkret forekommer det mig, at Giddens strukturteori og Bourdieus feltteori modstrider på centrale områder i deres opfattelse af subjektets agency og strukturens begrænsninger, hvorfor en lidt længere teoretisk drøftelse af disses bidrag og måske også andre af de anvendte perspektiver kunne have været på sin plads.[7]

Løsningen for Hjelseth synes jeg nu er ret elegant og befriende i den forstand, at han netop lægger afstand til de typer af forståelse som anser sådanne teoretiske former for samspil- eller gensidig tilpasning af begreber om man vil – for umulige. Ifølge Hjelseth er ingen teoretisk position eller sæt af begreber således suveræne i den forstand, at de kan forklare alle typer sociale fænomener eller sammenhænge. Det er jeg forså vidt enig i, og jeg indrømmer, at argumentationen er faktisk god (se særligt kapitel 5).

Alligevel kunne man på nogle punkter – som nævnt – godt være kommet et spadestik dybere for rigtigt at have gjort det overbevisende teoretisk set. Til Hjelseth forsvar skal det dog nævnes, at selvom han ganske vist godt kunne have været gået mere i dybden her, bliver doktoranden på den anden side også nød til at begrænse sig i et forvejen omfattende værk. I bund og grund er det vel umuligt at opnå en fuldstændig perfekt vægtning, det afhænger nok mest af temperamentet hos læseren og bedømmelsesudvalget, hvad man foretrækker.

Jeg er dog i forlængelse af dette punkt enig med bedømmelsesudvalget i, at den empiriske analyse klart er afhandlingens styrke, selvom også begrebs- og teorikonstruktionen er interessant, og selvom jeg gerne havde set mere traditionelt teoretisk arbejde (i dybden) her. Man kan dermed sige, at vægten ligger på afhandlingens nyskabende elementer og dens empiriske resultater mindre end på det man måske traditionelt havde forventet. Men det er på den anden side ganske forfriskende.

Metodisk set er arbejdet som nævnt også nyskabende, da selve den empiriske analyse sker af diskussionsgrupper på internettet – en fremgangsmåde jeg ikke selv tidligere har set taget i anvendelse. Det interessante i denne fremgangsmåde er, at den på en ny måde muliggør iagttagelse uden indslag af den normale påvirkning som forskeren udsætter det udforskede objekt for i forskningsprocessen, da han/hun ikke kan observere og analysere uden at gribe ind i analysegenstanden eller skubbe den i en bestemt retning.

På et meget væsentligt område kan man altså sige, at Hjelseth overvinder et centralt problem, hvad angår iagttagelsen af analysegenstanden. På et andet område synes jeg imidlertid at se vanskeligheder. I kapitel 7 drøfter Hjelseth blandt andet spørgsmålet om, hvorvidt man kunne være gået til problemstillingen med andre metoder end den kvalitative som Hjelseth har valgt til forskel fra en mere kvantitativ vægtning (se særligt s. 175ff).

Eksempelvis argumenterer Hjelseth for, at forskningsspørgsmålene er for komplekse til at kunne bruges i en survey

(Ibid: 175). Det mener jeg nu er et for letkøbt argument. Det er rigtigt, at kvantitative surveys er rigide og vanskelige at indpasse komplekse sammenhænge, men det betyder ikke, at de ikke har nogen gyldighed selv i meget komplekse analyser. Tværtimod kan de danne overblik, da veltilrettelagte statistiske analyser kan medvirke til at finde mønstre i et datamateriale man ikke selv kunne se uden regnekraft indblandet.

Jeg er personligt af den holdning, at kvalitative og kvantitative undersøgelser fint kan gå hånd i hånd. De er ikke nødvendigvis modsætninger, men kan gensidigt supplere hinanden, da den ene tilgang har fordele, hvor den anden har ulemper og vice versa. Det er naturligvis ikke problemløst at anvende dem, både hver for sig og i sammenhæng, men med gode metodiske overvejelser og en veltilrettelagt gennemførelse med de relevante forbehold kan være endog meget frugtbar.

Jeg mener dermed ikke, at Hjelseth argumentation om, at surveys ikke egner sig til denne type af undersøgelser er frigjort fra kritik. Jeg forstår udmærket hans overvejelser, men jeg synes nu, at et mere kvantitativt orienteret forskningsdesign kunne have valideret undersøgelsen yderligere og givet de centrale konklusioner størst mulig vægt.

Et andet kritikpunkt, og her er jeg enig med bedømmelsesudvalget, er at Hjelseth kommer til at behandle det kvalitative materiale kvantitativt. Selve omfanget af inddragede indlæg gør det faktisk umuligt at gøre så meget andet (materiale skrevet af mere end 1000 personer, eller 42 forskellige diskussioner med i alt 21.383 indlæg [Ibid: 182]), hvorfor argumenterne om, at da det alligevel ikke er muligt at få et repræsentativt udsnit af supporterne giver det ikke mening at lave en kvantitativ undersøgelse (Ibid: 176), på en eller anden måde forekommer besynderlige. Hjelseth fraskriver sig altså på den ene side en kvantitativ metode, men synes alligevel at gå den vej – eller i det mindste noget af vejen – og det virker rodet, det er hverken fugl eller fisk.

Den danske professor Bent Flyvbjerg (1991) har i sit vel mest betydelige værk, 'Rationalitet og magt', en række særdeles fremragende teoretiske og metodiske refleksioner om forholdet mellem kvalitative og kvantitative metoder, der måske kunne have løst dette problem for Hjelseth. Flyvbjergs argumenter om 'eksemplets magt' og formuleringer om anvendelse af cases forekommer mig at være noget, der i tillempet form ville have passet som fod i hose med det jeg fornemmer Hjelseth gerne vil. Især fordi Hjelseth faktisk – selvom han tidligt anfører, at det ikke er muligt at indkredse et repræsentativt udsnit af supporterne – konkluderer, at den empiriske analyse giver overblik over udbredte tendenser blandt norske supportere som sådan. Dvs. resultater med generel udsigelseskraft.[8] Men, hvordan er de det? Her kræves nogle flere overvejelser for at få argumenterne til at fremstå troværdige. Jeg tror Hjelseth har ret når han siger, at de empiriske resultater er generelle, men der kunne godt have været mere teoretisk drøftelse af metodens problematikker samt af, hvordan den giver resultaterne universalitet.

Disse kritikpunkter til trods må man sige, at afhandlingen er et imponerende flot stykke arbejde. Den er yderst godt skrevet, og er – trods sit omfang og mængden af gennemgået og analyseret litteratur og empiri – og så relativt let tilgængelig.

Det er utvivlsomt, at den frembringer ny viden som vi ikke har set før, hvad angår supporterforskning og derfor er jeg enig med bedømmelsesudvalget i, at den bestemt er egnet til offentligt forsvar. De ovenstående kritikpunkter kan primært ses som ideskisser til andre mulige vægtninger end de Hjelseth selv har valgt at foretage. Jeg vil derfor samtidig understrege, at en efterfølgelse af disse forslag ikke nødvendigvis ville have gjort afhandlingen vægtigere eller bedre end den fremstår, da meget nok handler om temperament og teoretisk ståsted.

Jeg vil derfor give den forelagte fremstilling min anbefaling for andre supporterinteresserede forskere eller studerende.

Noter

- [1] I Danmark har et aktuelt forskningsprojekt om danske supportere allerede resulteret i to udgivelser på Forlaget Bavnepanke i 2006 udover de bøger som Birger Peitersen fra Institut for idræt ved Københavns Universitet har skrevet de senere år.
- [2] Afhandlingen behandler tiden efter 1990.
- [3] I lyset af den opmærksomhed som voldelige supportere (egentlige hooligans) har tilranet sig i Danmark gennem de senere år undrer det mig, at Hjelseth overhovedet ikke konstaterer nogen former for fodboldvold i Norge, eller rettere reflekterer over det i analysen. Man kan naturligvis sige, at dette ikke ligge direkte i forlængelse af problemstillingen at gå ind på dette område også, men det ville have været et interessant perspektiv at se, hvor udbredt fænomenet er i Norge.
- [4] Den eksklusive supporters egenart er vanskelig at indkredse, da disse supportere netop ser deres supporteridentitet som skabt i opposition til andre supportergrupper, og dermed er de i princippet – og ofte – mod alt, hvad andre grupperinger foretager sig.
- [5] Faktisk udvikler supporterne ifølge Hjelseth nogle mere eller mindre korrekte opfattelser af, at de kan have indflydelse på udfaldet, og det betyder naturligvis meget når en central dimension for stimuleringen af

egenopfattelsen som tidligere nævnt er, at holdet vinder.

- [6] Supportertruster er organisationer, der har til hensigt at formalisere supporterernes rolle og relation til klubben. I England har regeringen støttet et initiativ, benævnt: 'Supporteres Direct', der har til formål at støtte supportergrupperinger med juridisk og praktisk rådgivning i forbindelse med dannelse af konkrete supportertruster.
- [7] Jeg medgiver, at Hjelseth selv er inde på dette.
- [8] Selvom Hjelseth påpeger, at det ikke lader sig dokumentere fremstår analysens resultater alligevel primært som om resultaterne er generelle.

Litteraturreferencer

- Flyvbjerg, Bent (1991): *Rationalitet og Magt – Det konkrete videnskab*. Bind 1. Akademisk Forlag.
- Gammelsæter, H. & Frode Ohr (2002). *Kampen uten ball. Om pengar, ledelse og identitet i norsk fotball*. Oslo: abstrakt forlag.
- Joern, Lise. *Homo Fanaticus. Passionerede fodboldsupportere* (Homo Fanaticus. Impassioned soccer supporter). Slagelse: Bevægelsesstudier 9. Forlaget Bavnebanke, 2006.
- Sandvoss, Cornel (2003): *A Game of Two Halves. Football, Television and Globalization*. London: Routledge.

© Rasmus Storm 2007



Köp boken genom författaren



Kjøp boken gjennom forfatteren



Køb bogen gennem forfatteren