SOSIOLOGI I DAG, ÅRGANG 35, NR. 4/2005 69-87

De som streber nedover – om klasse og identitet blant fotballsupportere[1]

Arve Hjelseth
ostorst@online.no

Abstract
In this article, it is argued that new football supporters tend to aspire *downwards* in their attempts to be accepted as authentic supporters. By this, it is meant that the historical traditions of football as a working class sport lead to the assumption (often mistakenly) that current fan cultures in football somehow constitute an authentic expression of traditional working class culture. Football supporters stress the importance of loyalty and passion, and of being critical towards the increasing commercialization of the game. Football authorities have in many ways succeeded in developing football into an important part of the culture industry since the 1980s. The middle classes are attracted to the game by increased merchandising and improved facilities at more modern football arenas. Modern top football has become an important part of public life. From this fact, it is reasonable to assume that the alleged working class culture is marginalized. However, the new middle classes do not seem to have established any cultural hegemony in football culture. Rather, they are trying to internalize the traditions of the core groups of supporters. It is concluded that knowledge of the "working class" traditions of football serves as *football-cultural capital.* Some examples are considered, including the work of Nick Hornby on football.

Keywords: Football, class identity, commercialization of football

Introduksjon

Blant fotballsupportere er arbeiderklassens antatte kulturelle koder og uttrykksformer ofte de legitime. Det å beherske disse kodene gir status. Det er oppstått bestemte forestillinger om hvilke verdier og adferdsmønstre som

kjennetegner gode supportere. Spesielt anses arbeiderklassetilskuere på fotballkamper som *autentiske*. Den autentiske fotballkulturen vektlegger betydningen av lojalitet, arbeiderklassetilknytning, maskulinitet, lokal tilhørighet og et lidenskapelig forhold til sitt eget lag. Med fotballens kommersialisering utfordres denne måten å oppleve spillet av nye grupper tilskuere. Disse identifiseres som inautentiske, deres fotballinteresse er først og fremst knyttet til fotballen som underholdningsprodukt, de kommer ofte fra middelklassen og deres fotballinteresse antas å være forbigående, fordi fotballen akkurat nå er en sentral del av underholdningsindustrien. Slike dikotomier gir neppe noen presis beskrivelse av forholdet mellom klasse og fotballkultur, men som *forestillinger* om fotballkulturens utvikling reproduseres de stadig i ulike former (Crabbe og Brown 2004:35). Poenget er altså at de egenskaper som assosieres med arbeiderklassen samtidig definerer bestemte fotballkulturelle praksiser, som tilkjennes status som de mest legitime.

Målet med denne artikkelen er å drøfte hvordan forestillinger om klasseskiller og klassehierarkier konstrueres og rekonstrueres på fotballfeltet. Den status som tilkjennes arbeiderklassens måte å erfare fotball på, gjør at mange fotballsupportere streber *nedover:* de søker å tilegne seg arbeiderklassens kulturelle koder for å oppnå anerkjennelse for sitt engasjement. En viktig tese er derfor at nye "middelklassesupportere" forsøker å internalisere fotballens ritualer og adferdskoder, som oppfattes som en overlevering fra arbeiderklassekulturen. En alternativ tolkning kan være at nye supportere ivaretar en betydelig ironisk distanse til sin virksomhet som supportere, og at de forblir inautentiske i sitt forhold til spillet. Selv om dette er gyldig for enkelte, skal jeg argumentere for at de fleste søker en form for autentisitet som i liten grad er forenlig med en slik kritisk distanse. Om de ikke søker det autentiske, blir de dessuten i mindre grad akseptert som gode supportere. Verdier som assosieres med arbeiderklassen kan derfor konverteres til *fotballkulturell kapital.*

Samtidig er det et underliggende premiss at fortolkninger av klasser og de enkelte felts (her: fotball) historie blir gjenstand for kontinuerlige refortolkninger. Det å være fotballsupporter er ganske annerledes i dag enn for tjue-tredve år siden, men ses likevel ofte som en forlengelse av en århundrelang tradisjon. Den historiske bevisstheten og respekten for tradisjoner er utbredt i fotball (Hjelseth 2004), samtidig som tradisjonene er under kontinuerlig endring. Et mulig perspektiv på dette er Clifford Geertz' (1973) begrep om *interaksjonsritualer.* Gjennom forhandlinger bekreftes, avkreftes og reforhandles de deltakendes identitet og selvforståelse kontinuerlig. Det er

derfor vesentlig å forstå ritualene som prosesser hvor identiteter ikke bare kommer til uttrykk, men hvor de også står på spill og kan bli truet. De endres i kontinuerlig samspill med omgivelsenes forventninger.

Utgangspunktet for den følgende drøftelsen er *fotballsupporterne,* de som først og fremst oppsøker fotballkamper for å støtte sitt eget lag. For disse er for eksempel lojalitet i forhold til laget en selvfølge, i det minste som underforstått norm. Det er i seg selv sannsynligvis en viktig årsak til at supporterkulturen assosieres med arbeiderklassen. Artikkelen fokuserer på engelsk og norsk tilskuer- og supporterkultur.

Jeg skal i det neste avsnittet drøfte fotball som klassefenomen med utgangspunkt i et Bourdieu-inspirert begrep om fotballkulturell kapital. Dernest gis en tolkning av fotballens historie i et klasseperspektiv. Hovedvekten ligger på fremveksten av engelsk fotball og engelsk tilskuer- og supporterkultur når det gjelder den eldste delen av historien. Bakgrunnen for den historiske drøftelsen er at det er fotballens historiske klassekarakter som gir mening til de "klassekonflikter" som aktualiseres i og med den moderne fotballens kommersialisering. Dernest drøftes de normer som supportere bekjenner seg til, spesielt betydningen av autentisitet og lojalitet og hvordan dette antas å knytte an til en arbeiderklassekultur. Til slutt drøftes dette i forhold til en noe bredere populærkulturell kontekst. Noe spekulativt konkluderes det med at fotball har en del særegenheter som på visse områder gjør den forskjellig fra andre populærkulturelle uttrykk.

Klasse og fotballkulturell kapital

Det er et stridsspørsmål hvorvidt klassebegrepet gir mening med hensyn til å forstå den sosiale ulikheten i postindustrielle vestlige samfunn. Jeg forholder meg i denne artikkelen pragmatisk til selve begrepet, men tar utgangspunkt i at det gir mening for mange fotballsupportere gjennom de assosiasjoner arbeiderklassebegrepet gir til lojalitet, autentisitet, lokal forankring og solidaritet.

Av Pakulski og Waters (1996:10-11) fire antagelser som gir opphav til klasseanalyser, skal jeg her fokusere på den tredje, nemlig klasser som gjenstand for bestemte *kulturelle og adferdsmessige uttrykk.* Jeg tar utgangspunkt i hvordan klasse aktivt kan *brukes* som identitetsgenererende og strukturerende prinsipp i konstruksjonen av ulike typer aktører på fotballfeltet. En rekke egenskaper (for eksempel autentisk/inautentisk) assosieres stilltiende med bestemte klasser.

Slik jeg leser Bourdieu (1984), etableres og vedlikeholdes kulturelle klasseskiller kontinuerlig gjennom mekanismer som definerer bestemte smaks- og preferansehierarkier. Det normale er at overklassen konstruerer *distinksjoner* som skiller dem fra lavere klassers smak. Middelklassen vil ofte søke å tilegne seg de relevante kulturelle kodene for å beherske de samme symbolske uttrykkene. Det samme gjelder arbeiderklasseungdom som vil avansere i statushierarkiet gjennom utdanning.

Arbeiderklassen vil i utgangspunktet ha enda dårligere forutsetninger enn middelklassen for å beherske disse kodene. Dette kan på den ene siden lede til at man avviser hele det kulturelle hierarkiet (*Elg i solnedgang* er vakkert og Margit Sandemo skriver underholdende og derfor også gode bøker). En slik tilbaketrekning fungerer imidlertid ikke hvis man vil avansere i statushierarkiet. I et samfunn hvor sosial mobilitet er relativt vanlig, er det derfor mange som til enhver tid forsøker å strebe oppover i lagdelingshierarkiet, både økonomisk, sosialt og kulturelt.

Men i fotball er det ofte motsatt, fordi det er arbeiderklassens kulturelle praksiser som har definert og dominert feltet. Arbeiderklassens antatte verdi- og handlingsmønstre utgjør fotballfeltets *doxa* – det system av forestillinger som strukturerer både verden som sådan og aktørenes forestillinger om verden (Bourdieu 1984:471). Det er de som dominerer feltet som definerer doxa, og de som vil delta og avansere på dette feltet må innordne seg det doxiske, som Sørbø (2005) har formulert det.

Det å beherske de antatte arbeiderklassesupporternes koder og adferdsmønstre gir derfor verdifull *fotballkulturell kapital.* Behersker man ikke disse kodene, er man utenfor det gode selskap, selv om det er fullt mulig å ha glede av fotball også på andre måter. Dette fører til at arbeiderklassebakgrunn og tilhørighet til denne kulturen anerkjennes, mens middel- eller overklassetilhørighet mistenkeliggjøres. Dersom det er det minste grunnlag for det, vil både klubbhistorier og supporterne betone at klubben historisk er knyttet til arbeiderklassen. Vålerenga-tilhengere refererer for eksempel ofte til klubbens arbeiderklassebakgrunn, selv om klubben opprinnelig var preget av funksjonærer som hadde litt høyere status enn det mer arbeiderdominerte idrettslaget på Jordal. Den antatte arbeiderklassebakgrunnen gir slik mening til en rekke forhold som fotballsupportere ofte setter høyt: Lokal forankring, lojalitet, solidaritet og lidenskap for klubben.

Men de kodene som på denne måten gir status for fotballsupportere har en langt mer uklar bakgrunn enn det er vanlig å tro. Det er derfor i betyde-

lig grad snakk om det Hobsbawm (1983) kaller *invention of tradition.* Han sikter til praksiser som er styrt av regler og/eller symbolske ritualer, og som gjennom stadige gjentakelser av ritualet inngir en forestilling om historisk kontinuitet. Flere av de ritualer som preger moderne supporterliv knyttes til arbeiderklassen, men deres historiske bakgrunn kan i høy grad problematiseres.

Supportere forsvarer sine praksisformer mot fotballens forsøk på å nå et publikum som er rikt på penger, men fattig på innlevelse, engasjement, lidenskap og autentisitet. Samtidig opererer de på komplekse måter i skjæringspunktet mellom tilpasning og motstand (King 2002:162-73): Måten de forsvarer fotballens tradisjoner på, representerer samtidig etableringen av nye tradisjoner, gjennom ulike måter å tilpasse seg endringene på. Supportere har imidlertid mektige motstandere. Arbeidet for å gjøre fotballen attraktiv for mer kjøpesterke grupper kan ses på som et forsøk på å utfordre den herskende *doxa* på feltet: "(…) dei som har ein del makt i feltet, kan utfordra den [den rådende doxa], og endra den" (Sørbø 2005). Samtidig som mange tilskuere som kommer til fotballfeltet forsøker å tilegne seg arbeiderklassens kulturelle praksis, forsøker enkelte klubbdirektører å utdefinere både de tradisjonelle supporterne og deres praksiser, fordi de ikke passer til det inntrykk moderne fotball ønsker å gi (King 2002:kap. 11). Hvis underholdningspublikummet skal erobres for fotballen, har det særlig i England vært antatt at de mer tradisjonelle gruppene må marginaliseres.

Historisk blikk på fotballens klassekarakter

Med utgangspunkt i England kan man identifisere tre formative perioder siden den organiserte fotballens spede begynnelse i 1840-årene. Disse har relevans også i et klasseperspektiv. Den første kan tidfestes til 1880-tallet, da profesjonell fotball ble legalisert, og hegemoniet flyttet seg fra aristokratiet til de ulike byenes lokale borgerskap, med arbeiderklassen som spillere og tilskuere. Den andre inntraff på 1960-tallet, da britisk ungdom fornyet supporterkulturen ved å bringe inn elementer fra populærkulturen som vokste frem på samme tid. Den tredje kan tidfestes til perioden fra omtrent 1985 til 1995. Fra slutten av 1980-årene foretok fotballen en relativt dramatisk reorientering i kjølvannet av katastrofene som rammet den[2], og la stor vekt på å gjøre spillet attraktivt for nye og mer kjøpesterke grupper. Det er de tvetydi-

ge virkninger av den tredje perioden som i hovedsak skal oppta meg i det følgende. Men mange forestillinger om fotballens egenart er basert på mer eller mindre velfunderte oppfatninger av spillets historie. Derfor skal jeg innlede med noen ord om de to første formative periodene.

Fra aristokrati til arbeiderklasse

Fotball var i sin opprinnelige form en folkeforlystelse. "Folk football" var brutalt og udisiplinert, og det var ikke uvanlig at liv gikk tapt (Elias og Dunning 1986). Banens størrelse var ikke definert, ei heller kampens tidsmessige avgrensning eller antall spillere. Også skillet mellom tilskuere og spillere var uklart (Bale 1993:13).[3]

Det var de engelske kostskolene som institusjonaliserte fotball og som etablerte de første sett av standardiserte regler. Reglene varierte imidlertid mellom skolene. I 1842 møttes representanter for 14 kostskoler og universiteter i Cambridge og ble enige om et felles regelsett (Sandvoss 2003:5). Disse ble oppdatert i London 26. oktober 1863. Den sistnevnte datoen regnes som den moderne fotballens fødsel, ettersom the Football Association (FA) ble etablert på dette møtet.

Fotballens utvikling var nært knyttet til endringer i klassesamfunnet. Det var det britiske aristokratiet som institusjonaliserte spillet i sine eksklusive utdanningsinstitusjoner. I samme periode inkluderte imidlertid disse skolene stadig flere elever fra det fremvoksende borgerskapet. Særlig i det midtre og nordlige England fikk dette betydning for spillets utvikling. Det Londonbaserte FA insisterte på aristokratiske amatøridealer og på at fotball var en fritidsaktivitet. Lenger nord ble imidlertid en rekke klubber startet med utgangspunkt i fagforeninger, kirker og folkeskoler. Her var det stort sett representanter for det fremvoksende borgerskapet som sto bak (Murray 1996:10). De delte ikke aristokratiets *ethos,* fotball kunne være forretningsvirksomhet så god som noen.

Spillet ble gradvis populært som publikumsidrett, spesielt etter at arbeidstidsreformer gjorde lørdag ettermiddag til fritid for arbeiderklassen. I 1885 så FA seg nødt til å tillate en strengt regulert profesjonell fotball. Ganske raskt i første halvdel av 1880-årene flyttet fotballhegemoniet seg fra London-området til industribyene i nord- og midt-england. Profesjonaliseringen av engelsk fotball er derfor uttrykk for hvordan hegemoniet i det britiske samfunnet flyttes fra aristokratiet til borgerskapet. Borgerskapet

hadde ingen kodekser som hindret dem i å betrakte sport og spill som mulige kommersielle aktiviteter. Den moderne fotballens røtter ligger i en allianse mellom lokalt forankrede forretningsmenn og en arbeiderklassebefolkning som både hadde spillerressurser og som kunne innta rollen som engasjert publikum (Tomlinson 1991:31). I og med dette blir fotball *The People's Game* i England.

Ungdomskulturen inntar fotballen

1960-tallet innvarslet en ny tid også i fotballen. I 1961 ble maksimumslønnen opphevet (King 2002:kap.4), noe som medførte et økende skille mellom spillerne og supporterne. Med høyere lønninger ble spillerne i større grad *stjerner,* fordi de i økende grad flyttet bort fra miljøene hvor supporterne bodde, og derigjennom etter hvert ble omfattet med en aura av mystikk. Omtrent samtidig oppsto i England et fenomen som skulle få stor betydning for utviklingen av tribunekulturen og supporternes adferdsmønster, og som på lengre sikt også påvirket norsk fotball. I denne perioden trådte de første etterkrigskullene inn i tenåringenes rekker, samtidig som ungdomstiden ble en klarere definert livsfase.

I fotballen skilte de seg fra tidligere ungdomsgenerasjoner ved at de i større grad gikk på kamp sammen, uten å være underlagt foreldregenerasjonens sosiale kontroll (Clarke 1978). Ofte la de beslag på banens kortsider, hvor billettene var billigst. Her skapte og internaliserte de en aggressiv maskulin kultur (som imidlertid også var kjent for sin spontanitet og humor) som på 70- og 80-tallet bidro til det store problemet med tribunevold. Men de skapte også fredeligere ritualer. Fotballkulturen smeltet en periode sammen med den øvrige populærkulturen, spesielt musikken. Selv om man også tidligere kunne høre sang på enkelte arenaer, ble det nå en vesentlig del av supporternes uttrykksform. Supporterne sang ofte samtidens slagere, men tilpasset tekstene til sin lokale klubb (Williams 2001).

Som Morris (1981:28-29) har påpekt, har fotballen ofte vært umoderne i sitt uttrykk. På 1960-tallet var fotballkulturen i større grad en del av populærkulturen, slik den igjen skulle bli på 1990-tallet. Men denne utviklingen impliserte også interessante utviklingstrekk når det gjelder klasse- og aldersammensetningen på tribunene. Tilskuertallene sank nesten kontinuerlig i England fra slutten av 1940-tallet til 1985 (King 2002:38). Dette hadde flere årsaker. Bedre økonomi, TV-mediets utbredelse og transportmuligheter var

spesielt viktig. Det fantes flere måter å tilbringe lørdag ettermiddag på. Konsekvensen ble at tribunene ble overlatt til de mest engasjerte og entusiastiske – og av og til voldelige – supporterne. Den mer gjennomsnittlige arbeiderklassetilskueren, som først og fremst brukte fotballen som rekreasjon, ble marginalisert (Szymanski og Kuypers 1999:46). Vi står her overfor et ironisk poeng: Den tribunekulturen som vokste frem på 1960-tallet er den som i dag ofte refereres til som den autentiske arbeiderklassekulturen. Men i historisk forstand representerte denne en nyvinning som – sammen med andre faktorer – bidro til å *fjerne* den tradisjonelle arbeiderklassetilskueren. Snarere enn å være et uttrykk for arbeiderklassekulturen, representerte 1960-tallets engelske supportere *oppbruddet* fra en slik kultur, og pekte fremover mot nye klasse- og generasjonsrelasjoner.

I Norge vet vi relativt lite om klassesammensetningen blant fotballens publikum i denne perioden. Sannsynligvis var det en noe mindre tydelig arbeiderklasseidrett. Det tok også tid før det norske publikummet adopterte den moderne engelske supporterkulturen. Først fra slutten av 1980-tallet ble syngende supportere et relativt markant innslag på noen få arenaer. Idealene var da klart engelske.[4]

Middelklassen erobres

Etter brannen i Bradford i 1985 beskrev Sunday Times engelsk fotball som en "slum sport played in slum stadiums increasingly watched by slum people, who deter decent folk from turning up" (sitert etter King 2002:93). Fotballen var i alvorlig krise; tilskuertallene i den profesjonelle fotballen var mer enn halvert siden 1940-tallet. Samtidig var den økonomiske ulikheten økende. Opphevelsen av maksimumslønnen gjorde at lønnsforskjellene mellom ulike klubber økte. I tillegg kom en stadig større andel av inntektene fra sponsorer, noe som også medførte økt ulikhet. Dette skapte interessemotsetninger mellom ligaklubbene, og i 1991 lyktes det de største klubbene å få flertall for etableringen av *FA Premier League,* som ble startet i 1992. Samtidig ble TV-rettighetene solgt til SkySport, og omsetningen eksploderte. Premier League og SkySport klarte i samarbeid å gjøre engelsk toppfotball til noe spektakulært, som tiltrakk seg nye grupper av tilskuere og TV-seere. Det var viktig å fjerne koblingen til 1980-tallets forfall. Den nye ligaen ble derfor lansert som "a brand new ball game" (Duke 2002:19). Å endre tilskuernes klassesammensetning var også et erklært mål, noe de i stor grad lyktes

med (Crabbe og Brown 2004). Dette ville i sin tur gjøre fotballen mer attraktiv for sponsorene. Fra å være en lavstatussport ble engelsk fotball på bemerkelsesverdig kort tid en idrett som det var kostbart å følge, og som tiltrakk seg stor oppmerksomhet også som populærkulturelt fenomen. Fotball ble *in.* I dag vil artister og politikere gjerne kobles til fotball.[5] Prosessen er kalt *disneyifiseringen* av fotballen (Duke 2002). I bytte for sterkt økende priser har publikum fått mer fasjonable omgivelser på arenaene, arrangementene er mer strømlinjeformede, og det er noe å oppleve for alle.

Norge opplevde på mange måter en parallell utvikling, men i mindre skala. Også i Norge nådde publikumsoppslutningen et lavmål midt på 1980-tallet. Fra slutten av 1980-tallet ble det lagt økt vekt på å profesjonalisere arrangementene på arenaene, og stadionfasilitetene er kraftig forbedret. Fotballen blir også i økende grad markedsført som familieunderholdning. Omsetning og internasjonal medieoppmerksomhet er naturligvis langt mindre i Norge, men en viktigere forskjell i vår sammenheng er at norsk fotball bare unntaksvis har knapphet på billetter. Dette har ført til at den mer organiserte supportervirksomheten i Norge har vokst frem på samme tid som disse gruppene var og er truet av ekskludering i England. Prisnivået er økende også i Norge, men langt unna engelsk nivå, spesielt om man tar inntektsnivået i betraktning. Det er likevel ingen tvil om at store deler av produktutviklingen i norsk toppfotball har hatt som siktemål å nå nye markedssegmenter. De siste årene synes dette også å ha lyktes. Norsk toppfotball har doblet publikumsoppslutningen på 20 år.

Jakten på det autentiske

Samlet sett står perioden etter 1990 som en fase hvor den tradisjonelle måten å forholde seg til fotball på er blitt utfordret av tiltak som har hatt som mål å appellere til mer kjøpesterke grupper. Det er imidlertid noe tvetydig ved denne prosessen. Norske supporterklubber viderefører den verbalt aggressive og maskuline fotballkulturen, men er blitt støttet av norske fotballmyndigheter. Supporterklubbene prioriteres når klubbene fordeler billetter, og mange klubber gir dem attraktive plasser på arenaene til en lavere pris enn andre tilskuere betaler. Også i England er det gradvis en økende erkjennelse av at også storklubber trenger lokal støtte og oppofrende supportere i tillegg. Rundt 70 engelske klubber har etablert *supportertruster.* Dette er organisasjo-

ner av engasjerte supportere som skal fremme supporternes involvering i klubbens virksomhet (Morrow 2003:51-55). Initiativene innebærer en erkjennelse av at supportere har et engasjement for klubben som går langt ut over hva forbrukere av de fleste andre produkter vanligvis har. Ut fra dette påberoper de seg en legitim rett til å gjøre krav på at deres stemmer blir hørt.

Reorienteringen av fotballen var på sin side basert på et ønske om å forvandle fotballsupportere til *kunder* (King 2002:138-143). Man ønsket å vektlegge den rent økonomiske siden ved relasjonen mellom tilskuer og klubb, og på den måten skyve til side sakens *politiske* dimensjoner. At en kunde mister interessen hvis et produkt ikke lenger tilfredsstiller hans krav er uproblematisk hvis han kan erstattes av noen med større kjøpekraft. For *supportere* er imidlertid kundemetaforen problematisk, fordi det står mye mer på spill enn den enkle økonomiske transaksjonen. Supportere bygger gjerne på en (tvilsom) forestilling om klubbene som et slags deltakende demokrati (Taylor 1971), hvor deres interesser ivaretas. Dette er en mulig grunn til at lokale spillere som viser klubblojalitet får en spesiell status blant supporterne. De kan identifisere seg med spillere som elsker klubben som dem selv. Etter den omfattende omstruktureringen av fotballen på 90-tallet blir det stadig færre slike spillere, og disse forestillingene blir vanskelige å opprettholde. De nye tilskuersegmentene, som omstruktureringen er innrettet mot, antas ikke å sette slike verdier like høyt, fordi de godtar kunderelasjonen. De blir derfor også en viktig motstander for den etablerte supporterkulturen.

Konflikten er reell. Men i praksis viser det seg ofte at den etablerte supporterkulturen er i stand til å legge premissene for korrekt supporteradferd i en slik grad at de er i stand til å gjenskape sitt kulturelle hegemoni. Til tross for at fotballen i økende grad blir *tilrettelagt* for middelklassesegmentet, og til tross for at middelklassen utvilsomt utgjør et dominerende innslag på tribunene, er det snarere slik at middelklassen tilpasser seg en antatt arbeiderklassediskurs enn at det motsatte skjer. Grunnen til det er at de nye tilskuersegmentene mangler enhver form for legitim fotballkulturell kapital. Denne forsøker de å tilegne seg ved å adoptere de mer erfarne supporternes adferd. Det er visse ting man ikke bør gjøre på fotballkamp hvis man skal oppnå respekt. Blant de minst respekterte er *medgangssupporterne,* det vil si tilskuere som deltar i triumfene når laget har fremgang, men som svikter når det butter i mot. *Turister* er en annen kategori som mistenkeliggjøres; de ser på fotballkampen som en happening hvor den atmosfæren publikum skaper inngår i

underholdningen, i stedet for at de selv skal bidra til å skape den.[6] Det stilles også store krav til hvordan klubbene arrangerer kampene. Blant det som skaper størst motstand, er den inspirasjon fotballen til tider har hentet fra i utgangspunket sammenlignbare idretter som håndball og ishockey. Supportere protesterer mot at det spilles musikk ved pauser i spillet, og mot bruk av høyttaleranlegget for å dra i gang applaus. De som liker slike tiltak beskyldes for ikke å ha skjønt kodene.[7]

Dette betyr ikke at alle supportere er enige om hvorvidt en gitt praksis skal kodifiseres som legitim. Det er et forhandlingsspørsmål. Gjennom å tilkjennegi synspunktene, og forhandle om dem, forhandler de kontinuerlig om sin status som supportere, slik Geertz (1973) påpekte i studien av interaksjonsritualer.[8] Først og sist må engasjementet for klubben være *autentisk*. Som resultat av dette må også nye tilskuergrupper forholde seg til dette verdisettet hvis de skal bli akseptert som supportere. De må strebe nedover, de må lære seg uttrykksformer som assosieres med lavere klasser.

Blant dem som best har beskrevet jakten på autentisitet i forbindelse med fotball er Iost (2000). I en studie av norske Liverpool-supportere finner han at ønsket om å *høre til* i byen Liverpool er sentralt, og å tilegne seg deres kulturelle praksiser på en innforstått måte. Å innarbeide disse i ens praktiske bevissthet er naturligvis en svært krevende oppgave. De ivrigste norske Liverpool-supporterne kan selvsagt klubbens, men også deler av byens historie. De forsøker ofte å snakke den lokale Liverpool-dialekten fremfor standard engelsk. Og de forakter paradoksalt nok fotballturistene, de som drar på fotballtur til England som om det var en hvilken som helst ferie eller langweekend. Dette til tross for at de selv er turister, i betydningen tilreisende for en – for de aller flestes vedkommende – nokså kort periode. De har kommet i berøring med en *stemning* som fremstår som autentisk, og som de vil være en del av. Dette ønsket er i prinsippet selvmotsigende, siden de helt mangler den lokale forankringen som er autentisitetens forutsetning. Like paradoksalt er det at mange støtter lokale supporteres motstand mot at klubben først og fremst skal bli et reisemål for folk fra Skandinavia eller Singapore.

En supporter må altså beherske de kulturelle kodene som gjelder for fotballritualet. Det skjer imidlertid en stadig forskyvning i takt med påfyllet av nye tilhengere. Den form for støtte supporterne gir under kampens gang, vil kunne variere betydelig over en periode på noen år. Verdier som autentisitet, lojalitet og oppofrelse er et relativt konstant grunnlag for virksomheten, men hvilke konkrete uttrykk disse verdiene får i handling vil variere.

Et eksempel på det siste er bruken av klubbfarger og klubbsymboler i fotballsammenheng. Deres status med hensyn til å representere fotballkulturell kapital er usikker. Klubbfarger kan signalisere sterk tilhørighet, men kan samtidig betraktes som kjøpt, og derfor inautentisk. Som Erling Dokk Holm skriver, innebærer slike praksiser "at de nære omgivelsene brukes aktivt i arbeidet med å bygge opp ens eget selvbilde (…)individer kan raskt gå inn i nye settinger og gjøre dem til sine egne". De "makter å håndtere eimen av fremmedhet og fjerne den ved selv å innta en posisjon i det som opprinnelig var fremmed" (Holm 2004:104). Bruk av supporterutstyr kan derfor fungere som en identitetsmarkør også for nyere supportere hvis de er i stand til å anvende dem på en riktig og samtidig uanstrengt måte (å knytte et skjerf rundt hodet eller armen er for mange et eksempel på dårlig supporterkultur, og få er så foraktet som norske landslagssupportere i vikinghjelm).

I England var bruk av klubbdrakter, trøyer og en rekke andre effekter lenge relativt uvanlig blant de mest engasjerte supporterne, man nøyde seg med et skjerf og kanskje en lue. Det er flere grunner til dette, en av de viktigste er at klubbene ikke solgte lisens-produkter (Davies 2004). Etter 1990 er bruk av slike effekter blitt svært utbredt, også i Norge. En mulig tolkning er at bruk av klubbfarger understreker at man er en lojal supporter. Spesielt for nyere supportere er det dermed mulig å kommunisere identiteten ved hjelp av ytre kjennetegn. Samtidig er denne tendensen omstridt fordi den også innebærer forsterket kommodifisering. Klubbens symboler, som i utgangspunktet nærmest er sakrale, blir en vare som kan kjøpes. Autentisitet kommer innenfra og lar seg ikke kjøpe. Det finnes derfor også supportermiljøer som bevisst unngår slike produkter. Brick (2004) kaller dette *iøynefallende ikke-forbruk,* det vil si at man signaliserer sin autentisitet ved å *ikke* bruke supporterutstyr, spesielt offisielle klubbprodukter. I denne betydningen er bruk av supporterutstyr inautentisk. Ekstensiv bruk av slike antrekk blir dermed sett ned på, fordi den eldre supporterkulturen ikke krevde slike måter å signalisere tilhørighet på.

Men supportere flest bruker altså slike produkter i dag. I forlengelsen av Geertz (1973) kan dette ses som et fremforhandlet resultat av kontinuerlige diskusjoner av spørsmålet, hvor konkrete praksiser gradvis endrer status. Lojalitet og autentisitet er fortsatt sentrale verdier, som også middelklassesupporterne ønsker å tilegne seg. Men de får nye uttrykksformer i lys av fotballens kommersielle utvikling.

Giulianotti (1999:148-149) peker på et interessant fenomen blant nyere grupper av supportere som ikke helt lar seg plassere langs den dimensjonen

jeg har pekt på over. Dette dreier seg om det Giulianotti kaller "post-fans", et begrep som er inspirert av John Urrys (1990) studie av "post-turister". I følge Giulianotti kjennetegnes post-fans av at de vurderer fotball på en refleksiv måte, og at de fullt ut er klar over det sosialt konstruerte ved moderne supporterkultur:

> Football's 'post fans' share this reflexivity, irony and participatory outlook. They represent an epistemic break from older forms of fandom (…) Post-fans are cognizant of the constructed nature of fan reputations, and the vagaries of the media in exaggerating or inventing such identities (Giulianotti 1999:148).

Det er de nye gruppene i middelklassen som dominerer innenfor denne gruppen. I den grad karakteristikken er treffende for en stor andel av middelklassesupporterne, vil disse også i liten grad la seg påvirke av de mer autentiske tilknytningsformer til fotball som antas å kjennetegne arbeiderklassekulturen.

Selv om post-fan kan være en mulig kategori for å forstå enkelte trekk ved moderne fotball, er ikke dette en *dominerende* holdning blant fotballsupportere.[9] Det skulle i så fall bety at middelklassen i større grad betraktet for eksempel de syngende supporternes adferd som et slags teater, som de kunne observere, eventuelt delta i selv, med en viss refleksiv distanse. Dette motsier eventuelt en viktig tese i denne artikkelen, nemlig at nye middelklassesupportere tvert imot forsøker å tilegne seg ritualer og adferdskoder som er gjeldende i fotballen, og at disse forsøkene skaper nærhet og identifikasjon snarere enn ironisk distanse. Det er ingen grunn til å benekte forekomsten av slike post-fans, men de er verken dominerende eller toneangivende for tyngden av fotballsupportere. Det alvor supportere diskuterer fotball med (jf. note 7 og 8) tilsier at ønsket om å opprettholde supporterkulturen som autentisk, fortsatt er den *doxiske*. Som antydet lenger opp kjennetegnes for eksempel de mest engasjerte supporterne av engelske lag nettopp *ikke* av en slik ironisk distanse som postfan-begrepet impliserer (Iost 2000). De erfarer lokale britiske fans som autentiske, og ønsker å tilegne seg deres koder.

En supporterkategori som er mer interessant i denne sammenheng, er den som av King (2002:kap13) kalles *New Football Writing*.[10] Denne gruppen består hovedsakelig av et venstreliberalt sjikt av fotballinteresserte, ofte akademikere i offentlig sektor. De har en tendens til å romantisere fotballen slik den var på 60- og 70-tallet, en periode som sammenfaller med deres

barndom og ungdom. De rekonstruerer dermed i en viss forstand sin egen ungdom ved å fremheve datidens fotball som mer autentisk. Dette innebærer motstand mot høye spillerlønninger, mot den uhemmede markedstenkningen som preger fotballen på 1990-tallet, og ofte også mot fjerningen av ståplasser. Selv om mange av disse selv har betydelig økonomisk kapital, sympatiserer de med yngre supportere som ikke har råd til å gå på kamper i dagens engelske toppdivisjon. Nick Hornbys (1997) selvbiografiske *Tribunefeber* var spesielt viktig i denne sammenheng, fordi den tilbød et språk for fotballidenskapen som mange sikkert kjente seg igjen i. *Tribunefeber* ga mening til deres egen ungdomstid, og kunne brukes som grunnlag for å rekonstruere deres egen supporterbiografi.

Disse supporterne forsvarer verdier som de mener har gått tapt i moderne fotball, nemlig arbeiderklassens måte å oppleve spillet på. Men samtidig feiltolker de den fotballen de opplevde i barndommen som fotballens opprinnelige form: "New Football Writing has mistakenly taken the new styles of support which were developing in the 1960s (…) for the authentic experience of a traditional working class" (King 2002:183). De er et eksempel på en gruppe som aktivt streber nedover, de søker å bevare bestemte typer fotballopplevelser som de knytter til sin egen ungdom – og til arbeiderklassen. Hornby er et spesielt interessant eksempel (se diskusjonen i King 2002:183-4). Han kommer selv fra middelklassen, men tilhører ifølge seg selv en gruppe som ønsket å komme fra alle andre klasser og fra alle andre steder: "Alle ønsket vi at vi egentlig kom fra sosialboligblokkene i Chicago, eller ghettoen i Kingston, eller harde strøk i Nord-London eller Glasgow!" (Hornby 1997:49). Å støtte Arsenal blir på en måte løsningen på dette identitetsproblemet. Som fotballsupporter kan han fremstå som autentisk arbeiderklasseungdom. Her kan det selvsagt innvendes at nettopp den refleksive distansen som preger tilbakeblikket på hans egen supporterkarriere tilsier at han er i stand til å ironisere over denne leken med identiteter, men det vil være upresist: Som supporter opplever han fotballen som dødsens alvor. Supporterkulturen i England på 70-tallet krevde at man så langt som mulig utviklet en supporteridentitet som bygget på arbeiderklassens antatte idealer.

Avsluttende bemerkninger

Jeg har argumentert for at fotballen, til tross for dens eksplisitte, målrettede

og i stor grad vellykkede arbeid for å orientere seg mot middelklassen, fortsatt preges, om ikke domineres, av en supporterkultur som har skapt, vedlikeholdt og tilpasset forestillinger om at fotballen fortsatt bygger på arbeiderklassekulturens nedarvede ritualer. Et alternativt perspektiv er at fotballen er blitt fullt ut integrert i underholdningsindustrien, og at middelklassens økende interesse for spillet er et uttrykk for at skillet mellom høy og lav kultur er mindre klart enn før. Giulianotti (1999:148-9) påpeker for eksempel at den nye middelklassen uten problemer forener interesse for populærmusikk eller fotball med interessen for litteratur eller andre høykulturelle uttrykksformer. Kulturelle eliter er mer åpne for populærkulturen (Gripsrud og Hovden 2000).

Som nevnt er dette helt klart riktig for visse typer fotballinteresserte. Det jeg vil fastholde er imidlertid at de ikke har klart å gjøre sin distanserte og ironiske tilknytningsform til fotballen til den *legitime:* For å bli akseptert som supportere må de legge av seg ironien og søke det autentiske. I Bourdieus forstand foregår det en kamp på dette feltet om hvilke kulturelle praksiser som skal tilkjennes status, og denne kampen er inntil videre vunnet av den kulturen som bygger på (tvilsomme) forestillinger om arbeiderklassens historiske tilknytning til fotball. Fotball er selvsagt en viktig del av moderne populærkultur, men den refleksive distanse som antas å kjennetegne særlig ungdoms omgang med populærkulturen, er langt mindre utbredt blant representanter for den supporterkulturen som er toneangivende i defineringen av en legitim supporterkultur. Å ha fotballkulturell kapital innebærer å forstå fotball som en gjenstand for lidenskap, fellesskap, lojalitet og tidvis religiøst betonte ritualer.

Fotball har derfor en del særegenheter som på visse punkter gjør spillet og dets supportere forskjellig fra de fleste andre kulturelle praksiser. Jeg har forsøkt å vise at dette på komplekse måter henger sammen med den spesielle klassekonstellasjonen som historisk har dominert fotball. Til tross for omfattende strukturelle endringer gir disse konstellasjonene fortsatt forståelsen av fotballens kulturelle hierarkier en bestemt retning. Denne konklusjonen er ikke gyldig for alle tilskuere. Det er lett å finne fotballinteresserte som ikke interesserer seg for, eller til og med ser ned på, fotballsupporternes virksomhet. Men de er ute av stand til å vinne det kulturelle hegemoniet, fordi det å beherske arbeiderklassens antatte praksisformer gir større legitimitet. Og jo mer engasjert man blir i fotballen, jo mer treffende blir dette perspektivet, fordi det er de mest engasjerte supporterne som angir tonen for

hva som er fotballens aksepterte praksisformer, og som derfor også er i posisjon til å tilkjenne andre fotballkulturell kapital.

Noter

1. Takk til to anonyme konsulenter for kommentarer og tips til forbedringer. Ansvaret for gjenværende feil og mangler er forfatterens alene.
2. Særlig betydning fikk brannen på Bradford Citys bane Valley Parade 11. mai 1985 (55 omkomne), tragedien på Heysel stadion i Brüssel 29. mai samme år (39 omkomne) og tragedien på Hillsborough i Sheffield 15. april 1989 (96 omkomne). Alle skapte et inntrykk av at særlig engelsk fotball var et spill i forfall, med elendige stadionanlegg som hadde skremt vekk det meste av publikum bortsett fra aggressive yngre menn.
3. I en fersk bok kritiserer Harvey (2005) disse utbredte forestillingene om britisk folkefotball.
4. Vålerengas uavhengige supporterklubb *Klanen* ble stiftet i 1991, men hadde da vært virksomme noen år som uformell gruppering. Inspirasjonen var eksplisitt engelsk, jf. http://www.klanen.no/index.php/content/view/full/2253 (13. juli 2005).
5. Tony Blair påberopte seg å ha sittet bak mål på Newcastles hjemmebane som barn. Det ble senere avdekket at det ikke kom sitteplasser bak det aktuelle målet før på 1990-tallet, og at spilleren han hevdet å huske spesielt godt la opp da Blair var fire år gammel (Wagg 2004:2). Thorbjørn Jagland, som neppe er spesielt opptatt av fotball, brøt i 1999 alle underforståtte supporter-normer da han – som erklært Strømsgodset-tilhenger – stilte på Lerkendal med Rosenborg-skjerf. At toppolitikere forsøker å markedsføre seg som fotballtilhengere er en klar indikasjon på spillets sterke symbolske verdi.
6. jf. Williams (2001:121-3).
7. Se for eksempel http://vg.transact.no/Item.asp?GroupID=118&Group=Fotball+%2D+Norsk&ThreadID=705480&Thread=H%E5ndballpublikumet+p%E5+Ullevaal&Page=-1#8623665
8. Se http://vg.transact.no/Item.asp?GroupID=118&Group=Fotball+%2D+Norsk&ThreadID=709838&Thread=Tannb%F8rstens+tid+over+i+Bod%F8%3F&Page=-1#8700482
   for et eksempel på en diskusjon mellom supportere om hva som er legitime tiltak for å skape stemning på kamper.
9. Noe Giulianotti (1999) heller ikke hevder.
10. Benevnelsen baserer King på tittelen på en antologi redigert av Nick Hornby: *My favourite Year: A Collection of New Football Writing* (King 2002:191).

Litteratur

Bale, J. (1993) *Sport, Space, and the City.* London: Routledge.

Bourdieu, P. (1984): *Distinction – A Social Critique of the Judgement of Taste.* London: Routledge

Brick, C. (2004) "Misers, merchandise and Manchester United - The pecu-

liar paradox of the political economy of consumption", i: David L. Andrews (red.): *Manchester United: A thematic study.* London: Routledge

Clarke, J. (1978) "Football and Working Class Fans: Tradition and Change", i: Ingham, R. (ed): *Football Hooliganism: The Wider Context.* London: Inter-Action Imprint

Crabbe, T. og A. Brown (2004) "'You're not welcome anymore': the football crowd, class and social exclusion", i: Stephen Wagg (red.): *British Football and Social Exclusion.* Oxon: Routledge

Davies, H. (2004) *Boots, Balls and Haircuts.* London: Cassell Illustrated

Duke, V. (2002) "Local tradition versus globalization: Resistance to the McDonaldization and Disneyization of Professional Football in England", i: *Football Studies* 5 (1): 5-21

Elias, N. og E. Dunning (1986) "Dynamiken hos sportgrupper. Med tyngdpunkten lagd på fotbollsgrupper", i: Norbert Elias og Eric Dunning: *Från riddarspel til fotballscup – Sport i sociologisk belysning.* Stockholm: Atlantis

Geertz, C. (1973) "Deep play: notes on the Balinese cockfight". I: Clifford Geertz: *The Interpretation of Cultures.* New York: Basic Books

Giulianotti, R. (1999) *Football – A Sociology of the Global Game.* Cambridge: Polity Press

Gripsrud, J. og J. F. Hovden (2000) "(Re)Producing a Cultural Elite? A Report on the Social Backgrounds and Cultural Tastes of University Students in Bergen, Norway". I: Jostein Gripsrud (red.): *Sociology and Aesthetics.* Kulturstudier nr. 12. Kristiansand: Høyskoleforlaget

Harvey, A. (2005) *Fotball: The First Hundred Years. The Untold Story.* London: Routledge

Hjelseth, A. (2004) "Fotballkonservatismen" *Klassekampen* 15. mai 2004

Hobsbawm, E. (1983) "Inventing Traditions", i: Eric Hobsbawm og Terence Ranger (eds.): *The Invention of Tradition.* Cambridge: Cambridge University Press

Holm, E. D. (2004) *Fra Gud til Gucci – Et essay om makt.* Oslo: Gyldendal

Hornby, N. (1997) *Tribunefeber.* Oslo: Aschehoug

Iost, R. (2000) *The Quest for Authenticity. An Analysis of Norwegian Liverpool FC Fans.* Hovedoppgave i sosialantropologi, Universitetet i Oslo, desember 2000

King, A. (2002) *The End of the Terraces – The Transformation of English Football in the 1990s (Revised edition).* London: Leicester University Press

Morris, D. (1981) *Fotballfolket.* Oslo: 1981
Morrow, S. (2003) *The People's Game? Football, Finance and Society.* Basingstoke: Palgrave Macmillan
Murray, B. (1996) *The World's Game – A History of Soccer.* Chicago: University of Illinois Press
Pakulski, J. og M. Waters (1996) *The Death of Class.* London: SAGE
Sandvoss, C. (2003) *A Game of Two Halves – Football, television and globalization.* London: Routledge
Szymanski, S. og T. Kuypers (1999) *Winners and Losers: the Business Strategy of Football.* London: Viking
Sørbø, J. I. (2005) "Liberal intoleranse". *Morgenbladet* 30. september 2005
Taylor, I. (1971) "Football Mad": A speculative Sociology of Football Hooliganism. I: E. Dunning (red.): *The Sociology of Sport. A Selection of Readings.* London: Frank Cass & Co
Tomlinson, A. (1991) "North and South: the rivalry of the Football League and the Football Association", i: John Williams og Stephen Wagg (red.): *British Football and Social Change: Getting into Europe.* Leicester: Leicester University Press
Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze.* London: Sage
Wagg, S. (2004a):"Fat City? British football and the politics of social exclusion at the turn of the twenty-first century", i: Stephen Wagg (red.): *British Football and Social Exclusion.* London: Routledge
Williams, J. (2001) "Kopites, 'Scallies' and Liverpool Fan Cultures: Tales of Triumpth and Disasters", i: J. Williams, S. Hopkins og C. Long (red.): *Passing Rhythms – Liverpool FC and the Transformation of Football.* Oxford: Berg

Sammendrag

Kommersialiseringsprosesser i norsk og internasjonal fotball har gjort spillet mer attraktivt for middelklassen. For fotballens tradisjonelle supportere anses dette ofte som en trussel, ved at deres lidenskapelige og "autentiske" måte å oppleve fotball på må vike plass for en mer underholdningsorientert og individualisert tilskuertype. I denne artikkelen argumenteres det for at dette like gjerne kan forstås motsatt. De tradisjonelle supporterne, som ofte assosieres med kulturelle idealer som knyttes til arbeiderklassen, blir et ideal som deler

av de nye tilskuergruppene forsøker å adoptere. Den antatte "arbeiderklassens" kulturelle praksiser besitter et kulturelt hegemoni som nye tilskuere må forholde seg til for å bli akseptert. Det sosiale hierarkiet snus på hodet ved at middelklassen forsøker å tilegne seg disse praksisene.