

Den analytiske sportspenn:

En studie av kommentarjournalistikken til Dagbladets sportsredaksjon under fotball-VM



Martine Årebråt Markussen

Masteroppgave i medievitenskap



Institutt for informasjons- og medievitenskap

Vår 2017

Sammendrag

Dagbladet har en lang tradisjon som meningsavis. Samtidig har avisen også en tradisjon for å ha mye sports- og kulturstoff. I denne oppgaven gjør jeg et dypdykk i meningsjournalistikken til Dagbladets sportsredaksjon under fotball-VM. Nærmere bestemt ser jeg på finalekommentarene i Dagbladets papiravis i årene 1998, 2006 og 2014.

Analysen er gjort gjennom nærlesing av kommentarene, samt intervjuer av sentrale personer i Dagbladets sportsredaksjon. Siden Dagbladet er en tabloidavis og fotball-VM er et av verdens største idrettsarrangement, knytter jeg også teorier om mediehendelser og populærjournalistikk inn i oppgaven.

Forord

Når jeg setter punktum for siste gang i denne oppgaven, setter det også punktum for fem flotte år ved UiB. Ikke minst setter det punktum for 18 års sammenhengende skolegang. Tenk det! Det er litt vemodig, men samtidig veldig fint. Ekstra fint er det å avslutte med en stor oppgave som har vært grobunn for interessante diskusjoner, artige øyeblikk og selvfølgelig noe frustrasjon. Det er mange som skal takkes for at studietiden i Bergen har blitt så minnerik og lærerik, og for at oppgaven i det hele tatt har kommet trygt i havn.

Først vil jeg takke veilederen min Martin Eide for tålmodighet, gode innspill og ideer i forbindelse med denne oppgaven. Deretter lesesal 539 og Føniksordenen for en rekke morsomme, motiverende og noen ganger demotiverende lunsjer og sammenkomster. En stor takk rettes også til Lars H. Kvam, Esten O. Sæther og Morten Pedersen i Dagbladet, for å ha satt av tid i en travel hverdag for å bidra til oppgaven. Mamma fortjener den største takken av alle, som har støttet og muntret meg opp når eksamensnervene har slått inn som verst – gjennom alle skoleår. Ikke minst takk for korrekturlesing og tilbakemeldinger på oppgaver som er langt utenfor ditt felt, samt en rekke forsendelser med «lesesalsmotivasjon» (les: snop fra hjemfylket og svenskegrensa). Til slutt må jeg takke kjæresten min Mads for å ha laget utallige middager og for å ha stått opp tidlig selv på fridager for å lage gode frokoster. Der e' du go'. Mads og mamma skal også ha en stor takk for å være mine største fans, både i studier og livet ellers. Resten av familie og venner må også sendes en tanke, ettersom jeg har boikottet det meste av bursdager og andre sosiale sammenhenger den siste tiden for å bli ferdig med oppgaven. Gleder meg til å se dere igjen!

P.S.: Flere har spurt om jeg, på grunn av etternavnet mitt, har noen familieforbindelse til sjefredaktøren i Dagbladet; John Arne Markussen. Det skal sies at jeg ikke har noen forbindelse til verken sjefredaktøren eller avisen, utover denne oppgaven og at begge rocker samme stilige etternavn. Flere lurer også på om jeg er i familie med legenden Frank Aarebrot, men siden vi skriver navnet ulikt blir det avkreftet ganske raskt. Selv om jeg gjerne skulle hatt muligheten til å arve kunnskapene hans.

Martine Å. Markussen

Bergen, mai 2017

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon	1
1.1. Problemstilling.....	2
1.2. Hvorfor Dagbladet, hvorfor papiravis, hvorfor sport?	3
1.3. Tidligere studier	4
2. Om Dagbladet og noe pressehistorie	7
2.1. Dagbladets selvoppfatning.....	11
2.2. Avisens sportsprofil	13
2.3. Dagbladets posisjon.....	15
3. Kommentar som sjanger	17
3.1. Om sportskommentarer (i Dagbladet) spesielt	19
3.2. Kommentarens plass i dag	22
4. Populærjournalistikk og schizofreni	26
5. Sportsjournalistikk og sport/medie-komplekset	30
6. Fotball-VM og Norges deltakelse	34
7. De store hendelsene i mediene	37
7.1. VM-finale som mediehendelse	38
7.2. Andre teorier og kritikk	39
8. Metode	42
8.1. Kvalitativ innholdsanalyse.....	42
8.2. Kvalitativt intervju	44
8.3. Analysemateriale	45
9. Hovedanalysen	48
9.1. Tekst 1: Finalekommentaren fra VM 1998	50
9.1.1. Hvilken plass har kommentaren?	50
9.1.2. Hvordan blir kommentaren presentert?	52
9.1.3. I hvilken grad er teksten en kommentar?.....	54
9.2. Tekst 2: Finalekommentaren fra VM 2006	57
9.2.1. Hvilken plass har kommentaren?	57
9.2.2. Hvordan blir kommentaren presentert?	58
9.2.3. I hvilken grad er teksten en kommentar?.....	61
9.3. Tekst 3: Finalekommentaren fra VM 2014	64

9.3.1. Hvilken plass har kommentaren?.....	64
9.3.2. Hvordan blir kommentaren presentert?	65
9.3.3. I hvilken grad er teksten en kommentar?	68
9.4. (U)Likhetene og utvikling	71
9.4.1. Likhetene	71
9.4.2. Ulikhetene og utviklingen.....	72
10. Avslutning	75
Litteraturliste.....	77
Artikler brukt i analysen	80
Personlig kommunikasjon	80
Vedlegg	81

1. Introduksjon

«Få ting berører og samler oss mer som nasjon enn våre idrettshelters prestasjoner. Ingenting vekker en sterkere nasjonalfølelse enn å se idrettsutøverne krysse mållinjen med det norske flagget i hånden. Og heller ingen skuffelse er større enn å se våre helter tape. Vi har en sterk, stolt og lang tradisjon i å prestere til gull på mange idrettsarenaer [...]»

Slik lyder introen til TV 2-programmet *Mer enn gull*. Ordene er akkompagnert av tradisjonell hallingmusikk og løpende bilder av blant andre Therese Johaug, Johann Olav Koss, Petter Northug, herrelandslaget i fotball og damelandslaget i håndball. Innimellom ser man også bruddstykker av jublende, rødkledde nordmenn med rød, hvit og blå maling i ansiktet, samt norske flagg i hendene. Det er nemlig lite som engasjerer det norske folk mer enn sport. Det er en fascinasjon, en spenning og ikke minst noe underholdende. Men sport går også utover det nasjonale aspektet som er beskrevet over. Det er en fascinasjon ved det å se andre vinne og prestere på et høyt nivå. Spesielt gjelder det om man har utpekt seg noen favoritter. Enten det er at man har en friidrettsutøver som idol eller heier på et utenlandsk fotballag.

I denne oppgaven skal jeg ta for meg Dagbladets kommentarjournalistikk i papiravisen i forbindelse med finalene til fotball-VM i 1998, 2006 og 2014. Fotball-VM er et av verdens største idrettsarrangementer. Og et av verdens største mediebegivenheter. Til tross for at vi nordmenn ikke har vært deltakende i slike mesterskap på flere år, engasjerer også det nordmenn som ganske lite annet. Fotball står veldig

sterkt blant folket, og spesielt når det er store arrangement blir interessen spisset – selv hos de som kanskje ikke er så interessert i fotball i utgangspunktet. Det er noe med fotball som engasjerer, fascinerer og underholder. Ser man på de ti mest sette TV-programmene gjennom tidene, er halvparten av dem idrettsrelatert (se faktaboks: NRK, 2010). På topp troner kampen mellom Norge og Mexico fra fotball-VM i 1994, som var Norges åpningskamp og de i tillegg gikk seirende ut av. To andre fotballkamper ligger på topp ti, i tillegg til at *Kveldsnytt* som ble sendt i pausen til den ene kampen

De ti mest sette norske TV-program

1. Norge-Mexico, fotball-VM, 19.06.1994
2. EuroSong i Oslo Spektrum, 18.05.1996
3. OL avslutningsseremoni Lillehammer, 27.02.1994
4. Italia-Norge, fotball-VM, 23.06.1994
5. Tande-På programmet, 17.10.1992
6. England-Norge, fotball, 14.10.1992
7. Eurovision Song Contest 2009 (Alexander Rybaks seier) 16.05.2009
8. Kveldsnytt (pausen Italia-Norge), 23.06.1994
9. Tande-På programmet, 21.10.1992
10. Eurovision Song Contest 2010 29.05.2010

– Italia mot Norge i 1994 – også ligger på topp. Selv om det ikke er et sportsprogram, er det udiskutabelt at den ligger på listen av den grunn at det var pauseunderholdningen til fotballkampen.

Det er imidlertid ikke bare TV som får mange seere og interessenter når det er store arrangement som fotball-VM. Også avisene, og andre medier, bruker mye tid og plass på det. Ofte kan man se at avisene kutter ut annen sport, eller i hvert fall minimerer det, under slike hendelser, eller kommer med spesialutgaver og ekstra mange sider. Det som skjer skal dekkes, i det vide og det brede. Resultater skal spres, prestasjoner skal hylles. Og ikke minst skal det aktuelle kommenteres og analyseres.

1.1. Problemstilling

Som tittelen på oppgaven tilsier, skal jeg i denne oppgaven gjøre et dypdykk i meningsjournalistikken til Dagbladets sportsredaksjon under fotball-VM. Nærmere bestemt skal jeg ta for meg deres kommentarjournalistikk i papiravisen i forbindelse med VM-finalene i fotball i årene 1998, 2006 og 2014. Ut fra dette har jeg formulert problemstillingen «Hvilken plass og betydning har kommentaren i Dagbladets sportsredaksjon i forbindelse med store mediehendelser som et fotball-VM?».

For å svare på problemstillingen vil jeg gjennom en kvalitativ analyse av finalekommentarer fra årene 1998, 2006 og 2014 kartlegge hvilken plass kommentarene har, både i sammenheng med hele avisen og avisens sportssider. Deretter vil jeg se på hvordan kommentarene blir presentert, her med spesielt øye på hvordan tittel, ingress og bilde fungerer som interessevekkere. Til slutt vil jeg diskutere i hvilken grad de aktuelle tekstene er en kommentar, ved hjelp av kommentarkjennetegn som er satt av teori jeg vil gjøre rede for, samt grader jeg setter opp på bakgrunn av teorien.

I analysen vil jeg dra linjer til mediehendelser, sport/medie-komplekset og populærjournalistikk, som alle tre kan sies å bidra til temaet for oppgaven på ulike måter, men aller mest kan de sies å ligge til grunn for at det i det hele tatt blir drevet så mye journalistikk rundt idrettsarrangement som fotball-VM. Dermed vil jeg gjennomgå disse temaene i forkant av analysen.

Men til å begynne med vil jeg først gjøre rede for litt av historien til Dagbladet, i en sammenheng med norsk pressehistorie. Dette for å gi en introduksjon av avisen jeg studerer i oppgaven. Det er vanskelig å sammenfatte en såpass gammel avis som Dagbladets sin historie, derfor gir jeg en kort sammenfatning av noen av de mest betydningsfulle hendelsene. Etter dette vil jeg skrive mer om deres profil, og mer spesifikt om sportsseksjonen i avisen, der jeg har intervjuet sentrale personer i Dagbladet for også å få en innsikt i hvilke selvpoppfatninger de har.

1.2. Hvorfor Dagbladet, hvorfor papiravis, og hvorfor sport?

Jeg har lenge vært svært interessert i sport og medier, især sportsjournalistikk. Det er ikke bare fordi sport er en interesse jeg har på fritiden, og som jeg bruker mye tid på, men også fordi jeg spesielt liker å studere tilknytningen sporten har til populærjournalistikk og mediehendelser. I bacheloroppgaven min i medievitenskap fra 2015 var jeg også innom disse temaene, men da med fokus på OL som en mediehendelse. På masternivå i 2016 tok jeg faget *Sport, medier og journalistikk*, hvor gjorde arbeid knyttet til populærjournalistikk og hvordan nasjonale idrettshelter blir fremstilt i mediene. Dermed vil et par av avsnittene i teoridelen om populærjournalistikk og mediehendelser i noen grad være basert på det tidligere arbeidet, men det er i større grad en fordypning og spissing av temaene inn mot denne oppgaven.

Så hvorfor vil jeg studere papiravis – et medium som er dømt nord og ned? Jeg tror det neppe er slik at papiravisen vil få et oppsving, selv om noen kanskje håper eller til og med tror det. Jeg er, som mange i disse dager, ganske overbevist om at papiravisen er noe som etter hvert vil dø ut. Akkurat som disketter, kassetter og CD'er. Selv om et fåtall fortsatt sverger til disse mediene, er de klart utkonkurrert av mer digitale løsninger. Med tanke på den dystre skjebnen papiravisen er spådd, virker det kanskje rart å ta for seg et slikt medium. Når det er sagt, har papiravisen fortsatt noe eget som nettavisene ikke har fått samme feste på. Én ting er den koselige følelsen av å sitte en lørdags morgen med papiravisen ved frokostbordet, en annen ting er det papiravisen leverer som i mer eller mindre grad er eksklusivt. Som jeg skal komme til senere i oppgaven, er meningsjournalistikken en del av dette. Kommentarene har fått et oppsving etter nettet har brutt ut, som et av papiravisens motsvar (Mathisen og Morlandstø, 2016:21). Det er ikke slik at kommentarene er utelukkende kun på papir, men de blir gjerne presentert der først, og står ganske unikt og profesjonelt ut sammenliknet med

kommentarfeltene på nettet. Det er nettopp derfor jeg ønsker å se på meningsjournalistikken på papir. Det er, som vi senere skal se, en unik og personlig form som vanskeligere lar seg kopiere fra en avis til en annen, og skiller seg ut som mer grundig og undersøkende enn andre nyheter. Blant dagens «fake news» og nyheter som deles raskere enn man får snudd seg fra ett nettsted til et annet, står meningsjournalistikken «alene» som nesten mer seriøs og viktig enn nyhetene selv.

Grunnen til at jeg har valgt å studere akkurat Dagbladet er fordi det er en avis jeg ikke var alt for kjent med før jeg startet på denne oppgaven. Siden det er en avis, som vi skal se, som har en rik historie og klare tradisjoner – spesielt innenfor sport og meningsjournalistikk, syns jeg det virket veldig interessant å ta et dypdykk i avisen. Det faktum at Dagbladet er en av de tydeligste tabloidavisene vi har her til lands, men som var en av de siste avisene til å gå over til det tabloide formatet trigget også min interesse. Som skrevet ovenfor har jeg en stor interesse for sport, og innen medievitenskapen syns jeg spesielt populærjournalistikk og mediehendelser er svært interessant. Dermed fant jeg ut at Dagbladet er det perfekte studieobjektet for å kombinere alle interessene.

1.3. Tidligere studier

«Sportsjournalistikk fyller en vesentlig del av stoffmengda i norske aviser. På den bakgrunnen er det påfallende hvor liten oppmerksomhet dette stoffområdet har fått i faglitteraturen. Så vidt jeg har klart å finne ut, er denne publikasjonen den første i Norge det sportsjournalistikk blir behandla i bokformat.»

Det skrev Thore Roksvold i 1993 (:5). Dette har ikke endret seg på de 24 årene siden han skrev det. Sportsjournalistikk kan ikke kalles et populært tema å forske på, selv om den typen journalistikk i seg selv er svært populær blant folket. Jeg sier ikke at det ikke forskes på, men etter min mening burde det eksistert mye mer, spesielt med tanke på mengden sport og journalistikk om sport som finnes. Ingen krangler mer om TV-rettigheter enn kanaler som vil vise sport, og få program sanker like mange seere. I tillegg mener jeg sportsjournalistikken er i en særegen stilling, spesielt ved at den «aldri» blir bortprioritert. Omtrent samtlige aviser har en eller annen form for sportsseksjon, og det sanker store lesertall. Dersom det skjer store eller dramatiske hendelser, som for eksempel terrorangrep, blir som regel det meste annet av journalistikk satt på vent for å gi plass til hendelsen – unntatt sport. Går det en fotballkamp på

TV samtidig som en slik hendelse, eller et skirenn, skal resultatene fram og sportshendelsene deles. Like mye skal hendelsene kommenteres av «ekspertene» gjennom kommentarjournalistikk.

Søket etter tidligere studier og artikler har jeg gjort gjennom Google Scholar, Sage Journals, Idunn, Academia og ulike samlinger av oppgaver hos de norske universitetene (Bora, UiB og Duo, UiO). Jeg har også brukt kildelistene til bøker jeg har brukt i oppgaven for å se etter relevant litteratur (deriblant Dahlén, 2008 og Andrews, 2014).

I Norge er det gjort en god del studier av nyhetskommentarer, men jeg har til gode å finne noen som har gjort analyser av sportskommentarer. Til gjengjeld er det gjort flere studier av dekningen ulike aviser har av spesifikke idretter – hvorav fotball er et populært tema. Fotball er et hett tema generelt når det gjelder studier av sport og medier. En av fanebærerne der er Knut Helland og hans bok *Sport, medier og journalistikk: Med fotballandslaget til EM*, der han tar for seg hvordan forholdet er mellom norsk presse- og kringkastingsmedier og det norske herrelandslaget i fotball. Boken *Sport i avis – 7 analyser av norsk sportsjournalistikk*, redigert av overnevnte Thore Roksvold, er også et av de norske bidragene til studier av sportsjournalistikk. I boken har han samlet, som tittelen tilsier, syv forskjellige analyser som tar for seg sportsjournalistikk – deriblant språklige virkemidler i norsk sportsjournalistikk og fotballdekningen mellom 1960 og 1990.

Også utenfor Norges grenser har det blitt forsket på sportsjournalistikk, men analyser av sportskommentarer synes å være like lite utforsket som her til lands. Det nærmeste jeg har funnet i søk etter søk er en artikkel skrevet av Alexander Jackson kalt *Football Coverage in the Papers of the Sheffield Telegraph, c.1890–1915*. Der tar han altså for seg fotballdekningen i en engelsk avis fra 1890 til 1915, hvor såkalte «opinion columns» viser seg å utgjøre mye av stoffet. Likevel går han ikke noe nærmere inn på hva «opinion columns» er. De fleste studier og artikler som nevner kommentarjournalistikk, gjør nettopp det: Nevner temaet. Svært få til ingen, i hvert fall som jeg har funnet, går i dybden på sportskommentarer.

En bok som er mer enn verdt å nevne i sammenheng med forskning på sport og medier er boken til Peter Dahlén med den passende tittelen *Sport och medier*. Dahlén går gjennom sporten og dens kobling til mediene, samt de fleste aspekter i og rundt dette; deriblant sportsjournalistikk i pressen, på film, om sport og nasjonalisme, identitet og kjønn. Den står nærmest som en bibel med samling av det meste man kommer borti når det gjelder sport og medier. Som han skriver i forordet (Dahlén, 2008:17), er dette den første boken av sitt slag i

Skandinavia – en introduksjonsbok til forskningsfeltet sport og medier. Dahlén mener det kan skyldes fordi interessen for sport og medier lenge har hatt lav akademisk status. Men samtidig skriver han at OL og fotball-VM er de hendelsene som blir delt i mediene som skaper mest interesse blant folk, ved siden av krig og katastrofer. På bakgrunn av det stiller han spørsmålet (2008:18): «Gör fotbollens popularitet den *mindre* angelägen för medieforskningen?». Jeg vil si absolutt ikke, heller tvert imot. Her vil oppgaven min komme med et bidrag, ikke bare til forskningen på fotball i mediene, men også til studier av sportskommentarer.

2. Om Dagbladet og noe pressehistorie

Den første papiravisen i Norge startet opp i 1763, og hadde navnet *Norske Intelligenz-Seddeler*. Den eksisterer ikke lenger i dag, men over hundre år senere, i årene mellom 1860 og 1880, ble en rekke av avisene som fortsatt eksisterer i dag stiftet og startet opp – deriblant Dagbladet i 1869. Dagbladet ble stiftet i en tid der det også ble opprettet to partier i Norge: Høgre og Venstre, og den såkalte partipresseperioden begynte å utspille seg – der avisene var sterkt tilknyttet de politiske partiene. Dagbladet var en veldig klar og ren Venstre-avis, og fungerte på mange måter som opinionsleder for de andre avisene som støttet samme parti. Det var på samme tid at lederartiklene og kommentarer om aktuelle ting etablerte seg som sjanger i de norske avisene, og avisene ble meningsbærere, noe jeg kommer tilbake til senere i oppgaven (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 48, 50-51).

Partipressen preget avisene sterkt de første tiårene, men det var også flere utviklinger som skjedde i den norske pressen samtidig. Rundt 1920 begynte avisene å merke konkurransen fra radioen, og kom med et motsvar i den såkalte omnibusavisen – aviser som har et bredt innhold som tiltaler et bredt spekter av lesere. Her begynte sportsjournalistikk og annen «underholdning» å få større plass enn tidligere (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 75). Thore Roksvold (2000, sitert i Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 90) har gjort en analyse av fire årganger i fem forskjellige aviser mellom 1903 og 1993, deriblant Dagbladet, som viser den klare overgangen mellom avisene før og etter omnibusinntoget. Analysen til Roksvold viser at Dagbladet hadde for eksempel mye mer krimstoff i 1933 sammenliknet med 1903, noe som antakelig skyldes at det trakk til seg lesere fra grupper de tidligere ikke nådde. En ting Dagbladet skiller seg ut på sammenliknet med de andre avisene i Roksvolds analyse, henholdsvis Adresseavisen, Nordlys, Gudbrandsdølen og Sunnhordland, er at den oslobaserte riksavisen hadde gjennomgående flere nyheter om det som beveget seg i kulturområdet enn de andre – noe Dagbladet etter hvert har blitt kjent for.

Rundt 1930-tallet hadde Dagbladet et rikt stoffområde som tilfredsstilte store lesergrupper. De tradisjonelle leserne var spesielt interesserte i høykultur og politikk, men avisen så potensiale i andre grupper og satset siden på kuriosa, kvinner og krim. På grunn av dette tok etter hvert avisen en særstilling blant den norske pressen, ikke bare i stoffet de hadde og sine reportasjer, men også med opplagstall – de var den nest største i Norge. Da krigen brøt ut ble Dagbladet, som en rekke andre aviser, noe svekket, og i april 1943 stanset produksjonen helt (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 119 og 142; Pettersen [Store Norske Leksikon], 2016).

I tiåret etter krigen begynte både profesjonaliseringen av journalistene og ikke minst synligheten av dem å tre fram. Samtidig gikk det også mot en større popularisering av avisene. Dagbladet sies å være den første avisen til å starte populariseringen, spesielt siden de startet så tidlig som på 30-tallet med å presentere et rikt stoffområde – slik jeg skrev i forrige avsnitt. Meningsstoffet, som tidligere hadde ganske stor og sentral plass, fikk en mindre sentral plass gjennom populariseringen. Dagbladet og Tidens Tegn sto i spissen med å ta meningsstoffet bort fra forsidene. VG fulgte etter hvert trenden Dagbladet var med på å skape, og mot 60- og 70-tallet oppsto det man kaller sensasjonsaviser – hvor det i større grad var løserne i snippen på stoffet enn før. Spesielt kom det til syne i det politiske stoffet, hvor det ble lagt mer vekt på spillet mellom de politiske partiene, og ikke minst politikerne selv. Etter dette kom også starten på den uavhengige pressen, da avisene begynte å rive seg løs fra partiene de tidligere var knyttet til (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 152-155). Dette med populariseringen av avisene kommer jeg mer tilbake til under avsnittene om populærjournalistikk senere i oppgaven.

Dagbladet hadde fram til dette hatt status som den største løssalgavisen og den nest største avisen i Norge. I 1972 ble avisen forbigått av VG på løssalg, og senere, i 1981, ble VG den største avisen i Norge (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 173). Etter dette har Dagbladet fått status som den typiske nummer to-avisen, spesielt hva gjelder sportsseksjonen, etter VG. Jeg kommer tilbake til opplagstall og posisjon under delkapittelet «Dagbladets posisjon».

Mye skulle skje med Dagbladet i tiden etter 1970. Avisene var fortsatt tilknyttet partiene, men det skulle det straks bli slutt på. Ikke bare var profesjonaliseringen av avisene og journalistene, med uavhengighet og objektivitet i førersetet, med på å presse partiene og avisene fra hverandre. I 1972 var det folkeavstemning om Norges tilknytning til EU, og avisene støttet de aller fleste avisene meningene til partiet de var tilknyttet. De aller fleste unntatt Dagbladet. Venstre, som var avisens parti, var riktignok kun delvis for EU-medlemskap, men Dagbladet gikk mot. Dermed ble det en splittelse både i partiet og i avisen, om hvilken retning de skulle følge framover. I årene mellom 1972 og 1977 kalte avisen seg for «Venstre, uavhengig», men i -77 var det nok. Den sagnomsuste sjefsredaktøren Arve Solstad publiserte det året en artikkel som tok avskjed med Venstre, men understreket samtidig at de ville holde på de liberale grunnverdiene (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 202-204).

På 1980-tallet skjedde det spesielt to ting som markerer seg ut i Dagbladets historie. 1983 står som et markant år – året der avisen, som en av landets siste, gikk over til tabloidformatet. Det andre som merker seg ut er prosjektet kalt *Avis 90*, som overnevnte Solstad sto i spissen for. Arve Solstad er en av de mest markante redaktørene Dagbladet har hatt, og i tillegg til den lange perioden der han var sjefsredaktør, fra 1973 til 1989/1990, har han hatt flere redaktørroller og også jobbet som skribent. «Mangeårig, mektig redaktør i Dagbladet. Også kjent som Storoksen», skriver Christopher Hals Gylseth (2011: 9) i introduksjonen til den 365 sider lange boken *Storoksen – Arve Solstad og Dagbladet*. Da avisen nærmet seg 1980-tallet, hadde «Storoksen» Solstad allerede ønsket å gå over til det tabloide formatet i over ti år. En av grunnene til at det ikke allerede var gjort, var fordi flere i redaksjonen var sterke motstandere av formatet. Frykten for at det ville skje en forflatning av journalistikken, det kulturelle og det politiske var det sterkeste motargumentet. Det største argumentet for var at de økonomiske fordelene var større. Det førte til at det i 1979 ble bestemt å utrede mulighetene for å legge om avisens format (Gylseth, 2011: 201).

Våren 1982 ble satt som den egentlige oppstarten av Dagbladet i tabloid format, men mye uroligheter i avisen samt en del mangler i forbindelse med overgangen utsatte den formatet et år. 5. april 1983 kom den første tabloidutgaven av Dagbladet i stativene, og avisen har vært å se i samme format siden (Gylseth, 2011: 235-236). Mot slutten av 1980-årene kunne ikke Dagbladet lenger flyte på det nye ved tabloidformatet, og Solstad med sine tropper fant ut at avisen måtte igjen finne på noe nytt for å gjøre avisen spennende inn mot det nye tiåret. I tillegg hjalp det ikke på at konkurrenten VG bare suste fram i opplagstall og popularitet. Dagbladet måtte finne på noe. Prosjektet *Avis 90* ble til, et prosjekt som skulle styrke avisens redaksjonelle profil og øke opplagstallet. Redaksjonen skulle satse på flere «nye» områder, og gå sterkere inn i andre. Filosofien tilsa å gi leserne bekreftelse på det de allerede tenkte, å stryke leserne med hårene. Samtidig skulle blant annet forbrukerjournalistikk, underholdning og annen «lett» journalistikk satses på (Gylseth, 2011: 293-295). Noen vil kanskje spørre seg hvordan dette skiller seg fra Dagbladet i dag, som har et rykte på seg for å være langt nærmere Se og Hør sin profil enn Aftenposten. Det ryktet kan sies å komme fra Solstads tid.

Etter mange interne strider og mye motstand mot også dette prosjektet, ble det til slutt lagt på hyllen og «Storoksen» trakk seg tilbake. Det ble i stor grad bestemt at det fra da og videre ikke skulle gjøres store og drastiske omlegginger i avisen. Slik har det også blitt, ser man på de siste par tiårene i avisen – det har vært en kontinuerlig utvikling der uten de store avvikene og omorganiseringene (Gylseth, 2011: 325). Bare et par år etter Solstads avgang ble det

likevel én ting som har satt store merker i både Dagbladet og stort sett alle andre aviser. 7. mars i 1995 kom den første norske avisen på det store internett, med Brønnøysunds Avis. Dagen etter fulgte Dagbladet med, som den første store norske avisen (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 217).

I starten var det stort sett det samme stoffet som ble presentert på nett som på papir, og det var dermed også de samme journalistene som skrev for begge plattformene. Det vil si: Det var ikke noe eget med nettavisen, annet enn at man kunne lese artiklene på nett. Ofte var det også slik at man fikk mer og grundigere stoff i papir enn på nett. Dette utviklet seg etter hvert til å bli det helt motsatte: Det har vært om å være først på nett, størst på nett, og ofte kun en notis eller en spalte på papir. Ofte ser man vignetter som «Les mer på nett» i forbindelse med store saker. Dessuten har det de siste årene ofte ikke vært de samme journalistene som produserer stoff for papiravisen som til nett, mange har hatt egne nettedaksjoner, nettedaktører og egne satsinger på nett. Nå i det siste har det blitt en utvikling litt tilbake til slik det var før, hvor nett og papir er samme redaksjon. Ikke fordi det produseres det samme til nett og papir, men fordi papiravisen er meldt såpass nord og ned at det stort sett kun er satsing på nett. Det meste som står i dagens avis er egentlig allerede gammelt nytt fordi det har stått på nett umiddelbart etter hendelsene som gjerne har skjedd dagen før.

Tilbake til 1995, hvor Dagbladet introduserte avisen sin for nettet, startet de også for alvor satsingen på helsejournalistikk og typisk forbrukerjournalistikk. Det var ikke uvanlig på den tiden å gjøre stunt som skulle tiltrekke seg publikum, for det var det som var den nye trenden i pressen. Ettersom de fleste avisene etter løsrivingen fra partiene trengte en måte å tiltrekke seg et stort og lojalt publikum på, tok de fleste til ulike publikumsfrieri. Dagbladets publikumsfrieri ble dermed å opplyse leserne som enkeltindivider om hva de bør gjøre i hverdagen, hvilke ting de bør satse på og ikke. Typiske overskrifter man så var «Sjekk hvor farlig medisinen din er» eller «Se hvor usunn dine matvaner er» (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 232). Slike overskrifter ser man fortsatt, dette har etter hvert blitt et av de fremste kjennetegnene på Dagbladet.

Et annet kjennetegn på Dagbladet er at de «alltid» har brukt mye spalteplass på sport. Og kultur. Det er kanskje der stempelet om en «lett» avis bunner i. Som en slags motvekt til det er deres rolle som meningsavis noe som har gått igjen i Dagbladet så lenge de har holdt på. De har holdt minst like stort fokus på kommentarer og meningsjournalistikk som det de har på sport og annen «lett» journalistikk. I deres egne husregler står det i punkt 1.4A (Dagbladet,

2015): «Dagbladet har plikt til å sette et skarpt og kritisk søkelys på samfunnet rundt oss». Dette har de gjort til gagns. Selv om det er en avis som opp gjennom har vært fylt med kontroverser, både med innhold i avisen og innhold i redaksjonen.

Det er skrevet en rekke bøker om avisen, hvor de fleste deler historier som ikke kommer til deres fordel. Uttrykket om at det er avisen man elsker å hate går igjen blant folk som omtaler avisen, og i bøkene som er skrevet om den. Likevel er Dagbladet en av de som de siste årene har gjort det aller best blant norske aviser, i hvert fall om man tror Stiftelsen for Kritisk og Undersøkende Presse (SKUP) som deler ut SKUP-prisen – en av de høyeste utmerkelsene man kan få i norsk journalistikk. Dagbladet har i løpet av de fire siste SKUP-utdelingene mottatt selve prisen tre ganger og diplom en gang. På samme tid er de også felt kun to ganger i Pressens Faglige Utvalg (PFU), noe som er et svært lavt tall både sammenliknet med andre aviser som har samme tabloide profil som Dagbladet og sammenliknet med tidligere statistikk over PFU-fellelser for avisen (Hagen [Journalisten], 2017).

2.1. Dagbladets selvopfatning

En ting er å beskrive Dagbladet fra utsiden. En annen ting er å høre hvordan de som er på innsiden oppfatter seg selv og sin egen arbeidsplass. Esten O. Sæther har jobbet i Dagbladet siden 1984, og har dermed vært i avisen nesten siden starten av tabloidformatets inntog. Han har hatt ulike roller i avisen, deriblant åtte år som sportsredaktør – fra 1986 til 1994. Senere har han vært både politisk journalist, nyhetsredaktør og nettredeaktør. De siste årene har han jobbet som ren kommentator for sportsredaksjonen. Lars H. Kvam startet i Dagbladet i 2004, og hadde jobben som sportsredaktør fram til senhøsten 2016. I løpet av sine 12 år i Dagbladet har han jobbet som journalist og korrespondent – hovedsakelig med sport og aller mest fotball, før han de par siste årene inntok rollen som reportasjeleder og senere sportsredaktør. Høsten 2016 (da intervjuene fant sted, anm.) hadde de begge en sentral rolle i Dagbladets sportsredaksjon, og har begge gode grunnlag for å uttale seg om både Dagbladets profil og sportsredaksjonens virke, samt hvordan det har utviklet seg de siste årene.

«Vi er jo grunnleggende en tabloidavis som prøver å være stolt av det å være tabloid. [...] som prøver å være frekkere og se ting på en annen måte enn andre. Vi har vært kjent som kulturavis, og kulturfeltet er viktig for oss. Nyheter og sport er også viktig

for oss. Så har det blitt stadig viktigere med temasaker som helse og privatliv. Arv og pensjon og sånt.»

Det sier Kvam om profilen til Dagbladet (personlig intervju, 29. september 2016). Han er ganske klar på at i løpet av de årene han jobbet i Dagbladet, fra 2004 og fram til nå, har avisen hatt en klar tabloid og populærjournalistisk profil. Samtidig trekker han fram at profilen gjerne endret seg litt etter inntoget av nettjournalistikken:

«Nettjournalistikken har ført til endringer. Det blir mer og mer viktig for oss, som hos alle andre. [...] Vi har blitt mer en nettavis, først og fremst. Da jeg startet for 10-12 år siden var Dagbladet hovedsakelig en [papir]avis, og når folk snakket om Dagbladet var det først og fremst den utgaven de refererte til. Nå tror jeg det i mye større grad er nettsiden og mobilfronten de tenker på. Det er en veldig stor endring som man ser. Fra å ha gått fra å være et avishus som også hadde nettside, har man gått til å bli et mediekonsern hvor nettet er mest lest – mens avisen er bare en del av de tingene vi tilbyr.

– *Hva med det tabloide? Har det blitt noen endringer der?*

Min oppfatning er at det er det samme. Det som vi syns var en god sak for 10-12 år siden er fortsatt en god sak i dag, så jeg vil si at vi jakter på samme type saker, men det kan hende vi får større uttelling. Det som var en mindre sak før, som vi brukte som en notis i avisa, nå kan vise seg å bli en klikkvinner på nettet. Men det er jo fortsatt sånn at vi jobber etter å prioritere de viktigste og gode sakene som interesserer folk. Det kjennetegner jo en tabloidavis, at man skal appellere til leserne.»

Også kollegaen til Kvam, Sæther, trekker fram dette med å appellere til leserne som en viktig del av profilen til Dagbladet. Sæther mener avisens profil bærer preg av dens fortid som venstreavis, og at den liberale tankegangen fortsatt er til stede (personlig intervju, 01. oktober 2016):

«Profilen [i dag] er i utgangspunktet slik som da jeg begynte i Dagbladet. Det er altså en liberal avis, opptatt av en del grunnverdier. [...] Man har beholdt de samme verdiene [som da Dagbladet var partiavis]; en kritisk, maktkritisk avis, opptatt av å ta vare på ulike deler av det og frihet, vil jeg vel si. Samtidig for en sosialrettferdighet, både for det enkelte mennesket og for det norske samfunnet.

– *Hva med den tabloide profilen, da?*

[Vi er] tabloid i den forstand at man skal nå et bredt publikum – det var en lang debatt i Dagbladet om det, om hvorvidt man skulle inn på massemarkedet. Vi var jo størst en stund, midt på 60-tallet var Dagbladet klart større enn VG. [...] men så var det vel VG sin omlegging [til tabloid], og så brukte man lang tid i Dagbladet på å bestemme seg for å gå over til tabloid. Altså både i format, og på sett og vis også i tenkning, om å treffe bredere. Den [debatten] var ferdig da jeg kom, man gikk jo over i -83. Men det preget veldig de første ti-femten årene da jeg begynte her. [...] Vi var veldig preget av spenningen mellom det å være en underholdende og en verdibasert avis. Den spenningen har vært der ganske tydelig hele tiden.»

2.2. Avisens sportsprofil

Som Kvam sa ovenfor, er Dagbladet kjent som en kulturavis der nyheter og sport også er viktig. Mange vil kanskje si sporten og kulturen til og med trumfer nyhetene. «Jeg føler sporten er viktig for Dagbladet, og at det er noe ledelsen er tydelige på. Det understrekes hele tiden at sportsjournalistikken er blant en av kjerneverdiene for Dagbladet», forteller Kvam (personlig intervju, 29. september 2016). Kollegaen Sæther bekrefter dette:

«Sportsjournalistikken har hele tiden stått sentralt, for det har vært viktig for leserne våre, og man ser at det er viktig for å opprettholde bredde i lesningen.» (personlig intervju, 01. oktober 2016).

Dette med hva som er viktig for leserne blir stadig trukket fram gjennom intervjuene med de to sportsjournalistene. Begge understreker at Dagbladet generelt og sporten spesielt er opptatt av å skrive «for folket», som blant annet innebærer å gjøre det lettleselig, populært og personlig. Og det er klart alle aviser vil tilfredsstille leserne sine og gi dem det de vil ha, men ofte handler det om valg av overskrifter og vinkling av saker, og ikke å velge bort temaer. For mange handler journalistikken om å gi leserne det de *ikke visste* at de ville ha, mens i Dagbladets sportsredaksjon kan det se ut til at de har valgt fokus og dekningsområder ut fra det leserne *vet* de vil ha. Kvam sier dette om dekningsområdene til sporten (personlig intervju, 29. september 2016):

«Da jeg kom inn levde vi fortsatt på fotballdekningen på 90-tallet, hvor ting var veldig bra. Vi hadde landslag som var med i EM og VM og hadde masse proffer i utlandet, og et Rosenborg som var med i Champions League. Det var på en måte en arv etter det, da. Og interessen for norsk fotball var stor, og det var det viktigste vi dekket. Samtidig hadde vi en norsk skisport som ikke funka så bra. Det som har skjedd de siste årene her er at skisporten har blitt viktigere og viktigere, og fotballen mindre og mindre viktig. Eller, de har møttes, da. Før var fotball her og skisport her [viser med hendene at fotball var langt oppe og skisport langt nede]. Nå vil jeg si fotball og langrenn er de to viktigste idrettene vi dekker, men hadde du spurt meg for 10-12 år siden hadde svaret vært åpenbart at fotballen var det viktigste. Det er en endring som har vært interessant å følge med på. Og den kommer nok av at vi har tatt innover oss publikums feedback, det er ikke bare at vi har gjort det sånn.»

Kvam mener også de harde tidene for mediene har hatt mye å si for hvilke områder de dekker nå og ikke. Altså er det først og fremst leserne som bestemmer hva de dekker, men også mangel på ressurser har hatt en finger med i spillet:

«Vi har mindre ressurser til å dra ut og gjøre reportasjer. Det preger jo profilen vår. [...] Vi må velge mye hardere hva vi prioriterer. Jeg tror at vi har, i likhet med en del andre norske medier, måttet prioritere bort en del smalere idretter, som vi kanskje kunne dratt på før, men som vi nå har mindre av, eller altså, må prioritere bort.

– *Som for eksempel?*

Ja, du kan si, hockey og rally er to eksempler på idretter som vi dekket mer før. Kvinnefotball, kanskje. Vi dekker jo egentlig mindre av det aller, aller meste. Vi dekker mindre fotball og, selvfølgelig. Men fotball dekker vi i hvert fall fortsatt så vi skriver en del om det, det er fortsatt viktig for oss. Og jeg sier ikke at hockey ikke er viktig, men jeg sier bare det at vi, dessverre, så har vi ikke råd til å gjøre alt vi vil.»

Både Kvam og Sæther sier at det i høyeste grad er god dekning av fotball og ski leserne forventer av deres sportsredaksjon. Og kanskje er det slik, da, at når det er fotball og ski folket vil ha, og Dagbladet skriver for folket, så er det fotball og ski de gir. Kvam bekrefter:

«Ja, altså, for vi har jo hockeystoff, det er ikke det, men det er fotball og langrenn vi føler at vi både har kompetanse selv til å være god på, og det er der vi føler leserne mest forventer av oss. Så vet vi jo at det er idretter vi innimellom dekker såpass dårlig

at vi får tilbakemeldinger på det fra leserne. Da må vi bare akseptere det. Men det er jo en av de tingene vi må gjøre i mye større grad, det med prioriteringer, det har bestandig vært viktig, og er et journalistisk nøkkelord i alle generasjoner, vil jeg tro.»

2.3. Dagbladets posisjon

«Daglig når mediehusene 83 prosent av befolkningen over 12 år. Andelen som leser papirutgavene faller fortsatt, og er nå på 49 prosent. 62 prosent leser avisenes nettutgaver og 42 prosent leser mobilutgavene.», skriver Mediebedriftenes Landsforening (Mediebedriftenes Landsforening [MBL], 2017). Det er de tre landsdekkende avisene VG, Dagbladet og Aftenposten som har den største totale dekningen av hele landets mediehus. De har alle over en million lesere daglig. På fjerdeplass ligger Dagens Næringsliv med litt over en halv million, før regionavisene Bergens Tidende, Adresseavisen og Stavanger Aftenblad følger med 2-300 000 lesere.

Ut fra dette ser man at Dagbladet altså er en av Norges største aviser og mediehus. Faktisk er Dagbladet Norges nest største når man ser på den samlede dekningen – kun slått av den største konkurrenten: VG. I 2016 hadde Dagbladet en total dekning på nesten 1,5 millioner lesere. VG hadde til gagns nesten 1 million flere lesere, så det skal mye til for Dagbladet å ta igjen sin argeste konkurrent. Deler man opp tallene, og ser på kun lesere av papiravisen, endrer denne listen seg noe. Da faller Dagbladet ned på en tredjeplass, og av de nesten 1,5 millioner leserne, sitter kun rundt 203 000 av dem med den fysiske papirutgaven i hendene. VG har på sin side kun rundt 342 000 av sine lesere med seg i papiret, og havner derfor over Dagbladet der også. Likevel er det Aftenposten som troner øverst av papiravisene, med sine rundt 428 000 lesere (Alle tall hentet fra MBL, 2017).

Det er imidlertid én ting Dagbladet slår VG og resten av landets aviser på – det til tross for hvordan avisutviklingen har vært de siste årene: Nemlig opplagsfremgang. MBL skriver (2017) at det i 2016 for første gang på mange år var mange aviser som kunne skryte på seg opplagsvekst. Hele 41 prosent av de 228 avistitlene som er med i beregningen økte i opplag. Av de troner Dagbladet øverst med en økning på nesten 4000 eksemplarer. Økningen skyldes i hovedsak flere salg av digitale abonnement, hvor den elektroniske utgaven av papiravisen er inkludert (Alle tall hentet fra MBL, 2017).

Her er det viktig å huske på at lesertallene til papiravisene kun er en antakelse av hvor mange som har lest avisen, mens opplagstallene er et gjennomsnitt av antall solgte eksemplarer av avisen.

3. Kommentar som sjanger

Som skrevet i forrige kapittel er Dagbladet kjent for å være en meningsavis. Fotball-VM er, som vi skal se senere, en stor mediehendelse. Slike hendelser trenger at noen går over det som skjer med et analytisk blikk. I dette kapittelet skal jeg se nærmere på sjangeren som gjør nettopp dette – kommentarsjangeren.

Begrepet *kommentar* stammer fra det latinske ordet *commentari*, som betyr å tenke intenst og å reflektere, skriver Audun Bakke i *Analytisk journalistikk* (1977: 17). Videre skriver han: «Ser vi på det innholdet begrepet har fått i norsk journalistisk praksis vil det romme alt fra ren oppsummering av faktiske opplysninger til artikler som stempler det ene eller det andre som godt eller dårlig, eller som gir [...] anvisninger om hvordan saker bør løses». Han mener alt innen den journalistiske kommentarsjangeren bør betraktes som analyser, selv om det gjør *analyse* til et vidt begrep. Han peker på at de journalistiske analysene oppfyller to behov hos leserne og nyhetene: Når informasjonsstrømmen i nyhetene blir for stor, tilbyr analysen en oversikt og sammenheng til leseren, og den kan gi muligheter til å dekke steder der tradisjonelle saker og sitater ikke strekker til (Bakke, 1977: 16).

Det har gått mange år siden *Analytisk journalistikk* ble utgitt i 1977, og i innledningen til boken står det at kommentarsjangeren og analytisk journalistikk fortsatt var et relativt nytt fenomen da den ble gitt ut. I nyere tid har Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø gitt ut boken *Kommentaren – en sjanger i endring*, og bare tittelen tilsier at mye har skjedd – og fortsetter å skje – med denne sjangeren. Mathisen og Morlandstø skriver (2016: 15) at etter hvert som medieverdenen har blitt digital, er det ikke bare denne meningsjournalistikken og analysene som havner under begrepet kommentar, men også kommentarer i kommentarfeltene på nettaviser og sosiale medier – i tillegg til noen blogginnlegg og deres kommentarer igjen. Likevel understreker de at det er et skille mellom de meningene og kommentarene, og de man ser i aviser og andre medier, skrevet av medienes egne. Som Mathisen og Morlandstø skriver (2016: 16): «[vi er] opptatt av kommentarjournalistikk som *profesjonell praksis*; drevet av journalister og redaktører i redigerte, journalistiske medier som er underlagt det presse-etiske rammeverket». Videre stiller de seg spørsmålet om hva som karakteriserer menings- og kommentarjournalistikken. I likhet med Bakke i 1977, mener de at den type journalistikk er preget av analyse, og at kommentatoren skal ha kunnskap og uavhengighet – nettopp til å gi de anvisninger og det overblikket som er nevnt i forrige avsnitt. Men Mathisen og Morlandstø legger også til at menings- og kommentarjournalistikk er preget av kontrovers og en kritisk

tradisjon. «Gjennom det etiske rammeverket viser pressen selv en uttalt ambisjon om å bidra til en kritisk, resonnerende offentlighet: I første del av Vær Varsom-plakaten påpekes det at pressen skal ivareta viktige oppdrag som informasjon, debatt og samfunnskritikk (VVP 1.2)», skriver de (2016: 18). Mye av dette blir oppfylt av nettopp denne typen journalistikk, siden det er rom for analyse, medienes og journalistenes egne meninger og fortolkning.

Innen menings- og kommentarjournalistikken finnes det en rekke typer kommentarer, i tillegg til den tradisjonelle kommentaren. Kjetil Igland og Audun Stølås skriver i sin bok *Kommentaren* (2008: 31) at forgjengeren til dagens menings- og kommentarjournalistikk, essayet (mer om det i neste avsnitt), har beveget seg i to forskjellige retninger. På den ene siden har man kronikker og lederartikler, som kjennetegnes av å være «upersonlig, upoetisk, resonerende, argumenterende, seriøs, entydig, saklig, nøktern» (Igland og Stølås, 2008:31). På den andre siden har man blant annet anmeldelser, kåseri og petiter, som kjennetegnes av å være den rake motsetningen: «Personlig, poetisk, assosierende, skildrende, lekende, flertydig, harselerende, overdreven» (Igland og Stølås, 2008: 31). Det kan diskuteres hvor vidt disse to retningene er kommentarer slik man mener når man for eksempel tenker på en nyhetskommentar, da begge retningene er mer meningsjournalistikk heller enn kommentarjournalistikk. Også derfor har forfatterne plassert nyhetskommentaren midt mellom disse to skillene, begrunnet med at de som skriver nyhetskommentarer i mindre grad må oppgi én mening om temaet for kommentaren, slik som lederartikler gjerne gjør, men heller legger til rette for at leseren selv kan gjøre seg en mening om temaet gjennom flere og forskjellige argumenter Igland og Stølås (2008: 31-32).

Som nevnt over, stammer dagens menings- og kommentarjournalistikk fra essayet i de gamle avisene. *Essay* betyr et forsøk eller å prøve, og sjangeren kjennetegnes av at skribenten diskuterer med seg selv, og vurderer et objekt fra flere sider før en tar en konklusjon. I de norske avisenes tidlige historie, fra rundt siste halvdel av 1700-tallet, var det først og fremst informasjon som sto høyest på avisenes agenda. Likevel vil noen si, deriblant Jürgen Habermas (1991: 182, sitert i Mathisen og Morlandstø, 2016: 19), at disse avisene også formidlet kritikk. Kritikken kom ofte til syne gjennom nettopp essayene, som sies å være grunnsjangeren i 1700-tallets aviser i Norge, og som ligger nærmest det vi kjenner som kommentarjournalistikk i dag. Framveksten av kommentarjournalistikken har også blitt knyttet til hvordan redaktørrollen etter hvert fikk en tydelig meningsrolle, hvor for eksempel Morgenbladet innførte en fast lederartikkel allerede på 1830-tallet. På samme tid sørget blant andre essayisten Aasmund Olavsson Vinje, som regnes for å være Norges første essayist og

en stor person i norsk presses historie, for at den analytiske kommentaren fikk sin plass i avisene. Senere, mot slutten av 1800-tallet, skjedde mye i den norske samfunnsutviklingen, men det som kan sies å ha hatt størst innvirkning på kommentarjournalistikken var oppblomstringen av politiske partier og deres nære forhold til avisene. Med partipressen dukket det opp rene kommentarspalter, og det ble en mer samlet offentlig debatt med en ny og annen bruk av de subjektive kommentarene – der de tolket faktaene som lå på bordet. Etter avviklingen av partipressen på 1970-tallet kom et skille for kommentarjournalistikken, der både den og den generelle journalistikken ble profesjonalisert. Uavhengighet fra utenforstående aktører ble også dyrket og seilet fram som et ideal. Her ble synet på pressen som den fjerde statsmakt spisset og etterfulgt, som igjen sørget for at det ble større rom for enkeltjournalister til å komme med personlige kommentarer og meninger, uavhengig av redaksjonens holdninger (Mathisen og Morlandstø, 2016: 18-20). Dette er slik vi kjenner menings- og kommentarjournalistikken også i dag.

3.1. Om sportskommentarer (i Dagbladet) spesielt

Det som er skrevet til nå beskriver kun generelle kommentarer og analyser man ser i mediene, og først og fremst nyhetskommentarene. Siden jeg gjennom analysen skal ta for meg sportskommentarer, er det også naturlig å beskrive hva som kjennetegner disse. Her er det imidlertid heller lite stoff som er skrevet spesifikt om denne sjangeren. Antakelig er dette fordi mange av de samme kriteriene som gjelder for nyhetskommentarer, også gjelder for sportskommentarer. For å finne ut *om* det er noen forskjeller og *hva* disse i så fall er, har jeg henvendt meg til Esten O. Sæther i Dagbladet også om dette, sammen med hans kollega Morten Pedersen. De er begge sportskommentatorer i Dagbladet per dags dato, og har derfor innsikt i både sportskommentarens verden og hvordan de bedriver kommentering i Dagbladets spesielt.

Både Sæther og Pedersen legger vekt på at kommentarer (les: Sportskommentarer) skal belyse saken den står til, og gi en (personlig) mening om temaet. «Den skal være kunnskapsbasert (skaper troverdighet), gjerne analyserende, meningsbærende, og gjerne (litt) frekk.», skriver Pedersen (personlig epost, 3. mars 2017). Foreløpig virker de to grenene av kommentarer fra deres synspunkt å være ganske like. Det begge trekker frem som et interessant moment er at leserne av sportskommentarer gjerne har et litt annet utgangspunkt enn leserne av andre

kommentarer, og at det kan være en forskjell i hvordan en kommentar blir mottatt og reagert på av leserne. For mens nyhetskommentarer kan, som skrevet tidligere, gi råd til hva man skal mene om en sak og hvordan en sak bør løses, bidrar gjerne sportskommentaren med en stemme og en mening *blant mange*. «Sport er allemannseie. Det er alltid interessant at det er brytninger, at oppfatningene (av f.eks. en fotballkamp) er forskjellige. Vi har alle vårt syn og preferanser.», skriver Pedersen (personlig epost, 3. mars 2017). Sæther mener (personlig epost, 8. mars 2017) at «Mange av sportsleserne vil tidvis være svært godt informert om emnet, og er i så måte gjerne en mer kritisk lesermasse [enn leserne av en nyhetskommentar]». Likevel understreker begge at de ser liten til ingen forskjeller mellom det de og deres kolleger på nyhetsavdelingen driver med. Morten Pedersen (personlig epost, 9. mars 2017) avslutter med:

«Sportskommentaren også kan være en nyhetskommentar. Når det er sagt – sportskommentaren [...] er som oftest et meningsbærende element til den totale dekningen av en begivenhet, være seg en fotballkamp, en distanse i ski-VM, Johaug-saken, osv. [...] Når det gjelder innhold ser jeg ikke store forskjeller, det er jo snakk om å mene og argumentere for synspunkter rundt en sak/hendelse/tema uavhengig om det er Trump som er en tufs, smørerne har gitt langrennsjentene kladder under skia eller Nicklas Bendtner har bommet på åpent mål og kostet RBK 200 millioner kroner i den avgjørende Champions League-kvalifiseringskampen, mest sannsynlig fordi han var lenge oppe kvelden i forveien.»

Phil Andrews ga i 2014 ut en ny versjon av boken *Sports Journalism – A Practical Introduction*, der han skriver om forskjellige sjangre man kommer over i sportsjournalistikken. Han beskriver (2014: 96) noe han kaller «Opinion Columns», som man direkte oversatt kan kalle meningsspalter. Dette er tilnærmet lik meningsjournalistikk og kommentarer. Andrews mener meningsspaltene er en nyttig del av sportssidene i en avis, av flere grunner: For det første hjelper kommentarene til å fylle sidene de dagene det ikke er så mye sport å dekke. Det er ofte typisk at konkurranser i idretten skjer i helgene, dermed kan det være vanskeligere å fylle avisen som skal ut på onsdag enn den som skal ut lørdag eller mandag. Her kan dermed kommentarene hjelpe. For det andre gir meningsspaltene de beste journalistene en mulighet til å utfolde språket og kunnskapen sin. For det tredje gir det en mulighet til velkjente navn fra sportens verden – det være seg en kjent kommentator eller avdanket idrettsstjerne – å trekke lesere til spalten på grunn av navnet sitt. For det fjerde er det en sjanger som kan generere både kontroverser og debatt blant leserne. Det siste grunnen er at

disse spaltene hjelper å holde en sak i live dersom det går en liten stund mellom hver utvikling. For eksempel dopingsaken rundt Therese Johaug har blitt holdt i live fra det skjedde høsten 2016, til dags dato – nettopp fordi kommentarer og kontroverser har blitt meldt de gangene saken ikke har hatt noen utvikling. Andrews mener de overnevnte grunnene er viktige elementer som kan trekke folk til papiravisen og avisens kommentarer, ettersom det ofte er andre medier leserne får resultater og annen grunnleggende informasjon fra (Andrews, 2014: 96). Altså mener han meningsspaltene tilfører avisen «det lille ekstra», det som gjør avisen verdt å lese – noe jeg kommer tilbake til i neste delkapittel.

Andrews skriver (2014: 96) «The best opinion columns combine the insights of the sports expert and the style of the professional writer». Han mener altså at det som kjennetegner god meningsjournalistikk først og fremst er den gode innsikten som gir god informasjon om temaet, samtidig som den er velkonstruert og godt skrevet. Flere kjennetegn han trekker fram er, som jeg har vært inne på tidligere, at kommentarene gir skribenten mulighet til å se på flere sider av en sak. En interessant ting her, som Andrews skriver i motsetning til for eksempel Igland og Stølås, er at han mener sportskommentarene ofte ser saken fra flere sider, for så å havne på en. Igland og Stølås mener, som skrevet tidligere, at skribenten (av en nyhetskommentar, vel å merke) skal presentere saken slik at leseren kan gjøre seg opp en mening. Andrews mener en sportskommentar står som den printede versjonen av en diskusjon på puben etter en fotballkamp, eller på vei hjem fra en idrettskonkurranse. Så kan man jo diskutere hvorvidt deltakerne i slike diskusjoner kommer til noen konklusjon. Andrews fortsetter med kjennetegn som at de beste kommentarene består av kontroverser, og at de beste kommentarskribentene ofte gir en stemme til upopulære meninger. Det trigger lesernes interesse, og gir dem noe å diskutere mot, mener Andrews. Likevel understreker han at meningene ikke bare kan komme fra intet for å skape debatt – det skal være basert på harde fakta og nøye forarbeid (Andrews, 2014: 96-97).

Andrews har også satt opp en liste over hvilke elementer som utgjør en god og effektiv sportskommentar. Flere av elementene er typiske kjennetegn for de fleste sjangre i avisene, for eksempel dette med en intro som fanger leserne, men jeg velger likevel også å ta de med her – fordi det gjelder i minst like stor grad kommentarene. Disse elementene er (oversatt fra Andrews, 2014: 97):

- En knagg man kan henge kommentaren på, gjerne en nyhet som går ellers i mediene.
- En intro som fanger leserne og gir dem lyst til å lese videre.

- En litt lettere og kontroversiell stil, som samtidig er hardtslående og uten flås.
- En analyse (gjerne fra en ekspert eller fra noen på innsiden av saken) som viser alle sidene av saken, og som sammenlikner med andre saker og hendelser dersom det er nødvendig.
- En bestemt holdning med argumenter som bygger oppunder.
- En kort gjennomgang av saken kommentaren dreier seg om, med bakgrunnsdetaljer, dersom det ikke er en allment kjent sak som de fleste har fått med seg.
- En avslutning som runder opp det hele, og som etterlater fornøyde lesere.

Disse elementene og kjennetegnene for (sports)kommentarer vil jeg ta med meg videre i oppgaven, spesielt i analysedelen der jeg særlig vil basere den siste delen på mange av de nevnte elementene.

3.2. Kommentarens plass i dag

Som skrevet tidligere i oppgaven, har meningsjournalistikken sprunget ut fra essayene i 1700-tallets tidlige aviser, og den har blitt mer definert og fått en tydeligere plass etter hvert som årene har gått. I dag kan man si kommentaren både har fått en betydelig større plass, og har en større betydning enn noen gang. «Dagbladet har gjort «sterke meninger» til et slagord», skrev Igland og Stølås i 2008 (:46). Det stammer fra deres tradisjon om å være meningsavis, og en fast spalte de hadde på 90- og 00-tallet. Igland og Stølås setter slagordet og spalten i sammenheng med at avisene legger mye vekt på kommentarer og meninger.

«Kommentarsjangeren står sterkt i norske aviser, mens kampen mot nettbaserte konkurrenter stadig øker», skriver de (2008:46). Dette kommer spesielt til syne når man oppsøker Dagbladet-spalten i dag, hvor eneste spor av den er den gamle nettadressen spalten befant seg på (utenom papir), hvor man blir møtt av teksten (Dagbladet, u.å.):

«Kjære bidragsyter,

Sterke meninger-siden på papir og nett er nå lagt ned, i ei tid hvor sterke meninger til enhver tid er å finne på diverse sosiale medier. Vi takker for alle sarkastiske, ironiske og lattervekkende bidrag i åra som har gått.

Den siste Sterke meninger-sida på papir vil stå på trykk fredag 11. april 2014.

Hilsen

Endelig fredag-redaksjonen»

Likevel er det nok i papiravisen kommentarene står sterkest, og det på grunn av internett, ikke på tross av. «En rask gjennomgang av de større norske avisene en hvilken som helst helg viser at kommentaren må være et satsingsområde for papiravisen», skrev Igland og Stølås i 2008 (:46). De mener tusenårsskiftet står som et skille for veksten av meningsjournalistikken. I nyere tid mener Mathisen og Morlandstø (2016:21) også at det er konkurransen med nettet som gjør at meningsjournalistikken har vokst seg større de siste tiårene, og at en rekke studier fra flere land beviser dette. «Som en reaksjon på nettmedienes hurtige nyhetsformidling, måtte papiravisene finne en form som gjorde at den fortsatt ble oppfattet som særegen og interessant. Dermed ble analyse, kommentar og personlige artikler et mottiltak.», skriver de (2016:21).

Mathisen og Morlandstø stiller spørsmålet om hvorfor denne veksten har skjedd, utover det at det er et konkurransefortrinn for papiravisene mot nettet. En av forklaringene de har kommet fram til er at behovet for et uavhengig syn på politiske hendelser er større, fordi det er stadig synkende politisk tillit (Esser og Umbricht, 2014:245 i; Mathisen og Morlandstø, 2016:21). Dessuten blir det økonomiske trukket fram, for det å skrive en kommentar om et tema er billigere enn å sende ut en nyhetsjournalist eller tre for å undersøke en sak som omhandler det samme (McNair, 2008:117 i; Mathisen og Morlandstø, 2016:21-22). Likevel understrekes det at det på ingen måte er noen lett utvei å «bare» skrive en kommentar om et tema, siden det krever ofte mer kunnskap og research enn hva det gjør å gå ut i felten for å intervju noen om samme tema. Det synes altså at meningsjournalistikken stadig er økende fortsatt i dag, når Mathisen og Morlandstø kommer til mye av den samme konklusjonen som Igland og Stølås kom til i 2008. Mathisen og Morlandstø skriver (2016:22-23):

«Mediene prioriterer altså meningsjournalistikken, og flere journalister og redaktører jobber utelukkende med denne typen stoff, uavhengig av plattform. I en tid der papiroplaget faller, og nyhetsformidlingen i trykt presse er sterkt utfordret av nettmedier uten deadline, er bakgrunnsjournalistikken, dybden og den analytiske kommentaren blitt viktigere. [...] I en fragmentert medieverden er kanskje behovet større enn noen gang for at noen skal hjelpe oss å analysere, sortere og forklare hvordan ting henger sammen».

Kommentatorene Esten O. Sæther og Morten Pedersen i Dagbladet bekrefter mye av det som er skrevet over, og at i deres avis har kommentarene en sentral plass – spesielt i sportsredaksjonen. «Kommentarene har stor plass i Dagbladet både på nett og i papir [på sportssidene]. Av åtte fast ansatte har vi to kommentatorer, og nesten alltid en daglig kommentar.», skriver Sæther (personlig epost, 21. februar 2017). Hans kollega Pedersen trekker fram dette med konkurransen på internett, og mener kommentarene i dag er stadig viktigere spesielt med tanke på det digitale universet (personlig epost, 3. mars 2017):

«Den er eksklusiv. Den følger en vignett. En «stemme». Du kan ha verdens beste nyhet og oppleve at den er kopiert og fellesgjort (selv om den selvfølgelig skal krediteres) i løpet av et minutt i alle kanaler. Kommentaren er derimot personlig og «stjeles» ikke av andre med mindre du har en nyhet å bringe. En slik nyhetskommentar, der du forteller nyheten og kommenterer situasjonen og konsekvensene av den, blir i tillegg enda sterkere og viktigere.»

Man kan også diskutere om kommentarens plass også har vokst fram på grunn av «enkeltheten» i det, som flere av de over har nevnt. Altså ikke det at det er enkelt å skrive, fordi man trenger harde og sanne fakta og trenger mer bakgrunnskunnskap for å skrive en kommentar enn en sportsnyhet, men fordi det er lettere tilgjengelig enn noen nyhets saker. Enten fordi man ikke får de rette sitatene for å kunne lage en sak, fordi intervjuobjektene ikke er tilgjengelig tidsnok, fordi deadline faller tett inntil kampslutt. Knut Helland intervjuet i sin bok *Sport, medier og journalistikk* den daværende gruppelederen for sport i Bergens Tidende, Tore Strand, som forklarer nettopp dette i forbindelse med europamesterskapet i fotball i 2000 (2003: 135):

«Dersom vi prøver å få kontakt med utenlandske profiler, er det helt umulig. Penger styrer, det er et marked, og vi har ikke ressurser til å styre det markedet. Vi må via diverse for å få noe eksklusivt, og det er vanskelig. Så det ligger jo veldig mange begrensninger i et EM/VM. Men samtidig er det jo en utfordring å finne stoffet som interesserer. Og der har vi helt klart definert at vi skal gi leseren noe utenom det han ser på TV. Og det gjør vi ved å legge vekt på kommentarene og analysene».

Det at kommentarene er eksklusive og gir papiravisleserne noe helt eget blir altså trukket fram av flere. Det er mye mulig dette er grunnen til at kommentarene har den sentrale plassen de har i dag. Det interessante er at ressurser og økonomiske hensyn også blir trukket fram av

flere. Med tanke på posisjonen papiravisene er i om dagen, kan man derfor også kanskje si at kommentarene overlever og får en såpass stor plass nettopp fordi det går dårlig med avisene?

4. Populærjournalistikk og schizofreni

«Vanlig» journalistikk, eller tradisjonell journalistikk som vi kan kalle det, er gjerne innrettet mot å gi informasjon til leserne. Populærjournalistikk er en sjanger som gjerne skiller seg fra denne tradisjonelle journalistikken, ikke fordi den ikke kommer med informasjon, men fordi den journalistikken ofte blir sett på som å skulle underholde publikum mer enn noe annet (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 164). I dette kapittelet vil jeg se nærmere på hva populærjournalistikk er og hvilken kobling den type journalistikk har til Dagbladet.

Ordet «populært» stammer nemlig fra det latinske ordet «popularis», som betyr allment likt, lettfattelig og folkekjært. Det at noe er populært kan bety at noe har god oppslutning blant befolkningen, altså at det selger godt samtidig som det er av stort kvanta. Her kan man trekke mange eksempler: En sang kan kalles populær hvis den har store lyttertall, mens et plagg kalles populært dersom det er å finne på mange kropper. Når ordet «populær» blir satt sammen med journalistikk, er det imidlertid ikke nødvendigvis slik at det er populært i betydningen av stort kvanta, men at stoffet og sakene som blir presentert nettopp er folkekjært og allment likt, samtidig som det er lettfattelig (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 182-183).

Noe som i nyere tid kan sies å være av stort kvanta er at en av drivkreftene til den moderne populærjournalistikken er jakten på store opplagstall, og på internett; flest klikk. Derfor benytter ofte de populærjournalistiske mediene, med avisene spesielt, seg av forskjellige grunnleggende grep for å få det største publikumet. Noen av disse grepene er at populærjournalistikken bringer frem en daglig porsjon av kuriosa, katastrofer og ikke minst kjendiser, i tillegg til sport. På samme tid blir ofte sakene som anses for å være viktige i samfunnsdebatten vinklet på en populærjournalistisk måte – for eksempel ved at en viktig politisk sak blir vinklet på hvordan en politiker kledde seg eller hvordan han eller hun tabbet seg ut under en tale. I populærjournalistikken kan man på mange måter si at det ikke er noen saker som blir definert som viktige, i hvert fall ikke etter de tradisjonelle reglene, for det handler mest om å finne den mest slående eller sjokkerende vinklingen. Dermed er alle saker på sett og vis like viktige – eller uviktige, om du vil (Eide, 2014: 300-301).

Noen av de fremste kjennetegnene til populærjournalistikken, ved siden av det å finne den mest slående og sjokkerende vinklingen, er at sakene ofte er personifisert og privatlivsfokusert. Det kan enten bety dette jeg nevnte i avsnittet over; at en politisk sak blir vinklet på politikeren og dens fremtreden for å selge inn saken. Eller det kan også bety at

mediene bruker en case for å fortelle noe som har skjedd i nyhetsbildet – for eksempel å presentere resultatet av et økonomisk vedtak fra staten gjennom hvilke konsekvenser det får for «Anne Olsen» og familien hennes. Når en sak blir såkalt privatisert, betyr det at personifiseringen går et hakk lenger enn å bare vinkle saken på hvilken betydning en sak har for en vilkårlig familie. Et eksempel på det er når det foran et ski-VM blir fokusert mer på hvordan Marit Bjørgen har det hjemme med sin nye sønn, heller enn oppkjøringen hun har mot konkurransen. Dagbladet var spesielt på dette med privatisering og veldig nærgående omtaler av enkeltpersoner på 1930-tallet (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 171-173).

Lettfattelig stoff har jeg nevnt tidligere som en del av populærjournalistikken, og det kjennetegnes ikke bare av at innholdet er mer folkelig og «det folket vil ha», men også at det er skrevet lett og kort. I tillegg er bruk av store bilder, kjente fjes og store overskrifter typiske kjennetegn på populærjournalistikken. Det siste kjennetegnet jeg vil nevne i denne omgang, som jeg mener kan ses på som en sammenfatning av samtlige kjennetegn, er sensasjoner. Lite beskriver populærjournalistikk bedre enn det å fange lesernes interesse gjennom sensasjoner. Det oppsummeres gjerne av vinklingen på saken, bruk av store bilder og kjente fjes – altså de overnevnte kjennetegnene – i kobling med ting man ikke skulle tro, eller ting som er sjokkerende. Sensasjoner appellerer ofte til følelsene, og dermed kan man si at populærjournalistikken også har mer med følelser å gjøre enn annen journalistikk (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 169).

Ser man til populærjournalistikken i andre land, som for eksempel England eller USA, kan man si at vi i Norge ikke har et like tydelig skille mellom populærjournalistikk og det man kan kalle «kvalitetsjournalistikk» (Eide, 2008: 168). I England er eksempelvis *The Sun* og *Daily Mirror* tabloidaviser, eller populærjournalistiske aviser, mens *The Daily Telegraph* og *The Times* er ekstremt tradisjonelle og seriøse «kvalitetsjournalistiske» aviser.

Populærjournalistikken her til lands står, sammenliknet med land som England, som en helt særegen blandingsjournalistikk, som tilbyr både personifisert og samfunnsorientert underholdning. Samtidig er journalistikken av god kvalitet, selv om den er preget av sensasjoner. Mange vil si populærmediene i Norge spiller en veldig interessant rolle, fordi de har en folkelig tilnærming samtidig som de er dagsordensettende og nyhetsledende. Dermed kan man kalle norske medier, med avisene spesielt, for schizofrene (Eide, 2011: 106). Eide mener (2011: 106) at det er en forutsetning å forstå avisschizofrenien for å forstå populærjournalistikken i Norge. Og for å forklare hvordan en schizofren populæravis

fungerer, skriver han at disse tilbyr mer enn bare underholdning, melodrama og veiledning – de byr samtidig på saker som er av betydning for den offentlige debatten.

Dagbladet er en av to aviser i Norge der schizofrenien tar stor plass. Den andre avisen er VG. Eide skriver (2014: 302) at disse avisenes schizofreni stammer fra et forsøk på å drive to ideologier samtidig: «både en moderne populærjournalistisk ideologi og en mer tradisjonell presseideologi med vekt på pressens samfunnsmessige rolle som en arena for samfunnsdebatt og som en fjerde statsmakt.». Det var ingen av de to avisene som ble etablert for å være en populæravis, men begge har jobbet seg mot schizofreni over tid. Populærjournalistikken fikk nemlig ikke sin vekst her til lands før på 50- og 60- tallet. I Dagbladet startet imidlertid populariseringsprosessen så tidlig som på 30-tallet, hvor de først og fremst prioriterte kvinnestoff, kriminalstoff og utenlandske kuriositeter, som nevnt tidligere. Det at de på samme tid la seg til å bli en løssalgsavis hjalp også på. Senere har overgangen til tabloidformatet hatt sin symbolske kraft for populæravisene, hvor Dagbladet gikk over til det formatet så sent som i 1983 (Eide, 2014:298-299). Begrepet *tabloid* er nemlig også knyttet tett opp mot populærjournalistikken. For selv om det egentlig kun er en betegnelse på et avisformat, kan *tabloidisering* også knyttes til hvordan avissidene er utformet og hvordan innholdet blir presentert (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 165). Dermed blir gjerne uttrykkene populærjournalistikk og tabloidjournalistikk brukt litt om hverandre, men med samme betydning.

I og med at kommentarjournalistikk er en mer faktatung sjanger, fylt av mer analyse og meninger enn vanlig journalistikk kan det sies at de innimellom må bruke populærjournalistiske virkemidler i presentasjonen av stoffet. Rett og slett for å fange leserne, da det ikke er sikkert de ville lest kommentarene uten en litt fengende tittel eller dramatisk bilde. Esten O. Sæther i Dagbladet bekrefter dette (personlig intervju, 01. oktober 2016):

«Det er klart, vi ønsker jo å bli lest, det er ikke noe tvil om det. Jeg vet veldig godt selv, som skriver egentlig forholdsvis tungt stoff (les: kommentarer), jeg skjønner jo at for å få formidlet det stoffet, så må jeg bruke, holdt på å si, personlige teknikker. Jeg må bruke spennende bilder og innganger, som bestemmer hvor mange som leser stoffet. Jeg må bruke noe som gjør at folk blir interessert i å høre det jeg har å fortelle. Jeg kan jo ikke komme med, eller i hvert fall sjelden, kan jeg komme med en ren prinsipiell inngang. Det bør være en personlig vinkling. Gjerne tabloid.»

Dermed kan man si, som vi også skal se senere i analysene, at kommentarjournalistikk gjerne benytter seg av flere populærjournalistiske grep for å fange leserne. Noen av disse er at det gjerne blir brukt tabloide overskrifter, som også Sæther bekrefter over, i tillegg til at det blir brukt store og dramatiske bilder, samt kjente fjes – både i byline og på bilder som står til saken. Dette kan man også se i listen til Phil Andrews over kjennetegn for gode kommentarer, særlig i punktene «En intro som fanger leserne og gir dem lyst til å lese videre» og «En avslutning som runder opp det hele, og som etterlater fornøyde lesere».

5. Sportsjournalistikk og sport/medie-komplekset

«Både seriøse og populære aviser hadde sportsnyheter, men ein kan likevel seie at sportsjournalistikken i avisene høyrer til ein typisk populærjournalistisk tradisjon», skriver Ottosen, Røssland og Østbye (2012: 91). Med sportens store bruk av bilder, store titler og fokus på de store og dramatiske hendelsene innen idretten, er det liten tvil om at sportsjournalistikken går hånd i hånd med populærjournalistikken. Som skrevet tidligere i oppgaven er, i hvert fall i Dagbladet, sportsjournalistikken «for folket».

Sportsjournalistikken har et rykte på seg for å være mer lettbeint og ikke så hardtslående som nyhets- og samfunnsjournalistikk, og blir gjerne sett på som en del av kultursidene og den «lette» delen av avisen. Det er neppe tilfeldig at sportssidene ofte er plassert langt bak i avisene, gjerne like før tegneserier og annet underholdningsstoff. Likevel har sportsjournalistikken lenger røtter i avisene enn det populærjournalistikken har. Den tidlige norske sportsjournalistikken startet først og fremst som en egen gren av nyhetsjournalistikk, og det var allmennjournalistene som sto for reportasjene. Samtidig ble også tekstene rettet mot alle avisenes lesere, og ikke bare de som fant sport særlig interessant. Det var først i løpet av de første par tiårene på 1900-tallet at sportsjournalistikken fant en mer egen form. Da ble det etablert faste sportsjournalister som leverte tekster med spesiell terminologi og til bestemte sider i avisen. Ikke minst ble tekstene skrevet til det sportsinteresserte publikumet, og ikke «alle» som det tidligere ble gjort (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 91-92).

Sportsjournalistenes Klubb ble stiftet i 1921, og på samme tid begynte de største avisene å etablere egne sportsredaksjoner (Helland, 2003: 64). Etter dette ble sportsjournalistikken mer organisert og definert. I tiårene etter blomstret radioen, og sportsjournalistikken i avisen møtte en ny utfordring – en konkurrent. Og ikke bare en konkurrent, en konkurrent som tilbød leserne, eller publikum, fortløpende oppdateringer. I hvert fall kom oppdateringer om resultater og hendelser mye raskere enn hva papiravisene kunne tilby. Svaret avisene kom med var å ha mindre detaljerte referat og mer kommentarjournalistikk (Roksvold, 1993: 5). Roksvold skriver at reportasjene som ble laget i tillegg begynte å få bilder som illustrasjon til tekstene, og ikke minst begynte journalistene å gjøre intervjuer med utøverne. Da TV-en gjorde sitt inntog i de norske hjem holdt ikke dette lenger heller, og avisene begynte med personifisering, som forklart i forrige kapittel. Dessuten så journalistene seg nødt til å utvikle språket mer enn hva de hadde gjort tidligere, og tekstene ble tillagt mye mer følelser enn hva de hadde før. Det kan sies å være noe av det særegne ved sportsjournalistikk: At de

hendelsene som skal formidles ofte er såpass like at språket og virkemidlene som benyttes stadig må fornyes.

Mye av grunnen til at sportsjournalistikken har fått det nevnte ryktet om å være litt lettere enn alt annet stoff er gjerne fordi den typen journalistikk før tradisjonelt var sett på som et felt der man så gjennom fingrene på kildebehandling og objektivitet (Eide, 2011: 89). I dag er sportsjournalistikken mye mer skjerpet, og blant annet kommentarvirksomheten og de dype analysene om blant annet doping innen idrett og avdekkende reportasjer får mye anerkjennelse og kredibilitet. «Newspapers throughout the developed world are devoting more and more space to sport», skriver Phil Andrews (2014: 5). Han skriver videre at det delvis er fordi det er en jevn stigning i sportsinteressen blant leserne i alle aldre og deler av samfunnet, og delvis fordi avisene ser hvor mye sport påvirker livet til befolkningen, for eksempel ved at de ser mange konkurranser på TV – og dermed prøver avisene å komme med en egen dekning av det som går på TV. Andrews mener sport etter hvert har fått en så stor betydning for mediene at selv de aller minste mediene opererer med en form for sportsseksjon og – redaksjon, hvor det er dedikerte sportsjournalister som er spesialisert på feltet. I dag utgjør sportsseksjonen i avisen tradisjonelt en av tre store deler av avisene, med nyheter og magasin og/eller samfunn som de to andre delene (Andrews, 2014: 5-6).

Det er liten tvil om at sporten og mediene har tette bånd, og har hatt det en stund. Knut Helland (2003: 14) beskriver tre begrep som er svært sentrale når man skriver om sport og medier: *Sportifisering*, *mediefisering* og *kommersialisering*. De tre begrepene beskriver prosesser som har vokst fram gjennom historien til sport og medier, og påvirket både hver av delene og forholdet de imellom. Prosessene henger tett sammen, og selv om de er tre individuelle prosesser, er de også avhengige av hverandre.

Sportifiseringen er prosessen der man får et mer standardisert og systematisert regelverk og organisering av sporten og idretten, som går utover enkelte idrettsbegivenheter og sportsarrangement. Samme begrepet kan også brukes om prosessen som gjør at idretter får mer sportspreg, da det gjerne er et skille mellom hva som er sport og hva som er idrett. Sportifiseringsbegrepet beskriver derfor en prosess der det blir mer fokus på prestasjonene og konkurransen i idretten, innenfor rasjonelle rammer, og sporten blir en mer sosial institusjon. Denne prosessen ligger på mange måter som en forutsetning for den andre prosessen; *mediefiseringsprosessen*. Med mediefisering menes det at mediene blir en forutsetning for sporten og motsatt. Altså menes det at for eksempel sjakk ikke ville vært en så populær og

utbredt publikumssport hvis det ikke hadde vært for all medieoppmerksomheten det har fått gjennom Magnus Carlsen, samtidig som sjakken også har blitt tilrettelagt i større grad for mediedekning. Et annet eksempel på det er skiskyting, som mange i likhet med sjakk kanskje vil si er ufattelig kjedelig. For en del år siden var det kun utvalgte skiskyttere man fikk se i TV-bildet, og det gikk gjerne en rekke timer etter løpet var ferdig før man faktisk fikk vite hvem som vant fordi arrangørene måtte regne over tilleggssekunder og liknende i etterkant av løpet. Under dagens skiskytterrenn følger mange med på løpene med stor iver og kan holde oversikt på hvordan andre løpere ligger an hele veien – samt at man kontinuerlig får oppdateringer om bom og strafferunder – enten det er i liveoppdateringen til en nettavis eller direktesendte TV-sendinger. Den tredje og siste prosessen er *kommersialisering*, som i denne forbindelse menes prosessen der en virksomhet kommer ut på det kommersielle markedet, som en følge av å ha blitt tillagt forretningsmessige og økonomiske hensyn. Det kan gjelde flere samfunnsvirksomheter, men her menes det blant annet idretten og idrettsutøvere blir kommersialisert og brukt i kommersielle sammenhenger, samtidig som også massemediene blir underlagt slike hensyn (Helland, 2003: 14-15).

Det er verdt å nevne at disse prosessene ikke står alene i sammenheng med sport og medier – det ligger flere prosesser både parallelt og omkring de tre. Et eksempel er liberaliseringen av mediemarkedet, som både har påvirket de tre prosessene ovenfor og satt i gang flere andre prosesser. Jeg vil likevel ikke gå videre inn på flere av disse prosessene, da jeg mener de tre over er de mest sentrale for denne oppgaven. En annen ting som bør nevnes er at selv om sportifiseringen, mediefiseringen og kommersialiseringen henger sammen, kan man også si at de er en forutsetning for hverandre i den rekkefølgen de blir presentert i. Man kan nemlig si at en sport eller idrett er nødt til å bli sportifisert før den kan bli mediefisert, for så å tjene penger og dermed bli kommersialisert.

De tre prosessene beskrevet over skaper sammen en forutsetning for *symbiosen* mellom sport og medier. Helland skriver (2003: 11) at det er «vanskelig å tenke seg en medieindustri uten sport, og en sportsindustri uten massemedier». Symbiose er her et begrep som er veldig beskrivende, som representerer et perspektiv på hvordan sportifisering, mediefisering og kommersialisering er nettopp en forutsetning for sammensveisingen av sporten og mediene. Ordet har sin opprinnelse i det greske språket, og beskriver et samliv mellom to ulike arter der begge partene drar nytte av livet sammen. Denne symbiosen og «samlivet» mellom sporten og mediene kalles gjerne *sport/medie-komplekset*, et kompleks som har stor betydning for, naturligvis, idretten og mediene, men også kultur, politikk og økonomi. De forskjellige

partene i sporten og mediene, for eksempel idrettsutøverne, -organisasjonene, massemediene og dessuten sponsorer har alle en felles kommersiell interesse – noe sport/medie-komplekset i høy grad baserer seg på. Sponsorene kan dessuten sies å være både midtpunktet og fellesnevneren i den beskrevne symbiosen. Disse livnærer seg av å selge reklame til andre, og er både opptatt av og avhengige av at så mange som mulig ser deres reklamer med logo og budskap på både utøvere og arenaer. Arenaene, med fotballbanene i tronen, kan sies å være en av dagens samfunns best definerte geografiske eksponeringssteder – og mediene fungerer som både drivstoff og motor til dette. Ikke bare får de som er fysisk tilstede på stadionene se store bannere og rullende reklamer, men også de som sitter hjemme og ser på TV får de gjennom ruten, samt at stillbilder i både papir- og nettaviser skal jobbe ganske hardt for å ikke få med et eneste kommersielt budskap. Alt fra logoer på draktene til fotballaget en betalt annonse i papiravisen ved siden av en spesifikk fotballsak eksponerer sponsorene til publikum. En av de store medieforskerne, Marshall McLuhan, skrev en gang den kjente setningen «The medium is the message». Ut fra sport/medie-komplekset kan man omformulere sitatet til «mediet er eksponeringen», for ikke bare gir mediene et publikum til sponsorene, men også til selve idretten og, ikke minst, til mediene selv (Helland, 2003: 13-14).

Diana-Luzia Dumitru skriver (2016:194) at den overnevnte symbiosen mellom sport og medier har gjort sport til et av de mest suksessrike underholdningsproduktene som finnes, i og med at det samler et så stort publikum. Hun skriver at sportsarrangementer er på sitt mest spektakulære når de fremstår som det hun kaller «omnibus events». Med det begrepet mener hun store idrettskonkurranser som kommer med imponerende show og fremstår som et show i seg selv, som tiltrekker seg store publikumsmasser hele verden rundt. Det er også ofte et betydelig antall idrettsstjerner med på konkurransene, og totalen bli at det får høy kommersiell verdi. Her nevner hun OL og fotball-VM som eksempler. Dette kobles til mediehendelser, som jeg kommer tilbake til i kapittel 7.

6. Fotball-VM og Norges deltakelse

Hva er nå denne sporten som er så populær blant folket? Sporten avisene rydder spalteplass for, og som engasjerer alt fra småbarn bestemor – spesielt når det er verdensmesterskap. Her vil jeg gi en kort gjennomgang av fotballens historie, samt historien til fotball-VM. Dette for å gi noe bakgrunnsinformasjon før jeg går mer spesifikt inn på fotball-VM videre i teorien til oppgaven og senere i analysen.

«Det er ikke tilfeldig at ord som offside, keeper og corner finnes i fotballen. Fotballens internasjonale språk er engelsk.», skriver Matti Goksøy (2014:22) i sin bok *hva er FOTBALL*. Opprinnelsen til fotballen slik vi kjenner den i dag stammer nemlig fra Storbritannia, selv om det fantes forløpere til spillet allerede for over to tusen år siden i Kina. Dessuten ble det også spilt liknende ballspill både i antikken og middelalderen i Hellas og Frankrike, i tillegg til Italia i det 15. til 17. århundret. Likevel er det britene som får mye av æren for opphavet til spillet, fra landsbyfotballen under middelalderen, til kost- og internatskoler som drev det videre til nedskrevne regler og etter hvert forbundet Football Association (FA) i 1863. Flere hevder året 1863 markerer begynnelsen på den moderne fotballen (Goksøy, 2014:22-23; Murray, 1994:1-3).

I årene fram mot 1900-tallet trillet fotballen rundt hele verden, og de aller fleste engelskspråklige land hadde omfavnet spillet – noe som skyldtes den engelske koloniseringen. Men også mange andre, særlig europeiske, land tok det hjertelig til seg. Historien skal ha det til at dette skyldtes den britiske eksporten; der britiske handelsmenn og andre tjenester og varer ble importert, ble også fotballen importert med dem. Fotballen kalles gjerne Storbritannias mest varende eksport. Innen første verdenskrig brøt ut hadde de aller fleste land i Europa startet opp flere klubber og etter hvert nasjonale fotballorganisasjoner (Murray, 1994:52-53). Her til lands ser man for eksempel at Norges Fotballforbund (NFF) ble stiftet i 1902, mens flere store norske klubber, som Odd, Viking, Strømsgodset og Brann ble stiftet i henholdsvis 1894, 1899, 1907 og 1908. Stort sett følger de fleste norske klubbene etter med stiftelsesdatoer innen de to påfølgende tiårene. Som vi så i forrige kapittel var det også på denne tiden sportsjournalistikken ble etablert som en egen sjanger i avisene, hvor fotball var noe av det som først fikk innpass i avisene, ved siden av vinteridretter som ski og skøyter, fordi det også vokste som publikumsidrett (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 91).

Men hvordan gikk fotballen fra å være en aktivitet sjøfolkene tok med seg, til å bli en av de mest populære idrettene i verden?

«Fotball er verdens største spill mål i utbredelse, aktivitet, medieinteresse og økonomisk omsetning. [...] Fotball er bedriftsfotball, løkkefotball, gatefotball, barnefotball, kvinnefotball, old boys-fotball. Fotball er alt fra en VM-finale foran hundrevis av millioner TV-seere til kamper langt nede i divisjonene.»

Det skriver Goksøyr (2014:15-16) i innledningen til boken sin. Før året 1930 var den eneste «verdensfotballen» man hadde sett under de olympiske lekene, og da var det fortsatt en svært snever verden man kunne se fotball fra – for eksempel var få eller ingen lag fra Sør-Amerika, en verdensdel som har tradisjon for å være ganske verdensdominerende i fotball, deltakende i noen av lekene. Fédération Internationale de Football Association (FIFA), det internasjonale fotballforbundet, møttes under sommerlekene i Paris i 1924 hvor flere av medlemmene flagget idéen om en egen verdensturnering for fotball. I spissen sto de to franskmennene Jules Rimet og Henri Delaunay, og de var flaggbærere for idéen i møtene som fulgte hvert år etter. Under de neste sommerlekene, i Amsterdam i 1928, fikk de endelig gjennomslag for idéen, og det ble bestemt at det første verdensmesterskapet i fotball skulle holdes i 1930 – i Uruguay.

Det var kun 13 nasjoner med i det første mesterskapet, noe fordi det var nettopp det første mesterskapet og nytt med ikke så mange organiserte landslag, men også fordi flere europeiske land var skeptiske til å ta den lange turen fra Europa til Uruguay – noe som for flere innebar opptil to måneder borte fra hjemmet på grunn av lange båtturer og akklimatisering (Murray, 1994:128-130; FIFA, 2017a). Siden første avspark i Uruguay i 1930 har fotball-VM blitt holdt hvert fjerde år, med unntak av 1942 og 1946 på grunn av andre verdenskrig. Det siste VM ble holdt i Brasil i 2014, og var det 20. mesterskapet (FIFA, 2017a).

Som nevnt var det kun 13 nasjoner med i det første VM som ble holdt. Senere ble 16 lag standarden for hvor mange nasjoner som fikk være med gjennom nåløyet fra kvalifiseringsrundene, mens til VM i 1982 i Spania ble det utvidet til 24 lag. De siste ti års mesterskap har hatt hele 32 deltakerland etter kvalifiseringsrundene, etter at det ble utvidet til Frankrike-VM i 1998 (FIFA, 2017a). Til tross for dette, har Norges herrelandslag kun kvalifisert seg tre ganger til å spille i sluttspillet, i henholdsvis 1938, 1994 og 1998 – og deretter ikke kommet lenger enn første og andre runde (FIFA, 2017b). Det sies at det er veldig dårlig for et land som Norge, der fotballen som idrett, fritidsaktivitet og interesse står veldig høyt.

Som vi så i innledningen til oppgaven, står interessen for fotball og spesielt mesterskap som EM og VM så høyt her til lands at disse hendelsene i stor grad dominerer listen over de mest sette programmene på norsk TV. Dermed er ikke fotball-VM bare et av verdens største idrettsarrangement, men også en av de største mediehendelsene vi kjenner. I neste kapittel vil jeg derfor forklare nærmere hva som ligger i begrepet mediehendelse, og hva som gjør VM, og spesielt VM-finalene, til en stor mediehendelse. For det er nemlig ikke bare TV som sanker mange seere ved slike hendelser – det preger naturligvis avisene og andre medier også.

7. De store hendelsene i mediene

«Media Events» er en term som ble innført av medieforskerne Daniel Dayan og Elihu Katz, da de i 1992 utga boken *Media Events – The live broadcasting of history*. På norsk kalles det gjerne mediebegivenheter eller mediehendelser – som også er begrepene jeg vil bruke. Begrepet brukes til å forklare og beskrive ulike hendelser som blir vist på TV – ofte av historisk karakter. I boken *Media Events* kommer forfatterne med flere sentrale trekk ved mediehendelser, som senere er blitt brukt som kjennetegn ved slike hendelser. Disse kjennetegnene er: Sendingene er ofte direktesendte, de skaper et brudd i den ordinære programflaten, og hendelsene ville gjerne funnet sted uavhengig av TV-dekningen – selv om de stort sett ofte er tilrettelagt for TV-sendinger og nærmest forventet at blir kringkastet. I tillegg poengterer Dayan og Katz at store mediehendelser ofte samler flere millioner seere, samt at det oppstår et fellesskap blant disse (Enli og Moe m.fl., 2010: 206; Dayan og Katz, 1992: 5-7).

Utover kjennetegnene har medieforskerne delt mediehendelser inn i tre kategorier, som de ser på som en slags mal for hvordan ulike hendelser blir avholdt – slik at publikum kan gjenkjenne hva slags hendelse som er aktuell ved å se på mediedekningen av arrangementet. Disse kategoriene er konkurranser, kroninger og erobringer (Dayan og Katz, 1992: 25).

Mediehendelser som faller under kategorien *konkurranser* er veldig ofte sports- eller politikkrelaterte, og kjennetegnes blant annet av at det ofte er stor interesse for hendelsene i publikum, samt at det er klare grupper som kjemper mot hverandre for å oppnå seier. Eksempler på slike hendelser er Olympiske leker eller andre sportskonkurranser, deriblant verdens- eller europamesterskap i fotball eller ski, men også store politiske hendelser som president- eller Storingsvalg (Dayan og Katz, 1992: 26).

Hendelser som tilfaller kategorien *kroninger* er svært ofte rene seremonielle hendelser, hvor særlig kongelige hendelser står sterkt. Eksempler på slike vil da være kongelige bryllup, kroning av ny konge og dronning, dåp av prinsesser og prinser og liknende. Men også begravelser faller under denne kategorien, så sant det er store og kjente personer – for eksempel en kongelig, eller slik vi så da «king of pop», Michael Jackson, døde. Det er imidlertid ikke bare enestående og følelsesladde seremonier som blir inkludert i denne kategorien – også hendelser som prisutdelinger blir plassert her (Dayan og Katz, 1992: 26 – 27).

I den siste kategorien, *erobringer*, faller sjeldne hendelser som gjerne endrer livene våre når de inntreffer. Ikke bare fordi hendelsene er så betydelige i seg selv, men også fordi det ofte er svært stor og banebrytende mediedekning av dem. Månelandingen i 1969 er et populært eksempel på en slik hendelse, men et eksempel jeg selv liker å trekke fram som en slik hendelse er da Felix Baumgartner i 2012 gjennomførte verdens høyeste fallskjermhopp (Dayan og Katz, 1992: 25 – 26).

Med denne gjennomgangen kan man sikkert tenke seg til hendelser som ikke passer inn i noen av kategoriene, og på samme tid kan man også tenke seg til hendelser som tilfaller flere. Det skyldes at de tre kategoriene er noe sammenvevde, og alle tilhører samme «paraply»: Mediehendelser. Ser man for eksempel på de aller største hendelsene, kan man på flere måter fort si at de passer inn i samtlige kategorier. Det nevnte eksempelet med månelandingen i 1969 kan for eksempel sies å ha startet som en konkurranse mellom USA og det daværende Sovjet, før det gikk over til å bli en erobring av månen, og til slutt endte det med en seremoni – en kroning – av heltene og bragden da romfarerne kom tilbake på trygg jord (Dayan og Katz, 1992: 27).

7.1. VM-finale som mediehendelse

Som beskrevet over er noen av mediebegivenhetenes sentrale kjennetegn, som Dayan og Katz trekker fram, at de ofte er direktesendte, skaper et brudd i det ordinære programmet, og hendelsene ville gjerne vært arrangert uavhengig av mediedekningen – til tross for at de i høy grad er tilrettelagt for TV-sendinger og dekning i andre medier. De senere VM-finalene oppfyller disse kjennetegnene i svært stor grad, da både TV-selskapene, avisene og andre medier rydder mye plass for å sette fokus på hendelsen, og går bort fra «vanlig» dekning – altså får VM stor plass på bekostning av andre saker. Det TV-selskapet som har rettigheter til å vise VM rydder plass til lange og mange direktesendinger fra fotballarenaene, mens avisene gjerne kommer med spesialutgaver og ekstra mange sportssider. Ene og alene på grunn av VM, som for mange fotballinteresserte er mer enn årets store hendelse. Derfor er det også naturlig, og ikke minst viktig, at en slik stor mediehendelse for eksempel blir fortolket gjennom avisenes kommentarjournalistikk.

Hvorvidt fotball-VM ville funnet sted uavhengig av mediedekningen kan diskuteres. For til tross for at mesterskapet eksisterte i flere år før for eksempel den store TV-dekningen av det,

er det umulig å legge skjul på at TV-dekningen bidrar til at VM kan være så stort som det er, og bli vist til så mange seere som det blir gjort. Og om ikke mesterskapet hadde blitt vist på TV, hadde neppe avisene skrevet så mye og viet så mange sider som de gjør. Her kan man også trekke inn sport/medie-komplekset, for dersom spesielt TV-dekningen av fotballen plutselig forsvinner, vil det ikke lenger være like attraktivt for sponsorer og liknende å legge så mange midler i arrangementet – samtidig ville flere millioner seere forsvinne, og dermed også kanskje mye av interessen blant verdens befolkning. For det er ikke til å stikke under stol at alle de millioner, milliarder, seere som fotballkampene har på TV neppe ville gått mann av huse for å *lese* om en finale eller en vilkårlig fotballkamp. Det at sendingene av mediehendelsene har veldig mange seere er også et at kjennetegnene Dayan og Katz trekker fram, sammen med at det gjerne oppstår et slags fellesskap blant seerne. Dette med fellesskap blant seerne kommer jeg tilbake til senere i oppgaven, men det er liten tvil om at VM samler folket på flere forskjellige måter. Dermed kan det unektelig sies at fotball-VM, og da spesielt finalene, oppfyller mange av kriteriene for å være en mediehendelse. Og en stor sådan.

Hva gjelder hvilken kategori mesterskapet faller inn under, kan man ganske kjapt si at det først og fremst tilfaller konkurranser. I det store og det hele handler VM om lag og nasjoner som konkurrerer om et trofé, og å være verdens beste fotballag. Samtidig kan man også si at mesterskapet på mange måter kan passe under alle de tre kategoriene; det er allerede etablert at det er en konkurranse mellom landene, men det skjer også en kroning med medaljeseremoni og utdeling av trofeet som en hyllest til vinnerne av konkurransen. I tillegg kan det bli sett på som en erobring når for eksempel nasjoner som aldri har vært med før deltar (om Norge noen gang kommer lenger enn andre runde vil det være en stor erobring for vår nasjon, for eksempel), eller hvis det blir satt nye rekorder i form av fotballspillere som tangerer antall VM-kamper, scorer flest mål eller en nasjon får sin første VM-tittel.

7.2. Andre teorier og kritikk

I etterkant av Dayan og Katz' beskrivelse av mediehendelser som arrangementer vist og regissert på medienes vilkår, har det kommet en rekke teorier som både utvikler termen «Media Events», og kritiserer den. Hovedsakelig er bakgrunnen for kritikken at det har skjedd veldig mye i mediebildet siden 1992, da spesielt med tanke på økt mediemangfold og en økt fragmentering av publikum. De fleste har kommet rundt 2010-tallet, med den nyeste i boken

Global Perspectives on Media Events in Contemporary Society redigert av Andrew Fox i 2016.

En av de mest kjente nyere utviklingene kom Nick Couldry m.fl. med i 2010, hvor de definerer mediebegivenheter ut fra den nye, globale mediesituasjonen. De mener «media events» er: «certain situated, thickened, centering performances of mediated communication that are focused on a specific thematic core, cross different media products and reach a wide and diverse multiplicity of audiences and participants.» (Couldry, Hepp og Krotz, 2010: 12). De tre medie- og kommunikasjonsprofessorene mener Dayan og Katz' definisjon av mediehendelser må utvides med minst to ekstra fenomen de trekker fram som sentrale. Det ene er at mediemangfoldet, og spesielt blomstringen av «uendelig» mange TV-kanaler, gjør at de kanalene (og andre medier) som er spesialisert innen et felt – som for eksempel rene nyhetskanaler – ofte kan rydde timeplanen og følge spesielle hendelser. Eksempler på det kan være hendelser som krig, terror eller andre katastrofer. Da kjører gjerne disse kanalene på med direktesendinger og liveoppdateringer kontinuerlig i flere timer, og ofte går det utover den ordinære nyhetsdekningen. Det andre fenomenet Couldry, Hepp og Krotz trekker fram som tillegg til «media events» er «popular media events». Dette er mediehendelser som har mer rutine over seg enn de andre kategoriene – altså er det ikke like «uforutsigbart» og uregelmessig som terror eller VM hvert fjerde år. På tross av rutinene, bryter disse hendelsene likevel med det dagligdage. For eksempel kan det være et program som går på en bestemt kanal, men har ikke en total dekning – og det er gjerne ikke slik at andre medier heller dekker det samme. Dessuten er det ikke sagt at disse «popular media events» skal være direkte, men det er likevel en løpende utvikling. Eksempler på dette er program som *The Voice, Norske talenter* og *Idol*, der de første programmene gjerne er opptak, mens de siste programmene er direktesendte (Couldry, Hepp og Krotz, 2010: 8-12).

Yngvar Kjus har også kommet med en nyere teori angående mediebegivenheter, som kan stå som et alternativ til Dayan og Katz. I doktoravhandlingen *Event Media: Television Production Crossing Media Boundaries* snur han på 1992-begrepet og lanserer «Event Media». I sitt begrep har han tatt utgangspunkt i medieprofessoren Paddy Scannell sin inndeling av mediehendelser. Kjus deler imidlertid ikke hendelsene inn etter kategorier slik Dayan og Katz gjorde for et par årtier siden. Han definerer hendelser som utelukket er i regi av TV-selskaper som «Event Media», noe som står i kontrast til de hendelsene som ville funnet sted uansett mediedekning eller ikke. De hendelsene Kjus beskriver i sin definisjon av mediehendelser er gjerne også tilknyttet plattformer som mobiler og internett – altså trekker

han fram dette med at de som følger en begivenhet gjerne blir engasjert til og i andre aktiviteter under og etter hendelsene og sendingen av dem. Teorien om «Event Media» kan sies å ha flere likheter med overnevnte «popular media events» av Couldry m.fl., men i dag vil det være vanskeligere å skille mellom begivenheter som eksisterer uavhengig av mediedekningen og de som ikke ville overlevd uten. Dette ofte fordi mediene utvikler de arrangementene som allerede er etablert til å bli tilrettelagt som mediebegivenheter (Kjus, 2008:9-10 og 14-17).

Daniel Dayan, som var med å etablere «Media Events» på 90-tallet, har selv i senere tid kommet med en oppgradering og fornyelse av den opprinnelige teorien. Han mener mediebegivenhetene fortsatt er med på å forstyrre den normale mediedekningen, men at det har skjedd en endring i hvordan de gjør det. For eksempel trekker han fram, i likhet med flere andre, det økte mediemangfoldet som fragmenterer mottakerne – som gjør at de mindre mediehendelsene ikke lenger samler folket på samme altoppslukende måte som før, i tillegg til at mediehendelsene langt på vei ikke er like eksklusive som før. Altså mener han fortsatt at de samler et stort publikum, men gjerne fordelt på ulike kanaler og ulike tidspunkt. Dessuten mener han at mediehendelsene til og med kan konkurrere mot hverandre om oppmerksomhet – fordi noen kan falle på samme tidspunkt (Dayan, 2010: 26-27). Om man da tar med Couldry m.fl. sin teori om «popular media events», kan man for eksempel si at under en *Melodi Grand Prix*-finale kan publikum bli dratt mellom kanalen som viser den, og en annen kanal som viser en kvartfinale i *Idol*. Eller om man under en fotball-VM-finale ser på nettavisen på mobilen at det har skjedd et terrorangrep og blir dratt fra kanalen som viser finalen og en nyhetskanal som har løpende nyhetssending.

8. Metode

Oppgaven baserer seg på en kombinasjon av to metoder, og jeg har hovedsakelig benyttet meg av kvalitative forskningsmetoder i datainnsamlingen. Hovedanalysen i oppgaven er kvalitativ innholdsanalyse der jeg har analysert de utvalgte tekstene gjennom nærlesing, som jeg beskriver nærmere i neste avsnitt. I tillegg har jeg også gjennomført kvalitative intervju med redaksjonsmedlemmer i Dagbladets sportsavdeling, som både er sentrale nå og har vært sentrale i det aktuelle tidsrommet for utvalget av tekstene til hovedanalysen. Dette har vært resultat for mye av teorien over, og er ment å gi en innføring i Dagbladet, fange opp Dagbladets og sportsredaksjonens særegne profil, og sportsredaksjonens tanker og selvoppfatning. Ikke minst har det bidratt til å fange opp kommentarjournalistikkens essens i sportsredaksjonen til Dagbladet. Altså har jeg brukt intervjuene som et slags innførings- og bakgrunnsmateriale for å sette perspektiv på hovedanalysen; innholdsanalysen, som kommer i neste kapittel.

8.1 Kvalitativ innholdsanalyse

Det er en kjent sak at dagens betydning av *tekst* er vid, og favner om alt fra skriftlig tekst til bilder og filmer. En tekstanalyse omfatter derfor også mange forskjellige teorier, slik som sjangerteori, semiotikk, diskursteori og narratologi. En analyse av innhold i mediene kalles innholdsanalyse, og i medievitenskapen skiller man gjerne mellom kvantitative og kvalitative innholdsanalyser. En kvantitativ innholdsanalyse egner seg best til å bruke når man skal se på innhold som kan måles og telles – altså ting som kan kvantifiseres. Denne metoden har imidlertid høstet noe kritikk, ettersom den bare analyserer tekstenes umiddelbare betydning, og ikke sier noe om hva som ligger bak. Dersom man for eksempel teller overskrifter for å se antall som teller negativt eller positivt i en sak, kan det gi et skeivt bilde, siden overskriftene gjerne kan være tabloide og misvisende. Dermed bruker man gjerne kvalitativ innholdsanalyse som en motpol, fordi det er en metode som er mer egnet til å se på tekstenes mer underliggende betydninger (Østbye m.fl., 2007: 58-59).

En kvalitativ analyse av en tekst må ha et formål, og Østbye m.fl. (2007: 67-68) lister opp forskjellige analytiske interesser man kan ha ved en tekst. Det ene er de uttrykksmessige aspekter ved en tekst, som sier noe om uttrykket til en tekst eller hvordan forskjellige uttrykk spiller med hverandre. Det andre er innholdsmessige forhold, som sier noe om selve innholdet

– for eksempel hvordan kjønn blir fremstilt i en tekst eller hvordan en politisk samtale går for seg i en debatt. Det tredje er å se på teksten som et historisk dokument, hvor man ser på hvordan en tekst fra en bestemt tid kan fortelle noe om samfunnet på den tiden. Det fjerde er estetisk eller filosofisk refleksjon, hvor man bruker en tekst som en refleksjon over tilværelsen. Det femte og siste er analyse basert på egen eller andres fascinasjon, som vil si at man ser på hvorfor bestemte tekster appellerer til bestemte grupper.

Østbye m.fl. (2007: 59) skriver at det er hovedsakelig tre måter en kan lese og analysere en tekst ut fra: sympatisk, objektiverende og symptomal lese måte. Den sympatiske lese måten ser på opphavsmannens intensjoner med teksten, og setter det som sentralt for å forstå en tekst. Det er ikke så ofte brukt i medievitenskapen ettersom det ikke er like lett å finne eller vite avsenderens mål i medietekstene. Den objektiverende lese måten tolker tekstene på en objektiv måte, og ser derfor på teksten uten kontekst av avsenderen og mottakeren, og dessuten uten den sosiale settingen. Nærlesing er en dominerende metode her. Den symptomale lese måten ser på de skjulte og underliggende betydningene av en tekst, og er ofte brukt i medievitenskapen. Her søker man etter ting som ikke umiddelbart er synlig i tekstens overflate (Østbye m.fl., 2007: 59-60).

I innholdsanalysen vil jeg se på de uttryksmessige og innholdsmessige forholdene i tekstene. De tingene jeg vil se etter er blant annet forholdet mellom tekst og bilde, her spesielt tittel, ingress og bilde, som er uttryksmessige forhold. Jeg vil også se på hvordan oppbyggingen og argumentene står i teksten, som er innholdsmessige forhold. For å gjøre dette vil jeg benytte meg av nærlesing, og gjør det med en blanding av objektiverende og symptomal lese måte. Jeg vil se hvordan tekstene objektivt er oppbygd og hvordan de er presentert, men vil også se på hva forfatterne har ment med for eksempel tittel eller argument. Som beskrevet tidligere er det tre spørsmål jeg særlig vil fokusere på i nærlesingen. Disse er: Hvilken plass har kommentarene? Hvordan blir kommentaren presentert? I hvilken grad er de utvalgte tekstene en kommentar?

Bakgrunnsteorien jeg har gått gjennom hittil i oppgaven vil i stor grad ligge til grunn for nærlesingen, hvor jeg for eksempel vil ta utgangspunkt i listen til Phil Andrews og kjennetegnene for gode (sports)kommentarer (se delkapittel 3.1.) når jeg skal se hvilken grad tekstene er en kommentar.

8.2. Kvalitativt intervju

I boken *Metodebok for mediefag* skriver Østbye m.fl. (2007: 98) at et kvalitativt intervju har flere fordeler sammenliknet med andre metoder. Noen av fordelene de nevner, som jeg vil trekke fram som relevante for min oppgave, er at man gjerne får tilgang til informasjon som ellers ikke ville vært like lett å få tak i, man kan få kommentarer til dataene man har fra andre kilder, og man kan kombinere metoden med forskjellige kvalitative og kvantitative tilnærminger. Spesielt det første punktet er særlig aktuelt for min oppgave, da det ikke er så mye stoff i bøkene jeg hittil har funnet som omhandler sportskommentarer og sportsredaksjonen til Dagbladet konkret.

Vanligvis skiller man mellom tre forskjellige intervju typer av kvalitative intervju – hvor mengden forhåndsdefinert innhold og rekkefølge i spørsmålene er det definerende aspektet, skriver Østbye m.fl. (2007: 99). De tre intervju typene er dermed ustrukturerte, semistrukturerte og strukturerte intervju. I de ustrukturerte intervjuene er det gjerne lite som er definert på forhånd, og brukes ofte hvis forskeren trenger forståelse av et område en ikke har oversikt over, eller at det er ønskelig å få informasjon om begrepsapparat og handlingsmåter hos informanten. Disse brukes gjerne som bakgrunn for mer strukturerte intervju, og finner ofte sted som uformelle samtaler. I de semistrukturerte intervjuene foreligger det gjerne definerte temaer og en intervjuguide, men det er mer enn nok rom til å følge overraskende vendinger og gå bort fra den opprinnelige planen. Ofte blir disse typer intervjuer kombinert med observasjon, slik at forskeren kan bryte inn med spørsmål dersom det kommer en passende anledning. I de strukturerte intervjuene har forskeren forhåndsdefinerte og fortrinnsvis åpne spørsmål, som gjerne stilles i en forhåndssatt rekkefølge – slik at dersom man intervjuer flere, kan det være lett å sammenlikne og framstille svarene (Østbye m.fl., 2007: 99-100).

Intervjuene jeg har gjennomført ble gjort ved personlig møte med to av personene, og senere oppfølgingsspørsmål via epost med en tredje person, samt at jeg sendte samme epost til en av de jeg hadde personlig møte med. Før jeg gjennomførte intervjuene hadde jeg allerede en brukbar innsikt i temaet, og visste derfor hva jeg lurte på – dermed var for eksempel ustrukturerte intervju lite hensiktsmessig. Under intervjuene som ble gjennomført ansikt til ansikt benyttet jeg meg mest av den siste intervjuformen – strukturerte intervju. Likevel var det også elementer av semistrukturerte intervju, da jeg holdt muligheten åpen for oppfølgingsspørsmål og å følge vendinger de hadde å komme med. Til disse intervjuene

forberedte jeg en rekke åpne spørsmål som jeg stilte på samme måte til begge personene. Oppfølgingsintervjuene jeg gjorde via epost startet jeg som et strukturert intervju ved at jeg sendte den samme rekken med spørsmål til begge informantene, før jeg senere benyttet meg av semistrukturerte intervju i epostkorrespondansen videre, med individuelle og spontane spørsmål.

8.3. Analysemateriale

Dataen jeg har samlet inn til hovedanalysen er utvalgte tekster fra Dagbladet. Disse har jeg funnet ved å søke i Dagbladets egne arkivsøk, som åpnet tidlig i 2017 (Braseth og Pettersen [Dagbladet], 2017). Planen var opprinnelig å bruke Retriever, men da jeg kun bruker data fra Dagbladet, var det både lettere tilgjengelighet og bedre søkemotor til å finne hva jeg søkte etter i Dagbladets egne søkebase. Jeg har valgt ut tre tekster som jeg skal gjøre et dypdykk i. Disse er kommentarer sportsredaksjonen til Dagbladet har kommet med i papiravisen dagen etter finalen i fotball-VM, fra tre ulike år med like mange års mellomrom. Årene er 1998, 2006 og 2014, og det er åtte års mellomrom mellom hver tekst.

Den første teksten er fra VM i 1998. Mesterskapet ble holdt i Frankrike, og det var vertslandet selv som kom til finalen mot Brasil – og vant overlegent 3-0. Det er flere grunner til at jeg har valgt denne teksten som den første og tidligste. Dette mesterskapet er til dags dato sist gang herrelandslaget til Norge var med i et verdensmesterskap, utover de kvalifiserende rundene. 1998 er altså sist Norge var å se i et VM-sluttspill. I tillegg er dette også det lengste Norge noen gang har kommet i mesterskapet. Samtidig blir spesielt én av kampene som ble avholdt i dette mesterskapet, for Norge sin del, omtalt som en av den norske fotballhistories største bragder: «Da Norge slo Brasil». Ikke bare er Brasil den mestvinnende nasjonen på verdensbasis, de har fostret noen av verdens beste fotballspillere, har deltatt i klart flest verdensmesterskap – og ikke minst var dette stort nettopp fordi det var Brasil som kom til finalen dette året. En kan jo tenke seg hvor stor denne bragden hadde blitt dersom Brasil også hadde vunnet finalen. Det er også interessant å ta en titt på kommentaren etter en finale der vertsnasjonen selv står som vinner. Dessuten var mesterskapet i 1998 det første som ble holdt etter Dagbladet åpnet sin nettavis i 1995, og internett var tilgjengelig for det private og ikke bare i profesjonell sammenheng. I og med at kommentaren sies å ha en status som tilsier at den kan redde papiravisene, vil det være interessant å se på utviklingen fra denne

kommentaren, som ble skrevet og distribuert like etter nettet spant seg større, og fram til den siste kommentaren jeg skal ta for meg.

Den neste teksten er fra finalen i 2006, som ble holdt i Tyskland. Her var Frankrike også i finalen, mot Italia, men det var italienerne som her gikk av med seieren og ble verdensmestere. I motsetning til finalen i 1998, måtte både ekstraomganger og straffespark til for å avgjøre kampen. Dermed er det interessant å se hvordan en kommentar etter en slik finale er utformet. Men også her er det flere grunner til at jeg har valgt ut nettopp denne teksten. Den største grunnen er at i denne finalen skjedde den kanskje mest kjente hendelsen i nyere mesterskapshistorie, og noen vil strekke det så langt som å kalle det «et av de mest ikoniske øyeblikkene i fotball-historien» (Giæver [TV 2], 2016). Den store stjernen på Frankrike, Zinedine Zidane, skallet ned en av de store stjernene på Italia, Marco Materazzi, etter høy temperatur i kampen og dem imellom. Resultatet var rødt kort til førstnevnte, marsjordre av banen, og en stor signatur i historiebøkene. VG skrev i sitt kampreferat (Nyheim og Opsahl, 2006): «Det var ikke til å tro for 69.000 tilskuere. Mannen alle hadde snakket om på forhånd, hadde gjennomført en av de mest oppsiktsvekkende handlingene i VM-historien», men det var neppe bare tilskuerne på tribunen som ikke trodde sine egne øyne.

Når jeg tenker tilbake på den finalen, husker jeg kun sjokket over det som skjedde, og knapt noe annet. Det er jeg antakelig ikke alene om. Zidane ble også kalt sydebukk, for Frankrike var klare forhåndsfavoritter, og mange har uttalt sin overbevisning om at dersom han hadde brukt hodet til noe annet enn å skalle ned og bli utvist, ville han og hans nasjon løftet pokalen i stedet for italienerne. I tillegg til dette, plasserer denne teksten seg passende nok midt mellom teksten fra 1998 og den siste teksten jeg skal ta for meg – fra 2014. Dessuten gjelder i høy grad samme grunn her som i 1998; internett da hadde fått enda større spredning i de tusen hjem, og kommentaren sies å være svært viktig for papiravisen. Det er ingen tvil om at det er i løpet av det inneværende tiåret den mest drastiske nedgangen i papiravislesningen blant Norges befolkning har skjedd, men allerede i 2006 hadde papiravislesingen sunket med nesten ti prosent fra 1998 (Medienorge, 2017).

Den siste teksten er fra VM i Brasil i 2014. Tyskland ble verdensmestere etter å ha slått Argentina 1-0 i finalen. Valget om å ta med denne teksten falt først, og hovedgrunnen er at det er det siste verdensmesterskapet som er holdt på nåværende tidspunkt, og derfor også den nyeste dataen som er mulig å få til dette temaet. I tillegg markerte 2014 et jubileum vet at det

var det 20. verdensmesterskapet i fotball som er blitt holdt. Til tross for at kampen endte 1-0, et resultat som ofte signaliserer en kjedelig kamp, har denne finalen i etterkant blitt omtalt som en av de beste finalene noe gang – deriblant i kommentaren jeg skal analysere (Pedersen [Dagbladet], 2014). Det til tross for at det verken var nedskallinger eller store, norske prestasjoner til stede i mesterskapet. Samtidig syns jeg det setter en fin avrundning på den røde tråden i utvalget – både med god spredning, store hendelser, variasjon i vinnere og vertskap, samt deres deltakelse. Dessuten er det disse tre mesterskapene jeg selv husker noe fra.

I tillegg til tekstene jeg skal analysere i neste kapittel, har jeg gjennomført og transkribert de kvalitative intervjuene med sentrale personer fra sportsredaksjonen i Dagbladet, som beskrevet over. Utvalget av personene jeg intervjuet ble gjort på bakgrunn av erfaringen de hadde i Dagbladet, samt hvilke roller de har hatt – naturligvis ut fra temaet i oppgaven. Esten O. Sæther valgte jeg fordi han har lang fartstid i Dagbladet – han har jobbet der siden 1984. Dermed har han jobbet i avisen under hele perioden tekstutvalget til hovedanalysen er fra. I tillegg til å ha vært sportsredaktør i tidlige år, er rollen hans i dag kommentator. Dermed har han bidratt både med syn på kommentarens plass og ikke minst gitt et godt grunnlag for Dagbladets profil. Lars H. Kvam valgte jeg fordi han hadde rollen som sportsredaktør da jeg intervjuet dem (Han fikk ny jobb i Discovery ved årsskiftet 2016/2017, for å jobbe med deres satsing på Eliteserien). I tillegg har han et drøyt tiår på baken med ulike roller i Dagbladet. Dermed har også han bidratt med hvordan Dagbladet og sportsredaksjonens profil er. Morten Pedersen valgte jeg å intervjuer over epost for oppfølgingsspørsmål siden han har mye av samme fartstid som Esten O. Sæther, og er også en av dagens sportskommentatorer i Dagbladet. På samme måte som Sæther har han bidratt med syn på kommentarens plass i sporten generelt og Dagbladet spesielt.

9. Hovedanalysen

Analysen er delt opp i tre ganger tre deler, der jeg tar for meg hver enkelt tekst og dens omgivelser i samband med analysespørsmålene jeg har satt. Disse er:

- Hvilken plass har kommentaren?
- Hvordan blir kommentaren presentert?
- I hvilken grad er den utvalgte teksten en kommentar?

I tilknytning det første spørsmålet, hvilken plass kommentaren har, vil jeg se på omgivelsene til kommentaren og finne ut hvor mye av stoffet kommentaren utgjør både på sportssidene og i hele avisen. Dette for å se hvilken konkret, fysisk plass kommentaren har i papiravisen de aktuelle dagene – for eksempel om den er referert til på forsiden av avisen, hvor mye av det totale sportsstoffet den utgjør, hvor sentralt den er plassert og liknende.

Gjennom det andre spørsmålet, hvordan kommentaren blir presentert, vil jeg blant annet se på utformingen av siden kommentaren står på: Hva slags bilde som blir brukt, hvordan tittel og ingress blir vinklet, hvordan forfatteren blir profilert og så videre. De tre tingene man som regel først legger merke til på en sak er nettopp tittel, bilde og ingress. Mange aviser operer med at de tre elementene skal oppsummere saken på en kort og konsis måte, men aller mest skal det fange leserens oppmerksomhet. Det er dette jeg vil vurdere kommentarene ut fra her, hvor spesielt teorien om populærjournalistisk utvikling (blant annet større bilder, sensasjonstitler og fokus på profiler) kommer til å stå i bakhodet. Også flere av punktene Phil Andrews tar opp i sin bok om hva som utgjør en god kommentar vil være gjeldende her – deriblant at det skal være en god intro som fanger leserne, en lettere og kontroversiell stil og at temaet er en knagg fra nyhetsbildet ellers. Her vil jeg derfor se nærmere på selve kommentaren enn i det forrige spørsmålet.

Siste del av analysen vil gå på i hvilken grad kommentaren faktisk er en kommentar. Her vil jeg ta utgangspunkt i kriteriene som er satt for en kommentar, redegjort for tidligere i oppgaven, og sette forskjellige grader av kommentarer, som jeg deretter kårer kommentarene ut fra. Siden det er etablert at sportskommentarene gjerne har veldig mye til felles med nyhetskommentarene, tar jeg hovedsakelig utgangspunkt i Igland og Stølås sin inndeling av type menings- og kommentarjournalistikk som bakgrunn for gradene av kommentarer. En oppsummering av disse er: På den ene siden har man kronikkene og lederartiklene, som blant annet kjennetegnes av å være upersonlige, resonnerende, argumenterende, saklig og nøktern.

På den andre siden har man sjangere som anmeldelser, petit og kåseri. De kjennetegnes av å være personlige, assosierende, lekende, skildrende og harselerende. Midt mellom disse befinner nyhetskommentarer seg, og det som kjennetegner den best er at skribenten legger til rette for at leserne skal gjøre opp sin mening på bakgrunn av materialet som blir lagt til grunn – men gjerne på en mindre argumenterende måte enn for eksempel lederartikler. I tillegg til Igland og Stølås' inndeling, vil jeg også legge vekt på listen Phil Andrews har satt opp over elementer som utgjør en god (sports)kommentar. Dermed deler jeg kommentarene inn i disse gradene:

Nøktern ytring: En tekst der forfatteren i svært liten til ingen grad kommer med egne meninger, er utelukkende saklig og resonnerer rundt temaet for teksten. Presenterer likevel et tydelig syn, tar stilling i saken, basert på fakta – ikke meninger – som bygger opp under synet. Typisk eksempel: Lederartikler. Grad av kommentar: For høy. For nøktern og ensidig.

Tydelig kommentar: En tekst der forfatteren kommer med en analyse av en sak, der alle sider i saken blir vist. Legger opp til at leseren skal gjøre seg opp en mening, men kan komme med egne meninger. Lettfattelig stil, men fortsatt saklig. Typisk eksempel: Nyhetskommentar. Grad av kommentar: Perfekt.

Lekende mening: En tekst der forfatteren nærmest utelukkende deler personlige meninger, og det på en svært lett og lekende måte. Her er det rom for assosiasjoner og skildringer, og forfatteren er ofte uredd for å harselere med temaet og komme med enveiskjørende meninger. Typisk eksempel: Anmeldelse og petit. Grad av kommentar: For lav. For personlig og løssluppen.

I den siste delen vil jeg altså ta for meg selve innholdet i kommentaren og dens utforming. Mens de to andre delene går mer på innsalget og kommentarenes omgivelser, vil denne delen se spesifikt på kommentaren og kun den – i høyeste grad selve brødteksten. Likevel vil totalbildet av siden kommentaren står på være med på å avgjøre graden av kommentar.

Avslutningsvis vil jeg komme med en oppsummering av analysen, der jeg sammenlikner kommentarene og ser på hvilke store likheter og ulikheter der er, samt hvordan kommentarene har utviklet seg fra 1998 til 2014 – sant det er en utvikling.

9.1. Tekst 1: Finalekommentaren fra VM 1998

Slik jeg redegjorde for under delkapittelet om analyse materialet, er fotball-VM i 1998 sist Norges herrelandslag i fotball var med i et verdensmesterskap, og står i tillegg som det VM der de norske herrene har kommet lengst i konkurransen. Dessuten kom landslagets kanskje mest kjente, i hvert fall mest omtalte, seier i dette mesterskapet. Finalen sto mellom Frankrike og Brasil, med førstnevnte som seierherrer. Alle refereringer gjort til kommentaren fra 1998 i de påfølgende avsnittene er hentet fra papirutgaven til Dagbladet fra 13. juli 1998 (se vedlegg 1).

9.1.1. Hvilken plass har kommentaren?

Forsiden til Dagbladet 13. juli 1998 er preget av fire saker, og kan sies å være en veldig stereotypisk Dagbladet-forside. Hovedsaken, den som tar størst plass, er en oppfølgingssak om en ulykke med et sjøfly i Geiranger, der fire personer omkom. Ved siden står et stort bilde

av den noe lettkledde skuespillerinnen Teri Hatcher med teksten «Hollywoods heteste», som refererer til en sak de har om 90-tallets Hollywood-divaer. Både saken om sjøflyet og divaene er dobbeltsider. Øverst på forsiden viser de til en sak som går over hele tre sider inni avisen: «Slik gjør du hyttekupp på svenskekysten». Den siste saken på forsiden er om den franske fotballspilleren Zinedine Zidane, og refererer både til ham som helt og ikke minst står den som innsalg til sakene Dagbladet har om VM-finalen som utspilte seg kvelden før.

Rangert etter plass på forsiden, ser rekkefølgen på sakene slik ut: sjøflyulykken, Zidane er helt, Hollywoods heteste og hyttekjøp. Altså har

sportssaken nest best plassering. Her ser man klare elementer av både forbrukerjournalistikk (hyttetipsene), bruk av personer for å selge sakene (både Hatcher og Zidane), samtidig som det er en svært seriøs og tung sak iblandet disse. Veldig typisk Dagbladet, veldig typisk



Faksimile av Dagbladet, 13. juli 1998

populærjournalistikk, og ikke minst veldig typisk for schizofrenien. Det er i tillegg et par elementer som ikke kommer like godt til syne på forsiden, mye på grunn av «støyen» fra de store elementene rundt de fire nevnte sakene: Deriblant står det helt nederst på siden en vignett, som Dagbladet brukte på den tiden, hvor det står «Sterke meninger» og «Tusentipset». Selv om det skal godt gjøres å se disse blant de store og prangende bildene og teksten fra sakene, er dette også noe som er ekstremt typisk Dagbladet sin profil. Jeg mener også dette oser schizofreni: Selv om Tusentipset gjelder alt fra sladder om en fotballspiller til ulykker på europaveien, får man veldig assosiasjoner til sladderbladet *Se og Hør*, samtidig som «sterke meninger» fremmer deres profil som en meningsavis.

Hele avisen denne dagen utgjør 52 sider. Selve finalekommentaren står på side 29, og er en del av sportssidene. Sportssidene utgjør 13 sider i avisen, hvorav, i tillegg til inngangssiden, seks av sidene utelukkende handler om VM-finalen, mens fem av sidene handler om annen sport, og den siste siden har børsoversikt. Verdt å nevne er at av de fem sportssidene som ikke handler om fotballmesterskapet, handler tre av disse om norsk fotball. Det bekrefter dette med at Dagbladet har fotball i førersetet – spesielt i sommerhalvåret. Finalekommentaren går kun over én side, og har et kvadratisk bilde som går over fire av fem spalter. Et relativt stort bilde, men det er likevel mye tekst også. Kommentaren utgjør altså under en tidel av alt sportsstoffet.

Sammenliknet med nyhetskommentaren i avisen denne dagen, har faktisk begge kommentarene like stor plass: En enkeltside med bilde. Likevel kan man si sportskommentaren får større plass med tanke på at det er mye mer nyhetsstoff enn sport. Siden kommentaren står på kommer som den femte av seks VM-sider. De fire foregående sidene handler i stor grad om det som var forsidesaken: Zidane som finalens helt – og hyllesten av laget hans, Frankrike, som vant. Kommentaren står på siden før en analyse av Brasils landslag, med tittelen «Milliardfloppen». Det er tydelig at man er i den «tyngste» delen av sportssidene med Dagbladets egne analyser og meninger. Kommentaren står som eneste og reneste sportskommentar på de 12 sportssidene, til tross for at det første man møter på når man åpner sportsseksjonen kan ligne en slags hybrid mellom kommentar og reportasje – populært kalt kommentasje. Der skriver Morten Pedersen om Zidane og hendelser i og rundt finalen, hvor første del kan likne en kommentar, mens siste del har med sitater og på mange måter et intervju med både Zidane selv, og Frankrikes trener.

9.1.2. Hvordan blir kommentaren presentert?

Tittelen til teksten fra 1998 lyder som følger: «Mestere fra første spark». Her er det liten tvil om hva som har skjedd: Noen har blitt mestere, og de har vært det en stund. Det er vanskelig å tolke tittelen på andre måter enn det som er skrevet. Det er en god tittel, selv om den ikke bruker så mange språklige virkemidler og heller ikke noe sprudlende språk. Likevel er den rett fram og ærlig, og oppsummerer godt hva man kan forvente seg når man leser kommentaren. For de som har fulgt VM, og spesielt finalen som utspilte seg kvelden før kommentaren ble trykket, vet at det er Frankrike kommentaren handler om gjennom tittelen. Derfor kan det være en interessevekker ved at de lurer på hvorfor forfatteren mener de har vært mestere fra første spark. Her er det imidlertid en ting som kan bety flere ting med tittelen, og som også kan fungere som en interessevekker for de som har fulgt VM. Forfatteren kunne skrevet fra første sekund, men med «første spark» henviser han til fotball og avspark. Samtidig kan man spørre seg: Mener forfatteren fra første spark i gårsdagens finalekamp, eller menes det første spark i hele VM? De som stiller seg dette spørsmålet vil få svar om de leser kommentaren videre – og det antakelig med en analyse om hvorfor. For de som eventuelt ikke har fått med seg hvem som har blitt mestere i hva, kan tittelen vekke deres interesse ved at de spør seg «Hvem har blitt mestere?». I tillegg kan man si at tittelen ikke bare oppsummerer hele finalen, men gir også en røslig oppsummering av hele VM. For når man går videre til ingressen får man svar på at det er fra første spark i hele verdensmesterskapet forfatteren mener de har vært mestere.

Ingressen til kommentaren kan sies å være i det lengste laget. Den lyder:

«Frankrike liknet en vinner fra første spark i VM. Slike førsteinntrykk overlever tradisjonelt aldri en måned med tøffe VM-kamper. Men Frankrike har gitt begrepet turneringslag en ny dimensjon: Tidligere handlet det om å starte litt vaklete, og avslutte sterkt. Heretter handler det om å starte sterkt og avslutte sterkt.»

Mange aviser har en tommelfingerregel om at en ingress skal være på rundt 20 til 25 ord. Denne er det dobbelte og vel så det med sine 53 ord. Likevel gir den, som skrevet, allerede i første setning svar på interessevekkerne i tittelen. Det kan sies å både være en positiv og en negativ ting. Det positive er at man slipper å lese langt i teksten før man finner svaret på det man lurer på, men samtidig kan det også virke negativt ved at leserne får svar på det man lurer på allerede i første setning – og ikke trenger å lese lenger om de ikke er spesielt interesserte. Når det er sagt, vil jeg si at det også er en svært god ingress. Etter forfatteren avslører det man

lurer på fra tittelen, lanserer han nemlig en påstand om at Frankrike startet en ny tradisjon gjennom mesterskapet: «Frankrike har gitt begrepet turneringslag en ny dimensjon: Tidligere handlet det om å starte litt vaklete, og avslutte sterkt. Heretter handler det om å starte sterkt og avslutte sterkt». Det får man videre til å lure på hvorfor, og i tråd med kommentarkjennetegnene, skal man få ganske klare svar på det om man leser videre.

Bildet som blir brukt til kommentaren er av jublende og glade franskmenn som omringer VM-trofeet. Det er ingen spesielle spillere som peker seg ut på bildet, og det er også folk fra støtteapparatet som står i bakgrunnen og gliser. Jeg vil si bildet står veldig godt til tittelen og ingressen. Det er bilde av mesterne. Og for de som har fulgt med finalen, vet de at det er Frankrike. Samtidig avslører ikke bildet helt hvem som er mesterne, ved at det for eksempel er tydelige flagg, logoer eller liknende som fremtrer, og dermed kan man, i tråd med tittelen, fortsatt lure på hvem som er mesterne forfatteren sikter til. På den måten kan bildet, sammen med tittelen, fungere som en stor interessevekker. På en annen side kan man også si at bildet bare er en illustrasjon av tittelen.

Forfatteren av kommentaren er Øivind Monn-Iversen, som så vidt meg bekjent ikke hadde noen spesiell kommentatorrolle utover det å være sportsjournalist. Til kommentaren har han et lite, kvadratisk bylinebilde, som man fort kan overse ved første øyekast. Det er plassert langt nede på siden, og midt i selve teksten. Til gjengjeld står etternavnet hans under bildet i en stor, oppblåst font, med eposten hans tydelig markert under. Dermed tar navnet nesten større plass enn bildet. I tillegg til dette står også den offisielle VM-logoen under navnet hans igjen, men den har fått nesten like stor plass som profilmildet. Siden bylinen tar så liten plass, og er plassert så langt ned i saken, kan man si at Dagbladet i hvert fall ikke prøver å selge kommentaren ut fra hvem som har skrevet den. Likevel; sammenliknet med bylinene på de andre sportssakene i samme utgave, tar denne klart større plass enn de andre.

Nederst på siden er det en liten, tynn stripe med en figur på. For de som kjenner til temaet og profilen til VM i '98, ser de fort at figurene er et lite og oppblåst utklipp av logoen. I høyre ende av den linjen er teksten «France 98» plassert, i en skrift som også tilhører det offisielle temaet. Linjen fungerer som en vignett for å fortelle at dette er VM-stoff. Dermed har leserne av avisen mange muligheter til å kjenne igjen stoffet som står på sidene, og temaet for det, uten å se på hva teksten handler om. Dagbladet bruker flere elementer av gjenkjenning av VM-stoff for leserne. Den samme vignetten står på alle sidene som omhandler verdensmesterskapet, dog på forskjellige steder på de ulike sidene.

Øverst til høyre på siden er det plassert en faksimile fra Dagbladet utgitt 9. juli 1998, og viser til en kommentar som ble skrevet da. «Duellen som avgjør finalen» er tittelen på saken i faksimilen, og det ser ut til at det er Monn-Iversen som har skrevet denne også. Faksimilen blir referert til i teksten, der forfatteren skriver «Vi fastslo etter semifinalen: Zidane eller Ronaldo kom til å avgjøre finalen», og fungerer derfor som et bevis på et av argumentene i kommentaren.

Den aktuelle knaggen (ref. Phil Andrews' kjennetegn) man kan henge denne kommentaren på er naturligvis VM-finalen, men den er så åpenbar at jeg også vil se etter en knagg til. Siden temaet for kommentaren i stor grad er Frankrike, mesterne, og hvordan de kan sies å ha vært mestere fra start av, vil jeg si knaggen til denne kommentaren er at forfatteren Monn-Iversen både gjenopptar sitt poeng med duellen som blir dratt fram av faksimilen nevnt over og nevner at Dagbladet tidligere har fastslått at Brasil var for svake tidligere i mesterskapet. Altså aktualiserer han tidligere meninger, sper på med nye og bekrefter det de tidligere har ment.

9.1.3. I hvilken grad er teksten en kommentar?

Kommentaren fra Monn-Iversen er i høy grad bygget opp rundt vinnerlaget Frankrike, men handler ikke bare om selve finalen. Han forsøker å «løfte blikket» og se VM, især Frankrikes mesterskapsvei, i et større bilde enn bare gårsdagens kamp. Han starter med begynnelsen av mesterskapet, når han innleder brødteksten med «Frankrikes solide innledning på VM kunne tolkes på to måter:», og kommer deretter med to mulige utfall av Frankrikes gode start på VM. Deretter tar neste avsnitt for seg semifinalen, og sammenlikner to av finalelagenes største profiler: «Vi fastslo det etter semifinalen: Zidane eller Ronaldo kom til å avgjøre finalen. [...] Ronaldo lå hakket foran ved avspark klokka ni i går kveld.». Ronaldo står som motstykket til Zidane, og er også representant for motstanderlaget til Frankrike. Dermed trekker forfatteren både linjer mellom de to lagene, og også turneringens kanskje største profiler. Videre tar Monn-Iversen for seg selve finalen: «VM-finalen demonstrerte også det Dagbladet har antydnet siden Brasil slo ut Danmark: Brasil fortjente ikke VM-finale denne gangen». Først tar han altså et argument for hvorfor Brasil ikke fortjente å vinne. Så går han videre med hvorfor han mener Frankrike fortjente å vinne: «Her er de fire viktigste grunnene til at Frankrike vant». Deretter avslutter han kommentaren med de fire grunnene han mener er mest fremtredende for Frankrikes suksess i VM 1998.

Det er et par ting man kan diskutere ved argumentasjonen til skribenten. Noe av det han legger mye vekt på er klisjeen om at det er en dårlig ting å starte et mesterskap med gode resultater og et sterkt lag, men det blir litt tynn argumentasjon når han ikke kan vise til tall eller eksempler som viser om det ofte er tilfelle enn det motsatte. Man kan jo spørre seg: Hvor mange av lagene som har stukket av med verdensmestertittelen til slutt har egentlig startet mesterskapet dårlig? Sikkert ikke så veldig mange. Kanskje de som har startet et mesterskap «dårlig» heller kan sies å ha spart på kreftene, eller fordelt kreftene ut fra motstanderne? Uansett er det ganske så sikkert at de som starter et mesterskap dårlig ryker ut, det er hele poenget med en slik turneringsform som VM er bygget opp på – dermed kan det diskuteres hvor mye hold det er i at Frankrike bryter en tradisjon ved å være gode gjennom hele VM. Dessuten skriver Monn-Iversen for eksempel «Ingen har slitt mer enn Zidane med å beherske de nye VM-ballene. Han har skutt over og utenfor med de mest utilsiktede skruer.» og «Brasil har først og fremst vært Ronaldo i dette VM». Det første utsagnet presenterer han i forbindelse med at Zidane har skutt mye over og utenfor mål. Men er det virkelig ballens skyld at skuddet til en spiller går utenfor mål? Og er det rett at ingen andre spillere har slitt med ballene? Det kan selvfølgelig leses som en smule overdrivelse, men hvis det virkelig er slik at ingen andre spillere har slitt med ballene, er det heller neppe ballens skyld at Zidane bommer på mål. Det andre utsagnet, om at Brasil først og fremst har vært Ronaldo, er også et litt tynt argument. Dette argumentet dyrker forfatteren flere ganger gjennom kommentaren også. Det er som oftest alltid elleve menn på ett lag på banen, i tillegg til et helt støtteapparat og flere innbyttere. Brasil hadde neppe kommet til finalen om det bare var én mann på banen som jobbet. Det kan nok stemme at uten Ronaldo på banen hadde ikke Brasil nådd finalen, men de hadde neppe gjort det om det kun var ham på den grønne matten heller.

Når det er sagt, blir argumentasjonen i kommentaren sterkere utover i teksten. Forfatteren argumenterer godt for hvorfor Frankrike fortjente å vinne, og ikke Brasil. Spesielt de fire punktene med årsaker til at Frankrike vant er lett å like, og lett å lese. Også her gjør han sammenlikninger med Brasil, for eksempel under det andre punktet der han skriver «Brasil har stort sett bare hatt et defensivt fundament – pluss Ronaldo. Frankrike har hatt tryggheten rundt et gjennomarbeidet spillsystem». Slike punktvisse oppsummeringer og lister over argument er et element som har kommet med populærjournalistikken, og er etter hvert svært mye brukt i avisene. Ofte ser man titler som «Syv grunner til...», «Fire ting som gjør...» og «Ti ting du bør...».

Noen vil kanskje si at kommentaren hadde vært bedre om den kun hadde dyrket ett hovedpoeng gjennom store deler av kommentaren, eller at han burde ta opp den samme tråden som han startet på ved kommentarens slutt, for å få en sirkelkomposisjon. Det hadde løftet teksten et hakk, men den fungerer fint også slik den står. Som Phil Andrews skrev i sine punkter for en god kommentar, skal man ha en avslutning som runder av det hele og etterlater leserne fornøyd (Andrews, 2014:97).

Teksten er skrevet med en rekke av skribentens meninger, og har bastante konklusjoner. Samtidig har han flere sammenlikninger av lagene, spillerne, trenerne og forskjellige kamper imellom. Det er også et av elementene nevnte Andrews har satt for en god kommentar. Til tross for at noen av argumentene hans har litt lite hold, bygger han opp samtlige argumenter med både aktuelle hendelser og tidligere kommentarer fra egen avis. Det gjør også at kommentaren er litt belærende, og sier «hva var det jeg sa» - altså bygger oppunder det som tidligere er skrevet også.

Så: I hvilken grad er denne teksten en kommentar? Basert på gjennomgangen av teksten, kan man ganske raskt si at det i hvert fall ikke er en *lekende mening*. Det er få til ingen skildringer og assosiasjoner, og heller ikke et svært lekent språk. Så er spørsmålet om teksten står nærmest *nøkttern ytring* eller *tydelig kommentar*. Det er en tekst der kommentatoren kommer med egne meninger og viser flere sider av saken. Samtidig har han tatt et veldig klart syn i saken, altså at Frankrike var udiskutable mestere, og bygger oppunder den meningen. Det er fristende å si at teksten plasserer seg midt mellom de to gradene, men likevel er det flere av argumentene hans som bare er basert på meninger, og noen argument er såpass tynne at de nesten ikke står ved lag. Dermed er det tilnærmende å si at teksten faller mest under *tydelig kommentar*. Uansett er graden av kommentar klar og ganske tydelig.

9.2. Tekst 2: Finalekommentaren fra VM 2006

VM i 2006 sto som kjent for en av de mest kjente hendelsene i nyere mesterskapshistorie, med Zidanes nedskalling av Materazzi. Dette året var det Frankrike og Italia som sto på hver sin banehalvdel før avspark i finalekampen, hvor Italia trakk det lengste strået. Alle refereringer gjort til kommentaren fra 2006 i de påfølgende avsnittene er hentet fra papiravisutgaven av Dagbladet fra 10. juli 2006 (se vedlegg 2).

9.2.1. Hvilken plass har kommentaren?

Mandag 10. juli var dagen etter VM-finalen i 2006. Dagbladets forside denne dagen hadde kun referanse til to av sakene de har inni avisen, samt en henvisning til at de har seks sider om bøker, under fanen kalt «Bokmandag».

Forsiden er kanskje ikke like typisk Dagbladet-forside som den fra 1998, men også forsiden denne dagen gjenspeiler profilen til Dagbladet ganske godt. Hovedsaken, fortsatt basert på den saken som får størst plass på forsiden, er en referanse til sportsseksjonen med resultatet fra finalen, sjokknyheten om nedskallingen fra Zidane og et sitat som tilsier at de har en sak der Zidane uttaler sin anger. Den andre saken er plassert på toppen av forsiden, og er en slags forbrukersak det Dagbladet kan fortelle leserne hvilken jobb som passer til dem ut fra deres personlighet.

Rangert etter størrelsen på sakene på forsiden, ser rekkefølgen slik ut: VM-finalen med

nedskallingen i front, tips til jobbsøkere og til slutt «Bokmandag». Her har sportssaken klart best plassering, og det er liten tvil om hva som er det viktige å få med seg denne morgenen. I tillegg til de nevnte elementene er det også en reklame for butikken Smart Club nederst på siden, samt egenreklame øverst på siden. I motsetning til i 1998, der det var en liten linje med både «Tusentipset» og «sterke meninger», er det her en ganske stor linje der lesertips får fullt fokus. «Tips oss 2400 – 24 timer i døgnet», «mms og sms 2400, tlf 24 00 00 00,



Faksimile av Dagbladet, 10. juli 2006

2400@dagbladet.no» og «Hver dag gir vi bort en mobiltelefon fra Sony Ericsson for BESTE TIPS» er teksten som preger den røde og svarte stripen. Som om ikke det var nok opplysninger om muligheter leserne har til å tipse avisen, har de også en liten rød linje under hovedsaken – sportssaken – der informasjon om telefonnummer, sms og mms, samt epost står. Verdt å nevne er at også denne dagen har Dagbladet en nyhetssak om en flyulykke, likt som i 1998, men i langt større format enn sjøflyulykken mål i antall omkomne, men den kommer ikke en gang på forsiden. Trolig er det fordi ulykken den gangen ikke skjedde i Norge, og hadde heller ingen nordmenn involverte. Men man kan stille spørsmålsteget ved om det kan ha noe med at fotball og dramatiske hendelser i verdensmesterskapet, og populærjournalistikken med Zidane i personfokus, vil være mer folkelig og populært enn en slik nyhetshendelse.

Finalekommentaren den dagen går over to sider i sportsseksjonen, og ni av ti spalter, på side 26 og 27. Totalt er det 64 sider med Dagblad-avis den dagen. Det er 12 sportssider i avisen, hvor, i tillegg til inngangssiden, fire av sidene utelukkende handler om fotball-VM og finalen kvelden før. De seks neste sidene handler om annen sport, mens den siste siden presenterer børsen. Av de seks sidene som omhandler annen sport, handler halvparten av dem om norsk fotball. Finalekommentaren utgjør halvparten av stoffet som omhandler finalen, noe som tilsier at de i hvert fall blant VM-stoff setter kommentaren ganske høyt – spesielt sammenliknet med forrige tekst fra 1998. Selv om kommentaren tar større plass enn den fra 1998, både blant VM-stoffet og i side- og spaltetall, vil det ikke si at det nødvendigvis er så mye mer tekst. For det første brukes det to bilder: Et kjempestort som går over syv av ni spalter, og et litt mindre som går over de to siste spaltene. I tillegg er det mye rom på loftet (toppen av avissidene) som går til tittel og stikkittel. Når man blar om fra inngangssiden til sporten, er finalekommentaren det første man kommer til, noe som også tyder på at de setter kommentaren i førersetet.

9.2.2. Hvordan blir kommentaren presentert?

Tittelen på kommentaren, «En saga blått», spiller på uttrykket *en saga blott*, som betyr «bare en gammel historie» (Språkrådet, 2017). Noen vil også hevde at uttrykket betyr noe som er helt slutt eller noe som har gått opp i røyk, en drøm som har gått rett vest og liknende.

Dermed er det mulig å tolke tittelen på flere måter, alt etter hva Pedersen har sett for seg da han forfattet tittelen. Med tanke på at Zidane skallet ned en motspiller i sin siste VM-kamp for

Frankrike, som satt stort preg på kampen og mange hevder kostet de franske forhåndsfavorittene seieren, og det definitivt var den store snakkisen etter kampen, kan det tenkes at man skal lese tittelen som at det var helt slutt for Zidane, at drømmen til Frankrike om VM-tittel gikk føyken, eller at det er en gammel historie at favorittene ryker når det gjelder mest. Med tanke på at Pedersen har byttet ut *blott* med *blått*, kan det også tenkes han sikter til begge lag. Både Frankrike og Italia har blå drakter når de spiller i sine hovedfarger, såkalte hjemmedrakter. Frankrike kalles også *Les Bleus* – de blå. I denne finalen var det imidlertid Italia som fikk spille i blått, mens Frankrike måtte stille i hvitt draktsett. Dermed kan man si at det enten er en blå saga, en blå historie, Pedersen sikter fordi det var Italia i blått som vant. Eller at han igjen sikter til *Les Bleus* som Frankrike og at det var en saga blott for dem i finalen. Hva som er ment med tittelen vet kun forfatteren selv, og man kan si at den ikke er særlig interessevekkende med de betydningene som er skrevet over. Selv om den kan ha flere dypere meninger, må man kunne en del om både finalen og finalelagene for at tittelen skal gi mening. Likevel kan man på en annen måte si at denne mystikken rundt hva som egentlig menes med tittelen kan fungere som en interessevekker, nettopp fordi leserne vil vite hva som menes og dermed leser videre.

Det er ingen ingress til kommentaren, men det er imidlertid en stikktittel som kan sies å fungere som ingress i stedet – selv om den er plassert før tittelen. «Da 11 minutter gjensto av en av fotballhistoriens vakreste karrierer mistet hovedpersonen selv, Zinedine Zidane, hodet. Da var det plutselig ikke så interessant hvem som vant.», sier stikktittelen. Om ikke tittelen er så interessevekkende, gjør stikktittelen til gagns opp for det. Her er det flere interessante elementer, og stikktittelen oppsummerer egentlig både hele kommentaren og selve finalen med de 26 ordene som er plassert med relativt liten tekst over den store tittelen. På grunn av de interessante elementene, vil jeg si stikktittelen er et veldig godt agn. Det er lagt mye dramatik i stikktittelen. Den får leseren til å stoppe opp og tenke «Oi!» flere ganger. Det ene elementet er at det understrekes hvor få minutter det var igjen av kampen da en av fotballhistoriens mest kjente øyeblikk fant sted. Kunne han ikke bare holdt hodet kaldt i elleve minutter til? Det andre er at det poengteres at disse elleve minuttene også var de siste av karrieren til en av Frankrikes og, i hvert fall den gang, verdens største stjerner. Det tredje er at Zidane blir utpekt som hovedperson. Det fjerde er selvfølgelig at nevnte Zidane mistet hodet. Det femte er at det blir uttrykt at det ikke var så viktig hvem som vant – på grunn av de fire tidligere elementene. Av alle elementene er det mye som vekker oppsikt både hos de som har sett finalen og de som ikke fikk mulighet til å se den. Og jeg vil tro til og med de som ikke er

så interesserte. De som har sett finalen blir gjerne fanget av stikktittelen fordi de ønsker å lese mer om hendelsen og få en analyse over det som skjedde, og mer konkrete ord enn hva de selv så utspinne seg kvelden før. De som ikke har sett finalen, og ikke har fått med seg forløpet, kan tenkes å bli fanget av «Hva i alle dager har skjedd?» eller «Hvordan kan det ikke være interessant hvem som vinner VM?», mens de som har fått med seg hva som har skjedd, men ikke sett finalen, kan bli fanget av dramatikken i stikktittelen, som forteller mye om hvor mye dramatisk det må ha vært på banen.

Det er brukt mye plass på bilder til denne kommentaren. Det ene bildet, som opptar mer enn halve dobbeltsiden, er av jublende, løpende og glade italienere. Det står som en stor kontrast til det andre bildet; en ensom Zidane som holder seg til hodet. Kanskje kan det ses på som at Italia kjempet alle mann og vant, alle var på banen, alle dro seieren i havn. Mens for Frankrike var det en mann som ødela, en mann det egentlig handlet om. Bildene står derfor relativt godt til tittel og stikktittel. Man kan si det er ett bilde til hver tittel, hvis man ser på tittelen i betydningen av det var en italiensk saga. Bildene i seg selv vil jeg ikke si er noen særlige interessevekkere, i hvert fall ikke for de som er kjent med hva som har skjedd. Et tenkelig scenario er at noen som ikke har fått med seg hendelsene, men som er interessert i fotball og kjenner til Zidane og VM-finalen, ville funnet bildene svært interessante og lurt på hva i alle dager som har skjedd. Likevel er det ganske nærliggende å tro at de som ville fått interessen vekket av slike bilder, allerede er kjent med hva som har skjedd. Dermed skal det godt gjøres å fange interessen til leserne gjennom bare disse bildene – selv om man skulle tro det var det man forsøkte på ved bruk av så store bilder. Derfor vil jeg si bildene fungerer mer som illustrasjon enn interessevekker. Altså er det også mer et blikkfang for gjenkjenningssiktet mot lesere som er interessert i å lese mer om hendelsene, heller enn et agn for å få *flere* lesere.

Han som har skrevet kommentaren er Morten Pedersen, som også er intervjuet i denne oppgaven. Pedersen jobber som ren kommentator i Dagbladet, men har tidligere også jobbet som journalist. Fjeset hans er noe av det første man ser før man tar for seg teksten, og like under bildet av ham er en mørk boks hvor det står «Morten P.» med store bokstaver, og hele navnet hans pluss epostadressen under der igjen – i litt mindre skrift. I motsetning til kommentaren i 1998 tar profilbildet større plass enn navnet, selv om «Morten P.» nesten er like stort som halvparten av bildet. Sammen tar boksen med navn og bilde rundt halve første spalte på siden, og det er den klart største bylinen i hele avisen. «Morten P.» er ikke bare en forkortelse av navnet til skribenten – det er også navnet på spalten Pedersen publiserer

kommentarene sine under. Ser man bort fra stikktittelen og overskriften, er boksen med bylinebildet det første man ser av kommentaren, og man må «forbi» den for å komme til teksten. «Morten P.» er etter hvert en etablert spalte der de fleste faste lesere vet hva de kan forvente seg når de ser den vignetten – nemlig en kommentar. For de som ikke har lest Dagbladet så mye er det derfor egentlig lite som tilsier at det er en kommentar de er i ferd med å lese.

I motsetning til i 1998 har de i 2006 heller ingenting som viser at kommentaren står til et spesielt arrangement, slik som VM-vignetten og temaet de hadde åtte år tidligere. Det eneste som indikerer at det er fotball-VM saken handler om er en liten boks øverst på midten på hver side, der det står «FOTBALL-VM». Likevel er dette kanskje vanskelig å spotte, fordi det står såpass anonymt og er likt som på de andre sportssidene.

Den aktuelle knaggen man kan henge kommentaren på, etter Phil Andrews' kjennetegn, er som i den forrige kommentaren selvfølgelig mediehendelsen finalen i verdensmesterskapet, men også her er den så selvsagt at jeg vil finne en annen. Nesten like naturlig som finalen, er knaggen om Zidane-hendelsen. Man kommer ikke utenom den, og det er en naturlig hendelse for en kommentator å ta med både som argument til utfallet av kampen og som diskusjon i seg selv.

9.2.3. I hvilken grad er teksten en kommentar?

Utformingen og oppbyggingen av kommentaren til Pedersen er et stykke unna kommentaren til Monn Iversen i 1998. For de som har lest en del kommentarer skrevet av førstnevnte, ser man at han har et særegent språk med korte og «ulovlig» oppbygde setninger. Dette gjelder også for teksten fra 2006. For eksempel har han tre setninger som lyder «Og gråter. Eller ler. Jeg vet ikke.», og han starter flere setninger med «og», som i tillegg varer et helt avsnitt. Et annet kjennetegn ved «Morten P»-spaltene er at han bruker en del dramatik og store ord når han skriver, både i formen og i språket. Dette med korte setninger kan også sies å være en del av det. I og med at anledningen til (i hvert fall denne) kommentaren er VM-finalen i fotball, gjør det muligens ingenting at det er litt pompøst – tonen treffer anledningen.

Teksten starter med en skildring av hvordan stemningen var på fotballstadion der finalen kommentarer handler om utspant seg dagen før. «Nede på Olympiastadions gress sitter Italias Gianluigi Buffon på en klappstol med Alessandro del Piero på fanget», er første setning i

kommentaren. Fokuset blir imidlertid fort vridd fra seieren til Italia, til Zidane og nedskallingen. «Og bare for å gjøre det helt klart: Jeg er ikke den eneste journalisten i Berlin som akkurat nå er i et avspøringsmodus i forhold til VM-vinnerne 2006», skriver han. Videre stiller han spørsmål om hvordan nedskallingen kunne skje, og at det kun var en ting å gjøre – å utvise Zidane. Pedersen går deretter langt på vei i å si at det ikke var noen vei utenom italiensk seier etter hendelsen: «Frankrike kunne ikke vinne etter det som skjedde med Zidane», skriver han. Siden går han litt tilbake, han skriver om hvordan Italia kjempet for å stoppe Frankrike, og hvordan Frankrike kjempet seg til finalen – alt med utgangspunkt i Zidane. «Uten Zizou ville ikke Les Bleus vært i nærheten av Berlin i går kveld». Zizou er altså kallenavnet til Zidane, og Les Bleus er som tidligere forklart kallenavnet til Frankrike. Men så vrir Pedersen fokuset til Italia og deres seier, og skriver at det tross alt er de som har vært det beste laget. Han avslutter kommentaren med at Fabio Cannavaro, italieneren, for tiden er verdens beste fotballspiller, men avslutter med to punktumer – som om det er med en viss tankefullhet han skriver det.

I denne teksten pepres leserne med kommentatorens meninger, og nærmest hvert avsnitt er kommenterende. Dessuten er argumentasjonen god. For eksempel bruker Pedersen kampens mest dramatiske hendelse, nedskallingen fra Zidane, som forklaring for det meste – især hvordan og hvorfor kampen endte som den gjorde. Om det er fakta eller ikke kan egentlig ingen si, men han argumenterer troverdig. Noen vil kanskje si at kommentaren fra 1998 kommer i skyggen av denne fra 2006 når det gjelder argumentene i teksten, for i kommentaren fra 2006 skal man lete godt for å finne meninger og argumenter Pedersen ikke har dekning for å si. Men som jeg skrev i siste del av analysen av kommentaren fra 1998, er det flere ting man kan stusse på ved argumentasjonen til Monn-Iversen. Likevel er det et par ting man kan stille spørsmålsteget ved i kommentaren til Pedersen i 2006. Når han skriver «Azzurri har vært det beste og mest balanserte laget i dette mesterskapet. Vi kan diskutere mye annet, men ikke det – basta.», men likevel dveler gjennom hele kommentaren at kampen antakelig hadde endt annerledes om Zidane ikke måtte gå av banen, da motsier han seg selv. Det kan kanskje sies å være et grep som «gjør alle til lags», siden et av kjennetegnene på kommentarer er at leserne skal gjøre opp sin egen mening. Slike argumenter legger til rette for diskusjon blant leserne også, og kan speile det Phil Andrews skriver om at sportskommentarene skal fungere som en diskusjon på puben etter kamp.

Ved siden av alle meningene til forfatteren, leverer han også en rekke ganske sterke påstander. Som skrevet over er det gjerne vanskelig å finne noen fasitsvar eller fakta på det.

For eksempel skriver han «Frankrike kunne ikke vinne etter det som skjedde med Zidane», men de kunne selvfølgelig det. Det var fortsatt ti mann på banen og flere minutter igjen. Men han begrunner det godt med «det var verken humør eller ro igjen», noe som de fleste skjønner. En slik hendelse ryster både publikum og de som er på banen. Det samme ser man i avslutningen til denne kommentaren: Pedersen slår bastant fast at Fabio Cannavaro på Italia er verdens beste fotballspiller. Men om Zidane hadde vært på banen og Frankrike hadde vunnet, ville han nok skrevet det samme om ham.

En annen ting som skiller denne kommentaren fra Monn-Iversens i 1998 er at Pedersen skriver i «jeg»-perspektiv. Det setter et mye mer personlig preg på kommentaren enn når man bare skriver meninger uten å vise at det er en «jeg», en person, som står bak. Ikke bare er det uhørt i nøytrale artikler, men man kan se det ofte brukes i kommentarsjangeren – kanskje aller mest i de minst nøytrale sjangerne som anmeldelser og petiter, hvis man ser på inndelingen til Igland og Stølås.

Så til hvilken kategori denne kommentaren faller under, og hvilken grad det er en kommentar. Det er ganske tydelig helt fra starten av at det ikke er en *nøktern ytring*, da den både har personlig «jeg»-form og ikke baserer argumentasjonen på harde fakta. Så er spørsmålet om det er en *tydelig kommentar* eller *lekende mening*. Ut fra de gradene jeg har satt, vil jeg si denne kommentaren kan tilfalle begge kategoriene. Teksten starter med skildringer, og det er brukt utelukkende personlige meninger. Dermed kan man si kommentaren passer under *lekende mening*. Likevel leverer Pedersen en analyse av både hendelsen med Zidane og selve finalen, og han argumenterer på en slik måte at leserne kan bestemme selv hva de mener. Det er lettfattelig, men fortsatt saklig. Dermed passer den også godt til å være en *tydelig kommentar*. På bakgrunn av at Pedersen ser begge sider av saken, og bruker mye plass på både Frankrike som det tapende laget, hendelsen med Zidane, Italia som det vinnende laget og i tillegg får med noe om hvordan det kunne sett ut hvis ikke de tre hadde skjedd, vil jeg si den best passer til kategorien *tydelig kommentar*, men med elementer av *lekende mening*. Dermed er det ikke en perfekt kommentar, men den har heller ikke for lav grad av kommentarkjennetegn. Likevel er den både personlig og litt løssluppen.

9.3. Tekst 3: Finalekommentaren fra VM 2014

Som skrevet tidligere er 2014 sist gang det er holdt et verdensmesterskap i fotball i skrivende stund. Dette var det jubilerende 20. mesterskapet som er avholdt siden oppstarten. Finalen, som sto mellom Tyskland og Argentina, er omtalt som en av de beste finalene som er spilt noen gang. Alle refereringer gjort til kommentaren fra 2014 i de påfølgende avsnittene er hentet fra papiravisutgaven av Dagbladet fra 14. juli 2014 (se vedlegg 3).

9.3.1. Hvilken plass har kommentaren?

Forsiden dagen den siste kommentaren jeg skal ta for meg inneholder en rekke elementer, og er på et par måter annerledes enn de foregående forsidene. Mandag 14. juli 2014 var det hele fem saker som sto på forsidemenyen. Også

denne kan sies å være en veldig typisk Dagbladet-forside, men kanskje ett hakk lavere enn de to andre. Hovedsaken denne dagen er plassert midt på siden og handler om kronprinsparet som «sliter med å være folkelige», som når man blar opp og tar en titt baserer seg på en spørreundersøkelse Dagbladet selv har gjennomført. Under hovedsaken ligger to nyhetssaker. Den ene er merket «Dagbladet i Gaza», og refererer til en tre siders reportasje fra krigen i Gaza. Den andre handler om en økonomisjef som gjorde millionunderslag i store bedrifter på Hadeland. I loftet på forsiden står teksten «Appene som kan gi bedre helse», som



Faksimile av Dagbladet, 14. juli 2014

viser til en sak der Dagbladet har en stor gjennomgang av applikasjoner på telefonen som kan hjelpe leserne til å holde kontroll på helsen sin. Den siste saken har forsidetittelen «Helten Super-Mario», med resultatet fra VM-finalen under. Det er referanse til sportsseksjonen og saken om hvordan Tyskland var første europeiske nasjon til å bli verdensmestere i fotball på det amerikanske kontinentet – på grunn av «helten» Mario Götze. Rangert etter størrelsen på forsidesakene, ser rekkefølgen slik ut: Kronprinsparet som ikke er folkelige, sportssaken med

«helten» Mario, helseappene og delt plass mellom Gaza-krigen og millionunderslaget. Igjen ser vi forbrukerjournalistikk og bruk av kjendiser/personer for å selge sakene, men ikke i samme grad som de foregående, i tillegg til at de har tonet helt ned «tusentipset», faktisk faset det helt ut fra forsiden. Likevel er det større grad av nyheter, selv om det kan diskuteres hva slags type nyhet det er at kronprinsparet sliter med å være folkelig – det er gjerne en sak som tilhører Se og Hør, og igjen viser Dagbladets schizofreni.

Finalekommentaren i 2014 står på side 24 og 25, og er i likhet med de andre under sportsseksjonen. Det er totalt 48 sider i avisen denne dagen, hvor sportssidene utgjør ti av dem. I tillegg til inngangssiden, handler de fem første sidene om fotball-VM, mens de tre neste handler om annen sport, og den siste siden presenterer i likhet med de to foregående tekstene; børsen. De tre sidene som ikke handler om verdensmesterskapet, handler om norsk fotball – med kun to små notiser om golf og sykling i loftet på den første av de tre.

Sportssidene denne dagen ligger altså godt oppunder å være 100 prosent fotball.

Finalekommentaren går over to sider, og bruker samtlige spalter. De bruker altså to hele sider på kommentaren, uten verken sidespalte eller noe i loft. Dermed er 2014-kommentaren den av kommentarene som har fått størst plass av de jeg har tatt for meg. Kommentaren står under et kjempestort bilde som opptar rundt 70 prosent av siden. Dermed gjelder det samme for denne, som for finalekommentaren i 2006: Det er ikke sagt at det er noen lenger kommentar enn de to andre selv om den bruker større plass – heller tvert om. Kommentaren utgjør 20 prosent av sportssidene. Sammenlikner man det med nyhetskommentaren som står i samme avis, som kun går over én side, er ikke bare sportskommentaren dobbelt så stor spaltemessig, den tar også nesten fire ganger så stor plass som nyhetskommentaren tar, sett opp mot hvor mye nyhetsstoff det er.

9.3.2. Hvordan blir kommentaren presentert?

Tittelen på kommentaren er «Ingen fortjener å tape en slik finale». Dette er en veldig kommenterende tittel, som allerede her gir en personlig mening. Det kunne for eksempel aldri vært en tittel på en nyhetsartikkel, med mindre det hadde vært et sitat fra noen intervjuet i saken. Tittelen bygger veldig opp kampen som ble spilt kvelden før kommentaren sto på trykk, det refererer til at dette var en stor begivenhet av god kvalitet. I en finale er det alltid en taper, og det at ingen fortjente det stempelet sier en del om kampen. Det kan sies å være en stor interessevekker, der leseren kan lure på hvorfor et slikt utsagn blir sagt. Dette gjelder

både de som vet hva som har foregått og de som ikke har fått det med seg. Det at det er en såpass sterk mening kan også være en trigger hos de som så finalen, dersom de ikke er enige. Jeg vil tro for eksempel Tyskland-supportere vil mene det var fortjent seier til Tyskland og er svært uenig i tittelen, mens de som heier på Argentina naturligvis er skuffet og mener Argentina burde vunnet.

Det er ingen ingress til kommentaren, slik det heller ikke var i 2006. I stedet er det også en stikkittel her, som fungerer som ingress, og lyder: «Klam, svett og uten pust er finalekonklusjonen denne: Et vakkert VM kunne ikke bli avgjort på en vakrere måte». I likhet med tittelen er dette en kommenterende stikkittel, der han igjen kommer med en personlig mening. «Klam, svett og uten pust» viser til hvordan kommentatoren hadde det, et «jeg»-perspektiv. Det kan også tenkes at forfatteren gjennom den beskrivelsen forsøker å beskrive hvordan «alle» som så finalen hadde det da dommeren blåste av kampen. Det viser til at det var dramatisk og spennende. Dette kan få leserne til å ville lese hvorfor det var slik, spesielt hvis de ikke opplevde de samme følelsene. Den siste delen av stikkittelen, «Et vakkert VM kunne ikke bli avgjort på en vakrere måte», trekker linjer til hele mesterskapet, zoomer ut fra bare finalekampen, og setter perspektivet større enn bare den ene fotballkampen.

Bildet til kommentaren tar, som skrevet tidligere, veldig stor plass. Ved første blick kan det nesten se ut som det kun er en bildereportasje man er vitne til, fordi bildet er så dominerende. Det at det kun er ett bilde støtter oppom det inntrykket. Det er det imidlertid ikke, det er jo en kommentar. Bildet er et actionbilde fra finalekampen, og står som en motsetning til de bildene som er brukt til de to andre kommentarene. Her er det verken jubel eller fokus på det seirende laget – på en måte. Bildet viser øyeblikket der ballen til det enslige målet som ble scoret i finalekampen spretter over mållinjen. Det viser tre argentinske spillere, mens målscorer Mario Götze har en sentral plass i bildet med sin hvite drakt. Derfor kan man si at det er mer fokus på det avgjørende øyeblikket i kampen. Likevel kan man også si det er fokus på Argentina som tapte finalen, siden de har flest spillere i bildet. Det kan stå til tittelen, siden det der er fokus på at ingen av lagene fortjente å tape. Men så kan man også si at det er fokus på seieren til Tyskland, i og med at det er nettopp det øyeblikket som gjorde dem til mestere som er avbildet.

Jeg synes det er et veldig godt bilde, og at det passer fint til tittel og stikkittel. Som skrevet over står det godt til tittelen, siden det ikke er fokus på jubel og utelukkende det vinnende laget. Samtidig står det også godt til stikkittelen som handler om avslutningen på VM – noe

bildet i høyeste grad illustrerer. Man kan omtrent føle den spenningen som blir avløst og utløst i sekundene etter bildet er tatt, dermed er det mye nerve i bildet – for de som kjenner til det som har skjedd, i hvert fall. For de som ikke har fått med seg hva som utspilte seg kvelden før vil nok ikke bildet si noe annet enn en hvilken som helst fotballkamp. Dermed er det nok ingen interessevekker for de som ikke er spesielt interessert i å lese noe fra finalen, mens de som vet hva som utspilte seg nok vil få gåsehud av å se bildet. Sammen med tittelen vil jeg derfor si det er en god interessevekker og et godt agn for de som kan være interessert i å lese kommentaren.

I likhet med kommentaren fra 2006 er det Morten Pedersen som står bak teksten. Også i 2014 er fjeset hans noe av det første man ser når man skal begi seg ut på selve brødteksten til kommentaren. Det er brukt en hel spalte på bylinen hans til denne kommentaren. Først står teksten «MORTEN P» med store, blå bokstaver. Like under er et profilbilde av forfatteren, med en boks nederst hvor det står hele navnet hans og epostadressen – mye er altså ganske likt som i 2006. Dagbladet har derfor beholdt navnet på den faste spalten til Pedersen, «Morten P.», som faste lesere kjenner igjen fra en årrekke. Dermed vet også disse leserne hva som er på ferde når de ser den bylinen og vignetten: En kommentar. En ting de har lagt til på bylinen er en liten blå linje helt nederst under epostadressen der det står «FOTBALL-VM 2014». Her får leserne et signal på at det i hvert fall er noe VM-relatert stoff de skal til å lese. Fargene som blir brukt på teksten og på bakgrunnen til bylineboksen er de samme som blir brukt på vignetten ellers på sidene med VM-relatert stoff, noe jeg kommer tilbake til i neste avsnitt. Men heller ikke i 2014, som i verken 1998 og 2006, er det noen vignett eller markering for at det er en kommentar, annet enn at de som kjenner avisen og spalten til Pedersen vet at når det står «Morten P» er det hans meninger som følger. Dermed kan det være vanskeligere å finne kommentarene for lesere som ikke er vant til å lese Dagbladet.

I likhet med kommentaren fra 1998, er det nederst på begge kommentarsidene en liten, tynn stripe med en figur på høyre side av den siden til høyre. Innerst på hver side er en liten versjon av logoen til VM i Brasil, som også er en miniversjon av VM-trofeet. Ytterst på hver side er en kule med Brasils flagg i. Noe Dagbladet anno 2014 har, som ingen av de to andre årene har hatt, er at de også har en slik linje i loftet – på toppen av siden. Her står «FOTBALL-VM 2014» med store bokstaver, med den samme kulen med Brasils flagg i ytterst på hver side. Linjene og figurene fungerer som en vignett som skal fortelle at det på disse sidene er VM-stoff. Her som i '98 vil de som kjenner profilen til fotball-VM dette året fort se at dette er en kommentar som angår fotball-VM. Dermed er det flere elementer som

skal fungere som gjenkjennelse for de VM-interesserte, slik at de kan se at teksten handler om det de er interessert i å lese om uten å egentlig se på teksten. En annen ting som skiller 2014-vignetten fra de andre to årene er at samme vignett går igjen på samtlige sider som omhandler verdensmesterskapet – på nøyaktig samme sted og med nøyaktig samme design. Dermed blir det ikke bare en gjenkjennelse i vignetten, men man slipper også å «lete» etter den fordi den står tydelig markert på samme plass på hver side. Slik kan også de som ikke er interessert i VM i det hele tatt også bare bla rett forbi, siden det er så godt markert på hver side.

Nederst på den venstre siden, på VM-vignetlinjen, står det et sitat fra kommentaren i relativt stor, svart skrift. «2014 har vært Tysklands VM fra start til finalen», står det. Sitatet minner mye om kommentaren fra 1998, der forfatteren fastslo at vinnerne hadde liknet verdensmestere fra starten av. Siden det er et sitat fra teksten får man der en smakebit av hva som venter i kommentaren. Og siden det kan sies å kollidere litt med hva tittelen tilsier, kan det også være en fin interessevekker – enten man heier på Tyskland og vil få bekreftelse på at de var best, eller heier på Argentina eller andre lag og vil se hvilke argumenter som ligger til grunn for utsagnet.

VM-finalen er naturligvis også her den mest aktuelle knaggen for kommentaren, etter Phil Andrews' kjennetegn. En annen knagg man kan si kommentaren henger på er den slitne Messi, som Pedersen bruker mye plass på. I forkant av finalen ble det snakket mye om Argentinas store stjerne, Messi, som ikke var i toppform. Dermed er det både en naturlig knagg og veldig aktuell. Man kan også si en annen knagg han bruker er Mario Götze, som scoret finalens eneste mål, og dermed ble utkåret til helt og fjeset til Tysklands seier.

9.3.3. I hvilken grad er teksten en kommentar?

Kommentaren fra 2014 er på flere måter ganske lik kommentaren fra 2006, ikke bare fordi det er Pedersen som har skrevet den – selv om det selvfølgelig har mye å si at samme person har skrevet en tekst med samme språk og stil. Den er også ganske lik i oppbyggingen og fokuset: Teksten starter med et avsnitt om finalekampen, før den går over til litt bakgrunn og mer dybde bak kampen. Pedersen sørger også her for å se kampen i et større perspektiv enn kun finalen, på samme måte som han gjør i stikkittelen.

Kommentaren starter med «Det er spilt bedre fotballkamper», hvor han videre beskriver storheten til VM, målscoreren og kampen. Videre skriver han om den største profilen til

Argentina, motstanderlaget til verdensmesterne Tyskland. «Pappa-ryktene om Messis trøtte bein var en bekymring for alle argentinere og Argentina-fans verden rundt», skriver han, i et avsnitt der han også nevner to andre kamper fra tidligere i mesterskapet. Siden tar han perspektivet tilbake til det vinnende laget: «Derfor måtte det bli Tyskland. Det kunne ikke bli annet enn Tyskland». Så motsier han på en måte seg selv ved å basere det neste avsnittet på at «det kunne jo hholde med en sliten Messi firan kjempen Mascherano fordi selv en sliten Messi er bedre enn ingen Messi», før han avslutter med enda en begrunnelse for hvorfor det til slutt ble Tyskland som gikk av med mestertittelen.

Argumentasjonen Pedersen bruker i teksten er, i likhet med kommentaren fra 1998, noe tynn, og flere ting kan stilles spørsmåltegn ved. For eksempel skriver han at Tyskland har verdens beste keeper, og selv om det kan diskuteres, er det hans mening – og dermed greit nok. Men i samme avsnitt skriver han «Og det så du da Argentina fikk sine muligheter, det var som om Messis kamerater visste at det ikke var mulig» - men selvfølgelig er det mulig å angripe selv verdens beste keeper, og selv om Argentina tapte finalen er de fortsatt verdens nest beste lag. Verdens nest beste lag lar seg neppe stoppe av verdens beste keeper. Dessuten motsier forfatteren seg selv, for i en linje skriver han at det var umulig for Argentina å hamle opp med Tyskland, mens i en annen linje er det håp fordi de har Messi og «kjempen Mascherano». For det meste er det Pedersens egne meninger som blir brukt som argument gjennom hele teksten. Allerede i første avsnitt telles tre-fire, hvor utsagnet om at Mario Götze er Tysklands største spiller gjennom alle tider står som den sterkeste. Det at forfatteren gjentatte ganger skriver at det ikke kunne blitt andre enn Tyskland som gikk av med seieren, står også som litt tynt utsagn. Selv om han argumenterer for det, kan det diskuteres veldig når kampen endte 1-0 til Tyskland kun minutter unna straffespark. Ikke bare betyr det at det kun var ett mål som skilte de to lagene, det betyr også at han kanskje burde dvelt litt ved hvordan resultatet ville stått om det gikk til straffer. Likevel kan man si det gjengjeldes av tittelen, i og med at han skriver at ingen av lagene fortjente å tape en slik finale.

Kommentaren fra 2014 kan sies å være en kombinasjon av kommentaren fra 1998 og 2006. Dette er nok tilfeldig, men det er likevel en observasjon. For eksempel er ikke denne kommentaren skrevet i «jeg»-person, noe den heller ikke var i 1998 – men i 2006. Samtidig er oppbyggingen av 2014-teksten mye lik teksten fra 2006. Samtidig har både teksten fra 1998 og 2014 litt veike argumenter, men sterke meninger. I tillegg har begge tekstene fra 2000-tallet tydelige avslutninger og en konklusjon, noe teksten fra 1998 mangler. Dette er som tidligere beskrevet et av kjennetegnene for gode kommentarer som Phil Andrews har satt opp.

Konklusjonen i teksten fra 2014 er meget tydelig, og lyder «2014 har vært Tysklands VM fra start til finalen. De har scoret 18 mål. De er verdens beste fotballag». Man kan si den oppsummerer både hele kampen, men også hele mesterskapet – spesielt for Tyskland. Når det er sagt, er det også et likhetstegn i 2014- og 1998-tekstene: Begge spiller mye på at det vinnende laget har vært det beste fra start til slutt.

Som skrevet tidligere, kan kommentarsjangeren ofte være «enkelt» å løse for journalistene, spesielt om man er i tidsknipe. For sportsjournalister som har knapp deadline etter kampslutt er dette ofte en utvei når de ikke har tid til å vente på intervjuobjekter. Noen vil kanskje si at det skinner gjennom i denne kommentaren at det har vært dårlig tid til å produsere stoff etter kampen, da mye av teksten virker forberedt. Det kan man si for eksempel fordi en del av teksten handler om hva som har skjedd tidligere i mesterskapet og før finalekampen – spesielt dette med Messi. Bare noe av det handler om den faktiske finalen: Det innledende avsnittet og en liten del av avslutningen, samt et par setninger innimellom. Dette kan man også si om kommentaren fra 1998, mens kommentaren fra 2006 kan ha blitt skrevet etter hendelsen med Zidane.

Basert på denne gjennomgangen kan man si at teksten i hvert fall ikke er noen *nøktern ytring*, i og med at det menes mye og det ikke bare er én mening som dyrkes med flere argument – heller flere meninger med ett til to argument hver. Samtidig kan den heller ikke sies å være en *lekende mening*, til tross for at det er mange personlige meninger i teksten. Det er få skildringer i teksten, og språket er litt for formelt til å være lekent. Da står vi igjen med graden *tydelig kommentar*, som jeg mener teksten faller under. Dette er kanskje den klareste kommentaren av de tre tekstene. Forfatteren kommer som skrevet over med flere sider av saken, ved at han i den ene linjen mener Argentina hadde en sjanse, mens i den andre linjen mener han Tyskland har vært mestere fra starten av. Dette legger ballen litt hos leserne, slik at de kan gjøre opp sin mening om temaet. Samtidig er teksten skrevet på en lettfattelig måte, men det er fortsatt saklig. Selv om argumentene kan diskuteres hvorvidt de holder mål eller ikke, vil jeg si dette i høy grad er en kommentar.

9.4. (U)Likheter og utvikling

Som det har kommet fram etter hvert gjennom analysene, har de tre kommentarene både likheter og ulikheter. Samtidig har det også vært en utvikling fra kommentaren fra 1998 og til kommentaren fra 2014. I de neste avsnittene vil jeg ta en nærmere titt på et par av utviklingene som har vært i løpet av de 16 årene. Dessuten vil jeg oppsummere noen av likhetene (og ulikhetene) i tekstene og gå nærmere inn på dem. I gjennomgangen vil jeg, som også tidligere i analysen, trekke linjer til bakgrunnsteorien om populærjournalistikk, mediehendelser og kjennetegn på kommentarer.

9.4.1. Likhetene

Peter Dahlén skriver (2008: 388) at det å snakke om idrettsstjerner og -helter aldri hadde vært mulig om det ikke var for mediene, siden det er mediene som eksponerer idrettsutøverne og skaper en representasjon og et bilde av dem. Spesielt er dette synlig på TV og i populæraviser (Dahlén, 2008: 389). I samtlige av de tre kommentarene er det fokus på en eller et par utvalgte personer, som også blir utpekt som helter eller syndere, i god populærjournalistisk ånd. I 1998 er det spesielt Zidane og Ronaldo det rettes fokus mot, og Zidane er naturligvis snakkisen også i 2006 – sammen med Materazzi som han skallet ned. I 2014 er det spesielt Messi som står i fokus, men også målscoreren til Tyskland, Mario Götze, som sikret tysk seier. Disse kan sies å representere lagene sine, og står som lagenes ansikt – samtidig som sammenlikningen av dem i kommentarene kan sies å være et bilde på konkurransen mellom lagene. De blir også ansiktet på lagenes seier og tap – for eksempel tillegges Messi og Zidane «skylden» for at lagene deres tapte i henholdsvis 2014 og 2006, mens Zidane står som helten i 1998, på lik måte som Götze i 2014.

Profileringen av kjente fjes kan også sies å spille en rolle på motsatt side av kommentaren – med statusen til kommentatoren selv. Ved ingen av kommentarene står det at stoffet på siden faktisk er en kommentar, det er ikke markert at dette er meningsstoff og ikke en vanlig sportsartikkel. Dette er kanskje fordi Dagbladet tar det for gitt at leserne vet at det er en kommentar som kommer når de bruker litt større plass på kommentatorenes byline enn ved en vanlig sportsartikkel. Større bylines er, som tidligere skrevet, noe som har kommet og vokst med populærjournalistikken. Gjennom bruk av bilder av journalistene kan folk kjenne igjen også de som står bak tekstene, og når det er en fast kommentator er det derfor lett å kjenne

igjen kommentarstoffet gjennom fjeset til skribenten. Det er ganske sikkert dette Dagbladet satser på når de ikke markerer meningsstoffet. En ting som kan sies å markere at det er meningsstoff er bruken av vignetten «Morten P» på kommentarene fra 2006 og 2014, for som skrevet i analysene over vil de fleste faste lesere kjenne igjen denne vignetten og vite at det kommer en kommentar fra Morten Pedersen når denne vignetten står på siden. For nye lesere er det imidlertid ikke så lett å finne fram til kommentarstoffet noen av årene.

Noe som er gjennomgående de tre årene er at det generelt er mye fotball på sportssidene. Dette gjelder både med VM-stoffet og uten. Sportssidene utgjør 13 sider i 1998, hvor hele ni av disse handler om fotball. Hvis man teller med forsiden til sportsseksjonen teller fotballstoffet ti av 13 sider. I 2006 var det totalt 12 sportssider, hvor syv av dem handler om fotball. Teller man også med forsiden her, teller det åtte sider. I 2014 var det ti sider sportsstoff totalt, og åtte av dem handlet om fotball. Med forsiden teller fotballsidene ni. Med tanke på at børssiden inngår i tellingen av sportssider, der det ikke er noe produsert stoff av journalister, kan man trekke fra disse på antall sider som ikke omhandler fotball. Det betyr at mengden fotballstoff på sportssidene utgjør mellom 70 og 90 prosent (henholdsvis 83 prosent i 1998, 73 prosent i 2006 og 89 prosent i 2014). Det at fotball tar såpass mye plass på sportssidene henger i tråd med det Lars H. Kvam sa tidligere i oppgaven om at fotball er en av to idretter de dekker mest. Spesielt siden VM-finalen spilles på sommeren, og den andre idretten de dekker er langrenn, er det da forståelig hvorfor fotballen får så stor plass. En annen faktor er at fotball-VM og spesielt finalen er en mediehendelse. Dermed er det bare naturlig at det vies såpass mye plass til den i mediene. Det er ikke sikkert fotballstoffet hadde utgjort like høy prosent av sportsstoffet en vanlig sommerdag der det ikke var verdensmesterskap, og langt ifra like mye om vinteren når det ikke spilles norsk fotball.

9.4.2. Ulikhetene og utviklingen

En av de tydeligste utviklingene man kan se gjennom de utvalgte kommentarene er at kommentarstoffet får større og større plass blant sportsstoffet. Antall sportssider har holdt seg noen lunde jevnt, med henholdsvis 13 sider i 1998, 12 sider i 2006 og ti sider i 2014. Akkurat disse utvalgte avisdagene har antall sportssider sunket. Likevel har plassen som er brukt på kommentarstoff steget – fra én side i 1998, til ni av ti spalter på dobbeltside i 2006, og til slutt to hele sider i 2014. Ser man på prosenten kommentarene utgjør av sportsstoffet, var

kommentaren i 1998 under en tidel av det totale sportsstoffet (8,3 prosent), mens den i 2014 nesten utgjorde en fjerdedel (22,2 prosent). I 2006 utgjorde kommentaren 16,4 prosent av det totale sportsstoffet. Her kan det selvfølgelig diskuteres om det har noen sammenheng med deadline etter kampene eller prioriteringene som er gjort akkurat disse dagene, men man kan si at dette bekrefter det jeg tidligere har skrevet om at kommentarene generelt får større og større plass i avisene, og at den dermed har fått større og større betydning – i hvert fall for papiravisene.

Den andre veldig tydelige utviklingen man ser i de tre kommentarene er at ikke bare får kommentaren større boltreplass på sportssidene, men også bildet som blir brukt til kommentaren får større og større plass. I 1998 er bildet kvadratisk og opptar noe mindre enn halve siden – og dermed også noe mindre enn halvparten av den totale plassen kommentaren har. I 2006 er det ett stort bilde og ett litt mindre, som til sammen utgjør litt mer enn halvparten av den første siden kommentaren står på, mens de utgjør noe under halvparten av den andre siden kommentaren står på. Med tanke på at det er en spalte som ikke tilhører kommentaren på dobbeltsiden den står på, vil jeg si bildet opptar rundt halvparten og litt til av plassen kommentaren har. I 2014 kan det, som jeg skrev i analysen av den, se ut som om det nesten er en dobbeltside med bildereportasje – siden bildet tar så stor plass. Jeg vil anslå at bildet bruker rundt tre fjerdedeler av plassen kommentaren har blitt tildelt. Som skrevet tidligere er det ikke dermed sagt at kommentaren er noe lenger selv om de har fått større plass hver gang, heller det motsatte siden bildene også tar større og større plass.

Den tredje tydelige utviklingen man ser ved de utvalgte tekstene er at bylinen til forfatterne av kommentarene blir større og større og tydeligere og tydeligere etter hvert som årene går. I 1998 var det et lite bilde av forfatteren sammen med etternavnet i noe større tekst, plassert midt i kommentaren. I 2006 er det en boks med stort bilde av forfatteren samt noe stor tekst på vignetten «Morten P», navnet på spalten til forfatteren. Der er den plassert før brødteksten begynner, så det er umulig å begynne på teksten uten å se bylinen. I 2014 er det samme størrelse på boksen med bilde og teksten «Morten P» som i 2006, men det er brukt en hel spalte på bylinen.

Spesielt de to siste utviklingene, det at både bilde og byline har fått større plass, er et veldig typisk populærjournalistisk trekk. Jeg har tidligere skrevet at store bilder, kjente fjes og store titler er svært typiske kjennetegn på populærjournalistikk (Ottosen, Røssland og Østbye, 2012: 169). Samtlige av kommentarene har både store bilder, bruk av kjente fjes både i

teksten og ved profilering av kommentatoren, i tillegg til store titler – og alle tingene blir større for hver tekst. Dessuten er populærjournalistikken preget av sensasjoner og ting man ikke skulle tro kunne skje – noe også samtlige kommentarer i høy grad dyrker. Fra sensasjonen om at Frankrike angivelig brøt en tradisjon i 1998, til den såkalte mest dramatiske finalen i historien i 2014. Dermed kan man si at man tydelig kan se at populærjournalistikken blir mer og mer fremtredende for hver av kommentarene.

10. Avslutning

Gjennom hovedanalysen i denne oppgaven har vi sett at Dagbladets sportsredaksjon de siste årene har brukt større og større plass på kommentarstoff. Ikke nødvendigvis mer tekst og mer stoff, men først og fremst i bruk av plass. Hovedsakelig skyldes plassbruken større bilder, bylines og andre ting rundt teksten, i tråd med populærjournalistiske kjennetegn. Det har gått fra at kommentaren gikk over en enkeltside i 1998, til to fulle sider i 2014. Men sportskommentarene går ikke bare over flere sider og spalter, det tar også opp større del av det totale sportsstoffet i avisen. Ut fra det kan man derfor si at plassen sportskommentarene i Dagbladet er stor. Like stor vil jeg si betydningen er, noe som også bekreftes av de jeg har intervjuet i Dagbladet.

Dette er en trend som stemmer overens med teorien om at kommentarer betyr mer og mer for papiravisene, og kommentarjournalistikken sin status som «papiravisredderen».

Kommentarene har fått sin store og betydningsfulle plass i papiravisene på grunn av eksklusiviteten de tilfører, men det kan også sies å være på grunn av økonomien til avisene. Det blir nevnt sportsredaksjonens egne medlemmer, Lars H. Kvam og Esten O. Sæther, at prioriteringen de gjør av stoff de fokuserer på i høy grad har blitt påvirket av trangere tider i avisenes økonomi. Her står kommentarjournalistikken i en særegen rolle, ved at man trenger få ressurser (les: kun én skribent og sjelden reisevirksomhet) for å utforme en tekst. Likevel kan det være tidkrevende å skrive kommentarer for faktaene og bakgrunnskunnskapene må være på plass for å kunne skrive en slik tekst. Spesielt gjelder dette i sportsjournalistikken, for som Sæther sier er det mange som kan og mener mye om sporten det som skrives om, ettersom sport er populært «hos alle».

En annen ting som har kommet fram om kommentarers plass og betydning i oppgaven, ikke bare i Dagbladet, men også i aviser generelt, er at kommentarer virker å være noe papiravisen holder fast ved og svarer med når de møter nye konkurrenter på mediemarkedet. I hvert fall to ganger (ved inntoget av radioen og internett) har avisene svart med mer kommentarstoff når de har måttet ta et steg opp for å konkurrere mot nyere medier. Kanskje gjør de det ikke bare for å fornye seg selv, men mest for å bevare eksisterende lesere, og et håp om å hanke inn nye.

Oppgaven bidrar med en analyse av og teori til et felt som tidligere ikke er så utforsket. Samtidig er denne oppgaven kun en dråpe i det store havet av muligheter. Derfor er det mye

som kan være rot til videre forskning. For eksempel vil det være interessant å se hvor mye av det jeg har funnet ut som kun gjelder Dagbladet. En tilsvarende analyse kan gjøres av VG eller andre aviser, for å se om det er noen forskjeller. Det kan også for eksempel gjøres en kvantitativ analyse av plassbruken på kommentarer over flere år, og med en sammenlikning av Dagbladet og VG. Et annet eksempel kan være å sammenlikne de to avisene på plassen de bruker på kommentarer under samme arrangement eller om samme sak. En annen idé kan være å samle inn kommentarer som er publisert både på papir og nett i samme avis, og se hvordan samme kommentar blir vinklet i de forskjellige mediene. Ofte har avisene en annen tittel på forsiden av nettavisen, typisk en «klikktittel». Dessuten er fotball og fotball-VM kun én av flere idretter som dekkes av avisene, så en annen idé kan være å fokusere på andre idretter – eller eventuelt sammenlikne plassen som brukes på kommentarer mellom idrettene. Et typisk eksempel her er å sammenlikne plassen fotballen får sammenliknet med langrenn.

Uansett er min mening etter dette at meningene har en meningsfull plass i journalistikken!

Litteraturliste

- Andrews, P. (2014) *Sports Journalism – A Practical Introduction*, London: SAGE.
- Bakke, A. (1977) *Analytisk journalistikk*, Oslo: Institutt for journalistikk.
- Braseth, S. og Pettersen, J. (2017) *Vil du se hvordan Dagbladet så ut dagen du ble født? Nå har du sjansen* [Internett], Oslo: dagbladet.no 30.01.2017,
Tilgjengelig fra: <http://www.dagbladet.no/kultur/vil-du-se-hvordan-dagbladet-sa-ut-dagen-du-ble-fodtnbspna-har-du-sjansen/66907658> [Lastet 02.05.2017]
- Couldry, N., Hepp, A. og Krotz, F. (2010) *Media Events in a Global Age*, London: Routledge.
- Dagbladet (2015) *Dagbladets husregler* [Internett], Oslo: dagbladet.no 22.01.2015,
Tilgjengelig fra:
http://www.dagbladet.no/2015/01/22/nyheter/husregler/ver_arsom_plakaten/37312616/ [lastet 21.05.2017].
- Dagbladet (u.å.) *Sterke meninger* [Internett], Oslo: dagbladet.no,
Tilgjengelig fra: <http://www.dagbladet.no/uteliv/sterkemeninger/> [lastet 10.03.2017]
- Dahlén, P. (2008) *Sport och medier – En Introduktion*, Kristiansand: IJ-forlaget.
- Dayan, D. (2010) *Beyond Media Events: Disenchantment, Derailment, Disruption*, i:
Couldry, N., Hepp, A. og Krotz, F. (red) *Media Events in a Global Age*, London: Routledge, kapittel 2.
- Dayan, D. og Katz, E. (1992) *Media Events – The Live Broadcasting of History*, Cambridge, Massachusetts & London: Harvard University Press.
- Dumitriu, D.-L. (2016) *Sport Omnibus Events as Media Shows*, i: Fox, A. og Mitu, B. (red) *Global Perspectives on Media Events in Contemporary Society*, Hershey: IGI Global.
- Eide, M. (2011) *hva er JOURNALISTIKK*, Oslo: Universitetsforlaget.
- Eide, M. (2014) *Tvetydighetens triumf - Populærjournalistikk på norsk. En gjensitt.*,

- Norsk medietidsskrift [Internett], 2014(04), s.295-307.
- Tilgjengelig fra: [https://www.idunn.no/nmt/2014/04/tvetydighetens triumf -
_populaerjournalistikk_paa_norsk_en_g](https://www.idunn.no/nmt/2014/04/tvetydighetens triumf_-_populaerjournalistikk_paa_norsk_en_g) [lastet 05.10.2016].
- Enli, G., Moe, H., Sundet, V. S. og Syvertsen, T. (2010) *TV – en innføring*, Oslo:
Universitetsforlaget
- FIFA (2017a) *FIFA World Cup™ All Time Statistics*, [Internett] FIFA.com,
Tilgjengelig fra: [http://www.fifa.com/fifa-tournaments/statistics-and-
records/worldcup/](http://www.fifa.com/fifa-tournaments/statistics-and-records/worldcup/) [lastet 30.04.2017].
- FIFA (2017b) *Norway – Association Information*, [Internett] FIFA.com,
Tilgjengelig fra: <http://www.fifa.com/associations/association=NOR/about.html> [lastet
30.04.2017].
- Giæver, J. (2016) *Ti år etter hendelsen innrømmer endelig Materazzi hva han sa til Zidane*
[Internett], Bergen: tv2.no 08.07.2016,
Tilgjengelig fra: <http://www.tv2.no/a/8440504/> [lastet 08.05.2017].
- Goksøyr, M. (2014) *hva er FOTBALL*, Oslo: Universitetsforlaget.
- Gylseth, C.H. (2011) *Storoksen – Arve Solstad og Dagbladet*, Oslo: Aschehoug.
- Hagen, A. (2017) *John Arne Markussen forklarer hvorfor Dagbladet vinner Skup-prisen år
etter år* [Internett], Hell: journalisten.no 06.02.2017,
Tilgjengelig fra: [http://journalisten.no/2017/02/derfor-vinner-dagbladet-skup-prisen-
ar-etter-ar](http://journalisten.no/2017/02/derfor-vinner-dagbladet-skup-prisen-ar-etter-ar) [lastet 21.05.2017].
- Helland, K. (2003) *Sport, medier og journalistikk: Med fotballandslaget til EM*, Bergen:
Fagbokforlaget.
- Iglund, A.K. og Stølås, A. (2008) *Kommentaren*, Kristiansand: IJ-forlaget.
- Kjus, Y. (2008) *Event Media: Television Production Crossing Media Boundaries*,

doktoravhandling, [Internett] Universitetet i Oslo,

Tilgjengelig fra: https://www.academia.edu/9596915/Event_Media_Television_Production_Crossing_Media_Boundaries [lastet 03.05.2017]

Mathisen, B.R. og Morlandstø, L. (2016) *Kommentaren – en sjanger i endring*, Oslo: Cappelen Damm.

Mediebedriftenes Landsforening (2017) *83 prosent leser daglig norsk innhold - økning i digital abonnement* [Internett], mediebedriftene.no 07.03.2017,

Tilgjengelig fra: <http://mediebedriftene.no/Tall--Fakta1/Opplagstall/mediehus-2016/> [lastet 08.03.2017].

Medienorge (2017) *Lesing av papiravis en gjennomsnittsdag* [Internett], medienorge.uib.no,

Tilgjengelig fra: <http://medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/185> [lastet 08.05.2017].

Murray, W.J. (1994) *Football: A History of the World Game*, Aldershot: Scolar Press.

NRK (2010) *50 på topp i norsk TV-historie* [Internett], nrk.no 20.08.2010,

Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/norge/50-pa-topp-i-norsk-tv-historie-1.5808512> [lastet 26.05.2017].

Nyheim, A. og Opsahl, P. (2006) *Zidane ble syndebukk i avskjedskampen* [Internett], Oslo: vg.no 10.07.2006,

Tilgjengelig fra: <http://www.vg.no/sport/fotball/fotball-vm-2006/zidane-ble-syndebukk-i-avskjedskampen/a/122498/> [lastet 08.05.2017].

Ottosen, R., Røssland, L.A. og Østbye, H. (2012) *Norsk pressehistorie*, Oslo: Det Norske Samlaget.

Pettersen, Ø.B. (2016) *Dagbladet, i: Store norske leksikon* [Internett], Oslo: snl.no 20.06.2016,

Tilgjengelig fra: <https://snl.no/Dagbladet> [lastet 14.05.2017].

Roksvold, T. (1993) *Sport i avis – 7 analyser av norsk sportsjournalistikk*, Fredrikstad: Institutt for journalistikk

Språkrådet (2017) *En saga blott*, [Internett] sprakradet.no,

Tilgjengelig fra: <http://www.sprakradet.no/svardatabase/sporsmal-og-svar/en-saga-blott/> [lastet 12.05.2017].

Artikler brukt i analysen

Monn-Iversen, Ø.A. (1998) *Mestere fra første spark*, Dagbladet, 13. juli 1998, s. 29.

Pedersen, M. (2006) *En saga blått*, Dagbladet, 10. juli 2006, s. 26-27.

Pedersen, M. (2014) *Ingen fortjener å tape en slik finale*, Dagbladet, 14. juli 2014, s. 24-25.

Personlig kommunikasjon

Personlig intervju:

Esten O. Sæther: 01. oktober 2016

Lars H. Kvam: 29. september 2016

Personlig epost:

Esten O. Sæther: 21. februar 2017

Morten Pedersen: 3. mars 2017

Mestere fra første spark



Dagbladet fra 9. juli

Frankrike liknet en vinner fra første spark i VM. Slike førsteinntrykk overlever tradisjonelt aldri en måned med tøffe VM-kamper. Men Frankrike har gitt begrepet turneringslag en ny dimensjon: Tidligere handlet det om å starte litt vakle, og avslutte sterkt. Heretter handler det om å starte sterkt og avslutte sterkt.

Frankrikes solide innledning på VM kunne tolkes på to måter:

■ Den opplagte og litt historieløse.

Laget er i bra slag fra første spark – og ingen ting er naturligvis bedre enn det.

■ Eller den mer pessimistiske – basert på tidligere VM-sluttspill:

Laget har altfor god glid ut fra start til å komme gjennom alle de tøffe kampene fram til en eventuell finale.

Men Frankrike sto fram som mestere fra første spark til siste nikk.

Forbløffende

Vi fastslo det etter semifinalen: Zidane eller Ronaldo kom til å avgjøre finalen. Fordi en av dem er verdens beste fotballspiller. Ronaldo lå halvkort foran ved avspark klokka ni i går kveld. Zidane lå to mål og de lekreste dribleserier foran halvannen time senere.

Det var bare naturlig at Zinedine Zidane skulle ende opp som VM-kongen med to hodestøt. Ingen har slitt mer enn Zidane med å beherske de nye VM-hallene. Han har skutt over og utenfor med de mest utilsiktede skruer. I finalen brukte han hodet til å score med, og beina til å utøve forbløffende balakunst.

Sølvfottøyet

VM-finalen demonstrerte også det Dagbladet har antydnet siden Brasil så vidt slo ut Danmark i kvartfinalen: Brasil fortjente ikke en VM-finale denne gangen.

■ Fordi de har vært altfor avhengig av Ronaldo. Frankrike har framstått som et langt mer komplett mannskap – selv med sissler som knapt har nådd Ronaldo til sølvfottøyet.

■ Eller kanskje nettopp derfor: Selv uten en dyktig avslutter vant Frankrike VM-gull. Det forteller mye om kvaliteter ut over de Brasil var i stand til å framvise.

Landslagssjef Aimé Jacquet



VANT FORTJENT: Selv uten en dyktig avslutter vant Frankrike VM-gull. Det forteller mye om kvaliteter ut over de Brasil var i stand til å framvise. Foto: ARNT E. FOLVIK

er også en helt. Kanskje den største. Han har skapt et vinnerlag av en gjeng individualister med et lynne som ikke er skapt for tid- og kraftkrevende turneringer som dette. Her er de fire viktigste årsakene til at Frankrike vant VM – og det er veldig enkelt å forstå hvor mye av æren Jacquet skal ha:

PSYKOLOGI

■ Jacquet har hele tida hatt en ambisjon om å tilføre landslaget en mental dimensjon. Franske fotballspillere har alltid vært litt vinglete i humøret og ustabile i prestasjonene. Glimtvist praktfalle, men sjelden stabile over tid. VM varte i en måned, og inkluderte sju tette kamper og et vanvitlig forventningspress på hjemmebane. Bevis godt nok for psykologen Jacquets arbeid.

ORGANISERING

■ De største romantikerne har beskyldt Jacquet for å være for defensiv. Fotballeksperter



BEVIND A
**monn-
iversen**
omi@dagbladet.no



«Landslags-
sjef Aimé
Jacquet er
også en
helt. Kan-
skje den
største.»

dårligere enn Blanc i finalen.

TAKTIKK

■ Finalen ble spillemesig ganske svak – stort sett som alltid. Men i den grad det er mulig å sette pris på eminente taktiske disposisjoner og enkeltspillers oppofrende jobb for fellesskapet, så hadde finalen nok av godbit.

en samhandling som garantert skaper forventninger hos Chelsea-fansen foran sesongstarten.

■ På Brasils venstreflanke ble Carlos skjermet av Carembeu og Thuram. På motsatt flanke gjorde Petit og Lizarazu det samme med Cafu. Og dermed fikk heller ikke Rivaldo noen løpende spillpunkter å sikte etter.

INDIVIDUALISME

■ Naturligvis først og fremst representert ved Zinedine Zidane. En kunstner med ballen. Men det generelt høye ferdighetsnivået hos Frankrike har vært vel så imponerende. Samtlige spillere – med unntak av diverse spissalternativer – har fart og tekniske kvaliteter til både å løse og skape situasjoner. Og enda viktigere: De viser en disiplin i valgene som skåner laget for de billige og nødvendige balltapene – og i verste fall bakingsmålene.

Brasil har først og fremst vært Ronaldo i dette VM. Deretter sidebackene Cafu og Carlos, og i solide glimt midtbanespilleren Rivaldo. I går ble samtlige skjermet eller kjempet ut av finalen – og Brasil ble redusert til en flau gjeng med arbeidsmaur.

Desailly og Leboeuf nøytraliserte Ronaldo og Bebeto med

flest vet at det er umulig å komme til en VM-finale uten en solid defensiv basis. Brasil har stort sett bare hatt et defensivt fundament – pluss Ronaldo. Frankrike har hatt tryggheten rundt et gjennomarbeidet spillsystem – og to av VMs beste defensive spillere i midtstopperne Desailly og Blanc. Og erstatter Leboeuf var ikke noe

Da 11 minutter gjensto av en av fotballhistoriens vakreste karrierer mistet hovedpersonen selv, Zinedine

En saga blått



BLÅTT TIL LYST: Italienerne løper rundt i et sammensurium av bevegelser og følelser etter at finaleseieren er et faktum. De skandalebelastede gutta gjro alle forhåndstips til skamme



Morten P.
Morten Pedersen
mpe@dagbladet.no

BERLIN (Dagbladet): Nede på Olympiastadions gress sitter Italias Gianluigi Buffon på en klappstol med Alessandro del Piero på fanget. Og gråter. Eller ler. Jeg vet ikke. Det eneste som er helt sikkert er at de akkurat har slått Frankrike 5-3 på straffer og blitt verdensmestere i fotball for fjerde gang.

Men det er ikke hos de nybakte verdensmestrene interessen min ligger akkurat nå – jeg klarer ikke helt å bry meg. Fordi Zinedine Zidane så totalt har klart å rive kvelden i filler.

OG BARE FOR Å gjøre det helt klart: jeg er ikke den eneste journalisten i Berlin som akkurat nå er i et avsporsingsmodus i forhold til VM-vinnerne 2006. Jeg er ikke den eneste som lurer på hva som gikk av en av tidens beste fotballspillere da skumringstimen hans fort kunne blitt forgylt med enda en VM-tittel.

Men faktum er at Zinedine Zidane mistet det helt og fullt, og plutselig bare stanget Italias Marco Materazzi i brystet med galskapskraft fire minutter inn i andre ekst-

saomgang.

En klarere søknad til rødt kort er det jo ikke mulig å levere.

Og det fra en av fotballens desidert største gentlemen – en fotballerlighetens budbringer som hadde startet kvelden med å kjæle Frankrike til 1-0 fra straffemerket.

Hvordan kunne du, Zizou? Hva var det som fikk alt sammen til å rase så brått og totalt?

MELDINGENE TIL MATERAZZI vil mange si. Kanskje med rette. Noe ble i hvert fall sagt da Zinedine Zidane passerte den italienske midtstopperen på vei hjem etter avsluttet angrep. Men uansett hvor mye edder og galle det eventuelt var i den italiensken som passerte Materazzis lepper – det finnes ingen unnskyldning for Zinedine Zida-

nes meningsløse adferd.

Det måtte bare bli morna.

Og etter det opphørte Frankrike å eksistere som lag.

Straffesparkkonkurransen var derfor en akademisk øvelse for konsentrerte og vinnervillige italiener. Aldri har en fransk miss ligget mer i dagen. Og hadde det ikke blitt David Trezeguet som manglet noen centimeter av tverrliggerens godvilje på å score fra merket, så ville det bli en annen. For Frankrike kunne ikke vinne etter det som skjedde med Zidane – det var verken humor eller ro igjen.

De var, som kapteinen, døde og begravet.

FRA START AV handlet det meste av Italias stopp-Frankrike-aksjon om å få has på mannen som til slutt

fikk has på seg selv. Det vil si at Italia skulle ha forsvare over ham hele tiden – låse ham inne, gjerne i kjelleren – og sørge for at noklene aldri ble funnet. For i Marcello Lippis kloke fotballhjerne har Zinedine Zidane gjennom sin blotte tilstedeværelse og væremåte vært selve energikilden i Frankrikes snuoperasjon i denne VM-turneringen.

Uten Zizou ville ikke Les Bleus vært i nærheten av Berlin i går kveld.

Måten Italia hadde tatt seg av Tyskland på i semifinalen tydet på at de ville klare jobben denne gangen også. De har nemlig ikke bare viljen og Lippis taktiske klokkskap – de har spillerne også. Andrea Pirlo for eksempel – en spiller som aldri lar seg stresses – en spiller som stort

ne Zidane, hodet. Da var det plutselig ikke så interessant hvem som vant.



SKUFFET: Raymond Domenech

- Zidane angrer

- Zidane angrer, sier Frankrikes landslagsjef Domenech.

Tekst: **Sigve Kvamme**
skv@dagbladet.no

Med all respekt for italienerne: Hva Marco Materazzi sa som fikk Zinedine Zidane til å miste hodet, var det alle lurte på etter at VM-finalen søndag kveld.

Til og med landslagsjef Raymond Domenech:

- Jeg vet ikke hva Materazzi sa til Zidane. Alt jeg vet er at «man of the match» ikke er Pirlo, det er Materazzi. Han scoret utlikningsmålet og fikk Zidane utvist. Jeg har ikke sett reprisene, men hvis han gjør det med vilje er det ikke noe å si på utvisningen, sier Domenech.

Lei seg

Til opplysning, Domenech: Det var med vilje.

- Det er en skam. Det er trist. Han (Materazzi) overspilte, sier Domenech.

- Men det er beklagelig. Vi beklager det, og han (Zidane) angret. Både norske og engelske fotballeksperter var rystet over Zidanes skammelige sorti.

Erik Mykland var bare fryktelig lei seg i TV 2s studio.

- Jeg klarer ikke la være å være sinna. Han var den spilleren i verden jeg ikke ville skulle få rødt kort. Jeg har knapt sett ham bedre enn i kveld - jeg brenner inni meg, sier Myggen. Samtidig avviser han at Zidane er noen gentleman på banen.

Mangel på respekt

- Jeg har sett ham slå etter spillere i Spania... jeg tror dette handler om historie og oppvekst, sier han.

Myggen hadde samtidig ikke mye pent å si om Marco Materazzi.

- Materazzi slenger ukvemsord. Total mangel på respekt, sier han.

I BBCs studio var ikke ekspertene mindre opprørte.

- Hver gang man ser det i reprise, ser det verre ut. Han har sviktet seg selv enormt, sier Alan Hansen.

Alan Shearer oppsummerte slik: - Vi hyllet ham for og underveis i kampen, men det er skallingen som vil bli snakket om i mange år. Det er hjertesjokkende for ham. Et øyeblikk av total galskap, sier Shearer.



og endte opp med pokalen. Foto: AP/Scanpix



HISTORIE: Zidane fikk den tristest tenkelige avskjeden. Foto: Scanpix

sett har gått gjennom VM-turneringa med skulderne langt nede i shorts.

De var ikke spesielt mye høyere i går heller.

PIRLON ER EN MYE yngre playmaker enn Zidane. Han er ikke, og kan aldri bli det heller, en ny Zizou. Men 27 år gammel har han likevel kvaliteter selv Zidane ville misunt ham om han ikke hadde pakket det inn for godt i går kveld.

Spillere som hele tiden ser ut til å ha full kontroll på hvordan, hvor og når de skal løpe seg selv eller andre i posisjon, hører hjemme i den første sorteringen.

Alle som har sett Italias framgang, voksende ro og samhold i dette mesterskapet, og er villige til å arkivere den stygge USA-mat-

chen som et uhell på veien, har ingen problemer med å innrømme at Azzurri har vært det beste og mest balanserte laget i dette mesterskapet. Vi kan diskutere mye annet, men ikke det - basta. Og ikke bare best i den taktiske betydningen av

ordet, men Italia har også vært det mest effektive laget.

Og totalt sett det vakreste.

DERFOR ER DET IKKE vanskelig å like bildene av Fabio Cannavaro med VM-trofeet. Alt i alt er det

kanskje det beste uttrykket på alt som har skjedd den siste måneden i Tyskland. For fotballens ultimate pris kan ikke høre hjemme i bedre hender enn Cannavaros.

For tiden verdens beste fotball-spiller..

ITALIA-FRANKRIKE 1-1(1-1), 5-3 e. straffekonk.

Stadion:Olympiastadion, Berlin **Tilskuere:** 66 021. **Mål:** 0-1 Zidane (straffe 7), 1-1 Materazzi (19). **Gult kort:** Zambrotta, Italia, Sagnol, Diarra, Malouda, Frankrike. **Rødt kort:** Zidane, Frankrike.

KAMPEN

Spjokkåpning med Frankrikes tidlige straffespark og Zidanes vanvittige chip til 1-0. Resten av første omgang handlet om godt italiensk overtak og forfjent utlikning. Men Frankrike hadde mer, kom tilbake etter pause og overtok matchen. Samtidig skaffet de seg sjansene. Zidane hadde den største i første ekstraomgang. Etter det mistet han al-

ØYEBLIKKET

Det vanvittige øyeblikket - det totalt uforklarlige. Da Zinedine Zidane ikke kan ta det mer og stanger Italias Marco Materazzi med stor kraft og overlegg i brystet. Noe ble sagt, vi så det på TV, men ingen ting kan forsvare den franske kapteinens handling. En verre sorti er det umulig å få.

STJERNA

Zidane, selvfølgelig, inntil han mistet alt. Straffen han scoret på var en juvel. Buffon var alt i alt Italias beste. Men også Cannavaro var i normalt godt gjenge, sammen med Materazzi. Bak i Frankrike var Thuram og Galas solide, mens Henry spilte seg godt inn i matchen etter pause.

Vurdert av Morten Pedersen

Italia (4-4-2):	Frankrike (4-5-1):
Gianluigi Buffon.....8	Fabien Barthez.....6
Gianluca Zambrotta.....6	Willy Sagnol.....6
Fabio Cannavaro.....7	Lilian Thuram.....7
Marco Materazzi.....7	William Gallas.....7
Fabio Grosso.....6	Eric Abidal.....6
Mauro Camoranesi.....5	Frank Ribery.....5
(A. Del Piero i 34 m.)	(D. Trezeguet i 20 m.)
Gennaro Gattuso.....6	Patrick Vieira.....6
Andrea Pirlo.....7	(Alou Diarra i 63 m....4)
Simone Perrotta.....5	Claude Makélélé.....6
(D. De Rossi i 59 m.)	Zinedine Zidane.....7
Francesco Totti.....5	Florent Malouda.....7
(V. Iaquinta i 59 m.)	Thierry Henry.....7
Luca Toni.....6	(Sylvain Wiltord i 13 m.)

FOTBALL-VM 2014

FIFA WORLD CUP
Brasil

Klam, svett og uten pust er finalekonklusjonen denne: Et v



Ingen fortjener å t

MORTEN P



Morten Pedersen
mp@dagbladet.no
FOTBALL-VM 2014

Det er spilt bedre fotballkamper. Men ingen av større betydning, med et sånt tempo, en sånn intens vilje, et sånt mot og til slutt med en avslutning maken til den Mario Götze evnet å hente fram. Med den scoringen er 22 år unge Götze allerede der oppe med Tysklands største gjennom alle tider. For en VM-tittel er ikke bare stor, den er helt enorm.

Og det var Mario Götze som vant den for Tyskland etter en av de beste og mest dramatiske finalene noen gang.

PAPPA-RYKTENE OM Messis trette bein var en bekymring for alle argentinere og Argentina-fans verden rundt. Bildene fra de siste dagens treninger, der han har vært den eneste som ikke beveget seg, viste jo total stillstand. FIFAs statistikker, de som dokumenterer løpslengde og løpskraft, underbygger påstanden om at gamle Messi ikke bare var på banen for å ta finalepresset av sønnen, men at verdens beste fotball-spiller faktisk var sliten, nesten utslitt. Men alle regnestykker for en finale har sine potensielt avgjørende faktorer på begge sider

av likhetstegnet, og på plussida for Argentina fant du Javier Mascherano.

Kjempen fra semifinalen. Hvis voldsomme form, vilje og energi i Nederland-kampen var det alle snakket som.

IMOT STO «DIE MANNSCHAFT», laget over alle lag i dette mesterskapet. Uten mangler, uten svakheter og med en keeper som gir Tyskland 2014 en dimensjon ingen andre lag er i nærheten av. Manuel Neuer er jo ikke bare litt god. Han er verdens beste

2014 har vært Tysklands VM fra start til finalen.

FIFA WORLD CUP
Brasil

FIFA WORLD CUP Brasil **FOTBALL-VM 2014**

rakkert VM kunne ikke bli avgjort på en vakrere måte.



tape en slik finale

keeper både med armer og bein. Og det så du da Argentina fikk sine muligheter, det var som om Messis kamerater visste at det ikke var mulig.

Derfor måtte det bli Tyskland. Det kunne ikke bli annet enn Tyskland.

Skulle Tyskland tape dette så måtte de gå på en Brasil. Minst.

SKJØNT, DET KUNNE JO holde med en sliten Messi foran kjempen Mascherano fordi selv en sliten Messi er bedre enn ingen Messi. Og alle vet hva Messi er i stand til.

Selv en sliten Messi kan jo trylle fram magiske øyeblikk som ingen andre. Scoringen han bygde opp med lek i kvartfinalen er et av mange bevis på det. Og han fikk sine muligheter denne siste kvelden på Maracanã også, de gangene han klarte å rive seg løs og skape panikk i det tyske forsvaret. Hver gang det skjedde så du respekten i det tyske laget. Minst like stor som den Argentina hadde for Manuel Neuer. Men Messi er ikke Tyskland, han er ikke et lag av uanede krefter og ferdigheter.

Ja, han har hjelp, og defensivt var Argen-

tina tilnærmet briljant.

MEN EN MANN kan ikke ha et helt tysk lags slagstyrke.

Og derfor ble det Tyskland. De hadde de ekstra kvalitetene, de hadde enda en gang en avgjørende innbytter. Og ingen kan si noe på det.

2014 har vært Tysklands VM fra start til finalen.

De har scoret 18 mål.

De er verdens beste fotballag

TYSKERNES STORE HELT:

Her styrer innbytter Mario Götze inn VM-finalens eneste mål, mens Argentina-keeper Sergio Romero og lagkompisene Martin Demichelis (tv.) og Ezequiel Garay bare kan se på.

Foto: Reuters / Ricardo Moraes / NTB Scanpix

