

*Verdiendring og stedstilhørighet.
En studie av lokal forankring i FK Mandalskameratene.*



*Mastergradsoppgave i samfunnsgeografi av
Camilla Gaarn Røed*



*Institutt for Geografi
Universitetet i Bergen*

Høsten 2005

Forord

Endelig!!

For å sitere idrettspråket: Dette har kostet blod, svette og tårer.

Men det har samtidig vært en lærerik prosess å se noen små usle tanker bli til en ferdig masteroppgave.

I denne anledning er det mange som fortjener en takk:

For det første vil jeg takke FK Mandalskameratene for at jeg fikk lov til å være på feltarbeid å studere klubben. Jeg takker for all gjestfrihet og for all hjelp. Jeg håper å se dere i 1.divisjon igjen snart.

En stor takk går og til veileder Arnt Fløysand for meget god og konstruktiv veiledning. Og for å ha tro på denne oppgaven, når jeg ikke alltid hadde det selv.

En takk går og til biveileder Stig Erik Jakobsen for meget god og konstruktiv veiledning. Og for at jeg fikk være en del av prosjektet: *Ressurser, ledelse og regional forankring. Økte pengestrømmer og endret organisering av norske toppfotballklubber*. Prosjektet utføres av Samfunns -og næringslivsforskning (SNF)/ Norges Handelshøyskole (NHH) i samarbeid med Møreforskning/ Høgskolen i Molde, og finansieres av Norsk forskningsråd.

En meget stor takk går og til alle mine medstudenter på Institutt for Geografi for all hjelp og støtte jeg har fått. Det setter jeg utrolig stor pris på.

Til slutt går den største takken til Beate Mæsel og Gro Koppen. Hadde det ikke vært for dere så hadde jeg ikke stått her med en ferdig oppgave i dag. Jeg er dypt takknemlig.

Bergen

25.11.05

FORORD	III
FIGUROVERSIKT	VI
1 INNLEDNING.....	1
1.1 TEMA	1
1.2 MÅLSETTING	1
1.3 PERSONLIG MOTIVASJON	2
1.4 OPPBYGGING AV OPPGAVEN.....	3
2 TEORETISK RAMMEVERK FOR PROBLEMSTILLINGER.....	7
2.1 INNLEDNING	7
2.2 STRUKTURERINGSTEORI.....	7
2.3 TEORI OM SOSIALE FELT	10
2.4 VERDIER.....	13
2.4.1 <i>Idretten og frivillige organisasjoner</i>	14
2.4.2 <i>Fotballen som produkt eller identitet</i>	16
2.5 STED OG IDENTITET	18
2.6 OPPSUMMERING	21
3 METODEKAPITTEL	23
3.1 INNLEDNING.....	23
3.2 KVALITATIVT ORIENTERT FORSKNINGSMETODE.....	23
3.3 CASESTUDIET SOM EN DEL AV DEN KVALITATIVE METODEN.	24
3.3.1 <i>Hva er case og hvordan velger man case?</i>	24
3.3.2 <i>Bruk av case og generalisering</i>	26
3.3.3 <i>Hvordan bruke casestudiet i analysen av fotball og lokal forankring</i>	28
3.4 PRAKTISK GJENNOMFØRING AV EGET CASE	28
3.4.1 <i>Deltakende observasjon</i>	28
3.4.2 <i>Intervjuer</i>	29
3.4.3 <i>Valg av nøkkelinformanter og informanter</i>	30
3.4.4 <i>Forskerrolle i felt</i>	31
3.4.5 <i>Å tolke hendelser</i>	31
3.4.6 <i>Datas reliabilitet og validitet</i>	31
3.5 OPPSUMMERING	32
4 INTRODUKSJON AV FELTOMRÅDE	35
4.1 INNLEDNING	35
4.2 MANDAL FØR OG NÅ.....	35
4.2.1 <i>Befolkningsutvikling</i>	36
4.2.2 <i>Næringsutvikling og sysselsetting</i>	36
<i>Figur 4.1.: Kart over Mandal sentrum</i>	37
<i>Figur 4.2.: Kart over Vest- Agder fylke</i>	37
4.3 FK MANDALSKAMERATENE.....	38
4.3.1 <i>Historie om FK Mandalskameratene</i>	38
<i>Figur 4.3.: Organisasjonskart over FK Mandalskameratene</i>	42
4.4 INTERN ORGANISERING	43
4.4.1 <i>Oversikt over de forskjellige avdelinger i klubben</i>	43
4.5 OPPSUMMERING	45
5 ANALYSE AV RELASJONER OG PRAKSIS I SOSIALE FELT.....	47
5.1 INNLEDNING	47
5.2 ENDRINGER I MKS RELASJONER MED AKTØRER OG GRUPPERINGER DE SISTE TI ÅR	47
5.3 MKS SOSIALE FELT	52
5.3.1 <i>Fotballfeltet</i>	52

5.3.2 Lokalsamfunnsfeltet	55
5.3.3 Sponsorfelt	57
5.4 PRAKSIS OG DOMINANS I DE SOSIALE FELTENE	60
5.4.1 Hendelser og prosesser i sponsorfeltet versus fotballfeltet	60
5.4.2 Lokalsamfunnsfelt versus fotballfelt og sponsorfelt	61
5.4.3 Utvikling eller utvidelse fremfor endring?	62
5.5 OPPSUMMERING	62
6 ANALYSE AV VERDIER OG VERDIENDRINGSPROSESSER I MK OG DE SOSIALE FELTENE 65	
6.1 INNLEDNING	65
6.2 MKs VERDIER	65
6.3 VERDIFORMIDLING I MK	65
6.3.1 Å tilby fotball til alle	65
6.3.2 Strukturendring	67
6.3.3 Den hybride organisasjonsform	71
6.3.4 Balansegang mellom nye og gamle verdier	74
6.4 VERDIFORMIDLING I DE SOSIALE FELTENE	75
6.4.1 Fotballfeltet	75
6.4.2 Lokalsamfunnsfeltet	76
6.4.3 Sponsorfelt	77
6.5 OPPSUMMERING	78
7 ANALYSE AV FORHOLDET MELLOM KLUBB OG STED OG MANDALITTERS	
STEDSIDENTITET	79
7.1 INNLEDNING	79
7.2 MARKEDSFØRING OG ENGASJEMENT PÅ GRUNNLAG AV SPORTSLIG SUKSESS	79
7.2.1 Markedsføring	79
7.2.2 Engasjement	81
7.3 MKs VERDIFORMIDLING I LOKALSAMFUNNET	83
7.4 MANDALITTERS STEDSIDENTITET GJENNOM KLUBBENS PRAKSIS I SOSIALE FELT	86
7.4.1 Fotballfelt	86
7.4.2 Lokalsamfunnsfelt	87
7.4.3 Sponsorfelt	88
7.4 OPPSUMMERING	88
8 OPPSUMMERING OG KONKLUSJON	91
9 REFERANSELISTE	97
APPENDIX 1: INTERVJUGUIDE	102
APPENDIX 2: INFORMANTLISTE	104

Figuroversikt

FIGUR 4.1.: KART OVER MANDAL SENTRUM	37
FIGUR 4.2.: KART OVER VEST- AGDER FYLKE	37
FIGUR 4.3.: ORGANISASJONSKART OVER FK MANDALSKAMERATENE.....	42

1 Innledning

1.1 Tema

Temaet for denne oppgaven er fotball og lokal forankring. I forbindelse med økt globalisering er dagens samfunn utsatt for stadig endring. Folk samhandler på tvers av geografiske grenser og ny handling og mening blir skapt, og oppfattelsen av stedstilhørighet blir endret. Derfor ønsker jeg å bruke en norsk fotballklubb, FK Mandalskameratene, som et eksempel på slike endringer. Dette er mye på grunn av at idrettsbevegelsen, da spesielt fotballen, har vært utsatt for endringsprosesser de siste år. Disse endringene er, særlig i Norge, basert på overgangen fra frivillighet til et økende behov for profesjonell styring.

Når det gjelder tidligere forskning på temaet så har Norges Forskningsråds områdestyre Medisin og Helse i 1997 avsluttet et tiårig forskningsprogram om idrett (Idrett, samfunn og frivillig organisering). Innen dette forskningsprogrammet blir temaer som idrettens samfunnsmessige betydning og utviklingen i frivillig organisering. Sistnevnte tema omhandler forskning om frivillige organisasjoner i vestlige land som har vært utsatt for store endringer. Disse endringene dreier seg om profesjonalisering og sentralisering, en svekking av organisasjonenes rolle som sosialiseringfaktor og en endring i deres demokratiske rolle. Flere av disse temaene, da spesielt profesjonalisering og frafall som sosialiseringfaktor, er viktige faktorer i min oppgave for å belyse hvordan lokal forankring blir styrket eller svekket ved blant annet verdiendringer innen idretten.

1.2 Målsetting

Målsettingen for denne masteroppgaven er å avdekke hva som kjennetegner MKs lokale forankring og om denne har blitt styrket eller svekket de siste ti år.

For å kunne realisere denne målsetningen ønsker jeg å avdekke hvor stor grad av samhandling MK har med andre aktører. En slik samhandling finner sted på ulike geografiske nivåer og danner utgangspunktet for en empirisk kartlegging av sosiale felt. I kartleggingen er det også viktig å kunne se hvordan praksisen i det enkelte felt fungerer og også hvordan denne praksisen kan føre til dominans i andre felt. Fokus på en slik samhandling er viktig fordi en fotballklubb er en organisasjon som i meget stor grad blir påvirket av sine omgivelser i kontakt med mange aktører.

En sentral faktor for å kunne diskutere hvordan MKs lokale forankring blir styrket eller svekket, er å fokusere på verdier og verdiendring. En slik diskusjon baserer seg på hvordan MKs verdier har blitt utfordret og endret på grunn av en overgang fra frivillighet til en økende grad av profesjonalisering, og hvordan dette kan bidra til en endring av allerede etablerte tankesystemer. Sentralt i en slik diskusjon er hvordan MK formidler disse verdiene innad i egen klubb og gjennom relasjonell samhandling i de sosiale feltene.

Klubbens verdiformidling vil også ha innvirkning på klubbens betydning for stedet, og klubbens rolle som produsent av stedsidentitet. Dette bidrar til en kobling mellom klubben og stedet den er forankret på. Dette er på grunn av at mange fotballklubber har stor betydning for de steder de er forankret på ved å fungere som samlende faktorer på tvers av grenser.

1.3 Personlig motivasjon

Min motivasjon for å skrive om temaet fotball og lokal forankring er først og fremst basert på min store fotballinteresse. Fotball har vært en lidenskap for meg i omtrent 15 år. I tillegg er jeg tilknyttet prosjektet: *Ressurser, ledelse og regional forankring. Økte pengestrømmer og endret organisering av norske toppfotballklubber*. Prosjektet utføres av Samfunns- og næringslivsforskning (SNF)/ Norges Handelshøyskole (NHH) i samarbeid med Møreforskning/Høgskolen i Molde, og finansieres av Norsk Forskningsråd. Dette prosjektet omhandler de endringer som skjer i dagens fotball på det organisasjonelle plan, og som også vil være sentralt for mitt tema. Jeg er interessert i endringsprosesser i fotballen, da spesielt på den immaterielle siden ved at det sosiale og det kulturelle grunnlag har blitt utfordret av nye verdier i samfunnet og i idretten.

Dessuten er jeg også interessert i hvordan fotballen har en evne til å markedsføre steder og også ha en samlende funksjon. Mange stedsnavn har blitt satt på kartet gjennom klubbens prestasjoner i norsk fotball. Dette er i forbindelse med at idrettsbevegelsen har et stort lokalt nedslagsfelt. Det er vel kanskje derfor at idretten, og da spesielt fotballen har fått en så stor plass i den norske folkesjelen. Det finnes fotballag rundt i vårt langstrakte land som spiller fotball på steder, hvor man av naturens årsaker aldri skulle tro at dette var mulig. Og for ikke å glemme alle de opplevelsene fotballen skaper. Den kan skape både glede og sinne, begeistring og frustrasjon. Slike følelser bidrar til at fotballen har en samlende karakter på tvers av sosiale grenser og kulturer. Det å være sammen i fellesskapet og heie frem sitt lag, kan ha stor betydning for mange. Slike følelser og opplevelser bidrar til at folk blir forankret i

ofte felles kontekster, både sosiale og geografiske, og at fotballen dermed har en samlende funksjon.

1.4 Oppbygging av oppgaven

For å belyse temaet om fotball og lokal forankring fokuserer jeg på følgende hovedproblemstilling:

Hva kjennetegner den lokale forankringen til MK, og hvordan har denne endret seg de siste ti år?

Denne vil bli diskutert ved hjelp av følgende underproblemstillinger:

Underproblemstilling 1: Hvilke aktører er tilknyttet MK, og hvilke sosiale felt inngår klubben i? Har dette endret seg de siste ti år?

Underproblemstilling 2: Hvordan har MKs verdier endret seg de siste ti årene?

Underproblemstilling 3: Hva betyr klubben for stedet og mandalitters stedsidentitet?

I kapittel 2 ønsker jeg presentere et teoretisk rammeverk for å kunne analysere relasjonelle og verdimeslige endringers påvirkning på stedsidentitet. På grunnlag av dette ser jeg det som mest formålstjenlig å bruke Giddens struktureringsteori som en generell teoretisk ramme for å kunne analysere hvilke endringer som har skjedd i MK på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess. Disse strukturendringene vil også få konsekvenser for mandalitters stedsidentitet. Dette ønsker jeg å gjøre på grunn av at aktører tenker og handler ulikt og at dette påvirker de gjeldende strukturer.

For å belyse underproblemstilling 1 har jeg valgt å bruke teori om sosiale felt. Denne teorien tilsier at aktører inngår i kontekstuelle samspill på ulike geografiske nivåer. For å kunne avgrense denne relasjonelle samhandlingen er det nødvendig å kartlegge aktørers samhandling i sosiale felt. I min sammenheng blir det viktig å se hvilke sosiale felt som MK er en del av.

For å kunne analysere underproblemstilling 2 om verdier og verdiendring, vil jeg teoretisk definere begrepet verdier. Denne definisjonen vil dermed være utgangspunkt for den teoretiske fremstillingen av idretten som frivillig organisasjon og dens endring i verdigrunnlag.

I forhold til underproblemstilling 3 vil jeg benytte teori om stedsidentitet og fotballen som opplevelse eller identitet for å kunne analysere hvordan klubben utfører rollen som produsent av stedsidentitet.

For å best mulig kunne belyse tema og problemstillinger har jeg i kapittel 3 valgt å anvende casestudie som analytisk metode. Dette er for å kunne oppnå kunnskap og innsikt om det aktuelle tema. Dette gir meg også mulighet til å generalisere innen en kontekst.

For å kunne anvende case i analysen har jeg valgt å bruke kvalitativ metode. Derfor følger det i metodekapittelets andre del en presentasjon av mitt eget feltarbeid, mine feltarbeidsmetoder og mine metoder for produksjon av data. Metodekapittelet avsluttes med en diskusjon av de innsamlede dataenes reliabilitet og validitet.

Jeg har foretatt et feltarbeid i Mandal og av FK Mandalskameratene. Siden jeg selv er fra Sørlandet ønsket jeg å studere en klubb fra landsdelen. Og siden jeg i samråd med det prosjektet jeg er tilknyttet hadde begrenset utvalget av klubber til å dreie seg om Norsk Toppfotball, det vil si klubber i 1.divisjon og Eliteserien for herrer, valgte jeg MK. Valget ble også påvirket av at klubben viste stor interesse for temaet mitt. I dette kapittelet vil det bli gitt en introduksjon av Mandal og MK. Denne introduksjonen innebærer en historisk fremstilling og en oversikt over nåtidens situasjon i både by og klubb. I introduksjonen av MK vil det i særlig grad bli lagt vekt på organisering og sportslig endring de siste ti år.

I kapittel 5 vil jeg diskutere underproblemstilling 1 som omhandler relasjoner og sosiale felt. For å kunne analysere endringene i klubbens relasjonelle samhandling med andre aktører, vil det bli foretatt en diskusjon av hvilke aktører som er tilknyttet MK. Denne diskusjonen fører til en kartlegging av de tre viktigste sosiale feltene som klubben inngår i: fotballfeltet, sponsorfeltet og lokalsamfunnsfeltet. Deretter vil jeg diskutere hvordan praksisen i disse feltene fungerer og om noen felt eventuelt dominerer praksisen i andre felt, og klubbens evne til utvikling. Ut fra denne diskusjonen vil det også bli naturlig å se hvilke endringer som har skjedd de siste ti årene.

I kapittel 6 vil jeg diskutere hvordan MKs verdier har endret seg. Sentralt i dette kapitlet er det også å diskutere hvordan klubben formidler sine verdier gjennom praksis i egen organisasjon og i de sosiale feltene, og hvordan dette kan skape ny handling og mening og påvirke klubbens strukturer.

I kapittel 7 vil jeg analysere underproblemstilling 3. Først vil jeg diskutere hvilken betydning klubbens sportslige suksess har for stedet og hvordan engasjementet er. Deretter vil jeg diskutere hvordan en verdiendring i klubben bidrar til endring i stedsproduksjon og også hvordan aktørene i de sosiale feltene identifiserer seg med MKs verdier.

I kapittel 8 vil jeg oppsummere oppgaven og ut fra dette diskutere de tre underproblemstillingene opp mot hovedproblemstillingen. Ut i fra denne diskusjonen vil jeg konkludere om MKs lokale forankring har blitt styrket eller svekket over tid.

2 Teoretisk rammeverk for problemstillinger

2.1 Innledning

Fotballen gjennomgår store endringer og har blitt en verdensomspennende idrett. I Norge har et kjennetegn på slike endringer vært overgangen fra frivillighet til mer profesjonell styring i klubber. En slik overgang innbefatter at nye aktører med ulike verdier handler ut fra ulike kontekster, og bidrar til å opprettholde og endre klubbens praksis. Ulike kontekstuelle verdier kan bidra til endring i klubbens posisjoner i lokalsamfunnet.

Jeg vil i dette kapitlet diskutere hvordan jeg ved hjelp av et teoretisk rammeverk kan analysere mine problemstillinger. Dette vil jeg gjøre ved å bruke struktureringsteori som en generell teoretisk ramme for underproblemstillingene.

I forbindelse med underproblemstilling 1 vil jeg fokusere på hvordan klubbens struktur og praksis blir utfordret og endret på bakgrunn av den sportslige suksessen som klubben har oppnådd. Slike endringer kan best diskuteres ved å bruke teori om sosiale felt. Dette er for å vise at aktører samhandler med hverandre ikke bare innenfor lokalsamfunnet, men innen ulike kontekster og på ulike geografiske nivåer. Denne teorien bidrar og til belyse hvilket eller hvilke felt som dominerer MKs praksis.

På konkret nivå innebærer dette en teoretisk diskusjon om verdiendring og hvordan jeg mener begrepet verdier egner seg best til å analysere problemstillingen. I den teoretiske diskusjonen om verdiendring ønsker jeg å presentere idretten som frivillig organisasjon

Underproblemstilling 3 fokuserer på klubbens betydning for stedet og rollen som produsent av stedsidentitet. I dette ligger det å diskutere hvordan klubbens verdier, praksis og strukturendringer på bakgrunn av den sportslige suksessen påvirker mandalitters stedsidentitet. Derfor ønsker jeg å anvende teori om fotballen som produkt eller identitet og teori om stedsidentitet.

2.2 Struktureringsteori

Giddens ønsket å forene vitenskapelige teorier med hovedvekt på *enten* struktur *eller* agens, til en teori. Dette ønsket dannet utgangspunkt for struktureringsteorien, hvor Giddens legger vekt på at strukturer skapes gjennom menneskelig handling, og at strukturene igjen er med på

å forme samhandlingen. Strukturene fungerer således ikke determinerende, men influerer menneskelig handling. Derfor er de ikke observerbare på konkret nivå, men fungerer som en del av menneskers tolkning og interaksjon (Dale, 1993). I denne forbindelse kan man observere at fotballklubben MK blir til gjennom menneskelig handling. Den er ikke et organisatorisk "tomt skall" med skrevne regler for handling som bare eksisterer. Klubben og dens strukturer blir skapt gjennom den relasjonelle samhandlingen mellom aktører i klubben og i de sosiale feltene, og at de gjennom denne handlingen utarbeider regler og normer som legger føringer for praksis.

Giddens definerer strukturer som regler og ressurser for handling. Regler er i denne sammenheng både gjeldende for hvordan mening konstitueres og skal tolkes, og også regler for sosial adferd. I følge Giddens er det også to typer ressurser, *allokative* og *autoritative*. Allokative ressurser er basert på kontroll over materielle forhold, som for eksempel økonomi. Autoritative ressurser dreier seg om kontroll over mennesker, som da kan være politikk. (Dale, 1993). Et av Giddens aller viktigste poeng i struktureringsteorien er oppfattelsen av strukturs dualitet (Dale, 1993 og Martinussen, 2001). Med dette menes at strukturer påvirker handling og at handling påvirker strukturer. I dette ligger det at strukturer på den ene siden setter grenser for aktørers handlingsvalg, mens de på den annen side er et produkt av aktørers handlinger. I forhold til egne problemstillinger spinner dette tilbake til at aktørene i klubben skaper regler og ressurser som legger føringer for handling, men disse reglene og ressursene er også et produkt av denne handlingen.

Giddens vektlegger at mennesker er kyndige og kompetente aktører som handler på grunnlag av innsikt og kunnskap (Dale, 1993). I forhold til mine problemstillinger vises dette i at de forskjellige aktører i klubben har innsikt og kunnskap som legger grunnlag for deres handlinger i ulike situasjoner.

Fokuset for mine problemstillinger vil da være at aktører i klubben samhandler med hverandre og andre relasjonelle aktører og bidrar gjennom slik handling til å forme klubbens strukturer. Reglene i strukturerne baserer seg på hvordan aktører i klubben tenker, tolker og handler ulikt i overgangen fra frivillighet til profesjonalisering og hvordan dette igjen kan påvirke en eventuell verdiendring i klubben. I ressursbegrepet ligger det at de forskjellige aktører har ulik tilgang på kontroll over mennesker og økonomi. Å ha kontroll over mennesker, som også betegnes som politikk, kan basere seg på at klubbens praksis kan fungere som klubbens

politikk. Ressurser defineres av Hansen og Selstad (1999) som ulike kilder til makt. Å ha kontroll over økonomi kan dermed tolkes som at ulike aktører i klubben har ulike posisjoner gjennom handling og dermed har ulike muligheter til å tilegne seg makt. Dette kan påvirke klubbens praksis og strukturer.

Den handling som individer foretar er alltid basert på det Giddens definerer som kontekstualitet (Dale, 1993). Med dette mener han at tid og rom er viktige elementer ved forståelse av handlende individer. Kontekstualiteten er ikke en fast ramme, men noe som reproduseres gjennom sosial handling. Dette velger jeg å tolke som at mennesker alltid handler, og dermed også skaper konteksten, ut fra de ulike sammenhenger og situasjoner de befinner seg i. Dette mener jeg gjør seg gjeldende i aktørers ulike statuser og roller tillagt statusene.

En kritikk som har blitt fremsatt mot struktureringsteorien er at den i liten grad er overførbar til empirien. Hatch (1997) fastslår også ut fra et organisasjonsteoretisk standpunkt at det er blitt gjort lite empiriske studier innenfor organisasjon og struktureringsteori (Hatch, 1997). Ut i fra en slik kritikk vil jeg prøve å benytte den delen av struktureringsteorien som egner seg best på mine problemstillinger, nemlig teoriens utvidede strukturbegrep. Dette strukturbegrepet egner seg best på mine to første underproblemstillinger fordi de baserer seg på hvordan mennesker gjennom sin handling og mening bidrar til å forme og endre klubbens strukturer. I denne forbindelse mener jeg at selv om Giddens har et geografisk tilsnitt i struktureringsteorien, gjennom begrepet *locale*, vil dette ikke være forenlig med min siste underproblemstilling. Giddens definerer begrepet *locale* som bruken av rom som ramme for handling (Giddens, 1984:118 i Berg et al., 2004). Locales gir en innramming for sosial interaksjon. Steder som *locale* har også et intersubjektivt perspektiv. Folk som bor på et sted har noenlunde samme oppfattelse av stedet. Folk har samme handlingsrammer og får dermed en kollektiv stedstilknytning (Berg et al., 2004). Den kollektive stedstilknytningen ønsker jeg å diskutere gjennom anvendelsen av humanistisk geografi som fokuserer på folks opplevelse av sted. I underproblemstillingen fokuseres det på hvordan befolkningen i Mandal opplever og identifiserer seg med stedet ut fra klubbens praksis og prestasjoner. Med dette mener jeg at fokuset ikke dreier seg om lokalbefolkningens hverdagslige handlinger, men heller den opplevelsen de har av stedet som bidrar til at de skaper ulike stedsidentiteter.

2.3 Teori om sosiale felt

For å kunne se hvordan klubbens strukturer kan bli endret i samhandling med andre aktører vil jeg i forbindelse med underproblemstilling 1 presentere teori om sosiale felt. Gjennom en slik teoretisk presentasjon vil det muliggjøre for meg i analysen å diskutere om det har skjedd en økning og endring i forhold til antall relasjoner. Det vil også bli mulig å vurdere om det har forekommet endringer i de sosiale felt som klubben inngår i.

Harvey presenterer en distinksjon av globalisering, såkalt tid - rom kompresjon (Fløysand 2004 og Fløysand, 1999). Gjennom den økende globaliseringen blir verden stadig mer knyttet sammen. Kommunikasjon og utveksling av kunnskap skjer i raskt tempo og fører til at fysiske grenser blir utvisket og avstand ikke lenger er noen hindring. Dermed kan det føre til en økt likhet mellom steder fordi denne kommunikasjonsstrømmen fører folk tettere sammen. En slik likhet kan igjen føre til en frikobling fra geografisk og kulturell forankring. Steder blir gjennom tid – rom kompresjonen mer og mer homogene (Fløysand, 2004 og Fløysand 1999). Men en slik kommunikasjonsstrøm og avstandskrymping kan også føre til at steder bevarer sin særegenhet eller ulikhet fra andre steder. Dette fører til forankring, noe som igjen medfører heterogenisering. Derfor må globaliseringsprosessen betraktes som et "tveegget" sverd (Fløysand, 2004 og Fløysand, 1999). Dette skaper mer oppmerksomhet på kontekstuelle samspill på ulike geografiske nivå. I forhold til min underproblemstilling vil det dreie seg om hvilke aktører MK samhandler med og på hvilke geografiske nivå, fra lokalt til internasjonalt, som de befinner seg på. MK handler i relasjoner med andre aktører. Men handling må i denne sammenheng forstås som samhandling. Dette er på grunn av at det er en relasjon mellom to eller flere aktører (Aase, 1997).

Som fotballklubb er MK avhengig av å ha relasjoner og samarbeid med lokale og eksterne aktører og disse samarbeidene kan være komplekse relasjoner som kan være vanskelig for utenforstående å få innsikt i, eller klare og åpenbare relasjoner. For å kunne avdekke og kartlegge slike sosiale relasjoner vil det være av stor nytte å foreta en inndeling i sosiale felt. Fløysand argumenterer for en fornying av tidsgeografi ved introduksjon av analytiske prinsipper som er basert på et konsept om relasjonelle rom som integrerer institusjonelle forhold, altså menneskelig konstruerte regler og normer. Dermed lanserer han begrepet relasjonelle tidrom, som tilsvarer Grønhaugs definisjon av sosiale felt som:

”Et empirisk avgrenset system av sosiale relasjoner mellom personer som løser bestemte oppgaver, og har en egendynamikk som produserer, vedlikeholder og/eller endrer deler ved den sosiale person og samfunnssystemet som helhet” (Fløysand, 1996: 86)

MK handler i sosiale felt. Men relasjonene har endret seg de siste ti år, og det vil være viktig å fange opp de hendelser og prosesser på ulike nivåer som har bidratt til denne endringen. Den hendelsen som har bidratt mest til endring er klubbens opprykk til 1.divisjon. Dette førte til at klubben måtte tenke nytt og endre deler av sin praksis. I en slik endringsprosess oppretter klubben relasjoner med nye aktører samtidig som flere etablerte relasjoner består. Klubben har relasjoner med aktører på ulike geografiske nivåer som for eksempel NFF på nasjonalt nivå og klubber og sponsorer på lokalt nivå.

Et felts skala er antall aktører og hendelsens utbredelse i tid og sosialt rom. Feltets skala kan dermed være av både lokal, regional, nasjonal, internasjonal og global karakter og bidrar til å avgrense sosiale felts forankring. Forankring er en sentral del av det kontekstuelle spillet mellom sosiale felt. Denne forankringen er ikke knyttet til geografisk nærhet, men kan være både historisk, kulturelt og geografisk forankret. I og med at den kulturelle forankringen er forskjellig i ulike felt blir det viktig å definere hva kultur blir forstått som. I denne forbindelse argumenterer Fløysand for en immateriell definisjon av kultur:

”Kultur defineres som kontekstuelle intersubjektive meningssystemer sammensatt av kategorier og symbolske koder som folk tilegner seg gjennom læring, og som de bruker for å tolke erfaring og andres handling og for å konstruere ny handling og mening” (Fløysand, 1997: 9).

Et viktig poeng blir Clifford Geertz' skille mellom kultur som ”pattern of behaviour” og ”patterns for behaviour” (Fløysand, 1997:9). En slik definisjon viser at den immaterielle forståelse av kultur fungerer som et støttebegrep for å studere praksisen i det sosiale feltet. Denne anvendelsen av kultur som et støttebegrep gjør seg særlig gjeldende for å kunne tolke praksisen i de sosiale feltene jeg har oppdaget. De sosiale feltene er kontekstuelle intersubjektive meningssystemer, eller systemer av mennesker i samme situasjon som er av samme oppfattelse og mening om ulike fenomener. I disse feltene forekommer det spesifikke adferdsregler, som enten er av formell eller uformell karakter, som styrer og endrer ens adferd. De formelle og uformelle reglene består av kodifiserte regler som ofte er nedtegnet og

normer som er grunnleggende for oppførsel i feltet. Anvendelsen av kultur som støttebegrep for å tolke praksisen i felt mener jeg er spesielt anvendelig i sponsorfeltet, som vil bli nærmere presentert i analysen. Dette er på grunn av den felles enighet som er, og som også må være, i dette feltet om inngåelse og opprettholdelse av sponsoravtaler.

Relasjoner i sosiale felt kan også være historisk forankret. Ikke minst gjelder dette innenfor økonomisk praksis og omstilling hvor produksjonen er tuftet på gamle historiske retningslinjer og kan føre til såkalt ”stiavhengighet” (Fløysand, 2004). Dette baserer seg på hvordan økonomisk utvikling påvirkes av geografisk og historisk forankret kunnskap, som blir retningsgivende. Dette fører til at aktører følger i sine gamle spor og dermed ikke er i stand til å skape fornying. En slik fremstilling av historisk forankring tjener som et godt eksempel når det gjelder MK og verdier. MK er en klubb som er tuftet på historie og tradisjoner som mest sannsynlig vil være viktig i dag. Klubben har verdier som er viktige for dem og som de ønsker å fremme gjennom sin praksis. Derfor er det viktig for klubben å utvikle seg på grunn av hendelsen *opptrykk til 1.divisjon*. Klubben må være åpen for endringer og fornying, hvis ikke kan dette føre til stagnering og såkalt ”lock – in”. Med ”lock – in” menes det at det er mangel på dynamikk i det aktuelle felt. Dette kan komme av at det i dette feltet blir dannet en egenprodusert lokal kunnskap, som ikke alltid lar seg overføre til andre felt. Dette kan føre til en fastlåst utviklingssituasjon med negative konsekvenser, såkalte ”lock – ins” (Jakobsen, 2004:218).

I og mellom sosiale felt forekommer det også feltdynamikk. Dette er et samspill mellom mikro – og makrorelasjoner og er et dialektisk samspill som på ulike nivåer kan endre eller påvirke adferdsregler. Dette kan innebære at samspillet mellom disse sosiale feltene kan føre til dominans i et felt som blir retningsgivende for de andre. I tilfeller hvor det dreier seg om økonomisk praksis og evne til omstilling kan en slik dynamikk føre til at det blir perspektivendring og at man unngår såkalt ”lock – in” (Fløysand, 2004). For å kunne diskutere om det er egendynamikk i MKs sosiale felt er det viktig å se på hvordan hendelsen opptrykk til 1.divisjon fører til utvikling i praksis som kan føre til perspektivendring. Dette baserer seg på hvordan aktører gjennom felles kunnskap, verdier og normer for samhandling evner å utvikle ny praksis eller om det kan føre til stagnasjon. Hvorvidt det er dynamikk eller ikke i MKs sosiale felt bidrar til å belyse om MK klarer å fornye eller endre sin praksis. Samtidig kan også hendelser og prosesser i ett felt dominere praksisen i de andre feltene.

Aktører i de sosiale feltene har statuser og roller. En status kan være den samme i ulike felt, men som inneholder roller som godkjenner adferdsregler gjennom mellommenneskelig mening om hva som er riktig adferd i det aktuelle sosiale felt. Derfor fungerer statusen som en tilstand, mens rollen utgjør praksisen i relasjonen. I denne relasjonen hvor rollen utspilles er det også tilknyttet rolleforventninger. Disse rolleforventningene er basert på intersubjektiv mening om hva som er sømmelig og passende adferd. For å kunne observere hvilke statuser og roller klubben har, må man oppdage de sosiale feltene i empirien. Gjennom kvalitativ metode er det mulig å se hvilke roller de forskjellige aktører har i relasjon til hverandre og hvilke statussett og statuskombinasjoner som er godkjente og ikke godkjente (Fløysand, 2004).

2.4 Verdier

I forhold til min underproblemstilling som tar opp hvilke verdier som MK i dag står for, vil jeg fokusere på hva som er MKs verdier og hvordan disse blir utfordret eller endret gjennom klubbens praksis. Dette innebærer at jeg ønsker å fremstille idretten som en frivillig organisasjon med klare verdier og hvordan disse verdiene har blitt utfordret og endret.

Et fokus på verdiendring gjør seg særlig gjeldende innen fotballen som gjennomgår omstillingsprosesser da i form av økende profesjonalisering på bekostning av det frivillige grunnlaget som alltid har vært viktig i idretten. I denne forbindelse er det et behov for å avklare hva jeg legger i begrepet verdier. Dette er et begrep som er mye brukt, men hvor det ikke er felles enighet om hva som ligger i dette begrepet. På bakgrunn av en slik uenighet har det også blitt fremsatt flere definisjoner på hva verdier er. I forbindelse med min underproblemstilling ønsker jeg å definere verdier som overordnede idealer som det er felles enighet om og som skaper normer for hvordan man skal handle for å etterleve disse verdiene (Martinussen, 2001).

For å kunne fremheve slike verdier vil klubbens praksis bli farget av dette. MKs visjon er å være best på bredde og topp på Sørlandet. Denne visjonen understreker en sentral målsetting som klubben har, nemlig å kunne tilby fotball til alle. Dermed vil dette bli en av de mest sentrale verdier for MK. Andre verdier som også vil stå sentralt er glede, fellesskap og demokrati. Et slikt verdigrunnlag som klubben er basert på har blitt utfordret på bakgrunn av den sportslige suksessen som klubben har oppnådd. Dette har skapt et økende behov for profesjonalisering av ulike aktiviteter i klubben. Så ut i fra dette viser det seg at det ikke er

profesjonalisering og frivillighet som er verdier per se, men de fungerer som midler til opprettholdelse av det verdigrunnlag som MK står for.

2.4.1 Idretten og frivillige organisasjoner

I Norge har frivillige organisasjoner en særstilling i samfunnet (Selle og Øymyr, 1995).

Grunnpilarene i de frivillige organisasjonene er at de er demokratisk bygget og medlemsbaserte. De er hierarkisk organisert med tett sammenkoblede lokalledd og sentralledd. Denne sammenkoblingen har gjort norske frivillige organisasjoner meget viktige i demokratiseringsprosessen (Selle, 1996).

De frivillige organisasjonene har hatt og har fremdeles den viktige rollen å representere alle lag av samfunnet. Dette gjenspeiler den verdien som er viktig for MK, nemlig det å kunne tilby fotball til alle. Derfor har det norske organisasjonssamfunnet lenge blitt og blir fremdeles oppfattet som representant for tidløse og allmenne verdier. Det kan i dette tilfellet hevdes at disse verdiene er glorifiserte, ved å tro at alle frivillige organisasjoner har mange medlemmer, avgrensede formål og demokratisk styring. Den praksis som MK i dag har på bakgrunn av den sportslige suksessen krever et økt behov for mer profesjonell styring. Noe som utfordrer de etablerte verdier i klubben. Dette understreker Selle og Øymyr ved å hevde at selv om faktorene i kjernen av organisasjonssamfunnet, medlemmer, demokrati, hierarki, fremdeles står sterkt, ser man nå en økende tendens mot profesjonalisering, sentralisering, spesialisering og egenorganisering (Selle og Øymyr, 1995 i Selle, 1996).

Ved at det har blitt en økende profesjonalisering, har det ideologiske grunnlaget i mange frivillige organisasjoner blitt svekket. Dette fører til at organisasjonene fokuserer mer innover på egne interesser enn utover på samfunnets interesser. Dermed faller også organisasjonssosialiseringen bort. De lokale frivillige organisasjonene blir da ikke så viktige i det store demokrati som de engang var (Selle, 1996). Om det skjer en slik endring i interessegrunnlag i klubben og behovet for profesjonell praksis i de sosiale feltene blir for fremtredende, kan dette bidra negativt på MKs verdier.

Et viktig spørsmål som Selle stiller i forbindelse med idretten som frivillig organisasjon er:

”Kan idrettsbevegelsen være næringslivsorganisasjon, offentlig organ og frivillig organisasjon på en og samme tid innenfor én organisasjon?” (Selle 153:1996)

Selle og Øymyr (1995) setter et stort spørsmålstegn ved om idrettsbevegelsen virkelig er en frivillig organisasjon lenger. Idretten som den største frivillige organisasjonen i Norge har også endret seg. De store endringene har kommet fra 1960-tallet da idretten ble en folkebevegelse. Det skjedde fordi barn og unge og kvinner ble inkludert i fellesskapet. Idretten stod for verdier som demokrati, frivillighet og åpenhet og fikk dermed stor legitimitet og skulle også ha en sosialiserende rolle i samfunnet. Men idrettens legitimitet har i dag endret seg og muligens også tapt seg. Igjen gjenspeiler dette hvordan hendelsen sportslig suksess fører til nye relasjoner og nye sosiale felt som er styrende for MKs praksis og dermed kan bidra til å endre klubbens strukturer.

De økte pengestrømmene i idretten ses tydelig innen fotballen. Disse pengestrømmene kan komme av sponsorinntekter og også betydelige bidrag fra investorer som ønsker å tilføre kapital til en klubb. Økte pengestrømmer øker behovet for en profesjonell praksis i klubben. En slik profesjonalisering vil nok ikke bare prege det administrative nivå, men kan også føre til en toppsatsing i klubben som smitter nedover i de yngre avdelinger. Dermed kan den økte profesjonalisering bidra til at breddeidretten også blir nivå for toppsatsing, noe som igjen kan påvirke MKs verdigrunnlag. En økende profesjonalisering på det administrative nivå kan også føre til at flere utfører lønnet arbeid, hvilket betyr at frivillige stillinger har blitt endret til lønnede stillinger. Dette er også viktig for å se hva slags type frivillig arbeid som blir gjort i og for klubben og om det vil ha stor påvirkningskraft på den frivilligheten og deltakelsen som er og har vært i klubben. Det er også viktig med henhold til to av de viktigste aspektene ved frivillige organisasjoner, nemlig demokrati og medlemskap.

I enhver klubb og et hvert idrettslag har det alltid vært en dugnadsånd og folk som stiller opp og utfører gratis arbeid. I følge Gammelsæther og Ohr (2002) er dette livsgrunnlaget i de fleste norske klubber. Den endringen som har skjedd i frivillig arbeid og organisering og også verdigrunnlag henger nøye sammen med hvordan samfunnet generelt endrer seg. Selle og Øymyr (1995) hevder at de frivillige organisasjonene er en avspeiling av det samfunnet vi lever i. Derfor vil store samfunnsendringer også avspeiles i de frivillige organisasjonene. Selle og Øymyr (1995) hevder og at slike endringer forekommer fordi de frivillige

organisasjonene er åpne og dynamiske. Dette understrekes av Hatch (1997) som fra et struktureringsperspektiv innen organisasjonsteorien hevder at medlemmene i organisasjonens daglige praksis selv konstruerer de regler som de etterlever. Selv om det i medlemmenes bevissthet skapes en oppfattelse av at dette er et stabilt system så er dette systemet dynamisk (Hatch, 1997).

De frivillige organisasjonene står for verdier som har lett legitimeringsgrunnlag i samfunnet. Men et spørsmål kan stilles om det er i ferd med å bli en verdiforskyvning bort fra de gamle verdiene. Da blir det også aktuelt å se om folk i nærmiljøet rundt klubben står for mye av de samme verdiene som klubben står for. Og også hvordan slik endring i klubbens praksis kan påvirke MKs lokale forankring.

2.4.2 Fotballen som produkt eller identitet

I dag er det flere klubber i norsk fotball som sannsynlig ser på seg selv mer som underholdningsobjekter, og er opptatt av å skape et produkt som er salgbart til både publikum og sponsorer (Gammelsæther og Ohr, 2002). Når det gjelder MK blir det dermed viktig å se hva klubben ønsker å prioritere når det gjelder å få tilskuere på kamper. Ved å selge fotballen som produkt er klubbene også avhengig av å ha et marked å selge til. Dette markedet består først og fremst av to kundegrupper: den ene er supporterne som kommer og ser på kampene og som kjøper supportereffekter på stadion. Den andre gruppen er sponsorene. Sponsorene har mulighet til å selge og markedsføre sine produkter gjennom klubben.

Uansett er det viktig å tenke over hva det er som gjør fotballen som "produkt" salgbart. For å kunne gjøre det salgbart blir det desto mer viktig å forstå "fotballproduktet", og dette kan forstås ved hjelp av to faktorer: opplevelse og identifikasjon. Opplevelsen tilsvarer kampen ute på banen og det arrangementsmessige rundt. Her er det selve situasjonen som foregår her og nå som er det viktigste, også for den nøytrale tilskuer. Folk er opptatt av å få en opplevelsesverdi. Når det gjelder identifikasjon er dette en mer langvarig prosess. Den er ofte livslang og eksisterer uavhengig av tid og rom. For mange tilhengere er det viktig å kunne identifisere seg med klubben, noe som kan være med og skape deres individuelle og sosiale identitet. For disse tilhengerne er identifiseringen med klubben så sterk at mye kan tilgis.

Disse to faktorene av det såkalte "fotballproduktet" er aktuelle for mine problemstillinger. I norsk fotball har det skjedd en gradvis endring i verdier de siste årene. Ved at det har blitt satset mer på profesjonalisering og økt pengebruk vil jeg anta at opplevelsesaspektet har fått en sterkere plass enn det hadde før. Etter at MK rykket opp til 1.divisjon har det skjedd endringer på flere felt. Det ble en større ramme rundt arrangementet på kampdagen. Det ble også endringer i det økonomiske ved at omsetningen i klubben ble større. Dette kan føre til at klubben blir mer interessert i å presentere et totalprodukt til både publikum og sponsorer enn kun det som foregår ute på banen. Men det er en vanskelig balansegang mellom fotballen som opplevelse og identitet. Det kan være at klubben er mer opptatt av å inkludere sponsorer og andre aktører som har økonomiske ressurser, fremfor trofaste tilskuere som følger klubben uansett gjennom den praksis som den har i dag. En slik praksis fra klubbens side kan bidra til at mandalitters stedsidentitet kan bli endret. Identiteten er mer stabil og sikker enn opplevelsen fordi opplevelse ofte er myntet på et underholdningssøkende publikum (Gammelsæther og Ohr, 2002). Antall publikum varierer med resultater og prestasjoner, mens de som identifiserer seg med klubben alltid er der. Dette kan føre til at klubben tar for gitt de tilskuerne som alltid kommer.

Fotballen som opplevelse blir sett på som et underholdningsprodukt, og det er viktig hvordan dette produktet "pakkes inn" (Gammelsæther og Ohr, 2002). I denne utviklingen av fotball som underholdningsprodukt er det viktig for mange klubber med utbygging av stadioner. Et stadion skal ikke bare være et sted der en ser på fotball, men et flerbrukssted. Ut ifra en slik modernisering av stadionanlegg vil også billettprisene øke. Dermed vil det være bestemte og ofte pengesterke grupper som kan komme på kampene, og hvor da andre grupper blir holdt utenfor. Disse ekskluderte gruppene kan være den gamle supporterskaren eller de som virkelig har et lidenskapelig forhold til klubben. Dermed kan det skje en endring fra at alle har mulighet til å være med til at det nå har blitt et økt jag etter penger og at klubben blir mer lukket. Den økte kommersialiseringen som økt mediefokus og tv – overføring kan bidra til å endre mandalitters stedstilhørighet.

Det som virker som en klar motsetning mot fotball som underholdningsprodukt er fotball som identitet. I stedet for at tilhengerne er medgangssupportere og kun kommer på kamper når det går bra, har de som identifiserer seg med klubben ofte et livsvarig forhold til den. De identifiserer seg med klubben uansett prestasjoner og resultater. Men selv om identiteten til klubben er sterk er det også viktig for klubbliderne å være bevisst på hva det er som får

publikum til å komme på kampene. Og det er også viktig at de som identifiserer seg med klubben ikke blir tatt for gitt. Den identiteten som folk har til klubben kan også medføre at de utvikler en identitet til stedet. Nok en gang blir klubbens praksis av betydning for å opprettholde tilskuerskaren.

I Norge er betydningen av bosted, venner og familie viktig. Dette er mye på grunn av at den geografiske avstanden mellom toppklubbene er stor. Dette fører også til forskjeller i språk og lynne. Slike forskjeller kan bidra til at folk identifiserer seg med stedet gjennom klubben (Gammelsæther og Ohr, 2002).

Den økte kommersialiseringen har ført til mer individualisme. Den har en manglende evne til å ivareta fotballen som et sosialt gode. Det å holde med og støtte et fotballag er en sosial og kollektiv handling. Dette kan føre til at tilhengers identitet til klubben kan forsvinne fordi klubben gjennom sin praksis ikke akter å opprettholde fokuset på de kollektive mekanismer fremfor de individuelle.

2.5 Sted og identitet

Identitet er viktig i forholdet mellom mennesker og steder fordi de påvirkes i hverandres samspillet. I følge Wiborg (Thuen, 2003) er ikke identitet noe man har, men noe man skaper i en kontinuerlig prosess av individuelle valg. Wiborg hevder og at individers identitet ikke er så knyttet til hjemstedet, eller lokalsamfunnet, men avhenger av andre steder som man tilskriver mening.

Geografer er opptatt av hvordan menneskets identiteter er romlig forankret. Dette gjør at de skiller seg ut fra andre som ser på identitet som sosialt konstruert. Men steder har også sin identitet, og gjerne også flere. Dette er mye på grunn av den økte globaliseringen og endringen i betydningen av lokalsamfunn.

Mange har hevdet at de felles sosiale bånd i lokalsamfunnet har blitt svekket, eller helt borte i overgangen fra føydalismen til kapitalismen. Dette gir grobunn for argumenter om det tapte lokalsamfunn (Valentine, 2001). Slike argumenter kommer til syne i Ferdinand Toennies distinksjon mellom *gemeinschaft* og *gesellschaft*. *Gemeinschaft* definerer Toennies som lokalsamfunnet, som består av følelsesmessige bånd, sosial status og en handlingsramme innenfor lokale territorier. Lokalsamfunnet var også preget av nær kontakt og ansikt til ansikt

relasjoner mellom mennesker. Motsetningen til *gemeinschaft* er *gesellschaft*, som kan beskrives som massesamfunnet. Samfunnsforholdene er preget av individualisme, upersonlighet og ikke den nære kontakten som eksisterer i lokalsamfunnet. I massesamfunnet er det private og kontraktsbaserte forhold mellom likesinnede som er viktig (Fløysand, 1998). Toennies mente at denne overgangen var kommet på grunn av den urbanisering, industrialisering og utviklingen i kommunikasjon (Valentine, 2001).

Ved hjelp av distinksjonen mellom *gemeinschaft* og *gesellschaft* kan man også se hvordan klubben og lokalsamfunnet har endret seg. Tidligere stod frivillighet, åpenhet og demokrati sterkt i norske toppklubber. Det gjør det fremdeles, men det har også skjedd store endringer. Klubbene har fått mer penger fordi fotballen har blitt mer kommersialisert og markedsført. Utviklingen i kommunikasjon gjør det også lettere å ha et visst overblikk over spillere også utenfor landets grenser. De økte pengestrømmene har også ført til en mer profesjonalisering i klubben. Gamle verdier som åpenhet, deltagelse og nærhet kan i noen tilfeller ha blitt erstattet av et mer lukket system hvor private interesser kommer foran de allmenne og lokale interessene. Ved en slik endring kan klubbens strukturer bli påvirket.

Denne endringen skjer på grunn av endring i samfunnet. De verdier som før var rådende i lokalsamfunnet kan i stor og liten grad være påvirket av nye verdier.

En viktig faktor i lokalsamfunns betydning er at mennesker kan ha et fellesskap seg imellom og felles handlingsrammer uten at de trenger å være avgrenset innen et bestemt område. Utviklingen i kommunikasjon fører, som sagt, til at folk ikke trenger å være innenfor et område for å ha kontakt med hverandre. Disse typene lokalsamfunn har fått betegnelser som *lokalsamfunn uten nærhet* og *utstrekke lokalsamfunn* (Valentine, 2001). I slike samfunn deler folk felles interesser, tro eller aktiviteter og har de samme intensjoner. Innen fotballen kan fanklubber være slike utstrekke lokalsamfunn. Mange store og små klubber har tilhengere over hele verden. Territorielt avgrenset har disse tilhengerne ingenting med hverandre å gjøre. Men de deler en felles interesse, nemlig å holde med og gi sin støtte til klubben. Kontakten dem imellom foregår for det meste på Internet. Selv om kanskje et fåtall i fanklubben kjenner hverandre, har de likevel et visst fellesskap. Klubben er dermed lokalisert på et sted, mens tilhengerne ikke trenger å være forankret på samme stedet. Ved hjelp av Tv og Internet har folk mulighet til å følge med klubben overalt. I Norge gjelder dette først og fremst for Tippeligaen. Men de fleste fotballag i Tippeligaen og 1.divisjon har egne hjemmesider på

Internet. For MK er dette en mulighet for dem som ikke bor i Mandal til å holde seg oppdatert. Disse nettsidene kan bidra til at klubben kan fungere som en representant for byen.

Når det gjelder sted og identitet bringer Gillian Rose tankegangen om "sense of place" fra 1970- årene videre. Et sentralt poeng er at Rose ikke har den subjektivistiske slagsiden som humanistene ble anklaget for å ha ved å ta utgangspunkt i enkeltindividets opplevelse av sted (Berg et al., 2004). Rose slår klart fast at følelsen av sted ikke oppleves av kun en enkeltperson som en individuell opplevelse. Denne følelsen av sted er sosialt forankret, og blir utviklet gjennom de sosiale, kulturelle og økonomiske posisjoner en befinner seg i (Rose, 1995). Jeg ønsker å benytte meg av denne teoretiseringen av stedsidentitet fordi fotballen ofte skaper en kollektiv stedsidentitet.

Rose setter opp tre måter å relatere sted og identitet (Berg et al., 2004 og Rose, 1995). Man kan identifisere seg med et sted. Det mest nærliggende her er å tenke på ens eget hjemsted. Ved å identifisere seg med et sted føler man at man hører hjemme der og at det er et sted som kan gi en trygghet (Rose, 1995). Stedet bidrar til å forme en som person og dermed utvikle ens identitet. Det å identifisere seg med et sted kan foregå på forskjellige skalaer (Berg et al., 2004 og Rose, 1995), både lokalt, regionalt, nasjonalt overnasjonalt og globalt. Det er også viktig her å poengtere at disse skalaene ikke er atskilt, men overlapper hverandre. Gjennom den praksis som MK har innad og i de sosiale feltene sender klubben signaler ut i lokalsamfunnet som kan føre til at folk identifiserer seg med klubben. Dermed blir klubben også et viktig element for å kunne identifisere seg med stedet. Dette er ikke minst viktig for MK i og med at klubbens verdigrunnlag er tuftet på åpenhet og deltakelse for alle.

Et begrep som Gammelsæther og Ohr (2002) presenterer i forbindelse med moderne klubbers evne til å ivareta og styrke tilhengers identitet til klubben er "glokalisering." Dagens samfunn, og også fotballen, har blitt stadig mer globalisert. På bakgrunn av dette øker behovet for å høre til et sted, og være lokale. Dermed kan lokalbefolkningen bruke den lokale klubben som en faktor for å uttrykke sin lokale identitet til stedet.

Den neste relasjon mellom identitet og sted Rose tar for seg er identifisering mot et sted (Berg et al., 2004 og Rose, 1995). Her argumenterer Rose for at man kan skape motforestillinger mot et sted ved å se det fra sitt eget sted. Et eksempel som blir nevnt er Edward Saids bok "Orientalism" fra 1978 (Rose, 1995). I boken skriver Said om folk fra Vestens stadige

fasinasjon av Orienten og Østen. Folk fra Vesten har gjennom malerkunst, språkoversettelse, tolkning av kulturell praksis og litteratur fremstilt Orienten på sin måte, og skapt myter om Østens folk (Berg et al., 2004 og Rose, 1995).

For å ta dette ned på et litt mer mikronivå kan folk identifisere seg mot sitt eget hjemsted. Ungdom som bor på ensidige industrielle steder kan identifisere seg mot dem fordi de har en utdannelse som ikke tilsvarer arbeidsmarkedet på stedet. Dermed ser de heller ikke noe fremtid på stedet. Skal dette kobles til min underproblemstilling blir det igjen nødvendig å se på klubbens praksis i de sosiale feltene. Når klubben oppnår sportslig suksess øker også behovet for mer profesjonalisering. Dette kan føre til en utfordring av klubbens verdigrunnlag som kan virke negativt om profesjonaliteten tar overhånd. Gjennom økt profesjonalisering kan dette føre til et tap av kollektiv identitet i lokalsamfunnet.

Den siste dimensjonen av sted - identitet Rose tar for seg er verken å identifisere seg med eller mot et sted (Berg et al., 2004 og Rose, 1995). Dette baserer seg på at folk ikke føler like sterk tilknytning til et sted som et annet. Rose nevner i denne forbindelse at det å være fra Europa ikke er like viktig som å være fra sitt hjemland (Berg et al., 2004 og Rose, 1995)

Folk kan også føle seg fremmede på steder ved at de har blitt plassert der i en jobb. Eller at man ufrivillig reiser fra det stedet en har tilknytning til og til et annet sted som man har en likegyldig holdning til (Berg et al., 2004 og Rose, 1995). I forhold til min underproblemstilling kan man ta utgangspunkt i hendelsen sportslig suksess. Når resultater og prestasjoner ikke lenger er like gode som tidligere kan engasjementet rundt klubben svekkes og dette fører til at en del får en likegyldig holdning til klubben og mulig også til stedet. En annen faktor er den økende profesjonaliseringen som bidrar til at klubben ansetter personer i stillinger, som ikke har en lokal forankring i Mandal.

2.6 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg presentert et teoretisk rammeverk for mine problemstillinger som skal bidra til å belyse temaet fotball og lokal forankring.

Det generelle teoretiske rammeverket er Giddens strukturings teori. Fremstillingen av struktureringsteorien fokuserer på forholdet mellom struktur og agens og bidrar til å belyse hvordan individer tenker, tolker og handler ulikt og gjennom dette skaper ny praksis som kan føre til strukturell endring.

For å analysere slik strukturell praksis på et mer konkret nivå, anvendes teori om sosiale felt. Aktører samhandler på ulike geografiske nivåer og inngår i relasjoner i sosiale felt. Praksisen i disse feltene blir påvirket av hendelser og prosesser på ulike nivå.

Teorien i forbindelse med underproblemstilling 2 fokuserer på verdier og verdiendring. For å kunne anvende begrepet verdier i analysen har det blitt foretatt en teoretisk definisjon av begrepet. Dette bidrar til muligheten til å fokusere på verdiendring. En slik endring blir representert gjennom fremstillingen av idretten og frivillige organisasjoner. Grunnleggende verdier i idretten blir i dag utfordret av nye verdier. Fotballen som produkt og identitet dreier seg om hvordan idretten i dag blir fremstilt som produkt, og skiller mellom opplevelse og identitet.

Endring i verdier kan påvirke folks stedsidentitet og nye identiteter kan skapes. Fotballen skaper en kollektiv identitet som er samlende på tvers av grenser, og folks opplevelse av sted kan bli opprettholdt eller endret.

Dermed skal et slikt teoretisk rammeverk bidra til å koble en utvikling av klubbens relasjoner med klubbens praksis i sosiale felt gjennom hendelsen sportslig suksess til en utfordring eller endring av verdigrunnlag, og også endring av strukturer, til hvordan mandalitter knytter klubben til sin stedsforståelse og – identitet.

3 Metodekapittel

3.1 Innledning

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for hvordan jeg ved hjelp av ulike metoder har samlet inn data. Dette vil jeg gjøre ved å starte diskusjonen med en fremstilling av kvalitativt orientert forskningsmetode. Deretter vil jeg ta for meg casestudiet som en analytisk metode, hvor det viktigste blir å se hva et case er og hvordan man velger et case ut fra visse kriterier. I og med at jeg gjør et casestudie er det også viktig å fokusere på hvordan en bruker casestudiet i en analyse. Et meget viktig poeng i bruken av case er at man ikke kan generalisere på et generelt grunnlag. Jeg må generalisere ut fra det caset jeg har undersøkt. Så vil jeg ta for meg praktisk gjennomføring av eget case. Her vil jeg vektlegge de kvalitative metoder jeg har anvendt for å samle inn data. Til slutt vil jeg foreta en diskusjon om mine datas reliabilitet og validitet.

3.2 Kvalitativt orientert forskningsmetode

Kvalitativ og kvantitativ orientert forskningsmetode er ikke to konkurrerende metoder. Det viktigste med disse to metodetilnærmingene er at de ønsker å fremstille kunnskap om forskjellige fenomener i samfunnet, men på noe ulik måte (Fossåskaret, 1997). Kvalitativt orientert forskningsmetode opererer med uttrykket beskaffenhet fremfor den kvantitativt orienterte metoden som bruker utbredelse. Ved hjelp av utbredelse fokuserer en på personer eller små grupper som enheter, mens en med beskaffenhet ønsker å utdype forståelsen av det fenomen som studeres (Fossåskaret, 1997). Kvantitativ orientert forskningsmetode baserer seg på målinger og statistikk, og den er effektiv å bruke i spørreundersøkelser hvor det er et stort utvalg av enheter. I kvalitativt orientert forskningsmetode er det viktigere å gå i dybden. Det er viktigere å se på relasjoner mellom enheter fremfor enhetene i seg selv. Viktige metodiske redskaper i denne forskningsmetoden er deltakende observasjon og ulike former for intervjuer. Fokuset for kvalitativt orientert forskningsmetode er samspillet mellom personer. Det vil si handlingen i de relasjoner som utføres mellom mennesker. I så henseende ses handling som samhandling. Poenget er at man ikke kan forstå handling hvis en ikke forstår det som samhandling. En persons handling alene kan ikke forstås som (sam)handling, det er først når handlingen settes i relasjon med en annen person at samhandling finner sted (Fossåskaret, 1997). I kvalitativt orientert forskningsmetode kan den minste enheten som studeres være mer enn en person og samtidig også mindre enn en person. Dette er på grunn av, som nevnt tidligere, at det fokuseres på relasjoner mellom personer. De relasjoner som personer inngår i er mindre enn personen som individ. Dette fører til at rolle og status blir

viktigere enn individet i seg selv. En rolle er de forventninger og plikter som personer i en relasjon har i forhold til hverandre. En status derimot, er de formelle rettigheter og plikter som knytter seg til det vi er. Skillet mellom rolle og status viser Cato Wadel på en god måte ved å sammenfatte dette i en setning:

”Status er det vi er, rollen er det vi ser” (Fossåskaret, 1997: 21).

Når den kvalitativt orienterte forskningsmetoden tar for seg en enhet som er større enn en person, er det relasjonen mellom to personer (Fossåskaret, 1997).

Jeg ønsker å anvende kvalitativ metode for å kunne analysere endring i relasjoner og kontekstuelle samspill på ulike geografiske nivåer. I studiet av fotball og lokal forankring er det viktig å kunne fokusere på hvilke samhandlende relasjoner klubben har med andre aktører. I disse relasjonene har de ulike aktører statuser og roller som påvirker og blir påvirket av de ulike kontekstuelle samspillene.

3.3 Casestudiet som en del av den kvalitative metoden.

3.3.1 Hva er case og hvordan velger man case?

Det finnes ingen generell definisjon på hva casestudie er. Casestudier har for mange forskere blitt en populær tilnærming. Men selv om den er populær, finnes det heller ingen felles enighet om hva casestudier egentlig er, og hvordan man bruker dem som forskningsstrategi (Andersen, 1997). Casestudier har ofte blitt brukt innen fagdisipliner som psykologi, sosiologi, statsvitenskap og antropologi, men her er det heller ingen klar fellesforståelse om hva casestudier innebærer. Noe av det som kjennetegner casestudier er at det av mange forskere blir sett på som en kunstform. Grunnen til dette er oppfatningen av at casestudier ikke oppfyller de krav som stilles til virkelig vitenskap. Casestudier blir derfor bare sett på som en støttedisiplin til vitenskapen. Andre, derimot, står for et syn hvor de ser casestudier som alternativ til konvensjonell vitenskapelighet. Årsaken til dette er at casestudier i form av kvalitativ metodetilnærming er i stand til å gripe det særegne mellom menneske og samfunn (Andersen, 1997). Dette har ofte fremstått som en motpol til det kvantitative, en diskusjon som ikke er av ny dato.

Yin vektlegger som fundamentalt for casestudier at det blir stilt hvordan – og hvorfor spørsmål (Yin, 2003). Det sentrale blir ikke å kartlegge aktørens faktiske handlinger, men å forstå bakgrunnen for, og meningen med, handlingene. Forsker har lite kontroll over de virkelige hendelser og fokuset er rettet mot dagsaktuelle fenomener som kan plasseres innen en kontekst i det virkelige liv (Yin, 2003). Dette baserer seg på at en studerer et fenomen i dets naturlige omgivelser (Ringdal, 2001). Casestudiet er en intensiv undersøkelse med få undersøkelsesenheter, hvor disse enhetene kan være alt fra individer, familier, bedrifter, organisasjoner og land, men også hendelser og beslutninger (Ringdal, 2001). I eget case er det få respondenter i forhold til populasjon. Det vil si at de informantene jeg intervjuet var en liten del av det totale antall medlemmer i klubben.

Selv om casestudier er en metodisk tilnærming er det likevel det overordnede teoretiske hensyn som står sentralt. Ut fra den empiriske undersøkelsen som case er, ønsker man å kunne generalisere innen den konteksten som omhandler caset. Studiet av fotball og lokal forankring tar utgangspunkt i en dagsaktuell situasjon. Et eksempel på dette er UEFAs nye krav om egenutvikling av spillere i europeiske toppklubber som deltar i UEFA-cupen og Champions League. Disse kravene baseres på at hvert lag fra sesongen 2006/ 07 må ha fire egenutviklede spillere i troppen. Dette vil i løpet av tre år øke gradvis til åtte spillere (Simsø, 2005). For at studiet av fotball og lokal forankring skal utgjøre et case er det viktig at studiet fokuserer på en virkelighetsbasert undersøkelse. På bakgrunn av dette valgte jeg å studere en fotballklubb i dens naturlige miljø for å kunne ha mulighet til å forstå de endringer som skjer og som kan bidra til å påvirke klubbens lokale forankring. Disse endringene skjer på grunn av hendelsen sportslig suksess, og som dermed kan bidra til å belyse de aktuelle problemstillinger.

Når man skal velge case er det viktig å skille mellom to typer case, nemlig typiske case og atypiske case. (Andersen, 1997, Yin, 2003 og Hay, 2000). I typiske case skapes det innsikt som bygger videre på allerede etablerte antagelser. Dette vil si at allerede etablert teori bidrar til å belyse ens case (Ringdal, 2001). Mens det i atypiske case oppstår nye tankeretninger som bryter med de allerede etablerte antagelser om årsakssammenhenger. I slike case er det viktigere å fokusere på hendelsesforløp og beslutninger som ikke er rettet mot teori, men derimot andre faktorer (Ringdal, 2001). Poenget er at en ikke bruker teori for å underbygge caset. Det som derimot må understrekes i et slikt valg er at det er vanskelig å velge en av disse formene. Dette er på grunn av at den informasjon man har på forhånd kan være for begrenset til å kunne gjøre noen antagelser. Dessuten er grensene mellom disse to typene av case uklare

(Jakobsen, 2004). Når det gjelder temaet fotball og lokal forankring har jeg allerede eksisterende kunnskap på dette området. Derfor må jeg i denne sammenheng videreutvikle denne kunnskapen ut fra et teoretisk grunnlag som dermed danner utgangspunkt for casestudiet. Jeg vil derfor påstå at caset er et typisk case. Selv om jeg har foretatt et valg av et typisk case kan et atypisk case til en viss grad by på større utfordringer. Ved å ikke basere caset på et allerede etablert teoretisk grunnlag, kan det åpne for andre tankeretninger og forståelsesrammer som kan bidra til å skape ny innsikt.

Iain Hay tar opp et annet viktig poeng når det gjelder valg av case. Dette poenget går ut på at enten finner du caset, eller så finner caset deg (Hay, 2000). I dette ligger det at en ønsker å se om årsakssammenhenger i andre case kan bidra til å informere ens eget case ut fra et teoretisk grunnlag. For å kunne finne ut av dette må en dermed smalne inn området og også antall case og deltagere. Ut i fra dette har en dermed funnet sitt case. Hvis derimot caset finner deg så er det ofte på grunn av at andre parter ønsker å få informasjon på et område innen ens arbeidsfelt, og ber en derfor å studere det aktuelle caset (Hay, 2000). Et siste viktig poeng som Hay tar opp når det gjelder valg av case er muligheten for å gjennomføre caset. Dette understreker han med at caset må tilpasses konteksten og være praktisk gjennomførbart. Dessuten er det en forutsetning at man har tilgang til den eller de gruppene en skal studere. Og sist, men ikke minst at man får lov av deltagerne selv til å studere dem (Hay, 2000). Punktene Hay presenterer kan kobles til mitt eget case. I dette tilfellet ønsket jeg å studere fotball og lokal forankring, og om de endringene som skjer og har skjedd har en naturlig forklaring. Fokuset i dette caset er hvordan endringer påvirker lokal forankring. Dermed hadde jeg smalnet inn det faglige området så det kunne passe inn i caset. Det ble gjort ved at jeg utformet en hovedproblemstilling og underproblemstillinger som skulle belyse denne. Det ble også foretatt valg av informanter, som da er aktører i og rundt MK. Disse grepene viser at caset er gjennomførbart i forhold til aktører og kontekst, i og med at jeg har utført et feltarbeid i klubben. Det bød heller ikke på vanskeligheter for å få tillatelse av klubben til å gjennomføre dette feltarbeidet.

3.3.2 Bruk av case og generalisering

Det finnes heller ingen klar definisjon for hvordan et casestudie skal gjennomføres. Likevel er det noen faktorer som er viktige når det gjelder å bruke case som metode. Det viktigste for forskere ved casestudiet er muligheten for generalisering. Mange vil forbinde ordet

generalisering til å omhandle det å trekke slutninger på et allmenngyldig grunnlag. Dette er ikke tilfellet når det gjelder casestudier. Grunnen til dette er et meget viktig poeng om at casestudier blir for utilstrekkelig i forhold til det å generalisere. Denne utilstrekkeligheten spinner ut fra problemet med å håndtere "liten N" (Andersen, 1997). Dette refererer til at caset eller casene har få enheter som skal undersøkes, noe som gjør det vanskelig å generalisere på et generelt grunnlag. Spesielt innen samfunnsforskningen har generalisering kun gyldighet når den er knyttet til bestemte klasser av fenomener og under gitte forutsetninger. Med andre ord, man må generalisere ut fra den situasjonen man er i, og kan ikke forvente at det resultatet en selv kommer frem til skal gjelde på andre områder. Det er ikke nødvendigvis slik at de verdiendringer som denne undersøkelsen avdekker i MK, vil gjøre seg gjeldende i andre fotballklubber. Denne form for generalisering som finner sted innen samfunnsforskning setter dermed fokus på forholdet mellom teori og empiri (Andersen, 1997). Dermed vil en generalisering fra caset bli mer teoretisk enn empirisk. Det viktigste blir da å lage teoretiske begreper og forklaringsmodeller som kan belyse casets tema, og dermed skape en mulighet for å generalisere.

For å kunne generalisere fra caset har jeg presentert et teoretisk fundament som fungerer som utgangspunkt for den empiriske analysen. Dette teoretiske fundamentet er basert på en forutelse om temaet fotball og lokal forankring. De empiriske funn kan enten underbygge eller undergrave den utvalgte teorien. Dette innebærer å generalisere innenfor det området jeg befinner meg i. Med dette mener jeg at jeg må generalisere innen fotballens kontekst. Dermed blir ikke generaliseringen universell. Denne utviklingen av begreper og forklaringsmodeller bidrar til å gjøre caset gjennomførbart.

Et siste viktig punkt som Andersen (1997) tar opp er at generalisering forutsetter analytisk forenkling. Dette går ikke bare på å trekke essensen ut av de innsamlede data, men at de tolkninger og den analyse en gjennomfører er utført på en slik måte at den blir forenklet ut fra det mangfold av empirisk og teoretisk informasjon man har om caset. Det handler om å gjøre kunnskap forståelig, og også tilgjengelig for andre, uten at noen viktige sider ved caset går tapt. Så for min del gjelder det i dette caset å fremstille en analyse som gjør at temaet blir konkret og forståelig og at jeg samtidig ikke mister eller overser noen grunnleggende faktorer i analysen. Dette innebærer å anvende det viktigste i mine data til å kunne utarbeide en klar analyse av det aktuelle tema, som kan bidra til generalisering.

3.3.3 Hvordan bruke casestudiet i analysen av fotball og lokal forankring

Det finnes mange måter å analysere data på. Derfor er det viktig å ha en analytisk strategi for å kunne utføre caset best mulig. Ved hjelp av en slik strategi får en definert hva en skal undersøke og hvorfor en skal undersøke det. Yin (2003) opererer med tre forskjellige typer analysestrategier, nemlig en som er basert på et teoretisk utgangspunkt, en hvor casets rammeverk er tuftet på konkurrerende forklaringer og til slutt å utvikle case- beskrivelser.

Men Yin (2003) legger størst vekt på den første analytiske strategien om å basere caset på et teoretisk grunnlag. Denne strategien er også mest forenlig med eget case. I denne strategien vil man i utgangspunktet ha mål og former for å nå de målene som er basert på disse teoriene fra begynnelsen av. Etter hvert som caset utvikles vil problemstillinger og teori endre seg, men denne endringen vil skje på grunnlag av den teorien en begynte med fra begynnelsen. Dette teoretiske fundamentet vil også danne grunnlaget for den datainnsamlingen en foretar i forbindelse med caset. Når det gjelder eget case studie i en slik analyse har jeg utarbeidet et teoretisk grunnlag i caset som har eksistert fra begynnelsen av. Mitt mål med dette caset er da å kunne utvikle kunnskap om empirien ut fra det teoretiske grunnlaget. Dermed blir det viktig å understreke at den datainnsamlingen jeg har foretatt, og den tolkningen av data som vil skje i analysen blir gjort på grunnlag av disse teoretiske antagelser. Men de teoretiske antagelser og problemstillinger kan bli endret etter som caset utvikler seg.

Det er viktig å utføre en god analyse i caset. For å kunne gjennomføre en god analyse er det viktig å være nøyaktig med de data en har. Dette innebærer at all relevant data blir behandlet gjennom tolkningene i analysen for å unngå løse tråder. Man må også vektlegge det viktigste i caset, ved å poengtere hva som er kjernen eller hovedpunktet i caset. En slik kjerne i et case er det en gjerne har definert helt fra begynnelsen av og som analysen skal bygge på (Yin, 2003). Kjernen i caset er fotball og lokal forankring.

3.4 Praktisk gjennomføring av eget case

3.4.1 Deltakende observasjon

Sentrale hovedpunkter i kvalitativt orientert forskningsmetode er kvalitative intervjuer og deltakende observasjon. Fossåskaret (1997) understreker at det er et skille mellom observasjon og deltakende observasjon. I tillegg mener han at en del forskere og studenter har en tendens for å bruke begrepet deltakende observasjon upresist. Man er alltid til stede i det feltet man observerer, selv om man står utenfor og ikke deltar i de samhandlingsmønstre man

undersøker. Dermed kan man ikke kalle feltarbeid for deltakende observasjon per se (Fossåskaret, 1997). Skal det derimot være deltakende observasjon må forskeren gå inn og delta aktivt i de relasjoner som han undersøker hos de enkelte aktører. I en slik deltakelse blir det opprettet en jeg- du-relasjon mellom forsker og aktører i felten (Fossåskaret, 1997).

En slik definisjon av deltakende observasjon blir interessant i forhold til mitt eget feltarbeid. I det feltarbeidet jeg utførte intervjuet jeg diverse informanter i og rundt klubben. Gjennom disse intervjuene, og gjennom det å være i felten fikk jeg muligheten til å observere. Deltakingen foregikk ikke i jeg – du relasjoner, men heller det å ta del i klubbens kamparrangement. I denne sammenheng bestod det av å være tilskuer på treninger og kamper i 1.divisjon på søndager. Ved å ta del i dette kamparrangementet fikk jeg for det første sett hvordan klubben spiller fotball. Men vel så viktig er det å se på faktorene rundt hele arrangementet. I forbindelse med hjemmekamper på søndagene hadde klubben et større arrangement som ramme rundt hele kampen. En viktig del av dette arrangementet, som jeg og fikk delta på, var sponsortreffet før kampen. Det fungerte slik at MKs sponsorer ble invitert til en privat samling hvor trenerne til de respektive lag presenterte lagoppstillingen og snakket litt om taktikken for kampen. Ellers på dette kamparrangementet var det mulig for publikum å kjøpe mat og klubbeflekter. Det å være på sponsortreffet rett før kampen vil jeg karakterisere som observasjon. Men det å være tilskuer på kampen å ta del i de relasjoner og situasjoner som utspilte seg der, vil jeg våge å hevde er deltakelse. Jeg er interessert i å se hvordan folk slutter opp om laget sitt og hvordan stemningen er på en kampsøndag. Ved å gjøre dette deltar jeg i de relasjoner jeg selv vil undersøke. Derfor vil jeg ut i fra dette si at jeg til en viss grad utførte deltakende observasjon.

3.4.2 Intervjuer

Å gjennomføre intervjuer i kvalitativt orientert forskningsmetode er en måte å tilegne seg kunnskap om og innsikt i det fenomenet en studerer (Dunn, 2000). I mitt feltarbeid var det viktig å kunne foreta intervjuer for å kunne få innblikk i ulike meninger og erfaringer som var utledet fra hendelsen sportslig suksess.

Innenfor intervjuteknikk opereres det med tre typer intervjuer, nemlig strukturerte, semi-strukturerte og ustrukturerte intervjuer. Kjentegnet for et strukturert intervju er at det er en fast plan over intervjuene som skal gjennomføres. Dette innebærer å ha en intervjuguide med

samme spørsmål som alltid blir stilt i samme rekkefølge til alle informanter (Dunn, 2000). Men det er ikke i alle sammenhenger at det lar seg gjøre å foreta strukturerte intervjuer. Semi – strukturerte intervjuer har til en viss grad en forutbestemt orden ved at man har en intervjuguide, men sørger for mer fleksibilitet i måten spørsmål blir stilt informantene. Når det gjelder min egen bruk av intervju benytter jeg semi-strukturerte intervjuer. Jeg hadde en intervjuguide med spørsmål som var laget på forhånd, men spørsmålene ble variert etter informantene som ble intervjuet. Spørsmålene i intervjuguiden ble formet ut fra aktuelle temaer som kunne bidra til å belyse problemstillingene.

Ustrukturerte intervjuer er basert på muntlige historier og samtaler hvor det er informanten som styrer intervjuet (Dunn, 2000). De fleste intervjuene ble gjennomført ansikt til ansikt, mens et fåtall ble gjort over telefon. Et kjennetegn ved semi – strukturerte intervjuer er å gi informantene mulighet til å fortelle mye på hvert spørsmål, ved at en som intervjuer skal ha en lyttende funksjon selv om man styrer intervjuet (Dunn, 2000). Derfor fikk jeg mange utdypende svar på grunn av at jeg lyttet til og noterte det som ble sagt.

3.4.3 Valg av nøkkelinformanter og informanter

Jeg foretok 27 intervjuer med ulike informanter i og utenfor klubben. Jeg ønsket å snakke med aktører som representerte forskjellige avdelinger i klubben for å få kunnskap og forståelse for det temaet jeg studerte. Valg av nøkkelinformant ble gjort på bakgrunn av at spillerutvikler svarte på forespørselen som jeg hadde sendt til klubben, og som dermed bragte meg i kontakt med andre informanter i MK. Han informerte folk i klubben om at jeg skulle komme og satte opp en liste over aktuelle informanter. På denne måten fungerte han som en døråpner. Gjennom intervjuer med informanter ble jeg også anbefalt andre informanter igjen. Denne utvalgsmetoden skjer i følge Repstad (1998) etter det som kalles *snøballprinsippet*. Dette skjer ved at en blir introdusert for eller får anbefalt en eller flere informanter. Liste over informantene er vedlagt oppgaven.

Idealet når det gjelder å velge informanter er å fordele oppmerksomheten jevnt utover på alle. Jeg følte gjennom disse intervjuene at jeg fikk informasjon fra mange informanter som representerte ulike avdelinger i klubben, som for eksempel fra hovedstyre til spillere. Hvis jeg derimot skulle foretatt flere intervjuer, eller samtaler, ville jeg nok prøve å komme i kontakt med større deler av lokalbefolkningen.

3.4.4 Forskerrolle i felt

Det er viktig at forskeren har en eller flere roller og statuser som informantene kan forholde seg til. Roller og statuser skriver Aase om i artikkelen: ”*En status som passer for meg? Deltagende observasjon i Pakistan.*” (Aase, 1997). I løpet av feltarbeidet fikk han flere forskjellige statuser fordi rolleadferden brøt med den lokalt godkjente rolleadferden. Derfor må jeg stille spørsmålet om hvilken status og rolle jeg hadde i felten. Da jeg var på felt i Mandal ble jeg tatt veldig godt imot. Folk så nok på meg som studenten som skulle studere klubben. Men dette var ikke negativt for min del. Ikke bare temaet, men også det at jeg viste en positiv innstilling førte til at de også var positive mot meg. Jeg opplevde at de informantene jeg snakket med ikke prøvde å holde informasjon skjult, men at de svarte velvillig på de spørsmål jeg stilte. I tillegg er oppgavens tema, fotball og lokal forankring, noe som fenger og engasjerer mange, og som det er lett å snakke om. I forbindelse med dette temaet kan man også se på det å få innpass i felten. Ikke alle temaer og problemstillinger lar seg undersøke. Dette er mye på grunn av at det kan være temaer med informasjon som folk ikke vil skal komme ut. Andre ønsker heller ikke å bli studert. Dette anså jeg ikke som problematisk i mitt feltarbeid.

3.4.5 Å tolke hendelser

Det er viktig å tolke hendelser. Det som derimot ikke alltid er like enkelt er å få fram en mening som alle forstår. En hendelse kan ha vidt forskjellig betydning for forskjellige folk innen forskjellige kontekster. Dermed er det viktig å sette et begrep på den hendelsen man skal tolke. Dette bidrar til å gjøre det ukjente kjent for menigmann (Fossåskaret, 1997).

For min del er det dermed viktig å tydeliggjøre de hendelser som tolkes slik at analyseteksten vil bli klar og forståelig. Ikke minst er dette viktig overfor informantene. De har gitt den informasjon de kan gi gjennom intervjuene, og dermed blir det opp til meg å tolke og produsere disse dataene på best mulig måte.

3.4.6 Datas reliabilitet og validitet

Med datas reliabilitet og validitet menes om dataene er til å ”stole på” og om de er nøyaktige og kan brukes. For å gå litt nærmere inn på begrepene så vil reliabilitet si at man er bevisst på hvordan dataene er samlet inn. Denne bevisstheten bidrar til å synliggjøre muligheten for

eventuelle feilkilder. Når det gjelder opptak av intervjuer er det viktig å høre etter om det som informanten sier er det han eller hun virkelig vil si, eller om spørsmålet er stilt på en ledende måte som tvinger informanten til å si noe annet (Ringdal, 2001). Validitet baserer seg på om en faktisk har målt det en ville måle, og om de undersøkelser en har gjort kan støttes av andre undersøkelser, og dermed skape kvalitet på tolkningene. Det dreier seg om nøyaktighet i produksjon av data (Ringdal, 2001).

Reliabiliteten på mine data baserer seg på om de er pålitelige. Det temaet som jeg har valgt å skrive om ble veldig godt mottatt i klubben, og mange sa mye på intervjuene. Da jeg hørte gjennom intervjuene kom svarene klart og tydelig frem. Inntrykket jeg fikk var at informantene forklarte ting slik de var og at de ikke ble villedet av de spørsmålene som ble stilt. Validiteten på dataene omhandler problemstillingenes operasjonaliserbarhet. Jeg hadde et stort og omfattende datamateriale som har gitt mange spennende innsyn og vinklinger. Men ut ifra den tolkning jeg har foretatt av materialet har jeg fått målt det jeg ville måle. Nå er det vanskelig å si om det er noen konkrete undersøkelser som har blitt gjort på dette temaet, men det som skjer i fotballen blir gjenstand for mitt case. Derfor vil jeg ut fra disse argumentene påstå at mine data er reliable og valide.

3.5 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg tatt for meg de analytiske og metodiske redskaper som er nødvendige for å gjennomføre en studie av fotball og lokal forankring. Diskusjonen av analytiske redskaper kan være knyttet til casestudiet i en kvalitativt orientert forskningstilnærming. Et av casets kjennetegn er at det er i stand til å gripe det særegne mellom menneske og samfunn. Dette innebærer å forstå bakgrunnen for, og meningen, med handlingene. Caset er basert på et overordnet teoretisk hensyn og det er viktig å studere hendelser i deres naturlige kontekster.

I en slik fremstilling har det også vært viktig å kunne koble eget case opp mot den metodiske teorien. Dette er en god måte å avgrense hvordan man skal gjennomføre analysen av caset. En slik avgrensning er også viktig i forhold til hva caset skal baseres på. Ut fra dette kommer en fram til at for å kunne gjennomføre analysen er det viktig at caset har et hovedfokus som danner utgangspunkt for problemstillinger og teoretiske antagelser. Disse problemstillingene og teoretiske antagelsene vil dermed danne grunnlag for produksjon og tolkning av empiriske data, som muliggjør generalisering innen den konteksten som omhandler caset.

I kapitlets andre del har jeg foretatt en presentasjon av de ulike metoderedskaper som har vært anvendt i innsamling av data. Disse metodene er deltakende observasjon, intervjuer og tolkning av hendelser. Til slutt i kapitlet har jeg diskutert mine datas reliabilitet og validitet.

I neste kapittel vil jeg introdusere feltområdet.

4 Introduksjon av feltområde

4.1 Innledning

I dette kapitlet vil jeg introdusere feltområdet. Kapitlet vil fungere som et utgangspunkt for å kunne analysere mine problemstillinger. I denne introduksjonen vil jeg fokusere på hvordan Mandal som by har utviklet seg både næringsmessig og i befolkningsgrunnlag. Det vil også bli foretatt en presentasjon av MKs historiske utvikling både sportslig og administrativt og også i forhold til nåtidens situasjon. Dagens situasjon fordrer også til en nærmere presentasjon av hvordan klubben er organisert. Denne gjennomgangen av MKs utvikling frem mot i dag skal bidra til å belyse de eventuelle endringer som har forekommet både sportslig og administrativt.

4.2 Mandal før og nå

Mandal fikk bystatus i 1921. Men allerede på 1600 – tallet hadde Mandal kontakt med flere byer i utlandet gjennom handelsrelasjoner som oppstod. Disse relasjonene førte til et yrende handelsliv med både inn- og utland, hvor den fremste eksportvaren var røkelaks. Handelsstedet Harkmark var knutepunktet for disse handelsrelasjonene, og det er her det opprinnelige Mandal har sitt utspring (Hoven, 1946).

Men det er ikke bare handelsliv som har vært sentralt i Mandals utvikling. Den maritime industrien, da spesielt båtbygging, har hatt og har fremdeles stor betydning for Mandal.

Lord Salvesen er et navn som står sentralt i Mandals historie og som også har hatt innflytelse på fotballens utvikling i Mandal. Salvesen- familien, har hatt stor innflytelse på byen gjennom mange år. De to brødrene Johan Theodor og Salve Christian Fredrik Salvesen utvandret fra Mandal til Skottland. I Skottland la de grunnlag for forretningsvirksomhet over store deler av verden. Denne forretningsvirksomheten ble også gjort gjeldende i Mandal ved etablering av en lampeoljefabrikk. Men etter en stund måtte denne fabrikken legge ned arbeidet og ble senere revet. Etter rivingen overtok Christian Salvesens sønn Edward over Risøbank. Edward Salvesen var jurist og bar tittelen Lord.

4.2.1 Befolkningsutvikling

Innbyggertallet i Mandal pr. 1.1. 2005 var 14010 personer. Dette viser at befolkningsutviklingen har økt de siste ti år. I 1996 var folketallet på 13011 personer, mens det i 2003 var på 13662 personer. Befolkningsøkningen i Mandal i perioden 1990 – 2003 har vært på 0,77 %, noe som er litt over landsgjennomsnittet på 0,57 %. For perioden 2000 – 2005 har befolkningsøkningen vært på 1,02 % som er markant over landsgjennomsnittet på 0,57% i samme periode. Sammenlignet med hele Agder (Aust – og Vest Agder) vokser Mandal omtrent 0,3 % mer i de to periodene 1990 – 2003 og 2000 – 2005. Mandal er den 72.største kommunen i Norge i forhold til folketall.

(Kilde: SSB).

4.2.2 Næringsutvikling og sysselsetting

Sysselsettingen i Mandal fra 1986 – 2001 har økt med vel 380 sysselsatte (8,8 %). Grunnen til denne økningen i sysselsettingen i Mandal skyldes en sterk strukturendring. Antallet sysselsatte i industrien går tilbake med vel 360 (33 %), og andre næringer som jordbruk og post – og teleansatte har hatt en relativt sterk tilbakegang. De næringene som har hatt størst økning i sysselsettingen i Mandal er bank, eiendom og forretningsmessig tjenesteyting og kommunal tjenesteyting (Kilde: SSB). Når det gjelder næringsstrukturen så var det i 2001 totalt sysselsatt 4800 i Mandal. Grunnet kraftig strukturendring er ikke industrisysselsettingen like dominerende som tidligere. Hovedtrendene i utviklingen er økt globalisering og dermed økt konkurranse, men også større muligheter for å finne nye markeder og produkter, økt kunnskapsinnhold i de varene og tjenestene som leveres og økt fokus på opplevelser i tid og ferie. Derfor har trenden i Mandal vært tilsvarende som resten av Norge ved at industrisysselsetting har gått tilbake, mens det har vært en økning i sysselsetting i tjenesteytende sektor (Kilde: SSB). Dagens industri i Mandal er karakterisert av en kontinuerlig utvikling og positive utsikter for fremtiden. Sommerturisme betyr også mye for Mandal, og butikkene har størst omsetning fra juni til august (Thortveit, 05).



Figur 4.1.: Kart over Mandal sentrum



Figur 4.2.: Kart over Vest- Agder fylke



4.3 FK Mandalskameratene

4.3.1 Historie om FK Mandalskameratene

Det vites ikke sikkert når fotballen begynte å rulle i Mandal, men rundt 1900 vises de første tegn til fotballtrening og en slags klubb. I 1904- 05 kommer forfatter Alf Harbitz tilbake til Mandal med friske impulser fra fotballen i England. I 1905 er det en fotballklubb i byen, med noe løs organisering, men klubben blir tatt opp i Mandal turnforening og det blir bekreftet at klubben har både kassabeholdning og en fotball (Hoven, 1937). Det var alltid to faste lag som spilte mot hverandre et rødt og et blått.

Rundt 1905 spiller laget fra Mandal sine første fotballkamper mot Lord Salvesens britiske sommergjester på Risøbank. Dette ble en slags ”landskamper” som vakte stor interesse i Mandal. Britene innførte sine metoder i fotballen både på og utenfor banen. Mens britene stod og heiet på sine, stod mandalittene mer og så på. Heiagjeng var ikke et begrep i norsk fotball på den tiden. Men engasjementet var likevel stort, og har alltid vært til stede. Disse kampene ble spilt fram til 1914 da første verdenskrig brøt ut. Lord Salvesens sønner gjorde seg godt bemerket i disse kampene. Salvesenguttene har således en sentral plass i historien om fotballens utvikling i Mandal. De innførte britisk fotball i Mandal på et tidlig tidspunkt i norsk fotballhistorie (Hoven, 1937). Sommeren 1908 spiller Mandalslaget sin første kamp mot et lag utenbys fra, nemlig Start fra Kristiansand. Denne kampen vakte stor interesse i Mandal og det var 7- 800 tilskuere på kampen. Allerede da var det et stort engasjement rundt fotballen i byen.

1.juli 1912 blir fotballklubben ”Aladdin”, som var forløperen til MK, stiftet. Aladdin var en videreføring av det laget som allerede eksisterte. Dette skjedde ved at klubben ble konstituert under åpen himmel ved et av målene på Storsvollen, hvor klubben spilte fra begynnelsen av. Behovet for å få en sterkere organisasjon ble større når laget skulle begynne å spille ordentlige fotballkamper. Klubben ble stiftet av de to 17-årige Kristiania guttene Thorn Reymert og Emil Wulff Pedersen. Spørsmålet en kan stille er hvorfor to gutter fra Kristiania ville starte et fotballag på Sørlandet. Svaret er at disse guttene, som så mange andre gutter fra Kristiania, hadde sterke røtter i Mandal og følte seg som gode mandalitter (Hoven, 1937).

1916 var et merkeår i klubbens historie. Det blir mer plan og system over det arbeidet som klubben driver, og den første parlamentariske generalforsamling holdes. En slik generalforsamling bidro til at alle klubbens medlemmer kunne delta i forhandlinger og også stemme på forslag. "Aladdin" går inn i Sørlandet Fotballkrets, som omfattet byene fra Arendal i øst til Flekkefjord i vest, og 25.juni samme år spiller klubben sin første kretskamp i Vennesla. Klubben gikk fra seier til seier og det første kretsmesterskap ble innkassert. Dette var et stort år i klubbens historie.

I 1918 skifter klubben til sitt nåværende navn, nemlig FK Mandalskameratene. Innvendingene mot navnet "Aladdin" baserte seg på at det ikke var et passende navn for en fotballklubb. Dessuten ble det uttrykt misnøye med navnet fra noen av dem som ga klubben økonomisk støtte. Selv om det også var protester blant klubbens medlemmer mot klubbens nye navn, ble dette vedtatt. MK utvikler seg videre og spiller kamper på slettene på Storvollen. Etter hvert ble dette stedet mindre egnet til å spille fotball på. I 1923 sender klubben en søknad sammen med turnforeningen om å få bygge en idrettsplass i Mandal. Men det var ikke før i 1927 at prosessen for alvor kom i gang om å få en ny bane å spille på. Den 28.desember 1928 beslutter bystyret å fristille sauestykkene på Vestnes til å anlegge et idrettsanlegg. I 1931 står Idrettsplassen klar for bruk. Det er her på Vestnes at MK har sin hjemmearena (Hoven, 1937).

MK er som et hvert norsk fotballag preget av oppturer og nedturer, og det er alltid en kamp om å ha økonomiske ressurser. Derfor krevdes det at klubben skapte kreative aktiviteter som var fengende for alle for at de kunne få inn penger, og også bidra til å skape engasjement rundt klubben. I 1937 da klubben feirer sitt 25års jubileum ble det satt mål om å heve klubbens sportslige nivå, og også skaffe en økonomisk god basis for klubbens virksomhet. Interessen rundt klubben var stor på alle hold, og det var opp til klubben selv å bestemme om den skulle vare (Hoven, 1937).

De siste ti år har klubben utviklet seg både sportslig og administrativt. I 1994 rykker MK opp til 2.divisjon, men rykker ned igjen sesongen etter. Fra 1995 og ut sesongen 1998 spiller MK i 3.divisjon med et nedrykk til 4.divisjon. Etter sesongen 1998 har MK rykket opp til 2.divisjon, på bakgrunn av den sportslige satsing som klubben har foretatt. Sesongen 1999 og ut sesongen 2000 spiller MK i 2.divisjon. Etter denne sesongen rykket MK opp i 1.divisjon, og de siste fem årene viser tydelig at det har skjedd en utvikling både på sportslig og

administrativ side, hvor det meste av det administrative arbeidet tidligere ble drevet på dugnad.

I sesongen 2000 vant MK 2.divisjon og rykket opp til 1.divisjon. Klubben hadde en omsetning på 2,3 millioner kroner. Daglig leder var ansatt i en 60 % stilling, mens hovedtrener hadde en stilling på 50 %. Andelen av lokale spillere var fortsatt størst med 70 %, hvor andelen regionale spillere var 30 %.

Sesongen 2001 ender med nedrykk fra 1.divisjon. Men en merkbar endring ses i klubbens omsetning som øker med hele fire millioner kroner til 6,3 millioner kroner. Denne økningen skjer på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess, som krever at klubben må bli mer profesjonell. En slik profesjonell forutsetning gjelder også for den administrative delen av klubben som blir utvidet med markedssjef i 50 % stilling i tillegg til daglig leder og hovedtrener, begge i 50 % stillinger. Fremdeles er spillerrekrutteringen fordelt mellom lokale og regionale spillere, hvor begge utgjør en andel på 50 %.

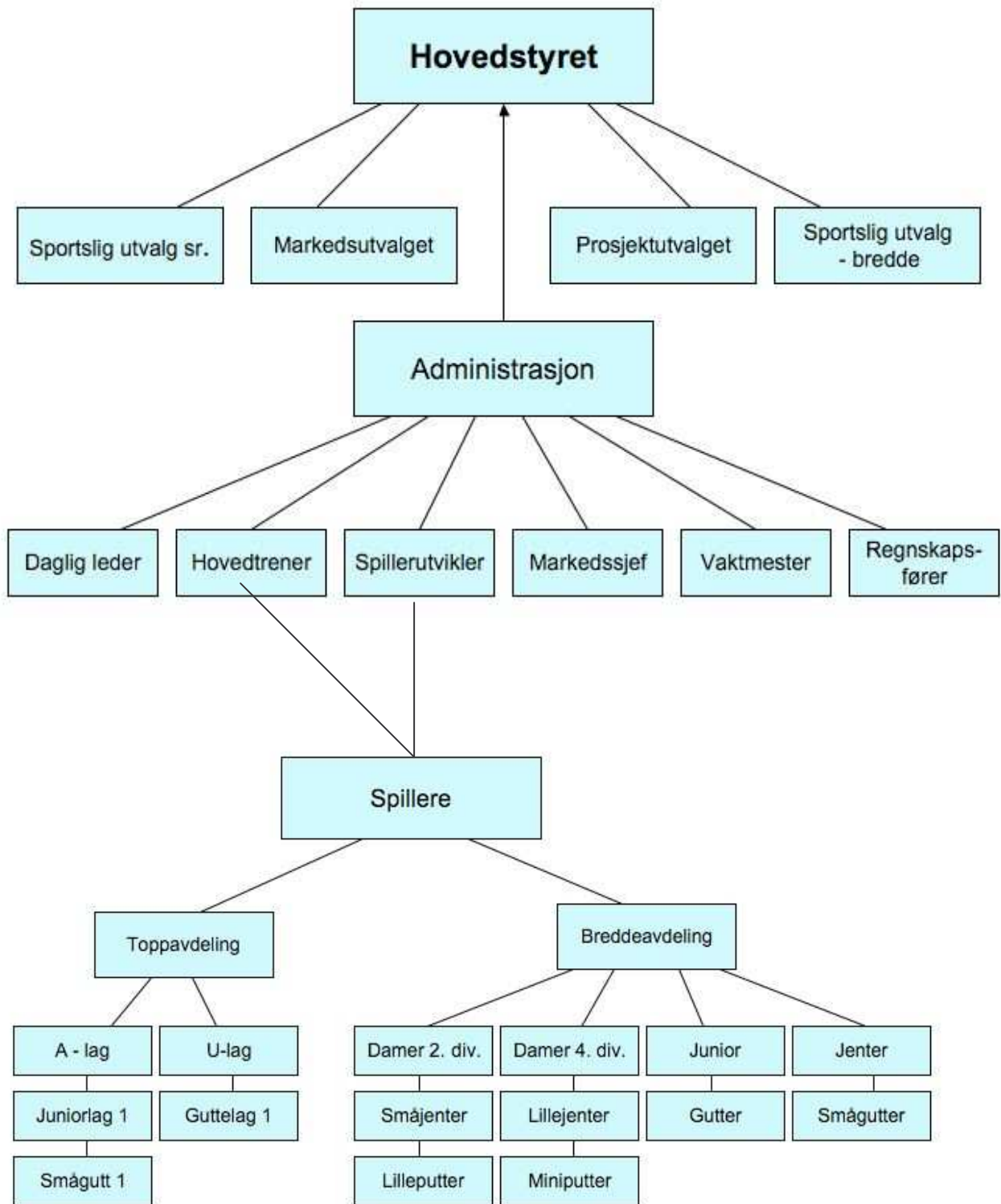
Sesongen 2002 rykker MK igjen opp i 1.divisjon. Men klubben har en liten nedgang i omsetningen til 5,7 millioner kroner. De administrative stillingene forblir som de har vært med markedssjef, daglig leder og hovedtrener, alle i 50 %. Tallene viser at utviklingen er forholdsvis stabil, men at det skjer en endring i spillerrekruttering. Den nasjonale andelen spillere utgjør 10 % mot lokale spillere som utgjør 40 % og regionale spillere som utgjør 50%. Nok en viktig endring i spillerrekrutteringen viser at andelen av regionale spillere er for første gang høyere enn lokale spillere. Dette skyldes også at samarbeidet med andre klubber i regionen har blitt mer bevisst og utvidet.

Sesongen 2003 blir MK nummer syv i 1.divisjon, noe som viser at klubben har klart å stabilisere seg i den nest øverste divisjonen. Denne stabiliseringen viser også at behovet for en økende profesjonalisering gjør seg gjeldende spesielt på sportslig side. Dette vises ikke minst av at hovedtreners stilling blir utvidet til 100 % og at antall nasjonale spillere øker til 20 %. Stillingene daglig leder og markedssjef er fremdeles på 50 %. Andelen lokale spillere er på 20 %, mens regionale spillere utgjør 60 %.

Sesongen 2004 blir MKs beste sesong plasseringsmessig ved at klubben blir nummer fem i 1.divisjon. Omsetningen øker til 10,2 millioner kroner. Stillingene daglig leder og

markedssjef utvides til 80 % og stillingen hovedtrener er fremdeles 100 %. En meget viktig faktor i klubbens økende behov for profesjonalisering blir synliggjort i etableringen av spillerutviklerstillingen på 100 %. Det er også en liten økning i andelen lokale og nasjonale spillere til 30 % på hver. Derimot er det en liten nedgang i regionale spillere til 40 %.

Sesongen 2005 rykker MK ned igjen fra 1.divisjon. Ut fra behovet om økt profesjonalisering er dette noe underlig. Dette er fordi klubben har en omsetning på 11,5 millioner kroner. Og stillingene daglig leder, markedssjef, hovedtrener og spillerutvikler er alle på 100 %. Andelen lokale spillere er fremdeles på 30 %, andelen regionale spillere er på 40 % og nasjonale spillere utgjør også en andel på 30 %



Figur 4.3.: Organisasjonskart over FK Mandalskameratene

4.4 Intern organisering

MK er i norsk målestokk en stor fotballklubb med et medlemstall på rundt 800. Klubben har en stor breddeavdeling og en mindre toppavdeling. Breddeavdelingen består av: 2 guttelag, 1 jentelag, 3 småguttelag, 1 småjentelag, 11 lilleguttelag, 1 lillejentelag, damelag i 2.divisjon, damelag i 4.divisjon, juniorlag for gutter. Toppavdelingen består av: A – lag for herrer, U – lag i 3.divisjon, juniorlag – MK3, 1 guttelag og 1 småguttelag.

4.4.1 Oversikt over de forskjellige avdelinger i klubben

4.4.1.1 Styret og utvalg

Hovedstyret har foruten sportslige, markedsmessige og prosjekterelaterte aktiviteter også ansvar for å jobbe med budsjettering og økonomistyring gjennom året. Hovedstyret er også representert ved en eller flere representanter på kurs og seminarer innen fotballen, blant annet i kretsen, møter i Norsk Toppfotball og møter i Norges Fotballforbund. Hovedstyret har også ansvar for anleggsutvikling og bemanning av administrasjonen. Hovedstyret er klubbens øverste organ og blir valgt av generalforsamlingen.

Markedsutvalget jobber med å bearbeide markedet for å kunne inngå avtaler med sponsorer. Markedsutvalget jobber og med å arrangere sponsortreff og turer og ikke minst sponsorarrangement i forbindelse med kamper.

Prosjektutvalget har ansvar for mye av det frivillige arbeidet. Dette innebærer blant annet avvikling av treningskamper utenfor sesongen, opplegg rundt seriekamper, fotballskole, Lindesnes Cup, lotteri, kiosksalg, og utarbeidelse, oppdatering og revidering av diverse planer og instruksjoner. Utvalget prøver i alt sitt arbeid å bidra til et av MKs overordnede mål, nemlig at det utvikles et åpent, engasjerende og inkluderende miljø.

Sportslig utvalg- bredde har ansvar for miniavdeling (6-10år), og ungdomsavdeling (10-16 år), Lindesnes Cup og lotteri. Den viktigste oppgaven til utvalget er å skaffe trenere til alle lagene i breddeavdelingen. Det jobbes også med å organisere treningstider og plass til alle. Dessuten er de ansvarlige for at det stilles med dommere til kamper.

Sportslig utvalg – senior har ansvar for toppavdelingen i klubben. Her settes det målsettinger for A-laget og det jobbes med å planlegge kommende sesong. Dette går blant annet på spillerrekruttering. Noen spillere forlater klubben og dermed må det ses om etter nye.

4.4.1.2 Administrasjon

Daglig leders funksjon dreier seg mye om økonomi og økonomisk styring. Til denne stillingen er det også knyttet diverse oppgaver som innbefatter det å være i 1.divisjon. En av disse oppgavene innebærer å jobbe med de kravene som NFF stiller til MK for at klubben skal få innvilget lisens. Denne lisensen er ”adgangskortet” til spill i 1.divisjon. Daglig leder jobber også litt på markedssiden, men stillingen er for det meste administrativ.

Hovedtrener er trener for A – laget. Men stillingen inkluderer mer enn kun trenerjobben, nemlig sportssjef. Sportssjefsfunksjonen går ut på å ha ansvar for alt det sportslige i den såkalte toppsatsingen. Stillingen som sportssjef innebærer fullt faglig ansvar for alle sportslige aktiviteter i 1.divisjon, u – lag og toppsatsingen nedover i aldersbestemte klasser. I tillegg har han ansvar for sportsadministrative oppgaver som treningskamper, reiser og lignende.

Spillerutvikler sitt primære ansvar er å utvikle enkeltspillere i klubben, men en vel så viktig oppgave er å utvikle en toppidrettskultur i klubben sammen med hovedtrener.

Dette innebærer blant annet å jobbe aktivt inn mot skolene i området. Dette gjelder ikke minst de skolene som har elever som spiller på MK, da spesielt Mandal Videregående skole. På denne skolen har det blitt opprettet et valgfagstilbud i fotball som MK har vært stor pådriver for. Spillerutvikler jobber også inn mot (samarbeids)klubber i distriktet rundt Mandal. Et slikt samarbeid går på impulssamlinger og skolering av trenere. Impulssamlinger er såkalte ”happenings” der de mest lovende spillerne fra regionen møtes til trening noen ganger i løpet av et år. MK, representert med spillerutvikler, har også ansvar for Agder Fotballkrets sitt sone – kretsapparat i vest. Dette vil si de mest lovende spillere i alderen 14- 16 år. Spillerutvikler har og ansvar for toppavdelingen, det vil si trenere og spillere på de toppede lagene fra 14 år og oppover.

Markedssjef ble ansatt 1.januar 2005 i 100 % stilling. Dette har lenge vært et ønske i klubben, da markedsavdelingen ikke har vært bemannet fullt ut. Markedssjefens oppgave er å ivareta sponsorene. Dette innebærer en formalisering av sponsoravtaler som består av skriftlige

avtaler med definerte ytelser for begge parter. Det er viktig for både klubb og sponsor at disse avtalene blir overholdt og fulgt opp. En viktig oppgave for markedssjefen er det såkalte *business to business*, eller B2B konseptet. Dette baserer seg på at klubben legger til rette for at sponsorer kan møtes seg i mellom og utvikle erfaringer og tjenester med hverandre, og derigjennom ha mulighet til å øke sin omsetning. Klubben har også hatt sponsortreff med stor deltakelse. Det er også blitt satt opp en aktivitetskalender og det har vært møtecup. Dette er et arrangement som er en del av mange i forbindelse med å bygge opp relasjoner mellom sponsorene og motivere til kryssbusiness, som er formålet i B2B. I tillegg har klubben opprettet en nettside, B2B portal, hvor kun sponsorene har adgang. Her kan de legge ut informasjon om sine bedrifter som de andre sponsorene kan ha nytte av.

Vaktmester er en stilling på 20%. Vaktmester har først og fremst ansvar for å ha ettersyn med bygningene på anlegget. I tillegg kommer ansvar for medlemsregister, arrangere Lindesnes Cup, fotballskole og behandle lisenser. Så vaktmesters stilling blir som en slags materialforvalter.

Regnskapsfører har ansvar for klubbens regnskap og bokholderi.

Spillere – spillerne i klubben er i dag delt opp i en breddeavdeling og en toppavdeling.

A – laget bestod høsten 2004 av 20 delvis lønnede spillere.

4.5 Oppsummering

For å kunne analysere hvordan endringer på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess bidrar til å påvirke klubbens lokale forankring har det i dette kapittelet blitt foretatt en presentasjon av Mandal og MK. Denne gjennomgangen innebærer en historisk fremstilling av Mandal og MK og også nåtidens situasjon. Presentasjonen av MK ble basert på organisasjonskart og en oversikt over de forskjellige avdelinger i klubben. Gjennomgangen av MKs utvikling frem mot i dag viser at klubben har blitt mer profesjonell både på sportslig og administrativ side.

På bakgrunn av dette vil jeg i neste kapittel diskutere hvordan denne sportslige og administrative utviklingen har ført til relasjoner med nye aktører og hvordan disse relasjonene kan kartlegges i sosiale felt.

5 Analyse av relasjoner og praksis i sosiale felt

5.1 Innledning

I dette kapitlet vil jeg diskutere underproblemstilling 1 ved å fokusere på hvilke aktører og grupperinger som er tilknyttet MK og hvordan dette har endret seg de siste ti år, for så å kunne plassere dem i sosiale felt og samtidig foreta en presentasjon av disse feltene. Det som er viktig å fokusere på i de sosiale feltene er å diskutere hvordan praksisen fungerer og om praksisen i et felt dominerer praksisen i de andre feltene. I denne diskusjonen er det også viktig å kunne se hvordan feltene har endret seg de siste ti årene.

5.2 Endringer i MKs relasjoner med aktører og grupperinger de siste ti år

Fotballen har gjennomgått endringer på flere geografiske nivåer på grunn av den økte globaliseringen. Gjennom en slik globalisering blir fotballen mer knyttet sammen på de ulike nivåene, og praksis i klubbene blir mer lik ved at nasjonale forbund, som NFF, blir pålagt regler og retningslinjer fra de overnasjonale forbund FIFA og UEFA, og at NFF må iverksette disse reglene overfor toppklubber i Norge. Driften av klubbene samsvarer med den homogeniteten som Harvey argumenterer for i globaliseringsprosessen (Fløysand, 2004). Men samtidig er det også viktig for norske klubber å opprettholde sin særegenhet gjennom å være forankret i lokale kontekster. Selv om klubbene blir pålagt regler og retningslinjer fra NFF er det viktig å opprettholde lokale relasjoner og den kunnskap som disse relasjonene består av. Når MK senere år har opplevd sportslig suksess vil det være naturlig å diskutere hvordan dette har innvirkning på sportslig og administrativt nivå, og om MK evner å utvikle relasjoner med nye aktører eller om klubben ser det som viktigst å opprettholde de relasjoner den allerede er en del av, eller om det blir en kombinasjon av nye og gamle relasjoner.

” Vi må prøve å ta vare på de små som alltid har vært med oss, snakker da om sponsorer, og samtidig prøve å få med oss noen større. Jeg kan ikke helt se for meg en by på størrelse med Mandal og at en fotballklubb i en slik by ikke skulle ha en sterk lokal forankring”

Informant 4

Dette sitatet viser at relasjoner med lokale sponsorer er viktig for MK. For ti år siden var MK en klubb i 3.divisjon hvor det sosiale aspektet var viktigere enn økonomisk styring og kontroll. En posisjon i 3.divisjon tilsier også at behovet for sponsormidler ikke er det samme

som dagens situasjon i MK. Derfor vil det etter all sannsynlighet ha oppstått endringer i denne relasjonen, og de senere år har det kommet til flere sponsorer som da er forholdsvis store. Denne endringen har skjedd på grunnlag av MKs sportslige suksess, noe som gjør klubben avhengig av å ha relasjoner med flere sponsorer. Sponsorene er inndelt i fire kategorier etter hvor mye de bidrar. Disse kategoriene utgjør hovedsponsorer som bidrar økonomisk til en verdi av 150 000 kroner og oppover. MKs hovedsponsorer er blant annet Sparebanken Sør, G-Sport Mandal, Sørlandsreklame, Jonas B. Gundersen og Lindesnes Avis. Gullsponsorer bidrar til en verdi av 80 000 kroner, mens det gjeldende beløp for sølvsponsorer er 50 000 kroner, og bronsesponsorers bidrag er på en verdi av 20 000 kroner.

Det store lokale sponsornettverket understrekes av en informant:

”I dag er det 53 sponsorer som er inne og støtter MK på ulike nivåer, og jeg mener det bør være rom for enda flere” Informant 22

MK er blitt mer bevisst på å ivareta sponsorer gjennom formalisering av sponsoravtaler. Klubben har også opprettet sponsornettverket B2B. Dette kan bidra til å gjøre det mer attraktivt å sponse MK ved at sponsorene gjennom dette nettverket har mulighet til å øke egen omsetning. Slike faktorer kan bidra til at det blir enklere for MK å opprette relasjoner med flere og større sponsorer.

”Ja, det har jo vært en sånn balansegang for MK. De har lenge ønsket å være assosiert med kun det lokale, men skal du ha de store pengene da må du videre” Informant 22.

Dette sitatet viser at relasjoner med større sponsorer kan påvirke de allerede etablerte relasjoner. Resultatet kan være at klubben søker utover sin lokale kontekst for å knytte til seg regionale eller nasjonale sponsorer. I slike relasjoner vil det sannsynligvis dreie seg om større økonomiske beløp og en mulighet til å opprettholde og videreutvikle toppsatsingen. Det skapes nye måter å tenke på og handling blir dominert av disse gjennom endrede regler for kontroll over økonomiske resurser (Jakobsen, m.fl., 2005). Derfor kan økonomisk tankegang bli for dominerende for klubbens praksis ved at små lokale sponsorer trekker seg ut. Dette kan bidra til en svekkelse av det allerede etablerte lokale sponsornettverket. En slik svekkelse kan også bidra til å påvirke toppsatsingen i klubben ved at MK ikke har sterke lokale aktører i ryggen.

” De fleste bedrifter vi har sponsoravtaler med er lokale mindre firmaer, som er med mest fordi de er interessert i fotball.” Informant 10

Som en følge av sportslig suksess må MK utvikle seg på sportslig side. En slik utvikling baserer seg på at klubben må ha gode spillere til en hver tid. Men i denne utviklingen kan klubben bli presset mellom det å ha lokale talenter fremfor nasjonale etablerte spillere. En slik problemstilling vil ha stor innvirkning på klubbens praksis i spillerrekruttering. Sannsynligheten for at MK med flere etablerte spillere vil oppnå bedre resultater, vil være større enn å satse på lokale talenter. Men MKs målsetting er å utvikle a – lagsspillere fra egne rekker og gjennom rekruttering av talentfulle unge spillere i distriktet. Derfor har MK utviklet en relasjon med Mandal videregående skole for å opprettholde denne målsettingen. Denne relasjonen er forholdsvis ny og er et resultat av endringer på sportlig side på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess.

”Vi har en formell samarbeidsavtale med Lyngdal, og den samarbeidsavtalen går på utveksling av kompetanse på leder -, sponsor – og markedssiden. Og på spillerutviklingssiden, som innebærer hospitering av spillere fra Lyngdal til Mandal(...) Vi har og en avtale med Giv Akt som går ut på akkurat det samme, da spesielt på spillerutviklingssiden(...). Vi har en uformell samarbeidsintensjon med Flekkefjord, Kvinesdal, Spangereid og Farsund der vi har en jevn dialog i forhold til å utvikle kompetanse” Informant 6

På bakgrunn av MKs målsetting om lokal spillerrekruttering, er det viktig for MK å ha relasjoner med klubber i distriktet. Men en kan i denne sammenheng stille spørsmålet om dette er en ny relasjon. Til en viss grad vil det ikke være det i og med at MK sannsynligvis har samarbeidet med lokale og regionale klubber over en lengre periode. Det som derimot taler for en fornying av denne relasjonen er selve innholdet i den. En faktor som har bidratt til å fornye denne relasjonen er den kompetansen MK har opparbeidet seg på spillerutvikling, som kommer både MK selv og andre klubber til gode. Gjennom slike samarbeid med andre klubber unngår MK stagnasjon i den sportslige utviklingen.

MK blir pålagt krav fra Norges Fotballforbund for å få innvilget klubblisens. Flere av kravene som blant annet innebærer utbedring av stadion og økonomisk balanse, blir av enkelte aktører i klubben sett på som urimelige. Aktører har ulike måter å tolke mening på og handler ulikt ut fra de kontekster de befinner seg i. Aktørene i klubben handler ut fra en lokal kontekst som

tilsier at MK ikke har mulighet til å innfri alle kravene. NFF handler derimot ut fra en nasjonal kontekst hvor de må fungere som en retningsgiver for klubbene. MK må tilpasse seg NFFs meninger på grunn av at de har kontroll over økonomiske resurser. Dette bidrar til endring i praksis og kan påvirke klubbens strukturer. I tillegg samarbeider MK med NFF i forbindelse med cupavvikling og også det å få økonomisk støtte. I dette ligger det at NFF betaler likt til alle lag i cupen uansett hvor langt de kommer.

NTF som er Norsk Toppfotball består av Tippeligaen og 1.divisjon. NTF bruker medieavtalen til å støtte elitedivisjons – og 1.divisjonslag. MK får en økonomisk støtte på 1,2 millioner kroner, hvor støtten blir gitt i delutbetalinger i mai, juni og desember. Relasjonen med NTF er forholdsvis ustabil i og med at klubben ved et eventuelt nedrykk ikke vil være en del av denne relasjonen lenger. For dermed å kunne opprettholde denne relasjonen er det viktig at klubben endrer praksis ut fra de behov den har for økt profesjonell styring så den fremdeles kan være en toppklubb.

Sportslig suksess kan føre til en økende profesjonalisering og svekkelse av det lokale nivå. Men denne suksessen og profesjonaliseringen bringer også frem en motsetning i dette tilfellet. Motsetningen innebærer at selv om suksessen fører til økt profesjonell styring og en økt involvering fra større nasjonale aktører, kan det likevel føre til at det lokale nivået blir styrket. I denne motsetningen gjelder dette relasjonen med Mandal kommune. Denne relasjonen mellom klubb og kommune er allerede etablert gjennom kommunens tildeling av spillemidler. Men denne relasjonen har også blitt styrket ved at klubben må ta opp lån som kommunen stiller som garantist for slik at MK kan innfri kravene til klubblisens. Dette er et resultat av at en prosess på nasjonalt nivå påvirker lokal praksis, men at det ikke nødvendigvis er ensbetydende med svekking av lokalt nivå.

Som en del av satsingsprosessen til 1.divisjon ble supportergruppen Makrelstimen etablert på midten av nittitallet. Stimen står uavhengig av klubben og fungerer mer som en støttefunksjon men har likevel en relasjon med klubben ved at det samarbeides om kamparrangementer. Stimen skal sørge for å lage liv og stemning på kamper og gi MK og Mandal god publisitet. Stimens engasjement kan bidra til å styrke det lokale nivået.

En relasjon som er av interesse, men som innehar en forholdsvis spesiell funksjon er relasjonen med MKspiller as. Etableringen av et slikt as kan bidra til å påvirke klubbens praksis. Men det spesielle er hvordan gjeldende praksis i denne relasjonen fungerer. Flere i

klubben har uttrykt skepsis mot et as på grunn av den eksterne påvirkning det kan ha på praksisen i klubben. En slik påvirkning kan tydeliggjøres gjennom at eksterne aksjonærer vil få innflytelse over klubbens sportslige styring. Men en slik påvirkning kan aldri bli komplett på grunn av Norges Idrettsforbunds lovverk som ikke tillater norske klubber å organisere seg som aksjeselskaper. I følge dette lovverket skal alle norske fotballklubber drives som foreninger som styres av klubbens medlemmer gjennom årsmøtet (Gammelsæther og Ohr, 2002). I Norge er det kun klubbene som har rett til medlemskap i Norges Fotballforbund, og som dermed kan delta i serie – og cupspill. Gjennom slike rettigheter får klubbene muligheter til inntekter på flere områder, noe som kan appellere til økt samarbeid med aksjeselskaper. Dette er den såkalte særnorske dualmodellen som tilsier at klubbene kan ikke være rene aksjeselskaper, men kan frivillig gjennom avtaler overføre rettigheter til aksjeselskap. Disse avtalene kan ikke overføre rettigheter som får innflytelse over klubbens sportslige virksomhet (Gammelsæther og Ohr, 2002).

Avtalen MK har inngått med det etablerte as`et påvirker ikke MKs styringsform som organisasjon. Denne avtalen innebærer en fordeling av overgangsvederlag for fem navngitte spillere, når disse:

- a) selges i kontraktperioden, eller
- b) går til en annen 1.divisjonsklubb eller Tippeligaklubb etter endt kontrakt og det etter reglene tilfaller FK Mandalskameratene vederlag i form av utdanningskompensasjon. Reglene for utdanningskompensasjon reguleres av NFF/NTF (Gjengitt fra heftet: *MKspiller as. Aksjer i bevegelse*). Halvparten av inntektene går til klubben, mens den andre halvparten går til a/s`et. Bakgrunnen til at denne ordningen med et as skal fungere er at klubben skal foreta kjøp og salg av spillere.

I dette as`et har klubben fått inn en spilleragent som har vurdert verdien til de fem spillerne. Grunnen til at agenten blir trukket inn er at denne personen kan tilføre profesjonell kompetanse på dette området. Agenten har vurdert spillerne til en verdi av tre millioner kroner. Denne verdien regnes i intervall, det vil si minimum til maksimum. Dette tilsvarer omtrent å sette verdien på et hus. Ved at en takstmann takserer huset vet en hvor mye det er verdt. Men dette behøver ikke å bety at huset blir solgt til den prisen. I de fleste tilfeller blir huset solgt til en høyere pris. Slik kan det også bli i as`et at spilleren kan bli solgt for mer enn det verdien tilsier eller motsatt.

5.3 MKs sosiale felt

På bakgrunn av hendelsen opprykk til 1.divisjon, viser foregående diskusjon at det har skjedd endringer i klubbens relasjoner med andre aktører. Disse relasjonene foregår på ulike geografiske nivå og bidrar til å påvirke MKs praksis. Men dette betyr ikke at de geografiske nivåene er adskilt og at relasjonene kun eksisterer seg imellom. For å kunne analysere hvordan klubbens praksis blir påvirket er det viktig å plassere relasjonene innen ulike områder. Disse områdene tilsvarer sosiale felt. MK er en organisasjon som er en del av ulike sosiale felt. Feltene kan være både lokale, regionale, nasjonale, politiske, økonomiske og sosiale. De feltene som har utpekt seg fra empirien er fotballfeltet, lokalsamfunnsfeltet og sponsorfeltet. Dette er felt som har blitt oppdaget tidlig i forskningsprosessen, og som understreker Fløysands poeng om at sosiale felt må oppdages empirisk. De tilsvarer også definisjonen på sosiale felt. I løpet av feltarbeidet og bearbeidingen av datamateriale, var det disse feltene som pekte seg ut. Sannsynligheten er nok stor for at klubben inngår i andre sosiale felt, men disse feltene anser jeg som mest aktuelle til å belyse kapittelets problemstilling. Når det her tas utgangspunkt i klubben som aktør går det først og fremst på at klubben som en organisasjon har relasjoner til ulike aktører. Klubbens medlemmer, alt fra spillere til ledelse, er involvert i ulike relasjoner og vil med dette inngå i flere sosiale felt.

5.3.1 Fotballfeltet

I dette feltet forekommer det sosiale relasjoner mellom MK, andre klubber i regionen, Agder Fotballkrets, NFF og Mandal videregående skole.

I relasjonen mellom MK og andre klubber forekommer det en gjensidig utveksling av kompetanse. I denne relasjonen har også klubbene rundt MK mulighet til å sende spillere til MK for å trene med dem. Dette gjelder også MK som kan tilby spillere som ikke lykkes på A-laget å trene med andre klubber for videre utvikling. Dette er til fordel både for MK og de andre klubbene siden MK får muligheten til å rekruttere spillere lokalt og at de andre klubbene har mulighet til ytterligere utvikling. Den posisjonen som MK besitter ved å være et lag i 1.divisjon kan være til stor fordel både for MK selv og de omkringliggende klubber. MK gir talentene på lag i divisjonene under mulighet til å satse videre i hjemlig miljø. Derfor ser MK det som meget viktig å ha gode relasjoner med klubbene for å kunne investere i fremtiden.

”Det vi eventuelt er ute og sår i klubbene ser vi på som en investering i framtida. Vi er veldig opptatt av å skape gode relasjoner inn mot klubbene, og for å få dette til så må vi gi. ”

Informant 6

I relasjonene mellom MK og klubbene forekommer det både formelt og uformelt samarbeid. Som en følge av dette kan en stille spørsmålet om slike samarbeid tilsvarer formelle og uformelle retningslinjer i denne relasjonen. MK har en intensjonsavtale med Lyngdal som er en formell samarbeidsavtale. Her er punkter nedtegnet i forhold til hva dette samarbeidet skal baseres på. Dermed vil rolleadferden i det formelle samarbeidet med Lyngdal bli tydeliggjort gjennom kodifiserte regler. MK har også uformelle samarbeid med GivAkt, Spangereid, Flekkefjord, Kvinesdal og Farsund. I slike relasjonelle samarbeider bidrar MK med kompetanseutvikling og gir også talenter i klubbene rundt mulighet til å være med å trene på egne samlinger. Slike samarbeidsavtaler og mer uformelle samarbeid kan bidra til å styrke klubbene på det sportslige nivået de er på. Slike uformelle samarbeid vil være basert på normer i form av uskrevne regler som legger føringer for rolleadferd i relasjonene. Det kan bidra til å heve klubbene, og også heve styrken på trener- og klubbsiden, og samtidig bidra til at MK får et større lokalt spillermarked å forholde seg til.

Selv om MK har et godt utviklet samarbeid med de omkringliggende klubber er det ikke garantert at de lokale talentene velger å spille i MK. Derfor er det viktig å rette søkelyset på hvordan MK kan sikre seg disse talentene. En av MKs største oppgaver på dette området er å fortsette å være en toppklubb, og at de kan vise overfor talentene at de kan bidra med et attraktivt sportslig opplegg. På bakgrunn av dette er det viktig at de opprettholder relasjonene med klubbene. Men talentene står fritt til å velge selv i og med at de er selvstendig tenkende individer. En slik prosess vil det aldri vær mulig å gardere seg mot. Nok en faktor som er viktig i satsingen på talenter er konkurransen med IK Start fra Kristiansand. I og med at klubbene ligger innen en kort geografisk avstand fra hverandre vil denne konkurransen om de beste bli avgjørende. Klubbens posisjon i divisjonene vil også være av stor betydning og dette vil være en klar fordel for Start. Derfor er det meget viktig at MK satser videre på høyt nivå og kan fremstå utad som en attraktiv toppklubb.

I relasjonene med klubbene har MK status som toppfotballklubb mens rollene vil variere i relasjonene. I relasjonen med andre klubber skjer det en gjensidig utveksling av kunnskaps-

kompetanse på leder -, sponsor - og markedssiden og spillerutvikling. Denne gjensidige utvekslingen vil være basert på intersubjektiv mening om hva som er sømmelig oppførsel.

Når det gjelder rolleforventningene så er det ut fra avtalene utviklet adferdsregler som tilsier at MK skal være en toppklubb. Og at klubben dermed bidrar med sin kompetanse både i det formelle samarbeidet med Lyngdal og de uformelle samarbeidende med Giv Akt, Spangereid, Flekkefjord, Kvinesdal og Farsund. Det forventes også at de andre klubbene bidrar med sin kompetanse i relasjon med MK.

I fotballfeltet forekommer det også en relasjon mellom MK og NFF. Denne relasjonen består av tilfredsstillelse og fornying av klubbisens. Dette betyr at NFF stiller krav til MK om utbedring av stadion og økonomi i balanse. MK må dermed innfri disse kravene for å få fornyet klubbisens. I denne relasjonen utvikles det formelle adferdsregler for handling i og med at NFF utsteder krav til klubbisens.

NFF har i denne relasjonen status som nasjonalt forbund som pålegger klubben regler og retningslinjer, mens klubben har status som toppfotballklubb. NFFs rolle blir å fungere som en retningsgiver for klubbens praksis gjennom å utstede krav til lisens. Klubbens rolle består i å rette seg etter disse kravene for å få lisens innvilget. Rolleforventningene i denne relasjonen består først og fremst av at NFF forventer at klubben skal oppfylle kravene. Men et viktig poeng er at klubben nok mer håper enn forventer at NFF skal stille rimelige krav som lar seg gjennomføre.

”(...) Og under det igjen ligger selvfølgelig at de kravene fra profflisensen er hinsides all fornuft for en liten klubb som MK.” Informant 18

MK har også et samarbeid med Agder Fotballkrets. MKs rolle i relasjonen med kretsen er å bidra med sin kompetanse og erfaring som toppklubb i og med at klubben er i besittelse av sportslige ressurser som kan komme andre klubber til gode. Kretsens rolle blir å distribuere MKs kompetanse på en slik måte at den kan være til nytte for alle. Det forventes at MK bidrar med kunnskap og personlig kompetanse til de andre klubbene. Det forventes også at kretsen legger til rette for en best mulig kunnskaps – og kompetanseutveksling.

MK har opprettet en relasjon med Mandal videregående skole. I relasjonen mellom MK og Mandal videregående skole har MK status som toppklubb. Mandal videregående skole har status som videregående skole som kan gi et godt tilbud både sportslig og kunnskapsmessig til MK spillere og andre lokale spillere. I relasjonen mellom MK og Mandal videregående skole har MK rollen med å rekruttere spillere lokalt. MK er pådriver for at skolen skal legge til rette for et godt sportslig tilbud til MK – spillere og også andre talenter i distriktet. Dermed stiller også MK opp med folk for å få gjennomført valgfagstimene med fotball. Skolens rolle er å følge opp og tilrettelegge dette tilbudet, slik at MK- spillere og andre lokale talenter har mulighet til utvikling. Mellom MK og Mandal videregående er det en veldig god relasjon som skolen understreker kan styrkes og utvides ved at begge parter kan ta lærdom av hverandre på felter som fotball og undervisning og samarbeid.

MK, klubbene og Mandal videregående skole handler ut fra lokale og regionale kontekster, mens den relasjonelle samhandlingen mellom MK og kretsen forekommer på regionalt nivå. Relasjonen mellom MK og NFF foregår på nasjonalt nivå. Dette fører til at de kontekstuelle samspill på ulike geografiske nivåer bidrar til at skalaen blir både lokal, regional og nasjonal. Samarbeider i fotballfeltet skjer på bakgrunn av hendelsen opprykk til 1.divisjon. Dette var en endring som gjorde det nødvendig for MK å etablere nye tankeprosesser som kunne utvikle klubbens praksis. Slike samarbeider kan hindre stagnasjon i sportslig utvikling for både MK og andre klubber. Men et sentralt poeng er om samhandlingen i disse relasjonene bidrar til at det er egendynamikk i feltet. Hendelsen sportslig suksess påvirker praksisen i fotballfeltet og fører til at MKs adferdsregler må endres for å unngå stagnasjon. Gjennom samhandlingen i fotballfeltet kan MK produsere ny mening som fører til en endring i praksis. Derfor er det egendynamikk i feltet.

5.3.2 Lokalsamfunnsfeltet

Lokalsamfunnsfeltet er et sosialt felt som er av betydning for å forstå endringsdynamikken i MK. I dette feltet er det MK, Mandal kommune, andre foreninger og lag i Mandal og Makrelstimen som inngår i relasjonelle samspill.

Relasjonen mellom klubben og kommunen består i økonomisk støtte til utbygging av Idrettsparken. Kommunen eier Idrettsparken, mens MK forvalter den og betaler baneleie. Gjennom NFFs krav til klubbisens er klubben avhengig av å ta opp lån fra kommunen for å

kunne bygge ut parken på dugnad. Dette innebærer også at klubben er avhengig av å ha et godt forhold til kommunen for å kunne få innvilget lånet.

Aktørenes status i denne relasjonen er låntaker og långiver. Dermed vil kommunens rolle bli å bevilge lån til klubben, ved å stille som garantist for lånet. Klubbens rolle vil bli å forvalte lånet og gjøre de utbygginger som er nødvendige. Kommunen forventer, og setter også som et krav, at MK bruker lånet til å finansiere utbedring av Idrettsparken og også tilfredsstillende kravene til klubbisens. MK forventer å få innvilget dette lånet for å kunne ha en mulighet til fortsatt toppsatsing.

Klubben og kommunen handler ut fra en lokal kontekst. Dette er på grunn av at begge aktører er historisk og geografisk forankret i Mandal. For kommunen sin del, som i dette tilfellet er kulturetaten, vil lokale kulturelle aktiviteter stå i fokus og blir bevilget støtte. Kommunen har en lokal tankegang og meningssystem som skaper enighet om at de skal støtte lokale lag og foreninger.

I relasjonen mellom MK og andre foreninger og lag i Mandal har MK status som fotballklubb mens andre foreninger og lag kan være kor, speider, korps, håndball og ellers andre frivillige foreninger. I denne relasjonen har MK rollen med å skaffe treningstider til alle sine lag og også koordinere sine tider med de andre foreninger og lag i Mandal. For de andre foreningene blir det og deres rolle og koordinere sine tider og samarbeide. For å unngå at flere aktiviteter skjer samtidig forventes det at både MK og andre lag og foreninger kan samarbeide til en viss grad om dette. MK er en stor klubb, og har mange aldersbestemte lag. En faktor som bidrar til å gjøre det vanskeligere å kunne ha et tilbud til alle, er at barna er med i andre foreninger og lag.

I relasjonen mellom MK og Makrelstimen har MK status som toppklubb og Stimen har status som supportergruppe. MK besitter rollen som toppklubb og skal prestere og vinne. Stimens rolle vil dermed bli å støtte klubben uansett prestasjoner for å kunne gi MK god publisitet. Stimen forventer i en slik relasjon at klubben alltid vil prestere sitt beste og at MK også er samarbeidsvillig når det gjelder planlegging av arrangement. MK forventer at de på kamper får god støtte av Stimen og at klubben også kan få god publisitet i lokalsamfunnet. I tillegg forventer også klubben at Stimen er samarbeidsvillige i planlegging av det arrangementsmessige.

Aktørene i dette feltet handler ut fra lokale kontekster, og praksisen i dette feltet er lokalt forankret, noe som også tilsier at feltets skala blir lokal. Dette er på grunn av at aktørene i feltet har en lokal handlingsramme som basis for sin praksis. Hendelsen sportslig suksess påvirker praksisen i lokalsamfunnsfeltet og gjennom praksisen i relasjonene må MK oppjustere sine adferdsregler for å unngå stagnasjon, og produserer dermed ny mening som fører til en endring og utvikling i praksis. Derfor er det også egendynamikk i lokalsamfunnsfeltet.

5.3.3 Sponsorfelt

Sponsorfeltet består av relasjoner mellom MK og sponsorer. Eksempel på noen av sponsorene som MK har relasjoner med er Sparebanken Sør, G- Sport Mandal og Jonas B. Gundersen.

Sparebanken Sør har lenge vært en sponsor for MK. I en slik relasjon kjøper Sparebanken Sør en tjeneste av klubben. Relasjonen med MK har stor verdi for banken ved at MK skaper god publisitet i gode perioder. Den relasjonelle gjensidigheten baserer seg på at banken sponser MK med et visst beløp etter som hvor klubben befinner seg i divisjonene.

MK inngår i en relasjon med pizzabakeriet Jonas B. Gundersen. Denne relasjonen består i at Jonas B. støtter klubben med et økonomisk beløp mot at de har enerett på salg av pizza på stadion og fungerer som leverandør av mat til A – lagets bortekamper.

G-Sport Mandal er en av MKs hovedsponsorer. De fungerer som utstyrsleverandør gjennom Scan Trade i Vennesla. Som utstyrsleverandør har G – Sport ulike varepakker som tilbys til forskjellige lag og aldersgrupper i klubben. Ved at G – Sport gir dette tilbudet til MK gir MK tilbake reklameplass på drakten. De formelle reglene i denne relasjonen baserer seg på at MK plikter å gi en gjenytelse på alt G – Sport gjør og forplikter seg også til varekjøp hos dem under kontraksperioden. MK ønsker ikke at G – Sport skal gå inn og styre varepakken deres, men ønsker å ha den til fri benyttelse. Det er også vanskelig for G – Sport å ”blande seg inn” fordi dette kan skape problemer med samarbeid ved neste kontraksperiode. En grunn til at G-Sport ønsker å sponse MK er for å kunne oppnå relasjoner med andre sponsorer.

”Det er veldig viktig å skape gode kontakter med andre i næringslivet sånn at hvis vi ønsker å øke vår omsetning og eksponere oss gjennom deres kanaler, så trenger vi gode kontaktpersoner og relasjoner som ligger der” Informant 8

I dette feltet vil MK ha status som toppfotballklubb og sponsorene vil ha status som økonomiske bidragsytere og støttespillere. MK sin rolle i slike relasjoner er å prestere bra og oppnå gode resultater og også tilfredsstillende sponsorene gjennom de formaliserte avtalene. For sponsorenes del er deres rolle å tilfredsstillende klubben økonomisk og ellers på andre måter som det går frem av sponsoravtalen. I tillegg er det også viktig at sponsorene støtter klubben i både medgang og motgang. I relasjonene mellom klubb og sponsorer forekommer det formelle og uformelle regler for handling. De formelle reglene består av de formaliserte sponsoravtalene. Uformelle regler er knyttet til lojaliteten feltet.

Når det gjelder rolleforventninger så forventer sponsorer at MK alltid presterer best mulig og gir sponsorene den positive publisitet som de ønsker. I forhold til sponsoravtalene vil det også være av sentral verdi å fokusere på hva sponsorene forventer tilbake. I dette tilfellet dreier det seg om moderne sponning, i form av avkastning, eller tradisjonell sponning, som er basert på veldedighet. I mange tilfeller har nok økonomiske aktører innen næringslivet bidratt med økonomiske beløp for å kunne støtte det lokale topplaget som trenger økonomiske midler for å opprettholde driften. Dette kan være på grunn av at interessen for fotball er større enn egen vinning. Men i de fleste tilfeller vil det være rimelig å anta at sponsorer forventer å få noe igjen for det økonomiske beløpet de bidrar med. Dette er mer aktuelt innen dagens moderne fotball hvor relasjoner mellom klubber og sponsorer har blitt mer forretningsorientert. Når det gjelder MK så forventer 95 % av sponsormassen avkastning i en eller annen form. Dette kan være i forbindelse med eksponering av logo. Svært få går inn som sponsorer kun av veldedighet. Så det viser seg at i MKs tilfelle så forventer de fleste sponsorer avkastning.

”Så jeg tror MK skal være klar over at det er viktig hva de gjør i satsinga på sponsormarkedet. Hvis de plutselig begynner å vende seg mot Kristiansand i stedet for å ta vare på det de har bygget opp i Mandal, fordi det er spennende å få inn Hennig Olsen iskremfabrikk. Sånn at de i Mandal vil føle seg litt forbigått, så vil det bli litt feil. Vi skal i hvert fall ha sjansen, og det har MK bevist til i dag at det har de vært veldig ryddige på. Men det er ikke bare med den politikken de har, men også menneskene som har og har hatt denne jobben at de er ryddige” Informant 8

MKs sponsorer er lokale og ønsker å støtte lokale aktiviteter. MK er en lokal positivitetsfaktor som mange ønsker å støtte. MK er på sin side også forankret i en lokal kontekst siden det er naturlig for dem å ha relasjoner med lokale aktører. Et viktig poeng som understrekes av en av klubbens sponsorer er at det blir en sterkere kobling mellom lokal klubb og lokal sponsor enn det kan bli i større klubber. Dette kan også føre til at fotballen på det lokale plan utvikler seg. Men det kan også føre til stagnasjon ved at lojaliteten i relasjonene blir for tett. I og med at de fleste av klubbens sponsorer er lokale er det en mulighet for at mange av de samme går igjen. Hvis derimot noen av sponsorene trekker seg ut, kan det være vanskelig å få inn nye. Dette kan føre til at konkurransen blir dårligere. Klubben har ikke mulighet til å sette dem opp mot hverandre og få en prisøkning. Hvis klubben går utover sin lokale skala kan dette også bidra til at andre lokale sponsorer trekker seg ut. Men klubben kan derimot ha mulighet til å få inn flere og pengesterke sponsorer som kan bidra til en ytterligere utvikling.

I sponsorfeltet vil det være enighet om formalisering av avtaler og lojalitet i forhold til overholdelse av disse mellom MK og den enkelte sponsor. En generell oppfattelse av sponsering av norske klubber kan bidra til å understreke dette. Et eksempel på lojalitet baserer seg på det jeg velger å kalle ”merkeavtaler”. I slike avtaler blir klubben enig med fabrikanter som Adidas, Nike eller Umbro om å bruke deres merke. Hvis klubben bryter en slik avtale ved å bytte til et annet merke under kontraktperioden, vil det være et brudd på lojaliteten i disse relasjonene Dette er grunnlag for å hevde at sponsorfeltet til en viss grad har en kulturell forankring. Slike generelle regler vil også gjelde i MKs sponsorfelt. Men disse reglene er ikke utarbeidet av klubb og sponsorer i fellesskap, men eksisterer ubevisst i klubb og sponserers tankegang og blir definert i et intersubjektivt meningssystem. I dette feltet må det være enighet om avtaler og lojalitetsforhold for at relasjoner mellom klubben og sponsorer skal fungere. Denne lojalitetstankegangen blir normgivende for aktørers handlinger i feltet. Klubb og sponsorer har felles oppfatning av hva som er sømmelig og passende adferd i feltet, ikke i form av felles utarbeidede retningslinjer, men gjennom et overordnet ideal om lojalitet. På grunnlag av denne argumentasjonen vil jeg hevde at sponsorfeltet er lokalt og kulturelt forankret.

Da MK rykket opp i 1.divisjon ble klubben avhengig av å ha flere sponsorer i ryggen for å kunne gjennomføre en toppsatsing på et økonomisk trygt nivå. Dette er meget viktig for klubben i og med at penger utgjør en stor del av fotballen. Dermed bidrar sponsorene til å

oppretholde klubbens levegrunnlag. Men klubben har alltid hatt sponsorer, og det er ikke noe nytt som har skjedd på bakgrunn av opprykket til 1.divisjon. Det er ikke 1.divisjon i seg selv som bidrar til samarbeid med sponsorer, men det er en så grunnleggende faktor i fotballen fordi penger har en meget sentral verdi. Derfor har ikke hendelsen opprykk til 1.divisjon hatt en direkte innvirkning på feltet, som bidrar til at adferdsregler må oppdateres. På grunn av dette vil det ikke være egendynamikk i sponsorfeltet.

5.4 Praksis og dominans i de sosiale feltene

De aktører som MK har relasjoner med er alle viktige for klubbens evne til utvikling. Men noen aktører er viktigere enn andre. Derfor kan en spørre seg om det er praksisen i ett felt som dominerer eller om det er en kombinasjon av flere eller alle feltene.

5.4.1 Hendelser og prosesser i sponsorfeltet versus fotballfeltet

Som det fremgår av presentasjonen av de sosiale feltene så er det egendynamikk i fotballfeltet og lokalsamfunnsfeltet, men ikke i sponsorfeltet. I samspillet mellom disse feltene kan det også forekomme feltdominans, som er basert på at klubbens evne til utvikling fører tilbake til hendelser og prosesser i det aktuelle feltet (Fløysand, 2004).

Sponsorfeltet og fotballfeltet er to viktige felt for MK. Men påvirkningen på klubbens praksis kan variere. Derfor må en stille spørsmålet om hendelser og prosesser i sponsorfeltet er viktigere enn hendelser og prosesser i fotballfeltet. Sponsorfeltet har endret seg i den grad at det er kommet inn flere sponsorer, noe som igjen kan føre til et bedre økonomisk grunnlag for klubben. En slik økning i sponsormassen skjer også på grunn av at klubben ikke har rike investorer og må satse på det lokale næringsliv. Næringslivet i Mandal ønsker å være bidragsyter for klubben og ønsker å bli assosiert med noe positivt. I sammenheng med denne økte sponsormassen har klubben også blitt mer opptatt av formaliseringsprosessen i inngåelse av sponsoravtaler. En slik formaliseringsprosess innebærer nedskrivning av sponsoravtaler og oppfølgelse av disse. Denne formaliseringsprosessen omfatter også opprettelsen av sponsornettverket B2B. En slik prosess kan bidra til utvikling, men en må da stille spørsmål om utviklingen kan påvirke praksisen i de andre feltene. I kraft av at det ikke er egendynamikk i sponsorfeltet, vil det være vanskelig å se en evne til utvikling. Dermed vil ikke klubben ha så stor evne til utvikling på bakgrunn av praksisen i sponsorfeltet.

I fotballfeltet derimot har hendelsen opprykk til 1.divisjon hatt stor innflytelse på klubbens praksis. Dette har gjort seg utslag i at klubben har opprettet den forholdsvis nye relasjonen med Mandal videregående skole. Dessuten er det viktig for klubben å kunne utveksle

kunnskap med andre klubber for å tilegne seg ny mening, og dermed ha mulighet til videre utvikling. Dette samarbeidet med andre klubber, som nok har blitt forsterket, blir understreket av Agder Fotballkrets:

”Det er veldig viktig. Og der har vi i kretsen vært en pådriver i mange år på å prøve å få til et samarbeid på tvers av klubbene” Informant 23

Men den viktigste relasjonen i fotballfeltet er mellom MK og NFF angående klubblisens. Det er viktig for klubben å utvikle seg sportslig, men ikke minst er det viktig at klubben har et økonomisk grunnlag. Hvis en skal se praksisen i fotballfeltet i forhold til sponsorfeltet så vil det å få innvilget klubblisens være det overordnede mål for MK. På bakgrunn av dette kan praksisen i fotballfeltet fungere som en forutsetning for sponsorfeltets praksis. Hvis ikke klubben klarer å innfri kravene til klubblisens vil dette medføre at MK ikke kan spille i 1.divisjon og ha en mulighet til utvikling. Men på den annen side er det viktig for MK å ha mange sterke sponsorer i ryggen. For å ha mulighet til å tilbakebetale lånet fra kommunen og opprettholde den daglige driften er klubben avhengig av at sponsorer kan bidra med økonomiske midler. Så på denne måten kan sponsorfeltet fungere som en forutsetning for fotballfeltet. På bakgrunn av dette vil spesifikke adferdsregler, hendelser og prosesser i fotballfeltet påvirke praksisen i sponsorfeltet og klubbens evne til utvikling.

5.4.2 Lokalsamfunnsfelt versus fotballfelt og sponsorfelt

En kan også stille seg spørsmålet om praksisen i lokalsamfunnsfeltet er viktigere enn fotballfeltet og sponsorfeltets praksis. For klubben er det viktig å ha relasjoner med lokale aktører. Noen av disse aktørene er mer sentrale enn andre. Et eksempel på dette er Makrelstimen og kommunen. For MK er det viktig å få oppslutning i lokalsamfunnet gjennom Stimens innsats i markedsføringen av klubben. Gjennom denne markedsføringen og prestasjoner skaper også MK relasjoner med sponsorene i sponsorfeltet. Men i fotballfeltet er det viktig å ha relasjoner med andre klubber. I slike relasjoner har MK mulighet til å rekruttere lokale spillere som kan bidra til å utvikle MK som toppklubb. Når det gjelder lokalsamfunnsfeltet så har MK alltid hatt en relasjon med kommunen. Dette er på grunn av at klubben er en frivillig organisasjon og får dermed tildelt spillemidler. Etter opprykket har MK blitt økonomisk avhengig av å ta opp lån fra kommunen for å tilfredsstille kravene til klubblisens og å forvalte Idrettsparken.

Selv om praksisen i fotballfeltet tilsynelatende påvirker praksisen i lokalsamfunnsfeltet og sponsorfeltet kan det også være en kombinasjon av hendelser og prosesser i flere felt som bidrar til å forme og utvikle klubbens praksis. Det kan være mer nærliggende å hevde dette fremfor å si at ett felt dominerer. Dette er mye på grunn av at en fotballklubb er en kompleks organisasjon, og at relasjonene i de sosiale feltene overlapper og avhenger av hverandre. De ulike rollene og rolleforventningene i feltene er alle sentrale for klubbens drift og toppsatsing. Relasjonen med kommunen avhenger av relasjonen med NFF i fotballfeltet. Samtidig kan en og se på relasjonen med Mandal videregående skole som sentral for å få oppslutning fra lokale aktører som Stimen og sponsorer. De ønsker å identifisere seg med noe som er lokalt og positivt og gjennom økt lokal spillerrekruttering bidrar MK til nettopp dette. Avhengigheten og overlappingen i feltene bidrar til at det er vanskelig å kunne gi en klar konklusjon på hvilket felt som dominerer. Men skal en kunne gi et forholdsvis klart svar ut fra denne diskusjonen, så vil praksisen i fotballfeltet være dominerende for klubbens evne til utvikling. Grunnen til dette er innfrielse av krav til klubblisens fra NFF.

5.4.3 Utvikling eller utvidelse fremfor endring?

Som det går frem av ovennevnte diskusjon så har praksisen i de sosiale feltene vært utsatt for endring. Men et viktig poeng i dette tilfellet er om det dreier seg om utvikling eller utvidelse fremfor endring. Med dette menes at det har skjedd endringer i feltene, men det essensielle er da om ny og gammel tankegang lar seg kombinere eller om det har skjedd en total fornyelse av tankegang og praksis. Selv om opprykket har skapt endringer i klubben vil mest sannsynlig noe av det gamle fundamentet være tilbake og kan være av betydning for utviklingen av ny praksis og tankegang. Derfor er det viktig for MK å opprettholde disse sosiale feltene for fortsatt å ha mulighet til utvikling. Som en følge av dette må klubben utvikle nye relasjoner og også nye felt for å kunne opprettholde utviklingen. Dette blir understreket av en av klubbens spillere i forhold til samarbeidet med andre klubber, spesielt med tanke på talentarbeidet. Det er viktig at klubben kan vise at de har et nettverk og at de kan gi spillerne et tilbud og tillit helt opp til A-laget.

5.5 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg belyst underproblemstilling 1 ved å diskutere hvilke aktører og grupperinger som er tilknyttet MK i dag og hvordan dette har endret seg de siste ti år. Gjennom denne diskusjonen viser det seg at det har oppstått noen helt nye relasjoner, men at det samtidig har skjedd en utvikling av allerede etablerte relasjoner på bakgrunn av hendelsen

opprykk til 1.divisjon. Diskusjonen har ført til at det empirisk har blitt oppdaget tre sosiale felt. Disse har blitt oppdaget ved at hendelsen, *opprykk til 1.divisjon*, har bidratt til endring i klubbens praksis. I presentasjonen av de sosiale feltene har jeg kommet frem til at det er egendynamikk i fotballfelt og lokalsamfunnsfelt, men ikke sponsorfelt. Til slutt i dette kapitlet har jeg diskutert om de endringer som har skjedd er basert på total endring av praksis eller om det er en utvikling eller utvidelse. Med dette ønsket jeg å se om klubbens utvikling og praksis skyldes total fornyelse eller om det er mulig å basere en ny tankegang på et gammelt fundament. Denne diskusjonen viser at på tross av endringer i klubbens praksis så vil fremdeles store deler av det gamle fundamentet bestå. Derfor vil jeg besvare underproblemstilling 1 med at aktører på ulike geografiske nivåer, fra det nasjonale til det lokale, er tilknyttet MK. Disse aktørene danner grunnlaget for de tre sosiale feltene: fotballfeltet, lokalsamfunnsfeltet og sponsorfeltet. Praksisen i disse feltene har blitt endret de siste ti år på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess. Likevel fører ikke disse endringene til et klart svar på hvilket felt som er dominerende for klubbens praksis. Men ut fra foregående diskusjon går det frem at praksisen i fotballfeltet blir dominerende for klubbens muligheter for utvikling.

I neste kapittel vil jeg ta for meg verdier, verdiendring ved å se hvordan MK formidler sine verdier gjennom praksisen i de sosiale feltene og også innad i klubben og om det er en felles enighet om disse verdiene.

6 Analyse av verdier og verdiendingsprosesser i MK og de sosiale feltene

6.1 Innledning

Idrettsbevegelsen har gjennomgått store endringer de siste tiår. Grunnverdier blir utfordret av ny tankegang og praksis. Innen idrettsbevegelsen har fotballen vært en av de organisasjoner som har blitt utsatt for størst endringer.

I dette kapittelet vil jeg diskutere hvilke verdier MK i dag representerer på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess, og ut fra Martinussens (2001) definisjon av verdier. Dette blir gjort på grunnlag av hvordan klubben formidler sine verdier i overgangen fra frivillighet til profesjonalisering. Verdiformidlingen bidrar også til å se hvilke verdier som har blitt endret og hvilke som fremdeles blir opprettholdt.

Til slutt i kapittelet vil jeg også diskutere hvordan MK formidler sine verdier i de sosiale feltene, og hvordan praksisen i feltene bidrar til å påvirke disse verdiene.

6.2 MKs verdier

MK har de siste ti år gjennomgått en prosess fra å være en frivillig drevet klubb til å bli en klubb med et økende behov for profesjonalitet. Denne prosessen skjer på bakgrunn av den sportslige suksessen. Når klubben har et økende behov for profesjonalitet, baserer det seg på at MK ansetter personer med faglig kompetanse innen gjeldende område. En slik endring kan ifølge Jakobsen m.fl. (2005) føre til en økende grad av formalisering og standardisering. Disse begrepene er elementer i en moderne organisasjon og betyr at regler og retningslinjer blir mer tydeliggjort i forhold til de oppgaver som skal gjennomføres. Gjennom en standardisering blir det utviklet metoder for rutinisering av handlinger. Slike grep kan endre klubbens praksis og også bidra til en påvirkning på klubbens strukturer. På bakgrunn av dette er det ønskelig å fokusere på den eventuelle verdiendring som har skjedd i MK.

6.3 Verdiformidling i MK

6.3.1 Å tilby fotball til alle

”Vi har jo som målsetting at vi skal tilby fotball til alle, og det er en bra målsetting, men det krever litt igjen.” Informant 20

Å tilby fotball til alle samsvarer med sosialiseringfunksjonen som Selle og Øymyr (1995) nevner som en av grunnpilarene i idretten. Den skal inkludere alle lag av samfunnet, noe som også gjelder MK som har en stor bredde avdeling. Men denne målsettingen kan bli påvirket gjennom en tidlig toppsatsing på unge talenter. Når klubben bevisst ønsker å toppe lag allerede fra småguttetadiet må en stille spørsmålet om hva som skjer med dem som ikke er talenter og ikke inkluderes i en slik toppsatsing. Et slikt spørsmål kan i aller høyeste grad gjøre seg gjeldende på gutte – og juniornivå i klubben. Dette stadiet er ekstra viktig i og med at det er i denne fasen at talentene utvikler seg mest og at de kan bli inkludert på a – laget. Derfor må man også ta i betraktning de spillerne som ikke blir inkludert i toppsatsingen. Spørsmålet vil da bli hva disse spillerne står igjen med, og hva de har mulighet til å oppnå. Mange av guttene på dette nivået drømmer om en karriere som profesjonell, men vil ha vanskeligere for å oppnå dette når de ikke blir inkludert i elitesatsingen. Det kan føre til at flere av spillerne utenfor toppsatsingen slutter grunnet et dårlig tilbud i trening og kamp. Da vil idrettens sosialiseringfunksjon forsvinne, og MK kan få problemer med å opprettholde sin målsetting.

En annen konsekvens av skillet mellom bredde og topp kan også være at breddeavdelingen vil bli preget av mer konkurranse fremfor idealet om at idrett er lek (Loland, 2004). I følge Loland skal idretten appellere til fri utfoldelse på like vilkår. Når klubben foretar en topping av lag på et så tidlig stadiet, blir idealet om lek endret til en konkurranse.

Skillet mellom bredde og topp skaper ytterligere endring i roller og rolleforventninger. Dette gjøres gjeldende ikke minst på trenersiden, hvor de fleste trenere jobber dugnad. Som en følge av den mer bevisste toppsatsingen i MK har det skjedd en profesjonalisering av trenerledd på de ulike aldersnivåer. Dette fører til at trenerrollen blir annerledes enn tidligere. I en slik endring forventes det at treneren har en viss faglig kompetanse for å kunne utfylle denne rollen. På grunnlag av dette vil det være mest nærliggende å tro at en slik endring kan bidra til at ikke alle har mulighet til å være med. Men det er ofte utdannede trenere som har evne til å se hvordan forholdet mellom bredde og topp fungerer. Og også hvordan en skal kunne ivareta begge avdelingene. Derimot er det ofte dårlig skolerte trenere som foretar en uvetting topping og for tidlig toppsatsing innen barne – og ungdomsfotballen. Dette kan illustrere at folk tenker og handler ut fra sine kontekster og som dermed kan tilføre ny mening.

Den økte toppsatsingen i klubben vil også ha betydning for dens lokale forankring. MK ønsker å være en sentral aktør i lokalsamfunnet og også kunne ha et tilbud til barn og unge. Når MK har en stor breddeavdeling vitner det om at det er stor lokal oppslutning om klubben og at de unge har et sted å gå. Men når klubben foretar en mer bevisst toppsatsing kan dette sende signaler ut i lokalsamfunnet om at ikke alle blir inkludert. Skillet mellom bredde og topp har vakt reaksjoner hos blant annet flere foreldre. Slike reaksjoner kan føre til at noen barn slutter og at klubbens lokale forankring blir svekket.

Men selv om toppsatsingen utfordrer breddeavdelingen og verdien om fotball til alle, er det og en stor fordel med denne satsingen. Klubben har gått mer aktivt inn for å fange opp talenter i egne rekker. Dette gir dem mulighet til å utvikle seg i klubben, og dette kan og være en måte å tilby fotball til alle på. For klubben er det viktig å kunne tilby talentene et attraktivt tilbud slik at de blir værende i klubben og ikke forsvinner til en annen klubb. For å kunne rekruttere spillere, både fra egne rekker og utenfra, er det veldig viktig at MK opprettholder toppsatsingen. På bakgrunn av den målsettingen klubben har satt og i samsvar med Martinussens (2001) definisjon kan det å tilby fotball til alle være en viktig verdi for klubben.

6.3.2 Strukturendring

”Så det tror jeg nok er en av de store utfordringene i tiden fremover at du er nødt til å legge mer fokus på akkurat det å være profesjonell og det å få de rette folkene i nøkkelstillinger. Samtidig som du må være veldig klar på at du må ha bredden, grasrota og dugnadskorpset med deg” Informant 18

Grunnet sportslig suksess må MK innføre endringer på flere områder. Dette har ført til at MK setter fokus på nye verdier som innføring av toppidrettskultur og målrettethet. En innføring av en toppidrettskultur i klubben er en strukturell endring som vil ta lang tid. Ved en endring i roller og rolleforventninger vil de gjeldende strukturer i klubben bli påvirket av ny handling og mening. Denne påvirkningen vil også legge føringer for handling, men samtidig også muliggjøre handling (Dale, 1993). I og med at klubben ansetter nye personer med kompetanse på ulike områder vil aktørene tolke mening ulikt og handle forskjellig. Før opprykket var klubben opptatt av å ha en løs organisering og en familie profil. Men på grunn av at klubben oppnår sportslig suksess vil den ha et større behov for profesjonalisering. En viktig faktor i en slik profesjonaliseringsprosess er bevisstgjøring. Begrepet bevisstgjøring velger jeg å tolke

som at klubben må sette seg klare mål og målsettinger og at klubben definerer klarere de oppgaver som skal utføres. Et sentralt spørsmål blir i denne sammenheng om disse målene og målsettingene har endret seg de siste ti år og eventuelt hvor mye de har endret seg. MK har kortsiktige og langsiktige mål for situasjonen slik den er i dag og også for fremtiden. Det kortsiktige målet er å etablere seg i divisjonen, mens det langsiktige målet er å bli topp 20. Men det er store utfordringer ved å ha et lag i 1.divisjon, og dette er grunn til at bevisstgjøringsprosessen blir så avgjørende for klubbens praksis.

”Den overordnede visjonen og de overordnede målene våre, hvis vi sier at det er filosofien. Den er jo retningsgivende og styrende, og hvis vi ikke er ærlige om det så vil vi på en måte få konflikter på hvert eneste veivalg vi gjør. Det er jo den som skal lime oss sammen. Det er jo de målene som skal være en rettesnor for styrets arbeid og for alles arbeid” Informant 17

Derfor er klubben såpass realistisk at en fokusering på spill i Tippeligaen ikke er aktuelt. . Muligheten for å diskutere det om et par år er til stede, men per i dag er det en urealistisk målsetting. Klubben har verken økonomisk ryggrad eller et stort nok administrativt apparat til å håndtere et opprykk. En slik tankegang bygger på et felles menings – og forståelsesgrunnlag blant klubbens ledelse og medlemmer om at Tippeligaen ikke er noe aktuelt tema, og som sagt, er det viktig for MK å være bevisst på de valg som klubben tar. På grunnlag av dette er det viktig med bevisstgjøring for å kunne stå samlet om mål og målsettinger. Ulike meninger og syn kan i noen tilfeller skape indre stridigheter og være mer negativt enn positivt.

Før den virkelige satsingsprosessen begynte var nok ikke målene og målsettingene så klare. Men det har blitt en bedre klargjøring og opprykket til 1.divisjon har ført til at klubben må sette seg helt klare mål og målsettinger. Denne bevisstgjøringsprosessen er et eksempel på endring mot en mer moderne organisasjon, som også kan bidra til endring i organisasjonsstruktur.

Organisasjonsstruktur (Jakobsen m.fl., 2005) er relatert til fordeling av oppgaver innad i organisasjonen, systemer for kontroll og koordinasjon og regler og retningslinjer for utførelse. Slik endring av organisasjonsstruktur fører til en økende grad av formalisering av praksis, spesialisering av roller og standardisering av regler for gjennomføring av oppgaver. Dette kan føre til at klubber blir mer forutsigbare i og med at de kommer inn i mer ordnede former. Men et spørsmål i denne sammenheng er i hvor stor grad MKs strukturer har endret seg. Klubbens

ønske om å innføre en toppidrettskultur markerer en tydeligere endring i verdier fra en løs organisering med en familieprofil til en mer klargjøring av hvilke oppgaver som skal gjennomføres og hvordan de skal gjennomføres. Et poeng blir likevel at innføringen av en toppidrettskultur tar lang tid og gjennomføre. Klubbens praksis er tuftet på historisk fundament, og det tar tid å skape en felles enighet om nye mål og verdier. Derfor vil det være nødvendig for klubben å standardisere og formalisere oppgaver som er rettet mot klubbens daglige drift. Formalisering og standardisering legger føringer for den handling som skal utføres, men samtidig bidrar de med muligheter for ny handling i og med at det blir fokusert på oppgaver som ikke var av like stor betydning tidligere. En slik dualitet kan bidra til at ny handling og mening produserer nye meningssystemer som langsomt kan erstatte de allerede etablerte meningssystemer, noe som kan føre til strukturell endring (Dale, 1993). Standardisering er i følge Jakobsen m.fl. (2005) utviklingen av metoder og retningslinjer for gjentatte handlinger. Formalisering er i hvilken grad regler og retningslinjer styrer organisasjonens praksis. Dette gjør seg gjeldene i inngåelse av sponsoravtaler, hvor avtaler blir skrevet ned og klare retningslinjer blir lagt.

I endringsprosessen fra frivillighet til profesjonalisering har klubben også vært opptatt av rollespesialisering. Dette baserer seg på at klubben er klarere på å definere roller og oppgaver, hvor det samtidig også må være enighet om definisjonen av rollene. Hvis ikke vil dette kunne føre til store problemer på grunn av at klubben ikke har en klar praksis, og at vedkommende som er tiltenkt rollen ikke vet hvilke arbeidsoppgaver som er tillagt den. I disse spesialiserte rollene er det tillagt oppgaver og forventet oppførsel til en spesiell jobb (Jakobsen m.fl., 2005). I og med at det forekommer en praksisendring på administrativt nivå må det også være et fokus på endring i roller og rolleforventninger i ulike lederstillinger som frivillig leder og lønnet leder. Det er en prinsipiell forskjell i ledelse, som baserer seg på at det er vanskeligere å sette tydelige krav i en frivillig klubb, for man er avhengig av denne frivilligheten.

Et eksempel på rollespesialisering er ansettelsen av spillerutvikler som jobber for å utvikle en toppidrettskultur i klubben, hvor blant annet en av rollene er å fostre opp talenter fra egne rekker. En slik ansettelse av spillerutvikler og utførelsen av roller som er tillagt denne stillingen skal sikre at klubben har større mulighet til å kunne ha en stabil toppsatsing. Ansettelsen av markedssjef er også et tegn på praksisendring i og med at klubben endelig har lykkes med å opprette en markedssjefsstilling på 100 %. Rollene som er tillagt denne stillingen har blitt mer formalisert ved å nedtegne sponsoravtaler og oppfølging av sponsorer, og det

forventes at dette behandles på en profesjonell måte. I og med at disse to rollene har blitt spesialisert er det viktig at de ikke blir personavhengig og for faste. Dette er på grunn av at klubbens praksis skal ha mulighet til utvikling, men ikke på grunn av ett menneske, men på grunn av at system som fungerer (Jakobsen m.fl., 2005).

En annen viktig faktor i rollespesialiseringen i klubben er næringslivets økende innvirkning på fotballen. I MK gjelder dette ansettelse av personer fra næringslivet. Disse personene er ansatt eller valgt for å kunne bidra med kunnskap og kompetanse som klubben trenger i profesjonaliseringsprosessen. Dette går også igjen i rekrutteringsprosessen til administrasjonen som fremstår som en todelt fremstilling, nemlig de som kommer geografisk sett utenfra og inn i MK, hvor de aktuelle personer sannsynligvis har kunnskaper enten om fotball eller klubben i seg selv. Noe annet er de som kommer utenfra og inn i MK – miljøet. Dette kan være personer som er hentet fra næringslivet og som har lite eller ingen kunnskaper om fotball eller MK, men som kan tilføre klubben nyttig kunnskap og kompetanse. Derfor vil disse personene tenke og handle ulikt ut fra sine kontekster. Slike kontekstuelle samspill kan dermed bidra til å endre klubbens praksis. Aktørers kontekster fører til at noen handler ut fra en næringslivskontekst, mens andre handler ut fra en fotballkontekst. I MK ser det tilsynelatende ut til å være en et jevnt forhold mellom personer med næringslivsbakgrunn og også dem som har trått sine barnesko i klubben og har kjennskap til det meste som skjer og har skjedd i MK. Derfor skjer det en gradvis endring i klubbens praksis ved at flere roller og rolleforventninger blir profesjonalisert. Men også at mye av det gamle tankegrunnlaget holdes ved like. Dette bidrar til å påvirke klubbens strukturer ved at nye og gamle meningssystemer kan danne grunnlag for felles praksis. Et resultat av denne kunnskapskompetansen er at den sittende ledelsen har som mål å gjøre MK mer bedriftslik. Men en slik profesjonalisering er ikke bare positivt. De rollene som utspilles av personene i administrasjon og ledelse skaper forventninger om profesjonalitet. Et viktig poeng i en slik rollespesialisering er at personer med kompetanse fra næringslivet kan påvirke det følelsesmessige aspektet ved fotballen. Selv om mye fra næringslivet kan brukes i fotballen er det viktig å understreke at fotball og næringsliv ikke kan sammenlignes. Fotball er følelser som begeistring, glede, frustrasjon og sinne. Næringslivet kan ikke la seg påvirke av følelser, men heller mer av kalkulasjoner, beregninger og profesjonell styring. En slik rollespesialisering og endring kan bidra til å skape konflikter mellom ledelse og medlemmer. De fleste supportere og medlemmer har et følelsesmessig forhold til klubben og en for stor fokusering på profesjonalitet kan svekke deres tillit til klubben når ledelsen prøver å gjøre den mer bedriftslik.

Praksisendring kan påvirke frivillighet

”(...)De er organisert i forskjellige utvalg som da er representert med utvalgsleder i styret. De har veldig stor grad av bestemmelsesrett de. Men det tror jeg er alfa og omega i dugnadsarbeid. Hvis du føler at du bare jobber og alt du sier er uten påvirkning så tror jeg det er vanskelig å holde dugnaden ved like” Informant 1

Men en må også stille spørsmålet om hvordan slike endringer i klubbens praksis påvirker frivilligheten i klubben. En konsekvens av slike endringer kan være at frivilliges bestemmelsesrett blitt redusert ettersom mange klubber har blitt mer profesjonaliserte og lukket. Siden MK er en klubb i 1.divisjon er det naturlig at den er utsatt for en økende grad av kommersialisering som økt mediefokus og mer bedriftsstyring. I MK deltar frivillige i styrearbeid, og frivillige sitter som ledere for hovedstyre og andre styringsutvalg i klubben. Så en alternativ antagelse er at frivilligheten vil kunne opptre i nye former. Folk ønsker å gjøre en innsats på det feltet som de har interesse for, men aksepterer og så langt på vei mindre muligheter for å ta del i organisasjonens beslutninger (Selle og Øymyr, 1995, Wollebæk m.fl., 2000). Klubbene kan da bruke frivillige ressurser for å avlaste en anstrengt økonomi. Dette viser at frivillighet fremdeles er viktig, men at bestemmelsesretten har blitt innskrenket. Men fotballklubber i Norge er fremdeles frivillige organisasjoner på grunnlag av den særnorske dualmodellen. Dermed bidrar dette til at frivillige i klubben har mulighet til å være med å ta avgjørelser gjennom årsmøte og generalforsamling.

6.3.3 Den hybride organisasjonsform

Den overgangen som skjer i norsk fotball fra frivillighet til profesjonalisering skjer på grunn av et økt fokus på det økonomiske aspekt i fotballen og en økende kommersialisering i form av sterk mediefokusering. I den endringsprosessen som har skjedd i klubben må en rette fokus på hvordan klubbens økende grad av profesjonalisering påvirker frivilligheten. Et argument er at klubben kan bli for opptatt av å skape en vinnerkultur at en glemmer det historiske fundamentet. Dette kan bidra til å svekke det miljøet som er i klubben siden det er det frivillige arbeidet og dugnadsånden som legger grunnlaget for et godt miljø i MK. Å ha et miljø understreker og en av idrettens verdier om fellesskap og at alle har rett til å delta.

”Du er nødt til å skape et miljø. Et miljø kan skape seg selv, men å skape et godt miljø, det er noe en må jobbe med” Informant 18

På bakgrunn av dette, ønsker MK å være en åpen, romslig og positiv klubb, og flere i MK fremhever det gode miljøet som en viktig faktor for å bidra med sin innsats til klubben.

”(…)vi er mellom 80 og 100 dugnadspersoner på hver hjemmekamp. Så dugnadsarbeidet vet jeg er stort og veldig, veldig bra. Vi har dugnadspersonell som er sikkerhetsansvarlig på kamper, kiosk og salg, mens andre klubber har ikke det. Det frivillige arbeidet er helt avgjørende for at vi skal være der vi er”

Informant 1

” (...) Men det største er jo at ved å gå opp i 1.divisjon så trenger du så mye flere folk”
Informant 18

Dessuten er det frivillige arbeidet så grunnleggende nødvendig for klubben at det ikke vil være mulig å ha en praksis som kun er basert på profesjonell styring. En meget viktig observasjon i dette tilfellet er at klubben er avhengig av å ha flere personer til å bidra i det frivillige arbeidet i dag enn det de var tidligere på grunn av klubbens kamparrangementer på hjemmekamper i 1.divisjon. Dette viser at kravet til frivillighet øker, og ikke at frivilligheten blir presset ut. Så både frivillighet og profesjonalisering er viktige verdiprosesser for klubben. Men frivillighet er så grunnleggende viktig ikke bare på grunn av at klubben har en stor breddeavdeling, men fordi den fungerer som en forutsetning for toppsatsingen.

Når en slik endringsprosess fra frivillighet til økt profesjonalisering krever at flere stiller opp og gjør en frivillig innsats, er det viktig at ledelsen i klubben viser at arbeidsinnsatsen blir verdsatt og ikke tatt som en selvfølge. En slik form for kommunikasjon kan vise seg å være viktig for å kunne opprettholde dugnadsånden og det gode miljøet i klubben. Gjennom en slik kommunikasjon viser også ledelsen hvilke verdier som er viktige for MK. Selv om frivillighet er klubbens livsgrunnlag, er det også viktig å understreke at det frivillige arbeidet skal være lystbetont og ikke et pliktarbeid. I de siste år har nok frivilligheten endret seg i takt med at klubben har blitt større.

”Ja, jeg tror det har endret seg, for at alt har blitt større på en måte. Og jeg tror nok at enkelte føler litt sånn press og stress på grunn av at det har blitt lagt så mye ansvar på frivillig arbeid at det har vært litt urimelig. Jeg tror ikke akkurat at det har blitt enklere å få folk til å stille opp” Informant 4

En slik oppfatning av at frivillighet blir mer en nødvendighet enn en handling man gjør av fri vilje kan bidra til at folk ikke ønsker å være med. Dette gjør det dermed vanskeligere å få folk til å stille opp. Men samtidig er det også en forholdsvis interessant dimensjon ved denne problemstillingen. Et økt krav til frivillighet trenger ikke å være ensbetydende med at det er vanskelig å få folk til å stille opp. Tvert i mot kan det også appellere til dem som ønsker å være med i et miljø og som vil gi sitt bidrag til klubben gjennom det frivillige arbeidet. For mange er det viktig å kunne være med i et miljø hvor en blir verdsatt og tatt godt i mot.

I den overgangsprosessen fra frivillighet til profesjonalisering som klubben har gjennomgått, må en fokusere på den verdiendring som har skjedd. Verdier som var viktige før opprykket har blitt utfordret og endret. Ikke minst blir dette synliggjort i den vinnerkulturen, eller toppsatsingen, som klubben jobber med. Denne vinnerkulturen har ikke bare gjort seg gjeldende på sportslig, men også administrativt nivå, ved et økt fokus på profesjonalisering. Dette har utfordret tidligere verdier som løsere organisering og en familieprofil. Den løse organiseringen har blitt erstattet med en strammere og mer profesjonell styring. En slik endring kan ha bidratt til å svekke den familieprofilen som klubben ønsker å ha. Dette kan nok til en viss grad gjøre seg gjeldende i skillet mellom bredde og topp, ved at foreldre reagerer. Men denne verdien beholder klubben fremdeles i dag ved at det er mange som vektlegger det å ha et godt miljø og at MK skal være en åpen og inkluderende klubb.

Nok en verdi som har kommet til etter opprykket er målrettethet, eller bevisstgjøring. I bevisstgjøringsprosessen er det også viktig å ha en profesjonell økonomisk styring og klare mål. Den profesjonelle kunnskapen og kompetansen som MK har opparbeidet seg, og blitt tilført, er det viktig å ta vare på og også bygge videre på. Dette er viktig på grunn av den sportslige satsingen som tilsier at MK skal være et lag i 1.divisjon. Derfor vil både ledelse, administrasjon, spillere og trenere være sentrale når det gjelder å arbeide videre med innføringen av en toppidrettskultur, for å kunne unngå et eventuelt nedrykk.

Diskusjonen om MKs verdier og verdiendring bidrar til å sette fokus på hva slags organisasjon klubben egentlig er. Før MKs opprykk til 1.divisjon var klubben preget av en løs organisering og en familieprofil. Dette er kjennetegn på en frivillig organisasjon der folk bidrar på grunn av at de ønsker det selv. I overgangen til en mer profesjonell styring blir organiseringen strammere og aktører med kompetanse, som har en profesjon, blir ansatt til å fylle stillinger som tidligere var drevet på frivillig grunnlag. I MK vises dette i at klubben de siste fem år har etablert en administrasjon som inkluderer personer som har kompetanse på ulike områder. Diskusjonen viser også at frivilligheten fremdeles er av stor betydning for klubben. Derfor har MK utviklet en hybrid organisasjonsform ved at elementer fra en frivillig og profesjonell organisasjon kombineres. Elementer fra den profesjonelle organisasjon som inkluderes i denne formen er for MK sin del rollespesialisering og formalisering som de viktigste. Fra den frivillige er elementer som fellesskap, miljø og dugnadsånd fremdeles viktige for klubbens praksis.

6.3.4 Balansegang mellom nye og gamle verdier

”(...)Og så har det endret seg på at alt dette har betydd at styrearbeidet er helt annerledes nå enn for fem år siden. Jeg skal ikke si at vi har et mer profesjonelt styre nå, men det er en forutsetning for å få det til å gå rundt. At profesjonaliteten til styret også er i takt med dette. Og det gjør jo selvfølgelig at noen føler det blir for mye bedrift, det blir for stort og alle kan i ikke delta i beslutninger lenger” Informant 17

Siden det blir en kombinasjon av verdier vil det også være sentralt å se hvordan disse verdiene balanserer hverandre og om det er felles enighet om dem. Et argument som taler mot en balansering av disse verdiene er fokuset på toppsatsingen og vinnerkulturen som fort kan ta overhånd over de frivillige verdiene. Når toppsatsingen svekker den sosialiseringfunksjonen som er en av idrettens mest sentrale verdier, bidrar dette til en svekking av denne balansen. Samtidig som kravet til en økende frivillighet bidrar til å skape en balansegang igjen. Denne balansegangen blir også opprettholdt gjennom den hybride organisasjonsformen. Selv om denne hybriditeten skaper en fin balansegang, er det ikke nødvendigvis ensbetydende med at det er en felles enighet om dem i klubben. Enkelte reagerer på de nye verdiene på grunn av at muligheten for innflytelse på avgjørelser er mindre enn tidligere. Noen understreker også at den økte profesjonaliseringen har tatt bort noe av det sosiale aspektet som var. Men samtidig har de fleste akseptert at det er klubbens ledelse som tar avgjørelsene. Selv om klubbens medlemmer har mulighet til å påvirke klubbens praksis gjennom årsmøte og

generalforsamling. Og siden hovedstyret, som er klubbens øverste organ drives på frivillig grunnlag vil styrets rolle fremdeles være å behandle saker og fatte vedtak og avgjørelser som hele klubben kan stå samlet om.

6.4 Verdiformidling i de sosiale feltene

6.4.1 Fotballfeltet

Som en følge av praksisen i fotballfeltet, utvikler klubben ny mening som kan bidra til en påvirkning av verdier. Praksisen i fotballfeltet kan påvirke verdien fotball til alle, vinnerkultur og miljø. Relasjonen med Mandal Videregående skole er forholdsvis ny og kan bidra til å underbygge MKs verdi om å tilby fotball til alle. I denne relasjonen er det uformelle retningslinjer som tilsier at valgfagstilbudet skal være åpent for alle. Dette er på grunn av at klubben ønsker å rekruttere lokale talenter både fra egne rekker og fra området rundt Mandal. Ved at denne relasjonen har oppstått og mest sannsynlig blir utviklet, fører dette til at flere elever kommer til Mandal i stedet for Kristiansand. Denne utviklingen kan også bidra til en forsterkning av det lokale nivået. Men gjennom en slik relasjon vil også verdien om vinnerkultur bli forsterket. Dette er på grunn av at det er felles enighet mellom aktørene om at begge parter ønsker å utvikle seg. Ved at skolen og klubben kan ta lærdom av hverandre på flere faglige områder, bidrar til at de kan utvikle ny handling og mening.

Det forekommer også en økende grad av profesjonalisering i fotballfeltet. I fotballfeltet blir MKs verdier påvirket ved innføring av klubbisens som stiller krav til mer profesjonalisering. De formelle retningslinjene som eksisterer i relasjonen med NFF kan bidra til å videreutvikle verdien vinnerkultur. De formelle retningslinjene skal gi uttrykk for at aktørene i denne relasjonen ser profesjonalitet som en overordnet standard for oppførsel. Relasjonen med NFF kan også ha en motvirkende kraft i forhold til verdien å tilby fotball til alle. Ved å stille krav til klubbisens bidrar denne relasjonen til mer profesjonalisering, noe som kan påvirke forholdet mellom bredde og topp i klubben. Profesjonalisering kan føre til at klubben blir mer opptatt av toppsatsingen og bidrar til å ekskludere de som ikke er talenter. Men relasjonen med NFF kan også påvirke verdien miljø og fellesskap. Utbyggingene som klubben må foreta blir gjort på dugnad. Dette fører til et økende press på den frivilligheten som er og det kan være vanskelig å få folk til å stille opp. Men i tillegg krever denne relasjonen at frivilligheten blir forsterket på grunn av manglende økonomiske ressurser. Og dette kan fungere som en miljøskapende faktor ved at flere har mulighet til å bidra i det frivillige arbeidet. Praksisen i

fotballfeltet bidrar til å påvirke MKs verdier, noe som og kan påvirke klubbens meningssystemer. Praksisen i feltet fører til at nasjonalt nivå kan bli dominerende for klubbens praksis.

6.4.2 Lokalsamfunnsfeltet

Praksisen i dette feltet er forankret på lokalt nivå. Dette kan føre til at lokale normer og verdier blir grunnleggende for feltets praksis. En av MKs viktigste aktører på det lokale nivået er kommunen. For at MK skal kunne fortsette toppsatsingen må klubblisens innvilges. Gjennom den rollen som kommunen har ved å være en økonomisk støttespiller bidrar den til å påvirke MKs vinnerkultur. Kommunen forventer at MK bruker lånet til utbygging, gjennom rolleforventninger som antyder en felles enighet om hva som er sømmelig oppførsel. Denne felles enigheten kan føre til en mer tydeliggjøring av klubbens praksis. Derfor blir det også viktig å ha klare oppgaver og mer formalisering av disse oppgavene på grunn av en strengere økonomisk styring. Gjennom denne satsingen på vinnerkulturen kan MK oppnå suksess. Denne suksessen bidrar også positivt på kommunens posisjon i lokalsamfunnet. Men det er ikke bare gjennom en påvirkning på verdien vinnerkultur, men også det å kunne tilby fotball til alle at kommunen fungerer som en økonomisk støttespiller gjennom fordeling av spillemidler. MKs økonomiske situasjon tilsier at klubben er avhengig av disse midlene og en kan på en måte si at denne relasjonen blir en forutsetning for at MK kan ha som mål å tilby fotball til alle og samtidig være en toppsatsende klubb.

I relasjonen mellom MK og andre lag og foreninger er verdien å tilby fotball til alle sentral. MK er en frivillig organisasjon som ønsker å favne om en stor gruppe mennesker. Men dette argumentet gjør seg også gjeldende overfor andre foreninger og lag i Mandal. De er i samme situasjon som MK og "konkurrerer" om de samme gruppene av mennesker. En slik "konkurransen" bidrar til at MKs mulighet til å kunne tilby fotball til alle blir svekket. Men den kan også bli styrket gjennom den form for samarbeid om tidspunkt for avvikling av de forskjellige aktiviteter som fungerer mellom MK og enkelte foreninger og lag. I disse samarbeidene vil det være normer og verdier for drift av en organisasjon som kan påvirke praksisen i denne relasjonen.

MK har satt som et av sine mål å være en åpen og inkluderende klubb. Dette gjelder overfor alle grupper av samfunnet og også deres egne. En interessant dimensjon i denne målsettingen er samarbeidet med Makrelstimen. Stimen fungerer som en støttefunksjon, men samarbeider

med klubben på anleggs – og arrangementssiden. Gjennom samarbeidet med Stimen bidrar MK til å forsterke verdien miljø. I denne relasjonen forekommer det uformelle retningslinjer som bidrar til å påvirke klubbens verdier og praksis. Selv om Stimen står som en uavhengig aktør er det likevel flere som er medlemmer i klubben. Stimen får i denne relasjonen mulighet til å utøve innflytelse på klubbens avgjørelser gjennom de uformelle retningslinjene som fungerer som normer for handling mellom aktørene. Dette kan bidra til at klubb og supportergruppe får en tettere relasjon og at Stimen gir MK god oppslutning i lokalsamfunnet. Men verdien miljø og denne relasjonen kan bli svekket ved at klubben i en økende toppsatsing kan ha lettere for å ta avgjørelser selv. Dermed vil Stimens inkludering bli mindre, noe som kan føre til et dårligere forhold mellom klubb og supportergruppe. Men selv om denne relasjonen blir svekket vil Stimen fremdeles gi MK god publisitet i lokalsamfunnet. Nok en faktor i denne relasjonen som er viktig å bemerke er at Stimen må kunne forene seg med MKs verdigrunnlag. Dette er avgjørende for den tette relasjonen mellom partene. Dersom Stimen ønsker å gå egne veier og ikke ønsker en forenlig praksis med klubben i forhold til dens verdier, kan dette bli mer en belastning enn en positiv funksjon. Eksempler på dette ser en i klubber hvor en større eller mindre del av hele supportergruppen bryter ut og støtter seg selv mer enn laget. Derfor blir det viktig ut fra denne diskusjonen å legge vekt på at det er viktig for Stimen og MK å kunne ha mange av de samme verdiene, og også kunne samarbeide for å utvikle dem. Dette må bli gjort gjennom felles legitimerede adferdsregler om hva som er passende oppførsel i denne relasjonen. Disse legitimerede reglene kan dermed fungere som felles normer og verdier som kan påvirke klubbens praksis.

6.4.3 Sponsorfelt

Dette feltet har blitt utvidet, og dette kan ha innvirkning på MKs verdier. MK ønsker å være en lokal klubb som inkluderer mange grupper mennesker, og sponsorene ønsker å identifisere seg med en lokal positivitetsfaktor. Men for mange sponsorer er det også viktig å få noe igjen for det de bidrar med. Derfor påvirker de MKs verdier ved å innføre en mer forettningsmessig tankegang. Gjennom en slik tankegang kan det produseres ny mening som kan føre til endring i adferdsregler. Dette er basert på at klubb og sponsor kjøper en tjeneste av hverandre. En slik tankegang har ført til at MKs praksis har blitt mer profesjonalisert, og har spesielt i dette feltet blitt tydeligere på rollespesialisering. Denne påvirkningen fra sponsorer kan bidra til å understøtte verdien om en vinnerkultur ved at det opprettes formelle retningslinjer som blir styrende for praksis. Disse formelle retningslinjene gir seg utslag i formalisering av sponsoravtaler. I relasjonen mellom klubb og sponsorer forekommer det også uformelle

retningslinjer i form av lojalitet. Men en kan stille spørsmål om en vinnerkultur kun kan være lokal. I og med at MK har mange lokale sponsorer så kan dette argumenteres for. Men dersom klubben er interessert i større økonomiske beløp må den bevege seg utover lokal skala. Gjennom en formalisering av sponsoravtaler kan det være lettere å inngå avtaler med andre sponsorer uavhengig av om de er lokale eller ikke.

6.5 Oppsummering

I dette kapitlet har fokuset vært rettet mot verdier og verdiendring, for å kunne besvare underproblemstilling 2 som dreier seg om hvilke verdier MK representerer.

I denne diskusjonen har det derfor vært viktig å se hvordan hendelsen sportslig suksess bidrar til å påvirke klubbens verdiformidling. Ut fra sportslig suksess har kravet om økt profesjonalisering gjort seg gjeldende, og har påvirket og endret mening og praksis i klubben. Dette bidrar til at klubbens strukturer blir påvirket av handling, men at de samtidig også påvirker den handling som skjer. Grunnen til dette er at gamle og nye meningssystemer for handling blir representert av personer i ulike kontekster. Disse gamle og nye systemene for handling kan bidra til en felles praksis, og som etter lengre tids innarbeiding kan føre til strukturell endring. Det som derimot denne diskusjonen viser er at selv om nye meninger og handling påvirker klubbens fundament, vil fortsatt mye av det gamle holdes ved like. Et eksempel på dette er et viktig funn som understreker at kravet til frivillighet øker i stedet for å bli presset ut, i overgangen fra frivillighet til økt profesjonalisering. Dermed skaper dette fokus på verdiendring på bakgrunn av sportslig suksess. Verdier som var viktigere før den sportslige suksessen inntraff var en løsere organisering og en familieprofil, og også det å kunne tilby fotball til alle. Etter opprykket har verdier som vinnerkultur og målrettethet kommet til. Men disse verdiene er ikke enerådende for klubbens praksis fordi verdier som å tilby fotball til alle, og også ha et åpent og inkluderende miljø fremdeles er sentrale for MK. Dette viser at det er en kombinasjon av nye og allerede etablerte verdier på grunn av klubbens hybride organisasjonsform. Denne organisasjonsformen viser også at det er en balansegang mellom disse verdiene, og at det til dels er felles enighet om dem innad i klubben.

I de sosiale feltene påvirker aktørene MKs verdier, og nye meningssystemer kan dermed utvikle ny praksis og mulighet for utvikling.

7 Analyse av forholdet mellom klubb og sted og mandalitters stedsidentitet

7.1 Innledning

I dette kapittelet vil jeg diskutere underproblemstilling 3. I første del av kapittelet vil jeg diskutere hvilken betydning markedsføringen klubben har fått som følge av sportslig suksess, har for stedet. En slik markedsføringsprosess kan virke både positivt og negativt på mandalitters stedsidentitet. Denne markedsføringen av stedet har også ført til en endring i engasjement. I andre del av kapittelet vil jeg diskutere hvordan klubbens verdiformidling påvirker engasjementet i lokalsamfunnet. I tredje del vil jeg diskutere klubbens verdiformidling i de sosiale feltene. Dette innebærer å fokusere på hvordan aktørene i de sosiale feltene identifiserer seg med eller mot klubbens verdier.

7.2 Markedsføring og engasjement på grunnlag av sportslig suksess

7.2.1 Markedsføring

”MK har på en helt snål måte satt byen på kartet. Det er rart det skal fotball til for å sette en by på et kart” Informant 7

MKs opprykk til 1.divisjon førte til et større engasjement rundt klubben. Publikumstallet på kampene økte og klubben var i nyhetsbildet. MK var en liten klubb fra en liten by som hadde klart det mange trodde var umulig, nemlig å rykke opp i 1. divisjon. Derfor fikk klubben status som en askeladd i norsk fotball, og fikk stor betydning for Mandal. Men en kan i dette tilfellet stille spørsmålet om hvorfor klubben har så stor betydning for stedet. En viktig faktor er den markedsføringseffekten klubben har på bakgrunn av den sportslige suksessen. Dette har ført til at MK har satt Mandal på kartet og at byen har fått en identitet.

Men det er også flere faktorer som bidrar til at MK har stor betydning for Mandal. Dette er faktorer som ikke er så opplagte, men som likevel har en stor markedsføringseffekt. For det første har MK bynavnet i klubbnavnet sitt. For det andre så bemerkes det fra enkelte av klubbens medlemmer at plutselig dukket Mandal opp på værkartet på NRK. Dette er faktorer som bidrar til at stedet blir at stedsnavnet blir kjent for flere.

Men selv om MK har hatt stor betydning for markedsføringen av Mandal, er det også noen som mener at klubben får for mye oppmerksomhet og at det ikke gir rom for andre aktiviteter på det idrettslige og kulturelle plan. Den delen av befolkningen i Mandal som ikke er interessert i MK kan føle det urettferdig at MK får så mye oppmerksomhet fremfor andre idrettsaktiviteter og kulturaktiviteter. I en liten by som Mandal opptar MK største delen av markedet for sponsorer og pengestøtte. Derfor kan det være vanskelig for andre foreninger og lag å få innpass hos sponsorer og økonomiske bidragsytere. Dette kan føre til frustrasjon på grunn av at klubben får så mye oppmerksomhet i media og av lokale aktører. Men et motargument til dette er markedsføringen av lag som ligger lenger nede i divisjonene og som aldri gjør seg bemerket. Å gjøre seg bemerket er nettopp det MK har gjort. Og det er også viktig å markedsføre et godt produkt, og det er i aller høyeste grad MK. Derfor understreker dette at MK har stor betydning for Mandal.

Den positiviteten og gratisreklamen som MK som 1.divisjonsklubb har vært gjenstand for, har nok også bidratt til at lokalbefolkningen i Mandal har blitt mer samlet. Fotballen har hatt en samlende funksjon og har skapt felles identitet på tvers av grenser og sosiale skiller. En slik samlende funksjon blir også understreket i MK ved at klubben fungerer som en samlingsmekanisme på tvers av tre skiller. For det første er det, ifølge en av klubbens medlemmer, skillet mellom industri og ikke industri. For det andre er det skillet mellom sommer og vinter. Dette skillet er ganske viktig å legge merke til siden sørlandsbyene har mye av sitt næringsgrunnlag gjennom turismen om sommeren, og har lite aktivitet om vinteren. Det tredje skillet går mellom religion og ikke religion. Dette er kulturelle og historiske skiller som går langt tilbake i tid og som også gjelder i dag, hvor MK har klart å bidra til en samlende funksjon på tvers av disse skillene.

Nok et viktig poeng i MKs samlende funksjon er at klubben har både en bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk betydning for Mandal. På det bedriftsøkonomiske plan fungerer MK som en mellomstor bedrift med lokale ringvirkninger og fungerer som en døråpner for andre bedrifter. På det samfunnsøkonomiske plan driver MK et meget stort barne – og ungdomsarbeid, som er en del av MK – kulturen. Mye på grunn av dette har MK en identitetsskapende effekt for Mandal og MK blir en fellesnevner for byen. Klubben har et stort medlemstall som innbefatter mange aldersnivå. Dette viser at klubben kan bidra til å påvirke mandalitters stedsidentitet både gjennom arbeidet i breddeavdelingen og

toppavdelingen. Selv om det er topplaget som betyr mest for byen utad, så har også breddeavdelingen en vel så samlende effekt som toppavdelingen.

Men fotballens samlende funksjon trenger ikke å være lokal. Dette er Valentines (2001) betegnelse "lokalsamfunn uten nærhet" et godt eksempel på. Gjennom fanklubber og kommunikasjon på Internet har folk et fellesskap uten geografiske grenser, men samles gjennom en felles interesse.

7.2.2 Engasjement

"Idretten betyr mye for folket, det har noe med identitet å gjøre. Ofte identifiserer folk seg med idrettslige prestasjoner. Og jeg tror MK sin suksess og fremtog i norsk fotball har betydd mye for Mandal. Det er et stort engasjement som er med og bygger opp identiteten til Mandal" Informant 6

Men det er ikke bare markedsføringseffekter som er av betydning for byen. Da MK rykket opp til 1.divisjon bidro klubben til å skape en positivitet som var av stor betydning for Mandal. Denne positiviteten ble en motvekt til den negative Jantelov – tankegangen som nok til dels har vært ganske fremtredende i byen. Denne positiviteten ble et bilde på at det var mulig å skape et godt resultat ut av få ressurser, og det var mange som ønsket å ta del i denne positivitetsprosessen.

MKs betydning for Mandal er også basert på stolthet. En slik stolthetsfølelse er ikke basert på interesse, men på positive prestasjoner som fremkaller patriotisme. Denne patriotismen er årsak til at følelsen av å kunne hevde seg og kunne skape noe blir fremtredende. Dette gjelder særskilt på grunn av kommunens presentasjon av statistiske rapporter som viste et høyt narkotikaforbruk, mange uføretrygdede og flere andre dårlige forhold. Disse rapportene understreket de negative forhold som var gjeldende i byen. Derfor bidro MKs sportslige suksess til å skape et mer positivt bilde. Som en del av den negative fremstillingen i rapportene fra kommunen var også Jantelov - tankegangen fremtredende. MK klarte å motarbeide denne tankegangen ved å skape noe som andre trodde og mente var umulig. Denne satsingen og positiviteten som MK har skapt kommer også av det askeladdstempleet som klubben har fått i norsk fotball. Dette stempleet som askeladd som MK har hatt de siste to til tre år appellerer også til den norske historien og representerer noe som er gjenkjennelig

for mange. Det er en liten klubb med lite ressurser, men med stor entusiasme og et stort engasjement.

Denne endringen fra negativ til positiv tenkning bidrar også til en endring i stedsidentitet. Rose (1995) hevder at det er mest nærliggende å identifisere seg med sitt hjemsted. Men en kan også identifisere seg mot det. De statistiske rapportene fra kommunen bidro til at flere identifiserte seg mot stedet. Dette er på grunn av negative faktorer som bidro til en negativ opplevelse av stedet. Men MK skapte derimot en positivitet som bidro til en endring i stedsidentitet. Det negative ble av flere erstattet med den positive følelsen av å få til noe, og bidro dermed til at flere identifiserte seg med stedet.

Men et meget viktig poeng er at engasjementet som var stort det første året klubben rykket opp i 1.divisjon, har blitt mindre. Selv om det fremdeles ble opprettholdt da klubben rykket ned for så å rykke opp igjen. Klubben fikk også uventet ”drahjelp” av Vålerengainvestor Øystein Stray Spetalen som uttrykte store misnøye da Vålerenga rykket ned ved å konstatere:

”Nå er varen levert, den heter 1.divisjon og Mandalskameratene.”

Denne kommentaren bidro til å skape et stort engasjement rundt MK. Dermed kan en stille seg spørsmålet om hvorfor dette engasjementet forsvinner så fort. En faktor er publikumstill på kampene, som har hatt en viss nedgang. Grunnen til en slik nedgang er dem som var medgangssupportere da klubben rykket opp. Disse medgangssupporterne engasjerte seg da klubben var i nyhetsbildet og fikk mye oppmerksomhet, men forsvant da klubben måtte tilpasse seg det å være en toppklubb og at resultatene uteble. Dette er et velkjent fenomen i fotball hvor engasjement ofte er rettet mot prestasjoner og det å vinne. En slik form for engasjement kan tilsvare det Gammelsæther og Ohr (2002) betegner som at fotballen blir en opplevelse fremfor et livslangt identitetsprosjekt. For disse supporterne er det selve kampen og resultatet som er viktig, og ikke de verdier som klubben står for. På bakgrunn av dette kan det også hevdes at deres stedsidentitet ikke blir påvirket av MK. Dette er på grunn av det opplevelsesaspektet som er viktig for dem. Men det kan også innvendes at disse positive opplevelsene kan bidra til at de skaper en positiv opplevelse av stedet. De som identifiserer seg med klubben har et engasjement uansett resultater og prestasjoner. For dem vil det være sentralt hvordan de kan identifisere seg med klubben. Klubben vil være en del av hverdagen for mange og samtidig være en naturlig faktor for deres stedsidentitet.

7.3 MKs verdiformidling i lokalsamfunnet

MK har stor markedsføringsbetydning for Mandal, men i denne forbindelse må en også stille spørsmålet om mandalitter skaper sin stedsidentitet ut fra MKs sportslige suksess eller på grunn av at klubben er en lokal verdiformidlende organisasjon. Selv om fotballen har stor betydning flere steder, er det andre faktorer som natur- og fritidsaktiviteter, velferdstilbud og utdanningstilbud som og kan bidra til at mennesker skaper identitet med eller mot steder.

For å kunne påvirke mandalitters stedsidentitet er det viktig for klubben å markedsføre seg lokalt. Men det er også viktig å legge merke til at markedsføringsprosessen har fått et større nedslagsfelt. Selv om MK blir fremstilt som et lokalt Mandalslag innbefatter denne oppfattelsen også en mye større utstrekning, særlig mot vest. Dette er på grunn av at klubben i dag ønsker å ha et sterkere forhold til den vestlige delen av Vest-Agder.

”Og det vil si at vi har så sterke bånd inn mot kommunene vest i Vest-Agder at etter hvert som MK har klatret i divisjonene så har den geografiske grensen utvidet seg” Informant 2

Dette utsagnet viser at MK ønsker å rekruttere lokale og regionale spillere, noe som kan føre til at klubben får større oppslutning i lokalsamfunnet. Denne lokale markedsføringen gjelder ikke bare i spillerrekruttering og relasjoner med andre aktører, men i lokalsamfunnet generelt. Derfor er det viktig for MK å selv gjøre seg synlige i lokalsamfunnet.

I enkelte klubber er resultater og prestasjoner viktigere enn lokal tilhørighet. Enkelte i MK mener at en lokal profil ikke er nødvendig for klubben. Dette begrunnes med at klubben ikke er i stand til å ha et topplag som kun består av lokale spillere. I dette tilfellet er resultater og prestasjoner viktigere enn det lokale aspektet, og klubben vil dermed ha behov for bedre spillere som ikke er lokale. Men det understrekes at det er viktig å ha flere lokale spillere i kombinasjon med etablerte for at mandalitter kan skape en identitet til klubben.

I norsk fotball har alltid klubbenes geografiske nedslagsfelt vært viktige. I og med at fotballen er en global og verdensomspennende idrett blir behovet for å høre til et sted sentralt for mange fotballklubber. En kan spørre seg om dette også gjelder MK i forhold til Mandal. Denne tilhørigheten tilsvarer det Gammelsæther og Ohr (2002) legger i begrepet ”glokalisering.” For MK er det viktig å ha en lokal tilhørighet. Dette kan også bidra til å

styrke mandalitters stedsidentitet. Ved at de identifiserer seg med klubben fører dette også til at de identifiserer seg med hjemstedet sitt. Men selv om klubben har en lokal tilhørighet trenger dette ikke å være ensbetydende med at personer identifiserer seg med klubben. Hvis klubben har mange lokale spillere, men oppnår dårlige resultater kan dette føre til at lokalbefolkningen identifiserer seg mot klubben. Hvis den derimot består av lite lokale spillere, men oppnår gode resultater kan folk identifisere seg med klubben.

I mange år har lokaloppgjørene i norsk fotball vært meget populære, og da MK og Start lå i 1.divisjon ble dette oppgjøret sett på som ett av de mest interessante lokaloppgjør i Norge.

Det er to klubber som har en geografisk avstand på fire mil og det er masse følelser og en sterk identitet i disse oppgjørene. I slike lokaloppgjør blir Roses (1995) distinksjon om identifisering mot et sted sentral i dette tilfellet. Det å være fra Mandal betyr mye når det spilles mot Start, og dermed utvikler man en identitet mot stedet ut fra sitt eget sted. Det vakte stor interesse at MK klarte å ta opp konkurransen med Start i engasjement og MKs seirer over Start sesongen 2003 er for mange i MK et av klubbens største øyeblikk i historien.

Et annet viktig poeng er også at MK har en stor betydning for vestdelen av Vest – Agder. MK ønsker å være flaggskipet vest i Vest – Agder, og da klubben kom opp i 1.divisjon følte denne delen av fylket større eierandel i MK enn i Start. Dette er også mye på grunn av at MK har spillere fra Lyngdal, Flekkefjord og Fedal.

På tross av den sportslige suksessen som klubben har oppnådd er det viktig å understreke at det ikke kun er resultatene som skaper identitet med eller mot klubben. Klubben som frivillig organisasjon bidrar til å skape stedsidentitet gjennom sine verdier om å være åpen og inkluderende, og å kunne tilby fotball til alle. For mange i lokalsamfunnet er disse verdiene sentrale for at de skal identifisere seg med klubben. For dem er det viktig å være en del av et miljø og høre til et sted. Noen av dem som involverer seg i klubben er ikke så interessert i fotball, men er med i MK fordi det betyr mye for dem. Selv om interessen for fotball ikke er så stor, så er identiteten med byen gjennom de prestasjoner MK gjør ofte større. Det er miljøet, positiviteten og identiteten til klubben, og ikke fotballen i seg selv, som er årsaken til at de ønsker å engasjere seg i MK. Derfor kan MKs åpne og inkluderende miljø bidra til å påvirke mandalitters stedsidentitet og også bevare den MK – kulturen som er viktig for mange. Dette er en faktor som bidrar til at de skaper en positiv opplevelse av stedet. Men når MK som frivillig organisasjon får et økende behov for en mer profesjonell styring og

verdiendring, kan dette føre til at miljøet blir svekket. På grunnlag av dette kan personer endre sin identitet til klubben og oppleve stedet på en annen måte.

I overgangen fra frivillighet til profesjonalisering har klubbens verdigrunnlag blitt utfordret og endret. Personer fra ulike kontekster og som representerer ulike meninger blir forent i en organisasjon og bidrar til å endre klubbens praksis. I MK merkes dette særskilt på ønsket om å innføre en toppidrettskultur, vinnerkultur, i klubben. Dette har ført til et mer bevisst skille mellom bredde og topp, og påvirkning på verdien om å tilby fotball til alle. En slik påvirkning kan føre til at folk identifiserer seg mot klubben.

Selv om klubben har opplevd en økende grad av profesjonalitet har den gjennom sin hybride organisasjonsform bevart mye av frivilligheten. Dette understreket et viktig funn i foregående kapittel at kravet til frivillighet blir økt fremfor at frivillighet blir presset ut. Derfor kan klubben bidra til å opprettholde det gode miljøet. Men gjennom økt krav til frivillighet kan det frivillige arbeidet mer bli en belastning enn en glede for mange. Denne belastningen kan føre til at folk identifiserer seg mot klubben og trekker seg ut. Men mange av klubbens medlemmer understreker at de ønsker å bidra med frivillig arbeid for å kunne være en del av miljøet i klubben.

En meget interessant problemstilling når det gjelder stedsidentitet baserer seg på om breddefotballen skaper en like sterk stedsidentitet som a – lagets resultater og innføringen av en toppidrettskultur i klubben. MKer en stor klubb, i norsk målestokk, i forhold til breddesatsingen, men en liten klubb i toppsatsingen. Det mest nærliggende ville være å anta at folks identitet med eller mot klubben skapes med resultatene i toppsatsingen. Men MK driver et meget stort barne – og ungdomsarbeid, som også er viktig for klubben sin del. Hvis dette arbeidet forsvinner, vil også mye av MKs kultur forsvinne. Det bidrar til at mandalitters identitet til klubben kan bli svekket, og opplevelsen av stedet blir mindre positiv enn tidligere. Mange av klubbens voksne medlemmer og supportere har barn som spiller fotball på de aldersbestemte lagene. Derfor er det viktig å ikke miste den dimensjonen som breddefotballen utgjør ved å kunne tilby fotball til alle. Hvis de unge i klubben mister muligheten til å være med på grunn av økt toppsatsing, så mister klubben mye av sin lokale tilhørighet.

I overgangen fra frivillighet til økende profesjonalisering har det vært et sentralt poeng for MK å innføre en toppidrettskultur også på administrativ side. Selv om det har vært viktig for MK å ansette lokale personer med kjennskap til MK i begynnelsen av toppsatsingen, har

klubben nå foretatt en rollespesialisering i forhold til spillerutvikler og markedssjef. Denne spesialiseringen tilsier at kompetansen for å kunne bli ansatt i denne stillingen ikke trenger å være lokalt forankret. En slik rollespesialisering krever kompetanse på området og kan bidra til utvikling i klubben. Stedsidentiteten til dem som er ansatt for å fylle en stilling vil ikke være like sterk som hos en lokalt ansatt. I følge Rose (1995) er en av distinksjonene at man verken identifiserer seg med eller mot stedet. Dette kan være på grunn av at man er ansatt i en jobb, og ikke har noe forhold til stedet.

Selv om en stor del av lokalbefolkningen i Mandal har en identitet til klubben, er det likevel vanskelig å få tilskuere på kamper. For å kunne øke antall publikum på kampene er det også viktig å se hvilken ramme klubben foretrekker å ha på kamparrangementer og om fotballen skal fungere som et produkt eller identitetskaper (Gammelsæther og Ohr, 2002). Ut i fra dette blir det viktig at MK har et produkt som kan friste folk til å komme på kamp. Men spørsmålet blir da hvordan dette produktet skal være og hvem dette produktet skal appellere til. For dem som går på kamp en sjelden gang vil det nok være viktig å kunne tilby et godt produkt, som gjør at de kommer igjen flere ganger. De som derimot har en sterk identitet til klubben kommer alltid på kamp. De er ikke så opptatt av det produktet og rammen rundt som tilbys, men heller klubbens fotballmessige prestasjoner. I en produktutvikling av fotballen, som skjer i dag, er det viktig for klubben å få flest mulig på kamp. Men en slik utvikling hvor fotballen som vare i mange tilfeller blir viktigere enn selve kampen i seg selv, er det viktig å ivareta alle tilskueres interesser. En annen viktig faktor for opprettholdelse av engasjementet er Makrelstimen. De fungerer som klubbens ansikt utad og kan dermed bidra til å få flere folk på kampene.

7.4 Mandalitters stedsidentitet gjennom klubbens praksis i sosiale felt

Hvordan aktører identifiserer seg med MKs verdier og hvordan det påvirker MKs rolle som produsent av stedsidentitet.

7.4.1 Fotballfelt

Praksisen i dette feltet tilsier at samarbeid bidrar til at aktørene identifiserer seg med klubbens verdier som toppklubb. MK har alltid ønsket å bli assosiert med det lokale og dermed få en lokal identitet. Når det gjelder spillerrekruttering så kan dette fremstilles på to måter. MK ønsker å rekruttere lokalt og regionalt, og det er derfor naturlig med et samarbeid. Men dersom klubben ønsker å rekruttere utenfor regionen, kan samarbeidet med de regionale

klubbene bli svekket. I dette samarbeidet har klubbene et felles formål om utvikling og utveksling av spillere og kompetanse. Derfor identifiserer klubbene seg med MKs verdi om en vinnerkultur som er basert på toppsatsingen i klubben. Dette kan også føre til at opplevelsen av stedet blir forsterket i og med at den lokale og regionale fotballen utvikles.

I relasjonen mellom MK og NFF er det rimelig å hevde at NFF identifiserer seg med MKs verdi om målrettethet eller bevisstgjøring. Dette er basert på de formelle retningslinjene i som ligger til grunn i kravene om klubbisens. Begge parter har dermed et felles formål om økonomisk balanse i forhold til klubbisens. Men det er ikke felles enighet om disse kravene. Denne relasjonen kan både styrke og svekke MKs rolle som produsent av stedsidentitet. Gjennom disse kravene til klubbisens kan MK fokusere mer på toppsatsingen, noe som kan bety at det lokale nivå svekkes. Men på grunnlag av en slik toppsatsing kan også det lokale nivå bli styrket. Dette er på grunn av at folk ønsker å identifisere seg med en suksessrik klubb. Dette kan da bidra til at MKs rolle som produsent av stedsidentitet blir styrket.

Kretsen ønsker å bruke MKs kompetanse som toppklubb og identifiserer seg med verdien vinnerkultur. Dette kan bidra til å styrke samarbeidet og utvikle fotballen. Formålet i denne relasjonen er sportslig utvikling som kan bidra til en sterkere identitet for fotballen i Agderfylkene. Men for at fotballens posisjon og identitet i Agderfylkene skal opprettholdes er det også viktig at kretsen kan identifisere seg med verdien om å tilby fotball til alle, og også kunne bruke MKs kunnskap på dette området.

Mandal videregående skole identifiserer seg med verdien vinnerkultur. Derfor har de innledet dette samarbeidet med klubben. Men en interessant dimensjon kan være påvirkning på verdien om å tilby fotball til alle. Gjennom å gi talentene ekstra mulighet til utvikling kan denne verdien bli svekket. Men i og med at det er et valgfagstilbud er det mulighet for alle å være med. En satsing på lokale skoler kan bidra til å styrke den lokale identiteten.

7.4.2 Lokalsamfunnsfelt

Kommunen identifiserer seg med klubbens verdier både på topp og bredde. Dette skjer gjennom formelle retningslinjer i relasjonene angående lån og spillemidler. Denne relasjonen kan føre til utvikling for begge parter ved at klubben har mulighet til å tilby fotball til alle. Kommunen derimot opplever å få en positiv publisitet gjennom MK. Dette kan føre til at klubben som produsent av stedsidentitet kan bli styrket.

Makrelstimen identifiserer seg med både verdiene vinnerkultur og et åpent og inkluderende miljø. Gjennom en identifisering med vinnerkultur skal Stimen fungere som klubbens ansikt utad og fungere som en god støttespiller for klubben i kampsituasjoner. Ved at Stimen fremstiller klubben utad på en positiv måte kan bidra til økt stedsidentitet. Men for Stimen er det også viktig at klubben har et åpent og inkluderende miljø. Ved at flere kan samles i et fellesskap bidrar også til en positivitet både innad i klubben og utad i lokalsamfunnet. Dette kan føre til at klubben blir en viktig faktor for mandalitters stedsidentitet. Denne stedsidentiteten kan nok også gjøre seg gjeldende for andre lag og foreninger som ser MK som en naturlig del av lokalsamfunnet.

7.4.3 Sponsorfelt

MK er et topplag samtidig som den er en stor breddeklubb. Men et sentralt spørsmål vil være om klubben ville hatt like stor betydning for Mandal om den ikke hadde vært et topplag. På den ene siden så er den reklamen og publisiteten MK får gjennom å spille i 1.divisjon meget positivt for klubb og by. Hvis MK kun hadde vært en breddeklubb ville sannsynligvis det meste av denne reklamen og publisiteten vært borte. Dermed ville det heller ikke skjedd en endring i praksis i sponsorfeltet i form av økt profesjonalisering. Dette ville også ført til at MKs sponsormasse ville vært mindre. Men gjennom praksisen i feltet vil det lokale nivået bli styrket, da særskilt gjennom B2B – nettverket. Eksponeringen gjennom dette nettverket fører til utvikling både for klubb og sponsorer og også klubbens lokale identitet. For mange sponsorer er den positiviteten som MK har skapt en av hovedårsakene til at de ønsker å sponse MK.

7.4 Oppsummering

I dette kapitlet har jeg diskutert underproblemstilling 3 som fokuserer på stedsbetydning og stedsidentitet. På bakgrunn av hendelsen sportslig suksess har MK hatt en stor markedsføringseffekt for Mandal. Sportslig suksess har ført til mer positivitet som bidro til at flere identifiserer seg med klubben, og får en positiv opplevelse av stedet. Engasjementet har og vært veldig viktig for både klubben og byen.

I kapitlets andre del, 7.3., som omhandler MKs verdiformidling i lokalsamfunnet viser diskusjonen at det er flere faktorer som bidrar til å påvirke mandalitters stedsidentitet, som at breddefotballen skaper en like sterk stedsidentitet som a – lagets resultater og innføring en av en toppidrettskultur i klubben, og også at det lokale nivået er viktig.

Siste del av kapittelet viser at den praksisen som blir utøvet i de sosiale feltene er av betydning for mandalitters stedsidentitet. Dette er ikke minst på grunn av at mange av klubbens aktører er lokale og dermed ønsker lokalt samarbeid.

Ut fra diskusjonen i kapittelet så viser det seg at MK er av stor betydning for Mandal som by og klubben har betyr også mye for mandalitters stedsidentitet. Disse punktene bidrar til å besvare underproblemstilling 3. Dette understrekes med at klubben ikke har mulighet til å opprettholde driften uten en lokal ramme. Økt krav til frivillighet bidrar til å understøtte verdien om et åpent og inkluderende miljø i klubben. Dette fører til at folk identifiserer seg med klubben og får en positiv opplevelse av stedet.

I avslutningskapittelet vil jeg oppsummere oppgaven blant annet ved å diskutere de tre underproblemstillingene mot hovedproblemstillingen for å kunne oppsummere og trekke en eller flere konklusjoner.

8 Oppsummering og konklusjon

I denne masteroppgaven har jeg studert temaet fotball og lokal forankring. Målsettingen har vært å kunne koble praksis i felt, verdiendringer og stedsidentitet for å kunne konkludere om MKs lokale forankring har blitt styrket eller svekket.

Derfor har jeg formulert følgende hovedproblemstilling:

Hva kjennetegner den lokale forankringen til MK, og hvordan har denne endret seg de siste ti år?

Denne har blitt diskutert ved hjelp av følgende underproblemstillinger:

Underproblemstilling 1: Hvilke aktører er tiknyttet MK, og hvilke sosiale felt inngår klubben i?

Underproblemstilling 2: Hvordan har MKs verdier endret seg de siste ti årene?

Underproblemstilling 3: Hva betyr klubben for stedet og mandalitters stedsidentitet?

I kapittel 2 har det blitt presentert et teoretisk rammeverk for mine problemstillinger som skal bidra til å belyse temaet fotball og lokal forankring. I dette rammeverket har Giddens struktureringsteori fungert som generelt rammeverk for problemstillinger for å kunne belyse hvordan individer tenker, tolker og handler ulikt og gjennom dette skaper ny praksis som kan føre til strukturell endring.

For å kunne analysere slik strukturell praksis på et mer konkret nivå har det blitt anvendt teori om sosiale felt, verdier, idretten og frivillige organisasjoner og fotballen som produkt eller identitet. Disse verdiene har gitt uttrykk for endring og teori om stedsidentitet har blitt presentert for å kunne analysere menneskers opplevelse av sted.

Dermed har et slikt teoretisk rammeverk bidratt til å koble en utvikling av klubbens relasjoner med klubbens praksis i sosiale felt gjennom hendelsen sportslig suksess til en utfordring eller endring av verdigrunnlag, og også endring av strukturer, til hvordan mandalitter knytter klubben til sin stedsforståelse og – identitet.

I kapittel 3 har jeg presentert de analytiske og metodiske redskaper som er nødvendige for å gjennomføre en studie av fotball og lokal forankring. Dette innebar å bruke casestudiet som et analytisk verktøy innen den kvalitative metodetilnærming. Caset har fungert på en fruktbar

måte for å avgrense temaet og samtidig ha mulighet til å generalisere innen den aktuelle kontekst. Metodiske redskaper som har blitt brukt til å samle inn data er deltakende observasjoner, intervjuer, og tolkning av hendelser.

I kapittel 4 har det vært foretatt en presentasjon av feltområde. Derfor er det blitt foretatt en presentasjon av Mandal og MK både innen en historisk og nåtidig kontekst.

I kapittel fem har jeg kommet frem til at det på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess har forekommet endringer i MKs relasjoner. Jeg vil konkludere underproblemstilling¹ med at aktører på ulike nivåer, fra det nasjonale til det lokale, er tiknyttet MK. Disse aktørene danner grunnlaget for de tre sosiale feltene: fotballfeltet, lokalsamfunnsfeltet og sponsorfeltet. Praksisen i disse feltene har blitt endret de siste ti år på bakgrunn av hendelsen sportslig suksess. Likevel fører ikke disse endringene til et klart svar på hvilket felt som er dominerende for klubbens praksis. Men ut fra diskusjonen i analysen går det frem at praksisen i fotballfeltet blir dominerende for klubbens muligheter for utvikling.

I kapittel 6 har jeg kommet fram til at klubbens sportslige suksess har ført til en verdiendring. Dette er på grunnlag av at klubben har et økt behov for profesjonalisering. Gjennom en slik prosess har det kommet inn nye aktører som tilfører klubben kompetanse på ulike områder, og som produserer ny handling og mening. Men det finner ikke sted en fullstendig endring i verdigrunnlag på grunn av at MK har en hybrid organisasjonsform. En slik organisasjonsform fører med seg elementer fra den frivillige organisasjon og den moderne organisasjon. Dette bidrar til at flere av klubbens verdier før opprykket blir bevart sammen med utviklingen av nye verdier. Et meget viktig funn er at det stilles et økt krav til frivillighet og dermed at den ikke presses ut.

I kapittel 7 har jeg funnet at sportslig suksess førte til mer positivitet, og som bidro til at flere identifiserte seg med klubben. Dette skyldes at krav om frivillighet skaper et åpent og inkluderende miljø som bidrar til at folk identifiserer seg med klubben.

Den verdiendring som har skjedd i klubben er influert av samhandlingen mellom aktørene i de sosiale feltene. En vanlig antagelse ville være å anta at en verdiendring kan føre til store omveltninger og en økt fokusering mot nasjonalt nivå. Dette har til dels skjedd i MK, og har også ført til endring i stedsidentitet. Men i kraft av at klubben representerer en hybrid

organisasjonsform så fører det til en balansering i verdier. Det sentrale er da at både nye og allerede etablerte verdier bidrar til å styrke MKs rolle som produsent av stedsidentitet. På grunn av positiviteten som er en følge av den sportslige suksessen som MK har oppnådd, identifiserer mandalitter seg mer med klubben. Og også det økte kravet til frivillighet som bidrar til en opprettholdelse av et åpent og inkluderende miljø, fører til at mandalitter identifiserer seg med MK, og at MKs rolle som produsent av stedsidentitet blir styrket. På bakgrunn av dette har jeg kommet frem til at MKs rolle som produsent av stedsidentitet har blitt styrket de siste ti år og dermed at klubbens lokale forankring har blitt styrket.

Da jeg gjennomførte feltarbeid og i ettertid tolket data, lå MK i 1.divisjon. Situasjonen for klubben er i dag blitt endret i og med at MK rykket ned til 2.divisjon i høst. Den største endringen klubben vil merke er at publisiteten vil bli mindre. Men dette behøver ikke å være ensbetydende med at støtten fra lokalsamfunnet og aktørene i de sosiale feltene faller bort. Derimot tror jeg at klubbens lokale forankring kan opprettholdes og styrkes. Selv om nedrykket vil føre til at klubben mister en del spillere og de økonomiske ressurser blir mindre, har klubben et fundament som tilsier at de kan gjenoppta den toppsatsingen som har vært. Aktører rundt klubben og lokalbefolkningen vet hva MK har prestert, og vil nok fortsette å støtte opp om laget. Flere sponsorer som ønsket å trekke seg ut etter sesongen har sagt ja til å bidra videre for å få MK opp i 1.divisjon igjen. Den positivitet som klubben har skapt og det engasjementet som er rundt klubben, tror jeg ikke blir forkastet kun på grunn av et nedrykk. Hvis MK opprettholder samarbeidene med aktørene i de sosiale feltene og utvikler en klar og felles praksis og også klare målsettinger, vil det nok ikke gå lang tid før de er i 1.divisjon igjen.

I dette caset har fotballens utvikling blitt et eksempel på hvordan økonomiske og sosiale aktører samhandler og utvikler ny handling og mening som kan bidra til en endring i etablerte strukturer. Caset viser at klubben er tilpasningsdyktig overfor de endringer den er utsatt for. Dersom noe skulle vært annerledes kunne det vært en annen fokusering i forhold til tema og problemstilling. Et eksempel er blant annet den sterke mediefokuseringen i fotballen, og hvordan en omstilling hadde fungert i forhold til en nasjonal dekning.

Mitt tema og mine problemstillinger har ledet fram til en konklusjon. Derimot må det understrekes at denne konklusjonen jeg har kommet frem til, kun er representativ for eget

case. Den er basert på egen tolkning av empirisk materiale, og kan dermed innlede til alternative tolkninger og konklusjoner.

9 Referanseliste

Bøker:

Andersen, S. (1997) *Case- studier og generalisering. Forskningsstrategi og design*. Fagbokforlaget. Bergen

Aase, T,H. (1997) *En status som passer for meg? Deltakende observasjon i Pakistan i Fossåskaret*, E., Fuglestad, O,L, og Aase, T, H. *Metodisk feltarbeid. Produksjon og tolkning av kvalitative data*. Universitetsforlaget. Oslo

Berg, N.G. og Dale, B.(2004) *Sted - begreper og teorier* i Berg, N.G., Dale, B., Lysgård, H.K., Løfgren, A.: *Mennesker, steder og regionale endringer*, Tapir Akademisk Forlag, 2004

Dale, B. (1993) *En kort introduksjon til Anthony Giddens struktureringsteori*. Rev (utg). Arbeider fra geografisk institutt. Universitetet i Trondheim. Ny serie C, undervisningskompendier og tekniske notater; ” Forelesningsnotat 1993. Trondheim 2001.

Dunn, K. (2000) *Interviewing* i Hay, I (ed): *Qualitative research methods in human geography*. Oxford University Press.

Fløysand, A.(2004) *Omstilling i norsk fiskeindustri* i Lindkvist, K, B(red): *Ressurser og omstilling – et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge*. Fagbokforlaget. Bergen.

Fløysand, A.(1996) *Teknologi og kontekst. En samfunnsgeografisk tilnærming i studier av teknologioverføring med eksempler fra Peru*. Avhandling for dr.polit.- graden. Institutt for geografi. Norges Handelshøyskole og Universitetet i Bergen.

Fløysand, A.(1999) *A theoretical framework for how to approach globalization and social practice*. Geografi I Bergen. Meddelelser fra institutt for geografi nr.231.

Fløysand, A.(1997) *Hvordan kan kultur integreres i geografiske analyser av regional og lokal endring?* Geografi i Bergen. Serie A: Meddelelser fra institutt for geografi 218 (Institutt for Geografi, Norges Handelshøyskole og Universitetet i Bergen. Bergen

<http://www.nhh.no/geo>

Fossåskaret, E., Fuglestad, O. L. og Aase, T.H. (red) (1997) *Metodisk feltarbeid. Produksjon og tolkning av kvalitative data*. Universitetsforlaget, Oslo.

Gammelsæther, H. og Ohr, F. (2002) *Kampen uten ball. Om penger, ledelse og identitet i norsk fotball*. Abstrakt forlag. Oslo

Hansen, J. C. og Selstad, T. (1999) *Regional omstilling – strukturbestemt eller styrbar?* Universitetsforlaget. Oslo

Hatch, M. J.(1997) *Organisasjonsteori. Moderne, symbolske og postmoderne perspektiver*. Abstrakt Forlag. Oslo

Hay, I. (2003) *Qualitative research methods in human geography*. Oxford University Press.

Holmer Hoven, E. (1937) *Mandalskameratene gjennom 25 år*. Salvesen og co.s aksidenstrykkeri. Mandal

Holmer Hoven, E.(1946) *Slik var vår barndoms hvite by. Mandal i gamle dager*. J.W. Cappelens Forlag, Oslo.

Idrett, samfunn og frivillig organisering. Programnotat. Fullstendig

<http://web.bi.no/forskning/isforg.nsf/62af2dc31b641632c12566f30039282c/6527a94af58..>

Jakobsen , S.E. (2004) Virker virkemidlene? I Lindkvist , K.B(red.) Ressurser og omstilling- et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge.

Jakobsen, S.E.(2004) *Ressurser, ledelse og regional forankring. Økte pengestrømmer og endret organisering av norske toppklubber*. Prosjektsamarbeid mellom SNF/NHH og Møreforskning/Høgskolen i Molde.

Jakobsen, S.E, Gammelsæther, H, Fløysand, A og Nese, G,(2005) *The transformation of organisational structures in Norwegian top football clubs (A bureaucratic or an organic form of organising?)*. Paper prepared for NEON-dagene Bergen 17 – 18 nov.

Loland, S (1998) *Toppidrett som underholdning – om lek, alvor og moral* i Loland, S Toppidrettens pris. Universitetsforlaget.

<http://www.gyldendal.no/sporten/html/fagartikler/toppidrett.html>

MKspiller as. *Aksjer i bevegelse*

Martinussen, W.(2001) *Samfunnsliv. Innføring i sosiologiske tenkemåter*. Universitetsforlaget. Oslo

Repstad, P.(1998) *Mellom nærhet og distanse*. Universitetsforlaget. Oslo.

Ringdal, K. (2001) *Enhet og mangfold. Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Fagbokforlaget.

Rose, G (1995) *Place and identity: a sense of place* i Massey, D. and Jess, P.: *A place in the world*, Oxford University Press, 1995.

Selle, P.(1996) *Frivillige organisasjoner i nye omgjevnader*, Alma Mater Forlag,

Selle, P. og Øymyr, B (1995) *Frivillig organisering og demokrati - det frivillige organisasjonssamfunnet endrer seg 1940-1990*, Det Norske Samlaget

Simsø, R (2005) *Minner om maktmisbruk*

<https://webmail.uib.no/horde/imp/view.php?thismailbox=INBOX&index=415&id=2>

Thortveit, L, A: *Trade and industry in the city of Mandal. Historical background and the present situation*. A presentation for the honourable prime minister of Tanzania. 2005.

Valentine, G. (2001) *Social geographies. Space and society*. Prentice Hall.

Wiborg, A.(2003) *Den flertydige lokale tilhørighet* i Thuen, T.(red): Sted og tilhørighet. Høyskoleforlaget.

Wollebæk, D, Selle, P, og Lorentzen ,H.(2000) *Frivillig innsats. Sosial integrasjon, demokrati og økonomi*. Fagbokforlaget, Bergen.

Yin, R, K.(2003) *Case study research. Design and methods*. Third edition. Sage Publications.

Appendix 1: Intervjuguide

Lokal forankring

Hvor stor er andelen lokale spillere i klubben?

I hvor stor grad rekrutteres ledere og lønnet arbeidskraft fra lokalsamfunnet?

I hvilken grad er sponsorer og samarbeidspartnere hjemmehørende i lokalsamfunnet?

Har klubben et samarbeid med andre klubber i regionen og hva går dette samarbeidet ut på?

Hvor viktig er det for klubben å ha en lokal profil?

Hvordan er klubbens satsing overfor barn og unge i Mandal?

Hva kan gjøres for å opprettholde engasjementet fra lokalbefolkningen på kampene?

MKs betydning for aktører i og utenfor klubben

Hva betyr MK for du/ dere?

Hvilken rolle har du som trener for MKs A - lag eller andre lag i klubben?

Hva betyr MK for Mandal?

Hvilket forhold har du/ dere til MK?

Hvordan kan MK fungere som en representant for det stedet, lokalsamfunnet, som klubben hører til?

Hvilken funksjon har du/dere som sponsorer for MK?

Hvorfor har du/ dere valgt å støtte MK med sponsormidler?

Hvor viktig er det for dere at klubben har en lokal forankring?

Hvor viktig er det for du/ dere at de sponsormidler som gis gavner hele klubben og ikke bare A – laget?

Hvor lenge har dere sponset MK?

Hvorfor har du valgt å spille for MK?

Hva er din/ deres funksjon i klubben?

Er det viktig for MK å gi noe tilbake til andre og mindre klubber i regionen som dere rekrutterer fra og hvorfor?

Økonomisk styring

Hvor viktig er det for klubben å ha en profesjonell økonomisk styring og hvorfor?

Hva har innføringen av klubbisensordningen hatt å si for klubben?

Hva er annerledes i klubbens tenke – og handlemåte nå enn tidligere?

Hvordan kan man skape en god balansegang mellom økende toppsatsing og breddesatsing i klubben?

Verdier og holdninger

Hva er MKs klubbfilosofi?

Hvor viktig er det at denne filosofien blir overholdt og hvorfor?

Hvor viktig er det at denne filosofien også blir overholdt overfor lokalsamfunnet rundt klubben?

Hva kan en eventuell endring i klubbens filosofi føre til?

Hvor viktig er frivillighet for driften av klubben?

Hvordan vil du/ dere karakterisere det frivillige arbeidet som blir gjort i klubben?

Hvorfor gjør du/dere dette frivillige arbeidet for klubben?

Hvorfor brukes frivillige?

I hvilken grad har frivilligheten endret seg fram til i dag?

Appendix 2: Informantliste

1. Daglig leder
2. Journalist i Lindesnes Avis
3. Leder for ungdomsavdelingen i MK
4. Utvalgsmedlem og ”ildsjel” i MK
5. Sportslig leder
6. Spillerutvikler
7. Sponsor: Sparebanken Sør
8. Sponsor: G- Sport Mandal
9. Markedssjef
10. Markedsansvarlig
11. Hovedtrener i MK
12. Kultursjef i Mandal
13. Lærer på Mandal Videregående skole
14. Sponsor: Jonas B. Gundersen
15. Representant for Spangereid Fotballklubb
16. Leder for Makrelstimen
17. Formann i MK
18. Leder for prosjektutvalget i MK
19. Journalist i Fædrelandsvennen
20. Anleggsansvarlig i MK
21. Æresmedlem i MK
22. Sponsor: Sørlandsreklame
23. Daglig leder i Agder Fotballkrets
24. Representant for Lyngdal Fotballklubb
25. A – lagspiller i MK
26. A – lagspiller i MK
27. A – lagspiller i MK

