

Fotballens demokratiske underskudd

Av Forsker Halvdan Haugsbakken

Fotball er i dag en global pengeindustri. Jo mer fotball handler om penger, desto mer står idretten overfor å skape et demokratisk underskudd.

Fotball er et offentlig sportsritual, som inkluderer så vel så mye som det ekskluderer. Alle har en mening om hvordan fotball best kan styres. Hver eneste dag eksponeres både nordmenn og utlendinger for fotballens kulturelle essens; den handler om sterke meninger og maskuline følelser. Man utsettes for disse meningene både frivillig og ufrivillig. Gjennom media og over lunsjbordet på jobben blir man godt informert over hva som er ståa i verdens viktigste bagatell. Fotballhatere tvinges til å ta standpunkt til det alle fotballelskere vet så veldig godt; at deres elskede sekulære religion er stappfull av penger og styres av pengesterke aktører som russiske oljeoligarker, amerikanske mediemoguler, multinasjonale selskaper, etc.

Fotball handler mye om organisasjon og ledelse, som i sin ytterste konsekvens har utviklet seg til å bli et offentlig anliggende. Organisasjon og ledelse i fotball diskuteres hver eneste dag og er svært gjennomskuelig. Like mye som arbeidstakere ønsker at ledelsen skal høre på dem i viktige saker om bedriftens framtid og daglige drift, ønsker også supportere at klubbstyret skal høre på dem. I dag tenderer det mot at det er stor skjevhet mellom klubbledelsens syn på ledelse, i forhold meninger som supportere ”der nede på tribunen” har. Når økonomiske interesser i sterkere grad lurer i styreromskullissene, står fotballen overfor utfordringer å ta vare på meningene til dem som dyrker idretten aller mest – supportere. Supportere som ønsker å påvirke klubben de elsker, kan dette fremstå som en symbolsk boksekamp mellom en mus og en elefant; den er overfladisk, umulig og total meningsløs. Økonomiske aktørers syn vinner uansett veg og supportere har lite å si.

Supportere som organiserer seg og sier sin mening om at fotball er korrumpert, tenderer fort mot å bli mistenkeliggjort av både klubbstyret og ordensmakten. Idretten er ikke tjent å ha en gjeng ”bråkmakere” bak mål som påpeker at fotballen har demokratisk problem. En banner på tribunen, et bengallys som fyres av i seiersrusen, og, ikke minst, ”upassende sanger”, kan være nok til at supportere straffes hardt for det de representerer; opposisjon. Da bosniske supportere besøkte Norge under en EM-kvalifiseringskamp i fjor, som Norge før øvrig tape 2-1, var det større fokus på sikkerhet enn å forstå idrettens voksende kreftsvulst; korrupsjon, et forhold som er uløselig koblet til at fotball handler om store pengesummer. Budskapet de bosniske supporterne plantet i hodet på norske TV-tittere gjennom å brette ut en gigantisk banner - at det bosniske fotballforbundet er gjennomsyret av korrupsjon - var man i liten grad opptatt av å utforske. I norsk offentlighet var det sviktende ”sikkerhetsrutiner” som var hovedtema.

Fotball har aldri vært fri for kontroverser. Det kommer neppe til å være færre av dem i nærmeste framtid. De tragiske hendelsene i Italia det siste året, som inkluderer drapet på en politimann og en supporter og kampfiksing, skulle kanskje være nok til å få italienerne til å stoppe idretten for en kortere periode. Dette kommer nok ikke til å skje. Kanskje det er på tide å høre på den alternative supporter-kulturen som kritiserer den usunne tendensen i både nasjonal og internasjonal fotball. Unge eller anonyme supportere, som ikke gidder å kjøpe den siste forbrukerdesignende klubbtrøya solgt i klubbsjappa, har gjerne et poeng. Supportere som har et annet syn på fotball, kanskje et kritisk ett som understreker at dagens

forbrukerorienterte supporterkultur ikke representerer en positiv utvikling, er ikke kun kriminelle subjekter som slåss med hverandre for moro skyld.

For en supporter som kler seg annerledes og bruker store deler av livet sitt på å dyrke klubben han elsker, er det lang veg fram til å få fotballen demokratisk. Dette er slik supporterlivet fremstår for lokale FC Barcelona supportere. Den katalanske giganten FC Barcelona, som av lokale supportere bare kalles for Barça, er det ironiske eksemplet på at fotball har et akutt demokratisk underskudd. Klubben, som mange nordmenn har fått et nært forhold til, ble grunnlagt av sveitseren Hans Gamper i 1899. Barça er et eksempel på en klubb som skal være eid og styrt av sine medlemmer. Klubben har i dag over 100.000 medlemmer, et tall som har holdt seg konstant siden midten av 80-tallet. Barça utøver et medlemsdemokrati og er basert på en ikke-profitt modell. Overskudd fra årlig drift går tilbake til medlemmene gjennom investeringer i klubbens infrastruktur. Medlemmene velger en klubbpresident, *el presidente*, sammen med et styre, *La Directiva*. Sammen med styrer de etter klubbstatutter.

Siden nåværende klubbpresident, Joan Laporta, overtok i 2003, har han utført en veritabel nedsabling av klubbens dedikerte supportere. I spansk presse har Laporta ført en kamp mot gruppen Boixos Nois, en gruppe Barça-fans. De ble i 2004 kastet ut av Camp Nou, klubbens hjemmebane. Som en effekt av denne kampen har situasjonen for andre grupper blitt vanskeligere. Andre grupper opplever vanskeligheter med å få tilgang til fasiliteter, som et sted å være og å få adgang til Camp Nou uten å være sesongkortholder. *Los grops de animación*, den indre kjernen av supportere, ligger nede med brukket rygg. Per i dag har en av verdens største fotballklubber ingen viktig supportergruppe i ryggen. Bak målene er det en kjerne på knappe 60 supportere som skal skape stemning for nesten hundretusen tilskuere. En konsekvens av denne utviklingen er at man får færre kritiske stemmer blant fansen.

Globale krefter visker vekk den lokale betydningen. Utlendinger vet hvor Barcelona ligger, men de kjenner Barça som Barça og ikke Barça som symbol på Katalonia. På andre siden av fotballplaneten har Barça lagt under seg nye markeder – Japan og Kina. Katalonia er for lite for det ekspanderende barçaimperiet med sine seks millioner forbrukere. I Kina og Japan er det mer én milliard forbrukere som kunne tenke seg en barçadrakt. Barça drar oftere på "On Tour" i det fjerne Østen før ligaen sparkes i gang. På klubbens offisielle hjemmeside kan man lese på katalansk, spansk og engelsk. De siste par årene har barçakonsernet opprettet egne websider for kjøpelystne kinesere og japanere.

I kjølvannet av den globale økonomien er ikke Barça en lokal klubb. Det er på tide å sammenligne klubber som Barça, Real Madrid, Man U. og Liverpool med merkevarer som Coca-Cola og Sony. Mens fotball en gang handlet om å samle barn og unge, lære dem å konkurrere, nyte gleden med å spille og være en del av laget, konkurrerer klubber i dag i en økonomisk liga. Klubber konkurrerer mot hverandre om hvem som har den største omsetningen, det største publikumet, og hvor mange nye supportere de kan rekruttere gjennom showturneringer i Japan.