

Rosenborg – hele Norges fotballag?
Studie om Rosenborg ballklubs regionale utstrekning og identitetsskaping.

Masteroppgave i geografi, 2013
Fakultetet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse
Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet
Trondheim

Forsidefoto: forfatterens private foto

Sammendrag

Denne oppgaven omhandler posisjon som identitetsskaper i Trøndelag og resten av Norge. Fra 1995 til i dag har klubben deltatt kontinuerlig i Europacupspill og har også vært Norges fotballflaggskip. Selv om klubben i dag ikke er like dominerende som de var på nittitallet, er viser funnene i oppgaven at RBK-supportere eksisterer nesten over hele landet. For at en fotballklubb skal lykkes med å skape regional og nasjonal interesse er klubber avhengig av å lykkes med å spille på steders kvaliteter og dets særpreg. RBK har sitt tilholdssted på Lerkendal stadion, der det kan betraktes som et sted for opplevelser. Gjennom å spille attraktiv og publikumsvennlig fotball, bidrar dette til å skape gode opplevelser for publikum og sponsorer. Empirien i denne oppgaven baserer seg på intervjuer med åtte personer som har sin stilling til fylkeskommune, kommune, samarbeidspartnere og RBK. I tillegg baserer den regionale utstrekningen av supportere seg på sesongkortdata som er hentet fra billettansvarlig i RBK. Analysen er delt opp i tre deler. Den første delen fokuserer på hvor stor regional utstrekning det finnes av RBK-sesongkort. Samtidig ser tar denne delen for seg hva som ligger bak RBK-patriotisme i hos andre mennesker som ikke har sin opprinnelse fra Trøndelag. I del to fokuseres det på RBKs tilstedeværelse som lokal aktør og hvordan Europacup deltakelse skaper interesse og ringvirkninger for Trondheim som sted. I den siste delen legges det vekt på hvordan internasjonaliseringa av RBK har påvirket klubbens lokale kontekst i form av kjøp og slag av spillere. Denne delen tar også for seg supporterens betraktninger av vektleggingen av lokal forankring.

Hovedfunnene viser at RBK selger sesongkort bortimot over hele landet, der fotballfilosofien og profiler som er noe av bidragene som har ført til den nasjonale oppmerksomheten rundt RBK. Klubbens tilstedeværelse som lokal aktør viser seg å være markant, spesielt med tanke på når klubben deltar i Champions League. Det er da Trondheim som sted får størst nasjonal og internasjonal oppmerksomhet. Samtidig har også klubbens deltakelse i Europacup bidratt til å skape en stolthet i hos innbyggerne i Trondheim, der det fortelles stadig om historiske idrettsprestasjoner på Lerkendal Stadion. Når det gjelder internasjonaliseringa av klubben og hvordan dette har påvirket klubbens lokale kontekst, legger oppgaven hovedfokuset på lokale spillere. Som følge av Europacupdeltakelse har klubben fått et internasjonalt navn og oppmerksomhet. Som følge at dette viser det seg at det er vanskeligere å holde på unge kvalitetsspillere fra Trøndelag, siden større klubber i Europa ønsker å talenter jo yngre de er. Analysen påpeker også at supportere har stort sett tatt inn over seg at fotball har utviklet seg slik at RBK er nødt til å selge lokale kvalitetsspillere med

tanke på økonomi, men ikke minst den signaleffekten det gir for andre talenter i landet. RBK er en klubb man kan utvikle seg i og ta steget videre i karrieren.

Forord

Denne oppgaven markerer slutten på mitt masterstudium i geografi på NTNU. Det har vært en spennende og lærerik prosess sammen med gode medstudenter. Dette har bidratt til en trivelig studietid og sosialt samvær. I tillegg er jeg takknemlig for gode råd og veiledning fra min veileder Winfreid Ellingsen. Masteroppgaven har vært avhengig av respondenter og jeg er takknemlig for deres deltakelse. Jeg vil også takke billettavdelingen i Rosenborg Ballklub for tilgang på sesongkort data.

Videre vil jeg rette en stor takk til Kenneth i kollektivet for hjelp til oppsett av oppgaven. Vegard fortjener også en takk for sitt frivillige verv som privatsjåfør fra Heimdal til Dragvoll for å hente pensumbøker jeg hadde gjemt på lesesalen. Du har vært en god kompis og støttespiller i studietiden. Til slutt vil jeg takke min nærmeste familie for støtte, og spesielt min mor og Ida for motivasjon. Dere har gitt meg de ekstra kreftene i de rette periodene.

Sverre Kristian Høvik

Oslo, mai 2013

Innholdsfortegnelse

Sammendrag.....	2
Forord.....	4
Figurliste	8
1. Innledning.....	9
1.1 Tema.....	9
1.2 Målsetning.....	9
1.3 Personlig Motivasjon	10
1.4 Problemstillinger.....	11
2. Teori	12
2.1 Teori knyttet opp mot oppgaven	12
2.2 Stedsteori.....	12
2.2.2 Stedsfølelsen (Sense of place).....	13
2.2.3 Sted som møteplass (place as locale).....	14
2.3 Et relasjonelt stedsbegrep.....	15
2.4 Stedsidentitet.....	19
2.5 Regional geografi	20
2.5.1 Regionalisering	21
2.5.2 Regional Identitet.....	24
2.6 Profesjonalisering av Fotballklubber	25
3. Metode.....	27
3.1 Utforming av problemstilling.....	27
3.1.1 Valg av metode	28
3.1.3 Geografiske Informasjonssystemer	29
3.2 Intervju.....	29
3.2.1 Valg av informanter	31
3.2.3 Hvordan komme i kontakt med informanter?	33
3.3 Gjennomføring av intervju.....	34
3.3.1 Bruk av Intervjuguide	35
3.3.2 Bruk av båndopptaker	36
3.4 Bruk av sekundærkilder	37

3.5 Posisjonering.....	37
3.6 Analyse.....	38
3.7 Validitet og relabilitet	39
3.7.1 Validitet.....	39
3.7.2 Relabilitet.....	42
3.8 Metodekritikk.....	42
3.9 Etske Spørsmål.....	43
3.9.1 Informert samtykke	43
3.9.2 Konfidensialitet.....	44
3.9.3 Konsekvenser av å delta i forskningsprosjekter.....	44
4. Analyse	45
4.1 Presentasjon av informanter.....	45
4.1.1 Morten Wolden	45
4.1.2 Kjetil Kroksæter.....	45
4.1.3 Erik Hoftun.....	46
4.1.4 Karen Espelund	46
4.1.5 Mathias Kind Larsen	46
4.1.6 Kristoffer Helgesen Grud.....	46
4.1.7 Kenneth Kjelsnes	47
4.1.8 Anonym RBK-supporter	47
4.2 Presentasjon av Rosenborg Ballklub.....	47
4.2.1 Historisk tilbakeblikk.....	47
4.2.2 Det moderne Rosenborg.....	49
4.3 Regional utstrekning av sesongkort 2010–2013	50
4.3.2 Sesongkort 2011.....	52
4.3.3 Sesongkort 2012.....	53
4.4 Fotballregionen med møteplass i Trøndelag.....	54
4.4.1 Hvordan påvirker prestasjoner salg av sesongkort?.....	54
4.5 Hva er det som får en supporter fra et annet sted enn Trøndelag til å følge RBK når de ikke kommer fra samme sted?	55
4.5.1 Identitet dannes ved å spille attraktiv fotball.	55
4.5.2 Stedstilhørighet formes ved hjelp av profiler.....	57
4.6 RBKs tilstedeværelse som lokal aktør	59
4.6.1 Hvordan påvirker RBKs prestasjoner stemningen i Trondheim?	59
4.6.1 Hva er ringvirkningene for Trøndelag som region når RBK deltar Champions League?	61

4.7 Lokal forankring og Internasjonalisering	63
4.7.1 Lokal Identitet	63
4.7.2 Hvordan bevare den lokale interessen?	65
4.7.3 Internasjonaliseringen av RBK og betydningen for klubbens lokale kontekst.....	66
4.7.4 Hva er viktig for nedslagsfeltet til RBK?	67
4.8 Hvordan fungerer samspillet mellom regionale aktører og organisasjonen Rosenberg ballklub?.....	68
4.8.1 Hva gjør RBK for å bevare den regionale identiteten og interesse?	68
4.8.2 Samarbeid mellom RBK og Sør-Trøndelag Fylkeskommune	69
5.1 Avslutning og forslag til videre forskning.....	70
Litteraturliste	73
Vedlegg.....	77
Sammendrag av intervjuguider	77

Figurliste

Figur 3.1: Aktører i samarbeid med RBK (forfatterens private figur)

Figur 4.1: Lerkendal Stadion (rbk.no 2013)

Figur 4.2: Laget som beseiret AC-Milan på San Siro i 1996 (rbkweb 2011)

Figur 4.3: Distribusjonen av sesongkortkortsalg i 2010 (Data hentet fra billettsjef i RBK 2013)

Figur 4.4: Tegnforklaring på inndeling av sesongkort 2010 kategorisert i fylker (Data hentet fra billettsjef i RBK 2013)

Figur 4.5: Distribusjonen av sesongkortkortsalg i 2011 (Data hentet fra billettsjef i RBK 2013)

Figur 4.6: Tegnforklaring på inndeling av sesongkort i 2011 kategorisert i fylker (Data hentet fra billettsjef i RBK 2013)

Figur 4.7: Distribusjonen av sesongkortkortsalg i 2012 (Data hentet fra billettsjef i RBK 2013)

Figur 4.8: Tegnforklaring på inndeling av sesongkort 2010 kategorisert i fylker (Data hentet fra billettsjef i RBK 2013)

1. Innledning

1.1 Tema

Fotball kan bety noe mer enn bare idrett. Det handler også om idretten i tid og rom betyr i et samfunnsgeografisk perspektiv. Folk samhandler på tvers av geografiske grenser og oppfattelsen av stedstilhørighet blir endret. Ved å fokusere på hvordan menneskers identiteter, er denne typen identitet rasjonelle og foranderlige, og det er ikke noe vi har, men noe som er i stadig endring. Med tanke på steders identiteter, kan det styres av tanker, forestillinger eller et sett av ideer som igjen styres av hvordan de blir representert i ulike fora. Steder blir som følge av dette, påvirker det hvordan folk ser omgivelsene og for det andre hvordan de handler og engasjerer seg i dem (Berg & Dahle 2004). I den anledning, vil jeg bruke Rosenborg Ballklub (RBK) som casestudie i denne oppgaven, får å se hvordan klubbens og menneskers identiteter lar seg styre av sine omgivelser.

RBK opplevde stor sportslig suksess i løpet av nittitallet. Deltakelse i europacup har også gitt klubben økonomiske muskler som resultat av den sportslige fremgangen. Disse endringene som har medført den sportslige og økonomiske fremgangen, har gitt en overgang fra frivillighet til et økende behov for profesjonell styring. Norske toppklubber opererer i større grad i et kommersialisert system der markedsstyrte enheter har en betydningsfull rolle med tanke på kjøp og salg av spillere, sponsorer, investorer som skal bidra til å utvikle fotballen til et kommersielt produkt (Jakobsen, Gammelsæter & Fløysand 2009). Temaer som identitet og sted står derfor sentralt i hvordan for hvordan dette er med å påvirker utviklingen av et menneske. Identitet er ikke noe vi har, men en kontinuerlig prosess. RBK er en profesjonsdrevet bedrift som innebærer at all ansettelse er betalte medarbeidere, samtidig som det finnes et gruppe medarbeidere som spesialiserer seg innfor sitt eget fagfelt. Eksempler som omhandler grupper med fagspesialisering i en fotballklubb er trenere, direktører, medisinsk personell, jurister, markedsfører (Ellingsen 2011).

1.2 Målsetning

I denne oppgaven vil det være fokus på hvordan RBK som aktør preger samfunnet i dag. Poenget er at fotball ikke kun handler om å vinne en enkelt fotballkamp, men heller å se på fenomenet fotball som viktig aktør i et samfunnsmessig perspektiv. Oppgavens tematikk skal fokusere hvordan RBKs tilstedeværelse som bedrift men også som en møteplass for sosial interaksjon er med å preger identiteter og samarbeid på ulike geografiske nivå. Målsetningen for denne oppgaven vil være tredelt. Først, skal den gjøre rede for hvordan internasjonaliseringa av Rosenborg Ballklub har hatt

betydning for klubbens lokale kontekst og hvordan denne trenden påvirker Trøndelag som region. Videre skal oppgaven gjøre undersøke om det finnes samspill mellom aktører og organisasjonen Rosenborg Ballklub. Når det gjelder aktører sikter jeg til næringslivet i Trøndelag, supportere, Trondheim kommune og andre aktører som samarbeider med RBK. Det kan være fokus på en slik samhandling er viktig fordi en fotballklubb er en organisasjon som i stor grad blir påvirket av sine omgivelser i kontakt med mange aktører.

Det vil også være aktuelt å diskutere hvordan RBKs lokale forankring har blitt styrket eller svekket etter internasjonaliseringa klubben har gjennomgått. Klubbens verdiformidling vil også ha innvirkning på klubbens betydning for stedet, og klubbens rolle som produsent for stedsidentitet. Dette bidrar til en kobling mellom klubben og stedet den er forankret på. Skal det være slik at vi skal betrakte fotballklubber som et objektivt sted, eller former steder seg ut i fra erfaringer med påvirkning utenifra? (Castree 2009). Har det noe å si for en roseborgsupportere at import av utenlandske spillere skjer i et økende tempo, og at det kan gå på bekostning av rekruttering av lokale spillere? I de første to problemstillingene vil jeg benytte meg av kvalitativ metode. Her vil det være hensiktsmessig å ta i bruk intervju som metode.

I den siste delen skal det synliggjøres hvor stor regional utstrekning RBK tiltrekker seg supportere. Det vil være aktuelt å se nærmere på hva som ligger bak motivasjonen ved fotball-patriotismen for mennesker som i utgangspunktet ikke stammer fra Trøndelag. For å synliggjøre den regionale utstrekningen vil det være mest hensiktsmessig å ta i bruk en kvantitativ tilnærming. Dette betyr at jeg må hente statistikk fra Rosenborg Ballklubs sesongkortholdere. I tillegg kan jeg også be om et årlig gjennomsnittlig tilskuertall gjennom flere sesonger. Det vil også være hensiktsmessig å hente data via intervju med supportere angående sine vurderinger i forhold til min problemstilling.

1.3 Personlig Motivasjon

Min personlige motivasjon for å skrive om temaet fotball og lokal forankring ligger først og fremst i at siden jeg var i ung alder hatt et nært forhold til fotball som idrett. Jeg vil ikke si at det preger hverdagen min, men Rosenborg Ballklub har vært med meg gjennom hele oppveksten til den dag i dag. Jeg ser ikke bare fotball som en idrett. Fotball og RBK er en del av min identitet, og jeg er ikke den eneste i min vennekrets som opplever det slikt. I lokalavisa i Trondheim skrives det daglig om RBK. Mine tanker og forestillinger om klubben påvirker hvordan jeg og folk generelt oppfatter og engasjerer seg rundt klubben (Berg & Dahle 2004). RBK er med å skape opplevelser. Den kan

skape både glede, sinne, begeistring og frustrasjon. Slike følelser bidrar til at fotballen har en samlende karakter på tvers av sosiale grenser og kulturer.

Når det gjelder oppgaven er jeg interessert å se på endringsprosesser i fotballen på det organisasjonelle plan. Jeg ønsker å vite mer om den immaterielle siden ved at det sosiale og kulturelle grunnlag har blitt utfordret av nye verdier i samfunnet og idretten. For meg er det ikke uforståelig at mennesker fra andre steder i Norge er Rosenborgsupportere. Men likevel ønsker jeg å dokumentere hva ligger bak denne patriotismen. Hva er det som får folk til å reise langt for å følge et fotballag som ikke har noe stedstilhørighet fra det stedet de i utgangspunktet kommer fra. Det er mer nærliggende å tro at for eksempel mennesker som kommer fra Drammen eller Møre og Romsdal har sin patriotisme til henholdsvis fotballag fra Drammens-regionen, Molde eller Ålesund.

Samtidig synes jeg det er interessant å se på hvordan samhandlingen mellom RBK og de lokale aktørene fungerer. Rosenborg Ballklub er en organisasjon som er avhengige eksterne sponsorer for å generere inntekter. Samtidig vil det også være aktuelt å se på om det finnes noen form for samarbeid mellom RBK og Trondheim kommune og hvordan fungerer dette i praksis.

1.4 Problemstillinger

1. Hvor stor regional utstrekning tiltrekker RBK seg supportere. Hvis det finnes supportere fra andre steder enn Trøndelag, hva er det som får de til å følge et lag som i utgangspunktet ikke kommer fra samme sted?
2. I hvilken grad påvirker lokale aktører utviklingen av organisasjonen Rosenborg Ballklub?
3. I hvilken grad har internasjonaliseringa av Rosenborg ballklub hatt betydning for klubbens lokale kontekst.

2. Teori

I dette kapitlet skal det presenteres relevant teori i forhold til oppgavens problemstilling og analyse. Siden oppgavens problemstillinger setter fokus på Rosenborg Ballklub som regional aktør som identitetsskaper og regional aktør, vil teori knyttet til sted, identitet og region bli presentert i dette kapitlet.

2.1 Teori knyttet opp mot oppgaven

Nedenfor vil jeg ta for meg den stedsbegrepene som skal bidra til å forankre geografiske begreper og teori opp i mot oppgaven. Siden oppgavens problemstilling fokuserer på RBK som en regional aktør og hvordan internasjonaliseringa av klubben påvirker aktører rundt seg, ønsker jeg å se på hvordan Trøndelag som region bruker RBK som merkevare for å tiltrekke oppmerksomhet rundt Trondheim som by og Sør-Trøndelag fylkeskommune. Oppgaven skal også se nærmere på hvordan RBK samarbeider med kommune, fylkeskommune, supportere og media.

2.2 Stedsteori

I første omgang skal jeg gjøre rede for den historiske transformasjonen av stedsbegrepet. Sted som begrep har blitt tolket gjennom ulike tilnærminger i løpet av geografifagets utvikling. I humanistisk geografi blir stedsbegrepet definert gjennom 3 ulike tilnærminger. Sted som et fysisk punkt på jordoverflaten, den subjektive tolkningen mennesker har av sted og sted som en romlig interaksjon er hvordan stedsbegrepet har utviklet seg. Det har derfor blitt nødvendig av humanistiske geografer å tenke nytt i forhold til begrepet sted. Det hevdes av globalisering fører til at steder blir mer homogene. Sosiologen Castells hevdet at globalisering fører til *the end of place*. Castells argumenterer at konsekvensene at globalisering som for eksempel ved fri flyt av mennesker, arbeidskraft og kultur fører til at steder mister mer og mer sin egen identitet (Castree 2009). I geografifaget kan identitet forankres gjennom menneskers og steders identiteter. I første omgang brukes menneskers identiteter til å belyse identitet som noe som utveksles kontinuerlig mellom individer og deres omgivelser. Dette innebærer at identitet kan være i stadig forandring, ikke noe som vi har, men noe som skapes hele tiden. Vi som mennesker blir påvirket at omgivelsene rundt oss som fører til at vår identitet igjen blir i stadig forandring (Berg & Dale 2004).

I forhold til steders identitet er dette sosialt forankret. Steders identitet og sosial forankring henger sammen, fordi steders identiteter er sammensatt da de er forankret i sosial praksis. Hverdagslige

rutiner som endres gradvis, og handlinger som strider i mot dominante normer fører til endring av steders identiteter (ibid). I tillegg blir mennesker påvirket, eksempelvis av tv og aviser, som kan regulere menneskers forestillinger av sted.

2.2.1 Sted som lokalisering (location)

Geografen Agnew definerte sted som et spesifikt fysisk punkt på jordoverflaten, som er den første og eldste måten å tolke sted på (Castree 2009). Denne tilnæringsmåten er kjent på fagspråket som *place as location*. Dette blir sett på som en objektiv forståelse av stedsbegrepet der det var mindre fokus på det individualistiske. Steder betraktes også som objekter isolert fra omverden. Geografen Robert Hartshorne tolket også sted som separate geometriske punkter på jordoverflaten. Denne tilnæringsmåten til sted ble mest brukt før andre verdenskrig. Samtidig argumenterte Hartshorne at det var få fagdisipliner som studerte utviklingen av stedsbegrepet. Han hevdet at det måtte forskes videre på hvordan eksterne faktorer som sosiale, økonomiske og politiske systemer kan påvirke flere steder samtidig. Geografifagets fokus var mer rettet mot det unike enn det forskjellige (ibid).

I denne oppgaven vil områdebeskrivelsen rundt hvor stadion Rosenborg Ballklub og de lokale og regionale aktørene rundt klubben være et eksempel på sted som *location*. Her blir Trondheim og Sør-Trøndelag ansett som punkter på et kart, i form av hvor de er lokalisert og infrastruktur som er å finne i området. Lerkendal stadion og områdene rundt arenaen kan være fysiske materielle symboler på tilhørighet for mennesker i ulike geografiske skala, enten lokalt, nasjonalt eller internasjonalt.

2.2.2 Stedsfølelsen (Sense of place)

I løpet av 1970-tallet begynte humanistiske geografer å videreutvikle stedsbegrepet. Det ble stilt spørsmålsteget av humanistiske geografer om menneskers aktivitet skulle studeres ut i fra målbare enheter. Det ble derfor anvendt kritikk mot *spatial science*, og det førte til en ny tilnærming til hvordan å videreutvikle stedsbegrepet. Humanistiske geografer hevdet at *spatial science* ikke tok i betraktning det subjektive, emosjonelle og kvalitative aspektet hos individer. Utover 1970-tallet fikk humanistisk geografi en ny måte å tolke sted på. Geografer som for eksempel Graham Rowle gjorde studier på hvordan mennesker knytter seg til og opplever sitt hjemsted. Fokuset var nå på sted som opplevelse. Denne tilnærmingen til stedsbegrepet er også definert av Agnew som *sense of place*. *Sense of place* legger vekt på de subjektive, opplevelsesmessige dimensjonene av sted. Mennesker danner verdier og identitet til det stedet de kommer fra eller tar del i (Castree 2009). I

stedet for å betrakte sted som et isolert og fysisk punkt på jordoverflaten, ville man avdekke hvordan mennesker og grupperinger tolker og knytter seg til de områdene hvor de lever sine liv. Forståelsen av hvordan man betrakter sted som <<sense og place>> legger vekt på at aktører ikke bare handler ut fra hvordan steder betraktes objektivt. Forståelsen av sted må betraktes hvordan mennesker oppfatter og tolker subjektivt et sted. Ut i fra en slik tilnærming til sted er det derfor menneskers opplevelse av steder som må studeres hvis vi skal forstå hvordan mennesker handler i forhold til steder (Berg & Dale 2004).

Sentralt i teoretiseringen av begrepet sted som *sense of place* er fenomenologiske og eksistensialistiske tilnærminger. I følge Berg & Dahle (2004) innebærer dette å føle tilknytning til et sted, enten i form av oppvekststed eller nåværende bosted. Dette betraktes som et fundamentalt menneskelig behov. *Stedstilknytning gir en grunnleggende følelse av trygghet og sikkerhet, og inngår som en viktig del av grunnlaget for oppbygning av vår selvidentitet* (Berg & Dahle 2004:43). I denne oppgaven skal det legges vekt på hvordan informantene selv oppfatter og beskriver sitt forhold til Rosenborg Ballklub være eksempler på en slik forståelse av sted. Informantene vil i analysedelen gi eksempler på hva en fotballklubb betyr for identiteten for et individ og for Sør-Trøndelag som region.

I forhold til det fenomenologiske aspektet ligger det at en betrakter et sted som opplevd fenomen. *Geografisk rom blir sted ført når individer forbinder noe med det, har et forhold til det, tilegner mening* (Berg & Dahle 2004:42). Gjennom en slik forklaring er sted basert på hvordan menneskers oppfattelse og gjenkjennelse i det geografiske rom. For å igjen ta Rosenborg Ballklub som eksempel, kan ikke Rosenborg Ballklub betraktes som et sted før mennesker har en tilknytning og egne oppfatninger rundt hvordan man betrakter klubben. RBK betyr har en strekt posisjon i Trøndelag og i den trønderske folkesjela. På denne måten kan tilnærmingen sted som *sense of place* være med å gi en forståelse for hvorfor og hvordan innbyggere i Trøndelag og andre steder velger å knytte sin identitet til Rosenborg Ballklub.

2.2.3 Sted som møteplass (place as locale)

Den marxistiske bevegelsen førte til at man måtte tolke stedsbegrepet på nytt. Agnew identifiserte dette gjennom å betegne sted som *locale* (Castree 2009). Dette begrepet er hentet fra sosiologen Anthony Giddens som i løpet av 1980-tallet la vekt på at det å se sted som *locale* innebærer å forstå

sted som en møteplass eller node, der forskjellige individer og gruppers hverdagsaktiviteter krysser hverandre i tid og rom (Berg & Dale 2004). En fotball arena, kjøpesenter eller universitet kan være eksempler på dette. Ved å betrakte sted som *locale*, blir sted formet gjennom sosial praksis. “Med sosial praksis menes det at de rutinepregete aktivitetene som kjennetegner hverdagslivet både hjem, skole, butikk osv. kan ses som <<locale>> som styres av formelle og uformelle regler og rammer, samtidig som de påvirkes og endres som følge av de aktivitetene som foregår der” (Berg & Dahle 2004). På denne måten kan en skole se annerledes ut i dag enn for 50 år siden, arbeidslivet endres og i med tanke på oppgaven problemstilling, belyses hvordan en internasjonalisering påvirker en fotballklubb. Sted som *locale* betraktes derfor ut i fra det romlige med utgangspunkt i anvendelse og praksis (Berg & Dahle 2004).

Ved å ta utgangspunkt i Giddens’ sturktureringssteori som prøver å gi dynamisk og velutviklet romlig innhold. Denne tankegangen baserer seg på at sted ikke bare er en gitt statisk ramme for sosial interaksjon, men også noe som skapes og gjenskapes kontinuerlig som en del av sosiale aktiviteter. Med andre ord, steder endres kontinuerlig som følge av menneskers aktiviteter, samtidig som stedet påvirkes av disse aktivitetene (ibid).

I forhold til denne oppgaven kan disse stedene være kampdag på Lerkendal Stadion. Gjennom kampdag på Lerkendal blir det gitt en ramme for sosial interaksjon mellom mennesker inne på stadion. Lerkendal blir et samlepunkt for supportere fra Trøndelag og omegn der ideer og impulser utveksles. I tillegg vil samarbeid mellom Rosenborg Ballklub, lokale og regionale aktører også gi et rammeverk for nye impulser, praksiser og ideer. Rosenborg Ballklub og Sør-Trøndelag endrer seg i takt med hvordan mennesker og aktører ender sine aktiviteter i tid og rom. For eksempel når Rosenborg Ballklub deltar i europacup blir det satt i gang mekanismer hvor mennesker reiser inn til Trondheim og Trøndelag fra Norge og utlandet for å se fotballkamp. Her utveksles det ideer og impulser gjennom sosial interaksjon. Nærhet til slike noder vil jeg ta hensyn til min oppgave også vurdere i hvilken grad RBK som organisasjon samarbeider med lokale og regionale aktører.

2.3 Et relasjonelt stedsbegrep

Bakgrunnen for begrepet sted som *locale* ble tatt i bruk var at marxistene hevdet at steder var mer gjensidig avhengige av hverandre på grunn av kapitalismen. Samtidig var humanistiske geografer opptatt av hvordan å bevare det tradisjonelle og unike ved sted. Steder er ikke lenger separate enheter, og det er blitt mer problematisk å se på hvordan steder kan forbli unike. Globalisering fører

til at sosiale relasjoner blir strekt ut i det geografiske rom, som igjen fører at steder blir "porøse". Geografen Doreen Massey argumenterer for at vi må akseptere og verdsette at steder ikke lenger er isolerte objekter uten påvirkning utenfra. Sted må bli sett som et åpent fenomen. Massey kaller dette for a *global sense of the locale*. Hun poengterer at man må ta i betraktning at steder blir stadig mer avhengige av hverandre, men at denne prosessen skjer med stadig større intensitet på grunn av de globale drivkreftene. Før nytenkningen av humanistisk geografi var sted sett på som en mosaikk der de stod uavhengige av hverandre. Massey hevder at nytenkning rundt stedsbegrepet derfor var nødvendig. Hun poengterer at steder ikke kan bli sett på som objekter, men at individer former steder ut ifra erfaringer med påvirkning utenfra. Sted må betraktes ut fra at det stadig skjer forandringer og at dette er en kontinuerlig prosess på grunn av globale og transnasjonale nettverk (Castree 2009). Steder er koblet sammen og gjensidig avhengige. For eksempel omgås vi mennesker stadig med produkter som er produsert utenlands. Jeg skriver denne oppgaven på en datamaskin som er laget i Japan. Mine måltider stammer fra ulike matkulturer og jeg bruker sosiale nettverket til å kommunisere med venner fra utlandet. Poenget er at det stedet jeg omgås, ikke er isolert og separert fra omverdenen. Gjennom media får jeg informasjon om hvordan borgerkrigen i Libya påvirker olje og bensinpriser det stedet mine venner og familie omgås. Med andre ord, det som skjer der og da kan ha konsekvenser for det som skjer her og nå (ibid). På den andre siden fører dette også til at det blir vanskeligere å argumentere hvorfor steder er unike. Samtidig som humanistiske geografer utviklet videre stedsbegrepet ble de også utfordret av bevegelser som også tok avstand fra den kvantitative bevegelsen etter andre verdenskrig, disse var kjent som marxistiske geografer anført av David Harvey. Marxismen i geografisk sammenheng argumenterer for at humanistene ikke tar hensyn til politiske utfordringer verden står overfor, som for eksempel fattigdom. For marxistene var den humanistiske tilnærmingen til *sense of place* fornuftig men samtidig noe problematisk. Dette begrunnet de med at det var for mye fokus på lokal identitet og erfaringer som førte til at steder ble i stadig endring. Marxistene poengterte at utviklingen av den globale økonomien førte til at steder ble stadig mer avhengige av hverandre. Hvis det skjedde noe alvorlig i et spesifikt sted kunne dette føre til negative konsekvenser for steder som befinner seg milevis unna. For eksempel den amerikanske finanskrisens påvirkning på norsk eksportnæring. Steder er altså ikke kun beslektet til hverandre men også gjensidig avhengig, ifølge marxismen (ibid). Samtidig var marxistene mindre opptatt av å se på hvordan steder kunne være unike og forskjellige. Hovedfokuset var mer på hvordan steder var like og gjensidig avhengig. Samtidig tok de humanistiske geografene rett i å legge vekt på erfaringer. Samtidig førte dette til at de mistet mer fokus på hvordan steder kunne være adskilt med også gjensidig avhengig av hverandre (ibid).

Betydningen av teknologi og migrasjon står sentralt for nytenkningen rundt stedsbegrepet. Som sagt tidligere i teksten hevder flere geografer at globalisering betyr slutten for stedsbegrepet. Samtidig har globalisering ført til at vi må tenke på hvordan globale drivkrefter kan føre koblinger mellom steder. Globalisering må bli sett som et fenomen som fører til at steder blir stadig mer porøse. Man må også betrakte sted som et åpent fenomen der ideer, teknologi og migrasjon beveger seg i tid og rom mellom steder. For eksempel fri flyt av arbeidskraft gjennom internasjonal migrasjon, varer via import og eksport og ideer gjennom samarbeid mellom ulike utdanning og kulturelle institusjoner er klare indikasjoner på hvordan steder påvirker hverandre, også kjent som *a global space as flows* (Hubbard 2002). Med andre ord er det steder som utvikler seg ved hjelp av de globale drivkreftene, og ikke globalisering som styrer direkte hvordan et sted utvikles. Steder blir sett på som noder i nettverk der det utveksles ideer, varer, migrasjon osv. For eksempel er Manchester en by som har forbindelser med Manila i forhold til finans, handel og migrasjon. Likevel har Manchester som by sine egne tradisjoner og i tillegg ligger byen langt unna Manila med tanke på fysisk lokalisering. I denne sammenhengen hevder Massey at vi trenger å tenke nytt rundt stedsbegrepet. Tankegangen der man ser på sted som en mosaikk, der steder er enkle enheter i det geografiske rom, er ikke lenger relevant. Steder må betraktes som åpne fenomener og dynamiske i en global verden. Metaforisk kan steder betraktes som noder eller vekslende punkter i et globalt system (ibid).

Likevel er det fremdeles vanskelig å forstå hvordan steder kan forbli unike når de ikke lenger kan bli sett på som separate enheter. Spørsmålet er da, hvordan er det mulig å bevare det lokale og tradisjonelle ved et sted mot de globale drivkreftene? Det finnes flere begrunnelser. Globalisering fører til at steder blir stadig mer sammenknyttet, tatt i betraktning lettere tilgang på kommunikasjon og transport, men likevel forandres ikke den geografiske avstanden. For det andre fører ikke globalisering bare til homogenisering, men også differensiering. Som konsekvens av globaliseringsprosesser skapes det også nye forskjeller mellom steder. Steder blir sammenbundet og gjensidig avhengige, men samtidig forskjellige og unike. For det tredje reagerer steder forskjellig i forhold til hvordan de mottar de samme globale kreftene. Steder er ikke passive mottakere av globaliseringen, men menneskene på et sted vil reagere på globaliseringsprosessen på sin spesielle måte. Samtidig hevder geografene at det ikke eksisterer kun én bestemt global kultur. Alle steder finnes det en kompleks sammensetning av lokale og globale impulser, altså en hybrid (Hubbard 2002).

I forhold til Rosenborg Ballklub, finnes det også eksempler på hvordan RBK er, og har vært et åpent sted, *det vil si at relasjonene strekkes seg langt utover det lokale* (Berg & Dahle 2004). RBK som sted er også dynamisk, de vil si i *stadig endring på grunn av nye relasjoner og interaksjonsmønstre som oppstår* (Berg & Dahle 2004). Hvis man trekker linjer tilbake til nittitallet, besto spillerstallen til RBK i hovedsak av spillere med tilknytning til Trøndelagsområdet eller andre deler av Norge. I dag importerer også på en internasjonal skala. Når klubben slo gjennom internasjonalt i 1996, da de beseiret AC Milan på bortebane, besto førstellevaren av ni lokale spillere. De 2 resterende hadde opprinnelse fra andre steder utenfor Trøndelag. Hvis man tar utgangspunkt i nåværende A-stallen, som består av 20 spillere, er det seks spillere med lokal forankring og syv fra øvrige steder i Norge. Resten av A-stallen består av ti spillere med syv ulike nasjonaliteter. Men tanke på å betrakte RBK som et dynamisk sted trekke linjer til hvordan import og eksport av spillere foregår i et hurtig tempo. I 2011 gikk det åtte spillere ut fra A-stall og 8 spillere inn. I 2012 var det elleve spillere ut og ti spillere ble importert inn til A-stallen (Adressa 2013). I følge Berg & Dahle (2004) omfatter globalisering både økonomiske, sosiale og kulturelle endringsprosesser. Det er n stadig økende og raskere strøm av mennesker, varer og kapital, ideer og informasjon rundt omkring i verden. Dette argumenterer for at globalisering også har rammet RBK som sted siden klubben blant annet opplever hurtig utskiftning av spillere.

Vi ser også når RBK deltar i Champions League, øker også oppmerksomheten rundt klubben og resten av Trøndelag. Champions League tiltrekker seg interesse også internasjonalt som også setter Trøndelag mer på verdenskartet. Når det er Champions League i byen fylles alle hotellene i Trondheim med besøkende og publikummere. I tillegg samles de store næringslivaktørene i Norge og arrangerer konferanser med sine internasjonale forbindelser og da er vi Trondheim som by i fokus. Europacupdeltakelse kan derfor betraktes som en prosess som resulterer i at ulike deler av verden blir mer og mer sammenbundet og dypere integrert. Trondheim og RBK som sted tar inn nye impulser og påvirkning utenifra, ulike steder blir mer avhengige av hverandre og grenser blir mer og mer gjennomtrengelige (ibid).

Med tanke på oppgavens problemstilling og tema er sted et viktig begrep å avklare og ha forståelse for. Dette gjelder med tanke på hvordan vi skal betrakte RBK og Trøndelag som et sted i stadig utvikling. Lokalisering, det opplevelsesmessige aspektet og sosiale samhandlinger er faktorer som spiller inn. Globaliseringen har ført til at RBK og Trøndelag som sted er blitt mer åpnet og porøs, samtidig som det er preget av et mer mangfold av aktører som er i interaksjon med stedet. Aktører

utenifra gir nye betegnelser for hvordan man betrakter et sted, der globale impulser er med å skape nye impulser for hvordan RBK og Trøndelag skal utvikle seg som sted. I denne sammenhenger er også stedsidentitet et viktig begrep å ta hensyn til i denne oppgaven.

2.4 Stedsidentitet

Vi antar at steders sosiale relasjoner er lokale, og ikke globale. Om vi forutsetter dette, vil steder bevare det lokale i samspill med de globale drivkreftene. De sosiale relasjonene er i lokal rekkevidde som for eksempel familieliv eller den lokale fotballklubben jeg støtter (Castree 2009). For det første, gir stedstilknytning en følelse av trygghet og sikkerhet, og dette inngår i som en viktig del av vår egen identitet. Utviklingen videre av et relasjonelt stedsbegrep, innebærer at vi ser steder som åpne, dynamiske og gjensidig avhengige. Giddens' struktureringsteori legger vekt på at folk er mindre knyttet til lokale steder enn det de var tidligere og er i mindre grad bundet av tradisjonelle rutiner og livsløp. Giddens' teori har blitt blant annet kritisert for å at han overdriver den muligheten enkeltindividet har til å bestemme og kontrollere over sitt eget liv. Kritikerne hevder at det er opp til det enkelte individ der man utformer sin identitet tilpasset den moderne virkeligheten en lever i, samtidig som en støtter seg på etablerte kulturelle og sosiale ideer eller narrativer. Identitet kan man slå fast formes gjennom et kontinuerlig samspill mellom individer og mellom individer og deres samspill (Berg & Dahle 2012). Man kan derfor si at identitet er rasjonelle og foranderlige. Stedsidentitet blir et følgelig begrep som handler om hvordan mennesker identiteter konstrueres som romlig forankret og hvordan steders identitet er relatert til sosial praksis. Stedsidentiteter er i stadig endring og menneskers oppfatning av et sted er også er også en kontinuerlig prosess som er i endring.

Det finnes flere måter å fange opp og studere menneskers identiteter. Identity with – perspektivet handler om enkeltindividers og grupperes tilknytning til eller følelser for et sted. Denne betydningen henspiller begrepet stedsidentitet på at sted kan betydning på folks identiteter. Stedet inngår som en viktig del av vår identitetsutforming, forstått med ikke bare hvem jeg er, men også hvem jeg ønsker å være. Det kan også være nyttig å skille mellom fysiske, sosiale og symbolske aspekter av et steds betydning for grunnlag for utforming av identitet. For det første kan det være den materielle ved omgivelsene, som for eksempel naturgitte forhold eller infrastruktur som for eksempel en fotballstadion som symbolske aspekter i identitetsforming. For det andre kan det være de sosiale relasjonene, knyttet til et nettverk av slekt, grupperinger, venner og arbeidskollegaer, som betyr mest. Vi kan også identifisere oss med steder på ulike geografiske nivå: lokalt, regionalt, nasjonalt og overnasjonalt (ibid).

Selv om verden er blitt stadig mer sammenbundet, omgås de fleste mennesker innenfor en begrenset aktivitetsradius. Hjemmet og lokalsamfunnet er fortsatt viktige elementer og spiller en viktig rolle for vår lokale identitet. Selv om globaliseringen fører til steder blir homogenisert som for eksempel matkultur, bestemmer individet selv om i hvilken grad vi ønsker å delta i denne prosessen (Berg & Dale 2004). Som nevnt ovenfor, er lokal identitet et viktig element til hvordan individer knytter seg til sted. For eksempel kommer jeg opprinnelig fra Trondheim og Heimdalsområdet. Jeg har nå flyttet fra Heimdalen og bor nå i nærheten av Trondheim sentrum. Selv om jeg har bodd i Trondheim sentrum i flere år stammer min dialekt fra Heimdalsområdet. I tillegg kommer vennekretsen min stort sett fra denne bydelen og jeg omgås ofte med mine gamle barndomsvenner. Med andre ord sitter det mye av bydelen Heimdalen igjen hos meg selv om jeg ikke bor der lengre.

2.5 Regional geografi

Bakgrunnen til den moderne formen for regionalgeografi finner vi i opplysningstidens realistiske og rasjonalistiske vitenskapssyn. Innen regionalgeografi innebar dette vekt på logisk systematisering, klassifisering og avgrensning av karaktertrekk ved samfunn og natur i regioner og landskaper. Det finnes to former for hvordan karakteriserer regionalgeografien på. Den ene formen er beskrivelse av områders fysiologi. Denne formen innebærer regionens unike uttrykk, utseende eller karakter. På den andre siden er det inndeling av jordens overflate i distrikter og regioner, basert på ulike prinsipper; for eksempel ut fra et abstrakt geometrisk rutenett, fysiske naturfenomener eller menneskets bevegelser og tilpasning i sine omgivelser (Calval 1998, hentet fra Lysgård 2001).

Ved å ta utgangspunkt i at beskrivelse av steders og regioners karakter var geografidisiplinens hovedoppgave, utviklet regionalgeografien seg i to former i andre halvdel av 1800-tallet. Det første ytterpunktet var en natur-deterministisk forståelse av hvordan naturgrunnet former mennesker og samfunn. Hovedpersonen bak den natur-deterministiske regionalgeografien var Friedrich Ratzel. Ratzel var sterkt inspirert av Charles Darwins evolusjonslære. Ratzels argumentasjon var at regioner var naturbaserete og at en naturlig region med de eksisterende fysiske forhold bygde opp under g resulterte i en bestemt form for liv eller eksistens. Derfor kan vi si at natur-deterministisk regionalgeografi baserer seg på at menneskers levesett og kultur forklares ut i fra hvilket territorium de tilhører, og kausalitet ble mao. tillagt det fysiske miljø uavhengig av sosiale prosesser (Lysgård 2001). I denne oppgaven derimot skal vi ikke ta utgangspunkt i regioners essensielle eksistens. Med tanke på oppgavens tema og problemstillinger, vil det være sentralt og

nødvendig å gjøre en analyse av regionens opprinnelse og utvikling. For å realisere en slik analyse kreves en konstruktivistisk forståelse av sosial romlighet.

Som delvis kritikk mot den natur-deterministiske regionalgeografien, men som også hadde lignende argumentasjon til fordel for naturgrunnlagets betydning, vokste det også fram en annen form for regionalgeografi. Denne regionalgeografien la vekt på det fantes en kobling mellom natur og samfunn. Hovedpersonen bak denne regionalgeografien var Vidal de la Blache, som argumenterte til fordel for en forståelse av geografien som det vitenskapelige studiet av unike steder. I liket med Ratzels teorier, baserte de la Blache sin argumentasjon å studere hvordan de naturlige miljøet innvirker på mennesker, grupper og samfunn og hvordan menneskers livstil sammen med de dominerende naturforhold danner regioners personlighet (ibid).

Forskjellen fra natur-determinisme til menneskers livsstil var at kreative krefter i menneskets intelligens også ble tatt hensyn til i modifisering av naturen, som også fikk betegnelsen possibilisme i stedet for determinisme. Derfor kan man si at den franske regionforståelsen tok utgangspunkt i en essensialistisk forklaring av regionen. Regionalgeografien tok derfor også hensyn til å avdekke en sosialisert naturlig region (ibid).

På bakgrunn av Vidal de la Blache regionalgeografi der man studerte steders og regioners unike karakter, videreutviklet Richard Hartshorne den regionale syntesen som en kronologisk vitenskap. Geografi som faglig disiplin skulle hovedsakelig være det regionale studiet av de unike karakteristikk som definerte et område. Siden alle regioner hadde sine egne særtrekk, ville det bety at å generalisere steder og regioner være meningsløst. Argumentasjonen til Hartshorne var å ta i betraktning naturlige og menneskeskapt fenomen som dannet grunnlaget for et mer helhetlig bilde for jordens overflate i steder og regioner.

2.5.1 Regionalisering

I geografifaget kan man tolke begrepet region på to forskjellige måter. For det første karakteriseres en region som en logisk kategori som utvikler seg selv som et resultat av geografers tankevirksomhet og som av enkelte anses som nødvendig for å legitimere geografifaget. Den andre måten å forklare regionbegrepet på er hvordan det brukes som et teknisk apparat for å tolke konkrete natur, kultur og samfunnsfenomener. Med andre ord legger den første oppfatningen av begrepet vekt på sosiale og kulturelle prosesser skilles fra den sosiale sfæren. På den andre siden

legger begrepet vekt på at kultur og sosiale prosesser reduseres utelukkende til en subjektiv eksistens i individers bevissthet (Lysgård 2001).

Fra begynnelsen av 1980-tallet vokste det frem en ny form for regionalgeografi. Lagt i grunn for at sosiale prosesser er grunnleggende for hvordan man tolket begrepet region på, ble det etter hvert nytt fokus på det romlig spesifikke og unike. Denne argumentasjonen la vekt på at alle sosiale strukturer er romlige og at all sosial praksis og sosiale prosesser er unike fordi de utspiller seg i et handlingsrom på ulike geografiske nivå. Dermed ble det lagt vekt på et teoretisk utgangspunkt for en ny regionalgeografi og et nytt fokus på det romlige spesifikke og unike. Det nye teoretiske utgangspunktet for regionalgeografi baserte seg derfor på å ikke sammenblande den tradisjonelle regionalgeografiens idiografiske forståelse, som tok utgangspunkt i å unike relasjoner og kombinasjoner innenfor et avgrenset område. Man skulle i tillegg dra paralleller og relasjoner til prosesser som foregikk i andre områder og på andre geografiske nivåer (Massey 1984, hentet fra Lysgård 2001). Tanken var å gi en åpning for å studere geografisk ulikhet i tid og rom. Man kan derfor si at den nye regional geografien som ble utviklet i denne perioden var å utvikle en teoretisk forståelse for at det var en sammenheng mellom det generelle og det spesifikke (Entrikin, hentet fra Lysgård 2001).

Når det gjelder begrepet regionalisering, kan begrepet defineres som en prosess som utspiller seg og formes i tråd med den tidsmessige og romlige dimensjon. Begrepet skal ikke avgrenses til et konkret regionalt nivå, men omfatter også tid-og romlig organisering av sosial interaksjon i et omfattende sosialt system. I konstruktivistisk orientert regionalgeografi kan man tolke regionbegrepet på to forskjellige måter. Den mest ordinære er når regionen som avgrensning og form blir mindre vektlagt, og man legger vekt på sosiale prosesser i en romlig utbredelse og variasjon. Dermed betyr det ikke at det er regionen i seg selv som studeres, men regionalisering i betydning av romlighet i sosial praksis og sosiale prosesser, strukturert i tid og rom. Tolkningen av begrepet knyttes ikke til en konkret avgrenset region, men kan omfatte alle geografiske nivåer (ibid).

Den andre måten å definere region og regionalisering på er hvordan regionen oppfattes som et fenomen og kategori som inngår som en konkret del av folks sosiale virkelighet. Regionen blir konkretisert av den sosiale romlighet og oppfattes som en empirisk realitet. Her legges det vekt på regionens opprinnelse, eksistensgrunnlag, utvikling og endring relevant og hvordan disse faktorene

spiller inn i sosiale prosesser. Dermed blir region også oppfattet som en konkret tilstedeværelse som har innvirkning på betydningen i samfunnslivet (ibid).

Med tanke på oppgavens tema og problemstilling er regionbegrepet sentralt fordi jeg ønsker å fremstille hvordan Rosenborg Ballklub ikke kun fungerer på et regionalt nivå, men også hvordan RBK som fenomen omfatter sosiale prosesser på ulike geografiske nivå. For det første er hvordan internasjonaliseringa av RBK påvirker sosiale prosesser på lokalt nivå. I denne sammenhengen er mest hensiktsmessig å se på hvordan Trondheim kommune drar nytte av, for eksempel, arrangementer i forhold til Champions League. På et regionalt nivå, vil det være aktuelt å se på hvordan klubben samarbeider med aktører innenfor kultur og næringsliv både i Sør og Nord-Trøndelag. Oppgavens tematikk vil også se på hvor lang nasjonal utstrekning finnes av RBK-supportere i landet. Til slutt vil det være interessant å ta i betraktning koblingen mellom internasjonaliseringa for RBK og hvordan det har bidratt til å sette Trøndelag som region på verdenskartet.

Passi (1986) skiller man mellom sted og region. Sted knytter seg til det enkelte livsløp og region ansees som en institusjonell konstruksjon med lengre levetid. Region kan derfor betraktes som en gruppe med en kollektiv historie, som knyttes til hvordan samfunnets sosiale praksiser er knyttet til et område. Med tanke på sted som begrep, betraktes dette som en subjektiv sfære som vil forsvinne med i løpet av et gitt tidsperspektiv. Regionen betraktes derfor som sosiale praksiser som vil videreføres gjennom generasjoner i en kollektiv videreføring av den regionale enhetens innebygde mening og symbolikk. Kort oppsummert, stedet er der individet reproducerer sin materielle og intellektuelle eksistens via en sosiale prosesser. Regionen er en del av det kollektive samfunnets sfære med et langt tidsperspektiv, kan gå igjen i generasjoner og er en viktig del av samfunnets romlige struktur (Lysgård 2001).

Ved å betrakte RBK som et sosialt fenomen som fungerer som et redskap for identitetsforming og sosiale praksiser, er det viktig å begrunne hvorfor regionbegrepet brukes i denne oppgaven. Hensikten er å belyse hvordan RBK som fenomen har hatt betydning for sosiale praksiser, ikke bare i Trøndelagsregionen men også med hensyn til ulike geografiske nivå. Med tanke på hvordan Passi betrakter forskjellen mellom sted og region, er det aktuelt å se på hvordan RBK som fenomen har betydning for sosiale praksiser i Trøndelag og hvilken det har for regionens mening og symbolikk.

2.5.2 Regional Identitet

Identitet som begrep har vokst seg som et sentralt tema i kulturstudier både i geografi, sosiologi og andre relaterte fagdisipliner. Det er ikke bare i samfunnsvitenskapen identitet er et viktig tema, det tar også en viktig rolle på den politiske dagsorden og hvordan samfunnet skal formes. Dette reiser spørsmålet hva identitet egentlig er og hvorfor det er et sentralt tema. Identitetsforming er å tolke som en del av individets utvikling og prosess som formes av sine egne omgivelser. I den nye litteraturen om forholdet mellom identitet og sted, legges det vekt på hvordan menneskers identitet er romlig forankret og hvordan steders identiteter er forankret i sosial praksis. Med tanke på menneskers identitet er identitet i vår tidsalder noe som utvikles kontinuerlig i forhold mellom individer, og mellom andre individer og deres omgivelser (Berg & Dahle 2004). Menneskers identitet er en kontinuerlig prosess. Det er ikke noe i vi har, men noe som skapes hele tiden. Samtidig er også steders identiteter også i kontinuerlig prosess og skapes hele tiden fordi de er forankret i sosial praksis. Hverdaglige rutiner endres gradvis og man bryter med fastlagte normer for hvem som bør gjøre hva og når. Steders identiteter er også forankret via sosiale representasjoner av steder. Dette vil si at tanker, forestillinger av hvordan steder er, representeres via ulike kanaler, eksempelvis media. Når et sted blir representert via media blir folk påvirket av hvordan de ser omgivelsene og i tillegg engasjerer folk seg i sine omgivelser. Med tanke på RBK som sted, forandres dette kontinuerlig (ibid). RBK blir framstilt daglig i media og har til og med sin egne spalte i den lokale avisa, Adresseavisen. Mennesker som bor i Trøndelag og øvrige supportere fra andre fylker blir engasjerer seg rundt klubben, både på og utenfor fotballbanen. Identiteten til sted og mennesker er dynamiske fordi media er med å forandre menneskers tanker og forestillinger av et sted.

Når det gjelder regional identitet må det analyseres som et narrativ som gir mening til sosial praksis og sosiale prosesser. Regional identitet refereres vanligvis til hvordan mennesker bygger relasjoner til folks identitet og det fysiske miljøet. Regionens identitet karakteriseres som ulike former for økonomiske, kulturelle, sosiale og politiske institusjoner, organisasjoner og institusjonaliserte praksiser som bidrar til vedlikehold av befolkningens regionale bevissthet. Siden regional identitet ikke kan forankres til enkelt individers bevissthet, er det derfor viktig å poengtere hvordan regional identitet er konstruert gjennom en institusjonaliseringsprosess. Dekonstruksjonen av regional bevissthet, deles inn i to kategorier. Den ene er befolkningens identifikasjon med fellesskapet. Med andre ord, befolkningen lager en oppfatning av hvilket fellesskap de hører hjemme i og kan identifisere seg med. For eksempel er forestillinger om identifikasjon som kommuniseres av og

representeres av institusjonelle praksiser som et forestilt felleskap i en region (Lysgård 2001). Regional identitet kan også refereres til subjektive representasjoner av regionen. En subjektiv representasjon innebærer hvordan regionens “image” eksisteres i form av befolkningens oppfatning og hvordan regionens “image” formidles til og oppfattes av folk utenfor regionen (Lysgård 2001).

Når det gjelder oppgavens tematikk, er regional identitet et viktig begrep å avklare. Siden fotball betyr mye for veldig mange, er det nærliggende å tro at RBK har en sterk posisjon i den trønderske folkesjela. Hvordan RBK opptrer på fotballbanen er noe det trønderske publikummet legger stor vekt på og dermed lager en oppfatning av hvilket felleskap og fotballkultur de hører hjemme til.

2.6 Profesjonalisering av Fotballklubber

Profesjonalisering i en idrettsklubb innebærer at all ansettelse er betalte medarbeidere, samtidig som det finnes et gruppe medarbeidere som spesialiserer seg innenfor sitt eget fagfelt. Eksempler som omhandler grupper med fagspesialisering i en fotballklubb er trenere, direktører, medisinsk personell, jurister, markedsfører osv. Denne gruppen besitter systematisk og spesialisert kunnskap og autoritet (Ellingsen 2011). Rosenborg ballklub har opplevd en utvikling fra å spille på kommunale arenaer til eierskap til en arena i dag som fyller ca. 21000 tilskuere i tillegg til store inntekter fra deltakelse i Europacup og sponsorer. Disse inntektskildene som har strømmet inn i løpet av de siste 20 årene har ført til at Rosenborg ballklub har Norges rikeste klubb og en betydningsfull næringsaktør i Trøndelag. Disse inntektene har ført til at klubben har vokst ikke bare innen sportslig avdeling, men også vokst som bedrift. Rosenborg som bedrift har blitt utvidet med flere ansatte i markedsavdeling, trenersteam, medisinsk personell osv. Forstyh og Danisiewich (1985) hevder at profesjonalisering er en prosess som går fra yrkesutøving til profesjon. Forskjellen ligger i at en profesjonalisering er av stor betydning for virksomheten og at utøvelsen av tjenester er kompleks. Kvaliteten og graden av spesialisert kunnskap og kompleksitet av utøvelsen fører dermed til en høyere status for den som utøver profesjonen. I en toppklubb som Rosenborg, i norsk målestokk, og som har ambisjoner for å bli blant topp 30 i europeisk målestokk, har hovedtreneren hovedansvaret for sportslig utvikling av klubben. Dette innebærer at hovedtreneren er således ansvarlig for lagets utvikling, i tillegg til et eksklusivt ansvar for positive sportslige resultater på grunn av den spesialiserte kunnskapen hovedtreneren besitter. Samtidig som hovedtreneren har ansvar for sportslig resultater, må vedkommende ta hensyn til utvikling av enkeltspillere, direktører,

media, sponsorer etc. Dersom hovedtreneren svikter i forhold til resultatoppnåelse, kan treneren miste autoritet når de forventede resultater uteblir(Ellingsen 2011).

Autonomi er det sentrale aspektet ved oppnåelse av profesjonell status. Autonomi omhandler at profesjonene etablerer sertifiseringsordninger som for eksempel ved trenerutdanning med serfikat som i tillegg skal stille kriterier av individer til profesjonen og kvaliteten på utdanningen. Samtidig stiller samfunnet også krav på kvaliteten og lengde på utdanning og i hvilken grad den profesjonelle organisasjonen klarer å regulere medlemmenes utøvelse av profesjonen vil ha betydning for oppnåelse av autoritet av omgivelsene stiller forventinger til organisasjonen (Ellingsen 2011).

3. Metode

I dette kapitlet blir metodene jeg har benyttet meg av i datainnsamlingen gjort rede for. I denne delen av oppgaven skal jeg gjennomgå de valgene jeg har tatt og knytte dette opp mot relevant metodelitteratur. I tillegg skal jeg også reflektere hva jeg kunne ha gjort annerledes og se nærmere på etiske problemstillinger ved bruken rundt kvalitative metoder.

3.1 Utforming av problemstilling

Etter at tema er valgt for oppgaven, er neste steg i arbeidet å utforme problemstilling som er relevant til min fagretning. Når man utarbeider problemstilling vil dette si at man definerer et eller flere forskningstema som for eksempel i denne oppgaven skal gi informasjon om. I denne oppgaven skal jeg sette meg inn i rollen som forsker og dermed finne svar på mine forskningsspørsmål. Hensikten med en problemstilling er derfor et spørsmål som forskeren ønsker informasjon om (Thagaard 2003). Retningslinjene for forskningsprosjektet består av beskrivelser for hva undersøkelsen skal basere seg på, hvem som er aktuelle informanter, hvor undersøkelsen skal utføres og hvordan den skal gjennomføres (ibid). I min forskningsoppgave skal jeg se sammenligne enheter som har forandret seg over tid. Dette vil si at denne oppgaven vil være et komparativt studie som har til hensikt å utforme opplegg som gir grunnlaget for teoretiske sammenligninger mellom flere enheter. Jeg har valgt Rosenborg ballklubb som case og mitt hovedfokus er hvilke endringer klubben har opplevd i forhold til internasjonalisering og profesjonalisering av klubben.

Et viktig kriterium for hva en god problemstilling skal inneholde er at den avgrenser og presiserer for hvilket fokusområde oppgaven skal ha. Den skal gi tydelige retningslinjer for de metodiske og faglige valgene forskeren skal foreta seg i løpet av forskningsprosessen. Det er derfor viktig å være så konkret som mulig i sin problemstilling og hva som skal undersøkes. Det er også viktig at jeg som forsker skal ha et åpent forhold til det empiriske materialet som samles inn. Grunnen til dette er at problemstillingen kan videreutvikles underveis i feltarbeidet ettersom man kan samle inn nye inntrykk i løpet av datainnsamlingen. Det er derfor et viktig poeng i kvalitativ forskning at man gir grunnlag for fleksibilitet. Forskningsprosjektet kan gå inn i nye retninger og man kan komme over nye temaer som også kan være aktuelt å belyse i problemstillingen. Fremgangsmåtene kan også endres etter hvert som man innhenter informasjon. Derfor er det viktig at jeg som forsker er åpen for en løpende vurdering for justeringer i forhold til den problemstillingen man har som

utgangspunkt (ibid).

For min egen del er min hovedproblemstilling <<*Rosenborg, hele Norges fotballag? Et studie om Rosenborg ballklubs regionale utstrekning og identitetsskapning*>>. Denne problemstillingen utformet jeg relativt tidlig i forskningsprosessen. Det har derfor også vært tidlig klart hvordan jeg skulle innhente informasjonen til dette prosjektet. Siden dette er et case-studie er kjennetegnet det ved undersøkelsesopplegg som er rettet som å studere mye informasjon om få enheter, eksempelvis en gruppe eller organisasjon (ibid). Case-området i dette prosjektet vil derfor være organisasjonen Rosenborg ballklubb og deres samhandling med lokale aktører.

3.1.1 Valg av metode

Valget av metode for et forskningsprosjekt er avhengig av problemstillingen som forskningsprosjektet ønsker å gi svar på (Clifford, French & Valentine 2010). Retningslinjene for forskningsdesignet er å bestemme seg for hvordan data skal samles inn, noe som innebærer at forsker må ta stilling til hvilke metoder som er relevant å ta i bruk. Valget står i hovedsak mellom kvalitativ eller kvantitativ tilnærming. Begge metoder har sine styrker og svakheter og gir ulike utgangspunkt for empiriske data. Kvalitative metoder søker å gå i dybden og vektlegger betydning, mens kvantitative metoder er opptatt av å søke etter utbredelse og antall. (Thagaard 2003). I denne oppgaven er jeg opptatt av å se på hvordan mennesker opplever utviklingen av en bestemt organisasjon. I denne sammenheng har valget mitt falt på en kvalitativ fremgangsmåte. Gjennom kvalitativ metode ønsker jeg å gå i dybden i datainnsamlingen og en åpning for å komme nærmere innpå informantene. Dette vil gi meg bedre innsikt i preferanser, ideer og følelser hos informantene i større grad, sammenlignet med hva en kvantitativ tilnærming ville ha gjort. Kort sagt legger kvantitative metoder vekt på utbredelse og antall, mens kvalitative metoder søker å gå i dybden og vektlegger betydning. Begrepet kvalitativ metode innebærer å fremheve prosesser og mening, som ikke kan måles i kvantitet eller frekvenser (ibid).

Siden jeg ønsker å se på hvordan internasjonaliseringa av Rosenborg Ballklubb påvirket klubbens lokale kontekst og hvordan lokale og regionale aktører påvirker utviklingen av klubben, synes jeg det er mest hensiktsmessig å ta i bruk kvalitativ metode. I første omgang skal jeg snakke med informanter som jobber i RBK og som har god innsikt i klubben. Samtidig skal jeg snakke med personer som jobber i kommune og fylkeskommune som kan gå i dybden på hvordan lokale og regionale aktører jobber opp i mot RBK. Siden kvalitative metoder går mer i dybden, åpner dette

for en nærere relasjon til informantene. Dette vil også gi mulighet for informantene til å gi utfyllende svar og vurderinger på mine spørsmål i forhold til min problemstilling.

Samtidig er det ikke slik at kvantitative og kvalitative metoder må ansees som motsetninger. Disse metodene kan være komplementære i en forskningsoppgave, en såkalt triangulering (Clifford, French & Valentine 2010). I tillegg skal denne oppgaven også se nærmere på utstrekningen av RBK supportere over hele landet. I denne anledning tar jeg i bruk en kvantitativ tilnærming som vektlegger utbredelse og antall.

3.1.3 Geografiske Informasjonssystemer

Geografiske informasjonssystemer er designet for å håndtere romlige data og attributtdata. Romlige data beskriver posisjon og geometri til objektene og attributtdata beskriver hva objektene er. I tillegg kan dataene inneholde topologi som forklarer hva objektet er omringet av, og forbindelsen mellom objektene. Med andre ord geografiske informasjonssystem er et verktøy for innsamling, oppbevaring, analyse og presentasjon av data i det romlige planet (Ginderund 2008). I forbindelse med mitt forskningsprosjekt ønsket jeg representere den nasjonale utstrekningen av Rosenborgsupportere gjennom bruk av geografiske informasjonssystemer. Dataene er hentet fra billettansvarlig i RBK og sesongkortene er kategorisert i postnummer.

3.2 Intervju

Som en del av planen for undersøkelsen må forskeren ta stilling til hvordan dataen skal samles inn. I kvalitative studier hvor forskeren er ute i felt, benyttes observasjon og/eller intervju. I mitt forskningsprosjekt har jeg valgt å benytte intervju som metode. Intervjuundersøkelser er en metode som egner seg til å få informasjon om hvordan informanten opplever og forstår seg selv og sine omgivelser. Metoden gir også et godt grunnlag for innsikt i informantenes erfaringer, tanker og følelser (Thagaard 2003). Forskeren ses som en nøytral formidler av informantenes erfaringer. Utfordringen i en intervjusituasjon er om hvordan forskeren klarer å skape en atmosfære og som innbyr til fortrolighet. Relasjonen mellom forsker og informanten blir preget av at forskeren styrer intervjusamtalen for å få den informasjonen som er relevant til forskningsprosjektet. Samtidig er også forskeren avhengig av at informanten er villig til å gi ut og være åpen om sine synspunkter og erfaringer. Informanten har derfor kontroll over hva han eller hun ønsker å fortelle forskeren (ibid). Når det gjelder åpenhet og fortrolighet i en intervjusituasjon er relasjonen preget av asymmetri. Det

er i hovedsak informanten som styrer i hvilken grad han eller hun viser åpenhet til forskningstemaet og forskeren som mottar informasjon (ibid).

I følge Thagaard (2003) er det ulike perspektiver på hva intervjudata egentlig sier noe om. Først representerer intervjudata et positivistisk ståsted, som vektlegger hva informanten har opplevd utenfor intervjusituasjonen. Forskeren ansees som en nøytral formidler av informasjonen fra informanten. På den andre siden representerer et konstruktivistisk ståsted. Konstruktivistisk ståsted representerer erfaringer i den <<ytre>> verden ikke kan formidles i intervjusituasjonen. Denne argumentasjonen baserer seg på at dataene er kontekstbundne, i den forstand at de blir utformet i forhold til den relasjonen som utvikles mellom informant og forsker.

I følge Thagaard (2003) finnes tre måter å gjennomføre et intervju på. Den første måten er strukturerte intervju der forskeren følger en bestemt intervjuguide og rekkefølgen på spørsmålene er bestemt og utformet på forhånd. Det kvalitative aspektet med denne framgangsmåten er at informanten står fritt til å utforme svarene sine. Gjennom svarene kan informanten presentere de kriterier for hvordan vedkommende forstår sin egen situasjon. Fordelen med en strukturerte intervjuer er at svarene er sammenlignbare og kan benyttes når sammenligninger mellom informanter er viktig for svar på forskningsprosjekter.

På den andre siden kan intervjuet preges av lite struktur, også kjent som ustrukturert intervju, der det gis mulighet til å tilpasse spørsmålene til de temaene informanten bringer opp. Det kan sees på som en dialog eller samtale mellom forsker og informant. Hovedtemaene er fastlagt på forhånd og gir intervjuet et godt utgangspunkt til en åpen og bred samtale der det blir lettere for forskeren å lede samtalen i den retningen som mest aktuelt for problemstillingen (Clifford, French & Valentine 2010). I følge Thagaard (2003), er fordelen med ustrukturert intervjuguide at forskeren kan følge opp informantenes fortelling og igjen utdype temaer som informanten kommer innpå underveis i intervjuet, men som forsker ikke hadde tenkt på i forkant.

Den tredje framgangsmåten, og som er den mest brukte i kvalitative intervjuer, kjennetegnes som delvis strukturert intervju. Her er temaene som forskeren skal spørre om, fastlagt på forhånd, men rekkefølgen på spørsmålene bestemmes underveis. Forskeren kan følge informantenes fortelling, samtidig som sørge for å få den informasjonen om de temaene som er fastlagt som utgangspunkt. Det er også viktig at intervjueren er fleksibel til å knytte spørsmålene i forhold til informantenes

forutsetninger. Intervjueren må være åpen for at informanten kan ta opp temaer som intervjueren ikke hadde tenkt på i forkant (ibid). I mitt eget forskningsprosjekt, benyttet jeg meg av denne metoden der jeg hadde mer en samtale med informanten. Samtidig hadde jeg utarbeidet en intervjuguide på forhånd av hvert intervju. Det fungerte slik at jeg hadde en oversikt over temaer var aktuelle for intervjuet og jeg hadde underpunkter for hvert tema. Rekkefølgen på temaene ble fulgt underveis, men underpunktene ble bestemt underveis. Jeg ønsket en åpen og bred samtale med informanten fordi jeg min intensjon var å gå dypt innpå de temaer som var aktuell for min problemstilling. Jeg opplevde selv underveis i intervjusituasjonen at informanten kom innpå tema som var absolutt aktuelle for mitt forskningsprosjekt uten at jeg hadde tenkt på forhånd. Samtidig opplevde jeg underveis i intervjuet at samtalen kunne spore av til temaer som ikke lengre var aktuelle for min problemstilling. Likevel er det viktig at man som intervjuer er forberedt på forhånd at samtalen kan spores av og er påpasselig å føre samtalen inn på rett spor igjen.

3.2.1 Valg av informanter

Kvalitative studier er basert på å velge ut informanter som har de egenskapene eller kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til problemstillingen. Med andre ord, utvalget av informanter er gjort med hensikt på grunnlag av deres erfaringer og kvalifikasjoner som kan gi svar på problemstillingen i forhold til forskningsprosjektet (Thagaard 2003).



Figur 3.1: Aktører i samspill med RBK

Jeg endte opp med et antall på 6 informanter, og en oversikt over disse er å finne i vedlegg 1. For mitt vedkommende var det viktig å finne et bredt spekter av informanter, slik at dataene ikke skulle være for ensidig. Jeg ønsket at min problemstilling skulle belyses ut i fra flere aktører, slik at datainnsamlingen skulle representere ulike synspunkt relatert til mine problemstillinger. Alle informantene hadde god innsikt i hvordan Rosenborg ballklub hadde betydning for lokal og regional forankring. Innspill og vurderinger fra alle informantene var derfor viktig i et slikt studie som dette. I og med at kvalitative studier ofte omhandler personlige og nærgående temaer, kan det være vanskelig å finne de rette informantene som er villige til å utgi informasjon. Derfor er det viktig at forskeren benytter seg av en seleksjonsmåte som sikrer et utvalg av personer som er villige til å være med i en slik undersøkelse. Denne framgangsmåten betegnes som *tilgjengelighetsutvalg*. Utvalget er strategisk og betyr at informantene representerer kvalifikasjoner og egenskaper som er relevante for problemstillingen, og framgangsmåten for å velge ut informanter er basert på den tilgjengelighet de har for forskeren (ibid). I denne sammenhengen ønsket jeg å skaffe informanter som hadde lang fartstid i RBK, slik at jeg kunne få informasjon om hvordan klubben operer med lokale og regionale aktører. I tillegg ønsket jeg å komme i kontakt med aktører som samarbeider med RBK som for eksempel lokale mediekanaler, supportergrupperinger, kommune og fylkeskommune.

En annen metode for utvelgelse av informanter er den såkalte snøballmetoden. Denne metoden foregår slik at først kontakter et lite utvalg av personer som har de egenskapene eller kvalifikasjoner som vi ønsker skal være med i utvalget. Deretter kan disse personene veilede forskeren til andre personer som har de kvalifikasjonene som man leter etter. Ulempen med denne metoden er at utvalget av informantene kan bestå av personer innenfor samme nettverk. For å forhindre dette kan vi kontakte personen tilknyttet til ulike nettverk, og så be hver av disse om forslag til informanter. Metaforen med en snøball vil være at i begynnelsen vil utvalget være liten, men etter hvert vil utvalget utvides, akkurat som en snøball som vokser etter hvert som den ruller (ibid). I starten av forskningsprosessen da jeg intervjuet den sportslige ledelsen RBK og sportsredaksjonen i Adresseavisen, ble denne metoden tatt i bruk. Jeg fikk en del tilgang på data fra medieavdeling i RBK og redaksjonen i Adresseavisen som var nyttig informasjon med tanke på min problemstilling. Selv om jeg ikke ble introdusert til aktuelle personer, fikk jeg tilgang på informasjon som ikke var planlagt jeg skulle få på forhånd av intervjuet. Man kan på bakgrunn av dette si at snøballeffekten også ble tatt i bruk som metode i løpet av forskningsprosjektet. I følge Thagaard (2003) må størrelsen på utvalget vurderes i forhold til et metningspunkt. Når studier av flere enheter ikke gir

svar på de fenomenene som studeres, kan utvalget anslåes som tilstrekkelig stort. En av retningslinjene for kvalitative utvalg er at antall informanter ikke bør være større enn at det er mulig å gjennomføre dypgående analyser. Jeg mener også selv at jeg i utgangspunktet hadde et godt utvalg med informanter med de kvalifikasjonene som er relevante i forhold til min problemstilling. Man må også ta i betraktning å vurdere hva som er passende antall informanter, tenke på hva man har av tid og ressurser til rådighet.

Ut i fra mine vurderinger, er de informantene jeg har brukt, representativt for å skape et nyansert og tilstrekkelig bilde for hvordan internasjonaliseringa av Rosenborg Ballklub påvirker lokale og regionale aktører og hvilken grad påvirker lokale aktører utviklingen av organisasjonen Rosenborg Ballklub. Jeg har tatt i bruk informanter innenfor ulike typer nettverk. Jeg kunne ha tatt kontakt med andre personer innenfor sportslig avdeling eller administrasjon i RBK, men jeg mener selv å snakke med sportslig leder vil gi meg nok svar på min problemstilling. Sportslig leder i RBK har tross alt lang fartstid i klubben, både som spiller og gjennom andre verv forøvrig. I tillegg har fylkes og kommunaldirektører god innsikt i hvordan lokalt og regionalt samspill med RBK fungerer i praksis. Ut i fra mitt ståsted er disse personene kvalifiserte til å komme med vurderinger og betraktninger i forhold til sted og stedsidentitet.

3.2.3 Hvordan komme i kontakt med informanter?

Når man er i planleggingsfasen i å avtale intervju, er det i følge Longhurst (2008) mest vanlig å sende ut en formell forespørsel til de aktuelle intervjuobjektene. Innholdet i en slik forespørsel skal inneholde bakgrunnsinformasjon om forskeren, tema til forskningsoppgaven og hvorfor akkurat han eller hun er aktuelle som informanter til oppgaven. Jeg startet å kontakte mine informanter ved å sende ut en formell forespørsel via e-post til de jeg ønsket å snakke med. Alle e-postadressene, bortsett fra én, tilgjengelige på nett- hjemmesidene til RBK, Adressa, Trondheim kommune og Sør-Trøndelag fylkeskommune. Jeg fikk svar på samtlige henvendelser og fikk avtalt møtetidspunkt. Når det gjelder å komme i kontakt med supporterklubben Kjernen, sendte jeg først ut en generell forespørsel om intervju til en felles adresse supporterklubben har. Etter å ha ventet noen dager, uten svar, bestemte jeg meg for å ringe talsmannen i kjernen og fikk avtalt et intervju deretter. I e-postene presenterte jeg meg selv som masterstudent og forklarte at mitt fokusområde var å se på RBK som lokal og regional aktør og ønsket derfor informanter med innsikt i dette tema. Jeg startet denne prosessen tidlig i januar 2013, og siden jeg skulle flytte til Oslo i midten av februar samme år, var det viktig for meg å klargjøre intervjuene før flyttedato. Derfor var det viktig at man er ute i

god tid med å avtale intervjuer, fordi jeg antok at intervjuobjektene for meg var personer med stramme timeplaner. Jeg understreket også i henvendelsen at intervjuet kom til å ta maks førtifem minutter. Dette gjorde jeg fordi informanten skulle ha et tidsperspektiv å forholde seg til.

Årsaken til at jeg valgte å sende ut e-post i startfasen var at jeg ønsket å gi informantene tid til å vurdere om de hadde tid og om de ønsket å stille til intervju. Å sende e-post til respondentene er kanskje en mer forsiktig måte å komme i kontakt med de aktuelle informantene på. Hvis jeg skulle ha ringt direkte til samtlige informanter ville de nok ha følt et større press til å svare der og da, og derfor har jeg kanskje risikert å få avslag på forespørselen, eventuelt henvist til å sende en E-post. Å sende e-post er også mer effektiv med tanke på arbeidsmengde. Siden mine forespørsler via e-post var nesten identiske til alle informanter, tok det meg kort tid til å sende en forespørselen til samtlige informanter.. Det eneste unntaket var å kontakte supporterklubben. Først sendte jeg ut en formell henvendelse via e-post.

3.3 Gjennomføring av intervju

Alle mine intervjuer ble gjennomført i tidsrommet fra januar til februar 2013. 5 av 6 intervjuer hadde en varighet på omtrent førtifem minutter, mens ett intervju varte i omtrent én time. Kun ett av intervjuene ble holdt på et nøytralt sted, nemlig på Kafe Egon avdeling Prinsen i Trondheim. Dette intervjuet av sammen med nestlederen i Kjernen. Vedkommende var ikke bosatt i Trondheim og men jeg var heldig få å møte ham siden han var i Trondheim i på besøk. I følge Longhurst (2010), er det mest hensiktsmessig å avtale intervju på et relativt nøytralt sted. Samtidig er det ikke bestandig anledning til å finne den perfekte stedet for å holde et intervju. Som forsker må man ta i betraktning at når man skal avholde et semi-strukturert intervju, at informanten føler seg mest mulig komfortabel med omgivelsene i en intervjusituasjon. I følge Valentine (2005), skal også intervjueren, for sin egen sikkerhet, føle seg komfortabel med hvem og hvor man avholder intervjuet. Jeg følte meg veldig komfortabel i samtlige intervjuer og jeg viste også på forhånd hvem disse informantene var. Flere av informantene er personer som er godt kjent i mediebildet.

Siden jeg selv er fra Trondheim og samtlige informanter er Trøndere, fant jeg det veldig enkelt å komme på bølgelengde med informantene. Jeg vil gjerne trekke ut intervjuet med sportslig leder i RBK, Erik Hoftun, som illustrer hvordan informant og intervjuer var på bølgelengde. Jeg må innrømme at i forkant av intervjuet var jeg litt spent hvordan intervjuet skulle gå. Siden jeg er født og oppvokst i Trondheim, har jeg opplevd RBK på nært hold gjennom hele min oppvekst. Erik Hoftun var kanskje et av de største fotballprofilene i løpet av min oppvekst. Samtidig hadde jeg den

innstillingen før intervjuet at jeg måtte være avslappet og rolig slik at intervjuet skulle best mulig form. Intervjuet var en veldig positiv opplevelse der informanten delte sine følelser og synspunkt til relatert til min forskningsoppgave. Jeg vil også presisere at resten av informantene var lett å komme i god kontakt med og var også åpen for sine vurderinger og synspunkt relatert til problemstillingen. Valentine (2005) hevder at det å intervju folk på deres egne hjemmebane, kan føre til en mer avslappet intervjusituasjon. Det kan også gi mulighet for forskeren å lære mer om den personen som intervjues når man ser dem i deres egne omgivelser. Det var informantenes eget forslag å holde intervjuet på sin egen arbeidsplass. Jeg hadde ingen innsigelser mot å avholde intervjuet på deres egen arbeidsplass. Min intensjon var å at alle informantene skulle føle seg komfortable og trygge i de omgivelsene intervjuet ble holdt.

3.3.1 Bruk av Intervjuguide

Intervjuguiden fastsetter rekkefølgen av temaene som intervjueren søker informasjon om (Thagaard 2003). Mitt forskningsprosjekt omhandler samspeillet mellom Rosenborg Ballklub og lokale og regionale aktører, var det naturlig å stille spørsmål vedrørende min problemstilling. Thagaard (2003) hevder at starten på et intervju kan være spørsmål vedrørende informantens bakgrunn eller yrkeserfaring. Denne type spørsmål bidrar til at en rolig start på intervjuet og kan hjelpe de informanter som føler seg usikre på hva det innebærer å bli intervjuet. For mitt vedkommende introduserte jeg mitt forskningsprosjekt til samtlige informanter og ga dem kort forklaring på hvorfor de var aktuelle som informanter til prosjektet. Selv mener jeg dette var en god måte å starte et intervju på der jeg først introduserte mitt prosjekt slik at intervjuet fikk et godt startpunkt. Bortsett fra de generelle spørsmålene var de spesifiserte spørsmålene tilpasser hver enkelt informant, avhengig av hvilken stilling eller bakgrunn han eller hun hadde. De generelle spørsmålene var utformet slik at jeg fikk et inntrykk av hva RBK betydde lokalt og regionalt, samt deres formening om hvordan internasjonalisering påvirker en fotballklubb. De mer spesifikke spørsmålene var rettet mot informantens vurderinger over hvordan RBK som klubb bidrar til verdiskapning på et lokalt og regionalt nivå.

I følge Valentine (2005) er det ingen bestemt måte å gjennomføre intervjuer på. Hvert enkelt intervju lever sitt eget liv og derfor oppleves med forskjellig inntrykk. Et intervju er kan ansees som en sosial sammenkomst mellom to eller flere individer. Svarene fra respondenten vil være avhengig av relasjonen mellom intervjuer og respondent og hva de tenker og føler om hverandre. Nøkkelen til en vellykket intervju er at man som forsker er godt forberedt til intervjuet. Det er viktig at man

utarbeider en disposisjon til de temaer forskeren ønsker å berøre før selveste intervjuet. Om man har erfaring med å intervju mennesker kan en framgangsmåte være å ha kun en kort liste over de aktuelle temaene og deretter føre samtalen etter den planlagte disposisjonen. Hvis man derimot har lite erfaring og er redd for at man skal gå tom for spørsmål underveis, kan det være lurt å ha noen hovedspørsmål som man kan eventuelt koble til flere underspørsmål til intervjuguiden. Siden jeg selv er en uerfaren forsker var det mest hensiktsmessig for min egen del å ha en intervjuguide som hadde klare spørsmål og temaer som jeg skulle forholde meg til. Samtidig opplevde jeg at det var viktig å ikke følge intervjuguiden slavisk, men at jeg lot informanten snakke fritt. Hvis jeg opplevde at intervjuet var i ferd med å spore av, forsøkte jeg forsiktig å vinkle intervjuet tilbake på rett spor. I tillegg opplyste jeg informanten hver gang vi skulle bytte tema, slik at informanten skulle oppleve at intervjuet hadde naturlige overganger. Jeg mener selv at jeg fikk dekt de temaene som var listet opp på forhånd.

3.3.2 Bruk av båndopptaker

Det er mange fordeler ved bruken av båndopptaker, enn det man har når man kun tar notater. Båndopptaker gir blant annet mulighet for forskeren å konsentrere seg om selveste intervjuet, slik at man unngår å føle seg stresset å skrive ned informantens egne ord på papir. Ved å ta opp intervjuet på bånd gjør det også lettere for informanten å ha en god dialog med forskeren. Man unngår at respondenten blir stoppet opp i sin forklaring slik at forsker henger med i intervjuet. Å bruke båndopptaker gir også et mer nøyaktig og detaljert innblikk i samtalen, spesielt med tanke på sitater (Valentine 2003). Bruk av båndopptak gjør det også enklere for forskeren å plukke opp nyanser som ikke ble registrert i selve intervjuet. Ulempen med båndopptaker er at det gir intervjuet et formelt preg og informanten kan oppleve det som en hindring i løpet av intervjuet. Siden jeg brukte min mobiltelefon som båndopptaker, er det viktig før selveste intervjuet at telefonen har tilstrekkelig med batteritid og lagringsplass. Dette var jeg oppmerksom på dette før intervjuet og min telefon var fulladet og klar til bruk. Det er også viktig å ta en sikkerhetskopi av det som ligger lagret på telefonen. Selv, sikkerhetskopierte jeg lydopptakene via iTunes, slik at jeg fikk informasjonen lagret på telefonen og datamaskinen. Informantene godtok bruk av lydopptaker og jeg brukte denne metoden på samtlige av mine informanter.

3.4 Bruk av sekundærkilder

Sekundærdata er den informasjonen som allerede har blitt samlet inn av noen andre, og som blir dermed tilgjengelig for forskeren å bruke. Primærdata som motstykke er den informasjonen man samler inn selv. Sekundærdata er derfor ofte tilgjengelige data som for eksempel offentlige dokumenter av statistiske data, avisartikler, kartdata eller lignende (Clarke 2005).

Med tanke på denne oppgaven har jeg brukt sekundærdata hovedsakelig i form av avis- og nettartikler som legger vekt på fakta og historie av RBK sammen med hvordan supportere og ledere har opplevd den sportslige utviklingen til klubben. Det var nødvendig å bruke disse sekundærkildene i analysedelen der det brukes til å redegjøre for fotballfilosofien til RBK og et historisk tilbakeblikk på klubben fra å være en bydelsklubb til å bli en tippeligaklubb med målsetning å konkurrere i europacup. Disse sekundærkildene har gitt med et perspektiv på hva denne oppgaven kunne legge vekt på og samtidig et utgangspunkt for hvilke temaer som var naturlig å ta opp med informantene. Fordelen med slike sekundærdata er at de er lett tilgjengelige og at de er som regel oppdaterte. Samtidig må man være varsom til hvem som har produsert den informasjonen som er tilgjengelig. I oppgavens tilfelle har jeg brukt kilder fra hjemmesiden til RBK og artikler fra Adresseavisen, som er den mest kjente lokale avisen og i Trondheim og samarbeidspartner til RBK.

3.5 Posisjonering

Din egen evne til å forstå gitte situasjoner i forskningsarbeidet er også avhengig av dine egne personlige karakteristikk. Her er det relevant å forstå sin rolle som en “insider” eller “outsider”. Å være en insider innebærer at forskeren har noe av de samme egenskapene som informanten har, eksempelvis språk, mens outsider blir det motsatte tilfellet (Dowling 2000). I følge Dowling (2000) er det klare fordeler ved å være insider. Mennesker kan snakke til deg mer åpent og fritt, og det er mer tilsynelatende at man forstår hva informantene sier siden man kanskje deler de samme synspunktene. På den andre siden er en av ulempene ved å være outsider at siden man ikke deler de samme synspunktene av omverdenen som informantene, så kan dine interpretasjoner som forsker bli ansett som mindre pålitelig. Samtidig kan en outsider medbringe visse fordeler i et forskningsprosjekt. Det kan være slik at som følge at man er outsider kan informantene legge mer vekt på sine synspunkter eller følelser for å nå fram til omverdenen (ibid)

Med tanke på min egen posisjon i dette prosjektet anser jeg meg selv som en insider blant de informantene jeg intervjuet. Dette skyldes blant annet fordi vi interesserte oss i RBK og vi hadde opprinnelse fra Trøndelag. Siden flere av informantene var kjente personligheter og hadde profilerte stillinger, var jeg personlig spent på hvordan maktbalansen som student og profilerte stillinger ville påvirke intervjusituasjonen. Dowling (2000) refererer til såkalte asymmetriske forhold det som innebærer at informanten har en mektigere posisjon sammenlignet med forskeren. For eksempel når jeg intervjuet sportsdirektøren i RBK var litt nervøs fordi vedkommende er profilert i fotballmiljøet i Trøndelag og Norge. Jeg var også nervøs fordi vedkommende har vært en av de personlighetene jeg så mest opp til under oppveksten, og nå skulle jeg sitte på hans kontor og lede et intervju med ham. Dette var noe spesielt siden jeg RBK-supporter selv og har fulgt klubben siden ung alder. Selv om jeg var nervøs i starten, opplevde jeg at jeg ble gradvis med varm i trøya underveis i intervjuet. Jeg opplevde sportsdirektøren som åpen, folkelig og med et godt humør. Begge oss var genuint interessert i fotball og hadde noe av samme bakgrunn med tanke på stedsopprinnelse. Dette førte til at intervjusituasjonen ble behagelig og jeg opplevde at begge hadde en god tone. For øvrig opplevde jeg klubben som åpen og folkelig som helet. Personalet som gikk gangene var høflig og hilste.

3.6 Analyse

Yin (2009) poengterer at analysen er en lite utviklet fase og den vanskeligste i en forskningsprosess. Det finnes få oppskrifter og guider for å utrette en tolkningen av empirien. Derfor avhenger dette mye av forskerens egen stil og tenkning. Koding eller kategorisering av et intervju er de vanligste formene for dataanalyse (Kvale & Brinkmann 2009).

Etter at alle intervjuene var gjennomført og transkribert, startet jeg med arbeidet med å systematisere og kategorisere empirien. Først gikk jeg gjennom alle intervjuene og skrev tanker og tolkning i marginen. Videre laget jeg en datamatrix der jeg listet de temaene som var aktuelle for min problemstilling som variabler. Når dette var gjort kategoriserte jeg med farge de utsagnene som var relatert til hvert enkelt tema. Med utgangspunkt i funnene om for eksempel identitet, var det å sette disse utsagnene i en kontekst, og dermed gjøre de meningsfulle. Ved å sette kategorisere variablene med bestemte farger var dette nyttig for å få en bedre oversikt av datamaterialet som jeg samlet inn, for å sammenligne de ulike svarene med hverandre. Dette bidro til å gi en bedre forståelse og oversikt over informantenes vurderinger ved samspillet med RBK og regionale aktører. Jeg har også gått gjennom de transkriberte intervjuene, for å se likheter og ulikheter på

informantenes vurderinger som jeg også kan bruke i analysen. Når dette grovarbeidet var gjort, begynte jeg å danne et bilde over hvilke funn som ble gjentatt av respondentene og som var interessante i lys av teorien. Sammen med hjelp av veileder har vi forsøkt å drøfte likheter og ulikheter mellom respondentenes svar opp mot teori.

Informantenes måte å uttrykke seg på, og hans eller hennes beskrivelser av situasjoner i livet sitt, er preget av den forståelsen vedkommende har av sine erfaringer. Beskrivelsene av erfaringene settes i en sammenheng som dermed oppleves meningsfylt for informanten. Forskerens forståelse av dette blir dermed preget av ens faglige bakgrunn. Forskeren vil dermed ofte ha et annet perspektiv enn informanten på det som uttrykkes i eksempelvis en intervjusituasjon (Thagaard 2003). Spørsmålet er hvordan relasjonen til informantene endrer seg når forskeren avslutter arbeidet i felten og starter på analyse og tolkning av den teksten feltarbeidet har gitt. Dette innebærer at informanten ikke lenger har direkte kontroll over egen medvirkning i forhold til det vedkommende hadde i intervjusituasjonen. Det samtykket informanten har gitt er med tanke på å delta i prosjektet, men omfatter ikke forskerens tolkninger. Det er ikke mulig for forskeren ved prosjektstart å gjøre rede for fremtidige tolkninger han eller hun utarbeider underveis i prosjektet. Derfor kan forskerens tolkninger og analyser oppleves som problematisk for informanten (ibid)

3.7 Validitet og reliabilitet

Innenfor samfunnsvitenskapen diskuteres troverdigheten, styrken og overførbarheten av kunnskap som regel i sammenheng med begrepene validitet og reliabilitet (Kvale & Brinkmann 2009). Disse tre begrepene tar utgangspunkt i undersøkelsens totale gyldighet som innebærer undersøkelsens totale gyldighet. Gyldigheten settes i sammenheng med til hvor gode de konklusjonene vi kommer frem til er. I følge Jacobsen (2005) må kvalitative metoder underkastes en kritisk drøfting når det skal vurderes om konklusjonene er til å stole på. I denne oppgaven vil de også vær nødvendig at empirien og dokumentstudier danner datagrunnlaget. Det er dette som stiller krav til oppgavens validitet og reliabilitet.

3.7.1 Validitet

I følge Kvale & Brinkmann (2009) er validitet definert som en uttalelses sannhet, riktighet og styrke. I samfunnsvitenskapen dreier validitet seg om i hvilken grad en metode er egnet til å undersøke det den skal undersøke. Fokuset i en kvalitativ tilnærming bør være om beskrivelsen og forståelsen av et fenomen er riktig i forhold til virkeligheten som studeres. På grunn av dette er det

bør det vektlegges nærmere om begrepene er riktig. Med tanke på oppgavens problemstilling er det vanskelig å studere fenomener på en objektiv riktig måte. I følge positivistiske tilnærminger begrenses den vitenskapelige validitet seg til målinger: ”måler du det du tror du måler?” Enkelte vil antakelig hevde at den kvalitative forskningen er ugyldig dersom det som studeres ikke kan resulteres i tall (Kvale & Brinkmann 2009). Ut i fra denne forklaringen har mange forskere tatt innover seg at det er nesten umulig å beskrive samfunnsvitenskapelig fenomener med kun én virkelig beskrivelse. På bakgrunn av dette er det relevant for denne oppgaven å innføre *intervjusubjektivitet* som er et mål i samfunnsvitenskapelig kvalitativ metode (Kvale & Brinkmann; Jacobsen 2005). Dette innebærer at det nærmeste vi kan komme sannheten er at flere personer som er enige om at én beskrivelse er den mest riktige. Med andre ord, jo flere som er enig, desto større sannsynlighet er det for at den er riktig. Siden jeg har jobbet individuelt med denne oppgaven anser jeg det kan være en svakhet i tolkninger av datainnsamlingen. Det kunne ha vært en fordel om å være to personer til å analysere funnene i denne avhandlingen. Samtidig har jeg også diskutert med mine medstudenter i samme fagretning og veileder som har bidratt til nyanser i tolkninger av innsamlet datamateriale. I tillegg har jeg også vært klar over å ikke miste tilliten til mine egne tolkninger, det kan lett skje ved for sterkt fokus på intervjusubjektivitet.

Validitet i samfunnsvitenskapen dreier seg om hvorvidt en metode er egnet til å undersøke det den skal undersøke. Kvale og Brinkmann (2009) skriver at for å styrke validiteten, må forskeren gå kritisk gjennom analyseprosessen og den skal gjennomsyre hele forskningsprosessen. Videre snakker de om validering i syv faser. Med tanke på forskningens gyldighet vil det være naturlig med en gjennomgang av disse syv stadiene. Tematisering er det første punktet. En undersøkelses gyldighet avhenger av solide studiens teoretiske forutantakelser er, og hvor logisk utledningen fra teori til forskningsspørsmål er. Det andre stadiet er planlegging. Dette innebærer at gyldigheten av kunnskapen som produseres avhenger av undersøkelsesoppleggets kvalitet og metodene som benyttes for studiens emne og formål. Ut i fra et etisk perspektiv bær et gyldig forskningsdesign produsere kunnskap som er fordelaktig for mennesket og minimaliserer skadelige konsekvenser. Når det gjelder intervjuet har validitet her å gjøre med intervjupersonens troverdighet og intervjuingens kvalitet å gjøre. Intervjuet bør omfatte en grundig utspørring om meningen med det som blir sagt, og en kontinuerlig kontroll av den informasjonen som utgis. De semistrukturerte intervjuene gir oppgaven høy validitet gjennom at intervjuobjektene fortolkninger av fenomenet som er i fokus. Når det gjelder transkriberingen vil valg av språklig stil ha betydning for om transkripsjonen utgjør en gyldig overføring fra muntlig til skriftlig form. Analysering har å gjøre

med hvorvidt spørsmålene som stilles til intervjueteksten er gyldige, og hvorvidt fortolkningene er logiske. Videre er kommer vi til punktet validering. Validering i denne fasen innebærer en reflektert vurdering av hvilke valideringsformer som er relevante for en bestemt studie, gjennomføringen av de konkrete valideringsprosedyrene, og avgjørelsen av hva som er et egnet forum for en dialog om resultatenes gyldighet. Rapportering involverer spørsmålet rundt om en rapport gir en valid beskrivelse av hovedfunnene i en studie, samt leserens rolle som validitetsbedømmer av resultatene.

Et annet moment man må ta i betraktning når det gjelder begrepet validitet er kommunikativ validitet. Dette innebærer å overprøve kunnskapskrav i en dialog. Det betyr at hva som er en valid observasjon er avhengig av respondentens argumenter i samtalen. For å drøfte dette videre er det hensiktsmessig å diskutere kommunikasjonens *hvordan, hvorfor og hvem* (Kvale & Brinkmann). Førstnevnte kan relateres til argumentene som oppstår i intervjusituasjonen mellom forsker og respondent. Makten skal ligge i argumentene. Det skal heller ikke være noen form for sosial maktutøvelse mellom forsker og respondent. For min egen rolle som forsker, hadde jeg bestandig i bakhodet å skape etter beste evne en intervjusituasjon som skal virke mindre skremmende for den enkelte. Dette anså jeg ikke som et potensielt problem med de respondentene som var godt vant til å håndtere media. Jeg var derimot mer bevist på dette med de andre øvrige respondentene. Som forsker er jeg klar over at jeg kan oppfattes å være i en kontrollsituasjon som kan virke truende. Min strategi var derfor å skape en god sosial tone med respondentene i deres naturlige miljø, som er arbeidsplassen. *Kommunikasjonens hvorfor* innebærer formålet for å etablere en diskurs for sann kunnskap (ibid). Dette innebærer at den ideelle diskurs har som mål å komme frem til universelt gyldig sannhet som ideal. En strategi for å oppnå dette er å gå over til *kommunikasjonens hvem*. Kvale og Brinkmann (2009) hevder i dette tilfellet at kommunikativ validitet trekker inn forskjellige deltakere i et valideringsfelleskap. Med tanke på respondentene blir de relevante samarbeidspartnere om hvorvidt forskeren har tolket riktig den innhentende informasjonen. I dette tilfellet har jeg som forsker kontaktet enkelte av respondentene for å oppklare enkelte forhold. Samtidig er det viktig å påpeke at jeg har vurdert kritisk troverdigheten til respondentene, og brukt sunn fornuft i tolkningen av empirien. I tillegg har andre utenfor forskningsprosjektet kunnet være med på å validere det man har kommet fram til. Et relevant valideringsfelleskap kan være forskere som temaet som denne oppgaven omfatter og de teoriene som brukes (ibid). Min egen oppfatning er at de diskusjonene med veileder og andre fagpersoner og medstudenter innenfor dette tema, har bidratt til flere nyanser rundt tolkningen i analysen.

Jacobsen (2005) påpeker et annet aspekt som er viktig for validiteten i en forskningsoppgave. Dette innebærer antall respondenter. Når intervjuobjektene er hentet fra sportsavdelingen hos RBK, direktører for kultur og næring i kommune og fylkeskommune, kan det antas at validiteten øker. Dette kan begrunnes med jeg får mulighet til å tolke mennesker innenfor hvert sitt fagfelt, slik at deres opplevelser, innsikt og forståelse av fenomenet blir tatt med i analysen. Det er også veldig relevant med korrekt gjengivelse av sitater og utsagn settes inn i kontekst, slik at man unngår feiltolkninger eller misforståelser. Transkribering av intervjuene er også foretatt for å kvalitetssikre arbeidet.

3.7.2 Relabilitet

Relabiliteten i følge Postholm (2005) refereres til resultatenes pålitelighet. Kriteriet til relabilitet er vanligvis at resultatene kan reproduseres og gjentas i en forskningsprosess med samme fremgangsmåte. Dette vil si hvis jeg hadde intervjuet andre respondenter med tanke på supporterkultur, hadde jeg kommet fram de samme resultatene. Dette kriteriet er derimot ikke i samsvar med logikken i kvalitativ forskning. I kvalitativ forskning utvikler man nye forståelser mellom deler og enhet, og forståelse av respondentens livsverden som igjen er avhengig av forskerens persepsjon. I tillegg er det også umulig å gjengi et intervju på samme måten, fordi respondenten vil aldri klare å repetere det som ble sagt samt den økte innsikten respondenten fikk under samme intervjuet (Postholm 2005). For å øke troverdigheten, blir det derfor viktig å redegjøre for de ulike fasene i forskningsprosessen. Dette innebærer metoder, utvelgelseskriterier og avgrensinger som ligger til grunn for oppgavens datagrunnlag.

Med tanke på intervjuene blir det vanskelig å vurdere relabiliteten, men jeg mener selv at klare metodiske valg kan styrke troverdigheten og hensyn til visse forhåndsregler under og etter intervjuet. Dette kommer jeg tilbake til i avsnittet der det tas hensyn til etiske spørsmål. I tillegg ved transkribering av er det som tidligere nevnt brukt båndopptaker. Ved bruk av båndopptaker har medført mulighet for nøyaktig transkribering, som kan styrke relabiliteten i masteravhandlingen.

3.8 Metodekritikk

I denne oppgaven har jeg forsøkt å tilpasse undersøkelsesmetoden til formål og problemstilling i størst mulig grad. Samtidig vil det alltid eksistere ulemper og begrensninger med tanke på metodens tilnærming og bruk. Det er viktig å poengtere at hensikten med kvalitativ metode ikke er å

generalisere utvalget av enheter til en populasjon. Formålet er derimot å forstå og utdype begreper og fenomener (Jacobsen 2005). Man kunne intervjuet flere mennesker fra andre steder i Norge, men på grunn av tidsbegrensning og kostnader ble dette ikke gjennomført. Svakheten er at oppgavens generalisering i og med at det ikke er flere enn 8 respondenter. Dette var heller ikke undersøkelsens hensikt. Oppgaven ønsket å bringe fram nyanser om fenomenet, ikke generalisere til en populasjon.

3.9 Etiske Spørsmål

All vitenskapelig virksomhet krever at forsker forholder seg til etiske prinsipper som gjelder både internt i forskningsmiljøer og i omgivelsene. Som forsker er man forpliktet til å utvise redelighet og nøyaktighet i presentasjonen av forskningsresultater og i vurderingen av forskerens arbeid. Forskerens etiske ansvar kan knyttes til tre hovedprinsipper, nemlig informert samtykke, konfidensialitet og konsekvenser av å delta i forskningsprosjekter (Thagaard 2003).

3.9.1 Informert samtykke

I ethvert forskningsprosjekt må i prinsippet forskeren ha deltakerens informerte samtykke. Dette innebærer at forskningsprosjektet som forutsetter aktiv deltakelse, skal kun iverksettes under deltakerens informerte og frie samtykke. De som blir forsket på har til enhver tid rett til å avbryte sin deltakelse. Årsaken til at deltakeren kan trekke seg fra forskningsprosjektet, er fordi et individ har råderett over eget liv, og kontroll med de opplysninger om seg selv og det som deles med andre (Thagaard 2003). Da jeg sendte ut forespørselen til via e-post til de aktuelle informantene, beskrev jeg i korte trekk hva temaet for forskningsprosjektet var og hvorfor de var aktuelle som informanter. Via å sende de en formell e-post kunne informantene ta betenkningstid over om de ville delta eller ikke. Dette var kanskje den viktigste årsaken til at jeg sendte forespørsel ut på e-post, slik at mottakeren fikk informasjon om oppgaven. Informanten har krav på å få kjennskap til formålet med undersøkelsen og hovedtrekkene i prosjektet (ibid). I forkant av starten av hvert intervju forklarte jeg samtlige informanter hovedtrekkene i prosjektet og om deres rettigheter som deltakere i forskningen. Dette innebærer at deltakeren kan trekke seg som informant hvis man skulle ønske det og om de ønsket å være anonyme i presentasjonen av prosjektet.

På den andre siden er det begrenset hvor mye informasjon forskeren kan gi ut om prosjektet, med tanke på prosjektets fleksibilitet. Flexibiliteten som preger kvalitative studier preger at

forskningsprosjektet kan bli endret underveis. Derfor kan kravet om informert samtykke være et etisk dilemma for forskeren. Forskeren kan ikke utelukke at man må gå i forhandlinger om deltakerens samtykke i løpet av forskningsprosessen (ibid).

3.9.2 Konfidensialitet

I følge Longhurst (2010) innebærer prinsippet konfidensialitet at forskeren må anonymisere informantene når resultatene fra en vitenskapelig undersøkelse presenteres. Deltakerne må være forsikret om at datainnsamlingen blir behandlet konfidensielt. I tillegg skal deltakerne opptre som anonyme i presentasjonen av prosjektet, hvis ikke informanten samtykker på forhånd at navnet blir publisert i avhandlingen. Forskeren skal med andre ord vise respekt for informantens privatliv og livssituasjon.

Alle bortsett fra én respondent hadde ønske om å bli anonymisert i oppgaven. Som sagt overfor, er informantene godt kjent i medias søkelys og er godt vant med å bli intervjuet. Jeg tolker dette som at informantene ikke opplevde mine problemstillinger og spørsmål som kontroversielle. Det ble noe diskusjon rundt enkelte tema med informantene, uten at informasjonen som ble utgitt var kontroversiell art. I tillegg var det også mest naturlig å ikke anonymisere respondentene med tanke på deres kraft av sine posisjoner.

3.9.3 Konsekvenser av å delta i forskningsprosjekter

Forskning skal respektere individets frihet og selvbestemmelse. Forskeren skal ta hensyn til hvilke konsekvenser medfører gjennom deltakelse i et forskningsprosjekt og ta hensyn til deres integritet blir ivaretatt. Forskeren må også vurdere hvordan deltakerne kan beskyttes mot uheldige virkninger av å være med i forskningsprosjektet (Thagaard 2003).

Slik jeg oppfatter de temaer jeg tar for meg, og de spørsmålene jeg stilte til informantene, som å være lite kontroversielle og heller ikke rettet sensitivt mot enkeltpersoner. Etter at hvert intervju ble avsluttet spurte jeg om de hadde noen innsigelser til intervjuguiden. Slik kunne informanten melde i fra om han eller hun opplevde noen spørsmål som kontroversielle eller sensitive. Jeg tar ikke opp såre temaer som kan bringe opp dårlige minner, som frykt eller angst. Samtidig vil jeg presisere at mye av de teamene som opptar min problemstilling, er også tidligere belyst gjennom media. På bakgrunn av dette av informantene vant til å snakke disse temaer.

4. Analyse

I dette kapitlet vil jeg se nærmere på hvordan samspillet mellom regionale aktører og RBK fungerer. Kapitlet vil være todelt, der det i første omgang vil det fokuseres på utstrekning av sesongkort og supportere som ikke stammer fra Trøndelag. I andre del skal det redegjøres for hvordan kommunikasjonen mellom det regionale aktørene og RBK fungerer. Dette innebærer hvilke samarbeid som eksisterer mellom kommune og fylkeskommune og hvordan internasjonaliseringa av RBK påvirker omgivelsene rundt. Jeg ønsker å se på dette fordi jeg ønsker å koble samfunnsgeografisk teori opp i mot de ringvirkninger som medfølger når RBK deltar i europacup. Hovedformålet er at stedsteori, regionalisering og regional identitet skal settes i sammenheng med det datamaterialet som foreligger. Men i første omgang skal jeg utrede en kortfattet introduksjon av informantene i dette prosjektet og av Rosenborg Ballklub.

4.1 Presentasjon av informanter

4.1.1 Morten Wolden

Kommunaldirektør for kultur og næring og herunder idrett i Trondheim kommune . Leder for idrettsenheten og jobber tett opp i mot idrettsmiljøene i Trondheim kommune. Arbeidsoppgavene dreier seg om blant annet å fokusere på breddeidretten og mindre på toppidretten fordi den styrer seg selv. Som kommunaldirektør for kultur og næringsutvikling i Trondheim kommune påpeker Wolden at Trondheim er en by som oser av kultur og tradisjoner. Byen er kjent som en ettertraktet studie by og kunnskaps- og teknologiby nummer én. Wolden påpeker at dette gir et solid grunnlag for næringsutvikling og verdiskapning.

4.1.2 Kjetil Kroksæter

Kroksæter har jobbet i Adresseavisen siden 1986. Har jobbet i sportsredaksjonen bortimot hele sin periode i lokalavisen og fotball har vært en av de tingene han har jobbet mest med de siste tjue årene og har dermed observert og jobbet på nært hold med RBKs oppturer og nedturer. I tillegg har han drevet de siste seks årene med meningsjournalistikk. Kroksæter påpeker at han følger RBK på nært hold fordi det er en del av jobben, men også fordi det er veldig interessant, siden det engasjerer i regionen veldig sterkt.

4.1.3 Erik Hoftun

Sportslig Leder i Rosenborg. Har vært tilknyttet RBK siden 1994 da han kom første gang som spiller. Opprinnelig fra Kyrksæterøra og har fulgt med RBK siden han var liten gutt og hadde klubben som favorittlag. Har spilt elleve sesonger i RBK og har vært med på storhetstiden i RBK siden 1995 da de første gang kvalifiserte seg til Champions League. Denne tidsperioden opplevde han som et stort eventyr og helt ubeskrivelig opplevelse. Etter hvert ble Hoftun litt for gammel og byttet klubb til Bodø-Glimt der han fungerte som spiller og sportslig leder. Etter hvert fikk muligheten å komme tilbake til RBK før 2008 sesongen som assisterende sportslig leder og nå som fungerende sportslig leder. Nå har fungert i denne stillingen i ca. 5 år. Hoftun har opparbeidet seg god kjennskap til denne klubben og veit hva den betyr for veldig mange. *Dette kjenner jeg på kroppen hver eneste dag,* sier Hoftun.

4.1.4 Karen Espelund

Direktør for kultur og kommunikasjon i tillegg ansvar for regional utvikling i Sør-Trøndelag Fylkeskommune. Har vært ansatt i fylkeskommunen omtrent tre år. Tidligere har vedkommende vært generalsekretær i Norges fotballforbund i ti år og er fortsatt aktiv i fotballsiden der hun sitter i en del komiteer i UEFA og FIFA.

4.1.5 Mathias Kind Larsen

Tjuefem år gammel, født og oppvokst i Oslo. Jobber på Elexia avd. Ringnes Park på Grünerløkka i Oslo. Har vært fotballinteressert fra ung alder og hele familien har hele tiden fulgt norsk klubbefotball på nært hold. Vedkommens morfar har vært RBK-supporter, mens resten av familien har vært Stabæk-supportere. Familien har med andre ord vært splittet når det kommer til fotball. Mathias er den eneste i hans familie som er RBK- supporter.

4.1.6 Kristoffer Helgesen Grud

Tjuefem år gammel og kommer fra stedet Svelvik i Vestfold fylke. Han er bosatt i Trondheim og studerer ved NTNU. Vedkommende har fulgt RBK siden tiårsalderen. Hans far er fotballinteressert men ikke RBK-supporter, og resten av familien er ikke sportsinteressert.

4.1.7 Kenneth Kjelsnes

Kjelsnes er nestleder i Kjernen supporterklubb. Vedkommende er også styremedlem, men skal si fra seg styrevervet innen kort tid. Kjelsnes har takket ja til stillingen som supporterkoordinatør, som er et kontaktledd mellom supportergruppe og klubb som innebærer en nøytral rolle. Han skal fremme supporterens syn til klubben og vise versa. Kjelsnes har vært medlem i Kjernen i mange år og er fast inventar på øvre øst, tribunen der Kjerner oppholder seg under kamp.

4.1.8 Anonym RBK-supporter

Tjueåtte år og bosatt i Oslo. Opprinnelig fra Trondheim, men har nå flyttet til hovedstaden der vedkommende studerer.

4.2 Presentasjon av Rosenborg Ballklub

4.2.1 Historisk tilbakeblikk

19 mai 1917 ble sportsklubben Odd stiftet av en guttegjeng i bydelen Rosenborg i Trondheim. Navnet ble hentet fra storhetskлубben i denne tidsperioden, Odd fra Skien. Noen år senere ønsket klubben å melde seg inn i Norges Fotballforbund, og måtte derfor skifte navn siden fotballforbundet ikke ville ha to klubber med samme navn. 26. Oktober 1927 fikk klubben derfor sitt nåværende navn: Rosenborg Ballklub (rbkweb 2013)

I løpet av de første førti årene av RBKs historie var klubben en ganske typisk bydelsklubb som drev med både fotball, håndball og ishockey. A-laget i fotball var brukbart, men kan for øvrig ikke sammenlignes med den posisjonen klubben innehar i dag i norsk toppfotball. I 1931 spilte klubben for første gang i A-serien og i 1933 kvalifiserte klubben seg for cupspill (rbk 2012). I årene etter som ble preget av krigen, tok RBK steget opp blant eliten i norsk eliteserie. 1947 ble Lerkendal stadion innviet med provisoriske tribuner og garderober. I dag innehar Lerkendal stadion en kapasitet på 21.166 seter. Stadionet har gjennomgått flere oppgraderingsfaser, med siste oppgradering i 2002 da siste byggetrinn med Adressa-, Rema-, og EiendomsMegler1 – tribunen ble ferdigstilt.



Figur 4.1: Lerkendal Stadion

Kilde: rbk.no 2013

I dette tilfellet kan vi relatere Lerkendal stadion og de ellers materielle omgivelsene rundt området Lerkendal som et materielt symbol på tilhørighet. Sted skal som en lokalisering eller et fysisk punkt på jordoverflaten (Castree 2009). Hovedforståelsen av denne stedsteorien legger vekt på sted som bakgrunns ramme for det ytre og det objektive, der sosiale og økonomiske liv foregår innenfor rammen av. Infrastrukturen rundt området Lerkendal, som for eksempel, stadion, parkeringsplassen, treningsfasiliteter og ikke minst klubbhuset beskriver unike trekk og egenskaper ved å betrakte RBK som sted. Dette er en nøktern utenfra beskrivelse, men som fungerer som materielle symboler for å representere RBK som sted (Berg & Dahle 2004).

I slutten av 50-årene greide klubben å dyrke fram et godt juniorlag og det var dette laget som sørget for et gjennombrudd da klubben kvalifiserte seg til opprykk til landsserien høsten 1959 og deretter det store gjennombruddet i 1960. Den første gullalderen RBK opplevde var i 1967. Fra før av spilte klubben i 2.divisjon, men i 1967 tok klubbledelsen grep og forbedret seg på spillerlogistikk før seriestart. Blant annet ble landslagsspissen Harald Sunde hentet fra naboklubben Nidelv. I tillegg fikk han med seg en ung og lovende spiss med navn Odd Iversen som makker på topp. Anført av det nye radarparet på topp tok RBK steget opp og gjensynet med toppen av norsk klubb fotball var et faktum. Stortalentet Iversen og Harald Sunde kunne derfor ta mesteparten av æren for Rosenborgs første seriegull i 1967. I 1969 tok den engelske treneren George Curtis over

hovedtreneransvaret. Curtis innførte fokus på organisering og taktikk, der 4-4-2 formasjon med soneforsvar og press på ballfører sto i fokus. RBK ble dermed det første laget i Norge med et systematisert spillesystem (rbkweb 2013). Debutsesongen førte til seriegull, men alt var ikke fryd og gammen. Både ledelsen i RBK og publikum mislikte den defensive spillestilen til Curtis og to år etter tok Nils Arne Eggen over som hovedtrener. Eggen var tidligere RBK spiller som var cup og seriemester med klubben. I sin første sesong ledet han klubben til cup og seriemesterskap. Sesongen etter ble ikke like glansfull som den foregående og Eggen fikk ikke fortsette som hovedtrener (rbk 2012). Klubben var også tapende cupfinalist i sesongene '72 og '73, og dette markerte også slutten på den første gullalderen til RBK. Den sportslige suksessen uteble og stadige utskiftninger på trenersiden var med å føre klubben ned til 2.divisjon høsten 1977 (rbkweb 2013).

4.2.2 Det moderne Rosenborg

1988 ble det moderne RBK født. Klubben ble profesjonalisert og den nye hovedsponsoren, Fokus Bank, sprøytet inn frisk kapital i RBK. Nils Arne Eggen ble hentet tilbake som hovedtrener etter å ha vært hovedtrener i Moss og ledet de til seriemesterskap i 1987. Samme år tok RBK "The Double" og laget var tilbake i toppsjiktet i norsk klubbefotball. På nittitallet startet den nye gullalderen på alvor. Serie og cupmesterskap ble stadig vunnet og i 1995 kvalifiserte klubben seg til gruppespillet i UEFA Champions League (rbk 2012). RBK dominerte norsk fotball i denne perioden. Klubben innkasserte tretten seriemesterskap på rad fra 1992-2004. Som sagt kvalifiserte klubben seg til gruppespillet i UEFA Champions League, og syv påfølgende sesonger i den jevreste klubbturneringa. Europacupdeltakelsen har gitt store øyeblikk ute på banen, men kanskje borteseieren mot AC-Milan som den største prestasjonen. I tillegg har europacupdeltakelse gitt klubben en bunnsolid økonomi. Deltakelse i Champions League førte til at andre europeiske toppklubber rettet sin oppmerksomhet mot det som skjedde i Trondheim og RBK. På siste halvdel av nittitallet forsvant flere av de største spillerprofilene til utlandet, men RBK og Nils Arne Eggen klarte å finne erstattere som var gode nok til å gjenskape suksessen (rbkweb 2013). Etter at Eggen ga seg som hovedtrener i 2002 har det vært stadige utskiftninger på trenersiden i RBK. Knut Tørum var den sjette treneren på seks år, da han ledet klubben til det 20. Seriemesterskapet i 2006. I 2009 og 2010 tok RBK nye seriegull ved Erik Hamren og Nils Arne Eggen som hovedtrenere. Før sesongen 2013 har klubbledelsen i RBK valgt å ansette Per Joar Hansen som hovedtrener, med formålet om å finne tilbake til røttene, der det skal i henhold til klubbfilosofien spilles *offensiv, artig, attraktiv og publikumsvennlig fotball* (rbkweb 2013).



Figur 4.2: Laget som beseiret AC-Milan på San Siro i 1996.

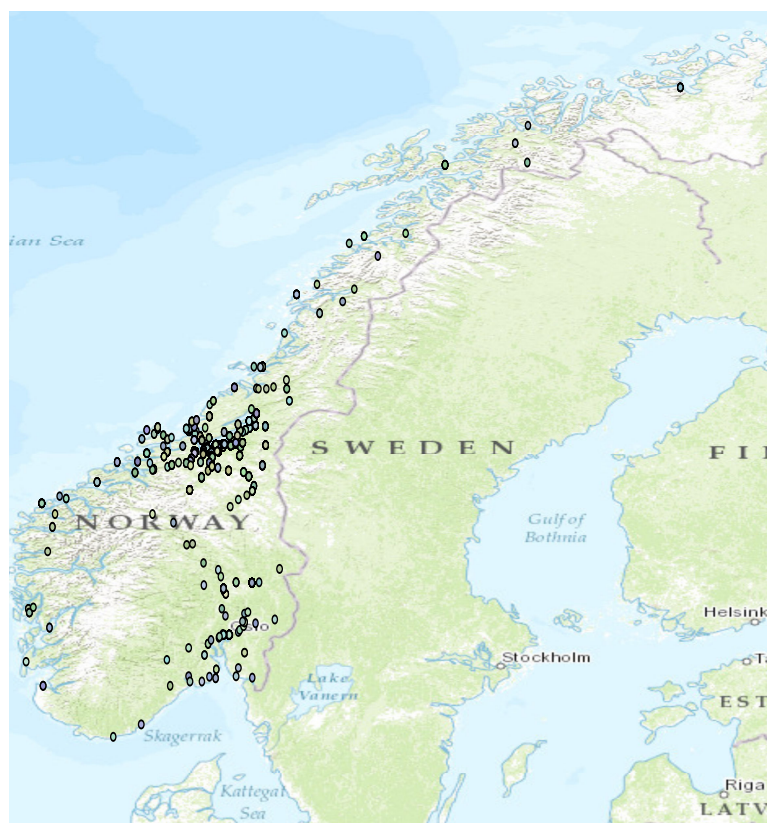
Kilde: rbkweb 2011.

Videre i denne oppgaven vil jeg ta utgangspunkt forholdet mellom RBK og regionale aktører. I første omgang skal det redegjøres for hvor stor regional utstrekning det finnes av RBK-supportere i lander og videre hvordan formes RBKere som ikke har sin opprinnelse fra Trøndelag

4.3 Regional utstrekning av sesongkort 2010–2013

I denne delen av analysen har jeg brukt sesongkortdata som variabler tildelt fra RBK og anvendt disse i geografiske informasjonssystemer. Variabelverdiene kan bestemmes og angis i ulike presisjonsnivå eller målenivå. Målenivået i dette tilfellet er nominalnivå som innebærer at enhetene blir klassifisert i kategorier (Rød 2009). Sesongkortdataene var inndelt i postnummer og dermed delt inn i kategorier etter hvilken kommune postnummeret var delt inn i.

4.3.1 Sesongkort 2010

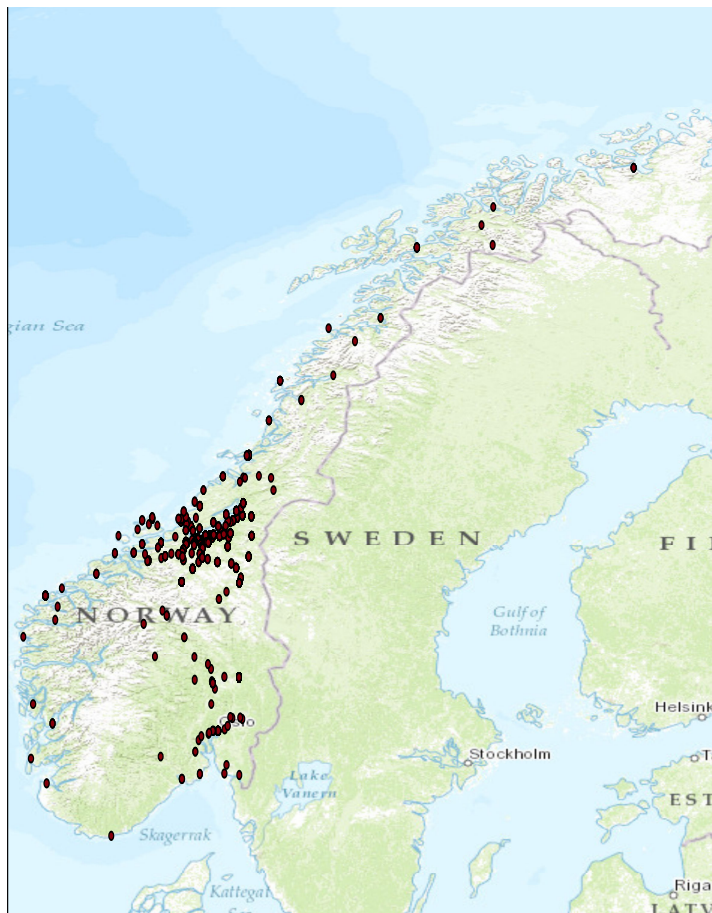


Figur 4.3: Distribusjonen av sesongkortkortsalg i 2010

Fylke	Antall Sesongkort
Sør-Trøndelag	4079
Nord-Trøndelag	426
Møre og Romsdal	99
Oslo	30
Akershus	20
Hedmark	12
Oppland	12
Østfold	6
Vestfold	5
Buskerud	5
Telemark	3
Rogaland	2
Hordaland	9
Nordland	9
Sverige	3
Aust-Agder	1
Sogn og Fjordane	1
Sør-Varanger	1

Figur 4.4: Tegnforklaring på inndeling av sesongkort 2010 kategorisert i fylker

4.3.2 Sesongkort 2011



Figur 4.5 : Distribusjonen av sesongkortkortsalg i 2011

Fylke	Sesongkort
Sør-Trøndelag	3818
Nord-Trøndelag	375
Møre og Romsdal	38
Oslo	19
Akershus	12
Oppland	12
Nordland	6
Hordaland	5
Buskerud	4
Sverige	4
Østfold	3
Vestfold	2
Telemark	2
Rogaland	2
Sogn og Fjordane	2

Figur 4.6 : Tegnforklaring av sesongkortkortsalg i 2011+

4.3.3 Sesongkort 2012



Figur 4.7 : Distribusjonen av sesongkortkortsalg i 2012

Fylke	Sesongkort
Sør-Trøndelag	2680
Nord-Trøndelag	641
Møre og Romsdal	28
Oslo	16
Akershus	12
Oppland	7
Hedmark	6
Vestfold	3
Hordaland	3
Sverige	3
Østfold	2
Buskerud	1
Rogaland	1
Finnmark	1
Troms	1
Nordland	1

Figur 4.8: Tegnforklaring på inndeling av sesongkort 2010 kategorisert i fylker

4.4 Fotballregionen med møteplass i Trøndelag

I følge Berg og Dahle 2012 kan vi også identifisere oss med steder på flere geografiske nivåer: lokalt, regionalt nasjonal og overnasjonal og globalt. Er dette også tilfellet med fotballsupportere? Formålet med denne datainnsamlingen var å finne ut hvor stor utstrekning av RBK- supportere det finnes i landet. For det første viser kart og tegnforklaringene at RBK er ikke kun fotballag for trøndere. Det er også et lag som har tilhengere i flere regioner i Norge, eksempelvis: fra Nordland til Oslo og Akershus. Årsakene til dette kan være flertydig, men det er nærliggende å tro at eksempelvis sesongkortinnehavere fra eksempelvis Nordland, Hordaland, Oslo kan være studenter bosatt i Trondheim, men som fortsatt er folkeregistrert på sine hjemplasser. For det andre viser det også seg at det handles en god del sesongkort i Møre og Romsdal, med hovedvekt i Nordmøre. Siden flere kommuner i dette fylket er ligger nært Trondheim kan det være flere av disse som pendler fra for eksempel Surnadal i Romsdalen til Lerkendal for å se kamp. Det kan også være slik at studenter med folkeregistrert adresse i Møre og Romsdal er bosatt i Trondheim. Ved å anse Trondheim som byregion som strekker seg ut til Møre og Romsdal og Nord-Trøndelag der flere av innbyggerne er RBK – supportere og reiser til Trondheim og Lerkendal for å se kamp. På denne måten kan det tolkes slik at Nord- og Sør –Trøndelag sammen med Nordmøre danner sammen en fotballregion. Lokaliseringen av Lerkendal som har den funksjonen som sted der settingen er mennesker fra Midt-Norge samles for sosial interaksjon der formålet er å se fotballaget deres spille attraktiv fotball. Lokaliseringen av Lerkendal stadion som institusjon til sosial praksis fører til at byregionen Trondheim samler mennesker fra Midt-Norge som blir en distinkt enhet i den romlige strukturen (Lysgård 2001).

4.4.1 Hvordan påvirker prestasjoner salg av sesongkort?

I tillegg viser det seg at fra 2010 til 2012 har det også blitt solgt mindre sesongkort. Hvis man sammenligner antall solgte sesongkort i 2012 med 2010 ser vi at i 2012 ble det solgt 3406 sesongkort kontra 4732 i 2010, en differanse på 1326 sesongkort. Bare i Sør –Trøndelag fylke ble det solgt 2029 sesongkort mindre. Kan dette ha noe med den fotballen som blir spilt å gjøre?

Som sagt tidligere er RBKs vektlegger RBKs klubbfilosofi at det skal spiller publikums og angrepsvillig fotball. Det er dette folk forbinder med Rosenborg og identiteten rent spillemessig for klubben. I årene 2008 til 2012 har RBK variert noe med spillestil. Klubben ønsket en kursendring med tanke på spillestil og samtidig løsrive seg fra Klubbfilosofien med å spille 4-3-3 i den filosofien Nils Arne Eggen sto for opplevde klubben slik at de ikke fikk til fortsette med. Derfor

ønsket klubben å skaffe en ny trener med ny fotballfilosofi som skulle slippe å bli sammenlignet med Eggen (Adressa 2013). Med tanke på sesongkorttallene fra 2012 der det viser at i Sør-Trøndelag har det blitt 2029 sesongkort mindre sammenlignet med 2010, kan det være at slik produktet RBK solgte på Lerkendal ikke appellerte til publikum. I 2012 var Janne Jønsson hovedtrener i klubben, der en mulig tolkning er at resultat og prestasjon ikke sto til forventningene til publikum, men man vet ikke det med sikkerhet. To tredjeplasser og til tider uklar offensiv samhandling var en grunnene til at samarbeidet med Jønsson og RBK ble avsluttet i desember 2012. *”Rosenborg skal ha artig angrepssfotball, som baserer seg på et kollektivt angrepsspill. Det manglet under Jan Jönsson”*(Kenneth Kjelsnes). Det er viktig å påpeke at jeg ikke argumenterer for at spilleformasjon er avgjørende for klubbens fotballidentitet, men jeg vektlegger at publikum assosierer RBK med artig og angrepsvillig fotball, uavhengig av formasjon. Det kan tolkes slik at klubben har vært noe vinglete på dette punktet de siste årene, men det kan være at et styre og en ledelse må være i samsvar mellom fotball filosofien og den treneren man ansetter.

Som sagt tidligere i avsnittet, viser det seg at siden det finnes sesongkortinnehavere over hele Norge, er det nærliggende å tro at dette også er RBK-supportere. Jeg vil derfor i neste avsnitt redegjøre for mine funn om hva er det som får en menneske med tilknytning fra et annet sted enn Trøndelag til å støtte RBK?

4.5 Hva er det som får en supporter fra et annet sted enn Trøndelag til å følge RBK når de ikke kommer fra samme sted?

4.5.1 Identitet dannes ved å spille attraktiv fotball.

”Rosenborg før var kun et lag for Trøndere med bart og skinnvester”.
(Kenneth Kjelsnes)

Dette sitatet illustrerer antagelig en typisk trønder og kanskje RBK -supporter. Men i følge datainnsamlingen av sesongkort på Lerkendal, viser det seg på kartet og tegnforklaringen ovenfor at det finnes RBK supportere over hele landet. I dette avsnittet skal jeg redegjøre for hvorfor det har det seg slik at mennesker kan identifisere seg med en klubb som ikke kommer fra samme sted. I den anledning har jeg vært i kontakt med supportere bosatt og opprinnelig fra Oslo og

Drammensområdet og i tillegg snakket med nestleder i Kjernen som er bosatt på Østlandet. I følge vedtektene til Kjernen skal minst et av styremedlemmene være bosatt på Østlandet siden Kjernen har medlemmer der.

I følge Lysgård (2001) må regional identitet analyseres et narrativ som gir mening til sosial praksis og sosiale prosesser. Regional Identitet indikerer også for de fleste mennesker, en tett relasjon mellom folks identitet og det fysiske miljøet. Regionens identitet kan deles inn i to former. For det første referer det til subjektive representasjoner av rommet. Dette innebærer det vi kan kalle regionens “image” som både eksisterer i form av innbyggerens oppfatning av regionens eksistens og regionens “image” slik den oppfattes og formidles til og oppfattes av folk utenfor regionen. På denne måten kan man tenke seg RBK og Trøndelag som region som en underholdningsarena der det legges vekt på subjektive og den opplevelsesmessige dimensjonen av Regionen. Eksempelvis når RBK deltar CL fungerer de som et ansikt utad for Trøndelag. Med andre ord, folk utenfor regionen assosierer Trondheim med RBK. Men hovedspørsmålet er hva er det som årsaken til at det finnes RBK-supportere over hele landet? I forhold til denne problemstillinga forteller en av informantene som er nestleder i kjernen følgende hva som kan være årsaken til dette:

Dette går nok litt lengere tilbake i tid under Nils Arne Eggen epoken, hvor klubben fikk en utrolig oppsving. Før Nils Arne Eggen epoken på nittitallet, fungerte RBK som et lag for folk i Trøndelag. Rosenborg før var kun et lag for Trøndere med bart og skinnvester. Men under Nils Arne Eggen ble klubben omgjort til hele Norges RBK. Det ble spilt Champions League hvert år og disse kampene ble sendt på TV og dermed ble alle skaptrøndere. I tillegg framsto klubben som veldig folkelig og det ble bygd en klubb som vise at det gikk an å ha suksess samtidig med å være folkelig. Samtidig er det mange med slektsbånd til Trøndelag, for eksempel at man kan ha besteforeldre, tanter eller onkler fra Trøndelag, slik at båndene er der fra før av. En annen faktor var nok hvordan de spilte fotball, spillestilen var i tråd med klubbfilosofien og dette gjorde til at det var gøy å se på RBK spille fotball. (Kenneth Kjelsnes)

Det andre eksemplet som er trukket frem av informantene hvorfor enkelte mennesker holder med RBK er klubbens måte å spille fotball på:

”Først og fremst er det egentlig på grunn av spillestilen. En av hovedårsakene at jeg begynte å følge RBK når jeg var 9-10 år var på grunn av deres deltakelse i CL og at de var på TV hjemme.

Men jeg understreker at spillestilen er en attraktivitet i seg selv. En annen faktor er jo spiller og trenerprofiler selvfølgelig. Larsen påpeker også at han hadde fulgt RBK selv om de hadde vært et middelmådig lag på grunn av de spillerne som har vært i klubben og ikke minst den angrepsvillige fotballen RBK er kjent for” (Mathias Kind Larsen).

Dette sitatet gir et godt eksempel på at mennesker kan også identifisere seg med steder på forskjellige geografiske nivå: lokal, regionalt, nasjonalt og globalt (Berg & Dahle 2012). I tilfellet med sitatet ovenfor ser at informanten identifiserer seg med en fotballklubb fordi offensiv og attraktiv fotball appellerer hos informanten. Når det gjelder klubbens grunnfilosofi kan man tolke dette som RBKs “image” der de markedsfører gjennom prestasjoner som skal gjenskape gode opplevelser på fotballbanen, spiller og trenerprofiler. Dette betyr ikke at alle som holder med RBK er skaptrøndere og ønsker bli trøndere av den grunn, men det er “imaget” til RBK som formidles til mennesker fra andre regioner utenfor Trøndelag som skaper interesse hos folk.

4.5.2 Stedstilhørighet formes ved hjelp av profiler

Andre eksempler fra blir også trukket fram av en av de andre informantene. RBK-supporter Kristoffer Helgesen Grud er oppvokst i Selvik i Vestfold. Grud argumenterer for at det er spillere og trenerprofiler som er hovedårsaken til at hans fotballhjerne banker i RBK-favør:

”I utgangspunktet tror jeg det har noe med profilene i RBK å gjøre. Trenere som Nils Arne Eggen med sine legendariske sitater, spillerprofiler som Mini Jakobsen med sine saltoer og Ørjan Berg som var en veldig god fotballspiller. Tror dette var viktige faktorer for meg når jeg begynte å like RBK i ung alder. Jeg mener at spillestil og publikumsvennlig fotball er noe man ikke registrerer når man er ti år. Derimot, spillerprofiler og trener som skiller seg ut seg ut i media og på fotballbanen er noe som var viktig i å forme meg som RBK-supporter.” (Kristoffer Helgesen Grud)

Det som er interessant med dette sitatet er at Grud argumenterer for at det er ikke spillestil som er hovedårsaken til at man blir supporter av et fotballag i startfasen av sin fotballinteresse, men det er avhengig av publikumsfavoritter som eksempelvis RBK hadde på nittitallet. I tillegg legger Grud til at hans far ikke hadde noe forhold til lagene i Østlandsregionen. Foreldrene hans er tilflyttere i området der han oppvokste og hadde dermed ingen tilknytning til langene i nærområdet. Dette kan tolkes slik at det var kanskje enklere for Grud å heie på RBK siden de ikke var familiært knyttet til

det stedet hans familie bor. Det kan så være at man formes ut i fra foreldres interesser og siden Gruds sine foreldre ikke holdte med noe lag på Østlandet, så fikk han ikke den stadiontilhørigheten som han kunne ha fått hvis han eksempelvis hadde dratt ofte på Marienlyst å sett Strømsgodset spille hjemmekamper. Castree (2009) påpeker at identiteter er stedsbaserte, men ikke stedbundet. Dette innebærer at lokale identiteter kan påvirkes utenfra på grunn av globaliseringens ringvirkninger i form av økt tempo av informasjonsflyt. Da er det nærliggende å tro at han dyrket sin RBK-interesse via tv-skjermen og RBK var på den tiden det mest attraktive fotballaget. Jo mer RBK-kamper og CL ble direkte-sendt på tv, jo mer tilhørighet fikk han til klubben. Den økte tilgangen til direkte-sendte kamper kan betraktes som påvirkning fra steder utenfra som kan ha innflytelse på Gruds interesse for RBK. Goldman og Papson 1996 hevder også at fotballag som varemerke kan begrepsfestes som et flytende global produkt. Gjennom økt tilgang til de globale markedet via reklame, direkte sendte kamper, tv-programmer og sosiale media, føre dette til profitering for fotballklubber og supportere har større nærhet til klubben de støtter. Dette teorien kan også relateres til respondentene som relaterer sin RBK-interesse gjennom direkte-sendte tv-kamper spesielt når klubben deltar i Europacup.

For å oppsummere ser vi at fellesnevneren for en RBK-supporter utenfra Trøndelagsregionen går nok tilbake til Nils Arne Eggen epoken på nittitallet. Fotball har bestandig vært fellesnevner for identitetsforming for mange mennesker på ulike geografiske nivå (Edensor & Millington 2008) Spillerprofiler og en hovedtrener som skilte seg ut var kanskje avgjørende for RBKs image og tiltrekningskraft på et nasjonalt nivå. Samtidig poengterer informantene at spillestil og publikumsvennlig fotball, der angrep etter angrep, og som kanskje gikk på bekostning av det defensive, er også en av faktorene som appeller for publikum.

4.6 RBKs tilstedeværelse som lokal aktør

4.6.1 Hvordan påvirker RBKs prestasjoner stemningen i Trondheim?

I følge Berg og Dahle 2012 handler stedsidentitet om hvordan mennesker identiteter konstrueres med romlig forankring eller hvordan mennesker identiteter er relatert til sosial praksis. Stedsidentiteten er en kontinuerlig prosess og mennesker og steder har flere identiteter. Menneskers stedsidentitet innebærer også at stedet inngår som en viktig del av vår identitetsutforming, som innebærer at det handler ikke bare om <<hvem jeg er>>, men også << hvem jeg ønske å være>>. Man ønsker ikke kun å ha en tilknytning til, men også identifisere seg med stedet.

I forhold til Trondheim kommune merkes det når prestasjonene til RBK svinger, både på og utenfor banen. I følge kommunaldirektør Morten Wolden, trekker han frem at stemningen i Trondheim svinger i forhold til prestasjonene til RBK:

“Jeg merker med engang at stemningen i byen svinger i forhold til prestasjonene til Rosenborg. Dette påvirker miljøet her i Trondheim. Vi pulseres sammen med RBK i oppturer og nedturer. Samtidig er det jo slik at alle kan utale seg om hvordan skal og bør spille. Dette henger sammen med Nils Arne Eggen og de gamle Rosenborgpostulatene. Mange mener at de kan alt om fotball og de vet hvordan fotball skal spilles, tror de. Men slik er det nødvendigvis ikke. Det er mange sterke meninger der ute og det har en stor betydning for Trondheim. Vi har heller ikke noen andre store merkevarer som Rosenborg i Trondheim, bortsett fra SINTEF og NTNU” (Morten Wolden).

Wolden trekker også frem at en typisk Trondhjemmer har klare meninger om hvordan RBK skal opptre på en fotballbane og det er enkelte sitat og sportslige hendelser som har grodd fast hos det trønderske fotballpublikummet og dermed formet en felles forståelse for fotballkultur i Trondheim:

“Først og fremst blir det veldig mye snakk om RBK generelt i Trondheim. Hvis man går opp og ned langs nordre kan man kanskje høre på cafe at det er bestandig noen som prater om RBKs prestasjoner. I tillegg står det jo stadige oppslag i Adresseavisen. Man har også historiefortellinger fra når RBK slo Real Madrid og andre store prestasjoner at dette har på et vis grodd seg fast til identiteten til en typisk Trondhjemmer”. (Morten Wolden)

Med disse to sitatene over ser vi tydelig hva RBK betyr for en innbygger og det gir også en indikasjon på hvordan steders identiteter er relatert til sosial praksis. Første sitatet legges det mer

vekt på stemningen i Trondheim pulseres i takt med prestasjonene til RBK. Her ser vi et eksempel på selve stedets identitet. Dette innebærer at trøndere ikke bare føler en tilknytning til RBK men også hvordan man identifiserer seg med RBK som sted. Det andre sitatet viser til hvordan man ser på selve steds identitet. Eksemplet der man stadig hører historiefortellinger når RBK slo Real Madrid i Champions League, og sitater fra Nils Arne Eggen, er med på å forme bylivet i Trondheim og noe av Trondheims identitet. Slik at vi se at hva som særpreger oss som mennesker og hva som særpreger byen.

Wolden legger også Trondheim skiller seg ut fra alle universitetsbyene i hele landet. Vi har studenter fra hele landet, og dette legger man merke til når man går rundt i byen. Når det gjelder når Wolden skal fortelle historier om Trondheim, så legger han vekt på at Trøndere er gla i å ta seg en fest. Han snakker om folkefesten på torget, verdensmesterskapet på ski i Granåsen 1997 og folkefestene på Lerkendal. Han forteller også om det legendariske sitatet:

”Det ska dæm ha, Real Madrid, dæm prøvd”

(Nils Arne Eggen etter at RBK slo Real Madrid i Mesterligaen i 1997)

I følge Berg & Dahle 20012 er Identiteter relasjonelle og foranderlige. Det er ikke noe vi har, men det er noe som skapes hele tiden i en refleksiv prosess. Stedsidentitet er et begrep som handler om hvordan menneskers identiteter konstrueres som romlig forankret og vice versa. Dette innebærer at stedsidentitet kan være en tett relasjon mellom mennesker og steder, steder gir menneske gir identitet og vice versa. Hvis man tar utgangspunkt i det Morten Wolden påpeker, kan det tolkes slik at RBK er med å forme en stedsidentitet til Trondheim som by. Gjennom store idrettsprestasjoner, ved for eksempel RBKs sine bragder i Champions League, former slike hendelser en historisk begivenhet som har skap og som stadig skaper entusiasme i byen. Steder gir også mennesket identitet, ut i fra det Wolden påpeker hører man stadig RBKs sine prestasjoner gjennom historiefortellinger som har grodd til enkeltindividers tilknytning eller følelser for et sted. Gjennom det Wolden påpeker viser stedsidentitet at sted kan ha betydning for folks identiteter.

I følge sportskommentator i Adresseavisen Kjetil Kroksæter er RBK en viktig aktør for innbyggerne i Midt-Norge. Det som skjer i RBK engasjerer folk og det er kanskje den sterkeste fellesnevneren i regionen.

”RBK er veldig interessant for oss fordi det engasjerer folk i regionen veldig sterkt. Det er kanskje den sterkeste fellesnevneren enn noe annet i denne regionen. Det er noe som binder sammen folk og det betyr veldig mye for veldig mange. Siden det engasjerer så mange i regionen, er det naturlig at RBK er godt stoff for oss i Adresseavisen også”. (Kjetil Kroksæter)

Dette sitatet gir et godt eksempel på hvordan man ser at RBK binder mennesker sammen i regionen. I tillegg til å se på hvordan individer tolker og knytter seg til de områdene de lever sine liv, viser det seg at det er en tett relasjon mellom mennesker og det stedet de lever på, der stedet gir mennesket identitet og omvendt (Berg & Dahle 2004). Med tanke på det sitatet overfor kan det tolkes slik at mennesker i Trøndelag føler seg som en del av noe. Dette kan være alt fra organiserte supportergruppering til enkeltindivider som interesserer seg for RBK.

4.6.1 Hva er ringvirkningene for Trøndelag som region når RBK deltar Champions League?

I følge Berg & Dahle 2004 legges det vekt på at sted kan tolkes som en møteplass eller node der forskjellige individers hverdagsaktiviteter krysser hverandre i tid og rom. Etter hvert har denne tenkningen utviklet seg til å omfatte forholdet mellom det globale og det lokale. Det blir en interaksjon mellom globale og internasjonale strukturer på den ene siden, og folks stedsbaserte handlinger på den andre (Berg & Dahle 2012). I forhold til hvordan RBK bidrar til å markedsføre Trondheim som by er Europacup deltakelse et nøkkelbegrep. Ut i fra det kommunaldirektøren for kultur og næring markedsføres Trondheim som by i veldig stor grad når RBK deltar i Europacup, spesielt i Champions League. Champions League (CL) en årlig europeisk fotballturnering avholdt av UEFA, og den er også kjent som den jevneste klubbturneringa i Europa. I finalen i 2009 var det registrert omtrent 109 millioner seere, noe som slo seertallene til Superbowl samme år (BBC 2010). Når det gjelder hvordan Europacupdeltakelse påvirker Trondheim understreker Wolden at det har voldsomt mye å si for byen. Han kommenterer at det er nesten som natt og dag. Ettersom RBK deltok i CL jevnlig har det ført til stor oppmerksomhet nasjonalt og internasjonalt. Når RBK deltok i CL sto de oppført som Rosenborg Trondheim og det var nok mange som har opplevd når man nevner ordet Trondheim så assosieres det automatisk med Rosenborg. Gjennom sin Europacupdeltakelse har nok RBK gjort Trondheim mer kjent som by over hele verden, understreker Wolden. For det andre påpeker Wolden at når det CL gir dette også merkbart utslag i turistnæringen. Når det arrangeres CL i byen fylles alle hotellene i Trondheim med besøkende og publikummere. Samtidig understreker Wolden at de store næringslivsaktørene i Norge samles og arrangerer konferanser med sine internasjonale forbindelser. Med andre ord, CL bidrar til sette

Trondheim som by i fokus. Dessverre har det vært mindre av dette de seneste årene, men på grunn av sin europacupdeltakelse er det mange som veit av RBK på et internasjonalt nivå og dette gjelder også Trondheim, påpeker Wolden.

”Det er Champions League som er den virkelige kremen. Det er da det blir fulle tribuner, det er da man får den oppmerksomheten nasjonalt og internasjonalt, det er da de store næringslivaktørene med internasjonale relasjoner kommer til byen og holder sine konferanser her. Eksempelvis Adecco, Accenture som har sine hovedkontor i Stockholm eller Paris og tiltrekker sine internasjonale samarbeidspartnere på grunn av det arrangeres Europas jevneste klubbturnering her.”(Morten Wolden)

Dette sitatet ovenfor er et godt eksempel på ens oppfatning av sted som møteplass. I forhold til ringvirkningene RBKs deltakelse i CL innebærer dette at mennesker samles på en fotball arena og dette blir sett på som et møtepunkt hvor forskjellige individers hverdagsaktiviteter krysses i tid og rom. I tillegg vekker CL oppmerksomheten nasjonalt og internasjonalt. Store næringslivsaktører med internasjonale relasjoner kommer til Trondheim for å holde sine konferanser. Her blir stedet Trondheim ikke bare en gitt statisk ramme for interaksjon, men noe som skapes kontinuerlig som en del av den sosiale aktiviteten. RBK som sted påvirker omgivelsene og regulerer disse aktivitetene. I tillegg er ikke disse aktivitetene ikke bare lokale, men materielle, sosiale og kulturelle relasjoner strekker seg langt utover det lokale (Berg & Dahle 2004). Som følge av CL-deltakelse bidrar dette til at Trondheim ikke lenger operer separat uavhengig av globale drivkrefter. Som følge av CL-deltakelse kan det tolkes slik at det globale får en plass inn i det lokale Trondheim. Konsekvensene av globaliseringen medfører at sosiale relasjoner blir utvidet i rommet og dermed blir stedene mer porøse og åpne for påvirkning utenfra (Castree 2009). For eksempel kan dette illustreres gjennom bybildet i Trondheim når det arrangeres CL. Supportere ikke bare fra Trondheim kommer å ser RBK på kampdag, men i tillegg kommer det supportere fra det respektive bortelaget. Trondheim og Lerkendal stadion blir et node i hvor forskjellige individer hverdagsaktiviteter krysser hverandre i tid og rom. Samtidig påpeker Wolden at det finnes 70% belegg på hoteller her i Trondheim. Det vil si at det er bestandig 30% ledige på hoteller i Trondheim. Når RBK deltar i CL derimot, fylles disse 30%. På den andre siden er det ikke like attraktivt når RBK deltar i Europa League, når lag fra eksempelvis Georgia eller Usbekistan ikke har samme tiltrekningskraft. Det er med andre ord, som sagt tidligere, CL er det arrangementet med absolutt størst tiltrekningskraft blant publikum, som fyller hotellene i regionen og som trekker de største næringslivaktørene til Trondheim. Disse

elementene er også med på å skape stedet Trondheim og det er med på å gi det et mer internasjonal særpreget og at andre mennesker i verden for øynene opp for Trondheim gjennom RBKs prestasjoner i Europacup.

4.7 Lokal forankring og Internasjonalisering

4.7.1 Lokal Identitet

“Et såkalt kjøpelag oppleves som et uekte barn, på en måte. Det oppleves verdifullt for folk på tribunen å ha spillere med lokal identitet. Jeg tror klubbene er beviste på å utvikle egne talenter på grunn av dette”. (Kjetil Kroksæter)

Dette sitatet gir godt eksempel på hva lokale spillere har å si for hvor verdifullt det er for en lokalbefolkning å ha spillere som er lokal forankret på et fotballag som konkurrerer på det høyeste nivået i Norge. I tillegg har RBK som mål å kvalifisere seg til Europacupspill hvert år (Aftenposten 2012). Kroksæter representerer også Adresseavisen, og i følge sitatet ovenfor kan det tolkes slik at for Adresseavisen, som regional aktør, opplever det verdifullt at RBK utvikler sine egne talenter. I dette avsnittet skal jeg redegjøre for hva det betyr for Trøndelag som region at RBK er beviste på viktigheten av å utvikle egne talenter. Underveis i dette prosjektet ville jeg finne ut av hvor viktig det egentlig er at RBK bruker lokale spillere. Har det seg slik at prestasjon og meritter veier mer enn lokal forankring?

Man kan tolke RBKs rolle i Trøndelag på flere måter. For det første er de fotballag som ønsker å underholde publikum. Det er nærliggende å tro at klubben er blant annet avhengig av publikumsinntekter og hvis ikke RBK presterer godt på banen, kan det øke sjansen for at attraktiviteten av se RBK på Lerkendal svekkes. I følge sportsdirektør Erik Hoftun har RBK en klar klubbfilosofi:

“Filosofien vår er å spille artig og angrepsvillig fotball. Vi er i underholdningsbransjen og vi er ikke kun opptatt av å vinne, men også hvordan vi vinner fotballkamper på. Nå har vi gjort en

retningsendring i klubben, der vi ønsker å gå tilbake til røttene, med offensiv samhandling i fokus”.(Erik Hoftun)

Ut i fra dette sitatet kan det tolkes slik at RBK er opptatt hvordan de framstår på fotballbanen. De ønsker ikke bare å vinne, men også hvordan de vinner. Underholdningsverdien står i fokus og Lerkendal blir dermed et sted som skaper opplevelser. I følge Berg og Dahle 2004, er en av hovedforståelsene ved sted, det som omfatter tradisjoner som legger vekt på det indre, subjektive, og opplevelsesmessige dimensjonen ved sted. Individuer og grupper tolker og knytter seg til de områdene hvor de lever sine liv. Ut i fra denne forståelsen av sted, kan man betrakte RBK som en viktig aktør for de kommer på kamp at de får gode opplevelser.

I følge Berg og Dahle (2012) er et av kriteriene med identitetsforming at stedet inngår som en viktig del av vår indentitetsutforming, forstått med hver jeg er, men også hvem jeg ønsker å være. En av informantene påpeker viktigheten av lokal forankring RBK:

“Dette er noe som vi er veldig opptatt av, men noe som også har forandret seg de 10-20 årene. Å ha spillere med lokal forankring handler om vår egen identitet som klubb. Jeg veit at det er viktig for publikum som går på Lerkendal, samarbeidspartnere og for de andre som jobber i denne organisasjonen at vi bruker lokale spillere i A-stallen som igjen fører til at folk kan identifisere seg med.” (Erik Hoftun)

Sitatet ovenfor viser et godt eksempel på ens oppfatning av den personlige indentifisering med stedet. Tilskuere, samarbeidspartnere og for organisasjonen er det ønskelig at de vil identifisere seg med trønderske spillere <<hvem jeg ønsker å være>>. Med andre ord å ha spillere med lokal forankring betyr selvfølgelig mye for hvordan klubben ønsker å framstå. I tillegg meddeler Hoftun den signaleffekten det gir for talenter i regionen. Satsning på lokale spillere som for eksempel en Markus Henriksen, Jonas Svensson og Ole Selnæs betyr enormt mye for unge spillere i Trøndelag som viser at det er mulig å oppnå sine mål som fotballspiller (Erik Hoftun). Gjennom RBKs satsning på egne talenter kan dette være med på å utvikle en identitetsforming der unge spillere som har sine drømmer kan identifisere seg med RBKs A-lagsspillere. Det kan bety en viktig rolle i deres identitetsutvikling der forstått med ikke bare hvem jeg er, men at det <<jeg ønsker å være>>. Tillegg betyr det mye for supporterene. Røttene er fra Trondheim, Rosenborg og Rosenborgbanen, som gjenspeiler hvem jeg er (Kenneth Kjelsnes.).

4.7.2 Hvordan bevare den lokale interessen?

På den andre siden er fotball en resultatorientert bransje. RBK har som målsetning å vinne seriemesterskap og kvalifisere seg til Europacupspill (Adressa 2012). Spørsmålet er da: Hva er det som veier mest, lokal forankring eller resultat? I forhold til dette har det seg slik at fotballen har utviklet seg slik at man får ikke elleve man fra Trøndelag lengre som kan konkurrere på et Europeisk nivå. Supportere og omverden må ta det innover seg at det importeres spillere fra utlandet, og så lenge disse spillerne er bedre enn de lokale talentene, så har det ingenting å si hvem som spiller (Kenneth Kjelsnes).

“Det er klubben, drakta og klubbmerke som betyr noe for meg. Kvalitet veier klart mest når det kommer til hvem som skal spille. Selvfølgelig har det vært helt fantastisk om vi har tatt gull med elleve trøndere på laget, men fotballen har utviklet seg og dette må vi supportere bare innse”.
(Kenneth Kjelsnes)

Ut fra det sitatet ovenfor kan det tolkes slik at supporterens syn på lokal tilhørighet er noe delt på viktigheten av lokal forankring. Det er klart at røttene til RBK stammer fra Trondheim og Trøndelag og supporterens som former identiteten av hvem jeg er. Samtidig viser det seg at resultat kanskje veier mer enn bruken av lokale talenter. Det er klubben som er første-prioritet og det er klubben supportergruppen Kjernen støtter, ikke enkeltspillere.

Dette eksemplet er det ikke bare supporterens som støtter. Sportsdirektøren i RBK deler noe av det samme synet som nestlederen i Kjernen gjør:

”Jeg tror at hvis våre supportere hadde fått valgt å ha et Rosenborglag kun bestående av trøndere som har havnet på 4-5.plass på tabellen kontra et lag med ingen trøndere som har vunnet serien, så tror jeg supporterne har valgt det siste. Til syvende og sist, handler det om resultater, men klarer vi å vinne med Trøndere på banen, så er jo det absolutt det beste, hvis det går an å si det på den måten.” (Erik Hoftun)

4.7.3 Internasjonaliseringen av RBK og betydningen for klubbens lokale kontekst

“Jeg er kommet til den erkjennelsen, og det er litt fælt å si det, men vi har blitt en selgende klubb. Vi er ikke øverst i fotballhierarkiet i Europa. Når vi produserer gode spillere, så selger vi dem.”
(Erik Hoftun)

Dette sitatet fra Hoftun kan tolkes slik at en av konsekvensene for en fotballklubb i internasjonal kontekst er at kjøp og salg av spillere skjer i et raskere tempo enn noen gang. Man må også ta i betraktning at når en god trøndersk fotballspiller utvikler seg og skiller seg ut kvalitetsmessig vil dette også vekke interesse hos større klubber i utlandet, dette fører til at RBK blir nødt til å selge denne spilleren. Eksempelvis en når man selger en Markus Henriksen eller Mushaga Bakenga når de er i en alder av tjue år og har så vidt startet sin RBK-karriere, gjør dette det vanskeligere for klubben. Samtidig vil gode unge norske spillere være mer interessante for utenlandske klubber jo yngre de er. Gjennom trekken av spillere er ekstremt enn den noen gang har vært (Erik Hoftun)

Med tanke på Kjetil Kroksæters kommentar angående ”kjøpelag” oppleves som et “uekte barn”, kan tolkes slik som en reaksjon på at lokale spillere blir solgt i ung alder og mangel på lokale spillere som representerer stedet Trondheim og Trøndelag. RBK har som målsetning å konkurrere internasjonalt, og da er nærliggende å tro at, ja, man må være flinke på å satse på lokale spillere, men også være dyktige på å kjøpe spillere, i større grad enn tidligere. Når det gjelder RBK som sted kan man tolke det slik at som konsekvens av verden har blitt global, fører dette til stedet blir i økende grad utsatt for påvirkning, impulser utenfra og grenser blir mer og mer gjennomtrengelige. Med andre ord, globaliseringsprosessen kan beskrives som <<the speedig up>>, <<spreadig out>> og <<linking up>> av aktiviteter (Hubbard et al. 2002). Det er også viktig å understreke at i fotball, som i andre forretninger, er avhengig av et mangfold av lokale institusjonelle praksiser. Samtidig er fotballklubber formert sammen med økonomiske, sosiale og kulturelle praksiser. Fotballklubber er derfor ikke stedløse organisasjoner. Med sine omfattende nettverker med lokale og regionale institusjoner, bidrar dette til at fotballklubber er knyttet til lokale røtter og tar selv avgjørelser som binder fotballøkonomien med spesifikke lokaliteter (Edensor & Millington 2008)

Man kan også betrakte RBK som et åpent fenomen der ideer, teknologi og migrasjon beveger seg i tid og rom mellom steder. For eksempel fri flyt av arbeidskraft, eksempelvis gjennom kjøp og salg av spillere, ideer gjennom samarbeid mellom ulike utdanning og kulturelle institusjoner er klare indikasjoner på hvordan steder påvirker hverandre, også kjent som *a global space as flows*

(Hubbard 2002). Med andre ord, verden har krympet. Med tanke på de konsekvensene globaliseringen fører med seg kan det beskrives slik at dette påvirker også tempoet av kjøp og salg av spillere. For det første så er det viktig for klubben å gjøre gode salg, men også den signaleffekten det gir for andre spillere som synes at RBK er en interessant klubb. Det er også viktig å legge frem at konsekvensene av profesjonalisering for en fotballklubb innebærer at RBK lever av sportslige resultater og må ta hensyn av utvikling av enkeltspillere, direktører, sponsorer etc (Ellingsen 2011).

4.7.4 Hva er viktig for nedslagsfeltet til RBK?

Siden Kroksæter representerer Adresseavisen, kan det tolkes slik at man stor vekt på betydningen av lokale spillere i RBK. Samtidig påpeker Hoftun at han er enig i at det er viktig med lokale spillere i klubben, men samtidig tror han at det viktigste er, til syvende og sist er å vinne fotballkamper. Hoftun viser til våren 2011 da klubben fikk kritikk fra Adresseavisen siden de stilte med et alt for ungt og urutinert mannskap:

”Da vi ikke klarte å erstatte våre største profiler fra 2010 sesongen, var vi tvunget å stille i en seriekamp mot Start med en midtbane kun bestående av unge lokale spillere. Kampen endte uavgjort riktignok og vi spilte en bra kamp. Da fikk vi kritikk for å ha stilt med et alt for ungt og urutinert mannskap, i stedet for å få skryt for å bruke lokale spillere.” (Erik Hoftun)

Dette eksemplet viser at resultat er en viktig prioritet for publikum og som kanskje veier mer enn lokal forankring. I følge Berg & Dahle 2004 en av hovedforståelsene med sted at det skal være det subjektive og det opplevelsesmessige som skal ligge til grunn. Det er menneskers oppfattelse, meningstilleggelse og gjenkjennelse som gjør det geografiske rom til et sted. Med andre ord, Lerkendal er en opplevelsesarena der publikum ønsker gjenkjenne prestasjoner og der resultat veier mest. Det er nærliggende å tro at publikum ønsker å se et RBK-lag som presterer og spiller attraktiv fotball i tråd med klubbfilosofien.

Samtidig ser vi også at klubbledelsen understreker viktigheten med spillere med lokal forankring. På den andre siden er det jo også en balansegang i forhold til hvor mange spillere man kan bruke til enhver tid som er faktisk kvalitetsmessig god nok for A-laget. I tillegg understreker Hoftun dette gjelder ikke bare RBK, men også ellers i Europa og dette preger fotballen internasjonalt.

“Når vi slo AC-Milan med ni trøndere på banen er i dag umulig å oppnå igjen. Skal vi kunne konkurrere internasjonalt, slik som vår målsetning er, så ja, vi må satse på lokale spillere men også være flink på å kjøpe spillere, i større grad enn tidligere.”(Erik Hoftun)

4.8 Hvordan fungerer samspillet mellom regionale aktører og organisasjonen Rosenborg ballklub?

4.8.1 Hva gjør RBK for å bevare den regionale identiteten og interesse?

I følge Lysgård 2001 finner vi den regionale identiteten med befolkningens identifikasjon med den regionale gruppen eller felleskapet, som legger vekt på innbyggerens klare oppfatning av hvilket regionalt felleskap de hører hjemme i og kan identifisere seg med. Den regionale identiteten kan også delen inn i form av subjektive representasjoner, som referer til regionens “image” som både eksisterer i form av innbyggerens oppfatning av regionens eksistens, og regionens image slik den formidles til og oppfattes av folk.

For RBK sin del vil da klubbfilosofien være en viktig faktor for å beholde sin regionale interesse. Gjennom å at RBK er i stand til å underholde folk med det de driver med og at spilles god fotball på Lerkendal, kan dette bidra til å bevare interesse rundt klubben. Med andre ord, prestasjonene vil avgjøre. Hvis laget spiller dårlig fotball og ikke oppnår gode resultater, hjelper det lite hva RBK gjør ute i distriktene. Hvis laget derimot spiller god fotball og har gode resultater, så trenger kanskje ikke klubben å gjøre så mange tiltak for regionen, men de gjør det likevel for å forsterke regional identitetsbygging (Erik Hoftun).

“Jeg tror at folk forbinder RBK med 4-3-3, angrepsvillig fotball. Det skal gjenkjennelig i forhold til vårt angrepsspill for å bevare den regionale interessen. Jeg mener dette er det folk flest forbinder med Rosenborg Ballklub.” (Erik Hoftun)

Ut i fra dette sitatet kan det tolkes slik at RBK ønsker å formilde sitt image til og oppfattes av folk utenfor regionen(Lysgård 2001). RBKs hensikt er å ivareta interessen rundt klubben blant annet ved å ha en spillestil som appellerer for publikum. Samtidig jobbes det med tiltak for å få spillere inn på A-laget. Klubben opererer kun i Sør og Nord-Trøndelag. Rent kommersielt arrangerer klubben fotballskoler rundt i Trøndelag for å skape interesse for klubben (Intervju men Erik Hoftun, Februar 2013). Slike samarbeid synliggjør viktigheten for klubben at de er synlig ute i distriktene og selger

merkevaren RBK. Med andre ord, RBK har en funksjon i samfunnet der de rekrutterer unge spillere som formål til å utvikle seg til profesjonelle utøvere. I tillegg dyrker klubben regional interesse i Nord og Sør-Trøndelag, slik at de kanskje bidrar at innbyggere kan relatere seg til det geografiske området man hører hjemme i, settes man i stand til å fortelle andre hvem man er eller ikke er (Lysgård 2001)

Det er to forskjellige måter i gjør dette på. Tiltak vi gjør for å få spillere inne på vårt A-lag. Vi operer kun i Sør og Nord-Trøndelag. Rent kommersielt arrangerer vi fotballskoler rundt i Trøndelag for å promotere klubben. Instruktører og spillere fra A-laget reiser ut herfra og har fotballskoler for å skape interesse for klubben. Det er viktig for klubben at vi er synlig ute i distriktene og selger vårt budskap til disse stedene. Vi vet også at på nord-møre har RBK en sterk posisjon, for eksempel, Surnadal og Kristiansund og at de ønsker å være en del av Trøndelag. I Kristiansund vet vi at det finnes mer RBK-supportere enn Molde-supportere og spesielt i Kristiansund har vi vært på med på noen tiltak når det gjelder fotballskoler.

4.8.2 Samarbeid mellom RBK og Sør-Trøndelag Fylkeskommune

Det mest konkrete samarbeidet mellom fylkeskommune og RBK går på et nystartet prosjekt, der man tilrettelegger for toppspillere slik at de kan ta en videregående utdanning. RBK vil samarbeide med Strinda Videregående skole for å utvikle RBK-talentene. I tillegg til idrettsfag og studiespesialisering vil det også bli gitt mulighet for å kombinere yrkesfaglig opplæring med satsning på fotball (stkf 2013). Noe av hensikten med dette samarbeidet er at man skal kunne ta hensyn til at man er med RBK eksempelvis på treningsleir på La Manga i ti dager, samtidig som at du skal fullføre din videregående opplæring. Med andre ord, det skal tilrettelegge treningshverdagen og skolehverdagen på beste mulig måte (Karen Espelund). Når det gjelder Trondheim kommune påpeker kommunaldirektør Morten Wolden at det finnes noen samarbeidsprosjekter, men utenom dette har kommunen kun et profesjonelt forhold til RBK som bedrift. Wolden påpeker at det er nok heller RBK som gir til kommunen i form av skatteinntekter etc. Det mest konkrete samarbeidet er nok at kommunen har den del kontakt med RBK angående bygging av fotballhall der RBK har bestemt seg å bygge anlegg på Sveberg. Kommunen har tilbudt klubben tomt på Tiller. Årsaken til dette er at kommunen ønsker gi et godt tilbud for breddefotballen i Trondheim. Det er ikke bare med hensyn til RBK, men det hensyn til det øvrige fotballmiljøet i Trondheim og for å få det lokalisert optimalt for fotballkretser i Trondheim (Morten Wolden).

5.1 Avslutning og forslag til videre forskning

Ut i fra oppgavens første problemstilling viser det seg at RBK tiltrekker seg supportere fra hele landet. Ut i fra de sesongkortdataene fra 2010-2012 fremgår det at blir solgt sesongkort i hele landet, med hovedvekt i Nord- og Sør-Trøndelag, samt Nordmøre. Det kan tolkes slik at Nord- og Sør –Trøndelag sammen med Nordmøre danner sammen en fotballregion. Lokaliseringen av Lerkendal som har den funksjonen som sted der settingen er mennesker fra Midt-Norge samles for sosial interaksjon der formålet er å se fotballaget deres spille attraktiv fotball. Attraktiv fotball er også en fellesnevner som er relevant for hva som får andre mennesker med opprinnelse fra annet sted enn regionen Trøndelag til å være RBK-supporter. For det første er tilfellet med en informantene at man identifiserer seg med en fotballfilosofi på grunn av dens offensive tankegang og attraktive spillestil. For det andre påpeker også oppgaven at det ikke kan være andre årsaker til at en bestemmer seg for valg av sin fotballklubb. Ovenfor påpekes det at spillestil kan være en viktig faktor, men det kan så være at det er avhengig av publikumsfavoritter som eksempelvis RBK hadde på nittitallet. Fotballidentitet kan også ha sitt opphav av at siden man ikke har foreldre som ikke har noe forhold til de lagene som opererer der de i utgangspunktet bor, er det kanskje enklere å støtte et lag fra andre steder siden familien ikke er familiært knyttet til et bestemt sted.

Når det RBKs tilstedeværelse som lokal og regional aktør kan det tolkes slik at RBK er med å forme en stedsidentitet til Trondheim som by. Gjennom store idrettsprestasjoner, ved for eksempel RBKs sine bragder i Champions League, former slike hendelser en historisk begivenhet som har skap og som stadig skaper entusiasme i byen. Steder gir også mennesket identitet, ut i fra det Wolden påpeker hører man stadig RBKs sine prestasjoner gjennom historiefortellinger som har grodd til enkeltindividers tilknytning eller følelser for et sted. I tillegg viser funnene i oppgaven at Trondheim fungerer som en møteplass i et større nettverk når det arrangeres CL i Trondheim. CL er det arrangementet med absolutt størst tiltrekningskraft blant publikum, som fyller hotellene i regionen og som trekker de største næringslivaktørene til Trondheim. Disse elementene er også med på å skape stedet Trondheim og det er med på å gi det et mer internasjonal særpreg og at andre mennesker i verden for øynene opp for Trondheim gjennom RBKs prestasjoner i Europacup. Lerkendal blir dermed et sted som skaper opplevelser. I følge Berg og Dahle 2004, er en av hovedforståelsene ved sted, det som omfatter tradisjoner som legger vekt på det indre, subjektive, og opplevelsesmessige dimensjonen ved sted. Individer og grupper tolker og knytter seg til de

områdene hvor de lever sine liv. Ut i fra denne forståelsen av sted, kan man betrakte RBK som en viktig aktør for de kommer på kamp at de får gode opplevelser.

Når det gjelder internasjonalisering og betydningen for klubbens lokale kontekst er konsekvensene for en fotballklubb i internasjonal kontekst er at kjøp og salg av spillere skjer i et raskere tempo enn noen gang. Fotballklubber i likhet med andre forretninger er bundet til globaliseringen ringvirkninger. Fri flyt av varer og arbeidskraft i et økende tempo bidrar til at steder blir mer sammenbundet og kan ha innvirkning på et lokalt nivå (Edensor & Millington 2008), eksempelvis i dette tilfellet en fotballklubb. Man må også ta i betraktning at når en god trøndersk fotballspiller utvikler seg og skiller seg ut kvalitetsmessig, vil dette også vekke interesse hos større klubber i utlandet. Samtidig vil gode unge norske spillere være mer interessante for utenlandske klubber jo yngre de er. RBK har som målsetning å konkurrere internasjonalt, og da er nærliggende å tro at, ja, man må være flinke på å satse på lokale spillere, men også være dyktige på å kjøpe spillere, i større grad enn tidligere. Når det gjelder RBK som sted kan man tolke det slik at som konsekvens av verden har blitt global, fører dette til stedet blir i økende grad utsatt for påvirkning, impulser utenfra og grenser blir mer og mer gjennomtrengelige. Dette kan også relateres til hvordan internasjonaliseringa kan ha påvirket klubbens grunnfilosofi. Klubben har ansatt trenere med andre synpunkter på prioriteringer i forhold til spillestil. Noen av nyansene i oppgaven viser at det kanskje finnes en felles trønders fotballkultur som har sitt opphav til klubbfilosofien til RBK. Denne fotballkulturen vektlegger at prestasjoner skal gjenskapes kontinuerlig.

I forhold til hvordan RBK ivaretar den regionale interessen er klubbfilosofien være en viktig faktor. Gjennom å at RBK er i stand til å underholde folk med det de driver med og at spilles god fotball på Lerkendal, kan dette bidra til å bevare interesse rundt klubben. Med andre ord, prestasjonene vil avgjøre. Hvis laget spiller dårlig fotball og ikke oppnår gode resultater, hjelper det lite hva RBK gjør ute i distriktene. Hvis laget derimot spiller god fotball og har gode resultater, så trenger kanskje ikke klubben å gjøre så mange tiltak for regionen, men de gjør det likevel for å forsterke regional identitetsbygging.

Siden denne oppgaven har brukt intervju som metode og informantene har kommet med sine vurderinger i forhold til hva som ligger bak den nasjonale patriotismen, byr ikke avhandlingen på et mer helhetlig bilde av hva populasjonen legger vekt på. Forslag til videre forskning kan være å gjennomføre en kvantitativ forskning med spørreskjema der det avdekkes sosiale mekanismer som

ligger bak en RBK-patriotisme hos individer som ikke stammer fra Trøndelag. Det kan også være aktuelt å gjennomføre en ny kvalitativ forskning med et større antall respondenter, i hovedsak supportere, med vurderinger hvordan de opplever internasjonaliseringens påvirkning på klubbens lokale kontekst. Med dette får man en mer generalisering og et mer helhetlig bilde hos populasjonen.

Litteraturliste

Adressa. 2013. *RBK har hentet 22 spillere på tre år.*

<http://fotball.adressa.no/eliteserien/article269888.ece>. Hentet 06.05.2013

Adressa. 2012. *Topp 30 i Europa kan bli til topp tre i Norge.*

<http://fotball.aftenposten.no/eliteserien/article226293.ece>. Hentet 06.5.2013

Adressa. 2013. *Nils Arne Eggen: Feil å ansette Jönsson.*

<http://fotball.adressa.no/eliteserien/article270335.ece>. Hentet 06.5.2013

Berg, N & Dale, B. 2004. Sted- Begreper og Teorier, i Nina. G. Berg. Britt Dale, Hans K. Lysgård og Anders Løfgren (Red.). *Mennesker, steder og regionale endringer*, 39-60. Trondheim, Tapir Akademis Forlag.

Castree, N. 2009: Place: Connenctions and Boundaries in an interdependent World, i Clifford, Nicholas J., Holloway, Sarah L., Rice, Stephen P. & Valentine, Gill. (eds.) 2009: *Key Concepts in Geography*, 153-170. Second edition. London, Sage Publications.

Clark, G. 2005. Secondary data (s 57-72), i Flowerdew, M. & Martin, D. (red). *Methods in human geography. A guide for students doing a research project*. Second edition. Pearson Education Limited, Harlow.

Clifford, N. J., French S. and Valentine, G. 2010. Getting started in Geographical Research: how this bok can help (s 3-15), i Clifford, N. French, S. & Valentine. G. (red). *Key Methods in Geography*. Sage Publications, London.

Dagbladet. 2012. *Sparkes fordi fotballen er kjedelig.*

http://www.dagbladet.no/2012/12/07/sport/fotball/tippeligaen/jan_jnsson/rosenborg/24719800/

Hentet 06.5.2013

Dahle, B. Berg, N.G. 2012. Hva er stedsidentitet og hvordan fanger vi den opp? (s 1-21), i Berg, N.G. Dahle, B. Førde, A. & Kramvik, B. (red.) *Å finne sted. Metodologiske perspektiver i stedsanalyser*. Akademia Forlag.

Dowling, R. (2000): *Power, Subjectivity and Ethics in Qualitative Research*. *Qualitative Research, Methods in Human Geography*. 23-36.

Edensor, T. & Millington. S, 2008: 'This is Our City': branding football and local embeddness. *Global networks*. Volum 8, 172-193.

Ellingsen, W. 2011, Personlig Kommunikasjon av Winfried Ellingsen.

Faulconbridge, J & Beaverstock, J 2009: Place: Connetctions and Boundaries in an interdependent World, i Clifford, Nicholas J., Holloway, Sarah L., Rice, Stephen P. & Valentine, Gill. (eds.) 2009: *Key Concepts in Geography*, 85-96. Second edition. London, Sage Publications.

Grinderud, K., Rasmussen, H., Nilsen, S., Lillethun, A., Holten, A. Sanderud, Ø. 2008. *GIS: Geografiens språk i vår tidsalder*. Oslo: Tapir Akademisk Forlag.

Goldman, R. & S.Papson 1996: *Sign wars: the cluttered landscape of advertising*. London: Guilford .

Hubbard, P. 2002. Theorizing Human Geographies, i Hubbard, Phil Rob Kitchin, Brendan Bartley & Duncan Fuller. 2009. *Thinking geographically. Space, theory and contemporary geography*, 3-41. London, Continuum.

Jacobsen, Dag Ingvar (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Høyskoleforlaget, Kristiansund.

Jakobsen, S. Gammelsæter, H. & Fløysand, A (2009): *The spatial embeddedness of professional fotball clubs in Norway*, *Soccer & Society* 10:2, 261-279.

Kvale, Steinar og Svend Brinkmann (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Akademisk, Oslo.

Longhurst, R. 2010. Semi-structured interviews and Focus Groups (s 103-116), I Clifford, N. French, S. & Valentine, G. (red). *Key methods in Geography. Second edition*. Sage Publications, London.

Lysgård, H.L 2001. *Produksjon av rom og identitet i transnasjonale regioner- Et eksempel fra det politiske samarbeidet I Midt-Norden*. Doktoravhandling, Geografisk Institutt, NTNU, Trondheim.

Postholm, May Britt (2005). *Kvalitativ metode: En innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier*. Universitetsforlaget, Oslo.

Rbk. 2012. *Fra Odd til Nordens Stolthet*.

<http://www.rbk.no/rbk-history> Hentet 06.5.2013

Rbkweb. 2013. *Rosenborgs historie*.

<http://www.rbkweb.no/klubben/historie.shtml> Hentet 06.5.2013

Rød, J.K. 2009. *Verktøy for å beskrive verden: Statistikk, kart og bilder*. Tapir Akademisk Forlag.

Sør-Trøndelag Fylkeskommune. 2013. *Rosenborg og Sør-Trøndelag Fylkeskommune inngår partnerskapsavtale*.

<http://www.stfk.no/no/Nyheter-Internett/Rosenborg-og-Sor-Trondelag-fylkeskommune-inngar-partnerskapsavtale/> Hentet 06.5.2013

Thagaard, T. 2003: *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. 2. utg. Fagbokforlaget, Bergen.

Valentine, G. 2005. Tell me about...: using interviews as research methodology, i Flowerdew, M. & Martin, D. (red) *Methods in human geography,. A guide for students doing a research project. Second edition*. Pearson Education Limited, Harlow.

Yin, Robert K (2009). *Case study research*. Sage Publications, Thousand Oaks.

Vedlegg

Sammendrag av intervjuguider

- Kan du fortelle hvem du er og hvilken tilknytning du har til klubben?
- Kan du oppsummere din fartstid i Rosenborg?
- Hvilken betydning har internasjonaliseringa av RBK hatt for klubbens lokale kontekst?
- Hvor stor er andelen lokale spillere i klubben?
- Hva er din oppfatning av viktigheten for en klubb å ha en lokal profil?
- Hva er RBKs klubbfilosofi?
- Har forandringen hatt betydning for den regionale identiteten?
- Hva gjør klubben for å bevare den regionale identiteten?
- Lokalt eller større utstrekning?
- Geografisk identitet?
- Hva betyr stedsidentitet som representant for RBK?
- Hvordan klubben kobler sin egen identitet med for eksempel Nord-Trøndelag.
- Hvordan mener du klubben utviklet seg ettersom dere har deltatt jevnlig i europacup siden 1990?
- Hvordan vil du definere Brakkamentaliteten?
- Hvordan har RBK opprettholdt brakkamentaliteten/folkelighet i takt med de forandringene klubben har gjennomgått de siste 25 år?
- Hvordan mener du folkeligheten er i dag kontra før den såkalte gullalderen?
- Hvilke fordeler og ulemper ser du en slik internasjonalisering ha for en fotballklubb?
- Mener du at sjela i klubben svekkes på grunn av økt tilførsel av utenlandske spillere?
- Hvordan mener du innførsel av utenlandske spillere påvirker identiteten og tilhørighet til en fotballklubb, ikke minst med tanke på supporterens oppfatning av klubben?
- Mener du, eller vil du si det er viktig å ha lokale trenere i klubben?
- Hvilken del er Klubben en del av det regionale, av det trønderske. Har fokus vært mer på det trønderske/ Sør –Nor Trøndelag?
- Merkevarer Rosenborg: Hvor viktig er det å være internasjonal.
- Har dere noen som selger RBK effekter andre steder enn i Trondheim.
- Kan du fortelle hvem du er og hvilken stilling du har i Trondheim Kommune?

- Hva betyr kultur for deg?
- Hvordan kan idrett defineres i innen kulurbegrepet?
- Kommuneres identitet gjennom idrett?
- Kan identitet kommuniseres via idrett/kultur?
- Hvordan bidrar RBK til å sette Trondheim Kommune på kartet?
- Internasjonalt?
- Markedsføring av stedet?
- Næringsutvikling av stedet?
- Arbeidsplasser?
- Finnes det en spesifikk trøndersk fotballkultur?
- Hvilken økonomisk betydning mener du Rosenborg ballklub har for Trondheim Kommune?
- Kan du gjøre rede for hvordan Trondheim Kommune som lokal aktør har påvirket utviklingen av organisasjonen Rosenborg Ballklubb?
- Felles prosjekter?
- Kan du forklare hvordan Trondheim Kommune og Rosenborg ballklubb fungerer sammen?
- Gir Trondheim Kommune noen form for økonomisk støtte til klubben?
- Bidrar Trondheim kommune å markedsføre RBK på noen måte?
- Hvordan tror du Trondheim hadde vært uten et dominerende fotballag som Rosenborg ?
- Hvordan vil du definere supporterkultur?
- Hva er kjernen sin supporterkultur
- Hva er viktigst, gull eller trønderske spillere?
- Hvor opptatt er den jevne supporter kontra entusiastene av at RBK har en lokal tilhørighet?
- Finnes det en spesifikk trøndersk fotballkultur?
- Hvor stor regional utstrekning tiltrekker RBK seg supportere?
- Hvis det finnes supportere fra andre steder enn Trøndelag, hva er det som får de til å følge et lag som i utgangspunktet ikke kommer fra samme sted?
- Hva betyr RBK for dere og motsatt.
- Hvilke fordeler og ulemper ser du en slik internasjonalisering har for en fotballklubb?
- Kom gjerne med andre eksempler
- Hvordan mener du innførsel av utenlandske spillere påvirker identiteten og tilhørighet til en fotballklubb, ikke minst med tanke på supporterens oppfatning av klubben?
- Mener du, eller vil du si det er viktig å ha lokale trenere i klubben?

- Kan du fortelle hvordan Adresseavisen som sponsor samarbeider med RBK?
- Hvorfor tror du det er viktig for Adresseavisen å sponse RBK?
- I hvilken grad påvirker Adresseavisen utviklingen av organisasjonen Rosenborg Ballklub?
- Finnes det en felles trøndersk fotballidentitet?
- Hva er bakgrunnen for din RBK-patriotisme?
- Har du slektsbånd til Trøndelag?