

Fredrik Norman Lysaker Eriksen

"Du har sofa supporteren liksom, men de kan for all del være like gode supportere de"

En kvalitativ studie av Stabæks supportergruppe
og synet på supporterbegrepet

Bacheloroppgave i sosiologi

Veileder: Aurora Sørsveen

Juni 2020

Fredrik Norman Lysaker Eriksen

"Du har sofa supporterene liksom, men de kan for all del være like gode supportere de"

En kvalitativ studie av Stabæks supportergruppe og synet på supporterbegrepet

Bacheloroppgave i sosiologi
Veileder: Aurora Sørsveen
Juni 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Det humanistiske fakultet
Institutt for sosiologi og statsvitenskap



Kunnskap for en bedre verden

Forord

Takk til min veileder, Aurora Sørsveen, for å alltid være tilgjengelig og stilt de kritiske spørsmålene for å få meg på rett vei.

Takk til informantene som stilte til intervju, delte sine synspunkter og erfaringer, selv i en tid der gjennomføring av intervju har vært utfordrende.

Takk til alle venner og familie som har tatt vare på meg også utenfor skriveprosessen.

Takk til coronaviruset som har gjort arbeidet krevende, men veldig lærerik.

Innhold

Innledning	3
Ultrasgrupperinger	3
Forskningsspørsmål	4
Det sosiologiske perspektivet	5
Teori og tidligere forskning.....	6
Stemplingsteorier	6
Tilskuerkategorier	7
Tidligere forskning.....	8
Metode	10
Valg av dybdeintervju	10
Utvalg av informanter	11
Oppgavens kvalitetskriterier.....	12
Koding og tematisering av empiri.....	13
Analyse	14
Fotballens posisjon i supporterens liv (1).....	14
Synet på å være supporter (2)	15
Kommersialisering av dagens fotball (3)	18
Tilhørighet til klubb og supportermiljø (4).....	19
Avslutning.....	21
Litteraturliste	23
Vedlegg 1: Intervjuguide.....	25
Vedlegg 2: Brev til informanter.....	27

Innledning

«Fotballsupportere har vel fått et sånn, hva skal jeg si, et slags rykte som pøbler sånne hooligans, mye er vel henta fra England. Det er der de ryktene og stereotypene kommer fra, hvor man nesten forventer at det er slåsskamper innad i supportergrupper eller mellom supportergrupper og at det bare er, bare er folk som er ute etter bråk og sånn.» (Håkon)

Ultrasgrupperinger

Ultras er en grupperingsform som oppstod i Italia på 1970-tallet. Ultras blir betegnet som en godt organisert og forpliktet subkulturell gruppe, hovedsakelig bestående av unge fans av et spesielt fotballag (Cleland, 2015). Guschwan (2007) beskriver hvordan den organiserte strukturen hos ultras skiller seg fra andre grupperinger ved at de har ukentlige møter for å sosialisere, samle inn penger og diskutere sin rolle i den kommende kampen. Videre viser han til hvordan ultras i dag blitt et signifikant element av ungdomskultur i Italia og resten av Europa. Intensjonen med ultrasgrupperinger var i utgangspunktet å distribuere billetter og arrangere reiser til bortekamper, men dette utviklet seg raskt gjennom god organisering, og ga grobunn for en åpenlys lidenskapelig kulturell og politisk identitet. Ultras har ofte et fast sted på et stadion der de viser frem flagg, bannere og starter sanger for å støtte eget lag (Cleland, 2015).

De første ultrasmiljøene vokste frem i Norge på 1990-tallet. Siden det har det vokst frem ulike ultrasgrupperinger tilhørende forskjellige klubber. Ved oppblomstringen av disse miljøene, som i utgangspunktet er for å lage stemning og gi støtte på tribunen, førte det til en misoppfatning om at ultras først og fremst er til for å lage bråk og utøve vold. Gjennom denne oppgaven har jeg et perspektiv sett fra supporterens syn på hva det vil si å være fotballsupporter og ultra i Norge. Jeg ønsker med denne oppgaven å gi et innblikk i ultrasgrupper sett fra en akademisk synsvinkel. For å begrense oppgaven vil jeg først og fremst ta for meg ultrasmiljøet, men også vise til den mer etablerte supportergrupperinger.

På 2000-tallet vokste interessen for fotball svært raskt. Dette har en sammenheng med den økende media og Tv-dekning som gjorde fotballen til en yndet underholdningsindustri (Hjelseth, 2006). Dermed skjedde det en endring av hva publikum er fra *fans* til *kunder* (King, 2002). Spesielt i England har denne dreiningen skjedd i stort omfang, og tilskuere som ser på seg selv som tradisjonelle lojale fans, har blitt skvist ut av stadionene for å få plass til stillesittende tilskuere fra hele verden. Supportere føler de blir lagt bånd på av klubber og

forbund for at en ikke skal skremme bort tilskuere gjennom utagerende oppførsel (Fossum, 2009). Dette er ikke like fremtredende i Norge da stadioner sjeldent er fullsatt. Likevel er ultrasgrupper i Norge opptatt av å vise motstand til den moderne fotballen som de mener har blitt kommersialisert og tatt bort fra de tradisjonelle supporterne, noe som føles urettferdig (Fossum, 2009).

Forskningsspørsmål

Det jeg ønsker å finne ut i denne oppgaven er hvordan ultras mener det vil si å være fotballsupporter spesielt i en tid der det ikke spilles fotball? Er det mulig å kategorisere supporterne vi har i Norge, og hvordan føler de seg sett på av samfunnet og media? Dette har ført til forskningsspørsmålene:

1. Hva er en supporter? Hva innebærer det å være supporter og det miljøet de selv er en del av? Hvordan fremstiller de seg selv?
2. Hvordan føler ultrasupportere de blir sett på av samfunnet og media? Har kommersialiseringen av fotballen gjort synet på ultras annerledes?

Disse spørsmålene vil jeg forsøke å gi svar på gjennom å bruke Giulianottis (2012) kategorisering av ulike tilskuere, samt bruke stemplingsteorier av Becker (1973) og Merton (1968). Oppdelingen av forskningsspørsmålene ble gjort for å vise til synet både innenfra og utenfra på fotballsupportere, som har betydning for hvordan supporterfenomenet blir omtalt. Dette vil naturlig nok overlappe ved at fenomenet er komplekst og lite håndfast, samtidig ser jeg det som hensiktsmessig å ha et skille for å lettere diskutere med utgangspunkt i det teoretiske perspektivet.

Av personlige grunner ønsker jeg å skrive en oppgave om fotballsupportere da jeg selv nærmest er mer opptatt av hvordan tilskuere ter seg på kamp, enn hva som faktisk spilles på banen. Spesielt i perioden denne oppgaven skrives hvor fotball spilles uten tilskuere på tribunen under kamp. Samtidig er jeg interessert i disse grupperingene da de ofte tilfører noe også utenfor banen. Ved å ha vært på ulike stadioner rundt i Europa og sett ulike typer ultrasgrupper er det spennende å se hvordan man i Norge har adoptert mye av det som gjøres på ulike stadioner i Europa.

Det sosiologiske perspektivet

Sett fra et sosiologisk perspektiv er det å undersøke grupper som blir sett på som annerledes og som skiller seg fra det vanlige av interesse å studere. Det er spennende å få innsikt i og forstå normer og syn disse gruppene har som ofte blir sett på som overveldende og aggressive. Supportermiljøer, spesielt ultrasmiljøer, har gjennom mange år hatt et dårlig rykte, men har de siste årene vært bedring rundt vold og uønsket atferd blant fotballsupportere (Lyngøy, 2017). Tidligere fremvisninger som Fossum (2009) og Reim (2008) viser til var medias dekning ultrasmiljøer preget av en skrekkblandet fascinasjon. Som det kommer frem i oppgaven har utenforstående en slags «hva er vitsen» holdning og skjønner ikke hvordan en kan bli så engasjert i en sport og en klubb. Dette kan vise til en manglende forståelse og kunnskap om hva det innebærer å være fotballsupporter. De siste årene har oppblomstringer av kontoer på sosiale medier, filmer på Youtube og podkaster gitt et mer folkelig syn på hva det innebærer å være aktiv supporter. Supporteraksjoner er et dagsaktuelt da det under arbeidet med denne oppgaven ble utført banneraksjoner rettet mot en spiller på laget informantene er supportere av. Samtidig har flere ultrasgrupperinger rundt om i verden brukt sine etablerte nettverk til å hjelpe trengende under korona-epidemien (Gennoy, 2020). Et annet sosiologisk og samfunnsmessig interessant perspektiv er synet på hva som er riktig og gal supporteroppførsel. At dagens fotball er preget av kommersialisering (Hjelseth, 2006) har gitt en interessekonflikt mellom supportere, klubb, forbund og andre tilskuere. Man vil ha stemning på kampene, samtidig er man redd for å skremme vekk mulige kunder ved utagerende oppførsel.

Opgaven er bygget opp med en innledning, teoridel, analyse og konklusjon/avslutning. I teoridelen vil jeg vise til tidligere forskning på fotballsupportere og ultrasmiljøet spesielt rettet mot Norge, før jeg tar for meg stempelingsteoriene til Becker (1973) og Merton (1968) og Giulianottis (2012) tilskuerkategorier. Metoden som ble brukt er dybdeintervju av supportere tilhørende eliteserierklubben Stabæk. I analysedelen presenterer jeg funnene gjort i intervjuene, før jeg videre diskuterer disse i lys av teoriene vist til i teoridelen. Her vises det til hvordan ultras ser på supporterbegrepet og hvordan de føler de blir sett på av samfunnet. I avslutningen oppsummerer jeg de viktigste funnene og ser på forholdet mellom empiri og teori, før jeg ser på hva som kan forskes på videre.

Teori og tidligere forskning

Stemplingsteorier

Howard Becker er en av de mest fremtredende når det kommer til stempingsteori. Alle sosiale grupper utformer sosiale regler, som skal definere ulike situasjoner og atferdsformer som er passende for gruppen (Becker, 2005). Dette sier oss noe om hva som er riktige og gale handlinger. Å ikke følge disse reglene som gruppen har, vil føre til at en blir sett på som annerledes. Becker (1973) hevder det skapes avvik i samfunnet gjennom at sosiale grupper lager regler, og at brudd på disse reglene betraktes som uakseptabelt. Reglene anvender man i forhold til ulike grupper og stempler de som ikke følger reglene som avvik, eller outsiders.

Et viktig moment, er at avvik ikke er en egenskap ved handlingen, men blir en konsekvens av at enkelte anvender regler og negative sanksjoner sett i forhold til enkelte personers atferd (Becker, 1973). Derfor kan man si at en person ikke kan kalles for en avviker på grunn av egenskaper eller personlighetstrekk, men at en blir en avviker når omgivelsene stempler en som en. Det er de sosiale gruppene som setter opp regler og når disse blir brutt stemples man som en outsider (Becker, 2005). Disse reglene trenger ikke nødvendigvis være formelt nedskrevet, men heller uformelle enigheter (Becker, 1973). Hva som er avvikende er ikke en objektiv sannhet. Det som blir oppfattet som normalt i en kontekst kan være avvikende i en annen. Derfor kan en type atferd bli akseptert når den utføres av en person, mens den blir sett på som avvikende av en annen (Becker, 1973).

Hvem som avgjør hva som er legitimt og ikke, hevder Becker er et spørsmål om politisk og økonomisk makt. Noen vil derfor forsøke å tvinge sine regler over på andre, mot deres vilje. Det moderne samfunnet er ikke en ansamling ukompliserte organisasjoner der alle er enige om hvilke regler som skal følges og hvordan disse skal følges i spesielle situasjoner. Derfor vil det oppstå uenighet mellom gruppers regler om hvilken atferd som er den riktige i en gitt situasjon (Becker, 2005). Om en handling blir behandlet som avvikende, avhenger av hvem som begår avviket og hvem som føler at de tar skade av den (Becker, 2005). Sosiale regler skapes av hver enkel sosial gruppe. Det moderne samfunnet er sammensatt av ulike kompliserte organisasjoner der de ulike organisasjonene og sosiale gruppene operer med ulike regler og syn på hva som er rett og galt i en gitt situasjon (Becker, 2005).

Et viktig moment er å se på hvordan avvikeren selv ser på situasjonen. De kan være uenige i hvordan reglene og normene som andre sosiale grupper stempler som avvik. På den måten kan den avvikende stemple andre som outsiders (Becker, 1973). Avvikere deler ofte et stempel fra de som lever et "normalt" liv. De avvikende vil ofte innlemmes i en avvikende

kultur enten de er formelt definert som avvikere eller ikke (Becker, 1973).

Dette er interessant i en supporterkulturell sammenheng. Hvem avgjør hva en riktig supporter er? Hvem definerer hva som er riktig og galt å si og gjøre? Hvorfor aksepteres en type atferd blant noen supportere, mens andre blir sett ned på?

Et sosiologisk begrep for å beskrive hva som skjer når en falsk tro påvirker folks atferd slik at det etter hvert former virkeligheten er *selvoppfyllende profeti*. Stemplingsteoretikere hevder at når en får stempel som for *eksempel* pøbel eller kriminell, fører dette til at omverdenen vil begynne å oppfatte personen som pøbel eller kriminell av "natur" (Lilly, Cullen & Ball 2007). En person som blir oppfattet som en type person, vil med stor sannsynlighet fortsette å opptre på denne måten fordi en som blir stigmatisert begynner å handle i tråd med de oppfatningene andre har av dem. En person kan dermed gå inn i rollen som avviker fordi dette er lettere enn å skulle prøve å motbevise oppfatningen andre har av en. Dermed blir det en selvoppfyllende profeti (Lilly, Cullen & Ball 2007). Et annet sentralt begrep i stemplingsteorien er *moralsk panikk* som går ut på at et fenomen blir blåst opp eller overdrevet i mediene. Dermed får man en oppfatning av at noe er farligere og forekommer oftere enn det i gjør i virkeligheten, slik at det oppstår unødvendig panikk omkring fenomenet (Cohen, 2002). Dette er relevant for oppgaven da flere, spesielt media, ofte har hatt et negativt syn på ultras (Fossum, 2008).

Tilskuerkategorier

Richard Giulianotti regnes som en av de mest fremtredende forskerne på studier av fotballtilskuere. Han har laget en modell hvor han ordner tilskuere inn i fire ulike kategorier; *supporter, fan, tilhenger og flanør* (Giulianotti, 2012).

Supportere, blir omtalt som tradisjonelle tilskuere og kjennetegnes ved at de er investert personlig og følelsesmessig i fotballklubben over lang tid. Å være supporter av en klubb er en opplevd erfaring og en vesentlighet for disse individenes selvoppfatning. Supportere dyrker den varme, tradisjonelle identifiseringen på en subkulturell måte. Dette synet har gått i arv noe som har ført til at nye generasjoner sosialiseres inn i et supportertermiljø, som videre har ført til at supportergrupper har fått en viktig posisjon i dagens fotball.

Tilhengere er ikke kun tilhenger av klubben, men også av spillere, managere og andre fotballfolk. Tilhengeren har en form for solidaritet som omhandler en ikke-økonomisk bytterelasjon mellom tilhengeren og favorittklubben. Klubben mottar interesse og støtte, mens klubben tilbyr noe som stemmer overens med tilhengerens habitus eller etablerte fotballinteresse. Tilhengeren hevdes å ha det Cohen (1978) omtaler som «reiridentiteter».

Dette brukes for å forklare hvordan selvet forsøker å integrere ulike lojaliteter. Reiridentiteter

er med på å gjøre det mulig for tilhengeren å ha en rekke favorittklubber og spillere i ulike sammenhenger (Giulianotti, 2012). En *fan* utvikler en form for intimitet eller kjærlighet til klubb. For en fan er forholdet til klubben en viktig del av selvet. Men forholdet har en større distanse mellom individ og klubb enn hos supportere. En fan har akseptert inntoget av markedskreftene i fotballen og styrken til en fans identifisering er gjennom forbruk av produkter. Thompson (1997) beskriver et slikt sosialt rammeverk som «ikke-gjensidige nære relasjoner med fjerne andre». En *fotballflanør* er den forbrukerorienterte tilskueren, en postmoderne tilskueridentitet som har et upersonlig forhold og styres av markedsdominerte virtuelle relasjoner. Flanøren har økonomisk- og kulturell-kapital, samt et utdanningsnivå som inspirerer til en kosmopolisk interesse for å samle på opplevelser (Giulianotti, 2012). Det vises til at en flanør forholder seg til klubber som en «window-shopper», altså at den kan bytter lag etter hva som ser mest spennende ut.

Tidligere forskning

Tidligere forskning på supporterkultur har i stor grad vært rettet mot den britiske supporterulturen. Dette kommer av at fotball har i lang tid hatt en sterk posisjon i England, og det er også her man først omtaler tilskuere som supportere av et lag (Brown, 2017). Det er likevel ved inntredelsen til den voldelige hooliganismen som oppstod på 60-tallet at forskere ble interessert i å utforske fenomenet fotballsupportere. Dette fordi volden som oppstod ikke var et fotballfenomen, men et større sosialt problem (Brown, 2017). I den senere tid har kommersialiseringen av den moderne fotballen blitt et yndet studieobjekt, der en er interessert i hvordan den "klassiske" supportereren forholder seg til den moderne utviklingen.

En sentral studie på dette området er Anthony Kings (2002) *"The End of the Terraces"*. I studien viser han til hvordan den sterke kommersialiseringen av den engelske toppdivisjonen, gjennom etableringen av Premier League, gjorde ståplasser om til sitteplasser og stor utskiftning av publikum gjorde at man distanserte seg fra de tradisjonelle supporterne. Tidligere antok man at fjerningen fra fotballen som arbeiderklasesport var opphavet til mye av volden som oppstod, dette marginaliserer King, selv om mange fortsatt forbinder arbeiderklassen med den tradisjonelle supportereren.

I norsk sammenheng har Arve Hjelseth vært fremtredende i forskning på kommersialisering og supporterers innflytelsesmuligheter. Utad har ultraskulturen ofte blitt sammenfattet med casuals-kulturen som er mest kjent for at supportere fra ulike lag avtaler slåsskamper med likesinnede. Line Fossums masteroppgave fra 2009 viser til at kunnskap til ultraskulturen er begrenset hos folk flest og derfor ofte forveksler de to kulturene. Det vises til at

ultrasinspirerte grupper er ment å være en positiv ressurs på tribunen. Likevel blir ofte dette miljøet uglesett av media og øvrig publikum. I tillegg til Fossum har Nina Reims (2008) skrevet masteroppgave om Vålerengas supporterklubb Klanen.

I Norge begrenser studier av ultrasgrupper seg først og fremst til Fossums studie av ultrasgrupper innad i Rosenborg og Lillestrøms fra 2009. Mens det i Sverige finnes nyere forskning som for eksempel Thorells studie i kulturanthropologi om Hammarbys fotballsupportere fra 2018 og Rahm og Rangstedt sosiologiske studie av AIK og Hammarbys supportere fra 2013. Som vi ser er ultrasgrupperinger og supporterkultur lite utforsket fra et akademisk perspektiv. Flere av studiene begynner å bli eldre, sett ut ifra at fotballen og samfunnet er i rask utvikling. Samtidig tar jeg for meg et lag og supportertermiljø som ikke har blitt gjort studier av tidligere. Dette kan gi et nytt innblikk i hvordan supportere i dagens fotball stiller seg til spørsmålet omkring hva det vil si å være supporter

Metode

Metoden jeg har brukt i denne bacheloroppgaven er dybdeintervju. Jeg har gjennomført fire intervjuer med fire personer som har tilknytning til ultrasmiljøet til eliteserieklubben Stabæk. Interessegruppen er svært sentrert da jeg ønsket å finne ut hva personer i ultrasmiljøet selv mente om hva det vil si å være supporter. Samtidig har jeg intervjuet personer som har ulik tilhørighet til miljøet i dag, da en av informantene er svært ny i miljøet, mens en annen var mer aktiv tidligere. studien er godkjent av NSD, som forskningsprosjekt for bacheloroppgave ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap (NTNU)»

Valg av dybdeintervju

I teoridelen viste jeg hva tidligere forskning sier om ultrasmiljøers syn på supportere, og tatt for meg hva tidligere forskning kategoriserer det å være en supporter. Dette viser at begrepet er et vidt begrep som kan brukes på ulike måter og med ulik mening. I denne oppgaven er jeg dermed ute etter å finne holdninger, meninger og forståelser av hva det vil si å være supporter sett fra et ultrasperspektiv, og dermed falt valget av metode på dybdeintervju (Tjora, 2017). Tidligere forskning tar for seg andre større ultrasmiljøer enn det som finnes i Stabæk, og er gjort i en periode da ultrasmiljøer i større grad var preget av kommersialiseringen som skjedde av fotballen. Dermed er det interessant å finne ut hvordan dette miljøet uttaler seg i dagens samfunn, spesielt da oppgaven blir skrevet i en tid der fotball mest sannsynlig blir spilt uten publikum på stadion en god tid fremover. Jeg var ute etter å finne informantenes subjektive mening når det kom til supporter-begrepet og hvordan det oppleves å være supporter i dagens samfunn og en del av et supportermiljø.

Å være en del av et ultrasmiljø kan for enkelte være et sensitivt tema og dermed kan enkelte informanter være forsiktig i sine uttalelser. Derfor var det viktig for meg som forsker å skape en atmosfære der informanten følte det var behagelig og trygt til å dele sine tanker og meninger (Tjora, 2017). Derfor var det naturlig for meg å velge dybdeintervju. Jeg visste jeg ville intervju personer som tilhører et miljø som kan ha et negativt syn på det å bli intervjuet og var redd eventuelle misforståelser kunne bli brukt imot dem. Det var derfor viktig å skape en fortrolighet med informantene slik at det ble lagt til rette for at informanten kunne snakke åpent om personlige erfaringer (Tjora, 2017). Jeg ønsket i utgangspunktet deltagende observasjon for å supplere, og vise til konkrete eksempler fra tribunen. Dette ble umulig å gjennomføre da omstendighetene gjorde at all kampvirksomhet ble usatt på ubestemt tid. Dette gjorde også at alle intervjuer ble gjort over telefon og Skype. Dette var eneste måte å gjennomføre datainnsamling, men fører også til svakheter ved innsamling av empirien.

Utvalg av informanter

For å sikre informantenes anonymitet ønsker jeg ikke å gå inn på konkret alder eller sosial bakgrunn. Ultrasmiljøet i Norge og Stabæk er relativt lite og derfor er sannsynligheten stor for at informantene kan gjenkjennes ved utlevering av personlige opplysninger. Derfor har jeg valgt å gi informantene et annet navn enn sitt eget i denne oppgaven. Informantene snakker på egne vegne og dermed utaler seg ikke på vegne av hele gruppen. Samtidig vil jeg påpeke at uttalelser og forståelser ofte kan samstemme med den generelle oppfattelsen i miljøet.

For å samle inn informanter brukte jeg et strategisk utvalg ved å høre med personer jeg visste hadde tilhørighet til supportermiljøet i Stabæk. Disse satte meg i kontakt videre slik at jeg kom dypere inn i miljøet. En av informantene vil jeg betegne som bekjent, mens resten av informantene er personer som har blitt anbefalt som gode intervjuobjekt til oppgaven. Dermed kunne jeg være sikker på at personene hadde tilknytning til supportermiljøet og kunne svare utdypende og reflektert. Det var viktig for meg å finne personer som aktivt hadde tilknytning til disse miljøene, samtidig visste jeg at det finnes ulik grad av tilknytning til miljøet selv om supportergrupper som Stabæksupport ofte blir sett på som en homogen gruppe. Ved gjennomføring av kvalitative intervjuer er et viktig kriterium at en velger informanter som av forskjellige grunner kan uttale seg på en reflektert måte (Tjora, 2017).

Jeg har gjennomført 4 intervjuer med supportere fra eliteserieklubben Stabæk. Informantene var i alderen 23-27 år, der alle informantene enten jobber eller studerer. Felles for alle informantene er at de tilhører supportermiljøet i Stabæk av ulik grad. Informantene vil derfor ha forskjellig forståelse og meninger rundt det å være supporter og inngå i et ultrasmiljø. Samtlige har deltatt aktivt på stadion under kamp og vært aktive medlemmer av supportergruppen.

Etter at utvalget og intervjuene ble gjennomført, så jeg at personene jeg har valgt er en relativt homogen gruppe, dette var ikke noe jeg opprinnelig hadde til hensikt å gjøre. Jeg tror imidlertid ikke det vil påvirke hva jeg har tenkt å undersøke, da jeg ser på hva hver enkelt tenker om hva det innebærer å være supporter. En annen ulempe med metoden for valg av informanter, er at de kan ha følt de gjorde det for sin venn som hadde satt de i kontakt med meg. Derfor kan de ha vært mer diplomatisk og tilbakeholden med informasjon enn om jeg hadde rekruttert informanter på en annen måte. Ved at en person som allerede hadde gjennomført intervjuet satte meg i videre kontakt, kunne det tenkes at de delte svar eller ble enig om hva de skulle fortelle. Det var derfor viktig for meg å avklare med informantene på forhånd at de ville bli anonymisert og at jeg som forsker er taushetsbelagt. På forhånd kan jeg

som forsker ha antagelser om hva informantene kunne komme til å svare, basert på tidligere intervju. At jeg visste at informantene var en del av et ultrasmiljø kunne jeg på forhånd tro at de hadde en negativ innstilling til andre supportere og samfunnet ellers. Jeg ønsket derfor i størst mulig grad å stille åpne spørsmål og unngå å gå inn i intervjusituasjonen med for store antakelser. Jeg så det som viktig å hele tiden utvikle spørsmålene slik at jeg fikk et større innblikk i hver enkelt informants meninger.

Oppgavens kvalitetskriterier

Begrepene gyldighet, pålitelighet og generaliserbarhet benyttes ofte i kvalitativ forskning for å diskutere oppgavens kvalitet (Tjora, 2017). Med gyldighet mener vi at de svarene vi får gjennom forskningen faktisk er de svar på de spørsmålene vi har stilt (Tjora, 2017).

Intervjuene ble i størst mulig grad gjort gjennom å følge intervjuguiden slik den er satt opp. Likevel var det i deler av intervjuet naturlig å komme med oppfølgingsspørsmål som bygget videre på svarene informantene ga. Spørsmålene i intervjuguiden var inspirert av tidligere forskning. Dette for å sikre at spørsmålene i stor grad skulle være relevant til det jeg ønsket å få svar på i oppgaven. For å finne ut hvilket syn ultrasupporterne hadde på seg selv og hvilket syn de trodde andre hadde på dem så jeg det som relevant å benytte meg av supporterbegrepet til Giulianotti og Beckers stemplingsteori. Dette kan ha vært med å påvirke spørsmålene negativt ved at jeg legger opp til hva informantene skal svare inn under begrepene. Derfor forsøkte jeg å stille spørsmålene så åpne som mulig slik at informantene selv fikk svare fritt. Ved å vise til konkrete svar informantene ga, har ikke jeg som forsker mulighet til å omformulere svarene slik at de skal passe mest mulig med de forutinntatte begrepene jeg formulerte spørsmålene ut ifra. At forskningen foregår i rammene av tidligere forskning og innenfor rammene av faglighet er den viktigste kilden til gyldighet (Tjora, 2017).

Oppgavens pålitelighet går ut på hvordan forskerens posisjon har mulighet til å påvirke forskningens resultater. At jeg selv er svært interessert i fotball, og har vært på kamp med flere ulike supportergrupper, gjør at jeg har vært i kontakt med ultrasgrupper av ulike typer. En utfordring har dermed vært å være så objektiv i formuleringen av spørsmål, gjennomføringen av intervjuer og tolkning av disse. Samtidig blir det vist til at kjennskap til miljøet som forskes på ikke automatisk er noe negativt, men kan heller spille positivt inn ved at man kan stille presise spørsmål og har muligheten til å komme dypere inn i miljøet (Tjora, 2017). Et viktig aspekt ved pålitelighet er at man er bevisst på egne forutinntattheter slik at den ikke skal prege analysen. Ved å bruke dybdeintervju som metode har jeg muligheten til å legge frem direktesitater fra informantene styrker dette påliteligheten ved at man kan høre

informantens «stemme» (Tjora, 2017). På den måten kan jeg bruke ulike sitater gjort gjennom systematisk koding til å belyse temaet og forskningsspørsmålene og unngå at analysen påvirkes av mine egne forutinntattheter.

Generaliserbarhet handler om at forskningen som er gjort er relevante utover de tilfellene som er studert (Tjora, 2017). Ettersom oppgaven baserer seg på 4 informanter er det vanskelig å si for mye om generalisering. Dermed er naturlig å bruke tidligere forskning som støtte for å si noe om hvordan ultrasgrupperinger opplever å være supportere. I intervjuene ønsket jeg å få frem de subjektive meningene hver enkel informant hadde knyttet til disse opplevelsene. At alle informantene viser til at det finnes et mangfold av supportere og at ultras ofte får et ufortjent dårlig rykte kan dette være en indikasjon på at denne oppfattelsen deles av flere i samme miljø. Dette trenger ikke bare å gjelde innenfor Stabæks supportertermiljø, men kan også gjelde supportere av andre klubber. Ved at jeg opererer med et lite utvalg er det likevel viktig å ikke generalisere funnene som relevante også for andre studier.

Koding og tematisering av empiri

Dybdeintervjuene har blitt analysert gjennom empirinær koding gjennom bruk av SDI-modellen (Tjora, 2017). Alle intervjuene ble transkribert før jeg gikk igjennom dem for å finne koder, slik at jeg enkelt kunne finne deltakerutsagn for på den måten ivareta det spesifikke i materialet (Tjora, 2017). Dette ble gjort slik at analysen skulle baseres på hva informantene selv hadde uttalt, og unngå antakelser jeg som forsker kunne ha på forhånd. Ved bruk av empirinær koding kommer det viktigste i informantsvarene frem og er med på å gi kodegrupper som brukes som temaer i analysen. Ved å gjøre det på en slik måte ender man ofte opp med et tallrikt antall koder, derfor ble disse testet slik at jeg til slutt satt igjen med totalt fire kodegrupper. Det er disse gruppene jeg baserer analysedelen i oppgaven på.

Analyse

I analysedelen vil jeg belyse (1) hvilken posisjon fotballen har i supporterens liv, (2) synet på det å være supporter, (3) synet på kommersialisering av dagens fotball og (4) tilhørighet til klubb og supportertermiljø. Analysen er strukturert slik at hvert av temaene er overskrift for hver sin del, slik at empirien gjennomgående blir presentert ved sitater fra informantene.

Fotballens posisjon i supporterens liv (1)

Samtlige av informantene hadde selv drevet med fotball fra tidlig alder og kom på den måten tidlig i kontakt med idretten, men har av ulike grunner sluttet. Alle informantene begynte å følge Stabæk på 2000-tallet, selv om det var ulikt tidspunkt de begynte å gå fast på kamp. Det kommer ikke frem hvorfor de begynte å gå på kamp eller hvem som tok dem med. Det kommer også frem at 3 av 4 informanter følger utenlandske klubber, men at Stabæk står sterkest selv blant disse. Som tidligere forskning har vist, står den engelske fotballen sterkt blant nordmenn (Vik, 2014), men ikke alle har et annet lag de følger i utlandet:

«Jeg har egentlig hoppa av den engelske, jeg følger ikke noe lag og sånne ting, men jeg ser alt jeg kan av fotball så lenge jeg har mulighet. Eh.. Men den kjærligheten for klubben er kun Stabæk» (Håkon)

At man kun har et lag en følger betyr ikke at en kun ser kamper av sitt eget lag. Alle informantene viste til at de så mye fotball, også når den norske sesongen ble avsluttet. Å være interessert i fotball gjør at man ofte ser kamper av andre lag, som man i utgangspunktet ikke har tilknytning til. Likevel viste flere til at Stabæk betydde mye for dem også når det ikke ble spilt kamper, å holde seg oppdatert på klubbens virksomhet og utvikling var viktig:

«Det er jo hver dag da, inne å sjekke på nettet og inne på forum til Stabæk support. Så inne og leser det meste som omhandler Stabæk» (Sigurd)

For andre kan fotballen og interessen for sporten bli så sterk at den preger arbeidslivet:

(Ler) «Jeg fikk faktisk en kommentar på det på jobb i dag om at «Ja, skal vi prøve en fotballfri dag på jobben i morgen?». Så det er jo klart det blir mye fotball og kanskje spesielt i disse tider når det ikke er noe fotball så er savnet ekstremt.» (Kristoffer)

Det å være supporter og følge fotball tett kan bli sett på som slitsom og gjentakende blant personer som ikke har den samme interessen. Spesielt i tider som denne oppgaven ble skrevet i der all fotball har blitt stanset av corona-epidemien viste informantene til at savnet av

fotballen ble forsterket. Dette har sammenheng med at den norske eliteserien har en lang vinterpause som bygger opp forventinger og håp til den kommende sesongen. Flere så frem til å kunne se fotball igjen:

«Det var første gang på lenge jeg hadde gleda meg, ja så kom de greiene så det er litt surt.» (Jonas)

«Nei det er jo blytungt selvfølgelig. Nå skjønnte jeg at tv2 har kjøpt rettighetene til færøysk fotball. Så man blir vel til å sitte å glo litt på det. Men det er jo klart at abstinensene er der av å både gå på kamp og møte boysa og å se fotball generelt. Det er ikke spesielt gøy det er ikke det. Skjønner ikke helt hva folk som ikke er interessert i fotball bruker tiden sin på for å si det sånn.» (Kristoffer)

Fotball betyr mye for enkelte slik at man i perioder uten idretten tar til seg det som er tilgjengelig. Det viser at man i perioder med lite fotball ikke er opptatt av kvaliteten men heller det å se spillet. Når informantene prater om periodene som det ikke spilles kamper får man inntrykk av at det er en skuffelse og at informantene kjenner på et savn, som kan hevdes å være større nå enn noen gang.

For andre kan det å være fotballsupporter definere hvem du er som person og på den måten får påført et stempel.

«Ja det gjør det jo faktisk egentlig, altså sånn på jobben så veit jo alle at jeg er veldig aktiv supporter og sånne ting da, så de tenker jo, altså mange tenker jo på meg som Stabæk supporter og det er mange som liksom ikke helt forstår hvor mye tid man på en måte. De skjønner ikke hvorfor man bruker så mye tid på det. Det definerer meg som en person, ja det gjør jo det» (Jonas)

Som vi vil se senere blir mange som tilhører såkalte ultrasmiljøer få en form for stempel av både samfunnet og media som man må forholde seg til når en inngår i slike miljøer.

Synet på å være supporter (2)

Ordet supporter er et komplekst og vanskelig begrep å finne en fast ramme på. Selv om Giulianotti (2012) hevder det finnes fire idealtypiske kategorier for å klassifisere tilskuere er ikke dette noe informantene har tatt til seg som begrep. Supporter blir oppfattet som et samlebegrep for alle som følger et fotballag. Samtidig blir det vist til at det er flere ulike typer supportere. Dermed kan det hevdes at Giulianotti (2012) har satt ord på skilnadene mellom tilskuere på fotballkamper. Informantene selv følte det var vanskelig å svare på hva en typisk supporter er selv om dette er et begrep som blir brukt flittig:

«Det er jo mye forskjellig da, men de fleste hvis man er ordentlig supporter føler jeg, så er man veldig lidenskapelig engasjert i klubben og det som foregår i og rundt det laget du støtter. Og mange har kanskje veldig sterke meninger rundt klubbens spillere, klubbens personer i både styret og sånne ting.» (Håkon)

«Nei altså, det jeg føler er at du har forskjellige kategorier på det. Altså du har sofa supporterer liksom, men de kan for all del være like gode supportere de. Men for meg så, hva det er å være supporter så tror jeg det er å bidra på kamp med sang og flagging og bannere og sånne ting.» (Kristoffer)

Å være supporter er for informantene mer enn bare å gå på kamp. At ord som «ordentlig supporter», og å være aktiv og engasjert blir brukt, viser at disse supporterne setter seg over det som blir omtalt som den vanlige supporter. Informantene i denne oppgaven tilhører i stor grad ultrasmiljøet i Stabæk. Et av de viktigste målene til ultrasene er å skille seg fra den vanlige supporter. Dette stemmer godt overens med Giulianottis kategorisering der ultras ser på seg selv som supportere, mens andre «vanlige» tilskuere vil passe under kategoriene fans eller tilhenger. «Vanlige supportere» betegner de tilskuerne som ofte sitter på hovedtribunen og bidrar med minimalt av sang og heing. Det er disse ultras tradisjonelt ønsker å distansere seg fra (Giulianotti, 2012).

«For min del så innebærer det å være supporter at man drar på så mange kamper som man kan og at man bidrar på den måten man ønsker at en supporterkultur skal være. For noen vil det si å stå på et supporterfelt og skrike og herje og for andre så er det å sitte og ha sesongkort og sånne ting, og har du sesongkort og drar på det du kan av kamper så vil jeg kalle deg en supporter da. (Jonas)

Som sitatet viser, er personer i ultrasmiljøet klar over at alle som støtter klubben er viktige, men dette kan hevdes å være på grunn av økonomiske årsaker heller enn at de føler de bidrar til å støtte laget på banen. Supportere som står i kontrast til informantene med sin ultrastillhørighet kalles «new consumer fans» (King, 2002). Kjennetegnet på denne type fans er at de ofte har et mer kundepreget og underholdningsrettet syn på fotballen. Det er også denne type tilskuere som dominerer på norske tribuner, selv om det er ultras som i størst grad høres. For de fleste er dermed fotball kun et underholdningsprodukt, mens for andre, da spesielt ultras, representerer fotballklubben en viktig del av deres sosiale identitet. Flere av informantene ga også uttrykk for at de mente at så lenge en person hadde kjærighet for klubben og laget kunne du bli de godtatt og akseptert som supportere av ultras.

. Det som samtidig er interessant er hvordan ultrasen trodde samfunnet ellers så på disse grupperingene.

*«I Norge så er det jo 16 lag i Eliteserien og alle har hver sin supportergjeng. Så la oss si Måkeberget som er supportergjengen til Haugesund, det er jo «klapp klapp» typ, og det er jo veldig forskjell der. Jeg tror at samfunnet de ser på fotballsupportere som vanlige folk. Men det er jo enkelte supportergjenger som kan ødelegge det ryktet.»
(Sigurd)*

Informantene viser altså til at det finnes et bredt spekter av supportergrupper i Norge og på den måten kan supportere bli sett på forskjellig. Samtidig blir det vist til at mange i samfunnet sammenfatter ultrasmiljøer i Norge med hooligansmiljøene i England som fikk mye oppmerksomhet i mediene. Disse har vært med på å gi ultrasmiljøer et stempel som har vært vanskelig å få bort og som har gitt ultrasupporterne et dårlig rykte.

Det er vel en del folk som ikke helt forstår hva det innebærer, så de ser på folk som er ultras som ja for eksempel pøbler og sånn. Som tenker at man ikke bryr seg om regler og sånne ting, som ved pyro for eksempel som var en stor greie i fjor. Det er en del folk som mener man er helt idiot fordi man ikke forholder seg til de reglene som er. Av noen så kan man bli sett ned på. Men det tror jeg er mest folk som egentlig ikke har så god greie på det, som ikke vet helt hva de prater om. At de ofte ikke har satt seg helt inn i saken.» (Jonas)

Informantene selv viste til at de i liten grad brydde seg om hva som ble ment om dem. De stod ofte for det de gjorde, og hevder selv at de alltid gjør ting i beste mening for klubben. Innad i supportergruppene defineres det regler på hva som er greit og ikke. Disse reglene kan ofte avvike fra hva samfunnet ellers ser på som riktig og galt. At fotballsupportere vil skrike og hoije, tenne bluss på kamp og ha en aggressiv holdning til motstanderen skaper et avvik fra hvordan samfunnet ellers mener man burde oppføre seg. Vi kan dermed hevde at det skapes et avvik slik at denne gruppen får et stempel (Becker, 1973). Som Becker (1973) viser til er det ikke egenskapen i handlingen som gir avviket, men at andre andvenner regler annerledes. At man ikke skal rope og skrike på kamp er ikke nedskrevne regler, men kan likevel bli oppfattet som avvik av da dette er uformelle enigheter ellers i samfunnet.

Likevel må atferden bli sett i kontekst ved at handlinger som skjer inne på et stadion kan aksepteres på en annen måte enn om den utøves utenfor fotballsammenheng. Hvordan synet

samfunnet har på fotballsupportere handler i stor grad om hvordan media fremstiller disse miljøene.

«Nå har jeg litt kjennskap til mediebransjen og vet at de skriver som regel det som, det som gir klikk og det som skaper debatt og diskusjoner og da blir det det de tjener mest på det som er negativt og sånne ting som skjer da. Da er det naturlig å trekke fram de tingene og ikke de positive, og de fleste supportere vet jo hvordan de oppfører seg, men det skaper et veldig, veldig falskt bilde for resten av samfunnet.» (Håkon)

Her kan vi hevde det oppstår en moralsk panikk ved at mediene blåser opp et fenomen for resten av samfunnet, som fører til en unødvendig panikk (Cohen, 2002). Som informanten viser til, ønsker media ofte å ha en negativ vinkling, slik at folk får en oppfatning av at ultrasmiljøene er farligere, mer aggressive og mindre opptatt av å følge regler enn de er i virkeligheten. Dette kan være med på å stemple fotballsupportere som igjen kan gi en selvoppfyllende profeti (Merton, 1968). At supportergrupper blir stemplet som pøbler kan være med på at grupperingene begynner å handle i tråd med de oppfatningene samfunnet har av dem. At det er lettere å inngå i rollen som avviker kan være lettere enn å skulle motbevise oppfatningen, slik at man oppnår en selvoppfyllende profeti (Lilly, Cullen & Ball 2007).

Kommersialisering av dagens fotball (3)

Gjennom utvikling av fotballen og en økning i popularitet har relasjonen mellom supportere og klubber endret seg. Enkelte kan se på dagens publikum som kunder enn fans. Denne utviklingen har mange ultrasmiljøer, i verden, stilt seg svært negativt til. Spesielt England har tiltrukket seg mange nye publikummere og kan hevdes å være et ønsket grep for klubbens økonomi og for å motvirke tribuneuroen som var sterk på 80-tallet (King, 2002). For norske ultras virker ikke dette problemet like stort. Som presisert tidligere ser informantene nytten av de stillesittende supporterne gjennom at de er viktige bidragsyttere for klubbens økonomi. Norge er et lite land der man sjelden klarer å fylle stadionene, derfor ønsker klubbene å nå ut til lokalsamfunnet slik at flest mulig skal kunne gå på kamp:

«Man ser jo det at prisene, i hvert fall for sesongkort og sånn i utlandet er ganske ekstreme, hvor det er mange som sparer opp masse penger og må selge unna ting for å virkelig ha råd til å følge klubben sin, men jeg har følelsen av at i hvert fall i Norge så er det, økonomisk så er det ikke et kjempe problem for de fleste supportere også er jo klubbene ofte på det å gi mulighet til alle, med at sponsorer kjøper opp billetter

eller at de gir bort billetter av ulike årsaker med konkurranser og sånn, som gir mulighet for alle da til å kunne oppleve en kamp ilt et år eller ilt en sesong.» (Håkon)

På 2000-tallet vokste ultraskulturen kraftig noe som ga klubbene sterk støtte på stadion, men ga også en kritisk stemme til den økende pengebruken som fantes i Norge på den tiden. Flere tidligere studier på ultras stammer fra denne perioden og kan være en av grunnene til at stempelet ultrasmiljøene har i dag gjenspeiler det synet mange har fra tidligere perioder:

«Det var en stund det var mye penger i norsk fotball, det var dårlig kontroll på hvor mye penger man brukte, det var vel i 2008-tida, 2009 tiden rundt der. Men akkurat nå synes jeg det virker som det har roa seg veldig i Norge, så det er ikke så ille i Norge enda altså.» (Jonas)

Informantene viser til at det for dem ikke har blitt det økonomiske kjøret som man ofte ser i utlandet, der både spillerkjøp og billett-kostnader har skutt i været. Utviklingen har heller gått motsatt i Norge, der man er mer opptatt av at alle skal kunne gå på kamp. Fotballen blir sett på som et underholdningsprodukt, men som skal være tilgjengelig for alle. Likevel koster det å skulle dra på kamp i Norge. For de ultrasene som følger laget i tykt og tynt kan utgiftene bli store om en følger laget rundt om i Norge. Dette er en utgift som blir sett på som nødvendig skal en vise sin støtte til laget:

«Det er jo klart det koster, men det gjør jo egentlig alle interesser om man skal se på det sånn. Men det er jo klart at det ryker noen ekstra tusenlapper i måneden ekstra på å reise på, la oss si to borteturer og et par hjemmekamper, også er det jo pils og mat og det som hører med. Så det koster å være supporter, men i hvert fall sånn som jeg har følt og tenkt på det så er det helt klart verdt det.» (Kristoffer)

Tilhørighet til klubb og supportermiljø (4)

Når informantene blir spurt om hva de ser mest frem til med å gå på kamp trekker de alle frem det å møte kompiser og ha noen å dra på kamp sammen med. Ingen av informantene viser til at de går på kamp alene, og dermed er det naturlig å anta at det å gå på kamp også er en viktig arena for å sosialisere seg med likesinnede. Det å kunne være en del av et miljø som går på kamp sammen skaper en arena for å bygge vennskap og tilhørighet både til klubben men også supportergruppen man er en del av:

«Det blir jo mye av det sosiale som å gå på pub og sånne ting igjen før kamp og få litt stemning rundt det. Og generelt egentlig, hva skal jeg si a, generelt stemninga på stadion, så man savner jo det. Og at man har noe å gå til på søndagene.» (Jonas)

Informantene trekker frem et savn og ha noe å gå til som viktige punkter. Dermed får man et inntrykk av at fotballen som underholdning nærmest er sekundært til det sosiale aspektet ved å gå på kamp. Spesielt for personer som har vært i miljøene over tid og bygget opp et sterkt kameratskap har tilhørigheten vokst seg sterk. Det blir av flere trukket fram at samholdet er grunnen til at man følger et norsk lag. Er man mer interessert i underholdningsaspektet velger man å se internasjonal fotball, men for det norske ultrasmiljøet veier kameratskapet høyt:

«Det er jo egentlig derfor jeg har blitt så interessert i den norske fotballen, så er det det kameratskapet og det samholdet som vi har opparbeida oss over flere sesonger og flere år etter hvert. Jeg hadde nok ikke giddet å reise landet rundt og sett Stabæk om det ikke hadde vært for alle de kompisene man har fått da.» (Kristoffer)

Flere av informantene viser til at man fort får nye venner ved å stå på et supporterfelt. Dette er med på å gi en tilhørighet, ved å være en del av en supportergruppe. På den måten får man eierskap til laget på en annen måte, enn om en kun skulle fulgt med på TV.

For utenforstående kan ultrasmiljøer få stempel som stereotypiske bøller som er hardbarka og kun ute etter bråk. Informantene viste til at det var et mangfold av personer i deres supportergruppe:

«Nei altså... vi har alle typer mennesker, både når det kommer til jobb og form og fasjon og sånne ting. Vi har advokater, vi har arkitekter, barnehagearbeidere, butikkmedarbeidere altså ja, alt. Vi er egentlig bare en kompisgjeng som deler samme syn på tribuenekultur og kjærlighet for klubben.» (Kristoffer)

En av informantene trakk frem at han trodde de fleste ultras var ekstroverte, at de likte å prate med folk og var litt frempå. Likevel fikk man et inntrykk av at alle var velkomne så lenge de var der for å støtte laget.

Et viktig aspekt var å få frem hvordan ultras selv følte var viktig for supporter, derfor var det interessant å høre hva de selv ville trukket frem for å overbevise en person om å bli en del av supportergruppen.

«Det tror jeg må være det samholdet som vi har i klubben, at vi er en liten klubb. Og at alle kjenner på en måte alle da. Selv om jeg er en ultrasgutt selv så er det ikke noe problem for meg å gå inn på brakka på Nadderud og alle i styre der, alle på kontoret vet hvem du er, hilser, slår av en prat, de har liksom alltid tid til det og det gjelder spillere også, det virker som om klubben er tydelig på det at man skal inkludere alle og prate med alle og ja være reale og kule rett og slett.» (Kristoffer)

Utsagnet viser at disse supporterne føler seg ekstra verdsatt av klubben da skillet mellom dem ikke er stort. Dette kan være med på å øke tilhørigheten til klubben ved at man ikke føler seg adskilt fra de som styrer og driver klubben. Dette er et konfliktområde som ofte har skapt splid mellom klubb og supportere i tidligere forskning. Det virker ikke som det er noe tvil om at informantene i denne oppgave har søkelys på å ha et godt samhold og et godt supportertermiljø uansett hvem du er og hvor du kommer fra.

Avslutning

I denne oppgaven har jeg satt søkelys på supporterbegrepet og hva det innebærer å være supporter i dagens samfunn, gjennom å bruke stempelingsteorier og Giulianottis tilskuerkategorisering. Forskning har tatt utgangspunkt supportertermiljøet i Stabæk og da spesielt ultras. Her har jeg gjort et forsøk på å få frem hva dette miljøet mener det innebærer å være supporter i Norge og hvordan de føler samfunnet og media fremstiller fotballsupportere. Ved å gjennomføre fire dybdeintervju med personer tilknyttet supportertermiljøet har jeg kommet frem til at supporterbegrepet er et flytende begrep selv for en som betegner seg selv som supporter. Studien er gjort av et miljø der man fremstiller seg som en ultrasgruppering, samtidig som man ikke nødvendigvis forener sine meninger med det tradisjonelle ultrassynet man finner i andre land. Man ønsker seg en god tribuenekultur der det skal være mulig å vise følelser, samtidig som man ikke ser ned på andre tilskuere på stadion men aksepterer at disse er viktige for klubben, da spesielt økonomisk. Derfor må man i Norge akseptere at ikke alle tilskuere har det samme forholdet til klubben som ultras. Tatt utgangspunkt i Giulianottis tilskuerkategorisering ser de etablerte supportergruppene og ultras på seg selv som *supportere*. De «vanlige» supporterne som informantene viser til kan i større grad bli sett på som tilhengere eller fans.

Ved å bruke sosiologiske stempelingsteorier kan man belyse temaet om hvordan supportere ser på seg selv, og hvordan samfunnet og media ser på dem. Supportere kan oppleve at samfunnet gir dem et stempel som avvikere som ikke følger regler. Ultrasgrupperinger oppretter egne regler og normer innenfor sitt miljø, slik at deltakerne i disse miljøene kan avvike fra de vanlige normene ellers i samfunnet. Ultrasgruppene kan igjen stemple resten av samfunnet, dermed får vi et tilfelle der de avvikende stempler utenforstående som outsiders. For å forstå de valg som gjøres og normene som følges kreves det at man har innsikt i hva miljøene selv mener er rett og galt. Fotballsupportere og ultras innlemmes ofte i en avvikende kultur. De aksepterer at andre ser ned på dem og at de ofte ikke blir sett på som "normale", likevel blir de godtatt av hverandre.

Fra tidligere forskning kan man se at media har gitt fotballsupportere et dårlig rykte. Gjennom å blåse opp og forsterke de negative hendelsene som har skjedd blant fotballsupportere kan man anta at det har oppstått en moralsk panikk. Mediene er ute etter klikk og ved å stemple fotballsupportere negativt skapes det et falskere bilde enn det blir opplevd av fotballsupporterne selv.

Fotballsupportere som diskusjonstema er svært aktuelt når denne oppgaven skrives. Dette fordi man i dag spiller fotball uten tilskuere, og effekten av dette er fortsatt for tidlige å vite. Sett fra et sosiologisk perspektiv kan det være spennende å se videre på gruppetilhørighet og fellesskapsfølelse, da dette var noe som kom frem i oppgaven uten at det i utgangspunktet var noe som skulle undersøkes. I denne oppgaven har jeg tatt for meg ultrasgrupperinger, men det kan også være interessant å studere de «vanlige» supporterne for å sette de to synene opp mot hverandre. Videre forskning på temaet som kan være interessant er å se på andre supportergrupper, men også se på forskjeller mellom fotballsupportere i Norge og utlandet.

Litteraturliste

- Becker, H. (1963). *Outsiders: Studies in the sociology of deviance*. London: Free press of Glencoe.
- Becker, H. (2005). *Outsidere: studier i avvigelsessociologi*. København: Hans Reitzel forlag.
- Brown, P. (2017). *Savage Enthusiasm: A History of Football Fans*. UK: Goal Post
- Cleland, J. (2015). *A Sociology of Football in a global Context*. New York: Routledge
- Cohen, R. (1978). «Ethnicity: Problem and focus in anthropology.» *Annual Review of Anthropology*, 7, 379-403
- Cohen, S. (2002). *Folk devils and moral panics: the creation of the mods and rockers*. London: Routledge
- Fossum, L. (2009). «Man vil jo ikke være en del av den moderne fotballen» *En studie av ultras og deres posisjon i en norsk supporterulturell kontekst*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo
- Gennoy, T. (2020, 17. april). Coronavirus: German football ultras pull together in trying times. *DW*. Hentet fra: <https://www.dw.com/en/coronavirus-german-football-ultras-pull-together-in-trying-times/a-53168447>
- Giulianotti, R. (2012) Supportere, tilhengere, fans og flanører: en taksonomi over tilskueridentiteter i fotball. I Hognestad, H.K & Hjelseth, A. (Red.), *Kampen om tribunen: fotball, identitet & makt* (s. 33-68) Trondheim: Akademika Forlag
- Guschwan, M. (2007). «Riot in the curve: soccer fans in the twenty-first century Italy». *Soccer & Society*, 8, 2-3
- Hjelseth, A. (2006). *Mellom børs, katedral og karneval. Norske supporterers forhandlinger om kommersialisering av fotball*. Doktorgradsavhandling, Universitetet i Bergen.
- King, A. (2002). *The End of the Terraces: The transformation of English football in the 1990s*. London: Leicester University Press
- Lilly, J. R., Cullen, F. T. & Ball, R.A. (2007): *Criminological theory*. Thousand Oaks: Sage
- Lyngøy, R. (2017, 15. februar). Fem fotballpøbler utestengt fra norske kamper i fjor. *Aftenposten*. Hentet fra: <https://www.aftenposten.no/sport/fotball/i/BRGV0w/fem-fotballpoebler-utestengt-fra-norske-kamper-i-fjor>
- Merton, R.K. (1968): *Social theory and social structure*. New York: Free Press
- Reim, N. (2008). *Øl og vold og skamslåtte bønder? En studie av Klanen, med vekt på supporterers innflytelsesmuligheter og kontroll av uønsket supporteradferd*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
- Rahm, C. & Rangstedt, T. (2013). *"Fotboll är en livsstil, inte en hobby": En kvalitativ studie om supporterkultur*. Masteroppgave, Uppsala universitet

Thorell, A. (2018). *Teaterpjäsen fotboll: En studie om identitetsskapande och maskulinitet inom Hammarby fotbolls Supporterkultur*. Masteroppgave, Uppsala universitet

Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder* (3. utgave). Oslo: Gyldendal Akademisk.

Vik, E. (2014). «*You'll Never Walk Alone*»: *En Kvalitativ Studie Av Fotballens Supporterkultur Og Dens Funksjoner I En Ny Modernitet*. Masteroppgave, NTNU, Trondheim

Vedlegg 1: Intervjuguide

Innledning:

- Alder?
- Sivilstatus?
- Arbeid (yrke)? Evt tidligere arbeid
- Hvor kommer du fra?

Fotball generelt:

- Når begynte du å bli interessert i fotball?
- Har du spilt det selv?
- Når ble du supporter av laget?
- Er du supporter av noe annet lag?
- Hvor stor del er laget for deg i dagliglivet?
- Hvor aktivt medlem er du i dag?
- Hvor mange kamper går du på i løpet av en sesong?
- o Drar du evt på bortekamper?

Supporter:

- Hvordan vil du beskrive en supporter?
- Hva innebærer det å være supporter?
- Finnes det ulike typer supportere?
- Hvordan vil du selv kategorisere deg som supporter
- Hvilke typer mennesker er det som du omgås med på kamp?
- o Har dere noen faste rutiner før kamp? Hvorfor evt gjøres disse?
- På hvilken måte påvirker det å være supporter din identitet?
- o Skiller det å være fotballsupporter seg fra andre idretter?
- Hvordan oppfører du deg som supporter i perioder der det ikke spilles kamper?
- Hvordan er forholdet til supportere av andre lag?

Den moderne fotballen:

- Hvordan føler du samfunnet ellers ser på fotballsupportere?
- På hvilken måte fremstiller media supportere?
- o På hvilken måte tror du dette påvirker supporter virksomhet?

- Er supportere viktig i dagens fotball?
- Har det blitt for mye penger i dagens fotball
- o På hvilken måte påvirker dette supportere?

Avslutning:

- Hva tenker du om den kommende sesongen?
- Hva ser du personlig frem til ved sesongen?
- Hvis du skulle overbevist meg om å bli supporter av din klubb, hva ville du trukket frem?
- Brenner du inne med noe som du føler ikke har blitt tatt opp i denne samtalen?
- o Noe du vil legge til?

Vedlegg 2: Brev til informanter

Deltakelse i forskningsprosjekt knyttet til bacheloroppgave om studie av fotballsupportere og syn på disse ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å finne ut hva fotballsupportere selv mener rundt supporterbegrepet og stemping fra samfunnet. I dette skrivet får du informasjon om prosjektets mål og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Oppgavens formål er å få innsikt i synet på fotballsupportere. Dette gjøres ved å se på hva supporterne selv mener innebærer å være supporter og hvordan de opplever å bli sett på av samfunnet og media. Jeg vil intervju 4-5 personer for å få meninger og synspunkter disse har for videre å se dette opp mot sosiologiske stempingsteorier og etablerte supporter kategorier.

Jeg vil ta for meg spørsmålene hva er en supporter og hvordan fremstiller de seg selv? Hvordan føler ultrasupportere de blir sett på av samfunnet og media? Har kommersialiseringen av fotballen gjort synet på ultras annerledes?

Dette er et studentprosjekt, som innebærer analyse av data fra kvalitative intervjuer. Opplysningene samlet inn i oppgaven vil bare brukes til denne. Dersom det er aktuelt å bruke opplysninger til annet formål, som undervisning eller andre forskningsprosjekt, vil du bli kontaktet. Som bacheloroppgave er dette et studentprosjekt som skal oppfylle grunnleggende krav til vitenskapelig kvalitet og etikk.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

NTNU, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Jeg ble satt i kontakt med deg vi tidligere informanter og fikk tildelt den kontaktinformasjon av denne personen. Ved at jeg fikk positiv respons på tilbakemeldingene, ønsker jeg dermed å bruke deg som informant i denne oppgaven. Oppgaven tar for seg supporter miljøet i Stabæk og derfor ønsket jeg å komme i kontakt med personer som har kunnskap om miljøet.

Hva innebærer det for deg å delta?

Du blir invitert til et intervju som varer mellom 20-30 minutter. Intervjudeltakelse vil kunne innebære lydopptak av samtalen.

Studien vil bestå av spørsmål skrevet på forhånd basert på tidligere studier av temaet. Intervjuet blir gjort for å få frem informantenes meninger og syn på forskningsspørsmålene. Alle opplysninger som samles inn vil bli tatt opp på lyd elektronisk slik at det kan høres igjen under arbeidet med oppgaven. Alt av informasjon er kun tilgjengelig for meg som forsker og lagres på NTNUs beskyttede programmer.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Det er kun student og prosjektansvarlig som vil ha tilgang ved behandlingsansvarlig institusjon. Lydopptak vil bli tatt opp på diktafon, uten tilkobling til internett eller telenett. Etter opptak vil opptaket transkriberes av studenten selv, og lagres på studentens OneDrive eller hjemmeområde ved NTNU. Under transkriberingen anonymiseres opplysninger som kan identifisere deg som person. Etter dette slettes lydopptaket. Det vil ikke være noen opplysninger som kan knyttes til deg som person i den ferdige bachelor-oppgaven.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet skal etter planen avsluttes 22. mai 2020. Ved prosjektslutt vil alle personopplysninger og opptak være slettet.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra NTNU, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- NTNU Institutt for sosiologi og statsvitenskap, ved veileder eller prosjektansvarlig
 - o Prosjektansvarlig for SOS2900 Bacheloroppgave i sosiologi: førsteamanuensis Gunhild Tøndel, tlf. 99250660, gunhild.tondel@ntnu.no.

- o Veileder: Aurora Sørsveen
- NTNUs personvernombud: Thomas Helgesen, tlf 93 079 038, thomas.helgesen@ntnu.no
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost (personverntjenester@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig
(Kursansvarlig/veileder)

Student

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet syn på fotballsupportere og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet.

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Fornavn Etternavn

Oppgavens tittel