

Niklas Dreier Johansson

Fotballsupportere i en overopphetet industri

Hvordan påvirker finansialisering fotballsupporteres opplevelse av sporten?

Bacheloroppgave i Sosialantropologi

Mai 2023

Niklas Dreier Johansson

Fotballsupportere i en overopphetet industri

Hvordan påvirker finansialisering fotballsupporteres opplevelse av sporten?

Bacheloroppgave i Sosialantropologi
Mai 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for sosialantropologi



NTNU

Kunnskap for en bedre verden

Innholdsfortegnelse

1. INNLEDNING	2
1.1. ANTROPOLOGISK BAKGRUNN	3
2. TEORETISK RAMMEVERK	4
2.1. HVA VIL DET SI Å VÆRE EN SUPPORTER?	4
2.2. NYLIBERALISME OG NYLIBERALISERINGEN AV FOTBALL INDUSTRIEN	5
2.3. FINANSIALISERING SOM BEGREP OG INNVIRKNING I FOTBALLINDUSTRIEN	6
3. EMPIRI	7
3.1. HVORDAN BLE FOTBALL INDUSTRIEN I ENGLAND OG BRASIL KOMMERSIELL?	8
3.2. MANCHESTER UNITED SUPPORTERES RESPONS	9
3.3. CORINTHIANS´ SUPPORTERES RESPONS	11
4. DISKUSJON	13
4. 1 HVA LIGGER BAK RESPONSEN FRA SUPPORTERNE?	13
4. 2. SAMMENLIGNING AV DET EMPIRISKE MATERIALET	15
4. 3. HAR FOTBALL GÅTT FRA Å VÆRE ET SOSIOKULTURELT FENOMEN TIL Å BLI EN PROFITTDREVET INDUSTRI BASERT PÅ MARKEDSORIENTERTE PRAKSISER?	17
5. KONKLUSJON	18

1. Innledning

“Today, football has become less about working with society, the question of being human, and is more commercial. Today, the commercial part is more prosperous than the love, the passion of the fan. With this commercialization, this globalization that’s taking (Brazilian) players abroad, you end up losing a bit of the character of football for the fan. (Renato, member of Gavioes da Diel and Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, a Brazilian landless workers movement) (Dubal, 2010).

Hva vil det si å være en fotball supporter i en tid med store endringer i hvordan klubbene opererer, og fotball industrien går gjennom store finansielle strukturelle endringer? De store fotball klubbene har gjennom historien gått fra å være lokale institusjoner eid av supportere, til å bli nærmest rene forretninger eid av fremmede, ofte rike mennesker eller selskaper fra andre land. Fotball industrien har beveget seg fra det lokale og inn i et globalt marked. Av dette kommer det en del konsekvenser, apati og misnøye både innad supporter grupper og mellom supportere og ledelsen. Supporterne føler seg fremmedgjort fra sin egen klubb og identiteten deres trues av krefter de ikke skjønner seg på. De er forvirret og frustrerte over endringene som utfolder seg i en viktig del av livene deres. Samtidig har noen av disse klubbene, som Manchester United, store masser av supportere fra andre land, som har helt andre kriterier for hva det vil si å være en supporter. I United har det gått så langt at lokale supportere identifiserer seg mer med lokale supportere fra andre lag, enn utenlandske supportere som de kaller «plastic fans» og «glory seekers». (Martin, 2016, s. 207).

Problemstillingen i denne oppgaven er; hva slags innvirkninger har store sosioøkonomiske og politiske krefter som finansialisering og nyliberalisme på det sosiale livet til supportere av store fotballklubber, som har gjennomgått enorme strukturelle endringer i måten de styres på og forholder seg til supportere? Hensikten med å undersøke dette er å skaffe nye perspektiver på debatterte teorier i faget, som finansialisering og nyliberalisme, gjennom å undersøke hvordan mennesker selv oppfatter situasjoner de er i og endringer i livene sine.

1.1. Antropologisk bakgrunn

Fotball som studie-objekt i antropologien har flere aspekter som gjør det gunstig å studere for å undersøke sosiokulturelle fenomener. Spillet har et rituelt preg som utspiller seg i et gitt scenario hver gang. Det gir mulighet for dannelse av opposisjoner til majoriteten i form av «hooliganisme» og skaper en felles identitet for supportere av samme klubb (Buchowski et al., 2016, s. 6). Fotball skaper enormt med engasjement rundt omkring i verden. Fra de profesjonelle ligaene til amatør ligaer, er fotball et kulturelt fenomen som reflekterer verdier og identiteter fra samfunnene det spilles i. I et antropologisk perspektiv er det mange aspekter man kan undersøke i forhold til fotball. Antropologen Eduardo Archetti argumenterer for, på grunnlag av sine studier på fotball i Argentina, at sporten spiller en stor rolle i konstruksjonene av en maskulin identitet i landet (Archetti, 1997, s. 209). Politiske dimensjoner av fotball og hvordan sporten er med på å bygge opp under nasjonalisme, er også mulige felt å undersøke. Samt globalisering og hvordan romlige avstander krymper, som gjør at supportere av klubber sprer seg globalt raskere enn noen gang (Rapoport, 2020, s. 24). I denne oppgaven derimot avgrenses det til å se nærmere på supporterens identitetsfølelse og friksjon innad godt etablerte supporter-felleskap i møte med en strukturell endring i fotball industrien, basert på finansielle praksiser og nyliberal politikk.

2. Teoretisk rammeverk

Grunnlaget for det teoretiske rammeverket i denne oppgaven kommer av kontekstuelle forhold. Teoriene lagt frem vil bli benyttet i sammenheng med drøfting av det empiriske materialet i diskusjonen senere.

2.1. Hva vil det si å være en supporter?

For å forstå hvorfor fotball betyr så mye og er en så stor del av mange menneskers liv, må man se nærmere på hva det vil si å være en supporter. Hva man legger i å være en supporter vil være forskjellig fra person til person, basert på deres egen oppfattelse og definisjon. For å få et litt klarere bilde på hva det innebærer å være en supporter kan man se på sosiologen Richard Giulianotti's artikkel «Supporters, Followers, Fans and Flaneurs – A taxonomy of spectator identities in football» (2002). Han kategoriserer deltakerne på fotballkamper i forskjellige bårer basert på diverse kriterier, som graden av solidaritet og engasjement. Giulianotti presiserer at det er forskjellige deltakere på fotballkamper og ikke alle kan defineres som supportere. For å være en supporter av en klubb må man over tid ha personlige og emosjonelle investeringer i klubben, og det å gi støtte til klubben både i form av å møte opp på kamper og økonomisk støtte, blir sett på som obligatorisk (Giulianotti, 2002, s. 33).

Det å være en supporter av en fotballklubb er en levd opplevelse, tuftet i en identitet som reflekteres i et kjærlig forhold til «bakken», altså stadionet, som besøkes regelmessig (Giulianotti, 2002, s.33). Ikke bare har menneskene den sterke identitetsfølelsen og solidariteten til klubben, men det handler også om det lokale området, hvor supporterne tar sine verdier fra. For å kunne identifisere seg med klubben er det viktig å ha andre som også holder på den samme identifiseringen, men det er like viktig at man er ulike fra andre, for eksempel et annet lag. Verdiene man holder kjært kommer fra et lokalt felleskap, med en felles historie og kultur.

For mange fotballsupportere handler det ikke bare om å se på fotballkamper, men også om å være del av felleskap av individer som tenker likt, med en delt identitet. Begrepet «communitas» fra antropologen Victor Turner (1969) er relevant for å forstå dette. Han definerer «communitas» som en sinnstilstand som kommer frem når individer kommer sammen som like og skaper en følelse av felleskap som transenderer sosiale hierarkier og individuelle forskjeller (Turner, 2012). Videre sier han at «communitas» er en midlertidig tilstand som ofte trigges av en liminal opplevelse, for eksempel en krise eller et overgangsrite. I forhold til fotballsupportere kan «communitas» ses på som en delt opplevelse av å være fan av et spesielt lag. Samtidig kan viktige kamper som kvalifiseringskamper eller finaler, bringe supportere nærmere som like individer. «Communitas» uttrykkes av supportere gjennom ritualer og symboler, som å synge sanger unike for deres lag, eller å ha på seg klær med lagets farger eller logo.

I boken «Football and Anthropology in Brazil» (2021) kaller antropologen Arlei Sander Damo fotballklubber en moderne form for totemisme (Levi-Strauss, 1964), da klubben representerer et nært slektskap til supporteren. Man velger fritt hvilken totem som er sitt, men det gjøres som regel av innflytelse fra venner eller familie, siden man er bundet av det logiske systemet av rivaler og tilhørighet (Damo, 2021, s.212). Her vises det til hvordan sterke opplevelser av tilhørighet, forholdet til en fotballklubb kan vekke, og hvor mye det er integrert i de lokale samfunnene.

2.2. Nyliberalisme og nyliberaliseringen av fotball industrien

For å forstå hvordan fotball industrien har blitt som den har blitt skal den undersøkes i sammenheng med nyliberalisme. Nyliberalisme er en omfattende teori, som bærer på mye uenighet og kritikk innad academia. For noen akademikere, som David Harvey, er nyliberalisme «en global hegemonisk doktrine, i stand til å vedta homogeniserende strukturelle endringer gjennom deregulering, privatisering og andre gjenkjennbare transformasjoner» (Dubal, 2010, s. 123). Aspektene som Harvey trekker frem er velkjente, men det er også viktig å trekke frem kritikk av nyliberalismen.

Den økonomiske antropologen Karl Polanyi skrev i 1944 en bok med navn «The great transformation». I boken hevder han at; «grunnleggende sosiale verdier og praksiser, basert på resiprositet og solidaritet, er mer fundamentale for den menneskelige tilværelse enn det frakoblede og fremmedgjørende markedsprinsippet» (Eriksen, 2014, s. 18).

Det som er viktig å få frem av de forskjellige definisjonene på nyliberalisme og dens kritikk, er nettopp det at teorien krever mer forskning. Selv om nyliberalisme ikke nødvendigvis er en vanntett teori, bærer den med seg en viss sannhet om globale strukturelle endringer og en normativ tyngde, som igjen kan brukes og kanskje bør brukes til komparativ forskning av lokale responser til dette. Nettopp derfor kan nyliberalisme være et godt analytisk verktøy for å forstå både hvorfor fotball supportere har havnet i den situasjonen de er i, samt for å videreutvikle nyliberalisme som teori i seg selv.

2.3. Finansialisering som begrep og innvirkning i fotballindustrien

Fotball er en av de mest populære og globalt gjenkjennelige sportene i verden. Denne industrien har opplevd enorme endringer de siste årene, spesielt grunnet finansialisering som fenomen. Begrepet finansialisering er i likhet med nyliberalisme et komplekst begrep, som kan være vanskelig å avgrense. Ifølge sosiologen Greta Krippner kan konseptet ses på som «et mønster av akkumulering hvor det å skape profitt øker gjennom finansielle kanaler, heller enn gjennom handel og vare produksjon» (Krippner, 2005 I Godechot, 2016, s. 496). Mens Thomas Pally definerer det som «en prosess hvor finansielle marked, finansielle institusjoner og finansielle eliter oppnår større innflytelse over økonomisk politikk og økonomiske utfall (Pally, 2007 I Tranøy, 2017, s. 33). I forhold til fotball er det et faktum at finansialisering i stor grad har brakt med seg store endringer for industrien og ikke minst menneskene som er en del av den.

I økonomisk antropologi er det et skille mellom substantivistisk og formalistisk økonomi. Karl Polanyi (2018) argumenterer for at substantivisme forstår økonomi som nedfelt i både økonomiske og ikke-økonomiske institusjoner, der de ulike økonomiske formene må forstås på egne premisser. Mens formalistene ser på økonomi som en egen sfære separat fra sosiale relasjoner og basert på rasjonelle handlinger og strategiske valg i forhold til mest mulig gevinst på knappe ressurser, som ofte er fremtredende i kapitalistiske samfunn (Polanyi, 2018).

Finansialisering er i likhet med nyliberalisme et svært vagt begrep. I sammenheng med denne oppgaven, gis det ingen definisjon på begrepet. Av det empiriske materialet i oppgaven kan man få en forståelse av hvordan finansialisering trenger seg inn i livsverdener og hvordan det empiriske materialet viser at økonomi ikke er en egen sfære, men som Polanyi (2018) argumenterer for, en del av sosiale relasjoner og kan være med på å både uttrykke og begrense de. Måten fotballklubber styres på og blir finansiert har endret seg som en direkte konsekvens av finansialisering. Før var det vanlig at fotballklubber ble styrt som organisasjon for fellesskapet, med fokus på å gi underholdning og en følelse av fellesskap for de lokale supporterne. Etter implementeringen av finansielle praksiser derimot, har fotballklubber nærmet seg mer og mer kommersielle bedrifter, med fokus på å generere profitt for aksjeholdere og investorer.

3. Empiri

Det empiriske materialet i denne oppgaven tar for seg to fotballklubber med store supporter baser. Den første klubben er Manchester United fra den engelske ligaen, og den andre er Corinthians fra den brasilianske ligaen. Supporterne til begge klubbene har begge ytret misnøye med hvordan klubbene har blitt «tatt» fra dem og lagt ut på et globalt marked, der hvem som helst med nok penger kan kjøpe klubben deres, og dermed styre fritt over en institusjon og dermed en identitet som er kjær for dem. For å undersøke responsen til supporterne, er det lagt frem feltarbeid i form av intervjuer og deltakelse på kamper, samt fra nettforum hvor supportere diskuterer med hverandre og lufter sin frustrasjon.

3.1. Hvordan ble fotball industrien i England og Brasil kommersiell?

I likhet med politisk nyliberalisme, hadde nyliberalismen innen fotball sitt inntog i kjølvannet av kriser. I England var det et ønske om å gjøre stadioner trygge etter katastrofen på Hillsborough stadion i 1989 (Dubal, 2010, s. 126). Dette førte til at det ble slutt på ståplasser, noe som gjorde at kapasiteten på stadionene ble mindre. Som konsekvens ble billettprisene igjen enda dyrere. Ritualene for supportere som hadde sine tradisjonelle måter å være tilskuere på ble rett og slett eliminert. Noe som kan sies å være starten på den kommersielle fotball industrien i England. Det var først når klubber som Tottenham Hotspur i 1982 og Manchester United i 1990, la ut klubbene på aksjemarkedet for å skaffe seg flere midler, samt formasjonen av den Engelske Premier League skjedde at industrien ble satt i stein som kommersiell (Martin, 2016, s. 205). Dannelsen av denne ligaen ble gjort av forretningsmenn og TV-aktører med et mål om profitt, og klubbene ble også tilgjengelig for oppkjøp av hvem som helst med nok midler.

I Brasil derimot var transformasjonen litt annerledes. Mot slutten av 1970-tallet manifesterte denne krisen seg i at det var færre tilskuere på fotballkampene, en økning av vold, salg av brasilianske spillere til utlandet og gjeld i klubbene (Gordon & Helal, 2001, s. 139). Dette kulminerte i en plan om å modernisere fotballindustrien. Klubber fikk mulighet til å bli med i, og lage private ligaer, samt operere som bedrifter. I motsetning til å fikse krisen førte disse endringene til at billett prisene økte, selv når tilskuertallene sank. Klubbene var fortsatt i stor gjeld, og så seg dermed nødt til å selge unge talenter til utlandet og inngå samarbeid med utenlandske investorer for å holde seg flytende (Dubal, 2010, s. 126).

3.2. Manchester United supportereres respons

Den første casen i denne oppgaven er fra Keir Martin (2016) sitt arbeid med storklubben Manchester United. Han undersøker hvordan det er stor splittelse blant supporterne om hva klubben burde være og deres respons til store endringer i hvordan de identifiserer seg til klubben. Som nevnt tidligere førte etableringen av «The Premier League» i 1992 med seg strukturelle endringer i hvordan forskjellige klubber drives. Manchester United var en av de første klubbene som ble lagt ut på aksjemarkedet og samtidig hadde de stor suksess når Premier League ble dannet. Og i kombinasjon med at engelsk fotball ble stadig mer involvert i TV-industrien oppnådde Manchester United også store økonomiske fordeler, som bidro til at klubben dominerte ligaen de neste tjue årene (Martin, 2016, s. 205). Med en økende eksponering fra underholdningsindustrien og suksess tidlig i Premier League, fikk klubben en stor supporter base, ikke bare lokalt, men også internasjonalt. Man kan si at dette er roten til dagens misnøye og frustrasjon, da tradisjonelle supportere fra Manchester så store endringer av klubben som er en viktig del av deres sosiale liv.

I 2005 ble Manchester United kjøpt opp på aggressivt vis av Malcolm Glazer, en amerikansk forretningsmann, sammen med familien sin. Måten de klarte å ta over klubben var gjennom lån som ga United stor gjeld. Supporternes misnøye kom til uttrykk da Glazer-familien skulle besøke klubbens stadion Old Trafford for første gang. Det endte opp med store protester hvor supportere barrikererte familien inne i stadionet, som førte til at de måtte bli smuglet ut gjennom spillertunnelen i politibiler (Mercer, 2022). En annen måte supporterne har uttrykt sin misnøye med overtakelsen er å bruke som skjerf med gule og grønne farger på kamper, noe som står i stor kontrast til Manchester United som er kjent for sine røde drakter (Mercer, 2022).

Det har ikke bare vært en negativ respons fra supporterne mot klubben, men også økt spenning mellom supporterne selv. Denne spenningen får uttrykk på diverse nettforum, som Keir Martin trekker frem i kapittelet han skrev i «Identity Destabilised: Living in an overheated world» (2016). Han har gjort feltarbeid blant Manchester United supportere, og trekker frem web forumet «Redcafe», der supportere debatterer om den kontroversielle overtakelsen fra Glazer-familien.

Kjernen i konflikten innad disse supporterne er om klubben burde være eller er en bedrift eller ikke? Det er en rekke av forskjellige meninger som flyter rundt på «redcafe», fra de som hyller Glazer familiens overtakelse og ser på de som gode styreledere, til ganske så ekstreme reaksjoner mot familien. Det er rett og slett en konflikt blant supporterne om hva en fotball klubb er og burde være (Martin, 2016, s. 208).

På nettforumet «Redcafe» kommer Keir Martin (2016) over en samtale mellom brukere om Glazer-familiens forretningsplan. Diskusjonen handler om hvordan økte billettpriser vil introdusere flere såkalte «prawn eaters», som referer til rikere mennesker som opptrer på en snobbete måte, og dermed presser ut folk fra arbeiderklassen som ikke har så mye midler. En bruker på nettforumet med brukernavn «Wibble» sier at han aksepterer at det å prioritere forretningsdelen av klubben er problematisk og vil etter hvert være i favør for «prawn eaters» over ekte supportere (Martin, 2016, s. 210). Han sier også at det er en forskjell mellom en ren forretning, drevet for finansielle grunner alene, og andre former for forretning hvor forretningsdelen er et middel mot et mål (Martin, 2016, s. 210). Dette fører naturligvis til opphetede svar fra andre hold, som en bruker med navn «Fred the Red». Han svarer Wibble med; «So the average working class man and his family get even further excluded from going to see their local team, whilst some twat in a suit who can afford it is welcome... Yeah ...fecking great» (Martin, 2016, s. 211). En annen bruker med navnet «Leadpig» skyter inn i samme diskusjon med sin mening;

«We´re too far down this road now to worry about morals, if the Glazers business plan means the end of the hard working local man watching his team than so be it as sad as that is, if it´s needed for our financial stability than it must be done rather than watch our empire turn to dust...I rue the day the Glazers took over»(Martin, 2016, s. 211).

Det som kommer tydelig frem i diskusjonen på «Redcafe» er en følelse om at kommersialiseringen og overopphetingen av Manchester United og fotball industrien generelt, truer en slags identitetsfølelse blant supportene. Samtidig er det forskjeller i hvor mye motstand folk gir, basert på deres opplevelse av det å være en United-supporter. Noen av de føler at det ikke nytter å gi motstand og at man bare må gi etter, fordi det er gunstig for klubbens stabilitet at forretningsdelen prioriteres. Mens andre nekter å godta at de blir presset ut fra stadionet og ikke får sett laget som er en stor del av livene deres, av krefter de ikke forstår seg på.

Det gikk så langt at noen supportere i 2005 lagde sin egen klubb med navn «F.C. United of Manchester» (Borden, 2013). Grunnlaget for dannelsen av klubben var misnøye med forretningspraksisene til den amerikanske eieren Malcolm Glazer, som gikk imot supporterrelaterte prinsipper. Eksempelvis rimelige billettpriser, konsistente kamptider og en følelse av verdi for den gjennomsnittlige kunde.

3.3. Corinthians´ supporteres respons

Den andre casen i denne oppgaven kommer fra artikkelen «The neoliberalization of football: Rethinking neoliberalism through the commercialization of the beautiful game» skrevet av Sam Dubal (2010), hvor han gjorde feltarbeid med supporterne til Sport Club Corinthians Paulista, i form av deltakelse på kamper og intervjuer. Corinthians er en fotball klubb fra Sao Paulo som spiller i den øverste ligaen i Brasil. De har en lang historie som et elite lag, og har en haug med titler og trofeer som bevis på dette. Som nevnt tidligere var det et ønske i Brasil om å modernisere fotball industrien, og Corinthians er et godt eksempel på hvordan dette har påvirket klubber med store supporter baser.

I motsetning til Manchester Uniteds globale supporterbase, er supporterne til Corinthians for det meste lokalisert lokalt i Brasil, hovedsakelig lokalt i Sao Paulo. Men på samme måte som Manchester United ble kjøpt opp av Glazer-familien, ble Corinthians i 2004 kjøpt opp av et ukjent investerings firma, med navnet «Media Sport Investment», ledet av Kia Joorabchian og Boris Berezovsky (Bellos, 2004 I Dubal, 2010, s. 129). Det var snakk om en 10 års avtale hvor MSI skulle investere 35 millioner dollar i bytte mot full kontroll av fotball operasjonene til klubben. Samarbeidet endte med at lederne av MSI ble tiltalt for hvitvasking, og avtalen ble terminert i 2007. I intervjuene og deltakelsen gjort av Sam Dubal (2010) får vi et innblikk i hva supporterne mener om styret til klubben i forhold til situasjonen med MSI og introduksjonen av kommersialisering generelt i sporten.

I artikkelen forteller Sam Dubal (2010) om møter med supportere som er medlemmer av en bevegelse mot den daværende styrelederen i klubben, Alberto Dualib. Under kampen Dubal er med på buer og plystrer supporterne, og de skriker «Oh-ohh-oh, Dualib the thief out!» (Dubal, 2010, s.129). Bevegelsen er en respons på supporterernes misnøye med blant annet at Dualib, solgte laget til MSI. Responsen holder seg ikke bare til skriking på avstand fra tribunen på kamper, men etter kampen forteller Dubal (2010) om en tenåring med navn Julio og vennene hans. De drar på butikken og kjøper egg, som de videre tar med bort til Alberto Dualib sitt hus og kaster. Her blir det en stor protest hvor politiet etter hvert blir involvert. Dette viser hvor mye lage betyr for disse supporterne og hvor langt de er villige til å gå for å forsvare sine verdier og sin oppfatning av hva klubben skal være.

Hvordan oppfatter supporterne til Corinthians selv nyliberale intervensjoner i fotballindustrien? Av Corinthian´s rundt 30 millioner supportere, er det mange forskjellige organisasjoner og bevegelser integrert i samme klubb. Den største av de er «Gavioes da Fiel», som er Corinthians primære supporterklubb. Sam Dubal (2010) intervjuet flere av medlemmene om deres perspektiv på de nyliberale intervensjonene i den brasilianske fotballindustrien, samt den brasilianske regjeringen. Supporterne trekker paralleller mellom misnøyen med at Corinthans ble forsøkt solgt bort og en ignorant brasiliansk stat, som har feilet med å hjelpe det lokale felleskapet. De organiserer seg grunnet en følelse av familie, supporterne mellom, og i respons mot urett de har opplevd fra en forsømmelig stat (Dubal, 2010, s. 132). En supporter med navn Rafael sier det på denne måten;

«Our social character is a consequence of the injustice that we see and suffer from. We don't receive anything from the state or any other organization, we make our social role...we're a different *torcida*, concerned with the socio-political life of our country. Our organization has the objective of uniting all members of, all admirers of Sport Club Corinthians Paulista in a single chain, transforming this passion into a big family» (Dubal, 2010, s. 132).

Supporterne opplever at staten ikke tar ansvar for det lokale felleskapet, og ender dermed opp med å organisere seg for å ta jobben selv. Dette gjør de i ånden av fotballklubben, hvor de har en sterk følelse av en felles identitet og til en viss grad familie. Den politiske dimensjonen, spesielt problemer i den brasilianske staten, kommer til syne gjennom fotball som sport og hva den betyr for supporterne.

4. Diskusjon

Av det som er lagt frem i oppgaven til nå kommer det klart frem at finansiell strukturell endring av fotballindustrien, samt nyliberal politikk, har endret hvordan fotball som sport opererer og sprer seg. Fra de forskjellige casene ser man et likt problem for supporterne i Manchester United og Corinthians. Presiserer videre at dette problemet er noe de selv opplever, definerer som et problem og forteller om gjennom intervjuer og observasjoner gjort i feltarbeid. For supporterne av begge klubbene, føler de på en fremmedgjøring av klubben og at den blir stjålet fra dem. Sammen med det følger en frustrasjon og apati mot sporten, som kommer til uttrykk gjennom respons fra de forskjellige lagenes supportere, på litt forskjellige måter.

4. 1 Hva ligger bak responsen fra supporterne?

Responsen er et bevis på hvor viktig fotball er i livene til mange mennesker. Det handler ikke bare om at man støtter laget. Man er en del av et felleskap hvor man støtter hverandre og har de samme verdiene. Når fotball som sport sprer seg mer og mer, grunnet strømming på TV og sosiale medier, vil dette felleskapet få en ny dimensjon. Folk fra andre land som ikke har den samme tilknytningen til selve stedet klubben er fra og lokalsamfunnet der, vil ha en helt annen oppfatning av sin supporter identitet. Dette gjelder spesielt store klubber som Manchester United, med sin store supporter base. Men når supporter-kulturen flyter rundt globalt og hvem som helst kan ta den som sin egen, vil det også ha en effekt på hvordan lokale supportere oppfatter sin identitet og tilknytning til selve stedet. I artikkelen «Beyond «Culture»: Space Identity, and the Politics of Difference» (1992), går Akhil Gupta & James Ferguson inn på at kulturell forskjell mellom noen som i utgangspunktet har en felles identitet, fører til problematikk på et konseptuelt nivå (Gupta & Ferguson, 1992). Det er i grensesnittet mellom dette mye av problemet ligger, og hvis vi ser på supporterne til Manchester United og hvordan de oppfatter seg selv og hverandre, blir det belyst videre.

Den finansielle strukturelle endringen i fotball industrien har endret og gitt nye muligheter å være supportere på. Samtidig kommer det tydelig frem at dette problemet handler om mer enn bare fotball. Hvordan føles det å se at en klubb som er en stor del av livet sitt, og i tillegg felleskapet man har med de andre, endre seg totalt? Og hva har det å si for fremtiden til det sosiokulturelle fenomenet fotball er?

Sosial klasse har mye å si for konflikten vi ser blant supporterne. Som antropologen Niko Besnier sier i boken «The Anthropology of Sport: Bodies, Borders, Biopolitics» (2018), presenterer sport et paradox. I form av at folk engasjerer seg i sport enten som atleter eller tilskuere, overbevist om at de følger sine egne tilbøyeligheter. Men egentlig er valgene deres formet av deres posisjon i den sosiale strukturen, som sosial klasse (Besnier, 2018, s. 97). Videre referer Besnier (2018) til den franske sosiologen Pierre Bourdieu, og hans teori om «habitus». Bourdieu mente at hverdagslige praksiser formes av objektive forhold av det dagligdagse liv, som sammenfaller i et system av varende disposisjoner, en vanlig måte å være på, «historie legemliggjort i kroppen».

For fotball supportere, spesielt i England og Sør-Amerika, kan man si at det har vært arbeiderklassens habitus som har vært dominerende. Men av de strukturelle endringene, for eksempel med å fjerne ståplasser, har det blitt en ny habitus av middelklassen. For mange generasjoner av arbeiderklasse supportere, har introduksjonen av denne middelklassens habitusen ført til at de føler atmosfæren på kamper har svekket seg (Dubal, 2010, s. 135). Det har skjedd en gentrifisering på stadion, både gjennom markedsprosesser og politikk, hvor de som står blir kastet ut (Dubal, 2010, s. 136). For de tradisjonelle lokale supporterne er det å kunne stå på stadion og synge heiarop essensielt. Det er gjennom disse kroppslige aktiviteten deres agens, hvordan de oppfatter seg selv og deres klasse posisjon manifesteres. Den sosiale klassen og deres habitus i møte med det man kan kalle store finansielle og normative, nyliberale krefter, gjør at de føler seg fremmedgjort fra sin egen identitet og stadionet hvor denne identiteten får utspille seg for fullt.

4. 2. Sammenligning av det empiriske materialet

I Manchester United er det en konflikt mellom det man kan kalle tradisjonelle supportere, og en ny type supporter som blir kalt «glory seekers» eller «plastic fans.» Hva det vil si å være supporter avhenger av ens egen opplevelse av det. Manchester United er en populær klubb, ikke bare lokalt, men over hele verden. For eksempel United supportere som sitter i Norge og aldri er på noen kamper i England, vil ha en helt annen opplevelse av hva det vil si å være supporter. For dem er det kanskje resultatet til laget som avgjør om de er fornøyde eller ikke, mens for en person i arbeiderklassen fra Manchester som har lang historie med å dra på kamper, vil det være helt annerledes.

Sosiologen Zygmunt Bauman (2000) presenterer en forskjell mellom etiske felleskap og estetiske felleskap i boken «Savnet felleskap» (2000). Dette kan vi bruke til å vise hvordan den emosjonelle involveringen er forskjellig for supportere av samme klubb. Bauman (2000) ser på estetiske felleskap som måter å identifisere seg på som baseres på underholdningsindustrien og forbrukerkultur, hvor det å dyrke idoler er sentralt (Bauman, 2000, s. 109-110). Han sier videre at denne typen felleskap er overfladisk og med lite tilknytning mellom de som deltar i felleskapet. I motsetning til dette, beretter Bauman (2000) om etiske felleskap, hvor langsiktige bånd og forpliktelser innad felleskapet er essensielt (Bauman, 2000, s. 112).

Hvis vi bruker denne dikotomien i forhold til Manchester United sine supportere, er det tydelig hvem som tilhører de forskjellige typene felleskap. Siden Manchester United har en lang historie som klubb i England, lenge før den ble populær på et globalt nivå, representerer de tradisjonelle og lokale supporterne et etisk felleskap. Disse menneskene har gjennom generasjoner deltatt på kamper og har formet en sterk solidaritet innad felleskapet. Mens de som slang seg på i så måte, etter at engelsk fotball ble kommersielt, har ikke den samme historien eller verdiene. Denne typen supporterer legger underholdning og dyrking av idoler, for eksempel stjernespillere, til grunn. Det kan fremstå nokså kunstig for det etiske felleskapet, derav kallenavnene «glory seeker» og «plastic fans» (Martin, 2016), tilegnet dem av de lokale supporterne.

Her ser vi at finansialisering ikke bare har globale markedseffekter, men det slår også et slag lokalt. Det er tydelig at de sterke følelsene av identitet og felleskap i klubben som finnes i Manchester, ikke matcher de som har gitt seg selv en slags mutert identitet basert på den tradisjonelle supporter, bare tilegnet andre verdier. Om dette er negativt avhenger av subjektet som opplever effektene på nært hold. Når det er såpass sterke følelser involvert vil det naturligvis oppleves frustrerende for de supporterne som bli nektet å utøve det de ser på som sin plikt. Samtidig gjelder ikke dette alle klubber, da mange fortsatt klarer å involvere supporterne i avgjørelser og legger til rette for dem på stadioner.

I tilfellet med Manchester United og Corinthians, er det en form for overoppheting og globalisering, hvor det er mange forskjellige deler som beveger seg fort over store avstander (Martin, 2016). Alt fra finansien i klubben til hva det innebærer å kalle seg en supporter for akkurat dette laget. Det virker som at endringene oppleves negativt for noen, mens andre ikke bryr seg. Problemet ligger nettopp i at fotballen handler om noe annet enn det den gjorde før, og det kommer til syne i hva supportere får lov til å gjøre på stadioner og ikke minst hva de må ofre økonomisk bare for å komme inn.

I casen med Corinthians ser vi en ganske lignende konflikt som i Manchester United, men samtidig er det andre omstendigheter. I stedet for at supporterne har konflikt med hverandre, ser vi at de heller organiserer seg for å kjempe tilbake mot det de ser på som en defekt og korrump brasiliansk stat. Responsen stammer i likhet med Manchester United, fra finansielle intervensjoner i fotballindustrien. Men i motsetning ligger skepsisen og frustrasjonen ikke bare hos klubben, men også hos staten. Mange av supporterne til Corinthians føler en fremmedgjøring fra klubben som følge av kommersialiseringen som gjør lidenskapen deres om til et forbrukerønske (Dubal, 2010, s. 130). På grunn av dette bruker de mye tid på supporter bevegelser og uavhengige organisasjoner. Gjennom disse organisasjonene håndterer de frustrasjonen sin og prøver å ta tilbake kontroll over klubben. Samtidig gjøres det ikke bare arbeid for klubben, men det er også mye initiativ for det lokale samfunnet, i form av skoler og mat. Her ser vi at følelsen av felleskap og kjærlighet for klubben samler fans. Dette transformerer lidenskapen til en forhøyet følelse av felleskap, hvor supportere deltar i sosialt arbeid for å beskytte det forestilte felleskapet som staten har feilet å gjøre (Dubal, 2010, s. 132).

Et spørsmål man kan stille seg er om fotball som sport kan få folk til å bli mer politisk aktiv. Det synes å komme ganske tydelig frem i det empiriske materialet fra Corinthians at sporten gir denne muligheten. For noen har fotballen blitt en utvei for å unngå og håndtere sosiale problemer. Men når klubben også endrer seg vil det kunne gi muligheten for at flere blir politisk bevisst. Supporterne ser hvordan klubben ligner mer og mer på staten som har feilet dem. Dette gir organisasjoner som «Gavios» (Dubal, 2010) mulighet til å vekke politisk ansvar, som igjen viser hvordan fotball som sport er en arena for politisk dannelse og motstand, grunnet den sterke følelsen av tilhørighet som i noen tilfeller transenderer nasjonalfølelsen i Brazil.

4. 3. Har fotball gått fra å være et sosiokulturelt fenomen til å bli en profittdrevet industri basert på markedsorienterte praksiser?

Spørsmålet er om det har gått for langt. Kan supportere noensinne få tilbake den tradisjonelle klubben sin? Eller har fotball som sport gått fra å være et sosiokulturelt fenomen til en rent profittdrevet industri basert på markedsorienterte praksiser? Det er vanskelig å si noe sikkert om hvor fotball industrien vil bevege seg videre. Men om klubbene skal kunne holde på de lokale supporterne, er det tydelig at det vil kreve mer inkludering i styringen av klubben, og en del kompromisser på den finansielle siden. For skal man kunne drive klubben som en forretning med mål om å akkumulere mest mulig profitt, kan man ikke tenke på de lokale supporterens meninger eller følelser. Men det som er helt sikkert er at finansialisering av fotball som sport har totalt endret hvordan supportere oppfatter seg selv og hvordan klubber styres. Om det noen gang kan gå tilbake som det en gang var, er nok veldig usannsynlig.

Det at det oppstår nye måter å være supportere på er ikke dermed sagt bare negativt. Men naturligvis vil det være motstand fra godt etablerte felleskap, med en lang historie. Gjennom det empiriske materialet kommer det også tydelig frem at finansialisering og nyliberalisme ikke alene står for konflikten. Det er mange sosiale aspekter som skaper friksjon og misnøye, som sosial klasse, og forskjellige oppfatninger av «samme» identitet. Skal man få forståelse av hele bildet, må alle aspektene undersøkes i sammenheng, ikke separat.

Denne utviklingen av sporten gir gode muligheter for forskning. Som vi har sett tidligere i oppgaven, er det flere muligheter til å bruke fotball som et middel for å forske på forskjellige teorier. For eksempel nyliberalisme som allerede har sine begrensinger, brukes av Sam Dubal (2010), i sammenheng med fotball for å finne nye dimensjoner av teorien og nye perspektiver på hvordan nyliberalisme påvirker lokale samfunn rundt omkring i verden. Samtidig får vi et innblikk gjennom feltarbeidet til Keir Martin (2016) hvordan finansialisering fører til splittelse innad supporter gruppen til Manchester United og en ekskludering av sosiale klasser som arbeiderklassen, som tidligere var kjernen i stadiongjengere. Fotball er definitivt et fruktbart forskningsobjekt som gir gode muligheter for innblikk i lokale sosiale kontekster, samt globale finansielle tendenser.

5. Konklusjon

Hensikten med denne oppgaven har vært å undersøke hva slags innvirkninger store sosioøkonomiske og politiske krefter som finansialisering og nyliberalisme har på supportere av store fotballklubber, som har gjennomgått endringer i hvordan de styres og hvordan de forholder seg til supporterne. Utgangspunktet for å undersøke dette har vært to caser fra store fotballklubber, henholdsvis Keir Martins arbeid med den engelske klubben Manchester United (2016) og Sam Dubals arbeid med den brasilianske klubben Sport Club Corinthians Paulista. Gjennom diverse feltarbeid fra begge casene får vi et innblikk i hvordan supporterne selv oppfatter de strukturelle endringene som skjer i klubbene og konfliktene som oppstår, på grunn av økt finansialisering av fotball industrien.

Funnene gjort i oppgaven viser at finansialisering av fotball industrien er et faktum, og det bringer med seg både positive og negative konsekvenser, avhengig av øyet som ser. For noen mennesker har konsekvensene vært at de blir ekskludert fra stadionet grunnet høye billettpriser og en endring av tilskuernes habitus og sosiale klasse (Besnier, 2018), som igjen fører til en del friksjon innad supporter grupper. For andre supportere gjør de finansielle endringene klubben mer attraktiv og de føler det bringer med seg mer økonomisk stabilitet. Funnene viser også at nyliberalisme, her sett på som en global tendens og prosess, fører med seg lokale endringer av menneskers livsverden. Samtidig kan det vekke politisk aktivitet i samfunnet, som vi ser blant Corinthians supportere. Det er viktig å presisere at det ikke er finansialisering og nyliberalisme alene som står for alle endringene, det er dermed gunstig for utviklingen av teoriene og forståelsen av deres virkninger, å undersøke de i sammenheng med lokale sosiale kontekster.

Hva det vil si å vær en fotballsupporter kommer nok aldri til å være det samme igjen. Dette er ikke nødvendigvis en negativ ting, men som vist i oppgaven er det problematisk for noen grupper med en dyp kulturell historie, som Manchester United og Corinthians. På den andre siden bringer finansialisering med seg nye måter å være supportere på, som igjen knytter mennesker nærmere på andre måter.

Litteraturliste

- Archetti, E. P. (1997). Multiple Masculinities: The Worlds of Tango and Football in Argentina. I D. Balderston & D. J. Guy (Red.), *Sex and Sexuality in Latin America* (s. 200-216). New York University Press.
- Bauman, Z. (2000). Savnet felleskap. Cappelen akademisk forl.
- Borden, S. (2013, 10. Mai). Dissatisfied Supporters of Manchester United Built Their Own U. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2013/05/11/sports/soccer/out-of-love-for-man-u-fans-built-breakaway-club.html>
- Buchowski, M., Kowalska, M. Z., Schwell, A. & Szogs, N. (2016). *New Ethnographies of Football in Europe: People, passions, Politics*. Palgrave Macmillan.
- Damo, A. S. (2021). Football and Anthropology in Brazil. I S. S. Giglio & M. W. Proni (Red.), *Football and Social Sciences in Brazil* (s. 205-225). Springer Nature Switzerland AG. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-84686-2>
- Dubal, S. (2010). The neoliberalization of football: rethinking neoliberalism through the commercialization of the beautiful game. *International Review for the Sociology of Sport*, 45(2), 123-146. <https://doi.org/10.1177/1012690210362426>
- Eriksen, T. H. (2014). Antropologi på en overopphetet klode – *En diagnose og et forsalg*. *Norsk Antropologisk Tidsskrift*, 25(1), 6-22. <https://doi.org/10.18261/issn1504-2898-2014-01-02>
- Martin, K. (2016). «We're Too Far Down This Road Now to Worry about Morals: The Destabilising of Football Fans' Identities in an Overheated World. I T. H. Eriksen & E. Schober (Red.), *Identity Destabilised: Living in an Overheated World* (s. 205-222). Pluto Press.

Godechot, O. (2016). Financialization Is Marketization! A Study of the Respective Impacts of Various Dimensions of Financialization on the Increase in Global Inequality. *Sociological Science*, 3, 495-519. <https://doi.org/10.15195/v3.a22>

Gupta, A. & Ferguson, J. (1992). Beyond “Culture”: *Space, Identity, and the Politics of Difference*. *Cultural Anthropology*, 7(1), 6-23. https://doi.org/10.1525/can.1992.7.1.02a00020open_in_new

Levi-Strauss, C. (1964). *Totemism*. Merlin Press.

Mercer, D. (2022, 23. November). Manchester United: How “scavenger” Glazers bought club – and left Old Trafford “rusting” and in a “mess”. *Sky News*. <https://news.sky.com/story/manchester-united-how-scavenger-glazers-bought-club-and-left-old-trafford-rusting-and-in-a-mess-12752952>

Polanyi, K. (2018). The Economy as Instituted Process. I M. Granovetter & R. Swedberg (Red.), *The Sociology of Economic Life* (3. Utg, s. 3-21). Routledge.

Rapaport, T. (Red.). (2020). *Doing Fandom: Lessons from Football in Gender, Emotions, Space*. Springer Nature Switzerland AG. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-46870-5>

Turner, E. (2012). *Communitas: The anthropology of Collective Joy*. Palgrave Macmillan.

Turner, V. (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Chicago Aldine.

Tranøy, B. S. (2017). Finansialiseringens tidsalder. *Agora*, 34(2-3), 32-62. <https://doi.org/10.18261/ISSN1500-1571-2016-02-03-03>

