



Høgskulen
på Vestlandet

Bacheloroppgave

Norsk kvinnefotball og media

ID3-323 Idrett og kroppsøving
Institutt for idrett, kosthold og naturfag
14.12.2018

Av
Vegar Strømø (612)
Ruben Kvalsvik (602)

Veileder: Joar Fossøy

Vi bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskolen på Vestlandet, § 10.

Avtalevilkår ved publisering

Vi gir med dette Høgskolen på Vestlandet tillatelse til å publisere oppgaven i Brage-HiSF. Vi garanterer at vi er opphavspersoner til oppgaven, og at opphavsrettslig beskyttet materiale er brukt med skriftlig godkjenning. Vi garanterer at oppgaven ikke inneholder materiale som kan stride mot gjeldende norsk rett.

Ved gruppeinnlevering må alle i gruppen samtykke i avtale.

Fyll inn kandidatnummer og navn. Sett kryss:

612: Vegar Strømø

JA X NEI

602: Ruben Kvalsвик

JA X NEI

Forord

Denne bacheloroppgaven er en del av studiet Idrett og kroppsøving ved Høgskulen på Vestlandet, Campus Sogndal. Vi har i løpet av høsten 2018 skrevet vår bacheloroppgave om Norsk kvinnefotball og media. Nå nærmer vi oss slutten på et studie som på mange måter har vært utfordrende og tidkrevende, men fremfor alt har det vært noen utrolig lærerike og givende tre år som vi verdsetter svært høyt.

Vi ønsker med dette å rette en stor takk til våre to respondenter fra NRK og Kvinnefotballmagasinet, Erik Strand og Jan Reidar Vågsdalen for deltakelsen. Med deres kunnskap innenfor media og kvinnefotball, har vi fått svar som har gitt oss en bedre innsikt innenfor vår valgte tematikk og problemstilling. Vi setter stor pris på deres ydmykhet og åpenhet til å la seg bli intervjuet av oss.

Vi vil også benytte anledningen til å takke vår veileder Joar Fossøy for hans konstruktive og gode tilbakemeldinger. Ved å ha en slik resurssterk person som veileder har det hjulpet oss på god vei inn i skriveprosessen.

Til slutt ønsker vi selvsagt å takke hverandre for et profesjonelt og fruktbart samarbeid. Vi håper dere som lesere finner oppgaven interessant og anvendelig.

God lesning!

Sogndal, 14.12.2018

Vegar Strømø & Ruben Kvalsvik

Sammendrag

Formålet med denne studien er å finne ut hvordan utviklingen mellom kvinnefotball og media har vært de siste 17 årene, og om det finnes en fruktbar symbiose mellom kvinnefotballen og media.

Det metodiske arbeidet er basert på litteratursøk og to kvalitative intervju med respondenter fra NRK og Kvinnefotballmagasinet. Litteratursøkene er gjort i databasen A-tekst (retriever) hvor vi har gjort søk etter avisartikler i mesterskap-årene 2001 til 2017. Med litteratursøkene ønsket vi å finne ut hvor mye mediene skriver og hva mediene skriver om kvinnefotballen. Intervjuene er benyttet for å få en dypere forståelse av temaet kvinnefotball i media. Datamaterialet fra intervjuene har vi koblet opp mot teori og våre funn i litteratursøkene.

I diskusjonsdelen har vi sett på forskjellene mellom kvinnefotball og herrefotball i media. Vi har også sett på hvilke saker media prioriterer å skrive om i kvinnefotballen. Resultatene fra studien vår viser at kvinnefotballen sjeldent er prioritert i media. Studien viser at under internasjonale mesterskap øker interessen for kvinnefotball i Norge betraktelig. I all hovedsak er kvinnefotballen tabloidisert i mediene, noe som gjenspeiles i mangel av kamppreferater og profilsaker.

Abstract

The purpose of our thesis is to find out how the development between women's football and media has been over the last 17 years, and if there exists a symbiosis between women's football and the media.

The methodological work is based on literature searches and two qualitative interviews with respondents from NRK (Norwegian Broadcasting Corporation) and the Women's Football Magazine (Kvinnefotballmagasinet). The literature searches has been executed in the database A-tekst (retriever) where we have searched for newspaper articles in the championship years from 2001 to 2017. In the literature searches we wanted to find out how much the media writes and what the media writes about women's football. The interviews are used to gain a deeper understanding about the subject women's football in media. We have linked the data from the interviews up against the theory and our findings in the literature searches.

In the results we have looked at the differences between women's football and men's football in medias perspective. We have also looked at which cases the media tends to write about in womens football. The results from our thesis shows that the women's football is rarely prioritized in the media. Our thesis shows that during international championships the interest in women's football in Norway significantly increases. In essence, women's football is tabloidized in the media, which is reflected in the absence of matchreports and articles about the athletes.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	3
Sammendrag.....	4
Abstract.....	5
1.0 Innledning.....	7
1.1 Problemstilling.....	8
2.0 Historisk kontekst og teoretisk rammeverk.....	9
2.1 Symbiosen mellom idrett og media.....	9
2.2 Kommersialisering.....	11
2.3 Globalisering.....	12
2.4 Idrett og kjønn.....	13
3.0 Metode.....	15
3.1 Valg av metode.....	15
3.2 Litteraturstudie.....	16
3.3 Litteratursøk.....	16
3.4 Intervju og intervjuform.....	17
3.5 Intervjuguide.....	18
3.6 Respondenter.....	18
3.7 Transkribering.....	19
3.8 Validitet og reliabilitet.....	20
3.9 Etiske utfordringer.....	21
4.0 Resultat og diskusjon.....	23
4.1 Kvinnefotball sammenlignet med herrefotball i media.....	23
4.2 Kvinnefotballen i et globaliseringsperspektiv.....	24
4.3 Hva trekker media til idretten.....	26
4.4 Økonomiske interessefelter.....	27
4.5 Dybdeundersøkelse i mesterskap-året 2013.....	29
5.0 Konklusjon.....	33
Litteraturliste:.....	34
Kilder:.....	36
7.0 Vedlegg.....	37
7.1 Intervjuguide (Vedlegg 1).....	37
7.2 Informasjonsskriv (Vedlegg 2).....	39

1.0 Innledning

Vi har en stor interesse for fotball, og samtidig svært interesserte i symbiosen som har oppstått mellom fotball og media. Før de siste og avgjørende VM-kvalik-kampene (2018) til kvinnelandslaget i fotball, var det lite å lese om det i media. Dette gjorde at vi fikk interesse for å se utviklingen mellom kvinnefotballen og media de siste årene og om det er mulig at en får dannet et fruktbart symbiotisk forhold på samme måten som på herresiden. Herrefotballen i Norge har de siste årene ligget i ett slags vakuum i internasjonal fotball, uten deltagelse i noen mesterskap siden 2000. Kvinnene har derimot klart å sette Norge på kartet i internasjonal fotball. Norge har vært sett på som en pioner innenfor likestilling og har hatt ett av verdens beste internasjonale fotballag (Skogvang, 2009). Likevel er det mangler i kvinnefotballen, både i publikumsinteresse, anerkjennelse og i økonomisk forstand.

I følge Skogvang (2006) kan vi snakke om en maskulin dominans innenfor fotballen. Dette bidrar til at det er herrene som er «målestokken» og at kvinner blir målt opp mot dette idealet. Samtidig er det ikke utenkelig at stereotypiske kommentarer fører til diskriminering mot kvinner i fotball. Ved uttalelser om at en tripper rundt på høge hæler, og at man ikke spilte som ekte menn, gir en kvinnelige tilnavn for å ydmyke mannen, for kvinner og fotball hører ikke hjemme (Lippe, 2010. s.130). Lippe (2010) belyser medias oppfatning av kvinnefotballen når hun forklarer hvordan andre kvinnelige toppidrettsutøvere ikke blir sammenlignet med mannlige utøvere i samme gren, men dette skjer fremdeles i fotball.

En snakker om likestilling i fotballen i den grad en har de samme mulighetene som menn, dessverre er ikke dette en realitet. Ja, kvinner kan spille fotball på høyt nivå, ja kvinner har anledning til å bli profesjonelle fotballspillere. Det er ett svært trangt nåløyne om en skal bli så god at en kan tjene så gode summer at en kan leve av det. Mye av bakgrunnen til de enorme forskjellene i økonomien, går på interesse, sponsorer og kommersialisering. Kvinnefotball er ikke like populært som herrefotball. Om en ser på de store kanalene NRK og TV2, kommer ikke kvinnefotballen opp i mer enn 7 % av totalen av fotballdekning (Lippe, 2010. s.125). Dette gir ett tydelig bilde på hva som blir prioritert i media. Media er ute etter seertall og treff, da ser det ut til at media mener kvinnefotballen ikke genererer nok treff til at det skal lønne seg å vise, eller skrive om det. Samtidig, om media ikke skriver mer om kvinnefotballen,

når ikke kvinnefotballen ut til det store og brede publikum. Da blir det vanskelig å heve kvinnefotballen. Det er derfor nødvendig at kvinnefotballen blir tilgjengelig for så mange som mulig, og at kvinnefotballen kan få ett løft i mediedekning, så vel som i holdninger blant «mannen på gata».

NRK og A-media har sammen rettighetene for å vise toppserien i Norge. Dette gjør at kvinnefotballen går ut til lokalavisene og mye av ansvaret for interessen ligger lokalt. NRK som åpen kanal, gir mulighet for det norske folk å få med seg noen kamper i løpet av året, og her er en opptrapping på gang med antall kamper som skal vises (Intervju, Strand 2018). A-media sin avtale har vært positiv for kvinnefotballen i den grad en får mer penger inn til toppserien, og kvinnefotballen er mer tilgjengelig enn noen gang tidligere. Fortsatt er det en lang vei å gå, og dette gjenspeiles i hva media skriver om. Media er ute etter treff, da er det mer interessant å skrive om konflikten mellom Ada Hegerberg og NFF, Kristine Leine sin kamp for å studere ved siden av landslagsfotball (Dagbladet, 2018) heller enn kamppreferat fra Toppserien.

1.1 Problemstilling

Temaet for oppgaven er «Norsk kvinnefotball og media». Fotball har lenge vært en av de idrettene som drar mest seere og kommersiell interesse, og det blir sett på som en av de mest underholdende idrettene i verden. Dette gjør at fotballen kommer i media sitt søkelys svært ofte, da er det spennende å se hvor godt en klarer å formidle idretten for begge kjønn, og hvor stor forskjellen på prioritering mellom kjønn er.

Kvinnefotballen har hatt en brå utvikling siden oppstarten av den organiserte fotballen på 70-tallet. Samtidig som holdningene rundt kvinnefotballen tidlig var negative, var prestasjonene i internasjonal fotball svært positive. Media ble da mer interessert i kvinnefotball, ettersom de presterte på høyt internasjonalt nivå. Vi vil i denne oppgaven undersøke følgende problemstilling:

«Norsk kvinnefotball og media de siste 17 årene. En fruktbar symbiose?»

2.0 Historisk kontekst og teoretisk rammeverk

I dette kapittelet vil vi gå gjennom den historiske konteksten og det teoretiske rammeverket for oppgaven. Dette vil gi oss en grunnleggende forståelse for feltet vi skal forske på. Først vil vi ta for oss symbiosen mellom sport og media, før vi går inn på kommersialisering. Deretter vil vi forklare hva globaliseringen har å si for fotball, før vi til slutt tar for oss idrett og kjønn.

2.1 Symbiosen mellom idrett og media

Forutsetninger for symbiosen mellom sport og media er sportifisering, mediefisering og kommersialisering. Med sportifisering mener en: «tradisjonelle idretter og enkelte andre fysiske aktiviteter som mer og mer blir preget og karakterisert av følgende dominerende prinsipper: prestasjon målt i konkurranser i en rasjonell ramme». (Goksøyr 1989:84).

De senere årene har media fått en stor betydning for idretten. For å forklare hvordan media og idrett er sammenkoblet, kommer en ikke utenom kommersialisering. Kommersialisering handler om hvordan penger og markedet har kommet inn og satt sitt preg på sport og idrett. På grunn av den enorme interessen for idrett, har dette blitt ett felt hvor aktører og økonomiske krefter har tatt stor plass. I følge Helland (2003) er sportsarenaen, og i stor grad fotballbanen, i dag en av samfunnets fremste geografisk definerte eksponeringsarenaer for kommersielle budskap. Ett eksempel på dette, er den enorme markedsverdien i fotball og de enorme summene som betales for å kunne dekke de ulike ligaene i verden.

Den amerikanske medieforskeren Marshall McLuhan har beskrevet hvordan fjernsynet omformer virkeligheten til å passe med sine formater (Helland, 2003). Dette gjelder også media generelt. Helland (2003) mener at «mediet er eksponeringen» og gjennom eksponeringen gir mediet et publikum til idretten, til sponsorene og til seg selv. Lippe (2010) forklarer at det i en globalisert verden blir mange verdener i flytende landskap. Grunnlaget for dette er at media og personer tolker ting forskjellig, dermed vil en få flere versjoner av en «sannhet» ettersom det er flere tolkinger. Det har utviklet seg en sterk gjensidig avhengighet mellom sporten og mediene, en symbiose der begge i stor grad lever av hverandre. Dette har dannet grunnlaget for kommersialiseringen av idretten og en forvandling av

publikumsinteressen der en ikke bare bygger på den alminnelige idrettsinteressen, men der vi også har hatt framveksten av en omfattende populærkultur. Det er disse sterke forbindelser vi vil kalle sport – mediet – komplekset. (Helland 2003:13).

Radioen hadde sin første sportslige direktesending under holmenkollrennet i 1925, og fulgte opp de neste årene med store idrettsarrangement. Radioen gjorde det mulig for publikum å oppleve sporten direkte på en helt ny måte, og dyktige reportere kunne formidle en følelse av deltakelse så vel som tilstedeværelse (Goksøyr, 2008).

«Radioen var med på å bygge et nasjonalt fellesskap også blant folk som ikke hadde vært tilstede på banen» (Goksøyr, 2008. s.87). Idrettens evne til å skape nasjonal begeistring fikk et påtakelig løft med den nye medieteknologien. Media sin utvikling var helt klart med på å heve underholdningsverdien til sporten, og de neste tiårene var radioen det største mediet i Norge.

20. August 1960 var datoen for den første offisielle tv-sendingen i Norge, og etter dette tok fjernsynet over som mest populære mediet. Fjernsynet viste ganske snart hvilken styrke det hadde som direkteformidler av sport. (Helland, 2003:13). I 1969 kom tippekampen til NRK, som var et helt nytt konsept. Her kunne en se en tv-sendt kamp fra Englands toppdivisjon samtidig som en fikk inn ett varsel fra de andre kampene. Dette ble veldig populært og interessen for fotball økte.

Etter fjernsynet sitt inntog, ble sporten radikalt forandret. Fjernsynet gav muligheter for kommersiell eksponering, noe som førte til kommersialisering av fjernsynet som medium og en mediefisering av sporten. (Helland, 2003). Aktører ville inn i sporten, men i starten var det ikke lovlig med sponsorer på trøya i norsk fotball. Etter hvert som flere kommersielle tv-kanaler kom på banen i Norge, ble det også krig om tv-rettighetene til store idrettsarrangement. NFF åpnet for profesjonell fotball i 1990, og dette var ett stort steg for norsk fotball. Nå kunne fotballspillerne lønnes, og en fikk inn flere sponsorer. Profesjonaliseringen gjorde at pengene begynte å strømme inn i eliterieklubbene i større mengder. (Fossøy m.fl., 2017). Sport ble mer og mer underholdning for folket, noe som førte til at idrettsarrangement ble større attraksjoner, og aktører utenfra begynte å se på idretten som en egen industri. Rettighetene for idretten skøyt dermed i været, og er i dag den viktigste inntektskilden for idretten. Dette har ført til at vi har fått egne kommersialiserte sportskanaler som

Eurosport som er reklamefinansiert, og at mindre kanaler ikke er konkurransedyktige til å skaffe rettigheter for idrett. (Lesjø., 2008. s.83).

2.2 Kommersialisering

«Idrettsfeltet har blitt et område der økonomiske krefter og aktører har fått stor plass, ja vi kan snakke om at sporten har blitt en egen næring eller industri, der særlig den profesjonelle idretten er blitt en slags underholdningsindustri»
(Lesjø. J.H., 2008. S.73).

Dette viser at idretten har blitt et satsingsområde, der aktører ser verdi i å sponse penger inn i idretten. Fotballbanen blir en «eksponerings-arena» som gir «fotballproduktet» merverdi gjennom aktiv mediedisponering (Fossøy m.fl., 2017). Den profesjonelle idretten har fått så stor underholdningsverdi at aktørene vil tjene inn igjen pengene på å produsere reklame og diverse. Selv om det er snakk om store verdier i avkastning, kan det være flere tilbakeliggende grunner for å kaste inn større summer i en sport. Det kan tenkes at aktøren det gjelder ønsker å markere status og prestisje ved å bruke penger på sporten (Lesjø, 2008). De største summene kommer likevel fra de som velger å satse på idretten fra et underholdningsperspektiv, altså tv-kanalene. Rettighetene til de ulike idrettene blir mer og mer eksklusive, noe som gjør at prisene også stiger. Dette gjør igjen at det koster mer for den alminnelige TV-seer å kunne nyte idretten fra fjernsynet. I 2016 kjøpte Discovery Norge rettighetene til de to øverste divisjonene i Norge for 2,4 milliarder kroner. Denne avtalen strekker seg over 6 år. Med slike summer kan vi se hvorfor fotballen har forandret seg så mye, og at pengene flyter over i idretten. (Fossøy m.fl., 2017). Til sammenligning gikk toppserien inn i en ny medieavtale i 2017 med NRK og A-media med en verdi på 6 millioner kroner. En avtale som strekker seg over 5 år. Dette sier noe om hvor langt det er å gå i likestillingen for kvinner i fotball.

For å forklare bakgrunnen til kommersialiseringen i idrett, kan en ta utgangspunkt i Karl Marx' analyse av det kapitalistiske samfunn. Denne analysen legger vekt på at utsiktene til profitt og økonomisk fortjeneste for kapitalen var den viktigste drivkraften i samfunnsutviklingen. (Lesjø., 2008. S.74). Dette vil si at markedet vil flytte seg til en ny sektor med gode utsikter for fortjeneste når en sektor har blitt tømt. Når idretten ble større, og en så underholdningsverdien i idretten, skjønnte man at dette

var en sektor med god profitt-tjeneste. For fotballen har dette betydd at en kan fokusere helt og fullt på fotball. På grunn av sponsorer og medieavtaler har det vært en positiv utvikling for fotballen generelt. For kvinner har dette i stor grad betydd at en ikke lenger trenger å betale selv for å spille fotball. Skogvang (2009) forklarer det slik at kvinnelige fotballspillere ser positivt på kommersialiseringen, og at dette har gjort slik at de får mer restitusjonstid, kan jobbe mindre, og ha større fokus på idretten.

2.3 Globalisering

Begrepet globalisering kan tolkes ut i fra Anthony Giddens (2006) sin betegnelse på at vi i økende grad lever i en verden der individer, grupper og nasjoner enda mer enn før blir avhengige av hverandre. (Lesjø, 2008. s.50). Innenfor idrettsfeltet er globaliseringsaspektet lett synlig for alle. Fotball er en av verdens største kulturelle institusjoner, og er med på å forme og sementere nasjonale identiteter over hele verden (Giulianotti, 1999).

Ved å se tilbake til den engelske sporten sitt inntog i Norge og til i dag, ser en tydelige tegn på globalisering. Fotballen i Norge er globalisert ved flere uttrykk, vi beholder engelske uttrykk som «hands», «offside», «corner» osv. Innenfor idrett henter de største klubbene de største spillerne, uansett hvilken nasjon de kommer fra, noe som kan føre til mindre nasjonalisme i klubber. Dette kan for eksempel gå utover egenutvikling av spillere, og en kan dermed miste interessen fra supportere i området. I følge Lippe (2010) kan globale kulturelle mediebegivenheter sees og oppleves over nesten hele kloden via tv og internett. Idrett blir flyttet over landegrenser og sprer seg raskt. Ett eksempel der kommersialiseringaspektet blir knyttet til globalisering er når Manchester United hentet inn kinesiske Fangzhou Dong. Dong spilte to kamper for klubben, men Manchester United traff kinesiske fans, og fikk veldig mange flere tilhengere av denne grunn. Verdens ledende klubber tenker på hvordan de skal markedsføres også utenfor eget territorium. Da vil salg av supporterutstyr, treningskamper og sommerturneer bli brukt for å vokse inn i nye markeder (Lesjø, 2008.s. 78).

2.4 Idrett og kjønn

En kan snakke om at vi i Norge har kommet langt i likestillingen, men i idrett kan en si at en fortsatt har en vei å gå. Grunnen til dette kan være at det tok så lang tid før kvinnen i idrett ble akseptert, og kjønnsforskjeller skulle gjøre at en kvinne kun skulle drive med enkelte idretter. Når vi går tilbake til starten av den moderne idrettens inntog i Norge så vi også at kvinnen kom til sporten. Basert på kjønnsforskjeller kunne kvinnen kun drive med sport som ikke ble sett på som «maskulint» og som stemte overens med det å være kvinne. Før 1960-årene var kvinner knapt nok å se i norsk idrett. En hadde stjerner som Sonja Hennie og Laila Schou Nilsen, men de var også svært alene. Bredden kvinner fikk delta i innen norsk idrett var marginal. Der menn kunne delta i 24 idretter, var det kun 12 idretter som var «kvinnelige» nok. Dette var idretter som tennis, skøyter, alpint og håndball. (Goksøyr, 2008). I 1970-årene ble det norske folk mer bevisst på kjønnsulikheten, og man innså at kvinnen kunne drive med mye mer fysisk idrett enn man hadde sagt tidligere. Dette var det tiåret da ting begynte å skje. Kvinnen skulle delta mer i lønnet arbeid utenfor hjemmet, og skulle være med aktivt i politisk engasjement. (Lesjø. J. H., 2008. S.138). Dette førte også til at kvinnen ble mer med i idretten.

I fotball og idrett generelt kan man snakke om hegemonisk maskulinitet. I fotball snakker vi om hegemonisk maskulinitet i den forstand at det er mannen som er det dominerende kjønn, og at kvinnen er underdanig mannen i fotball. Det løftes frem at i fotball skal en være tøff og barsk, og en må tåle en trøkk. Alt dette fordi den mannlige kroppen er en kropp som skal tåle smerte. (Dahlen, 2008). Kvinner kan og være sterke og tåle en trøkk. Samtidig forklarer Dahlen (2008) at når kvinner steg inn i idretten, ble dette en trussel mot maskuliniteten til fotballen. Da kvinnene trødde over i «feil» idrett, ble dette forklart med at kvinnene var homoseksuelle. Det som likevel ligger som bakgrunnsteppe for både kvinner og menn i fotball er gleden av idretten. Det ligger fortsatt holdningsproblem som baserer seg på at menn er det sterke kjønn, og dermed skal ikke kvinnen gjøre ting som menn gjør.

I Norge er fotball den største idretten for begge kjønn. I følge NIFs årsrapport fra 2017 var det 110 980 kvinnelige medlemmer av Norges Fotballforbund i 2016. (Idrettsforbundet, 2017). Da er det interessant å se på utviklingen de senere årene når det gjelder forskjeller mellom kvinner og menn i idrett. Norge er på herresiden ikke

mer enn middelmådige i internasjonal fotball, mens kvinnene ligger i verdenstoppen (Lesjø, 2008. s. 150). Likevel er det stor forskjell på interessen rundt idrettene. Fotball ble tidligere, og er i stor del fortsatt sett på som en maskulin idrett der en får utfoldet sine fysiske talent, og der taklinger og dueller blir berømmet fra publikum. Dette var grunner som ble brukt for å holde kvinner borte fra fotballen. NFF kom blant annet med ulike argument om at fotballen var de tøffe menns idrett, at det var upassende for kvinner og at det ville kunne ødelegge kvinner reproduksjonsevne (Lesjø, 2008.s. 151). Senere ble disse argumentene byttet ut med mer praktiske forhold som bane- og garderobeforhold som stod i veien for kvinnefotballen. (Skogvang 2006). I 1978 fikk kvinnene offisielt NM etter at flere Pionerer kjempet frem endringer ved å organisere kamper og turneringer. Etter at kvinnene fikk eget landslag, gjorde de det tidlig bra og oppnådde raskt gode internasjonale resultat. Her kan en trekke frem EM i 87, VM 95 og OL-gullet i Sydney 2000 (Lesjø, 2008. s.151).

Det blir sendt mer og mer herrefotball på tv, kanaler bruker mer penger på rettigheter til fotball enn noen gang tidligere, men kvinnefotballen får lite. I fotball-bransjen har det blitt et holdningsproblem blant kommentatorene. En hører ofte en kommentator snakke om at en mann ligger og ruller som en jente, og at dette er «herrefotball», ikke «kvinnefotball» (Lippe, 2010). Lippe (2010) beskriver det godt i sin bok «Et kritisk blikk på sportsjournalistikk». Mannskroppen er normen i fotball, derfor vil kvinnene løpe tregere, slå ballen svakere, og er for lave. Ved å mene at manns-kroppen er normen i fotball, og argumentere for at kvinner ikke bør spille på grunn av fysiologiske forskjeller, blir dette et utsagn om at en har feil kjønn.

3.0 Metode

I dette kapittelet skal vi gjøre rede for vår metodisk tilnærming og bakgrunnen vår for valget av metoden. Vi vil deretter gi en konkret beskrivelse over hvordan vi gikk frem for å anskaffe oss datamaterialet gjennom litteratursøk og intervju. Videre skal vi drøfte studiens utvalg av respondenter, forklare hvorfor de er viktige nøkkelpersoner for tilgangen til relevant data, før vi så gir en presentasjon av intervjuene og hvordan dem ble strukturert og designet i henhold til hver enkelt respondent. Deretter vil det gjøres en vurdering av dataens validitet og reliabilitet og gjøre rede for hvordan vi har analysert materialet. Avslutningsvis vil vi forsøke å gi en gjennomgang av de forskningsetiske utfordringene vi har stått overfor i oppgaven.

3.1 Valg av metode

For å kunne besvare problemstillingen på best mulig måte gjennom forskningsprosessen er det helt sentralt å velge riktig metode. En metode er et redskap som sier noe om hvordan man bør gå til verks for å fremskaffe eller etterprøve kunnskap. Bakgrunnen for å velge en bestemt metode er fordi man mener at den vil gi oss gode data og belyse spørsmålet på en god måte (Dalland 2007:83).

Kvalitativ tilnærming er en vitenskapelig metode som beskriver hvordan forskeren går frem for å besvare sine vitenskapelige problemstillinger (Ringdal, 2007).

Kvantitativ forskning gir oss en beskrivelse av virkeligheten ut fra tall, tabeller og store enheter, mens den kvalitative forskningen beskriver virkeligheten via få enheter og tekstlige beskrivelser. Thagaard (2009) skriver at en kvalitativ forskningsmetode gir grunnlag for å oppnå en forståelse av sosiale fenomen på bakgrunn av fyldig data om personer og situasjoner som studeres. Det som hovedsakelig kjennetegnes her er at fokuset er rettet mot prosess og mening, analysering av tekst, mest mulig nærhet til respondentene og små utvalg. Kvalitativ metode egner seg godt til tematikk som det finnes lite forskning på fra før, og hvor det stilles store krav til fleksibilitet og åpenhet (Thagaard, 2009).

I dette studiet utføres det en todelt metode for å svare på overnevnt problemstilling. For å undersøke dette har vi valgt å gjøre litteratursøk samt utføre to kvalitative intervjuer, som et supplement for vårt litteraturstudie. Litteratursøkene våre etter avisartikler er blitt gjort gjennom bruk av mediearkivet a-tekst. I oppgaven vil litteratursøkene være våre primærkilde. Intervjuene våre består av to respondenter fra NRK og Kvinnefotball-magasinet. Svarene vi har fått fra intervjuene skal være med på å forsterke og belyse forskningens tematikk og problemstilling. Vi har altså valgt en kvalitativ tilnærming for å løse denne oppgaven. Ettersom vi ønsker å utforske sosiale fenomener gjennom litteratursøk og folks erfaringer og subjektive synspunkter til disse fenomenene, er det naturlig å velge kvalitativ metode. Ved å utføre kvalitative undersøkelser får også vi som forskere et tettere forhold til fenomenet.

3.2 Litteraturstudie

”Et litteraturstudie er et studie hvor grunnlaget for avhandlingen er å finne i allerede publisert forskning” (Befring, 2007:51). Ved å gjennomføre et litteraturstudie er det mulighet for å få bedre innsikt i gjeldende kunnskap innenfor et område. Et litteraturstudie omfatter systematisk søkning etter informasjon, kritisk granskning og sammenligning i et valgt tema (Forsberg & Wengström, 2008). Fordelen med litteraturundersøkelse er at det finnes et bredt spekter av informasjon som vi har tilgang til. En ulempe kan være at den informasjonen man finner, ikke alltid innehar den kvaliteten man i utgangspunktet er ute etter (Berg, 2012). Arbeidet med litteratursøk i forsknings-prosjekter er veldig tidkrevende og forutsetter god kompetanse i søketeknikk og kjennskap til forskjellige databaser og informasjonskilder. I følge Forsberg og Wengström (2014) handler «kunsten» om å søke etter relevant informasjon i databaser om å bruke rett søkeord, avgjøre hvilken tidsperiode artiklene skal være fra og hvilket språk man søker etter.

3.3 Litteratursøk

Ettersom vi driver artikkelsøk for herre og kvinnefotball, bruker vi a-tekst for å finne frem til aktuelle avisartikler i media. A-tekst er et nyttig research-verktøy som gir oss tilgang og informasjon som ikke finnes digitalt tilgjengelig noe annet sted. Arkivet gir oss et innhold av papiravisenes originale utgaver av riks-region og lokalaviser samt et mangfold av magasiner og tidsskrifter (retriever, 2018).

Vi har valgt å filtrere vekk de lokale avisene og heller avgrenset oss til fire av de store riksdekkende avisene i Norge; VG, Dagbladet, Aftenposten og Bergens Tidende, da det er disse avisene som får mest lesertreff og som skriver mer generelt om kvinnefotball. Gjennom å utføre litteraturundersøkelser i A-tekst, ønsker vi å undersøke om det finnes noen markante forskjeller med tanke på interesse i media og hvor mange artikler det blir skrevet om norsk kvinnefotball i motsetning til herrefotballen. Vi vil også prøve å gjøre en sammenligning om hva som blir skrevet om i de artikkelsøkene vi har foretatt oss (sportslig, utenomsportslige hendelser). Er det for eksempel mer fokus på utenomsportslige saker for kvinner enn menn i media?

Vi har valgt å søke i oddetallsårene fra 2001 frem til 2017, da det er disse årene som er mesterskap-årene for kvinner og hvor det er størst sjanse å finne mest treff på artikler skrevet om kvinnefotball. Media ser ut til å bruke mer tid og ressurser på kvinnefotballen i mesterskap-årene, grunnet større interesse og popularitet blant folk. For at vi skulle klare å gjennomføre oppgaven innenfor den gitte tidsrammen - måtte vi ta et valg; å kun fokusere på oddetallsårene, altså mesterskap-årene. Om vi skulle tatt for oss hvert eneste år fra 2000 og frem til 2018, ville det vært en utrolig tidkrevende og vanskelig prosess. Vi har også valgt å gjøre en dybdeundersøkelse i mesterskaps-året 2013. Hovedårsaken for at vi ønsker å gå dypere inn i dette årstallet er nemlig fordi kvinnelandslaget leverte en bemerkelsesverdig prestasjon og tok sølv i et europamesterskap (EM i Sverige). I sammenheng med denne store idrettsprestasjonen fra kvinnelandslaget i 2013, ønsker vi å ta dette året som utgangspunkt og se hvordan media har valgt å dekke denne begivenheten: Hva media har skrevet, hvordan de har formulert seg og hva som har vært hovedfokuset i denne perioden.

3.4 Intervju og intervjuform

I denne oppgaven vil intervjuene bli brukt som et supplement til den dataen vi har funnet gjennom våre litteratursøk. Ved valg av kvalitativ metode og bruk av intervju som en av kildene til datainnsamling, ønsket vi å fange våre respondenters erfaringer, opplevelser og subjektive synspunkter (Thagaard, 2009). Ved å bruke intervjuene som et supplement, håper vi svarene vi får vil gi oss enda mer innsikt og dybdekunnskap i det sosiale fenomenet vi undersøker.

Når man gjennomfører et intervju skiller det ofte i hovedsak mellom åpne og strukturerte intervjuer. Gjennom en åpen tilnærming til intervjuet innebærer det en samtale uten begrensninger og styringer fra intervjuer sin side, noe som også kan være strukturert gjennom en forhåndsbestemt liste over ulike temaer som skal tas opp under samtalen (Jacobsen, 2005). Vi bestemte oss for å gå for en halvstrukturert tilnærming til intervjuet. Dette gjorde vi for å sikre oss en viss kontroll over samtalens innhold, men samtidig prøve å ikke legge for store begrensninger på respondentenes mulighet til å uttrykke refleksjoner og meninger rundt spørsmålene. Halvstrukturerte intervju er en av de vanligste intervjuformene og blir utført gjennom en forberedt og utarbeidet intervjuguide som sikrer at samtalen ikke blir for kompleks og avsporet i forhold til samtalens overordnede tema og intensjon (Dimmestøl & Nome, 2017).

3.5 Intervjuguide

I planleggingen av intervjuene hadde vi i forkant utarbeidet en intervjuguide (se vedlegg 1) til møtene med respondentene. Mye av formålet med intervjuguiden var å kontrollere at forhåndsbestemte temaer og enkeltspørsmål vi ville ha svar på ble en stor del av samtalen, noe som også gav oss et bedre grunnlag for sammenligning mellom respondentene ettersom intervjuene tok utgangspunkt i samme guide, med unntak av noen små justeringer basert på respondentenes rolle (Dimmestøl & Nome, 2017). Guiden var strukturert etter ulike temaer og perspektiver, hvor vi la til rette for åpne spørsmål. På denne måten følte vi at vi fikk en fruktbar dialog og respondentene fikk mulighet til å dele erfaringer og uttrykke sine synspunkter. En godt forberedt intervjuguide viste seg viktig for å ta oss inn på riktig spor og var derfor et essensielt verktøy i vår datainnsamling.

3.6 Respondenter

Respondenter er personer som kan sies å ha direkte kjennskap til et fenomen, ved at de for eksempel har deltatt i en hendelse eller er medlem av en spesiell gruppe. Informanter er personer som har god kunnskap om fenomenet, men som ikke selv representerer den gruppen vi undersøker (Jacobsen, 2005). I vår utvelgingsprosess har vi valgt å ta med to respondenter med direkte involvering innenfor både fotball og media. Respondentene kommer henholdsvis fra NRK og kvinnefotballmagasinet – og besitter mye bred kunnskap og synspunkter rundt temaet kvinnefotball.

Erik Strand, sportsjournalist i NRK. Begynte i jobben hos NRK i 1993, har jobbet i sportsavdelingen i 18 år både som reporter og programleder. I de senere årene har Strand hatt stillingen som vaktstjef i sportsavdelingen – hvor han har det overordnede ansvaret med det som har med fotball å gjøre, både innenfor herre og kvinnefotball (Intervju, Strand 2018). Strand har fulgt toppserien i mange år og har selv vært med på direkte sendte tv-dekninger som programleder i noen av de kampene NRK har vist.

Jan Reidar Vågsdalen, redaktør for kvinnefotballmagasinet – sees på som en ekspert. Hans engasjement for kvinnefotball startet da han oppdaget hans datters talent for fotball og siden dette har han opprettet kvinnefotball-magasinet.no – hvor han daglig oppdaterer sine lesere med artikler og synspunkter. I flere år har han nå fulgt kvinnefotballen fra sidelinjen, og med hans godt over 2000 skrevne artikler fra toppserien og kvinnelandslaget kan vi trygt si at han har god oversikt rundt temaet kvinnefotball og dens utvikling de siste årene (Intervju, Vågsdalen 2018).

3.7 Transkribering

Analysering og bearbeiding av intervjumaterialet som vi har samlet inn har vært en ganske så omfattende, men viktig prosess, selv med bare to respondenter. Dalen (2004) skriver at analyseprosessen av kvalitativ data består av å løfte respondentenes beskrivelse av konkrete forhold til en fortolkning som inkluderer den personenes refleksjoner og opplevelse av disse, for så å knytte det til relevant teori (Dimmestøl & Nome, 2017). Det viktige er å ta tak i kjernen av respondentens budskap og hva den gir uttrykk for, ved å ta materialet fra et beskrivende til et fortolkende nivå. Bruk av respondentenes ord og uttrykk samt trekke inn våre egne refleksjoner rundt samtalen, kan man si at vi fullfører en analytisk prosess ved å tolke ytringene og sette dem inn i en teoretisk ramme. Det innsamlede datamaterialet ble tatt ved hjelp av lydopptak og notater brukt til å gjengi intervjusituasjonen. De sitatene som tolkes som spesifikke og informative blir gjengitt direkte i oppgaven.

3.8 Validitet og reliabilitet

Når vi driver med forskning og innsamling av forskjellig datamateriale, er det veldig viktig å være sikker på at vi får svar på det vi ønsker. Vi må altså finne ut om svarene vi får er til å kunne stole på. Både i kvalitativt litteraturstudie og intervju snakker man om reliabilitet (pålitelighet) og validitet (gyldighet) (Brinkmann & Kvale, 2015).

Validitet betyr relevans eller gyldighet, det skal samles inn materiale som er relevant med tanke på problemstillingen. Reliabilitet forteller noe om hvor nøyaktig og pålitelig undersøkelsen er (Brinkmann & Kvale, 2015).

For at litteratundersøkelsene våre skal være valide og reliable, er vi avhengig av gode søkeord som gir oss reell informasjon til vår forskning. For at søkene våre skal være valide er vi altså nødt til å finne reliable søkeord. Fotball er en sport som det finnes mye informasjon om, både på internett, bøker og tidsskrifter. Tematikken i studie vårt har et stort litteraturomfang og derfor har vi prøvd å snevre inn og spesifisere søkeordene slik at databasen (a-tekst) finner den aktuelle informasjonen vi faktisk leter etter. Gjennom ulike søk har vi kommet frem til at herrefotballen blir referert til som «fotball». Et søk på «herrefotball» vil altså ikke gi valide statistiske tall på hvor mye som blir skrevet. Derfor har vi valgt å søke «fotball menn». I søkene etter kvinnefotball vil det derimot ikke finnes relevant informasjon dersom man søker opp «fotball kvinner». Her fant vi til slutt ut at vi måtte bruke søkeord «kvinnefotball», for det er på denne måten avisene refererer til fotballen for kvinner.

I intervjusammenheng kan faktorer som påvirker reliabiliteten være omgivelsene rundt intervjuet, tilliten mellom intervjuer og respondent, og hvor sensitivt for temaet intervjuet er (Dimmestøl & Nome, 2017). Intervjuene ble gjennomført gjennom telefonsamtaler. Etersom vi ikke fikk besøkt respondentene og intervju dem i person, ønsket vi derfor å prøve gjøre det mest mulig personlig gjennom å foreslå skype/facetime samtaler. Da dette forslaget ikke helt slo gjennom – ble det til slutt foretatt intervju på telefon. Intervjuets pålitelighet svekkes kanskje en liten smule ettersom vi ikke får sett intervjuobjektens reaksjoner og ansiktsuttrykk når spørsmålene våre ble stilt. I våre øyne vil også transkriberingen i etterkant av intervjuet være mer pålitelig om transkripsjonen har blitt gjennomført av to personer hvor resultatet har blitt dobbeltsjekkert. Igjen så møter man på utfordringene med å

gjenskape et likt forskningsresultat på grunn av bl.a. forventningene til intervjuerne og respondenten som kan påvirke resultatet (Halkidis, 2015:9). I tillegg vil også de fysiske faktorene som man mister ved å gjøre muntlig tale om til skriftlig tekst. Ut i fra ulike teoretiske syn på intervjureliabilitet vil det alltid være en utfordring å sikre reliabiliteten, men likevel være gode muligheter for å styrke den (Halkidis, 2015:9).

3.9 Ethiske utfordringer

Som forskere er det greit å være klar over de etiske utfordringene man står overfor i sin datainnsamling, og på hvilken måte disse kan påvirke både dataen og vår skrivemåte. Etikk er svært viktig innenfor forskning. Spesielt innenfor kvalitativ og kvantitativ forskning finnes det en rekke retningslinjer i forhold til forskningsetikk. Det vil alltid oppstå etiske dilemmaer i forskning, og enhver som gjennomfører et forskningsprosjekt, må ta stilling til etiske prinsipper. Slike dilemmaer oppstår i ulike faser i prosessen (Halvorsen, 2003).

Innenfor vårt litteraturstudie har vi måttet ta stilling til de ulike etiske og moralske dilemmaene man kan støte på. Objektivitet kan være ett av de etiske dilemmaene. Taule (2012:27) skriver at objektivitet er avgjørende for et godt forskningsresultat. Ønsker man å fremstå som subjektiv, må dette komme klart frem, slik at dette på ingen måte kan misforstås av en eventuell leser. Larsen (2007) skriver også at de erfaringene og holdningene en har som forsker vil påvirke tilnæringsmåten en velger i sin forskning. Det vil altså være umulig å være helt objektiv. Objektivitet er likevel fruktbart som et ideal, selv om det altså er uopnåelig (Larsen, 2007). Moral er også særdeles viktig i forhold til de forskerne som blir sitert. Med dette menes det at vi ikke skal «legge på» eller forvrengte en annen mening enn den forfatteren selv i utgangspunktet har fremlagt. Fabrikking av data og gjengivelse av informasjon blir også sett på som uhederlig i forskningsetisk sammenheng. (Forsberg & Wengström, 2008). Her kommer også begrepene som nevnt ovenfor i delkapittelet; reliabilitet og validitet inn i bildet.

Når man skal vurdere de etiske sidene rundt en samfunnsvitenskapelig analyse så mener Jacobsen (2005) at en skal tenke på følgende punkter; informert samtykke, krav til privatliv og krav på å bli gjengitt korrekt. Det som hovedsakelig legges til grunn for informert samtykke er evnen respondentene har til å kunne ta et selvstendig

valg på om vedkommende ønsker å delta på intervjuet og at dem ikke føler seg presset til å gjøre noe dem ikke har lyst til. Respekt for respondentens sitt privatliv og grenser er et viktig etisk aspekt for hvordan man skal håndtere innsamlet materiale. I vårt tilfelle er det brukt lydopptak, og vi har fått godkjenning av våre respondenter til å bruke lydopptak i intervjuet. For oss er det viktig å presisere at vi vil opptre etisk korrekt under hele prosjektet. All informasjon som blir innhentet i intervjuene vil bli bevart konfidensielt og utilgjengelig for utenforstående. Respondentene har også gitt sitt muntlig samtykke i skjemaet «forespørsel om deltagelse i forskningsprosjekt» (vedlegg 2). Her har dem gjort seg kjent med at navnene deres vil bli offentliggjort og gjenkjent i oppgaven. Etter endt prosjekt vil også alt av datainformasjon slettes.

4.0 Resultat og diskusjon

Vi har tolket resultatene og intervjuene våre med et objektivt syn. Med den bakgrunnskunnskapen vi har, vil vi forankre analysen vår med teori. Studien består av litteratursøk i A-tekst (Retriever), samt to intervju som vil bli brukt som supplement.

Vi ønsker å finne ut hvordan utviklingen mellom kvinnefotball og media har vært, i lys av et sport/medie-kompleks, samt om det finnes en fruktbar symbiose.

4.1 Kvinnefotball sammenlignet med herrefotball i media

I litteratursøkene våre har vi funnet tall på hvor mange artikler som er skrevet i oddetallsårene fra 2001-2017 med nøye utvalgte søkeord. Ved å sammenligne tall på herrefotball og kvinnefotball, kan vi undersøke hva og hvor mye som skrives av kvinnefotball. Det er spennende å se om det har vært en utvikling i hvor mye media skriver, men også hva media velger å konsentrere seg om rundt kvinnefotballen. Det vi har funnet i litteratursøket vårt vil hjelpe å forstå hva som trekker media til idretten, og om interessen har økt de siste årene.

Tabell 1

Årstall	Toppserien Fotball	Tippeligaen/ Eliteserien fotball	Kvinnefotball	Fotball menn
2001	189	377	91	707
2003	165	489	93	481
2005	203	974	121	1295
2007	133	785	102	1219
2009	132	682	62	943
2011	140	646	88	639
2013	76	632	82	513
2015	106	1128	82	511
2017	130	753	123	522

Tabell 1 oversikt over artikkelsøk i Toppserien, Eliteserien, kvinnefotball og fotball menn.

Denne tabellen sier noe om hvor mange artikler som er skrevet om kvinnefotball og herrefotball og utviklingen de senere årene. Ved å se på tallene, kan en si at herrefotball har mye større prioritet i norsk presse. Resultatet av søkene vi har gjort viser klare og tydelige forskjeller på kvinnefotball og herrefotball. Samtidig ser vi at det er variert hvor mye som skrives om herrefotball hvert år, mens i kvinnefotballen er det mer jevnt. Ser man bort fra 2013 på søket som går på toppserien fotball, kan en se at det ligger mellom 100 og 140 artikler årlig om toppserien. I forhold til Tippeligaen og i senere tid Eliteserien, er dette svært lave tall. Men dette er også naturlig, ettersom etterspørselen og populariteten er større i herrefotball enn i kvinnefotball.

Noe av det som gjenspeiles i de mange artiklene som skrives under fotball menn, er svært mange nyheter med fotballresultat. Her skrives det om alt som har hendt i sportens verden, og da kommer det ofte opp resultat. Det ligger også veldig mange kampreferat ute som trekker antall artikler opp. I motsatt ende finner man kvinnefotballen. Det skrives ikke så mange kampreferater som for menn, og de inkluderes ikke i like stor grad i resultatbasert nyhetsform. Om en går inn i hver enkelt artikkel skrives det en del om å heve kvinnefotballen, og innimellom kan en finne noen saker som omhandler kampreferat osv. Klaveness (2013) skrev en artikkel i VG om at fotball er for jenter. I artikkelen tar hun for seg at det i fotballens maktposisjoner ikke anerkjennes et omfattende holdningsproblem mot kvinner. Samtidig kan en finne mange leserinnlegg i avisene som støtter kvinnefotballen. Carina Berg tar i ett leserinnlegg til Aftenposten (2013) ett oppgjør mot de som mener at kvinnefotballen er mindre underholdende enn herrefotball. Hun påpeker at de fysiske forskjellene ikke er god nok grunn til å mene at kvinnefotball ikke er underholdning.

4.2 Kvinnefotballen i et globaliseringsperspektiv

For å forklare noe av forskjellen i media sin vinkling av saker, og hva som ofte er prioritert i de ulike kjønns fotball, vil vi vise til to artikler som ble skrevet av Dagbladet og Aftenposten (2007). Den ene artikkelen fra Aftenposten (2007) finner vi et søk på kvinnefotball som starter med en oppsiktsvekkende tittel; «Pelé i skjørt». Her skrives det altså om den tidligere «fotballkongen» Pelé som kroner den daværende beste kvinnelige fotballspilleren, Marta Vieira Da Silva som «dronningen»

av kvinnelig fotball og refereres videre til som «Pelé i skjørt». I et sitat i Aftenposten (2007) kommer Pelé med en gratulasjon til Marta hvor han referer til seg selv i tredje person: «*Du tryller med ballen og er den rettmessige kvinnelig arvtager etter Pelé*» Aftenposten (2007). Når Marta så blir omtalt som «Pele i skjørt» i media bidrar dette til å forsterke ideen om en hegemonisk maskulinitetskultur i fotball. Det kan videre tolkes som at kvinnefotballspillere i denne sammenheng blir sammenlignet som «menn i skjørt» og dette oppleves som en svært uheldig vinkling av kvinnefotball.

Når vi videre gjør søk på herrefotballen i tidsperioden 2007 ser vi for det meste resultatbaserte artikler, men også mange saker som bygger opp enkeltprofiler. Her ser vi en klar forskjell på hva det skrives om i mediene på kvinne og herrefronten. I en artikkel fra Dagbladet (2007) fant vi et eksempel på en sak om Steven Gerrard hvor det for det meste handler om hans bakgrunn, brennende engasjement og talent for fotball. Når media skriver profileringssaker om spillere som Gerrard, vil det være mulig å fylle inn stoff om bakgrunnen hans og privatlivet uten at dette skal påvirke antall lesertreff negativt. Dette er da mulig for media på grunn av Gerrard sin status.

Innenfor et globaliseringsperspektiv kan vi også benytte oss av overnevnte artikkel fra Aftenposten (2007) «Pelé i skjørt». Selv om Marta er daværende verdens beste kvinnelige fotballspiller og kommer fra en stor fotballnasjon (Brasil), er det dermed ikke sagt at kvinnefotballen har bragt med seg noe veldig stor interesse i hjemlandet.

I Aftenposten (2007) skrives det om «to forskjellige verdener» hvor det i Tyskland er over en million registrerte spillere, og kvinnelag med millionbudsjetter, finnes det altså ingen organiserte kvinnelag i Brasil. «*Kvinnelig fotball regnes ikke med i det brasilianske fotballforbundet, CBF, og det finnes ikke ett øre på budsjettet. De få kvinnelige amatørslagene som er i aktivitet, må selv skaffe penger til drift*» (Aftenposten, 2007). Kanskje er det ikke så rart at Marta tidlig i karrieren valgte å se seg etter europeiske toppklubber, hvor klubbvalget til slutt endte på Umeå IK fra Sverige. Det er mulig klubbens anskaffelse av Marta i 2004 gav stor oppsving i oppmerksomhet både nasjonalt og internasjonalt, også i media. Den globale interessen kan ha medført til flere fans og tilskuere for den svenske klubben. Samtidig som en kan tenke seg til at Martas overgang gav mer interesse i media, er det også tenkelig at det gav klubben sportslig suksess.

4.3 Hva trekker media til idretten

Når det gjelder søket på kvinnefotball, viser det også klare forskjeller på når fokuset flyttes dit. Ikke bare er det flest artikler i de månedene det er mesterskap. Om man ser på de årene mellom mesterskapene, er det mange færre artikler som er skrevet. Her varierer det voldsomt, men det er klare tall på at mesterskapsårene er det som trekker media mest til sporten. Det er beklagelig at det skal ett mesterskap til for å skrive artikler om en idrett som i Norge er den største for jenter.

2011 er ett år som kan ses på som ett unntak når det gjelder hva som fokuseres på. Selv om det er ett mesterskaps-år, er det noe annet som tar interessen til media. NFF hadde stor satsing på kvinnefotballen før 2011, og hadde innført «Jenteløftet», for å prøve å heve kvinnefotballen. «Jenteløftet» var ett femårig samarbeidsprosjekt mellom NFF og Serieforeningen for kvinnefotball som skulle skape robuste og bærekraftige klubber i Toppserien. Blant annet Dagbladet (2011) skrev om denne saken, og Yngve Hallén var sterkt involvert. På grunn av at noen av klubbene hadde økt spillerlønningene istedenfor å konsentrere seg om å utbedre og forbedre fasiliteter og klubben i seg selv, ville Hallén kutte noen millioner fra satsingen. Han mente at dette var feilprioritering av klubbene. Dette viste nemlig at klubbene ikke tok satsingen seriøst, og dette ville føre til rask men kortvarig suksess for kvinnefotballen i Norge.

Gjennom A-tekst har vi funnet ut at det er slike saker media skriver mest om. Dette er ifølge Jan Reidar Vågsdalen fordi «*det tabloide selger mer*». Generelt om en skriver om en vanlig toppserieklubb og deres resultat, vil en ikke oppnå like mange treff. Slike saker skaper reaksjoner, og det er akkurat dette media vil. Media går etter det som vil selge mest. Mye av grunnen til at media ikke skriver direkte om klubbene og spillerne, er fordi klubbene generelt er for dårlige til å selge seg selv. Vågsdalen sier følgende:

«Det handler mye om penger for avisene, hvor kan en tjene penger? Jo avisene skriver om det leserne vil lese. Og her er det lav interesse for kvinnefotballen. Sånn jeg ser det må kvinnefotball jobbe knallhardt mot media, det hjelper ikke å sitte å vente på at media skal ta tak.» (Intervju, Vågsdalen 2018)

For å komme litt tilbake til saken som ble referert til fra dagbladet i 2011, kan en se noen konsekvenser av feilprioriteringen. I følge Hallén (2011) var det slik at noen av klubbene i toppserien prioriterte feil, og ikke brukte pengene som var delt ut til rett formål, dermed ble de andre klubbene også straffet for dette. Generelt er fasilitetene for dårlige for toppserieklubbene, og det er banene også. Erik Strand i NRK mener blant annet at dette har mye å si for publikumsinteressen;

«Jeg mener at det nødvendigvis ikke er slik at spillerlønnene i Norge trenger å gå opp de første årene, men vi må heller styrke de sportslige apparatene og arrangementene, det er her vi må starte. Her er det bare å se til Sandviken – bra med tilskuere. Begynn her i stedet for spillerlønnene».
(Intervju, Strand 2018)

Gjennomsnittlig holder ikke fasilitetene god nok standard, og dette er nok med på å bygge under den lave interessen for kvinnefotballen. Om fasilitetene ikke er gode nok for publikum eller media, er det vanskelig å trekke folk til stadion. For at kvinnefotballen skal kunne fange medias oppmerksomhet, er det viktig at fasilitetene, arrangementene og atmosfæren rundt forbedres.

4.4 Økonomiske interesser

Når det kommer til medieinteresse og kommersielle interesser er det en vesentlig forskjell på kvinnefotballen og herrefotballen. Vi kan se dette ved tabell 1 der en har tydelige forskjeller på antall artikler som blir skrevet, men også i tv-avtalene som blir undertegnet. I ett intervju med VG (2015) sa leder i Serieforeningen for kvinnefotball, Tone Angeltveit, at hun ønsket flere tv-kamper fra toppserien. Da hadde akkurat rettighetene til Eliteserien og OBOS-ligaen blitt solgt for 2,4 milliarder kroner over en femårsavtale til Eurosport. Samtidig forhandlet kvinnefotballen om en forlengelse av en avtale med NRK. NRK skrev under en avtale for landslagsfotballen for kvinner fra 2014-2021, og dermed ville Angeltveit at NRK også skulle vise klubbefotballen. Her håpte hun på mer eksponering av kvinnefotballen, selv om verdien på avtalen ikke er all verden. Her ser vi tydelige forskjeller på kvinnefotball og herrefotball i kommersiell interesse. Selv om Eliteserien/Tippeligaen kanskje ikke er den mest attraktive serien å se på, er markedsverdien skyhøy. Samtidig slåss kvinnefotball for å i det hele tatt bli vist på tv, og prøver å få mer tv-tid. Det kan se ut til at

kvinnefotballen fortsatt ikke har blitt stor nok til at aktører velger å satse tungt på idretten og dermed tjener ikke kvinnefotballen like godt på kommersialiseringen.

Det er tydelige signal på at kvinnefotballen har fått mer oppmerksomhet de siste årene. Blant annet i 2017 fikk toppserien inn OBOS-avtalen som sikret dem 50 millioner kroner over 5 år. (Aftenposten, 2017). Dette er godt nytt for kvinnefotballen i Norge, og artiklene begynner å hope seg opp om at kvinnefotballen heves. Samtidig har nivået på kvinnefotballen gått opp. Det kan skyldes det faktum at det er flere muligheter for kvinnene i fotballen nå, og dermed satses det tidlig. Det er svært mange jenter som spiller fotball, og flere og flere dukker opp yngre i toppserien. Aftenposten (2017) var ute med en sak om de mest resurssterke klubbene i Europa som har startet en massiv satsing på kvinnefotballen, ettersom det kan generere penger. De seneste i rekken som en kan lese om i artiklene er Manchester United og Real Madrid. Med en gang de største klubbene i verden satser på kvinnene, vil dette gi mer mediedekning for kvinnefotballen, og generelt mer publikumsinteresse, sponsorinntekter og andre kommersielle bonuser. I Norge er dette kanskje ett tiltak som må etterfølges av de store klubbene. I følge Erik Strand i NRK vil dette være en start for å heve kvinnefotballen. Han understreker:

«Storklubbene må være med på å bygge interesse rundt kvinnefotballen, sånn som man er blitt flinkere på i andre land. Da får man noe mer tilgang til ressurser, sponsorkanaler og partnere på en annen måte hvis man er del av et større miljø. Det skal ikke så mye penger til for å gjøre mye på damesiden»
(Intervju, Strand 2018)

De siste årene har det også blitt satt enda mer på spissen de forskjellene som ligger i herrefotball kontra kvinnefotball. Dette gjelder kommersielt, sportslig og økonomisk. Media tar tak i mye av forskjellene, for å vise hvordan det egentlig står til i kvinnefotballen. I Bergens Tidende (2017) kunne man lese om de store finansielle problemene kvinnefotballspillere har for å satse. Dette er med på at store talent forsvinner ut av fotballen, og heller velger å fokusere på studier. Det er positivt at media opplyser det norske folk om slike saker, men det kunne vært enda mer fotballfaglige saker om talentene eller de gode prestasjonene i media. Vågsdalen som følger kvinnefotballen tett hadde følgende å si om hvor media kan forbedre seg mest:

«Noe av det jeg mener må være viktig, er å breie ut interessen, ikke bare fokusere på de beste. Det kan være veldig nyttig å få ut informasjon om de unge talentene og de nest beste. På dette planet ser jeg stort forbedringspotensial for media, og dermed kan man framheve kvinnefotballen mer.»
(Intervju, Vågsdalen 2018)

4.5 Dybdeundersøkelse i mesterskap-året 2013

I vår dybdeundersøkelse for 2013, er det klare tegn på hva et godt mesterskap kan føre med seg av mediedekning. En kan se at i juli var det hele 45 artikler som ble skrevet om kvinnefotball alene, altså over halvparten av artiklene i 2013 ble skrevet rundt mesterskapet i Sverige. En kan trekke paralleller ved de andre årene i undersøkelsen vår, og se at det er ekstra mye medieoppstyr rundt mesterskap. Dette medfører at vi kan se et fruktbart symbiotisk forhold oppstå under internasjonale mesterskap.

Da en går dypere inn i undersøkelsen for å finne artikler, dukker det opp en spennende sak rett før finalen. Norge har nettopp slått Danmark i en nervepirrende semifinale, og seertallet har bikket over 700 000. Forfatter Cornelia Kristiansen skriver i Dagbladet (2013) *«Når bare gull er godt nok»*. Som tidligere blusser medieinteressen opp når det er mesterskap, og spesielt tydelig er det når Norge også gjør det bra. Kristiansen (2013) skriver om en laber interesse for kvinnefotballen før mesterskapet. Dette er et ganske så velkjent fenomen i norsk sammenheng. Under OL 2012, overrasket norske Bartosz Piasecki alle med en fenomenal sølvmedalje i fekting. Aldri før har fekting vært så populært som da, og det vil sjeldent bli det igjen. Det er noe særegent over det norske folk som gjør at ett mesterskap kan samle en hel nasjon foran tv-skjermen. På samme måte som at det norske folk ble samlet av radioens inntog på 1900-tallet. Det som derimot er vanskelig, er å lokke de samme personene til stadion for å se fotball.

I artikkelen til Kristiansen (2013) blir det også nevnt at lokal tilhørighet har mye å si for fotball, og det å trekke publikum til stadion innenfor et geografisk område. Hun trekker også frem at dette påvirker den generelle interessen for kvinnefotball. Det er ett savn av derbyer og «hatoppgjør». Hun etterlyser at kvinnene må skape seg tradisjoner, og finne egne fiender på bakgrunn av historie, men dette vil ta tid. Ved at en ikke har de samme elementene som supporter i kvinnefotball, vil heller ikke

kulturen forandre seg så mye. Dette kan være med å underbygge noe av den spake medieinteressen i kvinnefotballen. Det er mange ganger en kan lese om tette oppgjør i Premier League, og ikke minst derbyet mellom LSK og VIF. Dette er saker som selger i media, og derfor er dette et stort savn i kvinnefotballen. Om publikum skaper seg ett fellesskap utenfor banen, kan dette kunne bidra til å øke populariteten.

Før troppen til mesterskapet i 2013, kom Bergens Tidende ut med en artikkel som omhandlet den unge og fremadstormende stjernen Melissa Bjånesøy. Forfatter Kim Bøyum (2013) omtaler henne som en av ligaens heteste spisser i artikkelen. I intervjuet med Bjånesøy kommer det fram at hun ikke synes synd i seg selv, og kvinnefotballen sin status. Kvinnefotballen og media har vært i utvikling uttaler hun og fortsetter med «*Det er i hvert fall ikke synd på oss. Vi skjønner jo såpass selv, at pengene må komme et sted. De kommer fra sponsorer og publikum, og for å skaffe det, må vi selv gjøre en jobb.*» (Bjånesøy, 2013). Bjånesøy mener altså selv at utviklingen er på vei fremover, og at mye av ansvaret ligger i spillernes egne hender. Det blir også lagt frem i artikkelen at om landslaget oppnår gode resultater, vil interessen stige. Nettopp dette fikk de erfare i mesterskapet, da det ble mer og mer interesse rundt laget etter hvert som de kom lengre i turneringen.

Den omtalte artikkelen ovenfor lyder under «*Fotballdamene synes ikke synd på seg selv*». (Bergens Tidende, 2013). Ved å omtale en artikkel på denne måten er det mulig at avisene trekker lesere på grunn av overskriften. I artikkelen får en i tillegg en kvinnelig fotballspiller sitt syn på lønning og medieinteresse, noe som vil kunne fange oppmerksomhet. Samtidig som en fanger oppmerksomhet på grunn av artikkelens navn, starter artikkelen med å nevne at «*En ubetydelig landskamp for herrer mot Makedonia får større oppmerksomhet enn et fotball-EM for kvinner*». Ved å ta opp en slik problemstilling, vil også leseren forstå omfanget av hvor stor forskjellen er på kvinnefotball og herrefotball. Slike artikler er med på å bre ut den store kjønnsforskjellen i fotball til flere enn de som interesserer seg for kvinnefotball.

En finner flere profileringssaker før under og etter mesterskapet 2013. Under mesterskapet finner vi en artikkel som er ganske lik den fra Bergens Tidende. Artikkelen har overskriften «*-Vi henger ikke helt med i Norge*». Nok en gang er det ett intervju som blir gjort med en av spillerne, men denne gangen er det med langslagskaptein Ingvild Stensland. I ett intervju med Aftenposten (2013), forteller

hun at vi i Norge må kjempe for oppmerksomheten, og at en ikke henger med i forhold til resten av Europa. Stensland mener det sportslige fokuset blir tatt vekk fra kvinnene og at de blir sammenlignet med herrerne. I artikkelen uttaler hun følgende:

«Å komme til sluttspill i mesterskap er stort uansett. Det er det vi vil ha oppmerksomhet for. Jeg vil ikke bli sammenlignet med herrerne. Jeg vil bli sammenlignet med de reelle konkurrentene mine for det jeg gjør, og det laget gjør» (Stensland, 2013).

Dette er noe vi har nevnt tidligere i oppgaven også. Den maskuline dominansen i fotballen. Det er sjelden en opplever i andre idretter at en blir sammenlignet på tvers av kjønn. Men slik er det i fotball. Dette kan være noe av grunnen til at kvinnefotball ikke selger like godt i media. Holdninger om at kvinnelige fotballspillere er kjedeligere å se på enn menn, fordi de er underlegne fysiske. Ved å sammenligne på tvers av kjønnene, er det vanskelig for kvinnelige fotballspillere å oppnå den samme statusen som mannlige fotballspillere, og det blir også vanskelig å få mer medieoppmerksomhet rundt idretten.

Den maskuline dominansen er ikke den eneste problemstillingen som blir omtalt i artikkelen. Innenfor fotballmiljøet for kvinner, opplever man fordommer og hets som går på legninger. En opplever at folk har en formening om at kvinnefotballen har et «lesbisk miljø». Dette er fordommer og en debatt som har pågått siden kvinner startet å spille fotball. Og det er tydelig at dette er aktuelt også nå. I Sverige var fotballjentene blitt omtalt som de nye yndlingene, men samtidig som de fikk positive omtaler, haglet det inn fordommer og hets i sosiale medier. I følge Bjerkaas (2013) som har skrevet artikkelen, ble altså fotballspillerne hetset for sine legninger. Stensland sier hun er klar over problemet, og sier også at hun helst vil bli omtalt for sine idrettslige prestasjoner, og ikke hvem hun er sammen med. Vi mener det er viktig for kvinnefotballen at prestasjonene er i sentrum, og at privatlivet ikke til hver tid skal trekkes fram av media. Om media til en hver tid skal trekke frem privatliv og utenomsportslige saker i intervjuer og saker som omhandler kvinnelige fotballspillere, vil media også være med på å svekke seriositeten og profesjonaliteten til idretten og utøverne.

Den siste artikkelen vi vil trekke inn fra dybdeundersøkelsen er en artikkel i VG (2013) om Zlatan Ibrahimovic. Overskriften lyder som følger: «*Har ikke snakket skit om damefotball*». Artikkelen tar for seg noen kommentarer som Zlatan skulle ha sagt om kvinnefotballen i Sverige. Selv mener han at kritikken var tolket mot media, og at han har blitt feilsitert. I følge intervjuet til Expressen (2013) skal Zlatan ha påstått at når han drar hjem til Sverige, vil han ikke bli sammenlignet med en kvinnelig fotballspiller. Der han i Europa blir sammenlignet med verdensstjerner, spør han om han skal skjemmes for å dra hjem. Zlatan selv mener at det hele var en spøk mellom han og journalisten, og bedyrer sin uskyld. Slike saker er igjen med på å svekke kvinnefotballen sin status. Når Nordens fremste fotballspiller uttaler seg om kvinnefotball på denne måten, og blir sitert på det i media, vil dette ha en negativ påvirkning på kvinnefotballen. Zlatan mener han er feilsitert, men på grunn av den makten media har, og media sin vinkling av saker, kan dette skade både Zlatan og kvinnefotballen sitt omdømme.

5.0 Konklusjon

Problemstillingen i vår studie er å finne ut hvordan kvinnefotball og media har utviklet seg de siste 17 årene, og om det er en fruktbar symbiose mellom kvinnefotballen og media, slik som i herrefotballen.

Det vi har funnet ut i vår studie er at kvinnefotballen ikke trekker i nærheten av like mye oppmerksomhet og interesse som herrefotballen. Ved undersøkelsene vi har gjort, har vi kommet frem til at det er oppsiktsvekkende lave tall på antall artikler skrevet om kvinnefotball i de største avisene. Samtidig er det også verdt å legge merke til at det meste som blir skrevet, ikke går på resultater og gode prestasjoner. Mesteparten av de artiklene vi har funnet har gått på hvordan en skal kunne heve kvinnefotballen, og hva som skal til for at kvinnefotballen skal få mer interesse rundt seg. Grunnen til dette er i all hovedsak tabloidiseringen i media.

De undersøkelsene vi har gjennomført har også gjort oss oppmerksomme på at antall artikler varierer veldig fra år til år. Grunnen til dette har vist seg å være mesterskapsårene. Når det arrangeres internasjonale mesterskap, får kvinnefotballen mer oppmerksomhet i media. Her kommer også mer fylldige kamrappporter, og profilsaker, uten at de nødvendigvis er knyttet til utenomsportslige saker eller mannlige fotballspillere. Dette viser at en opplever et fruktbart symbiotisk forhold mellom kvinnefotball og media før, under og etter mesterskap.

Kvinnefotball er en relativt ung idrett og er i stadig utvikling. For at flere skal kunne drive med toppidrett i kvinnefotballen, må medieinteressen opp, og en må prøve å forsterke de gode prestasjonene, og ikke sammenligne kvinnelige fotballspillere med mannlige fotballspillere. Om en klarer å løfte kvinnefotballen, og skape gode prestasjoner i mesterskap, vil også media henge seg på og interessen vil kunne øke.

Litteraturliste:

- Befring, E. (2007) *Forskningsmetode med etikk og statistikk*. Det norske samlaget.
- Brinkmann S. & Kvale S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS
- Dahlén, P. (2008). *Sport och medier: Mediesport och kön*. IJ-förlaget
- Dalen, M. (2004). *Intervju som forskningsmetode*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Dimmestøl, Ø. & Nome, M (2017) *Hvordan formes fotball som produkt og idrett: En studie av medieavtalene*. Bacheloroppgave, Høgskolen i Molde.
- Forsberg, Christina og Wengstöm, Yvonne. 2008. *Att göra systematiska litteraturstudier*. Natur og kultur. Stockholm.
- Fossøy, J., Moe, F.V., Fretland, F. (2017) *Fotball og media i Noreg i eit historisk perspektiv i perioden 1979-2005- spelet utan ball*. Fjordantologien 2017, s.341-361. Universitetsforlaget
- Giddens, A. (2006) *Sociology*. Published by Polity Press
- Giulianotti, R. (1999) *Football: A Sociology of the Global Game*. Polity Press
- Goksøyr, M. (2008) *Historien om Norsk idrett*. Abstrakt forlag
- Halkidis, K. (2015) *Vitenskapsteori og forskningsmetode eksamen*. Master IKT, Høgskolen i Oslo og Akershus.
<https://halkidisiktmaster.files.wordpress.com/2015/01/vitenskapeksamen-ferdig.pdf>
- Halvorsen, K. (2003). *Å forske på samfunnet –en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag
- Helland, K. (2003). *Sport, medier og journalistikk: Med fotballandslaget til EM*. Fagbokforlaget
- Idrettsforbundet (2017) *Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité: Årsrapport 2017*. Hentet, 20.11.2018:
https://www.idrettsforbundet.no/contentassets/4393d243d44c40d790193e7ff977765c/27_18_nif-arsrapport-2017_lr.pdf?fbclid=IwAR0h8XKYqKqOznQcF-D1tk2PS2L8NU_HS7cBo_V-4rt-iXFKAd95bWG-e5I
- Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (2. utg.). Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.
- Larsen, Ann Kristin (2007): *En enklere metode. Veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningsmetode*. Fagbokforlaget, Bergen.

- Lesjø, J.H. (2008) *Idrettssosiologi: Sportens ekspansjon i det moderne samfunn*. Abstrakt forlag
- Nilssen, V. (2012). *Analyse i kvalitative studier*. Den skrivende forskeren. Oslo: Universitetsforlaget
- NTB (2018) *Må melde landslagsforfall. Får ikke fri fra skolen*. Publisert av Dagbladet 23.08.2018. Hentet 16.11.2018: https://www.dagbladet.no/sport/ma-melde-landslagsforfall-far-ikke-fri-fra-skolen/70134111?fbclid=IwAR3zOUD17_zh8-ifNBef_8bm2dvU_mEslWLhC5inci-A7swGBbCp6pBymKc
- Retriever (2018) *Mediearkiv, lest 05.12.2018*. <https://www.retriever.no/product/mediearkiv/>
- Ringdal, K. (2007) *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 2.utgave, Fagbokforlaget, 2007.
- Skogvang, B.O. (2006) *Toppfotball – et felt i forandring*. Oslo: Norges idrettshøgskole (dr.-avh.).
- Skogvang, B.O. (2009) *The sport/media complex in Norwegian football*.
- Taule, A.V. (2012) *Et litteraturstudie i pedagogikk med vekt på hva læring hos den enkelte deltaker i team i lærende organisasjoner har å si for teamet og den lærende organisasjonens utvikling*. Masteravhandling i pedagogikk ved NLA Høgskolen, Bergen: <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/194152/Annelene%20Vedeler%20Taule%2C%20jan%202013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Thagaard, T.(2009). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*. (3.utgave) Bergen: Fagbokforlaget.
- Tjora A. (2011). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Akademiske.

Kilder:

- Berg, C. (2013). «*På tide med likestilling*». Publisert av Aftenposten
- Bernhus, O. (2017). «*Det skjer faktisk noe*». Publisert av Aftenposten
- Bjerkaas, M. (2013). «*Vi henger ikke helt med i Norge*». Publisert av Aftenposten
- Braaten, M. (2015). «*Ønsker seg flere kamper fra toppserien*». Publisert av VG
- Bøyum, M., Bøyum, K. (2017). «*Valgte skolen foran toppfotballen*». Publisert av Bergens Tidende
- Bøyum, K. (2013). «*Fotballdamene synes ikke synd i seg selv*». Publisert av Bergens Tidende
- Halvorsen, A. (2007). «*Pelé i skjørt*». Publisert av Aftenposten
- Klavenes, L. (2013). «*Fotball er for jenter KJØNN OG IDRETT*». Publisert av VG
- Kristiansen, C. (2013). «*Når bare gull er godt nok*». Publisert av Dagbladet
- Loe Welde, O.B. (2007). «*Nektet å trene med United*». Publisert av Dagbladet
- Strøm, O.K. (2013). «*HAR IKKE SNAKKET SKIT OM DAMEFOTBALL*». Publisert av VG
- Wahlstrøm, R. (2011). «*Har ikke dårlig SAMVITTIGHET kvinnefotball*». Publisert av Dagbladet

7.0 Vedlegg

7.1 Intervjuguide (Vedlegg 1)

Info:

- Intervjuet er frivillig og kan avsluttes
- Navn vil bli offentliggjort i oppgaven
- Båndopptak vil bli slettet etter endt transkripsjon
- Presentasjon av oss selv, hva vi vil og hvorfor vi har intervju
- Varighet 30-60 min +

Introduksjonsspørsmål:

- Kan du fortelle litt om deg selv? (Utdanning, jobb, erfaring)

Intervjuspørsmål:

- Hvordan ble du engasjert i kvinnefotballen?
- I 1976 ble klubbfotballen organisert for kvinner, 74 år etter menn. Hva har dette å se for kvinnefotballen?
- Har du noen tanker om utviklingen til mediedekningen for kvinnefotballen i Norge?
- Hva gjør NRK for å legge til rette for interessen rundt kvinnefotballen?
(Dette spørsmålet er bare rettet mot vår respondent fra NRK, Erik Strand).
- Det er stor forskjell i kommersialiseringsaspektet i herrefotball og kvinnefotball. Hva kan gjøres for å øke kommersialisering i kvinnefotball?
- Hvordan er framstillingen av kvinnefotball i media?
- Kvinnefotballen har mindre fokus enn herrefotballen i media. Er det noe media kan gjøre for å heve kvinnefotballen i Norge?
- Er det noen andre land Norge kan se til for å heve interessen?

- Hva er det disse landa gjør/har gjort for å bygge interesse rundt kvinnefotballen?
- Hvilke tiltak kan gjøres for å heve tilskuertall i toppserien?

Oppfølgingsspørsmål:

- Kan du utdype mer om dette?
- Forstår jeg deg rett når du sier..?
- Kan du fortelle litt nærmere om dette?

7.2 Informasjonsskriv (Vedlegg 2)

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

«Norsk Kvinnefotball og media»

Bakgrunn og formål

Hei! Våre navn er Vegar Strømø og Ruben Kvalsvik. Vi studerer Idrett og kroppsøving ved Høgskulen på Vestlandet, avdeling Sogndal. For tiden arbeider vi med vår bacheloroppgave. I den forbindelse ønsker vi to intervjuobjekter med kunnskap og erfaring innenfor kvinnefotball og media.

Problemstillingen vår lyder foreløpig slik:

«Norsk kvinnefotball og media de siste 17 årene. En fruktbar symbiose?»

Formålet med denne studien er å finne ut hvordan utviklingen mellom kvinnefotball og media har vært de siste 17 årene, og om det finnes en fruktbar symbiose mellom kvinnefotballen og media.

Etter å ha kartlagt alle mulige intervjuobjekter har vi kommet frem til at vi ønsker å invitere deg til å delta i dette prosjektet, da vi mener du oppfyller kompetanse innenfor vår valgte tematikk og problemstilling.

Hva innebærer deltakelsen i studien?

Deltakelsen i studien vil innebære et intervju med oss, enten via telefon, skype eller facetime samtale. Intervjuet vil bli spilt inn på båndopptak, dersom du som informant/respondent godkjenner dette. Hvis ikke vil informasjonen bli skrevet ned ordrett under intervjuet. Spørsmålene vil omhandle rundt temaene:

Kvinnefotball og media.

Informasjon

Alle opplysninger vil bli behandlet konfidensielt innen innlevering 14 desember 2018. De eneste som har tilgang på dataene er de to studentene og veilederen som jobber med oppgaven. Opplysningene skal ikke kunne gjenkjennes i kobling av lydopptak og arbeidssted. Båndopptak som er tatt under intervjuet vil bli slettet etter endt transkripsjon. I oppgaven vil også navn bli offentliggjort til å gjengi sitater fra intervjuet.

Grunnet søknadsprosesser og personvern beskyttelse ønsker vi **IKKE** personlige opplysninger, eller opplysninger som kan være etisk krenkende for noen parter. Spørsmålene vil derfor være utformet for å unngå sensitive opplysninger.

Studien er **IKKE** meldt til NSD – Norsk senter for forskningsdata AS.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 14. Desember 2018.

Frivillig deltakelse

Det er helt frivillig og delta i studien, du kan når som helst trekke ditt samtykke uten og oppgi noen forklaring. Dersom du velger å trekke deg, vil alle opplysninger og data du har oppgitt bli slettet.

Ved spørsmål angående studien kan vi kontaktes på mail eller telefon:

Vegar Strømø:
90230685
160499@stud.hvl.no

Ruben Kvalsvik:
45670852
161315@stud.hvl.no

Vår veileder i denne bacheloroppgaven er Joar Fossøy. Han kan kontaktes på e-post Joar.fossoy@hvl.no dersom det er ønskelig.

Samtykke til deltakelsen

Jeg har mottatt muntlig og skriftlig informasjon om studien, og er villig til å delta.

(Signert av prosjektdeltaker, dato)