

Tett på!

En analyse av avisene VG og Dagbladet og skiskytterkvinnenes opplevelse av sportsjournalistenes diskurser



Anne Lise Vasland Lassen

**Masteroppgave i idrett og friluftsliv
Høgskolen i Telemark
Institutt for idrett og friluftsliv**

Våren 2009



Tittel:	Tett på! En analyse av avisene VG og Dagbladet og skiskytterkvinnerenes opplevelse av sportsjournalistenes diskurser
Nøkkelord:	Felt, diskursanalyse, skiskytterkvinner, VG, Dagbladet, OL i Torino, Holmenkollen 2006
Forfattere/	Anne Lise Vasland Lassen
Studentnr.:	022834
Fagkode:	1304
Oppgavetype:	Masteroppgave
Studiepoeng:	60
Studium:	Masteroppgave i idrett og friluftsliv
Konfidensiell:	Nei



FORORD

Takk til Høgskolen i Telemark for mange flotte studieår. I tillegg til inspirerende undervisning og engasjerte lærere vil jeg også rette en stor takk til mine venner og medstudenter i Bø for å ha gitt meg utfordringer, motivasjon og støtte gjennom en årrekke. Takk for alle vennskap og gode opplevelser.

Denne oppgaven har blitt til gjennom en lang, men lærerik og interessant prosess. Helt siden jeg ble kjent med daværende landslagsutøver Gro Marit Istad Kristiansen, har jeg vært fasinert av ”toppidrettsverden”. Gjennom samtaler med henne har jeg fått innblikk hva det vil si å være toppidrettsutøver, og det ble derfor naturlig for meg å finne en problemstilling som kunne kaste lys over denne tematikken.

Jeg vil takke Gerd von der Lippe for all hjelp og veiledning som hun har bidratt med. Takk for alle gode tilbakemeldinger og konstruktive kritikk. Og ikke minst for gode historier og din smittende latter.

En takk til biblioteket ved Høgskolen som alltid er like imøtekommende og hjelpsomme. En spesiell takk til Eli Astad som har satt en ekstra spiss på bibliotekets service.

Sist men ikke minst vil jeg takke familien min. Foreldrene mine for oppmuntrende ord og støtte på veien. En diiiiiiger stor takk til mannen min, Bård Andreas som har utfordret og oppmuntret meg til å nå nye mål. Tusen takk for tålmodighet, omsorg og støtte. Din hjelp har vært uvurderlig og jeg har ikke ord som rommer min takknemlighet! TAKK!

Anne Lise Vasland Lassen, Kristiansand, våren 2009.

SAMMENDRAG

I denne studien har jeg sett nærmere på relasjonen mellom kvinnene på landslaget i skiskyting og sportsjournalistene. Jeg undersøker hvordan utøverne presenteres i tabloidavisene VG og Dagbladet. I lys av mediemakt, tabloidisering og perspektiver på kjønn har jeg gjort rede for hvordan relasjonen til sportsjournalistene oppleves av utøverne og hvilke diskurser som i denne sammenheng skaper engasjement blant kvinnene. For å kunne svare på problemstillingene har jeg tatt utgangspunkt i elementer fra Bourdieus teoretiske perspektiver og Faircloughs kritiske diskursanalyse som både teori og metode. Følgende problemstillinger ligger til grunn for dette arbeidet:

- *"Hvordan presenteres de kvinnelige skiskytterne i VG og Dagbladet under de olympiske leker Torino og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006?"*
- *"Hvordan opplever de kvinnelige skiskytterne relasjonen til sportsjournalistene?"*.
- *"I hvilke diskurser uttrykker kvinnene et spesielt følelsesmessig engasjement?"*

Kvantitativ innholdsanalyse av avisartikler viser at kvinner i hovedsak får mindre dekning i antall cm² enn menn når det gjelder artikkelstørrelse, bilder, tekst og overskrifter. Resultatene viser også at avisene preges av tabloidisering gjennom bruk av store bilder og overskrifter. Resultatene fra observasjon, kvalitative intervjuer og kvalitative innholdsanalyse av avisartikler viser at både presentasjon i avis og utøvernes opplevelser av sportsjournalistene avhenger av erfaring på feltet, personlighet og besittelse av kapital. Hvordan utøverne presenteres i avisene avhenger også av hvordan de presenterer seg selv i en maskuling eksponeringsindustri. Samtidig formes avisdekningen av sportsjournalistenes økende krav til tabloidisering som en del av en større sosiokulturell sammenheng. Dette legger føringer for en mer individorientert og nærgående sportsjournalistikk som skaper engasjerende diskurser.

INNHALDSFORTEGNELSE

INNLEDNING	7
Skiskyting i mediesamfunnet	8
Avgrensing	9
Hvorfor skiskyting?	9
Problemstillinger	10
Begrepsavklaring	10
Oppgavens struktur	11
Forforståelse	11
Tidligere forskning – en kort oversikt	12
Diskursanalyse	18
Diskurs som teori og metode	19
Faircloughs kritiske diskursanalyse	19
Faircloughs tredimensjonelle modell	20
Diskursanalyser av diskurser	22
Diskurs - konstituert og konstituerende	22
Intertekstualitet	23
Det visuelle i avisdiskurser	24
Tabloidisering	26
Tabloidformat	26
Tabloidisering som prosess	26
Tabloidisering i Norge	28
Mediemakt	30
Norsk medieorden	30
Hvem setter dagsorden?	31
Retoriske grep	32
Journalistikkens talekunst	32

Etos, logos og patos	32
Intimisering og autentisitet.....	33
Analysestrategi	34
Layout	34
Vinkling.....	35
Overskrift	35
Bilde	36
Språk	38
METODE	40
Metodisk tilnærming	40
Kombinasjon av kvantitativ og kvalitativ metode	40
Kvantitative metoder	42
Kvantitativ innholdsanalyse av avisartikler	42
Kvalitativ metode	47
Kvalitativ innholdsanalyse av avisartikler	47
Observasjon.....	50
Intervju	53
TEORETISKE PERSPEKTIVER.....	61
Etablering av forskningsfelt.....	61
Det sosiale felt.....	61
Kapital	62
Doxa	65
Habitus	66
Nomos og illusio	67
Symbolsk makt.....	68
Flere feltyper	71
Journalistikk som felt	71
Sportsjournalistikk som sub-felt	71

Idrett som felt	73
Skiskyting som sub-felt.....	75
Hva betyr journalistens kjønn?	76
Sportsjournalistikk - en dominerende maskulin eksponeringsindustri. 78	
Teoretiske perspektiver om kjønn.....	80
Definisjonsmakt	80
Pierre Bourdieu	81
Simone de Beauvoir	81
Judith Butler	82
Susan Bordo	84
RESULTAT OG DISKUSJON.....	85
VG og Dagbladets mediedekning	85
De olympiske leker i Torino	86
Holmenkollen.....	93
Analyser av avisdiskurser	98
De olympiske leker i Torino	100
Verdenscup i Holmenkollen.....	110
Tett på det sportsjournalistiske felt	117
”Litt mer styr og mer fokus enn jeg var vant til fra før av”	117
”Mediene er helt oppe i deg”	119
”Jeg synes det var fælt i begynnelsen”	120
”Hvis vi sier veldig mye dumt får vi beskjed”	122
”Da var de litt spydige”	122
”Vi snakker om de som en må passe seg for”	125
”Ute etter trøbbel”	127
”Man er jo avhengig av hverandre.”	131
”Ikke så mange som gidder å prate med meg når det går dårlig.”	132
”Har jo den mixsona vi MÅ gå igjennom etter konkurranser”	133

”Åh nå er det ferdig heldigvis”	134
”Det er litt spesielt i Holmenkollen”	136
”Skulle ønske at vi andre hadde fått litt mer oppmerksomhet”	138
”Blir liksom litt skeptisk og usikker”	138
AVSLUTNING	144
LITTERATURLISTE	148
APPENDIKS.....	159

INNLEDNING

Et samfunn bygges blant annet på informasjon og kunnskap, og i vår tids medie- og informasjonssamfunn hersker det liten tvil om at mediene er viktige kanaler for formidling av informasjon. Mediene sies også å ha en samfunnsformende effekt ved å favorisere visse former for kunnskap på bekostning av andre, og det hevdes at aviser utøver en betydelig definisjonsmakt over opinionsdanningen her til lands (Hernes 1977, Bakke 1999, Allern 2001, Eide 2001, Raaum 2001, Slaatta 2003, Ytreberg 2006). Mediene bestemmer nødvendigvis ikke hva publikum skal tenke om virkeligheten, men de har likevel innflytelse på hva publikum skal tenke på. Mediene beskriver virkeligheten og det er denne virkeligheten samfunnet orienterer seg etter (Rasmussen 2003). På den måten bidrar for eksempel sportsjournalister til å skape lesernes forestillinger om de medierte skiskytterne.

Media er en stor og viktig del av hverdagen for hver enkelt av oss, og en av grunnpilarene i samfunnet. De er på godt og vondt et bindeledd mellom oss og samfunnet, og de knytter samfunnet vårt til verden utenfor. På den måten skaper media fellesskap, mobiliserer til handling og gir oss hjelp til å slappe av. Samtidig kan media også øke avstanden mellom mennesker, skape frykt og i mange tilfeller virke like ødeleggende som oppbyggende for aktører som blir mediert (Schwebs og Østbye 2007).

Medievirksomheten har endret seg mye de opp igjennom, og det har blitt hevdet at dens primære mål i økende grad er blitt økonomisk profitt (Postman 1987, Bourdieu 1998, Bakke 1999, Habermas 2005). Som følge av denne kommersialiseringen blir sportsjournalistikken kritisert for å la ”seriøs” journalistikk gå på bekostning av et mer salgsfremmende og tabloid underholdningsstoff (Hernes 1977, Postman 1987, Bourdieu 1998, Bakke 1999,

Habermas 2005). Dette gir seg utslag i artikler som skal fange oppmerksomheten, og som skal ”selge” avisen basert på en spennende vinkling.

Skiskyting i mediesamfunnet

Skiskyting har lenge vært en del av den norske medieidretten. Likevel handler ikke denne idrettens popularitet bare om sterke resultater og spennende profiler. Parallelt med utøvernes fremgang har konkurranseprogrammet blitt stadig mer fengende for et bredere publikum, og gjennom ulike medier får vi utøverne ”rett inn i stua”. Etter at jaktstart og fellesstart ble tatt inn i det tradisjonelle øvelsesprogrammet har publikumsinteressen og underholdningsverdien økt betydelig, og kravene til et stadig mer kresent publikum innfris. I løpet av kort tid får man på standplass se hvordan den som ledet før siste skyting kan havne langt nede på listen. Det er dette uforutsigbare og spennende som gjør skiskyting til en av de mest sette og omtalte vinteridretter i Norge. Dette står i sterk kontrast til Solbergs gulløp i 1968 der det meste skjedde ute i skogen, og ingen visste sikkert hvem som ledet:

”Før Magnar Solberg forsvant ut i skogen etter fjerde og siste skyting under 20-kilometeren i Grenoble i 1968, fikk han uoffisiell melding fra den norske lagledelsen om at samtlige 20 skudd hadde truffet blinken. Da skjønte han at det kanskje gikk mot OL-gull, Norges aller første i skiskyting” (Hanstad 2005:11).

Skiskyting har på samme måte som langrenn gått fra å være en idrett som fant sted i de dype skoger, til å bli en publikumsfavoritt som blant mange er mer populær enn fotball (Hanstad 2005). I et land som Norge hvor vinteridrett har en sentral plass, er interessen for skiskyting stor¹, og som følge av gode prestasjoner har mange av utøverne blitt store idrettsstjerner som stadig omtales i media. Særlig i forbindelse med større konkurranser som OL og verdenscup er

¹ Hver tredje nordmann oppgir å være ”meget interessert” i skiskyting som TV-idrett. Tallene er hentet fra TNS Gallups Forbruker & Media sin 2009-base.

mediepresset og antall sportsjournalister stort, og utøverne må takle å være midtpunkt på godt og vondt. Sportsjournalistikken har samtidig blitt stadig mer personfokusert, og det fokuseres i større grad på forhold utover plassering og prestasjoner (Meslo 2001). Vi ser at journalistene stadig oftere prioriterer utenomsportslige tema i stedet for selve konkurransen, og dette kan selvsagt være med å prege utøvernes humør, psyke og prestasjoner (Ronglan 2008). Det vil derfor være interessant å vite mer om hvordan skiskytterkvinnene blir presentert i avisene, og hvordan de opplever det å måtte forholde seg til sportsjournalister parallelt med å være toppidrettsutøvere.

Avgrensing

Innenfor omfanget av en mastergradsoppgave er det gitt at man må avgrense tema. Jeg har valgt å fokusere på de kvinnelige skiskytterne, fordi jeg har hatt kontakt med miljøet tidligere og fordi jeg som kvinne antok at jeg lettere kunne etablere en relasjon og en viss forståelse i forhold til de kvinnelige utøverne. Jeg avgrenset oppgaven til å dreie seg om dekningen av skiskyting i Norges to største tabloidaviser Verdens Gang (VG) og Dagbladet. Jeg valgte videre å bruke VG og Dagbladets dekning av de olympiske leker (OL) i Torino i 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen samme år, som grunnlagsmateriale for oppgaven. Grunnen til dette er at det er snakk om to store konkurranser med stor medieoppmerksomhet rettet mot utøvere. Jeg kunne selvsagt valgt å kun følge OL, men jeg ønsket å ha med en mer ”vanlig” konkurransesetting også. Å kun følge ulike verdenscuprenn var ikke et alternativ når jeg hadde mulighet til å se medias dekning av et stort internasjonalt OL.

Hvorfor skiskyting?

Valget av skiskyting som tema for denne oppgaven har sin bakgrunn i mitt bekjentskap til Gro Marit Istad Kristiansen, landslagsutøver i skiskyting. I

forkant hadde jeg hatt en rekke uformelle samtaler med henne om ulike sider ved det å være toppidrettsutøver. Disse samtalene økte min interesse og troen på at jeg ved denne oppgaven kunne gi et innblikk i utøvernes verden, og skape refleksjon rundt relasjonen mellom de kvinnelige utøverne og sportsjournalister. Gro Marit og noen av de andre på landslaget har tidligere hjulpet meg med informasjon i forbindelse med tidligere oppgaver knyttet til idrettsutdannelsen min, og dette gjorde det enkelt å få innpass i skiskyttermiljøet. Kontakten med miljøet og de enkelte utøverne ble mye lettere med Gro Marit som portvakt.

Problemstillinger

For å belyse temaet har jeg valgt å formulere følgende problemstillinger²:

1. *”Hvordan presenteres de kvinnelige skiskytterne i VG og Dagbladet under de olympiske leker Torino og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006?”*
2. *”Hvordan opplever de kvinnelige skiskytterne relasjonen til sportsjournalistene?”.*
3. *”I hvilke diskurser uttrykker kvinnene et spesielt følelsesmessig engasjement?”*

Begrepsavklaring

I oppgaven bruker jeg i hovedsak termene ”kvinnelige skiskyttere”, ”utøver”, ”media eller medier” og ”sportsjournalist eller journalist”. Bruken av begrepene varierer avhengig av hvilken kontekst jeg referer til. Betegnelsen ”de kvinnelige

² Jeg gjør oppmerksom på at oppgavens problemstillinger ikke nødvendigvis vil besvares helt i den samme rekkefølgen som de her er listet opp.

skiskytterne” og ”utøver” refererer til gruppen av kvinnelige landslagsutøvere og den enkelte kvinne som individ.

Videre benytter jeg begrepene ”media” eller ”medier” hovedsakelig i tilknytning til avis som medium. ”Sportsjournalist” og ”journalist” representerer de som beskriver de(n) enkelte utøver(e) i aviskonteksten, i motsetning til selve utøveren(e) og skiskytterkvinnen(e) som viser til idrettskonteksten.

Oppgavens struktur

Oppgaven er delt inn i fem hoveddeler. Del èn består av innledning, bakgrunn, samt en introduksjon av elementer ved Faircloughs diskursanalyse som gjennom hele studien vil benyttes som både teori og metode. Fairclough suppleres med retoriske grep og en kort analysestrategi. I del to har jeg gjort rede for metodiske valg og teknikker, og hvorfor jeg valgte disse. Del tre består av teoretiske perspektiver. I dette kapittelet ønsker jeg å gjøre rede for elementer ved Pierre Bourdieus teoretiske perspektiver, slik at jeg kan vise hvordan hans begreper vil være av relevans for min analyse av relasjonen mellom det sportsjournalistiske felt og feltet for skiskyting. Teorien suppleres med en kort presentasjon av teoretiske perspektiver på kjønn. I del fire vil jeg kombinere empirien med de teoretiske perspektivene og til slutt, i del fem vil jeg oppsummere og se resultatene i lys av problemstillingene.

Forforståelse

I analysene av det empiriske materialet vil mine egne livserfaringer alltid ligge til grunn for mine fortolkninger. Disse erfaringene og opplevelsene kaller den tyske filosofen Hans-Georg Gadamer (Gilje og Grimen 1993) for ”forforståelse” eller ”fordommer”. Jeg har aldri selv drevet med skiskyting eller annen idrett på landslagsnivå. Derimot har jeg både gjennom utdannelsen min ved hjelp av Gro

Marit og flere av de andre utøverne på landslaget fordypet meg kvinner og toppidrett som emne. I tillegg har jeg lest eller sett på TV og på den måten bygd opp en interesse for det å være toppidrettsutøver. Dette vil derfor være mitt utgangspunkt og perspektiv når jeg går inn i arbeidet med dette temaet.

Tidligere forskning – en kort oversikt

Jeg vil rette fokus på norsk forskning til tross for at forskning på idrett og medier lenge har vært neglisjert i både internasjonal og norsk medieforskning (Dahlèn og Helland 2002). De understreker videre hvordan mangelen på forskning står i motsetning til den økende populariteten sport i media har hatt over hele verden.

Først i midten av 1980 – årene dukket de første artiklene om sport og media opp i fagskrifter som blant annet *Culture, Sport, Society* og *International Review of the Sociology of sport*. Gary Whannel skrev for eksempel “*Grandstand*” *the sportsfan and the family audience*, et innlegg om tv-sport i England (1991). Dahlèn og Helland (2002) mener at det er artiklene til Rowe (1992) og Dahlgren og Sparks (1992) som danner forskningsfronten på feltet for media og sport.

Det er også forsket på sportsjournalistikk i Danmark, Sverige og Finland. Et svensk bidrag, som har fått klassikerstatus både i idrettsforskningen og i mediesportsforskningen, er Lindroth (1975) sin banebrytende avhandling “*När idrotten blev folkrörelse*”, som inneholder omfattende analyser av tidlig sportsdekning. Sverige og Danmark ser ut til å ha kommet lenger enn Norge, både når det gjelder historiske og nyere undersøkelser.

I følge Dahlèn og Helland (2002) har forskningen på tv-sport sammenheng med den økende forskningen på andre medier, som avispressen. En av de mest

betydningsfulle studiene her er artikkelen ”*Sports newspaper before 1750: representation of cricket, class and commerce in the London Press*” av Harris (1998). I denne artikkelen ses det på sport i avisene før det endelige gjennombruddet kom med artikkelen ”*Reading football. How the popular press created an American spectacle*” av Oriard (1993). Oriard viser med denne artikkelen hvordan sportsjournalisten fungerer som et bindeledd mellom begivenhet og publikum.

I Norge har sport i medier blitt forsket på siden 1970 – tallet og det har tradisjonelt vært fokusert hovedsaklig på pressens dekning av sportsbegivenheter. Roksvolds hovedoppgave ”*Holdninger i avisenes fotballsreportasjer – En studie i språkbruk*” fra 1975 ser ifølge Dahlèn og Helland (2002) ut til å være den første systematiske empiriske undersøkelsen på feltet. Fokuset hos Roksvold rettes mot utviklingen av dekningen av cupfinaler fra 1910-1973. Senere redigerte Roksvold boka ”*Sport i avis*” (1993) som tar i bruk ulike modeller for tekstanalyse. Roksvolds hovedoppgave ble senere fulgt opp av Pettersen, som i 1978 kom med hovedoppgaven ”*Idrett og presse*”. En av konklusjonene i hans studie var at avisene (VG, Dagbladet, Aftenposten og Arbeiderbladet³) konsentrerte seg om konkurranseidrett på høyt nivå og at tendensen var sterkest i løssalgsavisene. Også i Flekkes hovedoppgave ”*Når VG rammar sporten – Hele Norges sportsavis i et historisk perspektiv*” (2005) blir papiraviser analysert og i likhet med Pettersen (1978) konkluderte han med at avisen prioriterer eliteidrett. I tillegg konkluderte Flekke med at fotball er den største idretten, at menn prioriteres før kvinner og at sport ser ut til å oppta en stadig større og viktigere del av VG. Brandsås og Odden (1997) kom på sin side med omfattende kritikk av sportsjournalistikken i boka ”*Idrettens lakeier*” som først og fremst fokuserer på sportsjournalistenes manglende integritet, og

³ Kalt Dagsavisen siden 1997.

samrøret mellom sportsjournalister og idrettsarrangører. Et senere bidrag er Meslos hovedoppgave ”VGs og Aftenpostens dekning av Euro 2000” fra 2001 som setter fokus på hvordan sportsjournalistikken har blitt personfokusert, i tillegg til at det i større grad fokuseres på utenomsportslige tema i stedet for idretten selv. Helland (2003) følger opp med studien ”Sport, medier og journalistikk. Med fotballandslaget til EM”, hvor han analyserer dagens situasjon i et historisk lys, og fokuserer på europamesterskapet i Belgia og Nederland i 2000.

I Strømstads ”Myter i VG – sporten – En narrativ diskursanalyse” fra 2007 påpekes en tilstedeværelse av myter, noe som indikerer at det foregår en medievridding og at bruken av myter er et bevisst eller ubevisst redskap som brukes til å vinkle fortellinger på bestemte måter. I 2008 ble det gjort en undersøkelse av Dahlèn, Goksøyr og Ronglan om temaet ”Sport og medier”. I denne vises det at det har vært stor økning i forskning på sport og medier de siste ti til femten årene, og bevissthet omkring medias innvirkning på idretten er også stigende. Myhre (2008) tar denne forskningen videre ved å se nærmere på ”Når Dagbladet rapporterer fra de olympiske vinterleker: en kvantitativ og kvalitativ analyse av Dagbladets dekning av de olympiske vinterleker i Salt Lake City 2002 og i Torino 2006”. Her settes det fokus på forholdet mann/kvinne og hva som kjennetegner den gode heltehistorien.

Det finnes en rekke studier og artikler som rettes mer spesifikt mot området idrett, medier og kjønn. Den litterære samlingen ”Woman, Media and Sport”, som er redigert av Creedon (1994) inneholder tekster av amerikanske kvinnelige idrettsforskere som studerer idrett og medier fra et feministisk perspektiv. Her i Norge utgav Kolnes i 1994 bøkene ”Seksularisering av kvinner i moderne toppidrett” og ”Kvinner og toppidrett. Om kjønn, kropp, seksualitet og

relasjoner i toppidretten.” I sistnevnte bok viser Kolnes til dannelsen og reproduksjonen av forventninger om ”kvinnelighet” i toppidretten. Hun setter fokus på dobbeltpresset ved at det impliseres at de gjerne må bli fysisk sterke, men det må samtidig ikke svekke deres heteroseksuelle attraktivitet. Nærmere bestemt konflikten ”kvinnelighet” og idretten.

En innføring i temaet kjønn og media finnes blant annet i Lippes bok *”Idrett som kulturelle drama. Møteplasser i idrettsosiologi og idrettshistorie”* (2001). Hun har også skrevet artikler som f.eks *”Media Image: Sport gender and national identities in five European countries”* (2002). Artikkelen setter fokus på medias konstruksjon av kvinnekroppen som ledd i symbolske prosesser om kjønnsmessig nasjonalitetsbygging. Konklusjonen her er at kvinners suksess bør vurderes som viktig i konstruksjonen av nasjonal identitet. Ved bruk av håndballkvinnene som eksempel understreker Lippe hvordan kvinnekropper symboliserer ikke-svake og ikke-skjøre kvinner med krefter til å spille. Videre viser Lippe i artikkelen *”Konstruksjon av kjønn og seksualitet i en dramaturgisk idrettskontekst”* (2003) hvordan tabloidavisene rekonstruerer den dominerende kjønnsorden. Artikkelen *”Klesdiskursen i sandvolleyball i OL-04”* (Lippe 2005b), knytter forskning på kjønn i media sammen med OL. Artikkelen setter fokus på seksualisering av kropper i det offentlige rom, gjennom draktbestemmelsene for kvinner i sandvolleyball i OL i Athen i 2004. En av konklusjonene her er at kjønnsrepresentasjonene kan leses som uttrykk for sekularisering i det offentlige rom og polarisering av tekster i en tabloid layout med et bakteppe av en dominerende maskulin eksponeringsindustri. I *”Female flying bodies in Norwegian sports media”* av Lippe (2005a) analyseres avisdiskursen om Yggeseth-Sagen og skiflyvning for jenter i Vikersund i Aftenposten, VG og Dagbladet. Den er inspirert fra elementer ved Faircloughs diskursanalyse og setter likestillingsdiskursen i nytt lys. De to foregående

artikler er del av et pågående prosjekt *"Tabloidisering av idrett og kultur i mediene"* som ledes av Lippe. Det er et delprosjekt under *"Strategisk høgskoleprogram for kultur og idrett ved Senter for kultur- og idrettsstudier"*. Under samme prosjekt finner man Lippes artikkel om *"Kvinnelige fotballspillere har ikke baller"* hvor tema om kvinner som det annet kjønn er sentralt (Lippe 2007). I artikkelen presenteres stereotypier i dagens mediesport og forstås fotball som menns siste skanse i samfunnet, hvor de kan vise sin overlegenhet og spille ut sine følelser uten innblanding fra det annet kjønn. Sentrale skikkelser som landslagstreneren er ved sine stereotypiske uttalelser med på å reproduserer det tradisjonelle kjønnsmonsteret. Videre har Lippe og MacLean (2008) under samme prosjekt, skrevet artikkelen *"Brawling in Berne: Mediated Transnational Morla Panics in the 1954 Football World Cup"* som ved Faircloughs kritiske diskursanalyser fokuserer på hvordan skandaler kan slå ut i medierte sammenhenger.

I hovedoppgaven *"En lettkledd lek i sandkassa?"* (Hettervik 2007) rettes igjen fokus på hvilket bilde som skapes av kvinnelige og mannlige sandvolleyballspillere i VG og Stavanger Aftenblad under OL i 2004. Studien konkluderer med at det generelt skrives mer om menn enn kvinner og det påvises også tydelige forskjeller på hvordan avisene dekker de ulike kjønn. Diskursen omkring kjønn i media har i de senere år fått større fokus. *"Håndballkrigeren: et kjønnets perspektiv på fjernsynets formidling av herrehåndball"* (Broch 2008) gir oss et bilde av hvilke typer maskulinitet som konstrueres og manifesteres gjennom norsk medias dekning av herrehåndball. En av hovedfagsoppgavens konklusjoner er at media vil "selge" idrettsarrangementet som en pakke bestående av idrett, sensasjoner, krigsmetaforer og historiske øyeblikk. I 2009 følger Lippe opp kjønnsdiskursen i *"Kunsten å skape et maskulint begjærsidol i idrett"* hvor hun tar for seg

håndballproffen Kristian Kjelling som et maskulint begjærsidol i mediene, og på hvilken måte tidligere diskurser kan ha bidratt til en slik forståelse. Sisjord og Kristiansen (2008) fokuserer på sin side på den subjektive opplevelsen av hvordan utøverne opplevde oppmerksomheten fra media, som i stor grad begrenset seg til det hegemoniske maskuline kjønn.

Det er ikke gjort tidligere forskning innenfor skiskyting og media. Den mest nærliggende er undersøkelsen *"Gjennom sesongen"* av Lars Tore Ronglan (2000). Dette er en sosiologisk studie av det norske kvinnelandslaget i håndball på og utenfor banen. Her settes det fokus på landslagets indre liv, dynamikk og relasjoner og den tar for seg landslagslivets dobbeltheter av et lukket miljø og offentlighet, og hvordan dette skaper en spesiell og kompleks sosial situasjon. Ronglan supplerer forskningen med artikkelen *"Håndboldens medieeksponering: Hva med spillerne selv?"* (2008). Den fokuserer på eliteidrettsutøveres forhold til medias fremstillinger og iscenesettelser. Det norske kvinnelandslaget i håndball ble valgt som forskningsobjekt, ettersom laget og spillerne er sterkt eksponert i media. En av konklusjonene her er hvordan det som i utgangspunktet er positivt, en stor interesse fra media, samtidig kunne vanskeliggjøre lagets prestasjoner.

Diskursanalyse

I dag regnes begrepet diskurs som relevant for all forskning rettet mot språk i sosial kontekst. Dette inkluderer også det massemedierte samfunnets visuelle og verbale språk, med de bestemte måter og midler som tas i bruk for å kommunisere. Ved å foreta diskursanalyser av avisdiskurser kan man forstå språket som ligger mellom den fysiske gitte verden og vår sansing av den. Gjennom analysen er vi interesserte i å finne ut hvordan, når, av hvem og hvorfor språket brukes på sin spesielle måte. Språket er med andre ord en representasjon av hvordan verden framtrer for mennesket (Neumann 2001).

Diskurs er ifølge Jørgensen og Phillips (1999) en ide om at språket er strukturert i forskjellige mønstre som våre utsagn følger når vi handler innenfor forskjellige sosiale domener. Man snakker for eksempel om medisinsk, politisk eller idrettslig diskurs. Innenfor den enkelte diskurs vil det da foreligge en rekke tekster som vil dele samme sosiale og lingvistiske mønstre. Denne måten å definere diskurs på gir likevel ikke noe utfyllende svar på hva en diskurs er, hvordan den fungerer eller hvordan man gjennomfører en analyse av den. Et grunnleggende perspektiv på diskursanalyse kan sies å være en bestemt måte å tale om og forstå verden, eller et utsnitt av verden på (ibid.).

Denne oppgaven er blant annet basert på sider ved det teoretiske rammeverket utviklet innen for kritisk diskursanalyse. Begrepet diskurs brukes på ulike måter, men det er Faircloughs forståelse av begrepet jeg skal legge til grunn her. Fairclough (1995a:135) definerer fenomenet diskurs som "*language use conceived as social practice*". Diskurs som fenomen åpenbarer seg i praksis gjennom en rekke ulike diskurser, som han definerer som "*way of signifying experience from a particular perspective*" (Fairclough 1995a:135). Fairclough er nøye med å presisere at hans diskursforståelse går lenger enn de typiske

lingvistiske betydningene. Med det menes at han i tillegg til muntlige og skriftlige tekstproduksjonsprosesser og språkbruksvarianter som knyttes til forskjellige sosiale situasjoner, legger stor vekt på det sosiale aspektet ved språkbruk. Han trekker dermed den lingvistiske diskursforståelsen mer i retning av en samfunnsvitenskapelig forståelse av begrepet. Videre bygger Faircloughs diskursforståelse i stor grad på en kritisk og samfunnsanalytisk tradisjon (Fairclough 2003).

Diskurs som teori og metode

I kritisk diskursanalyse er helheten av teori og metode en ”pakke” som inneholder forutsetninger for språkets rolle i den sosiale konstruksjonen av hvordan vi oppfatter virkeligheten. Den inneholder også teoretiske modeller og metodologiske retningslinjer for forskning, og spesifikke teknikker til språkanalyse. Samtidig understreker Fairclough at det ikke finnes noen komplett eller definitiv analyse av tekster som gir svar på alt vi ønsker svar på (Jørgensen og Phillips 1999).

Faircloughs kritiske diskursanalyse

Fairclough ønsker idet han analyserer diskurser å være kritisk i møte med andre dimensjoner, samtidig som han er engasjert i den sosiale forandringen. Dette fører til at når Fairclough analyserer diskursive praksiser, tar han høyde for at praksisene i det dialektiske forholdet påvirkes av samfunnsmessige krefter (Fairclough 1992).

Faircloughs kritiske diskursanalyse forsøker å påvise hvordan diskurser både begrenser og muliggjør måter å forstå og handle på (Fairclough 1995b). I tillegg legger den vekt på at diskurs er med på å skape den sosiale verden. I motsetning til den diskursteoretiske tilgangen, holder Fairclough fast på at diskurs kun er en

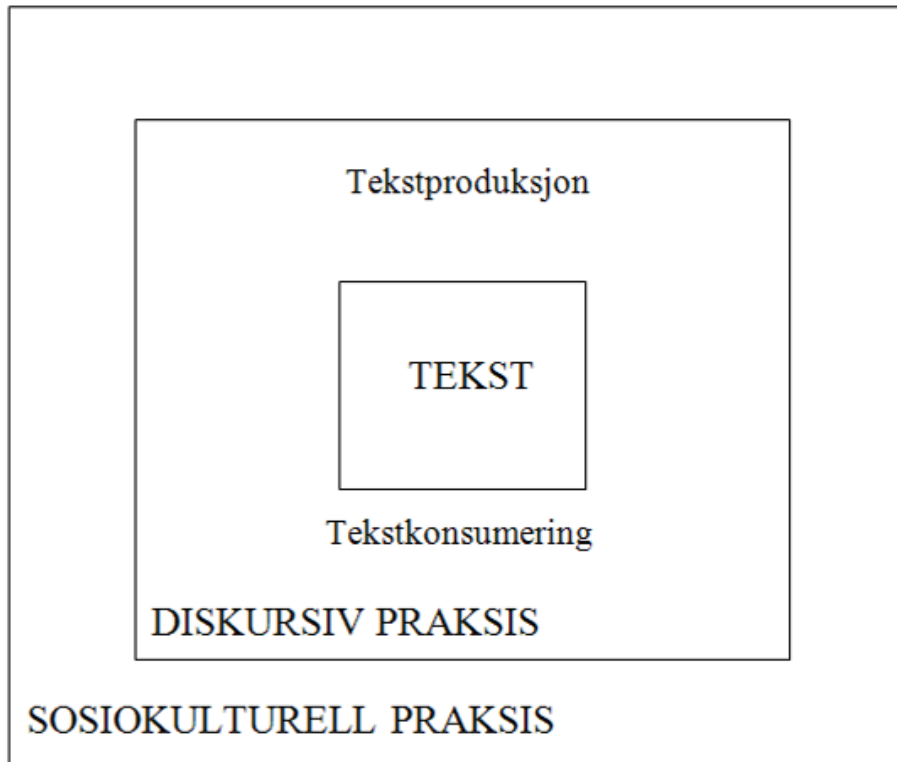
blant flere aspekter av hver sosial praksis. Hovedinteressen i Faircloughs kritiske diskursanalyse ligger i undersøkelsen av forandring (Jørgensen og Phillips 1999) og i den forbindelse blir språket sett på som en form for handling der folk kan påvirke verden, samtidig som det er en form for handling som er sosialt og historisk plassert (Fairclough 1995b). Han understreker hvordan konkret språkbruk alltid viser tilbake til tidligere diskursive struktureringer. Med det menes at man alltid trekker videre på betydninger som allerede er etablert. Det er ved å sammenføre elementer fra forskjellige diskurser at den konkrete språkbruk kan forandre de enkelte diskurser, og dermed også den sosiale og kulturelle omverdenen. Ved å fokusere på intertekstualitet kan man både se reproduksjonen av diskurser, hvor ingen nye elementer innføres, og forandringen av diskurser gjennom nye sammensetninger (Fairclough 1992).

Faircloughs tredimensjonelle modell

Fairclough har laget en modell som skal fungere som en analytisk ramme i empirisk forskning i kommunikasjon og samfunn (figur 1). Modellen tar for seg tre dimensjoner, tekst, diskursiv praksis og sosial praksis, som alle skal inndras i en konkret diskursanalyse av en kommunikativ begivenhet (Fairclough 1992). Den innerste dimensjonen, teksten (1), består av tale, skrift, bilde eller en blanding av både det språklige og det visuelle. Teksten utgjør utgangspunktet for diskursanalysen som for eksempel avisenes dekning av kvinnelandslaget i skiskyting under OL i Torino. Dimensjonen diskursiv praksis (2) innebærer produksjon og tolkning av tekster. Med det menes blant annet hvem som har produsert teksten, for eksempel sportsjournalister i VG eller Dagbladet eller hvordan jeg som leser tolker en gitt tekst. Sosiokulturell praksis (3), er samfunnsnivået hvor ulike verdier, oppfatninger og strukturer dominerer.

I idrettslig sammenheng, som i forbindelse med OL, vil vi i et land som Norge

ha stor mediedekning av vinteridrett. Dette fordi vi forstår ski som noe typisk norsk og dominerende, en nasjonalidrett. Sosiokulturell praksis er et annet nivå enn det tekstlige, og kommunikative prosesser inngår i et sosiokulturelt og dynamisk fellesskap (Jørgensen og Phillips 1999).



Figur 1 Norman Faircloughs modell for diskursanalyse (etter Fairclough 1995b).

I figuren illustrerer Fairclough rammene for den kritiske diskursanalyse og understreker at analysen dreier seg om mer enn bare tekst. Med begrepet diskurs i denne sammenhengen, menes en måte å snakke på som gir betydning til opplevelser ut fra et bestemt perspektiv. Det vil si en bestemt diskurs som kan skilles fra andre diskurser. For eksempel kan en spesifikk diskurs være OL i Torino hvor mangelen på medaljer skal ha skyldt formsvikt eller dårlige trenere og smørere. I kritisk diskursanalyse hevdes det at de ulike diskursive praksiser bidrar til å skape og reprodusere maktforholdene mellom sosiale grupper i samfunnet (Jørgensen og Phillips 1999). I feltet for skiskyting kan dette illustreres ved de beste utøverne får mest oppmerksomhet av sportsjournalistene

og kan på den måten bidra til å reprodusere maktforholdene mellom det å være erfaren og vellykket utøver i forhold til sportsjournalistene. Diskurs er en viktig form for sosial praksis, som både kan reprodusere og forandre kunnskap, forståelse, identiteter og sosiale relasjoner. Følgelig vil jeg i analysene mine legge vekt på de sosiale sidene ved de sportsjournalistiske tekstene, i motsetning til de lingvistiske.

Diskursanalyser av diskurser

Poenget med diskursanalyse er ifølge Iver Neumann (2001:178) å studere hvordan det *”eksisterer en rekke handlingsbetingelser for det talte og gjorte”*.

Gjennom diskursanalyse av tekst⁴ ønsker jeg å se nærmere på diskurser som kommer til uttrykk i utvalgte avisartikler og sitater fra de kvinnelige skiskytterne. Ved å foreta diskursanalyser av ulike tekster er jeg interessert i å få noen svar på hvordan og hvorfor enkelte diskurser framtrer som de gjør og hva som er med på å opprettholde eller endre måten skiskytterne presenteres på. Samtidig som jeg ønsker å se nærmere på hvilke diskurser som engasjerer de kvinnelige utøverne. Ved å foreta diskursanalyser kan jeg lettere *”lese samfunnsprosesser som tekst”* (Neumann 2001:51). Fairclough (1995b) utdyper dette ved å si at en gjennom diskursanalyse kan komme fram til sosial praksis på feltet man analyserer.

Diskurs - konstituert og konstituerende

Diskursene er en del av den sosiale praksisen og står derfor i et dialektisk forhold til hverandre, hvor de påvirker og påvirkes i en gjensidig relasjon

4 ”Tekst” forstås svært bredt hos Fairclough svært bredt. Dette inkluderer blant annet nedskrevet tekst, slik som handlelister og avisartikler, men også den talte tekst, deriblant samtaler og intervjuer. Med ”tekst” retter vi oss dessuten ikke bare mot verbalt språk, slik det brukes i alle sine sammenhenger, men også mot blant annet lydeffekter og det visuelle, slik som layout og fotografi i aviser (Fairclough 2003).

(Jørgensen og Phillips 1999). Det betyr ifølge Fairclough (2003) at det i diskursene må legges vekt på aktøren som handlende subjekt, og at det enkelte individ er med på å forme og forandre diskursene. Dette skjer gjennom å endre de rådende makt- og hegemonistrukturere gjennom bevisst språkbruk og diskursfortolkning (Hågvar 2003).

Ut fra dette kan det sies at man påvirkes av og handler ut ifra gitte diskurser, samtidig som man som handlende subjekter har en viss makt til å være med på å skape og omskape diskurs og samfunnet som vi er en del av. I tråd med dette understreker Fairclough (2003) at både strukturer og aktører har ”kausal makt”. Dette betyr at hendelser må betraktes som utfallet av spenningen mellom strukturer og aktører som står i et dialektisk forhold til hverandre. Skiskyteren er ikke uten påvirkningskraft på omgivelsene sine, samtidig som hun blir påvirket av det hun er omgitt av. Med andre ord er diskurs både konstituert og konstituerende.

Intertekstualitet

Fairclough er opptatt av hvordan blant annet avistekster trekker på, inkorporerer og samtaler med andre tekster, som en såkalt intertekstualitet (Fairclough 2003) Dette viser ifølge Neumann (2001) til at ethvert språklig uttrykk bærer med seg en bagasje fra tidligere relasjoner med andre språklige uttrykk som påvirker dets nye relasjoner med tekster og dets plassering i nye kontekster. I diskurser omkring de kvinnelige skiskyterne vil det derfor bli brukt ord og uttrykk som har kommet til uttrykk i tidligere mediekontekster. Det kan være beskrivelser av utøvere eller andre hendelser på feltet for skiskyting som fører til at gjeldende diskurser trekker på tidligere diskurser og bruk av intertekstualitet.

Når man er seg selv bevisst på artiklenes intertekstualitet vil man kunne få et

mer helhetlig bilde av diskursen rundt skiskyting. Dette åpner opp for å se avistekster i en større historisk, kulturell og sosial sammenheng.

Det visuelle i avisdiskurser

Både Fausing og Larsen (1982) og Hillesund (1994) understreker at et samfunns forestillinger ikke kun kommer til uttrykk i tekst, men at de også har et visuelt språk. Den visuelle siden utgjør en betydelig del av nyhetsdekningen og bidrar til å formidle og slik presentere og representere de ulike diskursene (ibid.).

Ved økende tabloidisering, kan vi se hvordan bildestoffet har blitt mer og mer dominerende (Lippe 2009). I Dagbladets dekning av OL i Salt Lake City i 2002 og i Torino 2006 utgjorde bildene 59 % av layouten for alle artiklene (Myhre 2008). Også i Dagbladets dekning av VM i håndball i 2005 utgjorde bildene på håndballsportens A-saker gjennomsnittlig 65 % av stoffet (Lippe 2009).

Fairclough understreker betydningen av det visuelle og visuellverbale språk i vår tids aviser:

"It's well known, for example, that a photograph is often as important in getting across the "message" of a report in a newspaper as the verbal report, and very often visuals and "verbals" operate in a mutually reinforcing way which makes them very difficult to disentangle. Moreover, the relative social significance of visual imagery is increasing dramatically[...]" (Fairclough 2001:23).

Verdien av en mer visuelt rettet analyse kan ha stor betydning for kritiske diskursanalyser, og Fairclough har med tanke på dette foreslått følgende fremgangsmåte til analysering av mediediskurser:

"[...]written (printed)texts are also increasingly becoming multisemiotic texts, not only because they incorporate photographs and diagrams, but also because the graphic design of the page is becoming an ever more salient factor in evaluation of written text" (Fairclough 1995a:4).

Diskurs er for Fairclough (2003) en viktig form for sosial praksis. Analyser av diskurser ses da i sammenheng med dominerende ideologier og sosiale relasjoner i nåtid og fortid. Avisartikler, tekst, bilde og så videre blir koplet videre til en makrososiologisk analyse av den sosiale praksis som avisas produksjon er en del av. Fairclough går dermed fra mikro til makroperspektiv i sin diskursanalyse.

I dette studiet tar jeg utgangspunkt i Barthes (1972) og hans analysestrategi av bilder som deles inn i 3 nivåer, det denotative nivå, det konnotative nivå og bilde i kontekst.

Tabloidisering

Tabloidformat

Ifølge Bakke (1999) er New York Sun fra 1833 den første avis i tabloidformat som henvender seg til et bredt publikum. Dette trenger ikke bety at avisens innhold nødvendigvis var ”tabloidisert”, slik uttrykket gjerne brukes i vår tid. Det var trolig først i perioden 1890 til 1920, da folk fra de lavere klasser ble aviskjøpere, at markedet ble stort nok til et virkelig gjennomslag for den tabloidiserte ”skandalejournalistikken”, mener Bakke. Avisen Daily Mirror fra 1903 koblet sammen tabloidformatet med den kommersielle populærjournalistiske tradisjonen, og regnes gjerne som den første engelske tabloiden, både i format og innhold (Gripsrud 1999, Allern 2001). Endringen førte til en opplagssuksess som bidro til at nye tabloidaviser etablerte seg i flere land etter første verdenskrig (Allern 2001). Felles for tabloidavisene var ønsket om å vekke oppmerksomhet gjennom sensasjonelle nyhetsforestillinger, forsterket av typiske trekk for tabloidisering, som flere og større fotografier. Dette var et helt nytt satsingsområde innenfor avissjangrene og avisene opplevde stor opplagssuksess.

Tabloidisering som prosess

Begrepene ”tabloid” og ”tabloidisering” knyttes gjerne til innføringen av en type avisformat, men de har gradvis blitt løsrevet fra sin opprinnelige betydning og er i dag en internasjonalt betegnelse på bestemte trekk ved den kommersielle populærjournalistikk. Tabloidisering som begrep brukes i dag også for å beskrive hva som skjer når informasjon masseproduseres under markedsbetingelser (Allern 2001). Det finnes mange definisjoner på tabloidisering, men i denne studien velger jeg å støtte meg til følgende definisjon:

”Med tabloidisering menes den kulturtendens som, under visse betingelser, oppstår når masseinformasjonens innhold og form primært bestemmes av hva informasjonsprodusentene tror er etterspurt i markedet” (Bakke 1999:244).

Begrepet brukes både som uttrykk for generelle kulturelle praksiser og som medieprosesser (Bakke 1999).

Med utgangspunkt i Bakkes definisjon, har det blitt antydnet at tabloidisering er en tendens som oppstår når massemedier utvikles innenfor rammene av markedsøkonomi. Dette kan virkelig litt underlig med tanke på at så lenge norske aviser har eksistert så har de hatt private eiere og tilsynelatende blitt drevet etter markedsprinsipper (Bakke 1999). Klassikeren *”Borgerlig offentlighet- dens fremvekst og forfall”* spiller en viktig rolle for mye av samtidskritikken som rettes mot mediene (Habermas 2005). Han skriver blant annet at det primære målet med medievirksomhet i større grad har blitt jakten på økonomisk profitt. Tyngdepunktet i produksjonen av sportssider består ifølge sosiologen Hernes (1984) av forenkling, polarisering, intensitet i form av konflikter, konkretisering og personifisering. Han understreker at dette er typiske trekk ved tabloidiseringsprosessen, som i samfunnet for øvrig. Dagens aviser har et økt fokus på underholdning, forbruk og sekularisering og denne tendensen fører til mindre oppmerksomhet på politiske og økonomiske strukturer. Avisene retter derfor større oppmerksomhet mot idrett, skandaler og populærkultur (Sparks 2000, Meslo 2000). Samtidig antas det at kampen om publikum har blitt intensivert som følge av et økende informasjonsoverskudd i samfunnet (Hernes 1977). Det foregår en kamp om publikums oppmerksomhet mellom avisene. Ingress, bilde og overskrift har til sammen fått en viktig rolle i tabloidavisene, fordi de utgjør et avgjørende blikkfang. Fokus er på ”bløte nyheter” som intervjuer og reportasjer i stedet for på de ”harde nyheter” som resultater, kritiske analyser eller kommentarer (Rowe 1999). Dette kan ses på

som et ønske om at flere skal bli interessert i, forstå, lese, se og ønske å kjøpe denne type informasjon (Lippe 2005b).

Den tabloide kulturen lever i ”nået” og den ser virkeligheten som dramatiske ”glimt” uten linjer og sammenheng. En side ved tabloidjournalistikken som kommer lite fram i litteraturen, er avstanden til folks hverdag. Dette innebærer en interesse for de mektige, vellykkete og vakre, som politikere, næringslivsledere og kjendiser (Mathiesen 1993). Den manglende interessen for hverdagsmennesker og hverdagssituasjoner får en ”motvekt” i dagens kulturtenning, hvor fokus på de vellykkede kjendisene kombineres med økende bruk av ”intimisering”⁵. I medieverden er sportsjournalistene på fornavn med idrettsstjernene og bruker gjerne nærgående detaljer i beskrivelsen av dem. Tabloidkulturen inneholder paradokser ved at det i et samfunn hvor de fleste individer kun har liten rolle, men snarere er ”små hjul” i store maskinerier fokuseres det i sportsjournalistikken konsekvent mot enkeltindivider (ibid.).

Tabloidisering i Norge

I Norge lot utviklingen vente på seg, og det var ikke før på 1960-tallet det ble virkelig lønnsomt å drive aviser her til lands (Bakke 1999). Fram til 1960-tallet ble alle norske aviser mer eller mindre utgitt i fullformat. Ingen av dem var ”tabloidisert” på den måten vi forbinder uttrykket med i dag⁶. Avisene ble drevet av varierende motiver. Blant annet ønsket avisene å spre kultur, drive folkeopplysning eller støtte opp om politiske parti. I 1963 gikk VG fra fullformat til tabloidformat, og ble et landemerke i norsk pressehistorie. Salget skjøt fart og i 1972 passerte VG Dagbladet og ble landets største avis (Slaatta

⁵ Intimisering menes i denne sammenheng som en måte å komme tett på de kvinneligeutøverne.

⁶ I Norge var kun 14 av landets 167 aviser, utgitt minst to ganger i uka, i tabloidformat fram til 1960 (Allern 2001).

2003). Dagbladet gikk over til tabloidformat i 1983 og opplevde lignende opplagsøkning som VG i de følgende år. Avisene begynte å bli lønnsomme, noe som være med på å forklare noe av den økende tabloidiseringen (Bakke 1999).

VG har i dag en ledende posisjon som Norges største avis med 12,4 % av totalopplaget og 50 % av løssalgsoplaget. Avisen er per i dag dobbelt så stor som nærmeste konkurrent, Dagbladet⁷. I artikkelen "*Håp for avisene*" uttrykker Helle (2009) imidlertid bekymring for løssalgsoavisenes fremtid. Løssalgsinntektene er avgjørende for aviser som VG og Dagbladet og bekymringen baseres på nedgang i opplagstall, noe som skyldes at nettavisen har fått flere lesere enn papirutgavene.

I jakten på ytterlig flere lesere må avisen gå enda lengre i tabloid fremgangsmåte og sette ting enda mer på spissen for å selge. Habermas (2005) retter et kritisk blikk mot de nye strukturforandringene i samfunnet som bidrar til å endre avisens funksjonsmåte. Leserne blir i større grad betraktet som et konsumerende publikum som mediene kan tjene penger på i motsetning til tidligere idealer og ønsker for avisens lesere. Jeg knytter tabloidiseringsprosesser til min forståelse av elementer fra Faircloughs sosiale og kulturelle praksiser i hans diskursanalyse (Fairclough 1992, 1995a, 1995b, 2003).

⁷ Opplagstall fra 2006. VG: hverdag: 315 549, lørdag 416 620, søndag: 268 355
Dagbladet hverdag: 146 512, lørdag: 247 555, søndag: 133 911. (Pers. med. Sportssjef i VG Knut Åge Hansen og sportssjef i Dagbladet Tormod Brenna, tirsdag 28.4.2006).

Mediemakt

Norsk medieorden

Ifølge Tore Slaatta (2003) var avisene det første medium som produserte profesjonelle nyheter i det offentlige rom og på den måten ble de en basis for et nyhetskretsløp der tekster fra ulike journalister bygger på hverandre og gjenskapes i forskjellige sammenhenger. Uavhengig av tid og sted (Lippe 2010). Slaatta var den første som fokuserte på termen medieorden i Norge. Bakgrunnen for bruk av termen ”orden” er at vi i sosiologien snakker om den sosiale orden, og maktrelasjonene som finnes mellom samfunnsgrupper. Begrepet skiller seg fra andre mediesosiologiske begreper ved at det fremhever den relasjonelle sammenheng. Denne sammenhengen har på den ene siden interne posisjoner og relasjoner mellom mediene i medieordenen, og på den andre siden eksterne relasjoner mellom medienes produksjonsfelt og andre felt i samfunnet (Slaatta 2003). Begrepet ”felt” er basert på elementer fra Pierre Bourdieus teoretiske perspektiver, som jeg vil utdype ytterligere del 3.

På 1900 – tallet førte endrede økonomiske forhold i samfunnet til at eierstrukturene i avisene endret seg raskt. I Orkla som eier Dagbladet og Schibsted som eier VG, har maktforholdene endret seg som følge av dette. Det er ikke lenger først og fremst administrerende direktør og daglig ledelse som har makten, men et aktivt eierskap i tråd med markedsliberalistiske logikker (Slaatta 2003). På den måten har aksjeeierne nå større krav til inntjening, og de tar en større del av kaka samtidig som at reklameinntektene er blitt den avgjørende faktoren i markedsavdelingene. I løpet av det siste halvåret har den økonomiske situasjonen vært i endring og mediene har tatt del i en finanskrisen. De økonomiske nedskjæringene kommer til syne i VG ved at de ifølge Helle (2009) eksperimenterte med å pakke sportsbilaget sitt inn i barberskum. Med heldekkende annonser for Gillette prøvde VG å finne nye måter å finansiere

avisen på. Dagbladet på den andre siden har måttet slutte å produsere sportsmagasinet som et uavhengig bilag.

Hvem setter dagsorden?

Nyheter blir produsert under skiftende forhold, ofte i hastverk og av mennesker som har ulike oppfatninger om hva som anses som viktig. Bevisst eller ubevisst blir mulige nyhets saker veid opp mot hverandre og ofte sitter slike faglige normer og journalistiske målsetninger ” i veggene” i redaksjonen og avgjør hva som kommer på trykk. I tillegg kommer økonomiske forhold og de rammene det setter for journalistikken (Allern 2001). Nyheter er med andre ord påvirket av forhold som ligger utenfor selve nyhetsprosessen (Østgaard 1965, 1967).

Virkeligheten består ikke av nyheter, den konstruerer nyhetene. Nyhetsmediene er på den måten en sentral arena for diskusjoner i de offentlige rom og de hendelsene nyhetsmediene finner tilstrekkelige interessante til å omtale og fremheve kan forstås som en gitt virkelighet (Hågvar 2003).

Retoriske grep

Journalistikkens talekunst

Innenfor feltet for journalistikk og underfeltet sportsjournalistikk prøver journalistene hele tiden å overtale og å skape troverdighet i sine tekster. Dette skjer ved en bevisst bruk av språket og kalles ifølge Aristoteles for retorikk, eller læren om talekunsten (Aristoteles 2006). Retorikken er flere tusen år gammel og er den eldste av humanvitenskapene. Rundt år 1800 mistet den sin dominans ved Europas læresteder, men i løpet av de siste tiår har den igjen blitt mer og mer populær (Johansen 2002). Ifølge Johansen har retorikken endret seg fra en muntlig kommunikasjonsform til en skriftlig, som en slags tekstvitenskap.

Etos, logos og patos

Aristoteles tre ”overtalelsesmidler” har hatt en stor betydning i retorikkens historie og vil derfor være av betydning i det videre arbeidet med analyse av tekst i avis (Aristoteles 2006). Etos handler om inntrykket journalisten klarer å gjøre på leseren. Det kan gi journalisten en faglig identitet, et image og medietekke. Logos dreier seg om hvorvidt journalistens vinkling stemmer overens med allmenne fakta, og hvordan journalisten argumenterer for valg av vinkling. For at journalisten skal kunne skape interesse og sympati for sine fremstillinger hos leseren og samtidig gi inntrykk av å kunne sitt fag, bruker han patos. Dette innebærer måten den enkelte journalist kan bearbeide lesernes følelsesmessige reaksjoner, og slik føre til at leserne gjør følelsene til sine egne. For sportsjournalister gjelder det å la begeistring eller frustrasjon komme til uttrykk gjennom tekster og kommentarer om viktige idrettshendelser. Artikler som ”*Bommet og gråt*”⁸ og ”*Frykter tårene*”⁹ er eksempler fra OL og verdenscupavslutningen på at det finnes mye patos i sportsjournalistikken.

⁸ Dagbladet, fredag 24 februar 2006.

⁹ VG, fredag 24 mars 2006.

Intimisering og autentisitet

Johansen (2002) trekker en parallell mellom politikeren og idrettsutøveren. I et historisk lys beskriver han da hvordan idrettsutøveren har blitt ”hele mennesker”. Uttrykket referer til at alt man som idrettsutøver foretar seg, vil bli vurdert. Gjennom sportsjournalistene kommer vi tett innpå den enkelte, og ”*Bommet og gråt*”¹⁰ er en artikkel som lar oss komme tett innpå Tora Berger. Man blir ikke lenger bare vurdert ut ifra sportslige prestasjoner, men også hvordan man er som person. Helheten blir både presentert og vurdert, og på den måten blir utøvere mer alminneliggjort ved at de i høyere grad får vist seg selv som individer. Denne intimiseringen fører til ”krav” om autentisitet, og som publikum opplever vi nærhet til utøverne i større grad enn før (Johansen 2002). Videre fører dette til et ønske om å ”bli kjent med” og oppleve for eksempel den ekte Liv Grete Skjelbreid Poirée eller Ann Kristin Flatland.

¹⁰ Dagbladet, fredag 24 februar 2006.

Analysestrategi

For å nå frem til en analysestrategi som på best mulig måte vil besvare de spørsmål jeg ønsker å få svar på, vil jeg ha fokus på at både VG og Dagbladet er tabloidaviser. Det innebærer at det typisk tabloide vil bli vektlagt i analysen av utvalgte artikler.

Layout

For å kunne beskrive og vurdere hvordan ulike saker blir slått opp og presentert i avisene, hvordan de blir oppfattet av leserne og ikke minst hvordan de blir oppfattet av skiskytterkvinnene, er en viss kjennskap til layout er nødvendig. Layout omfatter den visuelle utformingen av en artikkel.¹¹ Dette innebærer plassering av de ulike visuelle elementene på avissidene. Disse elementene kan være bilder, overskrift, tekst og illustrasjoner (tegninger), grafiske elementer (farger, streker, rammer, vignetter, logoer, symboler, merker), annonser og luft (Hillesund 1994).

Tabloidavisene bygger på en moderne layout som vektlegger orden og asymmetri. En slik layout legger blant annet vekt på kontraster, som stort mot lite, ulike former, horisontalt mot vertikalt og sort mot hvitt. Layout omfatter også plassering av artikler i forhold til hverandre, plassering av bilde i forhold til tekst, bruken av grafiske effekter (farger, streker og lignende) og bokstavtyper og størrelser. Plasseringen av bildene på en avisside er spesielt sentralt siden bildene utgjør visuelle tyngdepunkter på avissiden og skaper oppmerksomhet (Hillesund 1994).

En god layout handler ikke bare om å gjøre avissider oversiktlige og lettleste, men også om å fremheve budskapet i artiklene. En aktiv bruk av layout fører til

¹¹ Både enkeltsider og dobbeltsider.

en sterkere prioritering i avisene. Det vil si at et stort bilde plassert midt på avissiden signaliserer større ”vesentlighet” enn et lite ett oppe i hjørnet (Hillesund 1994). Videre vil saker som defineres som høyt prioritert av den enkelte avis, stort sett komme på førstesiden. Førstesiden er avisens ”tyngste” og viktigste side. Hver avis kan også ha en intern prioritering og ulik verdi av de ulike sidene, men generelt sett kan det sies at høyresidene er mer iøynefallende og dermed viktigere enn venstresidene. I avisanalyser gjelder også tanken om at jo større plass en artikkel har og jo mer velutstyrt den er,¹² dess høyere prioritet har den (ibid.).

Vinkling

En sak har alltid flere sider, og vinkling vil si å gjøre enkelte sider av den aktuelle saken til tema, mens andre sider dermed får mindre omtale. Mens vinklingen journalisten velger styrer prosessen med innsamling av stoff, bruk av bilder, språk og hele måten artikkelen presenteres på, velger jeg ved bruk av diskursanalyse hvilke tema jeg ønsker å fokusere på og fra hvilket perspektiv jeg ønsker teksten fra. Det innebærer at jeg velger bort andre tema og fører til at måten teksten presenteres på i en analyse er resultat av flere instanser og valg av vinklinger. En analyse kan dermed fortelle oss mye om de verdiorienteringer og holdninger som avisen, journalisten og den som tolker teksten har.

En god vinkling innebærer at innholdet i saken belyses på en god og poengtert måte som vekker interesse hos leserne, og vil ofte komme til uttrykk allerede i overskrift, bilde og ingress (Hillesund 1994).

Overskrift

For å vinkle saker på forskjellige måter, brukes ofte aktiv og passivsetninger i

¹² Med velutstyrt artikkel mener jeg en artikkel som inneholder en mengde bilder, grafiske effekter, overskrifter og lignende.

overskriftene (Hillesund 1994). Aktive setninger fokuserer på aktøren, samtidig som det er det første ledd i en setning som tematiserer artikkelen. ”*Jentene takker Liv Grete*”¹³ er et eksempel på en aktiv setning som fokuserer på jentene og overskriften tematiserer artikkelen ved at jentene takker. Ved at man bruker passivsetninger fokuserer man på ”offeret” for en handling. I artikkelen ”*Maktkampen som fratok Liv Grete gullet*”¹⁴ kan vi se hvordan maktkampen her angir tema, mens Liv Grete anses som offer. Når det brukes bestemt form i overskriften angir det at det/den er kjent fra før, fra tidligere omtale i mediene. Ubestemt form betyr at de/det foreløpig er ukjent (Hillesund 1994).

I tillegg foregår det en sammendragning av ord i overskrifter. Overskrifter som ”*Skiskytterdronning*” er et eksempel på en kort og konsis overskrift som gir oss mye informasjon. Kontraster er enda et eksempel på hvordan man tiltrekker oppmerksomhet til artiklene gjennom overskrifter. ”*Fikk ros etter skytefadesen*”¹⁵ illustrerer dette og viser hvordan effekten av kontrast ofte understreker artikkelens vinkling (Hillesund 1994).

Bilde

Bilder danner sammen med bildetekst, overskrifter og ingress en visuellverbal enhet og er en viktig del av tabloidavisenes layout. Som analytisk enhet kan bildet deles inn i flere nivåer. Jeg tar utgangspunkt i Barthes (1972) som opererer med tre nivåer i en bildeanalyse. Det første nivået er det denotative. Her beskrives bildet nøyere, som om vi skal beskrive bildet til en person som ikke har sett det før. Det blir en objektiv beskrivelse hvor førsteinntrykket nedtones. På den måten kan alle være enig i hva vi ser, helt uavhengig av kjønn, rase og alder.

¹³ Dagbladet, fredag 24. mars 2006.

¹⁴ Dagbladet, lørdag 11. februar 2006.

¹⁵ VG, tirsdag 14. februar 2006.

Det andre nivået kaller Barthes for det konnotative, hvor vi tar utgangspunkt i den objektive beskrivelsen av bildet. På dette nivået står assosiasjoner og ideologier tett sammen i bilder der for eksempel kjønn er tema. Dette nivået søker etter bildets allusjoner, eller henspeilinger på andre bilder og tekster. En utøver kan for eksempel posere slik som Kari Traa gjorde i sportsmagasinet Ultra Sport (Herding 2001)¹⁶. Hun stod lettkledd og i dristig positur på bildet, og på den måten kan man gjenta en tidligere hendelse. I motsetning til det denotative nivå kan en forstå dette som et subjektivt nivå. Barthes (2001) understreker at bildet, eller pressefotografiet er alene om å være konstituert utelukkende av et denotert budskap. Dette innebærer at det konnotative nivået i utgangspunktet ikke er tilstede i bildet, men finner sted gjennom menneskets redaksjonelle inngrep. Gjennom beskjæring, avstand, blanding, fokus og lignende blir det ifølge Barthes påført tegn fra den kulturen menneskene befinner seg i, og dette frakter bildet fra dens rå opprinnelse til det konnotative nivået.

Barthes tredje nivå er bilde i kontekst, som plasseres i sammenheng med det denotative eller det konnotative nivået. Hillesund (1994) opererer i sin bildeanalyse med de samme nivåene, men har utvidet til seks nivåer. Han legger blant annet mer vekt på førsteinntrykket og bildets komposisjon, hvor elementer som avstand, størrelse og bruk av farger beskrives inngående. I min analyse legges det liten vekt på det denotative nivå. Ved å ha bildene visuelt til stede ønsker jeg å støtte meg til Barthes (1972, 2001) som understreker at dette er elementer vi alle kan se og være enige om og det er derfor ikke nødvendig å

¹⁶ Hendelsen skapte debatt rundt media, sponsorer, stereotypier, kjønn og kropp og sex i idretten. Den var gjenstand for mange debatter og det var mange som ytret sin mening i den forbindelse.

analysere inngående.

I analyser av bilder blir man ofte oppmerksom på ting som kun gir mening i en sammenheng som ikke ses på bildet. Det er derfor ikke bare det vi ser umiddelbart som tas med i analysen, men også kunnskap om forhold som ligger utenfor bildet. Dette kan være forhold som man ikke er bevisst på når man sitter og blar igjennom dagens avis, men som er av betydning for meg i min studie, for fotografen og de som er blitt fotografert (Fausing og Larsen 1982). Vi har alle et grunnlag av tidligere tilegnet kunnskap, men vi vil allikevel ofte komme ut for at våre erfaringer ikke strekker til. For å tilegne oss kunnskap om et bilde i forbindelse med en analyse, må vi utvide vår kunnskapsbank ved for eksempel spørre folk som vet bedre, som i dette tilfellet er de kvinnelige skiskytterne.

Språk

Den økte tabloidiseringen fører til at språket i tabloidavisene er enkelt, og bygget på korte og konsise hovedsetninger. I teksten er det stor bruk av egennavn og personlige pronomener, sterke adjektiv og adverb, for eksempel kritisk, makabert, vanvittig. Måten man fremstiller en sak i tabloide medier er med på å skape følelser og en nærhet til sakens objekt hos leserne. I tillegg ønsker journalistene å fange publikums oppmerksomhet og holde leserens interesse. Det brukes derfor sterkt følelsesladde substantiv som for eksempel fiasko, katastrofe, nederlag og gulldrøm på en fortellende fremstillingsmåte som er fengende og lettlest. Enkle metaforer eller billedlige uttrykk som for eksempel ”god som gull” brukes for å understreke eller forsterke en seier (Hillesund 1994).

Fairclough (2003) er opptatt av språkets kommunikative rolle og konteksten en artikkel skrives i. Han understreker betydningen den sosiale kontekst har for

utforming av en tekst, og hvordan den oppfattes av den enkelte leser. Sammen med Faircloughs kritiske diskursanalyse, vil jeg benytte noen begreper fra retorikken som vil hjelpe med å gi innsikt om hvordan en tekst er bygd opp for å nå sin hensikt.

METODE

Metodisk tilnærming

Ordet metode stammer fra gresk og betyr veien til målet (Kvale 1997). Hvilken vei eller hvilket middel man velger for å nå målet avhenger av hva man ønsker å finne ut av. Mathilda White Riley skriver på sin side at:

”samfunnsvitenskaplig metode omfatter både organisering og tolking av data som hjelper oss til å få en bedre forståelse av samfunnet” (Riley i Holme og Solvang 1996:14).

Metoden omfatter alle de verktøy jeg tar i bruk for å belyse studiens tema og besvare problemstillingene. I den forbindelse vil Faircloughs diskursanalyse som her fungerer som både teori og metode, gi retningslinjer ved bruk av både kvantitativ og kvalitativ metode. Jeg ønsker å belyse hvordan utøverne subjektivt opplever det å være aktør på det sportsjournalistiske felt og derfor vil den kvalitative metoden ha en sentral plass i denne studien. Ved å benytte meg av det kvalitative intervju, supplert med kvalitativ innholdsanalyse av utvalgte avisartikler og observasjon, kan jeg oppnå en større forståelse for skiskytterkvinnene og deres relasjon til sportsjournalister. Jeg vil også se nærmere på hvordan de blir fremstilt i VG og Dagbladet og få et innblikk i hvilke diskurser som skaper et følelsesmessig engasjement blant skiskytterkvinnene. Kvantitativ metode vil derfor støtte opp under de kvalitative resultatene ved å tallfeste mediedekningen som utøverne blir utsatt for i tabloidavisene. Tallene vil bli kort omtalt i en innholdsanalyse og sett i lys av tabloidisering og kvinner som kjønn i en maskulin eksponeringsindustri.

Kombinasjon av kvantitativ og kvalitativ metode

”Metodelitteraturen skiller gjerne mellom kvalitativ og kvantitative metoder for

å markere at dette er ulike måter å etablere kunnskap på” (Johannesen og Tufte 2002:75).

Det betyr at det finnes flere fremgangsmåter for å tilegne seg kunnskap om valgte sosiale fenomener (Johannesen og Tufte 2002). I min studie har jeg valgt å benytte meg av både kvalitativ og kvantitativ metode. Mens kvantitative tilnærminger jobber med ”harde” data som er egnet for opptellinger, jobber den kvalitative metoden med ”myke” data som blant annet foreligger i form av ulike typer tekster, deriblant innholdsanalyse av avisdiskurser, observasjon og intervju. Disse må bearbeides og fortolkes for å forstås og settes inn i problemstillingens kontekst (ibid.). Innenfor samfunnsforskningen har det vært en økende forståelse om at kvantitative og kvalitative teknikker er forenelige tilnærminger i arbeidet med å forstå sosiale fenomener. Det viktigste er jo hva en kan komme frem til ved hjelp av metodiske fremgangsmåter, og ikke metoden i seg selv.

Flere forskere (Campell 1956, Denzin 1970, Fielding 1986) kombinerer ulike metodiske tilnærmingsmåter, og i faglitteraturen blir en slik metodekombinasjon kalt metodetriangulering. Uttrykket kommer fra landmåling¹⁷, der to forskjellige punkter benyttes for å bestemme et tredje (Halvorsen 2003, Olsson og Sörensen 2003). I et samfunnsvitenskapelig arbeid kan man si at det betyr å se et fenomen fra ulike perspektiver (Johannesen og Tufte 2002).

Jeg vil videre gjøre rede for hvordan jeg benytter meg av de ulike metodene og hvorfor jeg har valgt nettopp disse fremgangsmåtene.

17 Landmåling vil si å måle opp landområder for å lage topografiske kart (www.ordnett.no).

Kvantitative metoder

Metoden gir et objektivt perspektiv og gjør det mulig å tallfeste opplysningene, for så å lettere kunne strukturere og tolke dem (Holme og Solvang 1996). Jeg tar utgangspunkt i Østbye et al. (2007) og hans kvantitative innholdsanalyse. Slik kan jeg beskrive eventuelle mønstre i tallene og se tendenser i hvordan VG og Dagbladet presenterer de kvinnelige skiskytterne.

Kvantitativ innholdsanalyse av avisartikler

Hensikten med studiens kvantitative undersøkelse er å si noe om hvor stort areal og hvor mange artikler som omhandler kvinner i forhold til menn. Jeg vil også se på hvor stor prosentandel av artikkelarealet som er tekst, overskrift og bilder i forhold til kjønn. I dette arbeidet vil jeg bruke kvantitativ innholdsanalyse (Østbye et al. 2007).

Valg av data

Avisartiklene som analyseres er hentet fra VG og Dagbladets¹⁸ dekning av skiskyting i OL i Torino i 2006¹⁹ og verdenscupavslutningen i Holmenkollen samme år²⁰. Analysens omfang inkluderer totalt 42 aviser, 21 av VG og 21 av Dagbladet, med 77 artikler av ulik størrelse som omhandler skiskyting. Grunnen til at jeg valgte å se nærmere på VG og Dagbladet er deres posisjon som landets to største aviser og på grunn av deres tabloide innhold. Begge avisene legger stor vekt på skiskyting, nest etter fotball som uten tvil er den største medieidretten²¹. Jeg valgte å kun se på aviser fra de 17 dagene OL foregikk og

18 Forskjeller mellom VG og Dagbladet vil ikke bli vektlagt i denne studien, men presenteres kort i appendiks.

19 De olympiske leker i Torino ble avholdt fra fredag 10.02.06 til lørdag 25.02.06.

20 Verdenscup avslutningen i Holmenkollen ble avholdt fra torsdag 23.03.06 til søndag den 26.03.06.

21 Pers. med. VGs sportssjef Knut Åge Hansen og Dagbladets sportssjef Tormod Brenna, tirsdag 28.04.06.

de 4 dagene verdenscupavslutningen i Holmenkollen varte. Dette fordi jeg antok at det ville være under selve konkurransene at flest utøvere ville føle media og oppleve relasjonen til sportsjournalistene på kroppen.

Registrering av data

For registreringen av datamaterialet brukte jeg 6 ulike skjema laget i både Microsoft Word og Microsoft Excel. Hvert skjema tok for seg hver sin variabel som var henholdsvis navn på artikkel, artikkelstørrelse, overskrift, artikkeltekst, bilder og annet. Variablene artikkelstørrelse, overskrift, tekst og bilder delte jeg videre inn i kategoriene A, B og C etter størrelse. De ulike variablene kan defineres slik:

- **Artikkel²²**

- *A-artikkel* - Dekker hele avissider. Gjelder også dobbeltsideartikler. Kjennetegnes ved bruk av stor overskrift og bilde.
- *B-artikkel* - Dekker halve sider. Er ikke så stort blikkfang som en A-artikkel, men tar fortsatt relativ stor plass på avissiden. Disse plasseres ofte ut mot sidene.
- *C-artikkel*- Disse artiklene er avisens minste artikler og kan også kalles for ”notis”. I disse vises det ofte ikke hvem som har forfattet artikkelen og de kan i enkelte tilfeller være uten bilder og overskrift. Artiklene kjennetegnes ved at den ofte er plassert rundt de andre, større artiklene.

22 En A-artikkel måles fra linjen som understreker genren sport og ned til nederste bildekant eller tekstlinje. B og C artikler måles fra toppen av overskriftens høyeste bokstav, eller bildekant dersom bilde kommer først, til nederste bildekant eller tekstlinje.

- **Bilde**²³
 - *A-bilde* - Dekker fra ½ - 2 avissider.
 - *B-bilde* - Artikkelens mellomstore bilder. Deler ofte siden med andre like store bilder i motsetning til A-bilder, eller finnes i tillegg til et A-bilde.
 - *C-bilde* - De minste bildene på avissiden som ofte er plassert rundt de andre, større bildene. Ses ofte som tilleggsbilder til A og B-bilder.

- **Tekst**²⁴ - Deles ikke inn i ulike kategorier, fordi det primære målet kun er å se hvor store tekstene er i forhold til overskrift og bilde. Tekstens innhold vil bli sett på i lys av Faircloughs kritiske diskursanalyse, for å forsøke å påvise hvordan diskurser både begrenser og muliggjør måter å forstå og handle på.

- **Overskrift**²⁵
 - *A-overskrift* - Artikkelens hovedoverskrift. Strekker seg ofte over en A4 side eller doble avissider. Kjennetegnes ved store, tykke og svarte bokstaver. Utgjør artikkelens blikkfang sammen med A-bilde.
 - *B-overskrift* - I artiklene finnes det gjerne tilleggsoverskrifter til A-overskriften. Disse kategoriseres som B-overskrift, sammen med

23 "Bilder" inkluderer også teksten under bildet. Om bildet har en annen format enn kvadratisk eller rektangulær, vil målene fortsatt bli utført på samme måte. Jeg vil da tegne imaginære linjer fra bildets ytterste punkter på hver side.

24 "Tekst" inkluderer i denne sammenheng kun avisartiklens ingress og brødtekst.

25 "Overskrift" inkluderer i denne sammenheng også luft mellom bokstavene og mellom setninger. Overskriftene blir målt fra det høyeste punkt på bokstavene i overskriften og eller/tegn, til siste bokstav og eller/tegn. Overskrifter har ofte en "hovedtittel" og en "undertittel". I arbeidet med å måle overskriftene tar jeg utgangspunkt i helheten.

overskrifter som hører til B-artikler.

- *C-overskrift* - Artikkelens minste overskrifter. Forbindes med artikkelens C-artikler og C-bilder.
- **Annet** – innebærer luft mellom bilder og artikler, mindre faktabokser, grafikk og illustrasjoner.

Det første skrittet i datainnsamlingen av materialet er å notere artikkelens navn, og om det handlet om menn, kvinner eller begge kjønn. Jeg noterte også hvilken side i avisen artikkelen stod på trykk, slik at jeg lett kunne finne tilbake til siden dersom jeg skulle ha behov for det. Videre måtte jeg bedømme om en artikkel var en A, B eller C – artikkel, og klassifisere artikkelens bilder og overskrifter. Deretter målte jeg størrelsen på avisartikkelen som helhet, samt tekst, bilder og overskrifter. Målingen innebar å måle bredde og høyde på alle elementene. I dette arbeidet brukte jeg linjal, og alle cm mål ble tatt med 1 desimal. Her ønsker jeg å understreke at all måling ble foretatt på lik måte²⁶, for å sikre et tilstrekkelig nøyaktig resultat og på den måten høyne reliabiliteten.

Etter oppmåling og registrering av alle data i skjemaene for hånd, la jeg disse inn i Microsoft Excel regneark. Dette ble gjort for å lettere håndtere store mengder med tall, og for å regne ut areal (høyde x bredde) i cm² for hver variabel. I videre analyser av de ulike variablene la jeg sammen arealet fra VG og Dagbladet. Dette ble gjort for å øke datagrunnlaget for analyser. For å finne prosentfordeling innen analysert datamateriale, brukte jeg Excel-regneark. Alle tabeller og figurer ble også laget ved hjelp av Excel.

²⁶ ”Lik måte” innebærer at alle artiklene ble målt ut ifra samme prinsipper som er nevnt ovenfor. VG og Dagbladet er to svært utseendemessig like aviser og fører ikke til noen nevneverdige forskjeller med tanke på måling.

Muligheter og begrensninger

En kvantitativ fremgangsmåte er en formell og strukturert metode preget av selektivitet og avstand til det innsamlede materialet. Som student har jeg selv kontrollen og kan definere hvilke forhold som er av interesse, ut ifra valgt problemstilling. Den definerer dermed også hvilke svar som er mulige (Holme og Solvang 1996). Faren ved kvantitativ metode er at den ofte skaper stor tiltro hos folk flest, fordi et tallfestet forhold ofte blir oppfattet som den objektive sannhet. I denne sammenhengen ønsker jeg å understreke at de kvantitative tallene i hovedsak vil bygge opp under den kvalitative delen, for å kunne belyse utøvernes subjektive opplevelser.

Kvalitativ metode

Den kvalitative metoden handler hovedsakelig om at man gjennom ulike former for innsamling av data, ønsker å skape en nærhet til undersøkelsesenheten og slik tilegne seg en dypere forståelse for det man studerer. (Holme og Solvang 1996).

Det kvalitative intervjuet gir meg mulighet til å gå i dybden av de kvinnelige skiskytternes subjektive opplevelser, samtidig som utøverne selv vil være med på å definere min oppfatning av deres situasjon. På den måten får jeg anledning til å gå inn i interessante problemstillinger som kan dukke opp underveis i intervjusamtalen. Supplert med observasjon får jeg mulighet til å se interaksjonen mellom to felt på nært hold, mens en innholdsanalyse av utvalgte avisartikler kan gi meg innblikk i hvordan relasjonen kommer til uttrykk i avisene.

Kvalitativ innholdsanalyse av avisartikler

En analyse av avisartikler består i å dele et fenomen inn i mindre deler, for så å undersøke hvilke deler fenomenet består av. Slik finner man ut hvordan delene er satt sammen og virker (Hillesund 1994). Målet med en slik analyse er blant annet å tolke meningsinnholdet i utvalgte avisartikler. For å gjøre dette på best mulig måte er det hensiktsmessig å veksle mellom å være den ”naive” leser som umiddelbart opplever tekstens innhold og den ”opplyste” leser som på avstand betrakter hvordan innholdet er formet. Å betrakte en tekst på avstand, innebærer at man lettere kan gjøre teksten til gjenstand eller objekt for en analyse (ibid.).

Jeg tar utgangspunkt i Østbye et al. (2007) og hans bruk av kvalitativ innholdsanalyse som er hentet fra medievitenskapen, om tekst i form av intervjusiter og analyse av avisartikler. Han understreker betydningen av

innholdet i en tekst, fordi det nettopp er gjennom tekstenes innhold at det utøves makt og formidles kunnskap.

I analysen av utvalgte artikler fra VG og Dagbladet ønsker jeg å presisere at jeg kun holder meg til genren ”sport”, som i begge avisene finnes midt i avisen. VG har en sterkere visuellpresentasjon enn Dagbladet ved at genren fremheves i rosa.

Artiklene om skiskyting handler ikke bare om personen, utøveren eller skiskytterkvinnene for øvrig, den handler også om journalistens valg av vinkling. I arbeidet med innholdsanalyse er det derfor viktig å tenke på at svært mange avisartikler er skapt nettopp med tanke på at leserne møter en avis som en helhet av bilde, overskrift og tekst. Jeg vil i hovedsak være opptatt av avisens sluttprodukt, det vil si avisartiklene slik leseren møter dem. På den måten kan jeg se hvordan sportsjournalistene har valgt å presentere skiskytterkvinnene og ut ifra dette koble tekstene til sosiale og kulturelle praksiser. Slik kan avisartiklene forstås som en integrert del av handlingene til det mannsdominerende feltet for sportsjournalistikk eller til kvinnene på feltet for skiskyting (Fairclough 2003).

Valg av avisartikler

I forbindelse med avisanalysen har jeg valgt å ta utgangspunkt i 4 avisartikler av variert størrelse i avisanalysen. 2 artikler fra OL og 2 fra verdenscup avslutningen. Artiklene er jevnt fordelt mellom VG og Dagbladet og mellom konkurransene, slik at jeg unngår diskursen om forskjeller i dekning av sport mellom avisene. Ved å bruke materiale fra både OL og verdenscupen bevarer jeg bredden i prosjektet ved dekning av konkurranser av ulik størrelse og betydning.

Kriteriene for valg av artikler tar utgangspunkt i å fange opp en følelsesmessig dimensjon ved tabloidavisenes presentasjon av de kvinnelige skiskytterne under OL og verdenscupavslutningen. Ved en kvalitativ innholdsanalyse kan jeg på den måten oppnå en bedre forståelse for hvordan relasjonen mellom sportsjournalistene og utøverne kommer til uttrykk i avisene. Valget av de 4 artiklene: *"Bommet og gråt"*²⁷, *"Fikk ros etter skytefadese"*²⁸, *"Frykter tårene"*²⁹ og *"Jentene takker Liv Grete"*³⁰ er derfor basert på hvordan den enkelte artikkel oppfyller nyhetskriteriene³¹ for tabloide aviser, som ifølge Eide (1995) blant annet innebærer at de i større grad fokuserer på personer, opplevelser og det følelsesmessige. I tråd med dette har jeg valgt ut artikler som inneholder elementer av intimisering og personifisering, og som svarer til flere leseres behov for å kunne identifisere seg med andre mennesker (Allern 2001). I tillegg har jeg basert utvalget på artiklenes sterke bruk av patos, noe som understreker det følelsesmessige aspektet ved artiklene og fører til at de i tråd med kriteriene for tabloidisering fanger min oppmerksomhet og "treffer" meg som leser. De utvalgte avisartiklene er til en viss grad artikler jeg kan identifisere meg med som kvinne.

Du utvalgte artiklene uttrykker også sterke følelsesmessige perspektiv og samtidig fanger de opp elementer ved problemstillingene. I tillegg valgte jeg å begrense antall artikler slik at jeg kunne gå mer i dybden på den enkelte artikkel og analysere relasjonen mellom aktører på feltet for skiskyting og på det sportsjournalistiske felt.

²⁷ Dagbladet, fredag 24.02.06.

²⁸ VG, tirsdag 14.02.06.

²⁹ VG, fredag 24.03.06.

³⁰ Dagbladet, fredag 24.03.06.

³¹ Nyhetskriterier er hvilke faktorer som påvirker nyhetsutvalget (Allern 2001). I denne sammenheng antar jeg at tabloidiseringstendensen i samfunnet vil være en av faktorene som påvirker utvalg av nyheter i tabloidavisene VG og Dagbladet.

Observasjon

Jeg valgte å bruke observasjon for å kunne danne meg et inntrykk av hva som foregikk på det sportsjournalistiske feltet. Ved å bruke observasjon som metode får man fram det nettverk av handlinger og reaksjoner mellom aktørene på det eller de sosiale felt man ønsker å observere (Riley 1963). Med tanke på å senere skulle intervju skiskytterkvinnene, var dette også en god anledning til å få et ”blikk på innsiden” og kanskje bli oppmerksom på forhold man tidligere ikke hadde vært klar over. Observasjonen gav meg et bedre grunnlag for utarbeidelse av intervjuguiden og har samtidig påvirket min forståelse og syn på det å være toppidrettsutøver i møte med sportsjournalistene. Ut fra dette kunne jeg bruke observasjon som et grunnlag i det videre arbeidet.

Hvordan få adgang til observasjon?

Becker (1970) understreker at det er viktig å gi kunne beskrive hvordan man fikk tilgang til feltet. På den måten kan man drøfte hvilke innvirkning dette har og har hatt på studien.

For å få tilgang som observatør tok jeg kontakt med Tom Jarle Istad Kristiansen i begynnelsen av januar 2006. Han er gift med skiskytter Gro Marit Istad Kristiansen og jobber i teamet rundt henne. Han er en bekjent av meg, og vårt bekjentskap strekker seg en del år tilbake. Det ble derfor naturlig å ta kontakt med han i denne forbindelse. Jeg sendte en e-mail hvor jeg kortfattet presenterte omfanget av prosjektet mitt og utdypet hva jeg ønsket av de kvinnelige landslagsutøverne. På den måten kunne Tom Jarle presentere studien for utøverne slik jeg ville den skulle bli fremstilt, direkte fra meg. Slik fikk jeg også sagt hvem jeg var³² og hva jeg ønsket ut av studien. Jeg valgte å presentere

32 Ved tidligere prosjektarbeid i idrettsstudiet hadde jeg hatt kontakt med landslaget. Det kan ha ført til en gjenkjennelse av navnet mitt og mitt kjennskap til Gro Marit Istad Kristiansen.

temaet for studien min som: ”Skiskytterlandslaget for kvinner – i relasjon til media”. Videre understrekte jeg at jeg ønsket å se på relasjonen dem i mellom, med fokuset på rollen som utøver ut ifra deres opplevelser og perspektiv. Dette var en bevisst forenkling av temaet da jeg antok at min problemstilling ville bli ytterligere konkretisert, og for at det ikke skulle bli overveldende mye informasjon å forholde seg til. Begrunnelsen for å ikke konkretisere en problemstilling i første omgang, var at jeg ønsket å se hva som ble tema i avisene under de OL i Torino og under verdenscupavslutningen i Holmenkollen før jeg bestemte meg. David Silverman (1993) er av den oppfatning at en for tidlig definering av hvordan forskningsfeltet er og en for tidlig definering av en problemstilling, kan virke mot sin hensikt. Grunnen til dette er at jo mer fokusert jeg blir på å besvare og utdype problemstillingen, jo mindre åpen blir jeg for at andre situasjoner i avisartikler og under observasjon kan ha relevans for problemområdet.

Jeg mottok positiv tilbakemelding fra Tom Jarle og utøverne på landslaget, samtidig som han anbefalte meg å ta kontakt med generalsekretæren for skiskytterlandslaget, Alf Koksvik. Han hadde det overordnede ansvaret og var den jeg trengte avklaring fra omkring organisering av det praktiske. Jeg tok kontakt per e-post hvor Alf Koksvik responderte med positivt svar på akkreditering til verdenscupavslutningen i Holmenkollen. I tillegg gav han meg telefonnummer og e-postadresser til hovedtrener Audun Svartdal og alle utøvere på landslaget, og ba meg kontakte dem direkte med tanke på intervju. All den positive og hjelpsomme tilbakemeldingen var overveldende, og gav meg iver til videre arbeid.

Gjennomføring av observasjon

Gjennom akkreditering i Holmenkollen fikk jeg observere utøvere og

sportsjournalister interagere på det sportsjournalistiske felt. Jeg ble også tildelt presseakkreditering slik at jeg hadde tilgang dit pressen hadde tilgang. Det gjorde at jeg til enhver anledning fikk følge pressen og oppleve deres måte å tilnærme seg utøverne på. Jeg fikk ”sitte på første rad” og se interaksjonen mellom to felt på nært hold.

Wadel (1991) beskriver hvordan man tilegner seg og må være seg selv bevisst ulike roller i arbeidet på feltet. Den rollen jeg hadde gjennom observasjonen var hovedsakelig kun som observatør, og da som såkalt ”usynlig” observatør. Utøverne eller sportsjournalistene visste ikke om meg og jeg ble dermed lettere en ”nøytral” observatør. Observasjon inkluderer også observasjon av den ikke - verbale kommunikasjonen som kroppsspråket til utøverne og sportsjournalistene (Fangen 2004) Når en utøver velger en omvei for å unngå sportsjournalisten forteller det noe om relasjonen dem imellom. Observasjon av ikke – verbal kommunikasjon vil også kunne forekomme i en intervjusetting, hvor enkelte spørsmål kan trigge følelser som avsløres av informantens kroppsspråk.

Nedskrivning og oppbevaring av feltnotater

Ved å skrive feltnotater, kunne jeg stadig vende tilbake til observerte situasjoner og lese gjennom notatene av hendelsene. Å skrive feltnotater vil si å forvandle en hendelse som eksisterer i øyeblikket, til å bli en varig redegjørelse som kan vurderes om og om igjen. Feltnotatene er derfor viktig for å kunne bruke i analysearbeidet (Fangen 2004).

Helt fra starten av hadde jeg det overordnede perspektivet av ”utøver-sportsjournalist relasjonen”. Dette var et relativt bredt perspektiv og med det unngikk jeg en svært selektiv innsamling. Feltnotatene inneholdt derfor beskrivelser av mange forhold og tillot meg å reflektere over større deler av

feltet. Feltnotatene ble skrevet ned i en feltdagbok som jeg hadde med meg hver dag mens jeg stod bak standplass sammen med store deler av pressen, eller når jeg hadde tid mellom løpene. På slutten av hver dag, skrev jeg ned noen refleksjoner fra dagens om helhet. Det var overveldende mange inntrykk da jeg hadde tilgang til store områder og jeg følte at jeg fikk sortert tankene og feltnotatene mine godt på denne måten. Av hensyn til anonymitet til de observerte, er det ingen andre enn meg som har lest mine feltnotater.

Intervju

Det finnes mange former for samtale, alt fra den hverdagslige konversasjonen til faglige konversasjoner, deriblant det kvalitative intervjuet. Jeg tok utgangspunkt i Steinar Kvale (1997) og hans tanker om det kvalitative intervju. Han beskriver bruken av kvalitativt intervju som:

”Et intervju, eller en faglig konversasjon som mål å innhente beskrivelser av den intervjuedes livsverden, med henblikk på fortolkning av de beskrevne fenomenen” (Kvale 1997:21).

Det kvalitative intervjuet forsøker å forstå verden fra intervjupersonens side, å få frem betydningen av folks erfaringer, og å avdekke deres opplevelse av verden, forut for vitenskapelige erfaringer (Kvale 1997). Jeg valgte å intervju skiskytterkvinnene og ikke sportsjournalistene, fordi jeg ønsket å finne ut hvordan skiskytterkvinnene opplever å være på det sportsjournalistiske felt, i interaksjon med journalistene.

Metoden forutsetter en fortrolighet mellom intervjuer og den som blir intervjuet, men er allikevel ikke en konversasjon mellom likeverdige deltakere, ettersom det er intervjueren som definerer og kontrollerer situasjonen (Kvale 1997). Jeg la opp til at intervjuet skulle ha en åpen og ustrukturert form, der interaksjonen

mellom meg som intervjuer og informant på best mulig måte skulle oppleves som en uformell samtale. På den måten kunne jeg registrere det som ble sagt og måten det ble sagt på i en tilnærmet naturlig setting, for så å oppnå nyanserte beskrivelser og en større innsikt i relasjonen mellom skiskytterkvinnene og sportsjournalistene (Svare 2006).

Det er viktig med en god kjemien mellom meg som student og intervjuer og informanten. Ved at informanten føler seg vel i intervjusituasjonen, er det lettere for at personene skal åpne seg opp og gi et bedre innblikk i sine, tanker, følelser og opplevelser. Slik oppnår man best resultat og man ivaretar studiens reliabilitet. Med reliabilitet menes om det er en pålitelighet i studien slik at en annen forsker kan gå inn å gjøre de samme undersøkelsene og få det samme resultat (Østbye et al. 2002).

Jeg opplevde intervjuene med utøverne som en hyggelig samtale, hvor latter og uformell prat var en sentral del av samtalen. Jeg var likevel nøye med å styre samtalen inn mot de temaene jeg ønsket å få belyst.

Utvalg

For å belyse problemstillingen best mulig, valgte jeg å intervjuer alle utøverne på elitelandslaget for kvinner. Dette gir både et bedre datagrunnlag, og muligheten til å tolke resultatene ut fra utøvernes alder, erfaring fra elitelaget og så videre.

For å bedre kunne tolke og forstå de ulike utøveres utsagn har jeg valgt å ta med alder og antall år på elitelaget for hver informant. Av hensyn til utøvernes anonymitet har jeg delt alder inn i 3 kategorier:

- Kategori 1: 20-25 år

- Kategori 2: 26-30 år
- Kategori 3: 31-35 år

De ulike informantene kan deles inn slik:

- Informant A: Kategori 2. Har vært på elitelaget i 8 år.
- Informant B: Kategori 1. Har vært på elitelaget i 2 år.
- Informant C: kategori 2. Har vært på elitelaget i 7 år.
- Informant D: Kategori 2. Har vært på elitelaget i 1 år.
- Informant E: Kategori 1. Har vært på elitelaget i 4 år.
- Informant F: Kategori 3. Har vært på elitelaget i 11 år.
- Informant G: Kategori 3. Har vært på elitelaget i 10 år.

Videre i avhandlingen vil det når det gjelder uttalelser fra enkelte utøvere, bli referert til informant A, B og C og så videre med antall år på elitelaget i parantes. Det er også av betydning å nevne at informant D og B ikke deltok i OL, mens informant A ikke deltok på World Cup avslutningen i Holmenkollen. To av informantene kan identifiseres gjennom innholdsanalysene av avisartiklene, men det er avklart med dem det gjelder.

Hovedinformant og portvakt

Gro Marit Istad Kristiansen fungerte som hovedinformant og portvakt i studien. Fangen (2004) bruker uttrykket portvakt om en person som er sentral i miljøet som studeres, og som kan formidle kontakt med de andre aktørene. Med andre ord kan man si at en portvakt vokter porten som gir tilgang til feltet. Oppnår man tillit hos en portvakt, har man gode muligheter for å få adgang til deltagelse på feltet gjennom intervju og observasjon.

Relasjoner og roller

Det er viktig å være bevisst på de problemene jeg kunne støte på i kontakten med generalsekretæren, treneren, støtteapparat, hovedinformanten og utøverne for øvrig. Både Wadel (1991) og Fangen (2004) gjør rede for hvordan selv klassikerne blant feltarbeidere har møtt på store problemer med å få tilstrekkelig tilgang til feltet grunnet mangel på relasjon med menneskene man ønsket å observere eller intervju. Personlig var jeg spent på om jeg som student i utgangspunktet ville få ”grønt lys” til observasjon og om utøverne kunne tenke seg å delta i intervju. Dette viste seg å gå greit.

Da jeg møtte skiskytterkvinnene på Beitostølen høsten 2007 for å intervju dem opplevde jeg at jeg ble tildelt rollen som ”Gro Marits venninne” og som ”masterstudent” av de øvrige utøverne. Dette åpnet opp for en god dialog i intervjuene, samtidig som at jeg fikk en følelse av å være ”godkjent”. Rollen som venninne skapte flere muligheter for meg enn jeg i utgangspunktet hadde forventet. I etterkant av intervjuene fikk jeg delta på en sosial samling med flere av utøverne. Den sosiale situasjonen gav meg en større venninnerolle enn jeg i utgangspunktet hadde. Ved en senere anledning ble jeg tipset om en pressekonferanse som skulle bli holdt dagen før sesongstart på Beitostølen og fikk tillatelse til å være tilstede. Jeg var nå ”observatør”, ”masterstudent” og ”venninne”. Jeg fikk anledning til å observere kvinnene i en helt ny setting, og fikk se relasjonen mellom utøver og sportsjournalist på nært hold.

Intervjuguiden

I intervjuguiden ble det, basert på analysen av de kvantitative resultatene og observasjonen, stilt åpne spørsmål til skiskytterkvinnene om forhold knyttet til relasjonen til sportsjournalistene. Spørsmålene jeg stilte i intervjuet ble justert etter informantenes svar og beskrivelser av ulike situasjoner, alt etter hva jeg

anså som aktuelt for studien. For å bekrefte om jeg hadde forstått svar riktig, benyttet jeg meg av gjentakelse i form av lukkede spørsmål (Fog 1994).

Med bakgrunn i avisinnsamlingen, ble noen av spørsmålene justert til enkelte utøvere. Dette gjorde jeg på bakgrunn av at ikke alle deltok i OL i Torino, eller fikk like stort mediefokus. Og fordi noen av spørsmålene gikk spesifikt på de fire utvalgte avisartikler og jeg stilte derfor spørsmål knyttet opp mot utøverne i disse artiklene.

Gjennomføring av intervjuene

Portvakt Gro Marit Istad Kristiansen tok på seg ansvaret med å gi praktisk informasjon om tid og sted for intervju til mange av utøverne. Fire intervju ble gjennomført på Beitostølens Bergo hotell tirsdag 7.11.06 mellom klokken 11.00 og 17.30. Jeg hadde satt av 1 time til hvert intervju. Slik oppnådde jeg en avslappet atmosfære, både for meg selv og informanten. Jeg fikk tid til å reflektere mellom hvert intervju og informantene fikk anledning til å ta seg den tid de trengte til hvert spørsmål. Intervjuene foregikk i min leilighet på hotellet, hvor det ikke fantes noen forstyrrelser.

Av praktiske grunner måtte to av intervjuene foregå på hotellets fellesarealer. Torsdag 9.11.06 klokka 13.00 fikk jeg bruke hotellets tomme kjellerlokal til intervju. Det var et stort lokal, men jeg fant et rolig hjørne og vi oppnådde en god samtale. Fredag 10.11.06 klokka 12.30 fikk jeg benytte meg av et ledig konferanserom til ukas siste intervju. Det var et intimt rom, uten forstyrrelser. Jeg startet alle samtalene med å fortelle litt om hvordan intervjuet ville foregå. Dette kalles briefing, og Kvale (1997) mener at intervjupersonene bør gis en kontekst for intervjuet gjennom informasjon før ("briefing") og etter ("debriefing") selve intervjuingen.

Det siste intervjuet viste seg å bli vanskelig å gjennomføre på Beitostølen som avtalt på forhånd. Det hadde dukket opp noe uforutsett for informanten og det ble ikke praktisk gjennomførbart. Vi møttes uformelt under ett av åpningsrennene, og i samtale med henne uttrykket jeg mitt behov for å snakke med henne ansikt til ansikt. Vi hadde en god dialog på hvordan vi skulle løse problemet som hadde oppstått. Resultatet ble ikke helt som jeg hadde ønsket, men vi ble enige om å ta et telefonintervju noen uker senere. I lys av hennes travle hverdag og mine økonomiske begrensninger med tanke på reise og overnattingsbudsjett ble dette eneste utvei. Vi avtalte tidspunkt for intervjuet til mandag 4.12.06 klokka 10.30. Jeg fikk låne et av høgskolens møtelokaler hvor jeg kunne snakke uforstyrret. Jeg informerte henne om at jeg ville ha speaker på telefonen og ta opp samtalen. Slik fikk jeg ha hendene frie og mulighet til å notere underveis om behov. Ettersom vi hadde møtt hverandre på Beitostølen, fikk begge dannet seg et inntrykk av hvordan den andre var som person, og jeg antar at dette skapte en større trygghet rundt telefonintervjuet som senere skulle finne sted. Slik mener jeg at datas reliabilitet ikke svekkes nevneverdig ved telefonintervju. En mister selvsagt en del ikke- verbal kommunikasjon, men jeg opplevde samtalen som avslappet og givende.

Ved de fleste intervjuene var startfasen preget av spenning fra begge parter, men det tok ikke lang tid før spenningen ble erstattet med spøk og latter. Etter avtale med utøverne ble alle intervjuene tatt opp på mini-disc spiller.

Transkribering

Å transkribere vil si å gjøre intervjusamtalen om til skriftlig form. Datamaterialet og analysegrunlaget endrer således form, og er ikke nødvendigvis å betrakte som en skriftlig kopi av det uttalte ord (Kvale 1997). I

alle fasene av intervjuet og behandlingen av dette, vil materialet miste noe av den egenarten det hadde i sin egentlige form. Under en transkripsjon må jeg ta noen valg som kan være med på å påvirke resultatet, samt datamaterialets reliabilitet og validitet. Jeg har valgt en ordrett avskrift av opptaket for nettopp å sikre at studien er gyldig og viser det jeg innledningsvis har presentert.

For den videre bruken av intervjuene er god lyd fra opptakene avgjørende, for at transkripsjonen blir riktig. Det å transkribere store mengder intervjumateriale er ofte krevende og kan på føre til feil transkripsjon om man ikke er fokusert. I intervjuopptakene forekommer det at informantene tar pauser, ler, kremter eller blir tydelig engasjerte eller opprørte. Dette er også informasjon som sier noe om informantens meninger og opplevelser av ulike situasjoner. For å fange opp dimensjoner ved relasjonen på det sportsjournalistiske felt, bør også den emosjonelle tone inkluderes (Kvale 1997). I arbeidet med å transkribere intervjuene ble det nødvendig å stoppe opp og høre deler av opptakene om igjen. Dette for å klare å notere det som blir sagt, samt for å sikre riktig avskrift.

Med bakgrunn i analyse av materialet kommer jeg til å presentere et utvalg av sitater som kan være med å belyse problemstillingene.

Muligheter og begrensninger

Intervjuformens styrke er at den fanger opp variasjonen i intervjupersonens opplevelser om et tema og gir på den måten et bilde av en mangfoldig menneskelig verden. Intervjuets følsomhet og dets nærhet til personens måte å oppleve verden på kan gi kunnskap som kan brukes til å forbedre menneskets situasjon (Kvale 1997).

Intervjusituasjonen er ingen garanti for en god og åpen samtale. Kjemien

mellom den som intervjuer og de intervjuede kan variere og menneskelige egenskaper kan være en trussel mot en god dialog (Svare 2006). Samtidig kan sviktende teknisk utstyr være forstyrrende, eller også hindre intervjuopptak.

TEORETISKE PERSPEKTIVER

Etablering av forskningsfelt

Ifølge Waquant (1992) må man lære å kjenne feltet fra innsiden for å på best mulig måte kunne svare på studiens problemstillinger. Vi må derfor ”*break with the spectator`s point of view*” (Waquant 1992: 223).

Pierre Bourdieu er kanskje mest kjent for sine forsøk på å forene subjektivism og objektivisme.³³ Bourdieu hevder at individ og samfunn systematiseres i forhold til hverandre, og på den måten kan jeg som student lettere se sammenhenger mellom individ og samfunn og få oversikt over det aktuelle felt. I den sammenheng er det viktig å være klar over at hans begreper om blant annet felt, kapital og habitus kun kan defineres innenfor rammene av det teoretiske system de utgjør som en helhet, og ikke hver for seg (Bourdieu 1977, Bourdieu og Wacquant 1992).

Det sosiale felt

Et felt er ifølge Pierre Bourdieu en dynamisk arena eller et sosialt liv som består av et nettverk av forskjellige relasjoner hvor aktørene handler objektivt i forhold til hverandre. Et sosialt felt kan defineres som:

”Et netværk eller en konfigurasjon af objektive relationer mellom forskjellige positioner. Posisjonene er objektivt definert i kraft av deres objektive eksistens og de aktørene eller institusjonene de påvirker eller blir påvirket av” (Bourdieu og Waquant 1992:84).

Sagt på en annen måte vil individene i et hvert sosialt felt være selvstendige

³³ Subjektivisme: Lære som hevder at all erkjennelse er subjektiv. Objektivisme: lære som hevder muligheten av kunnskap om en virkelighet som er selvstendig i forhold til subjektet (www.ordnett.no).

subjekter, men samtidig delta i et nettverk av objektive relasjoner til de andre som deltar på det aktuelle feltet. I følge Bourdieu eksisterer et sosialt felt når en avgrenset gruppe mennesker og institusjoner kjemper om noe som er av felles interesse for aktørene³⁴ (Broady et al. 1991). Kriteriet for å definere et sosialt felt er at man kan påvise at det er noe på spill som aktørene synes det er verdt å kjempe for. Ordet ”spill” kan dermed fungere som en metafor på de sosiale kampene som finner sted på et felt (Prieur og Sestoft 2006). Hva det kjempes om avhenger av hvilket felt en befinner seg på. På idrettsfeltet vil aktørene blant annet kjempe om gode resultater i konkurranser, mens aktørene på utdanningsfeltet vil kjempe om å oppnå gode karakterer. Deltagelse i spillet skyldes ofte en ureflektert aksept av spillets eksistens og helt ubevisst tar en trolig del i ”spillet” og følger det spesifikke feltets spilleregler (ibid.). På den måten bidrar aktørene på det aktuelle felt til spillets reproduksjon gjennom troen på å oppnå gevinst eller anerkjennelse (Munk 1999). Hvordan spillet spilles og hvordan feltet forandrer seg over tid avhenger av aktørene på feltet og deres kapital.

Kapital

Kapital defineres som symbolske og materielle tilganger til posisjonering på felt (Munk 1999). Aktørene i sportsjournalistfeltet og i feltet for skiskyting har ulik bakgrunn og vil derfor besitte ulik kapital. Aktørene vil derfor ha ulike posisjoneringer og den potensielle plassering på et felt vil da være avhengig av fordelingen av kapital. Bourdieu skiller mellom en rekke ulike kapitaltyper. Økonomisk kapital viser til aktørers tilgang til økonomiske midler og ressurser,

³⁴ Bourdieu bruker vanligvis ordet ”agent” i stedet for ”aktør”. Dette på bakgrunn av at ”aktør” bygger på en rolleteori som Bourdieu bryter med. Hos Bourdieu- oversetteren Annick Prieur oppfattes motsetningene mellom ordene som svært ulike på fransk og på norsk (Bourdieu 2002). En agent viser på norsk til en person som representerer noe utenfor seg selv, og Prieur oppfatter konnotasjonene det gir, som enda fjernere fra Bourdieus handlingsteori enn aktør. På bakgrunn av dette velger jeg, som Prieur, å bruke aktør som den handlende personen.

mens sosial kapital refererer til tilgangen på sosiale nettverk. Ifølge Bourdieu er den kulturelle kapitalen tredelt: 1) En kroppslig og åndelig form, ved at vi har arvet eller i oppveksten har tilegnet oss oppfattelsesskjemaer som gjør at vi er i stand til å diskutere ulike måter å tilegne oss for eksempel en type skøyteteknikk på (Crossley 2001). Denne kroppslige kapitalen henger sammen med Bourdieus begrep om habitus. En institusjonalisert form for kulturell kapital er ifølge Bourdieu kvalifikasjoner man besitter i form av offisielle dokumenter som utdanning eller tekniske ekspertise. 3) En objektivert form for kulturell kapital som handler om det man eier, slik som ski, sko, bil osv.

Danielsen (1998) stiller spørsmålsteget ved å bruke Bourdieus begrep om kulturell kapital i norsk sammenheng. Bourdieu understreker at ”kulturell kapital” ikke er et universelt begrep, men noe som vokser fram gjennom en historisk utvikling og er særegent for det enkelte samfunn. Bourdieu omtaler dette som ”nasjonal kulturell kapital”, men selv om han samtidig uttrykker en tro på at begrepet kan brukes i andre sosiale rom og på andre felt enn det franske er Danielsen skeptisk til dette. Han setter fokus på kontrasten mellom franske og norske forhold, og hvordan kulturelle forskjeller i samfunnet gjør det vanskelig å benytte seg av et universelt begrep. Den norske kulturen har ifølge Danielsen blitt preget av å være et egalitært³⁵ samfunn, og det vil derfor være vanskelig å overføre kunnskap direkte fra det differensierte franske samfunn til det homogene norske. I tillegg har Bourdieu svært lite empiri om idrett, noe som støtter opp under Danielsens skeptiske holdning.

Symbolsk kapital er en hvilken som helst egenskap som anerkjennes og tillegges verdi av sosiale grupper. Denne generelle formen for kapital kan med andre ord

³⁵ Et egalitært samfunn preges av ensartethet (www.ordnett.no).

bestå av både økonomisk, kulturell og sosial kapital (Bourdieu 1996). Det er kampene om posisjon på feltet og om kapital som Bourdieu hevder garanterer feltets dynamikk, og som kan føre til muligheter for opprykk i feltets hierarki (Bourdieu og Waquant 1992). Bourdieus tanker om posisjoneringer på felt ved besittelse av ulike mengde kapital, strukturerer de objektive relasjonene som jeg ønsker å se nærmere på. Ved å bruke ord som struktur og system oppnår Bourdieu en oversikt over og får satt ord på en ofte tilsynelatende kaotisk virkelighet (ibid.).

En sportsjournalist har behov for både økonomisk, sosial og kulturell kapital. For at en sportsjournalist skal kunne reise rundt og dekke de norske skiskytterkvinnene, nasjonalt og internasjonalt, trenger de økonomisk støtte. VG er eid av Schibstedgruppen som er den største aviseieren i Norge (Scwhebs og Østbye 2007) og VGs sportsjournalister vil derfor, blant annet gjennom VGs opplagstall og annonseinntekter ha en høyere økonomisk kapital enn Dagbladet. Begge avisene rangeres for øvrig som to av de mest populære løssalgsavisene i Norge, noe som vil gi avisene en høy symbolsk kapital. For å få tilgang til de ferskeste intervjuene og nyhetene kan man dra nytte av en god sosial kapital. Som sportsjournalist er det viktig å opparbeide seg et bredt sosialt nettverk for å kunne etablere kontakt med skiskytterkvinnene og bli ”kjent”, for slik å være først med siste nytt. Skiskytterkvinnene investerer med utgangspunkt i sin habitus både økonomisk og kulturell kapital for å blant annet oppnå gode resultater, men også med henblikk på sponsorinntekter. Med andre ord handler begge aktører på det sportsjournalistiske felt med henblikk på noe, og kan derfor tilegne seg symbolsk kapital (Munk 1999).

Ifølge Bourdieu kan ikke et enkelt individ skape et kulturelt produkt alene, men de er avhengig av et fellesskap. Sportsjournalisten er avhengig av utøverens

tilstedeværelse og samarbeid for å få til et godt kulturelt produkt. Skiskytteren er også avhengig av et større fellesskap. En olympisk mester ville trolig aldri blitt en olympisk mester i dag uten fellesskapet, uten trener og støtteapparat. Et subjekt må derfor ikke ses adskilt fra resten av samfunnet, men heller som en bekreftelse av feltet som helhet (Bourdieu 1993). Feltet for sportsjournalistikk vil da påvirke og påvirkes av hvem som blant annet er sjefsredaktør. Hvilken bakgrunn sjefsredaktøren har, og hva legger han vekt på, er faktorer som vil påvirke feltet og den enkelte journalist i hans arbeid. Samtidig besitter både sportsjournalistene og utøverne på feltet for skiskyting ulik kapital og bakgrunn. Faktorer som fartstid og erfaring på feltet vil være av betydning for både status og posisjonering på feltet for både journalist og utøver. Sagt med andre ord vil en sportsjournalist som har vært lenge på feltet vite hvor siste nytt skal innhentes for å skape et godt produkt. For en skiskytter vil jeg anta at de som har vært på landslaget noen år innehar større symbolsk kapital enn en fersk rekrutt som nylig har fått muligheten på elitelaget.

Doxa

Bourdieu omtaler spillereglene i de ulike feltene som feltets doxa. Dette er de uuttalte, udiskutable, ikke bevisste og til dels kroppsliggjorte premisser som ligger til grunn og som aktørene handler i forhold til.

”Doxic beliefs are unquestioned beliefs, embodied in actions and feelings but seldom in words. They manifest as sentiments, routines, assertions and aversions” (Munk 1999).

Det er feltets doxa som gjør spillet meningsfullt (Bourdieu 1990). Doxa er kun udiskutabel innen for et felt, men hvis man står utenfor feltet kan man kritisk problematisere og diskutere feltets premisser.

I oppveksten, helt fra vi er små og kan høre, se, snakke og gå, lærer vi oss interaksjon med andre mennesker. Når vi blir eldre ”sitter det i ryggmargen” på oss (Lippe 2001). Vi tenker ikke over det vi gjør, vi tror på en måte at vi har arvet handlingene, eller at de er naturgitte. Det er i forbindelse med disse dyptsittende strukturene av kroppslige disposisjoner, at Bourdieu bruker doxa begrepet. Doxa er viktig i forbindelse med diskusjonen om hva som karakteriserer et autonomt felt (Munk 1999).

Habitus

Bourdieu (2002) hevder at doxa innstiftes i form av habitus, og med det mener han at begrepet habitus omfatter tidligere livserfaringer og våre kroppsliggjorte disposisjoner, som antas å legge grunnlaget for feltets doxa og føringen for hvordan vi handler, tenker og orienterer oss i feltet og i den sosiale verden for øvrig. Habitus er et av Bourdieus sentrale begreper og tar sikte på å synliggjøre våre kropper som helt sentrale i vårt møte med verden og hvordan vi forholder oss til virkeligheten. Nick Crossley uttrykker dette slik:

”...an agent’s habitus is an active residue or sediment of their past experiences with functions within their presents, shaping their perception , through an action and thereby shaping social practice in a regular way. It consists in dispositions, schemas, forms of know-how and competence, all of which function below the threshold of consciousness, shaping it in particular ways”(Crossley 2001:93).

Aktører er utstyrt med en habitus som er en spesifikk måte å tenke og handle på. Denne habitusen har som i alle andre felt en spesifikk logikk, og vil pålegges de nyankomne som en adgangsbetingelse, og overføres gjennom sosialiseringprosesser som skjer på det aktuelle feltet (Bourdieu 1999). Ettersom habitus krever en innarbeiding av strukturer, kan den ses på som en kobling mellom fortid og nåtid (Crossley 2001). Et eksempel på dette er når et barn skal lære seg en ny teknikk på ski. Når den unge gutten eller jenta skal lære

seg å for eksempel skøyte kreves det en ”*new use of ones`body*” (Crossley 2001:95). Dette er en bruk av kroppen som er fremmed for vår bevisste subjektivitet. Vi lærer bare av våre tanker om hvordan vi anstrenger kroppen vår, som produserer dem i språklig form og samtidig gjør det mulig å bruke dem i en ekspressiv form, ved hjelp av kroppen (Slette-meås 2005).

Nomos og illusio

Det enkelte felt har sin spesifikke logikk, sin nomos. For å illustrere hvordan et felts nomos utspiller seg kan vi se på artikkelen ”*Kvinnelige fotballspillere har ikke baller*” Lippe (2007). I denne artikkelen illustreres hvordan menn lager spillereglene på fotballfeltet. Det er menn som omtaler menn og det gis derfor ikke rom til kvinnelig deltagelse i utarbeiding av feltets nomos.

”I programmet 4-4-2 Bakrommet: Fotballmagasin” på NRK2 har kvinnefotball ikke vært et tema til nå i 2007. For redaktøren er det helt ”naturlig”, fordi mannsfotball er forstått som selve kunnskapen - nomos - i fotballjournalistikken” (Lippe 2007:92).

Dette er et eksempel på hva som er med på å skape et felts nomos. Sagt på en annen måte har ulike felt bestemte prinsipper for oppfatning og inndeling. Nomos er på denne måten det konstituerende synspunktet innenfor et felt, og skaper feltets ”spilleregler” og virkelighetsoppfatning (Bourdieu 1999). Nomosen gjør aktørene til sin egen, i form av illusio. Det vil si at når aktørene har blitt plassert og ”fanget” i spillet på det aktuelle feltet, vil hun ta feltets ideologi på alvor. Dette vil være med på å definere feltet, og handlingene vil gi mening til aktivitetene. Denne meningen vil fra et annet spills synspunkt, bli sett på som uvesentlig. Det er erkjennelsen av at noe står på spill og er verd å kjempe om, at Bourdieu kaller for illusio (Bourdieu 1999).

Symbolsk makt

Et viktig aspekt i Bourdieus arbeider er blant annet hvordan ulik besittelse av kapital fører til sosial ulikhet, og reproduseres i det aktuelle feltet. Bourdieu er opptatt av hvordan aksepten av ulikhet skapes og vedlikeholdes, uten at det er bruk av noen form for tvang eller åpenlys makt. Det fascinerende er at det finnes en tilsynelatende aksept av at det bare er sånn (Bourdieu 1996).

Det sportsjournalistiske felt er en del av et spill, og ulik kapital preger den enkelte aktør og samspillet aktørene imellom. Med andre ord betyr dette at en som har lang fartstid på feltet kan ha opparbeidet seg stor kapital og på den måten ha oppnådd større symbolsk makt. Forskjeller i fordeling av kapital kan med andre ord føre til utøvelse av symbolsk makt.

Bourdieu definerer symbolsk makt på forskjellige måter i ulike oversettelser. Jeg velger å støtte meg til definisjonen av symbolsk makt som makten til å få en hvilken som helst gitt virkelighetsforståelse til å fremstå som den ene objektive og sanne. Denne forståelsen oppnås uten at det nødvendigvis er åpenlyst for de som er involvert (Bourdieu 1996). Den symbolske makten dreier seg ikke om fysisk makt, men innebærer at en har makten til å navngi og klassifisere. For sportsjournalistene kan det dreie seg om å navngi noen utøvere som ”vinnere”, mens utøvere som ikke alltid befinner seg blant de ti beste klassifiseres som ”tapere”. Slik kan en utøve symbolsk makt, og få aktørene på et felt til å tro på bestemte utsagn om hvordan ting er, og sikre reproduksjon av de allerede eksisterende maktrelasjoner (ibid.). I artikkelen ”*Kvinnefotballen har ikke baller*” (Lippe 2007) illustreres det hvordan det i samfunnet i dag eksisterer en ”sannhet” om at kvinner ikke kan spille fotball i den grad menn kan. De har ikke det som skal til for å spille skikkelig fotball, de har ikke baller. Kvinnefotballen har vært offer for en symbolsk makt, ved at de gjentatte ganger har blitt navngitt

og klassifisert (Lippe 2007).

Mediene har en stor del av ansvaret for reproduksjonen av klassifiseringen. Slaatta (2003) bruker i denne sammenhengen begrepet ”teknologisk plattform” om mediene, for å illustrere hvordan mediene fungerer som en slags arena for utveksling av symboler³⁶. Denne plattformen gir mediene mulighet til å gi anerkjennelse til de mennesker, grupper og felt som journalistene omtaler eller lar komme til orde. Samtidig er det viktig å kunne se at symboler og uttalelser ikke bare kommer fra ”noen” eller ”noe”, men bør også ses ut i fra de posisjonene de har i samfunnet. Symbolbruken uttrykker og bekrefter all symbolbruk posisjonene som det tales eller handles ut ifra og gjør at de kan ses på som en form for symbolsk makt (Slaatta 2003).

Ifølge Brandsås og Odden (1997) beskrev Nils Arne Eggen medienes symbolske makt ved at utsagn gjentas på den teknologiske plattformen.

”En usannhet beskrives som en sannhet, og når den gjentas ofte nok blir den en sannhet. Folk sier: ”Det stod jo i VG!”. Da sier jeg: ”Og hva så?”” (Brandsås og Odden 1997:7).

Gjentakelse fører til bekreftelse av posisjoner. I dette tilfellet VGs posisjon og makt til å få en hvilken som helst gitt virkelighetsforståelse til å fremstå som den ene objektive og sanne. Det vil jo antakelig alltid være slik at også mediene og deres redaksjoner selv har en stemme. Samtidig som mediene er plattformer for andres ytringer, formidler de også sin egen og er langt ifra nøytrale i sin formidling. De setter uttalelser inn i sammenhenger, utvider, innsnevrer og tilpasser den opprinnelige kontekst hvor uttalelsene kommer på bestemte måter. I mer eller mindre bevisst grad, tjener medienes innhold, stil og form til å

³⁶ Symbol defineres som et tegn, en gjenstand eller en person som representerer eller anskueliggjør noe (www.ordnett.no).

opprettholde mediets symbolske makt.

I koblingen Bourdieu (1996) gjør mellom symboler og makt ligger det en forståelse om at all former for symbolbruk, for eksempel uttalelser av mening, valg av klær, kroppsspråk og væremåte kan utøve makt. Bruken av symbolsk makt, er relatert til doxa og habitus. Det er doxa, som får folk til å akseptere å leve livet under makten, uten følelsen av å være ”undertrykte”, eller at det er andre alternativer. Utøvelsen av denne makten, normaliseres i det Bourdieu har kaller en ”pedagogisk handling”. Denne handlingen omfatter alle de relasjoner som er involvert i å overlevere samfunnets dominerende kultur: familien, skolen, mediene, staten osv. Dette begrepet er strengere definert enn symbolsk makt og er forbeholdt situasjoner hvor de som innehar bestemte posisjoner og anses som berettiget gjennom sin symbolske kapital. Den symbolske makten krever at det er en overenstemmelse mellom subjektive strukturer (habitus) og objektive strukturer (felt). For å oppnå overenstemmelse, formidles den pedagogiske handlingen gjennom de ulike instansene i samfunnet og er på den måten med på å reprodusere den sosiale doxa og tillater utøvelsen av symbolsk makt (Slaatta 2003).

Flere felttyper

I denne sammenhengen vil fokuset ligge på det journalistiske felt og sportsjournalistikk som journalistikkens sub-felt. Idrettsfeltet med skiskyting som sub-felt vil bli kort omtalt, men det er viktig å understreke at det er på det sportsjournalistiske felt artikler om de kvinnelige skiskytterne produseres og presenteres. Det sportsjournalistiske feltet skaper en møteplass for journalister og utøvere, og gir oss muligheten til å si noe om hvordan skiskytterkvinnene opplever relasjonen til sportsjournalistene og hvilke diskurser som skaper et følelsesmessig engasjement.

Journalistikk som felt

Ordet journalistikk kommer fra det latinske ordet *diurnalis* som innebærer en daglig registrering av samhandlinger eller begivenheter (Østlyngen og Øvrebø 1998). Ordet gir en god beskrivelse av det journalistiske feltet som et mangfoldig og kreativt felt. Journalistikken berører og griper samtidig inn i en rekke andre felt for å kunne produsere, analysere og kritisere forhold i samfunnet. Omfanget av denne praksisen gir mediene makt, men skaper samtidig relasjoner og avhengighet til andre felt som spiller inn på nyhetsproduksjonen (Slaatta 2003).

Sportsjournalistikk som sub-felt

Journalistikken har ulike sjangre og et mangfold av underfelt, eller såkalt sub-felt. Sportsjournalistikken er et slikt sub-felt som er sterkt begivenhetsorientert og høyt prioritert. Nyhetsstoffet på dette feltet handler både om det som skal hende og om det som har hendt (Allern 2001).

Bourdieu's feltsosiologi tilbyr et teoretisk rammeverk for å studere norske sportsjournalisters praksis i møte med feltet for skiskyting. Aktørene på det

sportsjournalistiske felt har ifølge Bourdieu ulike posisjoner som står i forhold til hverandre. Mengden av kapital som sportsjournalistene besitter kommer til syne i de ulike journalistenes kommentarer og i hvilken grad de skriver reportasjer som går i dybden av hendelser (Lippe 2010). En sportsjournalist er underlagt avisens sportssjef, som igjen må svare til avisenes sjefsredaktør. Dette kan illustreres ved at en tenkt konkurransesituasjon fungerer som metafor, hvor aktørene på feltet er individer og organisasjoner som bevisst eller ubevisst konkurrerer om å finne sin posisjon på feltet og forbedre sin stilling. På den måten tilpasser journalisten sin dominerende habitus til den dominerende habitus i sitt miljø på (Bourdieu 2002).

Vi kan se hvordan VG og Dagbladet konkurrerer om å kontrollere den idrettslige dagsorden i papirpressen, samtidig som journalistene og fotografene konkurrerer om å få sine produkter på trykk. I dette arbeidet må de benytte seg av egen kapital til å posisjonere seg på feltet. Hva er det som gjør at vi anser enkelte journalister som vellykkede og gode? Bourdieu viser i denne sammenheng til kunstfeltet og drar en parallell mellom sportsjournalisten og kunstneren. En kjent kunstners signatur kan svare til den makt som tildeles enkelte personer til å mobilisere kulturell og symbolsk kapital (Lippe 2010). En sportsjournalist som får sine produkt på trykk, kan da gjennom tilegnelse av symbolsk kapital lettere prege dagsorden og på den måten utøve symbolsk makt på sitt felt.

I tillegg satser mediene ulikt i sportsfeltet. I 2006 hadde VG³⁷ 14 faste sportsjournalister, mens Dagbladet³⁸ bare hadde 8³⁹. Her spiller prioritering og penger en viktig rolle, og knytter det økonomiske felt tett opp til det journalistiske feltet. Sportsjournalistene er gjennom felles interesser med på å

³⁷ Pers. med. Sportssjef i VG, Knut Åge Hansen, 28.4.2006.

³⁸ Pers. med. Dagbladet redaksjonen, Grethe Winnem, 28.4.2006..

³⁹ Det inkluderer kun papirutgaven. Vi ser bort ifra freelancere.

oppretholde feltets doxa og på grunn av de skjøre grensene til det økonomiske felt stiller Bourdieu seg kritisk til å hevde at det journalistiske feltet er selvstendig og selvproduserende (Slaatta 2003, Bourdieu 2005). Det er tøff konkurranse i dagens journalistiske felt, hvor tidsbegrensninger fører til bruk av færre kilder og kildekritikk. Nettaviser og stadig nye TV-stasjoner hos mektige mediehus kjemper om å dominere nyhetsbildet, både nasjonalt og globalt. På den måten har aksjeeierne økt makt og krever større avkastninger på sine produkter. Slik knyttes det journalistiske og det økonomiske felt tettere sammen. Sportsjournalistene knyttes til andre felt gjennom objektive relasjoner og blir i mindre grad i stand til å styre egne spill (Munk 1999). Å benytte seg av feltbegrepet betyr da at en kan avise påstander om at journalister kun er underlagt eksterne faktorer som et økonomisk marked eller eiertilhørighet. Dermed kan også påstanden om en total journalistisk uavhengighet avises (ibid.). Journalistene er i praksis bundet av sin habitus som ifølge Bourdieu er det journalistiske feltets nomos og som en som journalist er en del av, samtidig som den enkelte også har sin individuelle posisjon. Ved å benytte seg av Bourdieus begreper kan en se sportsjournalistene som handlende aktører i et strukturert system av sosiale relasjoner med egen logikk. På den måten kan vi få et innblikk i hvordan journalistene samhandler med andre felt (Eide 2001).

Idrett som felt

Det enkelte felt med deres underfelt har sin egen logikk. Noe som kan virke litt uklart når man leser Bourdieu, er om han ser på idrettsfeltet som et eller flere felter. Dette kan begrunnes i at Bourdieu ikke nevner noe om hva som opprettholder og reproducerer idrettsfeltet. I et av hans kjente verk, "*Distinksjonen*" (Bourdieu 2002) kan det virke som om han ser på idretten som en type dramatisering, understreking eller forsterkning av de ulike sosiale gruppenes kroppslige uttrykksformer (habitus). Det idrettslige kroppsuttrykket

fungerer i den forbindelse som en ”huskelapp” hvor tidligere erfaringer og sosialisering kommer til uttrykk (ibid.).

Videre snakker Bourdieu om et eget kroppsfelt med spesifikke regler og begrensninger. Idrettsfeltet er en del av kroppsfeltet, og for at vi skal kunne definere idrett som et eget felt, bør man være klar over at idrettsfeltet på lik linje med andre felter besitter ulik grad av selvstendighet. Det som bestemmer feltets autonomi⁴⁰ er hvor enige aktørene er om det prinsippet som konstituerer hvordan selve feltet skal fungere. Spørsmål som har blitt stilt er blant annet om idretten er et eget system- det vil si om idretten utgjør en organisert helhet som står på egne bein og som har særegne regler og prinsipper (Guttmann 1978, Tangen 1997, Augestad 2003).

Det er viktig å være klar over at idretten ikke er et isolert system, selv om feltet er knyttet sammen av felles interesser vil gruppen eller feltet alltid måtte forholde seg til og være i samspill med andre felt i samfunnet. Slik påvirker og påvirkes felt av hverandre. Bourdieu uttrykker det på denne måten:

”Feltet utgjør et fortolkningsfellesskap, knyttet sammen av dominans. Samtidig inngår det i dominansrelasjoner med andre felter, tar til seg deres forståelsesformer og pålegger dem sine egne” (Bourdieu 2002:5).

I fellesskapet tolker vi informasjonen vi mottar, og informasjonen som blir værende i feltet blir den dominerende forståelsesformen. Videre understreker Bourdieu at aktørene er klar over den gjensidige påvirkningen som foregår mellom feltene og de ulike forståelsesformene:

”Feltet er selv hele tiden involvert i hegemonikamper med andre felter noe aktøren aner” (Bordieu 2002:5).

⁴⁰ Autonomi; politisk selvstendighet i form av indre selvstyre (www.ordnett.no).

Dette betyr at vi både tilegner oss andres forståelsesformer og at andre tar til seg av vår felles dominerende forståelse. Bourdieu mener med dette at over- og underordningsforholdene til den sosiale verden utenfor feltet er med på å bestemme språket og innholdet i diskursen på idrettsfeltet og feltet for skiskyting (Bourdieu 2002).

Skiskyting som sub-felt

Skiskyting er en idrettsgren, og vil da ifølge Bourdieus teoretiske perspektiver være et underfelt, eller et såkalt sub-felt av idrettsfeltet.

I dette subfeltet vil de ulike kampene på feltet resultere i at hver enkelt skiskytter utøver en praktisk, kroppslig kunnskap om sin posisjon på feltet, en "sense of one's place", som er en følelse av tilhørighet til feltet. Denne "sense of one's place" er ifølge Bourdieu (1999) en praktisk sans eller en "lært uvitenhet". De utøverne som ikke opplever det behagelig å være på feltet som en befinner seg på, kan bli offer for en spesiell miskjennelse, en alldoxia som består i å *"frikjenne seg feilaktig i en spesiell form for offentlig eksplisitering og fremstilling av doxa"* (Bourdieu 1999:192).

Den praktiske kunnskapen, om man føler tilhørighet eller ikke til feltet, tar form av følelser. Den som føler seg malplassert vil føle ubehag, mens den som føler at man er på rett plass vil føle velbehag (Bourdieu 1999). Følelsen av velbehag er i idretten ofte knyttet sammen med det å prestere. Ved ubehag vil det føre til at man etter en stund ikke er villig til å gjøre de investeringer som er nødvendig for å prestere innen skiskyting på det nivået.

Skiskytterkvinnene har flere felles interesser som opprettholder feltets eksistens.

Slik utgjør skiskyting et eget felt og gjennom trening, konkurranser og reiser opprettes det relasjoner som er med på å danne et selvstendig og reproduserende lite samfunn. I dette minisamfunnet har aktørene mønster for handling som bidrar til å organisere feltet. Videre bidrar dannelsen av den olympiske bevegelse og profesjonaliseringen av idretten til autonomisering og institusjonalisering. På bakgrunn av dette kan man hevde at idretten er et relativt autonomt felt. Det er altså i stand til å styre egne spill, har egne regler og aktører (Munk 1999).

Hva betyr journalistens kjønn?

Avisene benytter idretten som en sentral strategi for å øke antall lesere. Dette skjer ved bruk av polarisering gjennom jeg/vi eller du/de andre som gjør idretten lett å forstå. Idretten inneholder også intensitet og spenning ved at utfallet er uvisst, samtidig som den konkretiseres ved bom, tilleggstid og strafferunder. På den måten egner idretten seg godt i tabloide medier. Sammen med økt personifisering og intimitet følger avisene samfunnets trender, og dette gjør at sporten i avisene har utviklet seg til å bli et viktig utgangspunkt for å skape og gjenskape kvinne- og mannsbilder (Craig 1992, Eide 2000, Cashmore 2002, Lippe 2002, 2004, 2005a, 2007).

Gjennom analyse av avisartikler dukker det opp et interessant spørsmål knyttet til den enkelte sportsjournalists konstruksjoner. Og det er spørsmålet om kvinnelige og mannlige sportsjournalister ”velger likt” i produksjon av artikler? Allern (2001) uttrykker at med tanke på valg av tema, kilder og vinkling ville antakeligvis en økning av kvinnelige sportsjournalister gi et mer representativt kvinnebilde i media. Zoonen (1994) har derimot ikke troen på at flere kvinner i redaksjonene skulle bety noen endring av journalistikken.

”If we conceive gender as such, we shall not expect that female communicators will have enough in common to produce a radically different type of media output. [...] the call for more woman communicators, in order to transform media output, completely ignores the organizational context in which media production takes place” (Zoonen 1994:63-64).

Både Allern og Zoonen har gode poenger, men det finnes likevel noen vel så viktig skiller knyttet til sosialt kjønn blant sportsjournalistene. For det første er kulturen i de ulike redaksjonene preget av mannlige sjefsredaktører. Samtidig påvirkes ikke sportsjournalistenes tema og kildevalg kun av interne, tradisjonelle og organisatoriske rutiner, men influeres naturlig nok også av den enkelte journalists personlige erfaringsbakgrunn, sosiale nettverk og holdninger. Vi kan derfor anta at mannsdominerte og kvinnedominerte redaksjonelle miljøer ville treffe ulike beslutninger, både når det gjelder temavalg, kildevalg og vinkling (Allern 2001).

Sportssjefen i VG Trond Johannessen uttaler i forbindelse med en debatt om manglende fokusering på kvinnefotballen at *”vi er påvirket av historien, hvordan det har vært, og det er vanskelig å bare snu om totalt på det”* (Lippe 2007). Tormod Brenna, sportssjefen i Dagbladet legger til at *”det er ikke vår oppgave å skape nye trender. Idretten må selv lage et produkt som blir populært, bl.a. slik skiskytterne gjorde”* (ibid.). VG og Dagbladets redaksjoner viser til et mannsdominert miljø innenfor sportsjournalistikken, hvor det i 2006 var 14 faste skrivende journalister i VG, hvor 1 av dem var kvinne. Dagbladet har omtrent det halve antall av faste sportsjournalister, og bare en av journalistene er kvinne⁴¹. At ca 92 % av sportsjournalister i norske aviser var mannlige per mars 2007, bidrar også til å understreke journalistenes skjeve kjønnsfokus (Lippe 2010). Under OL sendte VG 8 sportsjournalister til Torino,

⁴¹ Pers. med. Sportssjef i VG, Knut Åge Hansen og Grethe Winnem i Dagbladets redaksjon, 28.4.2006.

hvorav 2 var kvinner. I tillegg sende de to mannlige og en kvinnelig fotograf. Dagbladet sendte 4 mannlige sportsjournalister og to mannlige fotografer⁴².

Sportsjournalistikk - en dominerende maskulin eksponeringsindustri

Toppidrettsutøvere er blitt enestående eksponeringsobjekter og kan fungere som attraktivt stoff for aviser (Helland 2003). Likevel er det forskjell på hvor mye dekning kvinnelige og mannlige utøvere får. Tekst og bilder av mannlige toppidrettsutøvere, spesielt i fotball dominerer både i Norge og resten av Skandinavia (Lippe 2010). Selv om det norske herrelandslaget i fotball ikke var kvalifisert til EM i 2004, dominerte stoff fra EM på ”sporten” i VG fra 12.06 t.o.m. 27.06, mens kvinneidrett bare utgjorde 4 % (Lippe 2005b). Samtidig ser vi at når norske kvinnelige toppidrettsutøvere vinner internasjonale konkurranser får de likevel relativt god dekning. For eksempel da det norske håndballandslaget for kvinner vant EM i 1998 og i 2004, dominerte nyheter og reportasjer fra konkurransen idrettsstoffet i Dagbladet og i VG. Det er tydelig at prestasjoner spiller inn på hva og hvem som omtales i media, men det kan se ut som at kjønn også er viktig i denne sammenheng. Zoonen problematiserer journalistenes kjønn som medvirkende til endring av journalistikken, men hun har imidlertid ikke undersøkt mediesportens journalistikk (Flekke 2005, Lippe 2005b). Dette underfeltet er mer isolert fra de øvrige underfeltene som blant annet utenrikspolitikk, innenrikspolitikk og kultur. Til forskjell fra andre felt kommer sportsjournalister ofte tett på utøverne under lange opphold i EM, VM og OL, slik at de lettere kan etablere kontakt og utvikle relasjon til utøverne (Lippe 2005). En slik forståelse kan også koples til Wærstads studie fra 1993 om hvordan det sosiale samspillet mellom medarbeidere i VG-redaksjonen kan påvirke avisproduksjonen. Det som preger sporten og underfeltet idrett dannes

⁴² Pers. med. Sportssjef i VG, Knut Åge Hansen og Dagbladet redaksjonen, Grethe Winnem, 28.4.2006.

blant annet av treenigheten mellom mannlige middelaldrende redaktører/eiere, mannlige sponsorer og mannlige ledere/profilerte trenere i toppidretten. En slik sammensetning finnes ikke i de andre underfeltene og Gerd von der Lippe karakteriserer derfor sporten for en dominerende maskulin eksponeringsindustri (Lippe 2005b).

Selv om de fleste kildene i sporten er mannlige, dominerer oftest kvinnelige kilder i spørsmål om likestilling, spisevegring og barneidrett (Lippe 2005b). Slik sett kan vi snakke om en sosial struktur som definerer hva som er mulig å produsere (Fairclough 2003). På grunn av at menn preger idrettsbildet først og fremst gjennom mannlige sportsjournalister/fotografer/produsenter skapt i en relativt isolert maskulin kultur kan idrett forstås som en dominerende maskulin eksponeringsindustri. Den maskuline orden oppfattes som nøytral og trenger derfor ikke å rettferdiggjøre seg eller legitimere seg. Symbolsk makt som utøves i samfunnet, tenderer til å gjenskape det den bygges på, den maskuline dominans (Bourdieu 1999).

Når kvinnelige utøvere eksponeres i media, forstår jeg derfor dette i en kontekst der seer/leseropplutning, mediedekning og markedspotensial er sentrale maskuline indikatorer. Slik sett kan mediedekningen av skiskyting under OL i Torino leses som en tabloid strategi for å øke antall lesere.

Teoretiske perspektiver om kjønn

Delingen mellom kjønn synes å være det mest naturlige i den sosiale orden. Mann og kvinne, og de biologiske forskjellene ser ut til å representere en legitimering av den sosialt konstruerte ulikheten mellom kjønnene (Bourdieu 2000). En svært kort presentasjon av ulike teoretiske perspektiver vil her kaste lys over hvorfor skiskytterkvinnene presenteres på gitte måter i VG og Dagbladet, hvordan det oppleves å være kvinne på det sportsjournalistiske felt og hva som ligger til grunn for dannelsen av enkelte diskurser.

Jeg har i tillegg til Bourdieus ”naturliggjøring” av forskjeller mellom kjønn, valgt å se på Simon de Beauvoir og det teoretiske perspektivet om ”det annet kjønn”. Hennes perspektiver på kjønn kan bidra med synspunkter på hvordan det er å være kvinne i en maskulin eksponeringsindustri. Judith Butler og Susan Bordo har en forestilling om kroppen som en kulturell tekst, hvor Butler vektlegger kulturens betydning for konstruksjon av kjønn, mens Bordo legger mer vekt på kroppen som materie, hvor kulturen utøver makt på slik at den forandres. Butler og Bordo legger i likhet med Fairclough vekt på den kulturelle konteksten, og ved hjelp av deres teoretiske perspektiv kan jeg oppnå en bedre forståelse for de kvinnelige skiskytterne som moderne individer i dagens medieverden.

Definisjonsmakt

Harriet Holter (1996) skriver om hvem som historisk sett har hatt definisjonsmakten i et kjønnspolitisk perspektiv. Hun peker på den politiske kampen om likestilling i det offentlige, og i tillegg tar hun opp diskusjonen rundt maktforholdene i det private. Hvem har definisjonsmakten? I tråd med Holter kan vi dra en parallell til den maskuline eksponeringsindustrien som preger det sportsjournalistiske felt. Forutsetningene for å utøve definisjonsmakt på ulike

felt i dagens samfunn har endret seg. Holter peker på hvordan dagens medie-offentlighet kan påvirke forhold i det offentlige og det private gjennom medias oppmerksomhet. Mediene stiller spørsmål ved eksisterende maktfordelinger og definisjoner knyttet til kjønn, og kan på den måten bidra til endringer i allmenne oppfatninger knyttet til temaet.

Pierre Bourdieu

Bourdieu (2000) uttrykker at delingen mellom mann og kvinne er en sosial konstruksjon som har blitt legitimert og ”naturliggjort” gjennom de biologiske forskjellene mellom kjønn. Han understreker at når en kvinne uttrykker seg gjennom bestemte væremåter eller vokabular er ikke dette fordi hun biologisk sett er kvinne, men fordi hun har gjort samfunnets oppfatninger av hva det vil si å være kvinne til sine egne. Han legger til at det ikke finnes noen form for universell måte å ”være kvinne eller mann på”, alt avhenger av hvilket felt man er på og hvilke oppfatninger og verdier som er gjeldende på det aktuelle felt. I følge Bourdieu er dominansen usynlig og oppfattes som naturlig av de ”dominerte”. Vi kan derfor tolke kjønn som en praksis og knytte det til maskulin dominans og utøvelsen av symbolsk makt.

Simone de Beauvoir

Beauvoir er mest kjent som forfatter av *Le deuxième sexe*, ”*Det annet kjønn*” (Beauvoir 1949). Forandringer i forståelsen av kjønn henger ifølge Beauvoir sammen med viktige institusjonelle, kulturelle og sosiale endringer (Mortensen et al. 2008). Kvinnekroppen har i den vestlige verden vært utsatt for en objektivisering som har blitt utfoldet i et patriarkalsk samfunn⁴³ (Holter 1996).

⁴³ I et patriarkalsk samfunn bestemmes kroppen som en tingliggjort størrelse og et kroppslig objekt. Kvinner har derfor måttet erfare kroppen som bestemt av faktisitet mer enn noe som åpner muligheter for handling, utfoldelse og frihet. Kroppen framstår i stedet for en kvinne som i sterkere grad kontrollerbar, bestemt av biologi og determinert (Holter 1996).

Det er derfor nødvendig å se på kvinners situasjon innenfor det patriarkalske samfunnet når en skal prøve å forstå hvordan kvinner framtrer som det annet kjønn (Mortensen et al. 2008). Beauvoir understreker at kvinnen som den andre ikke representerer noe som er gitt fra naturens side, men noe som er blitt produsert og som vi sosialiseres inn i. Slik viderefører og opprettholder vi som kvinner og menn patriarkalske forestillingene i samfunnet. Dette kan understrekes ved å se på hvordan fotball i Norge har vært og fremdeles er en mannsdominerende idrett. Hennes tenkning knytter vår repetisjon til stabilitet og opprettholdelse av kjønnshierarkiet (ibid.).

Beauvoirs tenkning har fått kritikk for bli oppfattet som selvmotsigende. På den ene siden argumenterer Beauvoir for at kvinner er frie og ansvarlige for situasjonen sin, mens hun på den andre siden hevder at kvinner er undertrykt og underlagt ikke bare menn, men naturen og biologien (Mortensen et al. 2008).

Judith Butler

Judith Butlers tenkning har blitt sett på som et alternativ til den mer tradisjonelle feministiske tenkningen rundt kjønn og det heteronormative regimet. Hun forbindes med ”queer theory”, som karakteriserer kjønn for å verken være noe man har eller noe man er. Kjønn er noe individer gjør. Hun lanserer en teori om kjønn som en performativ kategori hvor hun forstår kjønnete praksiser som en type tvungen kulturell iscenesettelse. Den performative makten bygger alltid på at noe kan gjentas og involverer rituelle repetisjoner av konvensjoner (Mortensen et al. 2008).

Butler understreker at kjønn ikke er noe gitt naturlig, men en effekt av en bestemt måte å snakke om mann og kvinne på. Det samme gjelder for kroppen, hvordan vi forstår kroppen, er alltid en effekt av diskursive praksiser (Mortensen

et al. 2008). Diskursene bidrar til å forme kroppen slik den framstår for oss, som innenfor idretten ofte representeres ved en trent og muskuløs kropp. Diskurser forandrer seg, og dermed er også diskursene om kjønn historisk og ideologisk foranderlige. En av de normene som styrer formingen av kjønn og kropp, er heteroseksualiteten. Den forestillingen vi har om biologisk kjønn, er slik igjen med på å opprettholde denne normen om heteroseksualitet.

Samtidig stenger den for andre måter å tenke kjønn, identitet og kroppslighet på. Vi gjør kjønn i stiliserte kroppslige repetisjoner med våre gester og bevegelser som er sosialt aksepterte. Innen for skiskyting, skaper de kvinnelige utøverne seg selv gjennom sine bevegelser når de trener og konkurrerer. For å bryte med den heteronormative ideologien er det nødvendig å finne nye måter å tenke begrepene kropp, kjønn og kjønnsidentitet på, mener Butler (Mortensen et al. 2008).

Butler har mottatt massiv kritikk som går i at det ikke finnes noe biologisk kjønn, det eneste som finnes er det sosiale kjønn som defineres gjennom diskurser. Dette forutsetter at det finnes et subjekt som ikke allerede er kjønn, noe som kritikerne mener ikke er tilfelle fordi kjønn nettopp er en av de tingene som definerer subjektet. Det opptrer samtidig med subjektet og er ikke noe subjektet kan velge. Samtidig har begrepet biologisk kjønn en historisk forankring som har blitt brukt til å fastholde bestemte betydninger av kjønn og er derfor sosialt forankret og konstruert (Mortensen et al. 2008).

Både Simon De Beauvoir og Judith Butler omtales i forbindelse med skillet mellom biologisk og sosialt kjønn. Butler argumenterer for at kjønn er en performativ kategori og snur opp ned på skillet mellom biologisk og sosialt kjønn, som lenge har vært vanlig innenfor feministisk og kjønnteoretisk

tenkning (Mortensen et al. 2008).

Susan Bordo

Susan Bordo er mest kjent for sine kritiske undersøkelser av kulturelle uttrykk og den vestlige verdens økende konsumentensamfunn. Hun ønsker å undersøke og forklare hvordan den visuelle verden vi lever i til daglig, ikke bare påvirker, men også er med på å forme våre liv og kategorisere oss som kjønn. Gjennom media møter vi i hverdagen ulike representasjoner av kropp og kjønn gjennom såpeoperaer, reklameplakater og filmer. Disse forteller oss om hvilke klær, kroppsformer, ansiktsuttrykk, bevegelser og oppførsel vi burde tilegne oss (Mortensen et al. 2008). Bordo understreker hvordan makt utøves gjennom kulturelle praksiser og at kroppen alltid vil være et produkt av kulturen den inngår i (ibid.).

Videre opprettholder Bordo helt bevisst et klassisk kjønnsperspektiv, fordi det fortsatt muliggjør et skjerpet syn på pågående urettferdigheter i våre daglige liv. Fri vilje og forestillinger om autonome handlinger anser hun for å være en illusjon. For henne er det umulig å bryte ut av det samfunnet man er en del av. Den enorme mengden av skapte visuelle tekster gjør at vi etter hvert mister evnen til å kunne skille mellom manipulerte og ekte bilder, og vi må oppdage at vi er fanget i en kunstig produsert verden vi selv er med på å skape og opprettholde. Ofte er vi klar over at mange av bildene er manipulerte, eller at virkeligheten de skal framstille er manipulert, men vi gjør allikevel ikke opprør mot å bli lurt (Mortensen et al. 2008).

Bordo håper på lengre sikt å kunne forandre vår måte å leve på ved å gjøre oss bevisst den makten som kulturen utøver over individene og som gjør at praksiser fortsetter å fungere (ibid.).

RESULTAT OG DISKUSJON

I dette kapittelet ønsker jeg å beskrive og analysere eget materiale. Først vil jeg presentere og kommentere de kvantitative resultatene, deretter gi en kvalitativ innholdsanalyse av 4 artikler og da blant annet med fokus mot det tabloide og perspektiver på kjønn. Til slutt en presentasjon av skiskytterkvinnenes subjektive opplevelse av relasjonen til sportsjournalistene. Resultatene vil ved hjelp av Bourdieu og påstander fra studiens innledende kapitler knyttes til diskursive praksiser og settes inn i større sosiokulturelle sammenhenger.

VG og Dagbladets mediedekning

Jeg har ved hjelp av kvantitativ innholdsanalyse analysert dekningsgraden av skiskytingen i 77 aviser fra VG og Dagbladet under OL i Torino og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006. Oversikt over fordeling av det analyserte materialet finnes i tabell 1.

Tabell 1 Oversikt over hvor stort areal (cm²) de ulike variablene utgjør i det analyserte datamaterialet fra VG og Dagbladets dekning av OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

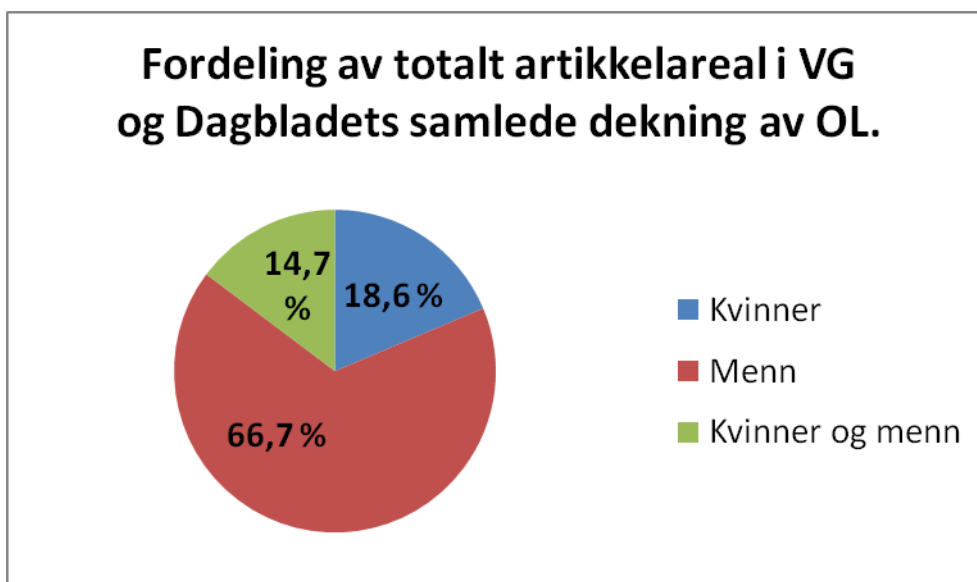
	OL i Torino			Holmenkollen		
	VG	Dagbladet	Totalt	VG	Dagbladet	Totalt
Totalt artikkelareal	16049	27639	43688	2630	9329	11960
Overskriftsareal	2357	2997	5355	444	565	1009
Bildeareal	7161	19492	2665335	1302	6052	7355
Tekstareal	3375	4522,	7898	370	1483	1854
Annet⁴⁴	3154	626	3781	512	1228	1741

⁴⁴ ”Annet” innebærer luft mellom bilder og artikler, illustrasjoner, faktabokser og grafikk.

Jeg vil nå gå videre inn på hvordan arealet fordeles innen hver enkelt variabel og mellom kjønn.

De olympiske leker i Torino

Analysen av mediedekningen under OL viser at kun 18,6 % av VG og Dagbladets samlede artikkelareal handler om kvinnelige utøvere, mens 66,7 % av arealet omhandler menn (figur 2). Dette er i samsvar med Flekkes historiske undersøkelser av sportsdekningen i VG (Flekke 2005). Funnene kan henge sammen med den sosiokulturelle konteksten analysene er hentet fra, hvor tabloidiseringstendensene er trolig med på å styre innholdet i avisene.



Figur 2. Fordeling av totalt artikkelareal i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.

Tabloidavisene VG og Dagbladet har i dag økt fokus på personifisering og intimisering og viser stor interesse for de vellykkede idrettsheltene. Dette er i tråd med lesernes ønske om en underholdende avis. Tallene i figur 2 representerer derfor den norske suksessen⁴⁵ og er antagelig noe av årsaken til

⁴⁵ Suksessartiklene er den største typen artikler i undersøkelsen av dekningen av Olympiske leker i Salt Lake City og Torino (Myhre 2008).

den skjeve mediedekningen.

I OL fikk Norge færre medaljer enn forventet, og de kvinnelige utøverne fikk ingen. Dette kan trolig forklare noe av deres manglede publisitet. I samtaler med de kvinnelige utøverne kom det tydelig til uttrykk blant samtlige at forskjellene mellom kvinner og menn i media kun var grunnet bedre resultat blant herrene. De uttrykte den skjeve mediedekningen som ”helt naturlig” på grunn av bedre resultater blant herrene: *”det er fint at det er de som faktisk driver med og som er best i skiskyting som har mest mediefokus”* (Informant E - 4 år). Bare dager før OL – konkurransene i skiskyting startet kan vi i avisoverskriftene se hvordan det i stor grad knyttes forventninger til de mannlige utøverne. Overskrifter som *”I gullform”*⁴⁶ og *”Vi er klare”*⁴⁷ omtaler Ole Einar Bjørndalen og herrelandslaget for øvrig. Bjørndalen har imidlertid et særskilt forventningspress ut ifra tidligere resultater. *”Idolet Ole Einar”*⁴⁸ og *”Dagens gullhåp”*⁴⁹ er artikler som uttrykker forventninger til prestasjoner og medaljer⁵⁰. Kvinnene på sin side har ikke like store forventninger knyttet til seg. Dette kan være med å belyse forskjellene mellom kjønn og størrelse på artikler i avisene. Unntaket er forventningene knyttet til Liv Grete Skjelbreid Poiree. Disse forventningene kan på ingen måte sammenlignes med forventningene til Ole Einar Bjørndalen, slik jeg tolker det i denne sammenheng. Forskjeller i forventninger kan trolig knyttes til tidligere resultater hvor Bjørndalen har hatt en jevnere resultatkurve i toppen, enn Liv Grete Skjelbreid Poirée. Til tross for at begge anses for å være to store utøvere med svært gode resultater. Den skjeve mediedekningen kan også tolkes som en oppfatning av kvinner som ”det annet kjønn”. Simon de Beauvoir understreker

⁴⁶ VG, fredag 10.02.06.

⁴⁷ Dagbladet, fredag 10.02.06.

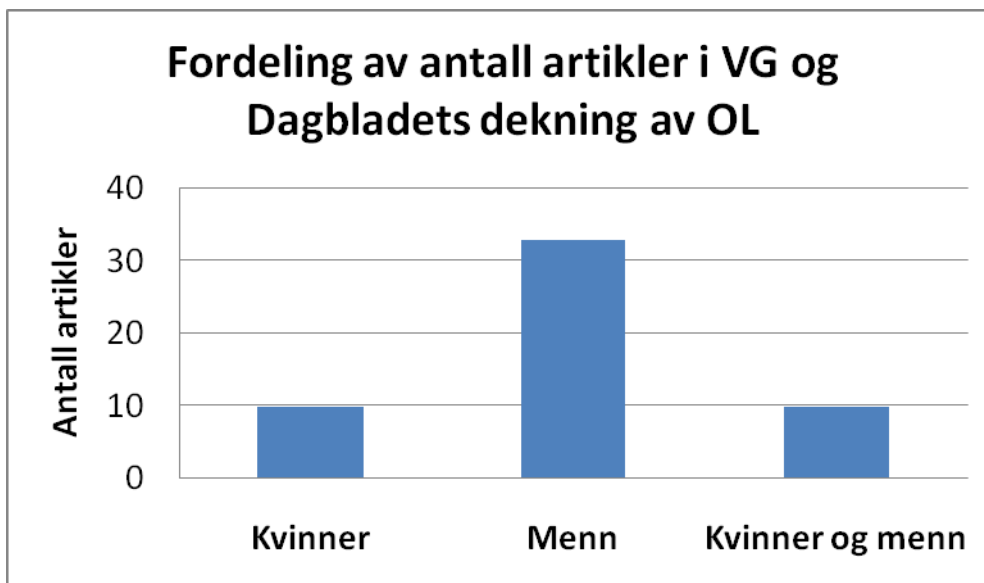
⁴⁸ Dagbladet, fredag 10.02.06

⁴⁹ VG, lørdag 11.02.06

⁵⁰ Forhåndsreportasjer utgjør 26% av alle reportasjene i Dagbladet, i undersøkelsen av dekingen av Olympiske leker i Salt Lake City og Torino (Myhre 2008).

hvordan kvinnene gjennom historien har blitt sosialisert inn i et patriarkalsk samfunn og på den måten blitt utsatt for en objektivisering som har definert kvinner som det annet kjønn (Mortensen et al. 2008). Fordelingen mellom kjønn i mediedekningen under OL kan derfor ses i lys av en videreføring av oppfatningen av kvinner som ”det annet kjønn”.

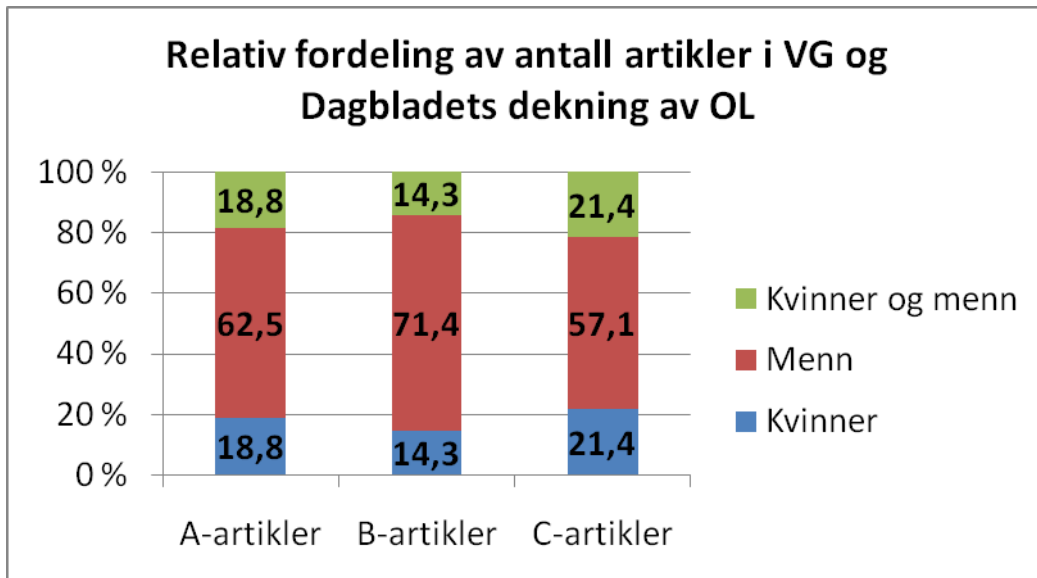
Videre ser vi også at menn ikke bare har mer omtale i antall kvadratcentimeter, men også i antall artikler (figur 3). Menn omtales alene i tre ganger så mange artikler som kvinner, og dette viser hvordan blikkfanget og oppmerksomheten rettes dit hvor medaljene antas å komme. Utover i de olympiske lekene var det herrene som i større grad innfridde ”kravet” om medaljer og derfor der mediefokuset i stor grad syntes å bli værende.



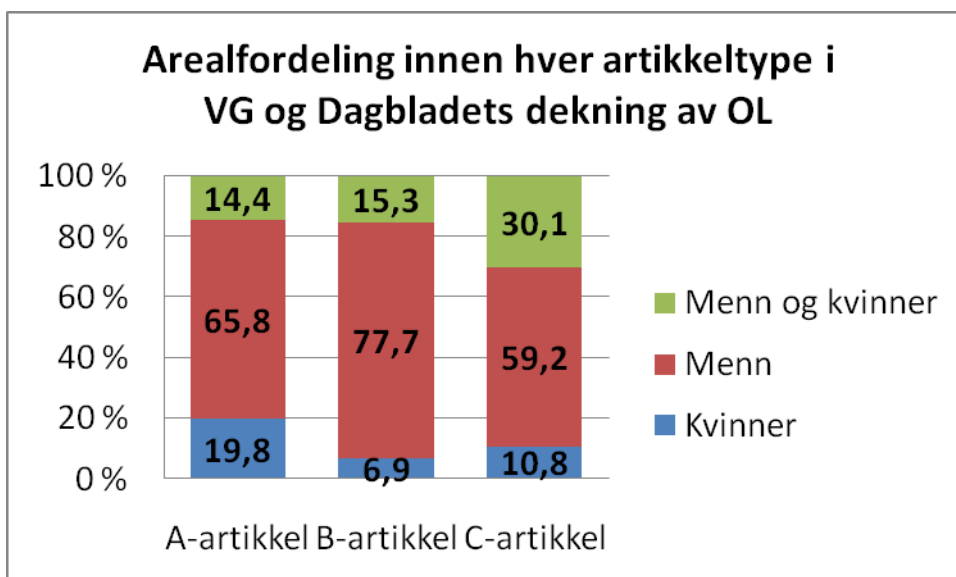
Figur 3 Antall artikler fordelt på kjønn i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.

Hvis vi ser på den relative fordelingen av antall artikler innen hver artikkeltype finner vi det samme mønsteret. Menn blir omtalt i klart flest A, B og C-artikler (figur 4).

Selv om det ikke ble noen gull medaljer til skiskytterherrene i Torino, fikk de 3 sølv og 3 bronse medaljer, mens kvinnene ikke innfridde forventingene og tok ingen medaljer i OL. Den samme tendensen ser vi også når vi ser på hvor mye areal innen hver artikkeltype som omhandler de ulike kjønnene (figur 5).

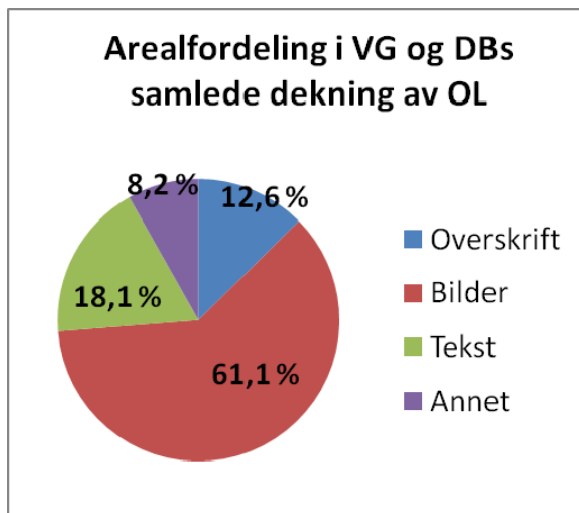


Figur 4 Relativ fordeling av antall artikler innen hver artikkeltype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.

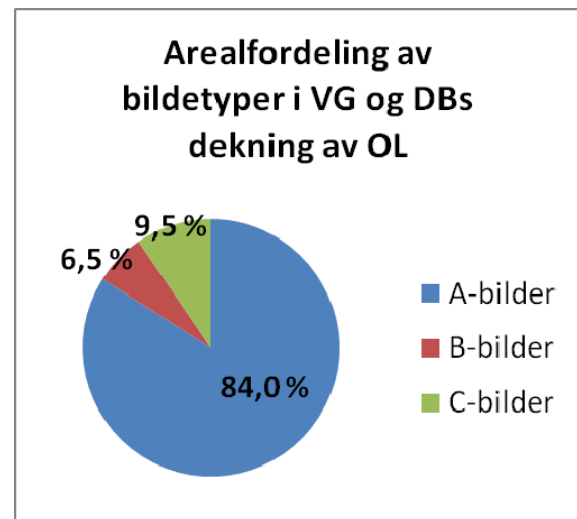


Figur 5 Kjønnfordeling innen totalt areal av hver artikkeltype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.

I kampen om lesernes interesse har bilder fått en viktig rolle i tabloidavisene på grunn av deres evne til å skape et avgjørende blikkfang (Rowe 1999). Dette ser vi tydelig i deknningen av OL der hele 61,1 % av totalt artikkelareal var bilder (figur 6).



Figur 6 Arealfordeling i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.



Figur 7 Arealfordeling av type bilde i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.

Vi ser også at 84 % av bildearealet var A-bilder (figur 7). Dette er ifølge Hernes (1984) og Rowe (1999) i tråd med kulturtendensene i samfunnet, hvor kampen om oppmerksomheten skaper flere og større bilder i tabloide underholdningsaviser. Et større antall bilder sammen med økt størrelse på bildene innfrir også kravet om intimitet og autenticitet ved at bildene fanger øyeblikket og gir oss mulighet til å komme tettere inn på utøverne.

Videre viser figur 8 hvordan fokuset på bildene i avisene er rettet mot menn. Hele 77,3 % av bildearealet omhandler skiskytterherrene, mens bare 20,5 % av arealet omhandler kvinner.

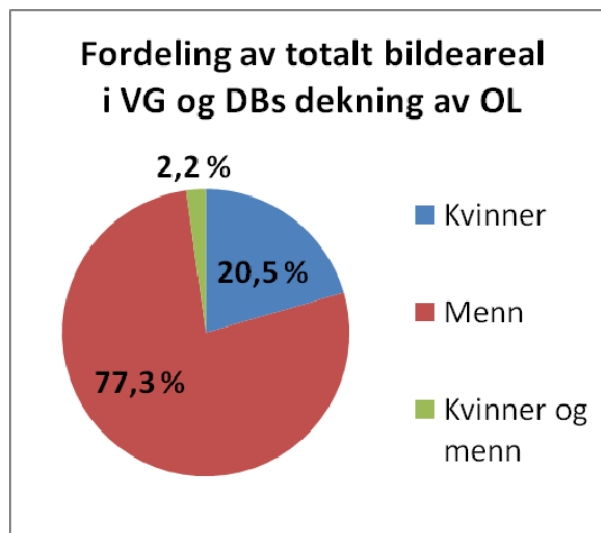
Dette kan selvsagt skyldes at det var flere mannlige (6) enn kvinnelige (5) utøvere i skiskyttertroppen og at mennene oppnådde bedre resultater. En av

informantene understreker resultater som avgjørende for mediedekning:

”Det er veldig mange profiler med liksom Ole Einar i spissen og Frode og Halvard og Lars og liksom sånn at jeg synes det er helt naturlig. [...] Det er jo først, skal du komme i media så må du prestere, det er nummer 1 og nummer 2 er hvis du er interessant, ikke sant så blir det ekstra” (Informant F- 4 år).

Informanten uttrykker også hvordan det å være ”interessant” skaper ekstra interesse fra media, og at det derfor også kan antas at journalistene ser på mennene som mer interessant profiler.

”Noen av guttene som kanskje er, i alle fall en del av de som er flinke til å bare ha det litt moro, litt humor i det og det er jo sånn som folk liker. Så det er en del av guttene som jeg tror er flinkere enn jentene i alle fall til det” (Informant B - 2 år).



Figur 8 Kjønnfordeling av totalt bildeareal i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.

En slik autentisitet og intimitet skaper interesse på det sportsjournalistiske felt og imøtekommer tabloidiseringens krav til underholdning.

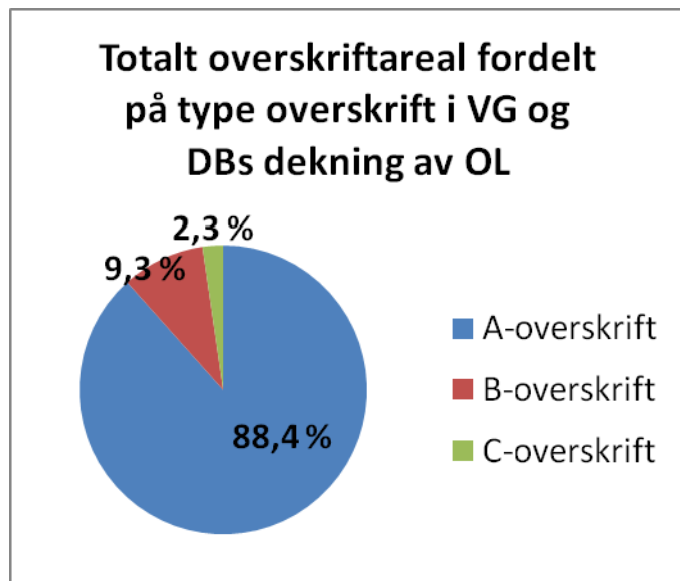
Videre viser analysen at teksten kun utgjør 18,1 % (figur 6) av totalt artikkelareal, og denne nedprioriteringen av tekst bygger opp under avisene som typisk tabloide. Tabloidisering kan utdypes og forklares mer inngående, men jeg ønsker her å fokusere på tabloide trekk, som ”bilde” og ”overskrift” i forhold til ”tekst” og hel artikkelstørrelse for å illustrere måten de kvinnelige skiskytterne blir presentert på i avisene⁵¹.

⁵¹ For videre resultater knyttet til ”tabloidisering” henviser jeg til tabellene i appendiks. Disse inneholder forskjeller mellom menn/kvinner og mellom VG/Dagbladet innenfor sentrale tabloide elementer.

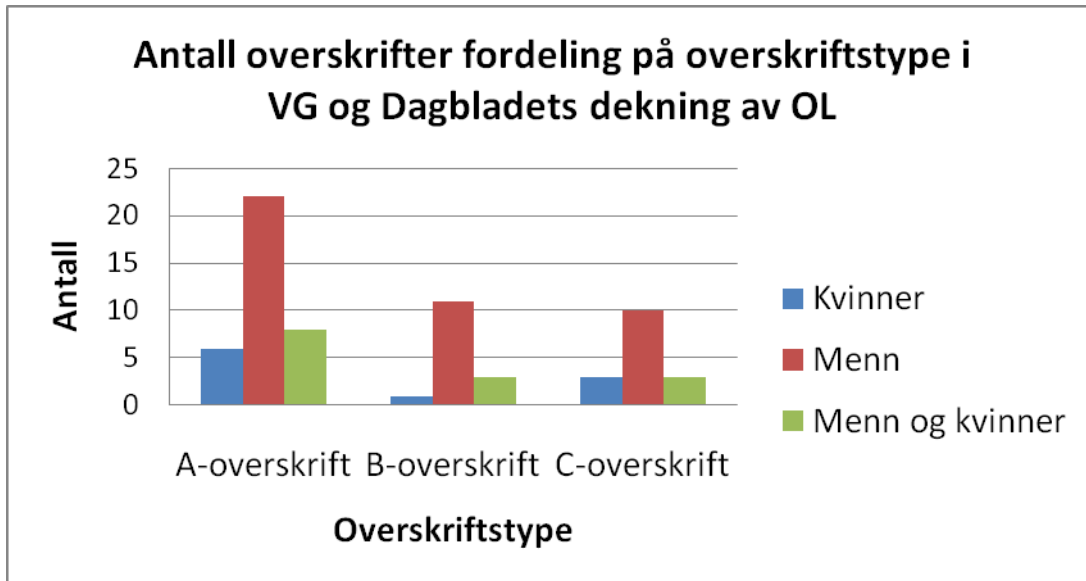
I likhet med bilder har overskriftene også en viktig rolle i kampen om publikums oppmerksomhet (Rowe 1999). Figur 6 viste at 12,6 % av totalt artikkelareal er overskrifter, og av dette utgjør A-overskrifter den klart største andelen.

I arbeidet med tabloidaviser og tabloidisering ser jeg hvordan store overskrifter dominerer for å skape blikkfang og øke interessen

hos leserne. Forventningene til resultater i OL ble som nevnt ikke innfridd og det kan antas å ha vært med på å skape større overskrifter (figur 9 og figur 10). Undersøkelsen av dekningen av OL i Salt Lake City og Torino av Myhre (2008) støtter opp om antagelsen og viser at skandaleartikler har mindre tekst og mindre bilder enn suksess- og fiasko artikler, mens den har stor bruk av overskrifter.



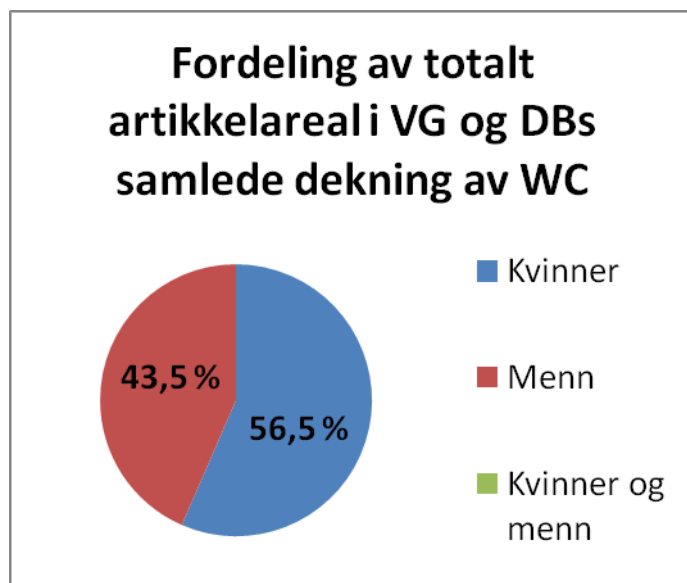
Figur 9 Totalt overskriftsareal fordelt på overskriftstype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.



Figur 10 Antall overskrifter innen hver overskriftstype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006.

Holmenkollen

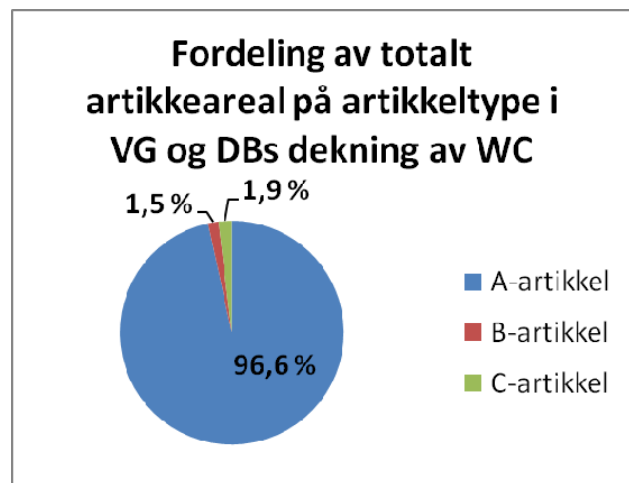
Målingene fra verdenscup-avslutningen viser enn litt annen tendens enn de fra OL. Ut ifra det totale artikkelarealet, så handler 56,5 % om kvinner og 43,5 % om menn (figur 11). Fordelingen under World Cupen i Holmenkollen er jevnere fordelt mellom kjønnene.



Figur 11 Kjønnfordeling av totalt artikkelareal i VG og Dagbladets dekning av skiskyting av World Cup Holmenkollen 2006.

Jeg antar at årsaken til denne fordelingen har mye å gjøre med at Liv Grete Skjelbreid Poirée i forkant hadde annonsert at dette ville bli hennes siste verdenscuprenn. Norges skiskytterdronning skulle altså legge opp, og dette fikk naturligvis ekstra oppmerksomhet. Ole Einar Bjørndalen tok imidlertid gull på

hver distanse i Holmenkollen, noe som kan være med på å jevne ut antall artikler om kvinner i forhold menn. Det er igjen de to store profilene som har stor del av "æren" eller "skylden" for prosenttallene. De kvinnelige utøverne fikk kun en medalje i Holmenkollen ved Linda Tjørhoms gullmedalje på fellesstarten. Totalt av samlet artikkelareal (figur 12) utgjør A- artiklene en stor prosentandel av samlet areal. Det indikerer selvfølgelig at A-artiklene tar stor plass i det samlede arealet, hvor Ole Einar Bjørndalens gullmedaljer og en stor profils avskjed har vært sentrale i mediedekningen. Ole Einar Bjørndalens og Liv Grete Skjelbreid Poirèes sentrale rolle i mediedekningen understøttes av eksempler som: "*Ole Einar dro rett på fest*"⁵² og "*Jentene takker Liv Grete*"⁵³. Dette kan tyde på at det ikke nødvendigvis er kjønn som er avgjørende for mediedekning, men også resultater og andre viktige hendelser i tilknytning til økt personifisering.

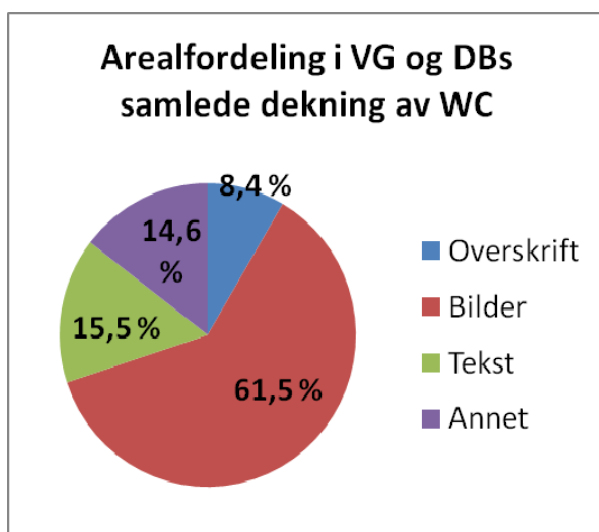


Figur 12 Totalt artikkelareal fordelt på artikkeltype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

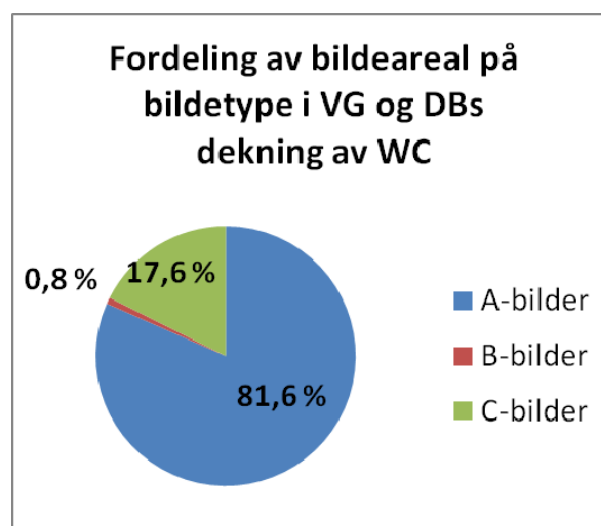
I dekning av verdenscupen i Holmenkollen ser vi det samme mønsteret som i dekningen av OL når det gjelder tabloid fremstilling. 61,5 % av totalt artikkelareal om skiskyting er bilder (figur 13) og av det totale bildeareal utgjorde A-bilder 81,6 % (figur 14), mens teksten kun utgjør 15,5 % av totalt artikkelareal.

⁵² VG, fredag 24.03.06.

⁵³ Dagbladet, fredag 24.03.06.

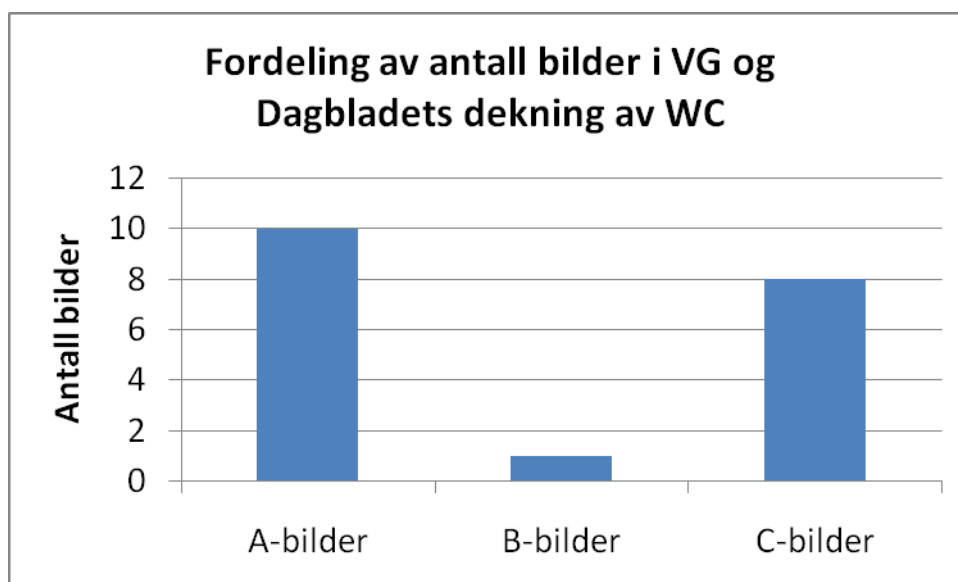


Figur 13 Fordeling av totalt artikkelareal i VG og Dagbladets samlede dekning av verdenscupavslutningen i skiskyting i Holmenkollen 2006.



Figur 14 Fordeling av samlet bildeareal på bildetype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

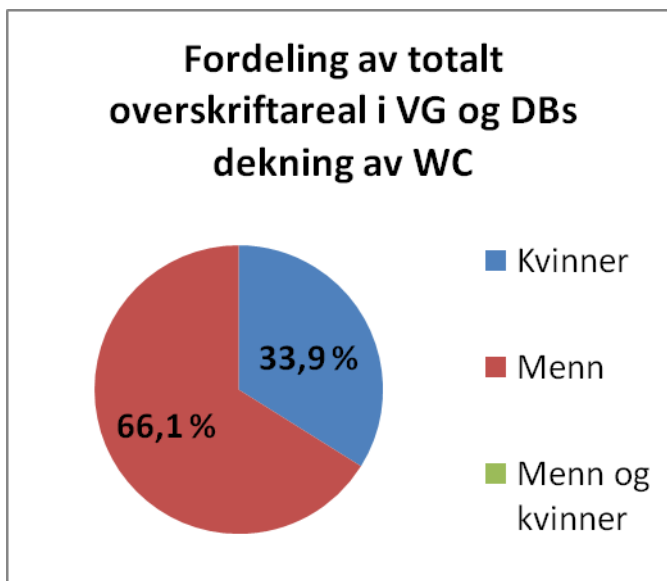
I figur 13 ser vi at overskrifter kun utgjør 8,4 % av artiklene i forhold til tekst og bilde, som videre kan sees i sammenheng med figur 15 som indikerer at det i tilknytning til antall c-bilder antageligvis også finnes mange c-overskrifter.



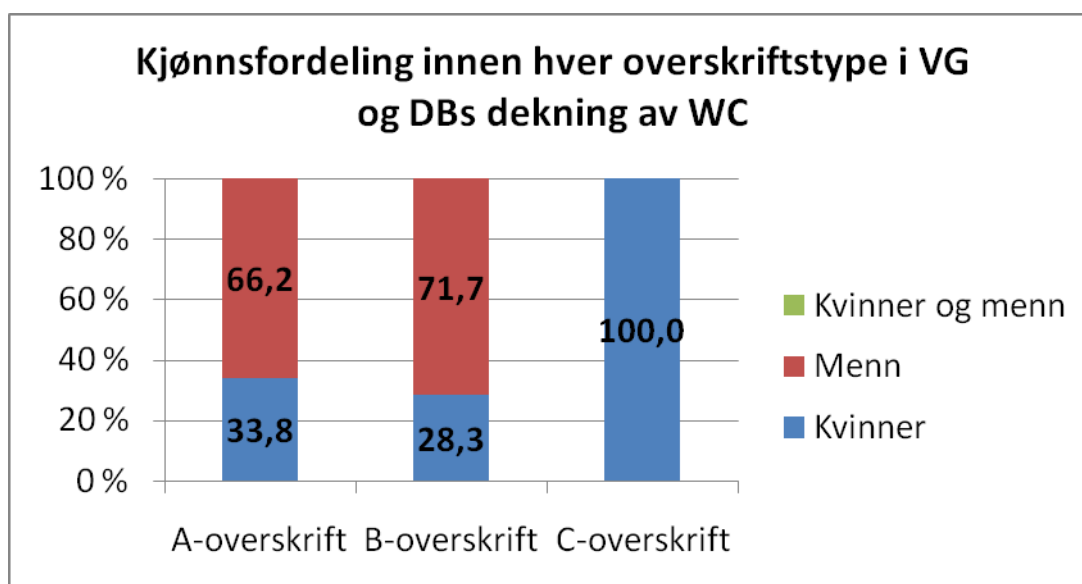
Figur 15 Fordeling av antall bilder på type bilde i VG og Dagbladets dekning av skiskyting av World Cup Holmenkollen 2006.

Hvis vi ser på fordelingen av overskriftsareal (figur 16) ser vi at menn har fått

størst overskriftsareal (66,1 %) under dekkingen av Holmenkollen. Dette henger trolig sammen med Ole Einars suverene seirer, mens jeg antar at kvinnenes prosentandel henger sammen med Liv Grete Skjelbreid Poirèes avskjed og Linda Tjørhoms gullmedalje. Ulikhetene understreker at Bjørndalens gjentakende suksesser her overgår kvinnene i tabloid interesse og er trolig årsaken til kvinnenes mengde med c-overskrifter (figur 15).



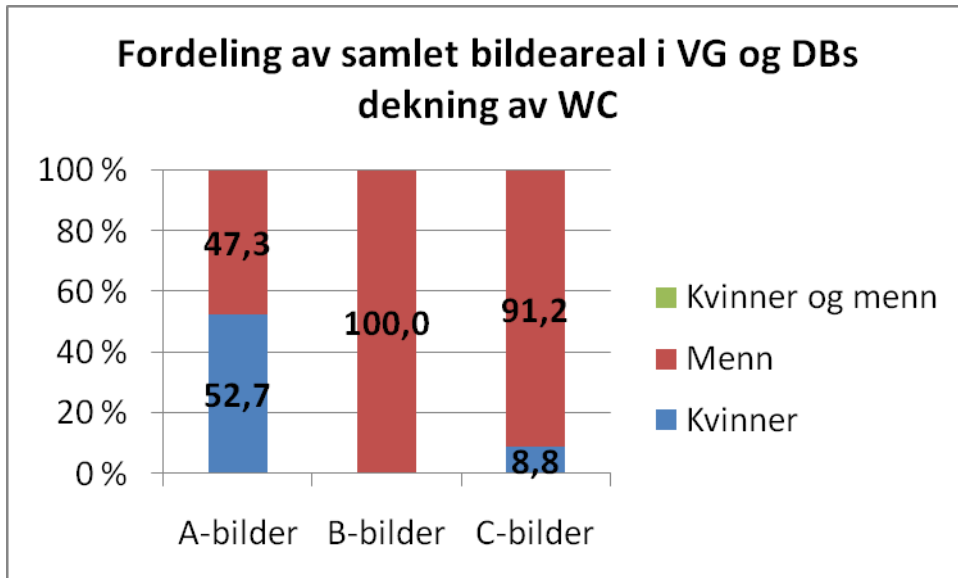
Figur 16 Kjønnfordeling av totalt overskriftsareal i VG og Dagbladets dekking av skiskyting av World Cup Holmenkollen 2006.



Figur 17 Kjønnfordeling innen hver overskriftstype i VG og Dagbladets dekking av skiskyting av World Cup Holmenkollen 2006.

Prosentfordelingene (figur 17) bygger opp under tanken om at gode resultater er stoff som selger, og noe leserne ønsker å lese om. Samtidig som

”skiskytterdronningens” avskjed, i tråd med kravet om intimitet innen tabloidisering i avisene får mye oppmerksomhet, men mindre blikkfang i avisene (figur 18).



Figur 18 Kjønnfordeling innen hver bildetype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting av World Cup Holmenkollen 2006.

Framfor en ytterligere kommentar til resultatene fra den kvantitative undersøkelsen, vender jeg meg med dette mot en kvalitativ innholdsanalyse av utvalgte avisdiskurser og intervjuer med de kvinnelige utøverne. Jeg skal imidlertid ikke gi slipp på de kvantitative data, da de heretter vil være med på å underbygge de kvalitative vurderingene av avismaterialet.

Analyser av avisdiskurser

Avisanalysenes sosiokulturelle praksis er diskursen om de kvinnelige skiskytterne, og hvordan de presenteres gjennom oppslag i VG og Dagbladet. Det journalistiske feltets produksjon, samt medieaktørenes meninger og forbruk kan gi næring til de gjeldende forståelser om hvordan de kvinnelige skiskytterne fremstilles i avisene. Dette kan til en viss grad kan gjenspeile samfunnet for øvrig. Tekstene som skal analyseres er skrevet i en sportsjournalistisk sjanger og det betyr at stemmene til både journalistene og kildene kommer til uttrykk. Artikkelen layout og komposisjonsnivå, det vil si den tekniske journalistikken som valg av plassering, overskrifter og bilder må også regnes som en stemme. Fokuset i analysen av artiklene rettes mot hvordan utøverne blir presentert som kvinner og hvordan avisdiskursene uttrykker utøvernes følelser. Ved hjelp av Faircloughs tredimensjonelle modell vil jeg se den enkelte tekst i lys av diskursiv og sosiokulturell praksis.

Det norske folk hadde store forventninger til OL og dagen før konkurransene startet hadde både VG og Dagbladet informert norske idrettsentusiaster om hva man kunne forvente av de norske skiskytterne. Artikler som ”*I gullform*”⁵⁴ og ”*Vi er klare*”⁵⁵ preget avisene og ut ifra den diskursive praksis i etterkant antar jeg at det norske folk ikke bare forventet gode resultater ut ifra de gitte tekstene, men nærmest tok det for gitt. Dagen etter første konkurransedag var det en blandet stemning i avisene. Dagbladet proklamerte en ”*God norsk OL start i Torino*”⁵⁶ mens VG ikke var fullt så positive med artikkelen ”*Innbitt da sølvet glapp*”⁵⁷. Dagen etter var i stor grad preget av nedturer i begge avisene. Dette startet den ”diskursive praksisen” om et mislykket Norge i Torino, og

⁵⁴ VG, fredag 10.02.06.

⁵⁵ Dagbladet, fredag 10.02.06.

⁵⁶ Dagbladet, søndag 12.02.06.

⁵⁷ VG, søndag 12.02.06.

sportsjournalistene begynte å stille seg tvilende til utøvernes prestasjoner.

Som aktør på skiskytterfeltet kjemper utøverne om gode resultater i OL og betydningen av gode resultater kommer til uttrykk, og konstitueres i feltet gjennom ”feltets spilleregler” eller nomos. Diskursen stiller spørsmålstegn til i hvilken grad utøverne ”følger spillereglene” og tar på alvor det som står på spill i OL. På det sportsjournalistiske feltet samsvarer ikke resultatene med den eksisterende diskursen hvor forventninger om medaljer er sentral. Dette skaper en ny diskurs basert på spørsmål som sportsjournalistene er opptatt av og interesserer seg for.

Teksten og den diskursive praksisen er ifølge Fairclough del av en større sosial sammenheng. Sosial praksis brukes til å illustrere hvordan kulturkonteksten kan påvirke produksjon, distribusjon og konsumpsjon av de diskursive avisartiklene. I denne sammenheng synes jeg det er av betydning å nevne hvordan for eksempel ski utgjør en vesentlig del av norsk identitet (Goksøyr 1994). På den måten skaper skiskyting det Bourdieu omtaler som en ”nasjonal kulturell kapital” som har vokst seg fram gjennom en historisk utvikling i det norske samfunn og blitt til en nasjonal identitet. Dette gjør seg også gjeldende hos norske sportsjournalister som en del av deres doxa og kan prege produksjonen av tekst under internasjonale konkurranser. Diskursen om et ”mislykket Norge i Torino” kan derfor ses i lys av dette.

De kvinnelige skiskytterne og journalistenes habitus legger føringer for det sportsjournalistiske feltets doxa og skaper en felles møteplass. Aktørene i de to underfeltene har en felles aksept av det sportsjournalistiske feltets doxa. Det vises ved at det journalistiske felt blant annet investerer penger for å ”være først med siste nytt” og slik tilegne seg symbolsk kapital. På samme måte investerer

feltet for skiskyting i trening og kosthold for å oppnå gode resultater. For å oppnå dette gjør de kvinnelige utøverne skiskytterfeltets nomos til deres egen, de tar feltets virkelighetsoppfatning på alvor og gjør ”spillereglene” til deres egne, gjennom illusio. Mange av utøverne som deltok i Torino hadde også deltatt i OL i Salt Lake City i 2002. Dette innebar at alle utøverne gjennom sin habitus hadde erfart og tilegnet seg ulik mengde kapital i møte med det sportsjournalistiske feltet under OL i Salt Lake City. Enkelte utøvere hadde blant annet tilegnet seg stor symbolsk kapital gjennom gode resultater.

De olympiske leker i Torino

”Bommet og gråt”

Artikkelen er hentet fra førstesiden av sportsseksjonen i Dagbladet fredag 24. februar 2006 og er kategorisert som en A-artikkel. Sportssjef Tormod Brenna⁵⁸ har skrevet teksten, mens fotografen Bjørn Langsem⁵⁹ har tatt bildet. Dette er den eneste artikkelen under OL som kun handler om Tora Berger. Overskriften inneholder den viktigste informasjonen, og den er kort og sammendratt, noe som gjør at jeg som leser ønsker mer informasjon. Den bestemte formen ”bommet og gråt” referer til at det

handler om noen vi allerede kjenner til. Inngressen understreker at det gjør vondt å mislykkes i OL. I hvilken grad bildet gir oss ny informasjon i tillegg til teksten



Figur 19 Artikkelen "Bommet og gråt" fra Dagbladet 24.02.2006.

⁵⁸ Pers. med. Tormod Brenna, 28.04.09. Han har Jobbet i Dagbladet siden 1990.

⁵⁹ Pers. med. Tormod Brenna, 28.04.09. Bjørn Langsem har jobbet i Dagbladet i 12-15 år.

avhenger av hva vi forventet å se. Hvis vi hadde ventet å se utøveren på skiarenaen eller i mixsonen etter endt løp, gir bildet oss ny informasjon. Bildet viser det som tilsynelatende skal være Tora Berger, kledd i treningstøy. Store deler av utøveren dekkes av et slags ”gitter” og det dekker 1/3 av hele bildet. I tillegg ses det mot en hvit bakgrunn, noe som forsterker gitterets plass og fokus i bildet. Det antas at ønsket fokus skal være på utøveren, mens gitteret står i veien, og blir et stort blikkfang. Utøveren konnoterer for meg en svak kvinne i et ”fengsel”, og gitteret og kroppen som står foroverbøyd med hodet i hendene konnoterer det vi forbinder med straff. Hun er fanget i sitt eget fengsel og har seg selv og takke og er derfor fortvilet. Fortvilelsen understrekes av en gråtkvalt underkjeve som kommer til syne i bildet. På den andre siden kan bildet konnotere en ”flukt”. Det visuelle inntrykket uttrykker en mislykkethet som idrettsutøver. En skam over å ikke leve opp til forventningene og hvor en rømmer fra virkeligheten. Fotografiet kan få oss til å tro at verden er mer tilgjengelig for oss enn det den i virkeligheten er (Sontag 1977). Bildet av Tora Berger kan på den måten leses som et forsøk på å skape en nærhet mellom leser og utøver, noe som i stor grad antas å mislykkes ved at gitteret i forgrunnen skaper en avstand mellom sportsjournalist, lesere og utøveren. Det vil trolig likevel skape en sympati hos leseren, på grunnlag av at utøveren oppfattes som innesperret, sårbar og fortvilet.

I lys av den maskuline eksponeringsindustrien er både VG og Dagbladets sportsredaksjon preget av mannlige journalister og ledere. I artikkelen om Tora Berger som gråter, velger jeg derfor å tolke vinkling og fokusering i lys av den maskuline industrien som sportsjournalistikken er en del av. Det innebærer at bildet preges av fokuset til den mannlige sportsjournalisten og det tradisjonelle kvinnesynet som ofte gjør seg gjeldene på det sportsjournalistiske felt. På den måten kan man anta at den enkelte sportsjournalist gjennom deltakelse på feltet

har tatt del i feltets doxa. Gjennom aksept av feltets doxa gjør sportsjournalistene feltets virkelighetsoppfatning eller nomos til sin egen gjennom illusio. Jeg vil her dra en parallell til *artikkelen "Kvinnelige fotballspillere har ikke baller"* (Lippe 2007) hvor menn utarbeider feltets nomos på fotballfeltet og her på det sportsjournalistiske felt. Menn omtaler kvinner og det er da enkelte udiskutable premisser som unnslipper journalistenes refleksjon. Den maskuline dominansen antas å være en av dem. Knyttet opp mot denne artikkelen kan fremstillingen av Tora Berger illustrere en kvinne på flukt etter en fiasko, hvor hun ikke tør å stå for det hun har gjort. Artikkelen kan konnotere Tora Berger som en feig kvinne.

Leserne får i brødteksten også vite at det står dårlig til med det norske skiskyttermiljøet i Norge. Koblingen mellom tekst og bilde forsterker det umiddelbare inntrykket av artikkelen og gir artikkelen en bredde som strekker seg utøver det personlige. Fra brødteksten leser vi blant annet: *"Vi må helt klart jobbe for å få fram flere jenter . Bredden er for dårlig"* (*Sportslig sjef for skiskytterne, Arne Idland*). Artikkelen settes i en kulturkontekst ved at stemmen til den sportslige sjefen kommer til uttrykk. Tora Berger blir på den måten et symbol på at det står dårlig til blant kvinnelige eliteutøvere i skiskyting i Norge. Han legger til at: *"Jeg tror jenter må ha et trygt miljø[...]"*. Denne kommentaren er sammen med bildet med på å sette i gang diskursen om kvinner som "det annet kjønn", hvor Simon de Beauvoir peker på hvordan kvinner ses på som det svake kjønn, underlegen menn. Beauvoir understreker at kvinner på bakgrunn av et patriarkalsk samfunn har blitt sosialisert inn i en slik rolle.

Bildet av Tora Berger med hodet i hendene kan ifølge Barthes (2001) tolkes som en type forvandling i det hun avbildes i en helt annen situasjon enn det vi er vant med å se henne. Vi er vant med å se toppidrettsutøveren i løypa med ski og et

gevær på ryggen. Det er dette som er hennes ”naturlige” re-presentasjon. Den åpne munnen og hodet i hendene konnoterer for leseren en mental kollaps, som sammen med helheten i bildet kan symbolisere svakhet. Fremstillingen av utøveren i en sårbar situasjon fører til en intimisering, samtidig som den rokker ved illusjonen av uovervinnelige idrettshelter. Leseren blir dratt ned til jorda og virkeligheten der heltene faktisk er vanlige mennesker som gråter når de mislykkes ”akkurat som alle oss andre” (Vogler 1999). Dette understrekes av ”gitteret” som delvis skjuler utøveren. Gitteret kan symboliserer det ”private” og det at vi ser hva som foregår bakenfor, skaper nærhet og sympati for jenta med skiene og geværet. Vi kan identifisere oss med Tora Berger, noe som skaper en autentisitet.

Videre har bildet et klart paparazzipreg. Fotografen har tatt bildet gjennom et gitter som i de fleste sportslige konkurransesammenhenger indikerer forbudt område. Det er foreløpig ikke særlig vanlig at sportsjournalister, fotografer og desken i disse to avisene har benyttet seg av slike metoder. Bildet gjenspeiler slik jeg ser det fotografens mangel på en type sosial kapital og til dels også kulturell kapital. Han mangler sosiale relasjoner og nettverk som gjør at han får tilgang til utøveren på bildet. Han blir ”tvunget” til å bruke metoder som kan krenke utøverens private sfære i idrettsfeltet for å gjøre et ”skuup”. Tora Berger⁶⁰ reagerte på følgende måte når jeg viste henne artikkelen: *”E ser jo dom har tatt bilde en plass dom kanskje ikkje sko tatt bilde”*. Hun understreker hvordan sportsjournalisten mangler kunnskap om feltet for skiskyting, samtidig som kommentaren støtter opp under hva som skjer når to felter møtes og ulike verdier støter sammen. Videre uttrykker Tora Berger i samtale med meg at hun er overrasket over fotografen og sportsjournalistens mangel på respekt i den

⁶⁰ Jeg fikk tillatelse til å bryte anonymiteten, ved å bruke hennes kommentarer knyttet til bildet.

gitte konteksten. *”Det reagerer jeg på, for der har jeg faktisk gått litt unna pressa for å sleppe dem og så ser e denne artikkelen. Dette var jeg ikkje klar over”*. Hun uttrykker videre at hun føler seg lurt. *”Det spørs om ikke dom har fått med seg litt mer enn det jeg har skjønt. E har nok vorte litt lurt der ja”*. Tora Bergers kommentarer og hennes følelsesmessige engasjement og tydelige kroppsspråk understreker hvordan denne artikkelen tilfredsstillende mange typiske tabloide trekk ved løssalgsavisene. Blant annet intimitet, identifikasjon og autentisitet. Økt tabloidisering fører til konkurranser mellom avisene og journalistene om å komme nærmest, få det beste bildet og så videre. Intertekstuelte kan artikkelen ses i sammenheng med en episode fra EM i håndball for kvinnene i 1998. En TV-reporter spurte Kjersti Grini om følgende etter finalen som gav Norge gull: *”Ser jeg ikke en tåre i øyekroken?”*⁶¹ Dette bygger opp under forestillingen om en maskulin eksponeringsindustri, på samme måte som Dagbladets artikkel, fredag 28. november 2008 *”Tøffe menn gråter ikke”* understreker et tradisjonelt syn på forskjellene mellom kjønn og preger presentasjonen av Tora Berger som *”Bommet og gråt”*⁶². Kvinnekroppen har innenfor idretten blant annet blitt utsatt for en objektivisering i et samfunn preget av patriarkalske verdier og på den måten blitt ”tatt opp” i samfunnet som en del av verdigrunnlaget. Slik kan kjønn være en situasjon, men ikke nødvendigvis være i selve situasjonen. Erfaringene videreføres og opprettholder slik jeg ser det forestillingen om kvinnen som det andre kjønn, blant annet gjennom sportsjournalistiske fremstillinger. Tårer kan forbindes med noe sårbart og svakt som her knyttes opp mot den kvinnelige utøveren. Bildet indikerer at Tora Berger ønsker å fremstilles som ”blid og fornøyd” til tross for nederlaget. I tråd med Judith Butler (Mortensen et al. 2008) er kjønn noe som gjøres, ikke noe man har eller er:

⁶¹ Pers. med. Gerd von der Lippe, 5.3.2009).

⁶² Dagbladet, fredag 24.2.2006.

”For det va liksom sånn, så går e ut te pressen og er bli og fornøgd der i stedet for å være slik framfor dem.” (Tora Berger).

I dette tilfellet får hun ikke selv lov til å velge hvordan hun ønsker å bli presentert. Susann Bordo (Mortensen et al. 2008) understreker hvordan den visuelle verden vi lever i til daglig er med på å kategorisere oss som kjønn. Avisen og fotografen utøver symbolsk makt i forhold til Tora Berger og skaper ubalanse i møte mellom to felt på det sportsjournalistiske felt.

”Fikk ros etter skytefadesen”

Denne andre diskursen fra OL er hentet fra VG tirsdag 14. februar 2006, hvor Dag Langholm⁶³ er sportsjournalist og Helge Mikalsen⁶⁴ er fotograf. Dag Langholm skriver om rosen Liv Grete Skjeldbreid Poirée mottok fra ektemannen Raphael Poirée etter helsprekken på siste stående skyting på 15-kilometeren.

Under OL handler 10 av totalt 26 artikler om kvinner om Liv Grete Skjelbreid Poirée⁶⁵. Det store fokuset på Liv Grete er blant annet uttrykk for økende fokus på prestasjonssterke utøvere, intimisering og innholdet i artiklene understreker interessen gjennom å inkludere rollen som mor, kone, venninne og utøver. Selv uttrykker hun seg slik om all oppmerksomheten:

”Det har ikke vært bevisst fra min side i det hele tatt. Jeg har bare vært med på det som har vært å være med på. Så jeg har et veldig avslappa forhold til media”. Liv Grete Skjeldbreid Poirée.

⁶³ Pers. med. Sportssjef i VG, Knut Åge Hansen, 28.04.09. Dag Langholm har vært sportsjournalist i VG siden 1977.

⁶⁴ Pers. med. Sportssjef i VG, Knut Åge Hansen, 28.04.09. Helge Mikalsen har vært fotograf i VG siden 1985.

⁶⁵ Liv Grete Skjelbreid Poirée har 8 gullmedaljer i VM, hvorav 6 er individuelle, en i stafett og en i lag konkurranse. Hun har 2 OL-sølv, hvor et er i stafett. I tillegg har hun 22 enkeltseire i verdenscupssammenheng og er den eneste kvinnelige skiskytteren som har tatt 4 gull i ett og sammen verdensmesterskap (www.wikipedia.no).

Fokus er her på relasjonen mellom Liv Grete og hennes mann, og intimiseringen kommer til uttrykk igjennom delsetningen ”Fikk ros” i overskriften.

Som det tidligere har blitt antydnet er man som toppidrettsutøver i større grad enn før en offentlig person. Denne artikkelen fokuserer ikke bare på Liv Gretes sportslige prestasjoner, men på forholdet mellom Liv Grete og Raphael som støttende ektefeller. De blir mer alminneliggjort ved at de viser seg som mann og kone, individer lesere kan relatere seg til. Denne intimiseringen fører til et økt krav om nærhet og autenticitet i avisens fremstillinger.

”Ros” og ”fadese” fremstår som kontraster. På samme måte som svarte bokstaver mot lys bakgrunn, fremheves overskriften basert på disse kontrastene og skaper interesse hos leseren. Bildet gir ny informasjon i den forstand at vi får vite hvem som fikk og hvem som gav rosen, samt hvem som er ansvarlig for skytefadese. Fokus i bildet er ei tilsynelatende blid Liv Grete slik leserne er vant til å se henne, men med en rynke på nesens og munnen stramt lukket. Dette er verd å merke seg fordi en vanligvis ser Liv Grete smilende med munnen åpen i et stort smil. Øynene ser forbi kamera, som om hun er på vei mot noe(n). Et



Figur 20 Artikkelen "Fikk ros etter skytefadese" i VG 12.2.2006.

bilde av mannen hennes, Raphael Poirée, er innfelt i bildet for at leseren lett skal kunne koble overskrift og bilde sammen. Liv Grete er avbildet fra brystet og opp i skarp fokus. Bildet kan konnotere en ”tapper viking” eller ”jernkvinne” som holder masken etter skuffelsen ved uventet å ha skutt seg bort i kampen om gullet. Liv Gretes mysende øyne, rynkete nese og stramme munn konnoterer en avsky for dagens skytefadese. Det visuelle uttrykket i sin helhet kan symbolisere Liv Gretes sterke mentalitet og at hun har en støttende ektemann. Slik jeg ser det kan diskursen også intertekstuelte trekke på Vladimir Smirnov som uttalte ”Jeg tapte ikke gull. Jeg vant sølvet” etter at han tapte spurten mot Bjørn Dæhlie med noen få cm i jaktstarten i VM i Falun 1993.

På sportssidene er artikkelen plassert på side 5. Den er imidlertid plassert på en høyre side, noe som gjør den høyere prioritert enn en venstresideartikkel. Bildet dekker 1/3 av artikkelen og er det naturlige blikkfang sammen med overskriften. Ingressen informerer oss om skytefadesen og rosen, mens bildeteksten understreker en irritert Liv Grete. I ingressen får leseren vite at Liv Grete skjøt seg bort fra gull kampen, mens vi leser videre i brødteksten at hun gikk usedvanlig fort i sporet. I tillegg til sportsjournalist Dag Langholm kommer flere mannlige stemmer til uttrykk i brødteksten. Liv Gretes ektemann Raphael Poirée, samt skiskytterlege Lars Kolsrud og utholdenhetstrener Atle Kvålvoll. Sistnevnte omtaler Liv Grete som en ”maskin”, som gjør at vi intertekstuelte kan se diskursen i sammenheng med Margaret Thatcher⁶⁶ som ble omtalt som ”jernkvinne” da hun som statsminister i Storbritannia knuste gruvearbeidernes fagforening og vant tilbake Falklandsøyene utenfor Argentina, som Argentinas diktator invaderte.

Mengden mannlige stemmer som kommer til uttrykk i artikkelen, er med på å

⁶⁶ Britisk statsminister fra 1979-1990.

understreke dominansen av maskuline kilder på det sportsjournalistiske felt. Ved en dominerende maskulin forståelse kan menn ha det privilegium å i større grad få uttrykke seg i media. I denne sammenheng ble Liv Grete spurt om følelsene rundt skytefadesen. Kvinner i en tradisjonell kjønn kontekst snakker om følelser og mottar trøst.

Det følelsesmessige aspektet i artikkelen kommer til uttrykk ved Liv Gretes bruk av patos :

”Jeg har aldri vært så forbannet som da jeg dro på meg de tre bommene. Da er det lett å glemme det positive i det hele.”

”Å være forbannet” skaper en autentisitet ved Liv Grete som gjør at leseren kan identifisere seg med situasjonen. Sammen med bildet dannes det en forestilling om Liv Grete som sterk og tapper, noe som gjør at hun i motsetning til Beauvoirs tanker om kvinnen som det annet kjønn på dette bildet for meg konnoterer det motsatte. En tradisjonell forståelse av det kvinnelige i den vestlige verden har ikke tidligere vært forbundet med det å bruke ord som ”forbannet”. Kvinnen har slik sett i en borgerlig kontekst blitt sosialisert inn i et samfunn hvor hun har blitt forbundet med ”pene” ord. Patos bryter her med den tradisjonelle maskuline forståelsen av kvinnen og skaper en autentisitet i artikkelen. Brødteksten gir oss mer informasjon om Liv Gretes følelser. Rynken på nesen konnoterer misnøye og understreker hennes følelsesmessige engasjement, og kan skape en følelse av nærhet og sympati med utøveren.

Ved at Liv Grete ikke viser tegn til svakhet og tårer, noe som mange forbinder med en typisk kvinnelig reaksjon på nederlag, fremstiller hun i tråd med Butler (Mortensen et al. 2008) en utradisjonell kvinne. På den måten bidrar hun til å fremme ideen om kjønn som noe annet enn det det tradisjonelt har blitt oppfattet

som. Bordo understreker at man selv er ansvarlige for hvordan man ønsker å bli oppfattet som kvinne og man må aktivt forme seg som den kvinnen man ønsker å være. Samtidig antar jeg at det i et dominerende maskulint sportsjournalistisk felt vil ligge noen forventninger om hvordan en bør oppføre seg. I mitt intervju med henne sier Liv Grete at hun valgte og ikke lese VG og Dagbladet under OL selv om hun hadde mulighet til det.

”Ja for ikke å bli påvirket av det, for det er ofte at, det er klart at hvis du blir, om det er positivt eller negativt så hvis du leser det mange ganger så skal du leve opp til det som det står om det er positivt eller bli bedre om det er negativt. Og hvis du er blitt sitert, som regel ikke sitert, men om du er blitt tolket feil, så kan det ha en veldig negativ innvirkning på prestasjonen for du blir veldig lei deg for at du blir framstilt på en feil måte” Liv Grete Skjeldbreid Poirée.

Liv Grete uttrykker at hun blir påvirket og valgte derfor å ikke lese VG og Dagbladet under OL. Videre ble hun spurt om hvordan hun opplevde media og om det opplevdes annerledes enn ved andre renn.

”Nei, i alle fall ikke i de andre OL jeg har vært i, og det er stort sett de samme journalistene som er der. Men det er jo klart at de er ute etter ting og leter etter ting for å få bedre saker enn naboavisa holdt jeg på å si. Sånn at de er jo veldig på vakt mellom konkurransene i hva som skjer da.” Liv Grete Skjeldbreid Poirée.

Dette henger sammen med at den tabloide pressekulturen fokuserer mer og mer underholdning. Tabloidiseringstendensene har derfor lagt noen føringer for hva som skaper interesse og hvordan avisredaksjonen og journalistene bør vinkle artiklene for å oppnå dette. Liv Grete uttrykker en bekymring for denne kulturtrendensen

”De finner på ting dersom de ikke får svar fra meg[...]det meste av det som står der er nok antatte konklusjoner som de har dratt selv”. Liv Grete Skjeldbreid Poirée.

Denne sosiokulturelle praksisen kan knyttes til den nære forbindelsen det sportsjournalistiske felt er til det økonomiske felt. I tråd med tabloidiseringstendensene ligger det forventninger knyttet til journalistene om å levere innenfor visse krav og innen et visst tidspunkt.

Verdenscup i Holmenkollen

Under verdenscupavslutningen i Holmenkollen hadde både VG og Dagbladet et stort fokus på Liv Grete Skjelbreid Poirée. Hun har ved flere tidligere anledninger blitt omtalt som ”skiskytterdronning” av det sportsjournalistiske felt og avisene var nå preget av hennes avskjed med skiskyttersporten⁶⁷.

Ved hjelp av sportsjournalistenes formuleringer tar vi som lesere stadig del i ”eventyr”, hvor helter eller i dette tilfellet dronninger har sentrale roller. Vogler (1999) understreker at hensikten med helter er å kunne se verden gjennom deres øyne, gjennom unike kvaliteter som gjør dem spesielle og som ifølge Cloudry (2003) bidrar til å skape dem som ”extraordinary ordinary”. Liv Gretes status som Norges beste kvinnelige skiskytter er uoppnåelig for folk flest og mange lesere blir nok fasinert og ønsker å være som henne. Tidligere identifiserte mange kvinner seg med utgangspunkt i det tradisjonelle borgerlige kjønnsrolle mønsteret, som noe vakkert, skjørt og romantisk mens menn ble sett på som sterke og selvstendige. Stereotypier har vært dominerende i det offentlige rom og i dagens medier har de en sentral rolle i konstruksjon av kjønn i idretten. Stereotypiene ses i lys av Bourdieu på som en naturlig inndeling av kjønn hvor kvinner gjennom oppveksten har gjort samfunnets oppfatninger av hva som oppfattes for kvinnelig til sine egne, som en del av habitus. Liv Grete er et eksempel på hvordan kvinner i dag trer ut av tradisjonelle kjønnsroller og i tråd med Butler skaper ”sitt eget kjønn” gjennom praksis hvor hun til en viss grad

⁶⁷ Se oversikt over navn på artikler i appendiks.

selv velger hvordan hun ønsker å bli fremstilt. I måten hun fremstilles på og med de kvalitetene hun fremhever, konnoterer hun en sterk kvinne med suksess. Dette står i motsetning til det tradisjonelle kjønnsrollemønsteret og Beauvoirs tanker om ”det annet kjønn”. Bordo understreker som tidligere nevnt hvordan den visuelle verden vi lever i til daglig påvirker oss, blant annet gjennom presentasjoner av idrettshelter. I denne sammenheng finnes det ifølge Bordo også ”forskrifter” for hvordan man bør være og hva slags kropp man bør ha når man er toppidrettsutøver. Når Liv Grete legger opp har hun ikke lenger klare forskrifter å følge, hun får et ”vanlig” liv uten ”toppidrettens forskrifter”. Det innebærer at hun trer ut av det sportsjournalistiske feltets doxa, i likhet med feltet for skiskyting.

Gjennom en lang karriere som skiskytter har Liv Grete blitt kjent med sportsjournalister og kommentatorer i Norge, så vel som andre land. På den måten kan vi si at hun har tilegnet seg sosial kapital. For å oppnå den suksessen hun har, er det blant annet av avgjørende betydning å vite hvordan kroppen reagerer på ulik type og mengde trening, kosthold og søvn. Denne kulturelle kapitalen bidrar til resultater i form av symbolsk og økonomisk kapital på feltet. Som Norges beste kvinnelig skiskytter i en årrekke vil jeg anta at hun har opparbeidet seg en symbolsk makt på det sportsjournalistiske felt som både utøver og kilde, hvor aviser kjemper om oppmerksomheten på feltet gjennom å etablere sosiale relasjoner til utøverne for å få den mest autentiske artikkelen.

Analyse av avisdiskursene fra verdenscup avslutningen i følgende to artikler omhandler Liv Gretes avskjed som skiskytter og vil bli sett i lys av hennes posisjon som ”skiskytterdronning”. En slik posisjon er med på å stadfeste hennes symbolske makt som utøver og kilde på det sportsjournalistiske felt og vil derfor prege utvalgte avisdiskurser. I Intervjuet med Liv Grete uttaler hun

seg slik om hennes siste verdenscuprenn i Holmenkollen

"[...]I og med at det var mitt siste løp så var det kanskje "litt spesielt"[...]Jeg var forberedt på det. Jeg visste det kom til å bli litt oppstyr når jeg sa at jeg la opp". Liv Grete Skjeldbreid Poirée.

Liv Grete uttrykker her at hun er bevisst på sin symbolske makt og posisjon på det sportsjournalistiske felt.

"Frykter tårene"

Liv Grete Skjeldbreid Poirée er avbildet i VG, fredag 24 mars 2006 i det hun gjør seg klar for hennes siste renn i Holmenkollen (figur 21). Artikkelen har jeg kategorisert som en C-artikkel, hvor Dag Langholm er journalist og Mattis Sandblad⁶⁸ er fotograf. Artikkelen står sammen med en større A-artikkel (figur 22). På bildet ser vi skiskytterdronningen avbildet med fullt treningsutstyr og med åpen smilende munn. Bildet konnoterer ei sunn og glad toppidrettskvinne. Det visuelle inntrykket kan leses som en lettelse over beslutningen som er tatt. Sportsjournalisten ønsker å skape følelsesmessige reaksjoner hos leseren ved å bruke patos i overskriften, og på den måten få leseren til å gjøre følelsene i overskriften til sine egne. Bruk av patos hjelper sportsjournalisten til å videreføre stemningen fra den aktuelle situasjonen, videre til artikkelen. Bildet gir oss ny informasjon ved at vi møter en smilende utøver, når vi ut ifra overskriften kunne ha forventet oss et trist ansikt. Gjennom nærbildet i artikkelen,



Figur 21 Artikkelen "Frykter tårene" i VG 26.3.2006.

⁶⁸ Pers. med. Mattis Sandblad, 28.04.09. Har vært fotograf i VG siden 1991.

og innholdet i overskriften understreker journalisten det ærlige, åpne og ekte ved Liv Grete i tråd med tabloidiseringens krav om økt personifisering og intimisering. Ingressen peker på at det er den mentale styrken som er Liv Gretes sterkeste egenskap og gir en ny dimensjon til artikkelen. I brødteksten kommer sportsjournalistens stemme til uttrykk:

”For bare to dager siden slet Liv Grete med omgangssyke[...]til helgen går Liv Grete sine to siste renn i verdenscupen.”

Liv Grete presenteres innledningsvis i brødteksten som en sterk kvinne som trosser sykdom og er mentalt sterk. Hun omtales av sportsjournalist Dag Langholm som har lang erfaring som sportsjournalist i VG og har trolig opparbeidet seg kulturell og sosial kapital på det sportsjournalistiske



Figur 22 Dobbeltside i VG 24.3.2006 som inneholder artikkelen "Frykter tårene".

felt. På den måten antar jeg at diskursen trekker på tidligere fremstillinger av Liv Grete som sterk og fungerer konstituerende i fremstillingen av Liv Grete som ”skiskytterdronning”.

Leseren får videre i brødteksten vite at Liv Grete, til tross for hennes mentale styrke, frykter at hennes to siste renn kan bli en mental påkjenning. Å frykte tårer kan oppfattes som typisk ”kvinnelig”. Og som kvinne kan jeg relatere meg til dette og antar derfor at dette kan bidra til en følelse av at hun er ”lik oss”, samtidig som man på ingen måte kan sette seg inn i hvordan det er å legge opp etter en såpass suksessfull karriere. Frykt og tårer konnoterer svakhet og bidrar til å styrke bildet av kvinnen som ”det annet kjønn”. Liv Grete bidrar til denne

oppfattelsen ved å snakke om frykt og tårer, og dermed ”gjøre kjønn”. Bourdieu vil her hevde at hun er preget av samfunnet hun har blitt sosialisert inn i, hvor det patriarkalske dominerer oppfatningen om at det er tillatt for kvinner å gråte og være redde, det er en del av habitus. Samtidig understreker det visuelle at hun som kvinne i en maskulin eksponeringsindustri ikke viser tårer. Liv Grete tar her aktivt del i reproduksjonen av den maskuline dominansen ved å leve opp til det medieskaptet bildet av ”jernkvinnen”. Intertekstuet kan diskursen trekke på et eksempel fra politikken, hvor høyreleder Erna Solberg som sosialminister fikk tilnavnet ”Jern-Erna”. Hun ble omtalt som ”jernkvinne” fordi hun førte en tøff asylpolitikk (Simonsen 2009). Liv Grete oppnår gjennom tilegnelse av sosial og kulturell og symbolsk kapital en symbolsk makt, som er konstituert og konstituerende ved at media anerkjenner henne som ”skiskytterdronning”.

”Jentene takker Liv Grete”

Diskursen om Liv Grete er også gjeldene i Dagbladet samme dag (fredag 24.mars 2006). Artikkelen har jeg kategorisert som en C-artikkel og er skrevet av Hanne Skjellum⁶⁹ (figur 23). Bildene er hentet fra Scapix og Digitalsport.

Fokuset er på relasjonen mellom Liv Grete og de andre jentene, hvor hun blir opphøyet som en mentor for de andre og tildeles en heltestatus. I forkant av verdenscupavslutningen i Holmenkollen ble leserne gjort oppmerksom på at det var Liv Gretes siste verdenscuprenn. Norge ville denne helgen miste sin



Figur 21 Dobbeltside i VG 24.3.2006 som inneholder artikkelen "Jentene takker Liv-Grete".

⁶⁹ Pers.med. Tormod Brenna, 28.04.09. Journalist i Dagbladet i en periode på 1-1 ½ år.

skiskytterdronning. Diskursen om hvem som skal overta arven og posisjonen på feltet etter skiskytterdronningen gjør seg gjeldene i avisen. I overskriften brukes patos, som skaper en følelsesmessig dimensjon og engasjement, supplert med bildene under.

I ingressen peker sportsjournalisten på hvor mye Liv Grete har betydd for lagvenninnene. Videre i brødteksten får leseren innblikk i begge felt og begge sider av relasjonen, gjennom Linda Tjørhom og Liv Grete. Utøverne forteller hva de tenker og hvilke følelser de i har i forhold til å miste en lagvenninne og det å legge opp som toppidrettsutøver. Sitatene understreker den følelsesmessige dimensjonen mellom kvinnene på landslaget. Jeg antar at de kvinnelige stemmene som kommer til uttrykk i artikkelen er med å prege innholdet, både språklig og visuelt i valg av bilder.

Bildene dekker halvparten av artikkelen og gir oss ny informasjon på den måten at vi får se hva ”takker” innebærer. Tora og Linda er avbildet i sitt rette element med ski på beina, geværet på ryggen og i aksjon i løypa. Begge er konsentrert og alvorspreget av konkurransen. Utøverne er i fokus, mens stadion i bakgrunnen er uklart (figur 24). På denne måten får leseren sett hyllesten til Liv Grete, ved sportsteip formet som ”Takk Liv” på lårene. Den hvite teipen mot de røde trikotene fremhever, og gjør budskapet ekstra synlig. De kvinnelige skiskytterne på bildene konnoterer glade og selvstendige norske toppidrettsutøvere som benytter anledningen til å uttrykke takknemlighet. Liv Grete blir avbildet vinkende farvel. Øynene kikker motsatt vei av stadion, noe som indikerer at hun har fokus på publikum. Munnen er åpen og munnvikene trukket tilbake i et smil, slik vi er vant til å se henne. Liv Grete konnoterer en tøff kvinne, som nesten kan virke som en dronning. Dette kan bidra til at leserne får en følelse av noe uopnåelig, en skiskytterdronning. Leseren kan bare drømme om å være i en slik

situasjon.

Jentene takker Liv Grete



TAKK LIV: Tora Berger.

TAKK LIV: Linda Tjørhom.

VEMODIG: Liv Grete Skjelbreid Poirée.

Alle foto: Scanpix

Med påskriften «Takk Liv» på trikotene viste Liv Grete Skjelbreid Poirées lagvenninner hvor mye hun har betydd for dem.

HOLMENKOLLEN (Dagbladet):
– Vi ønsker å vise hvor stor pris vi setter på det hun har gjort for oss, sier Linda Tjørhom til Dagbladet.

Sammen fant lagvenninnene ut at noe måtte gjøres for Liv Gretes avslutningsrenn i Kollen, og valgte derfor å skrive «Takk Liv» på lårene.

– Jeg tror hun synes det var litt gøy, sier Tjørhom, som tok en 17. plass på verdenscupspriint i går.

Og Liv Grete gledet seg virkelig over jentenes avskjedsmelding.

– Det var skikkelig rørende, jeg fikk helt klump i halsen jeg. Jentene har vært med meg hele veien, og jeg har mye å takke dem for også. Det er klart jeg setter stor pris på dem, sier Liv Grete, som tidligere har forklart at jentene er noe av det hun vil savne mest når hun legger opp.

Liv Grete har bare igjen én uke av sin karriere som skiskytter, og selv om det ble med en femteplass i går,

kunne hun ikke vært mer fornøyd med avslutningen.

– Jeg er fornøyd med løpet mitt, og det er rart at det er de siste verdenscupløpene jeg går her i Kollen. Jeg angret ikke på avgjørelsen min, men det er jo litt vedmodig, sier hun.

● Liv Grete ligger bare 10,9 sekunder bak Martina Glagow før jaktstarten i morgen.

Figur 22 Artikkelen "Jentene takker Liv-Grete" i Dagbladet 26.3.2006.

På den måten gjør Liv Grete kjønn og bestemmer selv hvordan hun ønsker sportsjournalistene skal fremstille henne som kvinne og utøver.

"Jeg er fornøyd med løpet mitt, og det er rart at det er de siste verdenscupløpene jeg går her i Kollen. Jeg angret ikke på avgjørelsen min, men det er jo litt vedmodig". (Liv Grete Skjelbreid Poirée, Dabladet 26.3.2006)

Intertekstuelte trekker artikkelen på tidligere hendelser av kvinner med en svært suksessfull karriere som har valgt å legge opp. Et eksempel på det er Bente Skari som på sin tid dominerte på kvinnesiden i langrenn.

Tett på det sportsjournalistiske felt

På det sportsjournalistiske felt dannes det relasjoner i møte mellom aktører på to felt. I den forbindelse ønsker jeg å se nærmere på diskurser som følelsesmessig engasjerer de kvinnelige skiskytterne og som er av betydning for hvordan relasjonen mellom sportsjournalist og utøver oppleves av de kvinnelige skiskytterne.

Kvinnene på elitelaget denne sesongen (05/06) kommer fra ulike bakgrunn. De har ulike opplevelser og erfaringer knyttet til karrieren, uavhengig om den nettopp har begynt eller snart er slutt. Samtlige informanter understreker at faktorer som geografi og miljø har spilt en viktig rolle i utviklingen som skiskytter.

”Litt mer styr og mer fokus enn jeg var vant til fra før av”

Interessen fra media er stor under et så stort og internasjonalt mesterskap som OL og det krever en del organisering. Ifølge informantene er organiseringen av media mye strengere enn ved verdenscuprenn, og kontakten med sportsjournalistene begrenses til og gjennomføres på anviste steder og til avtalte tidspunkt. En av informantene beskriver media under OL på følgende måte: *”Litt mer styr og mer fokus enn jeg var vant til fra før av.”* (Informant E - 4 år). Informantens opplevelse ses i sammenheng med at hun ikke har deltatt i OL tidligere. Informanten har ikke hatt mulighet til å tilegne seg den delen av det sportsjournalistiske feltets doxa som OL utgjør på feltet. Før renn ble det organisert pressekonferanser en dag eller to i forkant. Utenom pressekonferansen(e) var det ingen tilgang til utøverne for sportsjournalistene før etter renn i det som kalles for mix-sonen⁷⁰. Ønsket sportsjournalistene kontakt utenom måtte de ta kontakt med presseansvarlig, Halvor Lea. Noen

⁷⁰ Mixsone: Avgrenset område etter målgang hvor utøver og journalister møtes.

sportsjournalister tok også direkte kontakt med utøverne og avtalte møter med dem direkte. Enkelte av informantenes erfaringer fra OL viser at sportsjournalistene stort sett holdt seg til de organiserte møtene, selv om noen av utøverne også opplevde å få telefoner privat. Informantene hadde selv ulike oppfatninger av hva som fungerte best under OL i forhold til kontakten med media.

”Det er mer styr med pressekonferanse når alle må møte samtidig. Det er lettere å organisere selv. [...] Det skal i utgangspunktet gå gjennom pressesjef, men jeg stilte opp et par ganger utenom. Det er greit å ordne selv hvis en føler en håndterer det greit.” (Informant F - 11 år).

En av de mer erfarne informantene uttrykker at det var lettere for henne å ta all kontakt direkte, slik at hun selv kunne bestemme når det passet best, uten å ta hensyn til de andre. Gjennom lang erfaring har hun gjort det sportsjournalistiske felts nomos til sin egen gjennom *illusio* og tilegnet seg stor sosial og kulturell kapital på feltet. Det var imidlertid strenge regler for sportsjournalisters adgang på området, og hvis en utøver avtalte å møte sportsjournalister utenom de organiserte pressekonferansene, måtte de møtes utenfor. Media hadde ikke tilgang der hvor utøverne bodde. Kontakten med sportsjournalistene for de med mest erfaring ses på som en del av det sportsjournalistiske feltets *doxa* og er derfor en naturlig del av det å delta i OL. *”Det er greit å ordne selv hvis en føler en håndterer det greit”* uttrykker at informanten har stor sosial kapital i form av kontakt med sportsjournalistene og kulturell kapital ved at hun vet hva sportsjournalistene ønsker av henne. Hun kan på den måten utøve symbolsk makt som utøver og kilde. Informanten understreker at hun har kontroll og håndterer situasjonen. Alle utøverne synes for øvrig at organiseringen ble gjennomført på en god måte og fungerte bra.

Under oppholdet i Torino hadde utøverne tilgang på både VG og Dagbladet.

Noen valgte å lese avisene, mens andre bevisst valgte å la være: *”Jeg er jo litt nysgjerrig[...]. Jeg liker ha kontrollen på hva de skriver.”* (Informant C - 7år). Ved å vite hva de skriver vil informanten opparbeide seg en kulturell kapital på det journalistiske felt og slik oppnå en følelse av kontroll. Valget om å lese avisene handler blant annet om ulik personlighet, samtidig som erfaring og evnen til å reflektere over hvilken påvirkning avisene har på en selv. Det kan være viktig å være bevisst på hvilken betydning avisartiklers presentasjoner har i rollen som toppidrettsutøver i OL.

Ved økt tabloidisering vil sportsjournalistene trolig ha et økt fokus på utøveren som person, på intimisering og på utenomsportslige forhold. Organisering av media under OL vil derfor være avgjørende for hvordan utøverne opplever OL og relasjonen til sportsjournalistene.

”Mediene er helt oppe i deg”

Mediedekningen i Holmenkollen ble preget av at Liv Grete Skjelbreid Poireè i forkant hadde annonsert at hun kom til å legge opp som skiskytter. Verdenscupavslutningen ble dermed hennes siste verdenscuprenn, noe som ikke gikk ubemerket hen i avisene eller blant de andre informantene.

Informantene uttrykker umiddelbart positive opplevelser fra Holmenkollen, men ved konkrete spørsmål rundt organiseringen av media så ut til å kreve litt ekstra refleksjon av informantene. Jeg antar at det ofte er slik at forhold på egen hjemmebane ofte kan unngå vår refleksjon. Flere av informantene uttrykker at det rundt målområdet oppleves som litt trangt om plassen og at mixsonen kommer veldig brått på etter målgang:

”Mediene er helt oppe i deg. Vi må jo få lov til lå skifte først. Hadde vært bedre om det hadde vært litt bedre plass, sånn at du kan få fikset deg litt før du skal inn i kamera liksom.” (Informant D - 1 år).

Videre understrekes det hvordan kontakten med sportsjournalistene kommer i andre rekke:

”Jeg tror at sånn sett i ettertid hvis jeg skulle ha tenkt over det, så hadde det ikke vært noe gøy i det hele tatt. Men som person så er nok jeg veldig sånn at jeg tar ting veldig som det kommer. Ikke alt, ikke når det gjelder jobben min, men alt som blir uviktig i forhold til å prestere. Det er viktig å skifte på seg og sånn, men for meg så har jeg liksom ikke vært ferdig før jeg har kommet på hotellrommet.” (Informant G- 10 år).

Med utgangspunkt i Butler skaper informant D en oppfatning av kvinner som opptatt av utseende og forfengelighet i møte med media. Butler understreker dette som noe man forbinder som en typisk oppfatning av kvinnelighet. På den andre siden gjør informant G kjønn ved at hun ikke opptrer i tråd med det tradisjonelle kjønnsrollemønsteret. Ved å legge tanker og følelser til side og handle i tråd med feltets nomos representerer hun en senmoderne oppfatning av kvinne som kjønn i idretten.

For øvrig understreker informantene at organiseringen av kontakten med sportsjournalistene i stor grad er opp til en selv. Sportsjournalistene tar direkte kontakt og møter avtales på forhånd ved at de ringer den enkelte utøver privat. Opplevs pågangen fra media stor kan avtaler gjøres gjennom presseansvarlig, alt etter behov.

”Jeg synes det var fælt i begynnelsen”

Som uerfaren utøver har man ikke i like stor grad som de med lang erfaring tilegnet seg det sportsjournalistiske feltets doxa, eller gjort feltets nomos til sin egen gjennom illusio. Utøverne vet ikke hvordan de skal ”spille” eller hva som står på spill på feltet.

I samtale med utøverne uttrykker de seg svært forskjellig. Dette kan blant annet ses i sammenheng med informantenes individuelle habitus som er en spesifikk måte å tenke og handle på (Bourdieu 1999). Flere av utøverne uttrykker at de første årene på elitelaget var spesielt krevende. I overgangen fra rekrutt til elite, var mediekontakten uvant og en tar seg mer nær av ting. Informantene bruker energi på å tenke over hva de skal svare på spørsmålene fra sportsjournalistene, hvordan de ønsker å bli presentert i avisene og bekymrer seg over hvilke forventninger folk har.

”Jeg syns det var fælt i begynnelsen for da, så jeg et filmkamera så rygget jeg, stakk jo bare lenger og lenger bak jo nærmere han kom meg. Så til slutt så kom jeg ikke lenger for da var det gjerde der, så da gikk det ikke an å stikke av.” (Informant C - 7 år).

En av utøverne med lang erfaring uttrykker forståelse for det å være ung og uerfaren:

”Det hender jo at det er journalister som er veldig kritiske og har veldig kritiske spørsmål. Og da gjelder det jo å ikke la det gå inn på deg, men jeg føler jeg takler det sånn brukbart. Men jeg skjønner jo at det kan være kanskje litt verre for unge, uetablerte som kan få litt bakoversveis.” (Informant F - 11 år).

Det blir mye oppmerksomhet på en gang og flere uttrykker at det i begynnelsen føltes som om sportsjournalistene var mer innpåslitne, men at en ”vokser litt med det” og at det med tiden blir en del av det å drive med idrett og det sportsjournalistiske feltets doxa. *”Desto mer en har opplevd, jo flinkere blir en på en måte. Jeg er litt tøffere nå enn for 4 år siden.”* (Informant E - 4 år). Bordo uttrykker bekymring for hvordan media gjennom økt tabloidisering og krav om intimitet skaper forestillinger om hvordan den kvinnelige idrettskroppen bør se ut eller være (Mortensen et al. 2008). Disse skildringene tar opp diskursen om hvorvidt utøverne trenger mer, eller bedre medietrening fra forbundets side for å håndtere en økende oppmerksomhet i det sportsjournalistiske felt. Det illustrerer

på den andre side hvordan det å være i media også er en prosess på lik linje med å være utøver i verdenstoppen. Man må i tråd med Butler gjøre kjønn, og bli flinkere, tøffere og ha framgang, også i relasjon til mediene. Knyttet til den sosiokulturelle praksis uttrykker dette makten mediene har i samfunnet til å kategorisere og forme individer ut ifra eksisterende samfunnsstrukturer.

”Hvis vi sier veldig mye dumt får vi beskjed”

I samtale med skiskytterforbundets mediekontakt Per Arne Botnan⁷¹ ble jeg informert om forbundets medieskolering av utøverne. Før hver sesong holdes det informasjonsmøter om hvordan man kan håndtere mediene på best mulig måte. En av utøverne nevnte blant annet at videofilming blir brukt for å skape tilnærmede autentiske situasjoner, hvor filmen i etterkant blir analysert i samarbeid med presseansvarlig Halvor Lea. Han kommer med råd og tips til hvordan man kan svare på best mulig måte. *”Det synes jeg var lærerikt.” (Informant D - 1 år).*

Botnan understrekte at det ble tatt ekstra grep hvis mediedekningen hadde vært stor den foregående sesong. Dette ble gjort for å minske belastningen for utøveren. Informantene støtter opp under at utøvere med best resultater og størst pågang fra media blir prioritert og tett fulgt opp. Utover dette kan informantene selv ta kontakt med Halvor Lea når det føles behov for det. I situasjoner hvor ledelsen føler at det er behov, tar de selv kontakt med enkelte utøvere: *”Hvis vi sier veldig mye dumt får vi beskjed om at vi trenger litt hjelp.” (Informant A - 8 år).*

”Da var de litt spydige”

I møte med sportsjournalistene uttrykker de fleste utøverne at de stort sett blir møtt med respekt, med ett par unntak:

⁷¹ Pers. med. Per Arne Botnan, 13.11.08, Mediekontakt i skiskytterforbundet.

”Njaa det kan kanskje være litt blandet, eller av og til, i alle fall da jeg gikk den ene stafetten som jeg gikk skikkelig dårlig da følte jeg kanskje ikke at de var, da var de litt spydige.” (Informant D - 1 år).

Utøveren ble møtt med spydige kommentarer da hun hadde en ”dårlig dag på jobben” og opplevde at hun ikke fikk respekt. Det er i denne sammenheng verd å merke seg at utøveren har lite erfaring i møte med media og jeg antar derfor at hun har lite kjennskap til de udiskutable og uuttalte premissene som sportssjournalistene handler i forhold til. Det kan i dette tilfellet dreie seg om å få ”førstesidesoppslaget” i jakten på å akkumulere kulturell kapital, og ikke minst symbolsk kapital i form av et forsideoppslag. På samme måte som journalistene på det sportsjournalistiske felt, tilegner også informantene seg ulike former for kapital i møte med sportsjournalistene og posisjonerer seg på den måten på det sportsjournalistiske feltet. En av utøverne uttrykker likhetene mellom de to feltene på denne måten:

”Kanskje det handler litt om at jeg har respekt for deres jobb og tenker at de gjør en jobb og tenker at de har det jo på samme måte som oss egentlig konkurranse i det de driver med.” (Informant G - 10 år).

Respekt kan i denne sammenheng knyttes til tabloidisering som del av den sosiokulturelle praksis. Aktørene på det sportsjournalistiske felt imøtekomme samfunnets krav om blant annet økt personfokusering, noe som kan komme i konflikt med informantenes private grenser. En av informantene understreker imidlertid at ulike individer har ulike grenser i relasjon til sportsjournalistene:

”Det har jo litt med hvor man har sine grenser. Noen er veldig strikte og slipper de kanskje veldig lite innpå seg. Da er det kanskje verre å få respekt, for da vil de kanskje grave litt mer [...] Det er jo en balansegang.” (Informant F - 11 år).

Hun understreker at personlighet er av betydning i denne sammenhengen.

Informanten beskriver hvordan hun forsøker å innfri sportsjournalistenes krav om personifisering i tråd med den sosiokulturelle praksis, for slik å motta respekt til gjengjeld. En slik balansegang mener hun vil gagne begge felt. Her antar jeg at informantene med lang erfaring trolig har opparbeidet seg større mengder kapital på det sportsjournalistiske felt. De har blitt "kjent" blant journalistene, har resultater å vise til og derfor et yndet intervjuobjekt. Det å være attraktiv som utøver og kilde gir en form for anerkjennelse, en rett til å uttale seg, og dermed en mulighet til å bekrefte sin posisjon som kilde og oppnå symbolsk makt på feltet (Slaatta 2003).

"Det er klart at når en har opplevd det så lenge, så er man så vant til at de er der og, men jeg tror at det er mye det at en er forskjellig og at noen syns det er en pest og en plage og ville helst vært det foruten, mens andre syns at det egentlig er helt grei." (Informant F - 11 år).

Ved bruk av patos i "*en pest og en plage*" understreker informanten et av ytterpunktene i relasjonen mellom aktørene på det sportsjournalistiske felt. En av informantene uttrykker seg svært tydelig: "*Hvis jeg ikke får gjensidig respekt i forhold til hva jeg gjør, da blir det veldig snevert hva jeg sier neste gang.*" (Informant G - 10 år). Studien viser at alle informantene gir uttrykk for at de ønsker å bli respektert for den de er og det de gjør.

I lys av Butler kan vi her se hvordan utøveren gjør kjønn ved å kreve respekt, noe som motstrider det tradisjonelt kvinnelige. Mangel på respekt kommer blant annet til uttrykk i at utøverne blir feil sitert i avisene.

"Det er jo av og til at en opplever at det står ting som en ikke har sagt og det synes jeg er litt unødvendig, men det har jeg funnet ut at det må jeg bare leve med." (Informant C - 7 år).

Jeg antar at dette er et resultat av tidspress fra sportsredaksjonen, som kan føre til at det kan forekomme feilsiteringer fra sportsjournalistene. I tillegg vil det

trolig være i mangel på nyheter at journalistene bruker det de har og vinkler det på en måte som skaper interesse. Tabloidavisene har gjort oss som lesere avhengige av ”nyheter”, ”sensasjoner” og ”katastrofer”, slik at vi som lesere setter krav til mediene om ønsket informasjon og underholdende aviser. Det forekommer allikevel en aksept blant de fleste utøverne av at sportsjournalistene også har en jobb å gjøre:

”Vi må liksom respektere de for den jobben de faktisk gjør, selv om de kan være litt påtrengende av og til kanskje, men det er faktisk en jobb de har.” (Informant C - 7 år).

Samtidig understreker en av informantene at det er et gjensidig avhengighetsforhold: *” Hvis de ønsker å få litt så må de gi meg den respekten at de skjønner hva jeg mener før de skriver.” (Informant G - 10 år).* Det handler i følge informanten om å gi og ta, og behandle hverandre med respekt.

”Vi snakker om de som en må passe seg for”

I møte med sportsjournalistene opplever informantene journalistene ulikt. Ulike erfaringer deles blant de andre på laget ved at utøverne snakker om sportsjournalistene som man *”må passe seg for”* og de som ofte vinkler saker på en negativ måte:

”Vi snakker om de som en må passe seg for. Det er noen journalister som er voldsomme, som skal lage skandaler eller slike oppslag. Hvis du svarer ja på feil spørsmål så kan han lage noe ut av det liksom. Men noen er bare greie og de vet en at skriver fint. Vi snakker om det hvis det er noe en er frustrert over. Deler litt erfaringer. Sånn at vi er forberedt. Passer på å gi beskjed til de andre. Diskuterer litt hva vi eventuelt kan få spørsmål om. Slik at hvis det er en spesiell sak, så kan vi ha de samme svar på ting, sånn at ikke alle svarer forskjellig.” (Informant A - 8 år).

Informanten viser hvordan hun opplever at det er forskjell på sportsjournalistene. Enkelte synes hovedsakelig å være opptatt av å tilegne seg

symbolsk kapital ved å fokusere på skandaler og på den måten kunne imøtekomme den økende tabloidiseringen i samfunnet og selve mange aviser. Dette skaper tydelig frustrasjon blant informantene. Ledelsen bryter i noen tilfeller inn og advarer informantene for å unngå konflikter, ved å snakke sammen om hva en bør svare eller hvordan en bør takle en situasjon:

”Jeg føler vel at det har vært mer sånn ”å vær forsiktige hva dere sier til den, den og den”, men jeg tror en må ha litt antenner på det selv. Hvis ikke kan det bli veldig feil. Men det e jo klart at det er noen journalister som en er mer forsiktig med hva en sier til enn andre. For de kan klippe ut et lite sitat og det kan være veldig riktig i en sammenheng, men veldig feil uten, så det er klart at det har en lært etter hvert.” (Informant F - 11 år).

Informantene understreker at de får nytte av å snakke sammen. Det å dele erfaringer fra feltets doxa gjør at en reflekterer over egen habitus og slik kan gi råd til hverandre. Informantene deler av deres kulturelle kapital:

”For eksempel nå er han er skikkelig ute på krigsstien eller ute etter noen saker, så då er det bare å på en måte svare greit, og ikke la seg lure ut på glattisen[er].” (Informant F - 11 år).

”På krigsstien” skaper en oppfatning av krig, der sportsjournalisten er den angripende part. Informantens bruk av patos skaper et følelsesmessig engasjement og interesse hos leseren. Jeg antar her at sportsjournalisten i mangel av kulturell kapital skaper en ”krig” i møte med skiskytterkvinnene for å kunne imøtekomme tabloidiseringens krav til underholdning. I den diskursive praksisen kan det oppstå misforståelser i tolkningen av teksten. Informantene uttrykker dette slik:

”Hvis noen er misfornøyde og litt frustrert over at de har blitt feiltolket, da kan det hende at ryktet sprer seg litt om at det kanskje er noen som har lyst til å tolke litt annerledes enn det vi mener.”(Informant G - 10 år.)

Ved at informanten uttrykker at man kan bli ”feiltolket” understreker det at det i

den diskursive praksisen ikke kun er akademikere eller andre fagfolk som tolker tekst. Det folkelige uttrykker at alle tolker tekst, bevisst eller ubevisst.

”Ute etter trøbbel”

Samtlige utøvere på laget må i ulik grad forholde seg til sportsjournalister. Den diskursive praksisen omkring informantenes oppfatning av tabloidavisene VG og Dagbladet har betydning for hvordan informantene opplever relasjonen til sportsjournalistene.

Ikke alle informantene har like mye kontakt med sportsjournalistene, eller like mye erfaring rundt det å bli fremstilt i media. Det som alle for øvrig synes å være enige om er at tabloidavisene krever resultater før de viser interesse: *”Men det er ofte sånn at du må gjerne vinne og være oppe i der gjentatte ganger for at de skal oppdage deg.”* (Informant G - 10 år). Informantene som ikke har resultater å vise til, er nedprioritert av VG og Dagbladet. Avisenes krav om underholdning antar jeg at har en rolle i prioriteringen av omtale rundt skiskytterkvinnene, og understreker den symbolske makten media har til å klassifisere ”vinnere” og ”tapere”.

”Det er avhengig av hvordan det går[...] Nå har ikke jeg vært sånn kjempe oppe i toppen, så da går en fint forbi.” (Informant D - 1 år).

Min kvantitative undersøkelse støtter opp om informantenes utsagn om å ikke være interessante nok for Norges største løsslagsaviser, og i den diskursive praksisen tolker jeg det dit hen at avisene er selektive og følger tabloide kriterier for valg av kilder. I den sosiokulturelle praksis har avis som medium en stor rolle og dermed symbolsk makt til å operere med kriterier for utvelgelse.

”Visse lager jo saker uansett resultater, men skiskyting er ikke som fotball, så

det er nå en gang sånn at hvis du ikke presterer så blir det en gang innimellom.” (Informant F - 11 år).

Informanten refererer her til hvordan fotball dominere mediebildet uavhengig av resultater⁷². I den diskursive praksisen ser informanten ut til å bruke idrettene som motpoler, hvor en som utøver på feltet for skiskyting må jobbe for medias oppmerksomhet, i motsetning til fotball. Bakgrunnen for en slik prioritering antar jeg henger sammen med hvordan det sportsjournalistiske felt i større grad preges av en individorientert fremstilling av idrettsutøvere som ”kjendiser”. Sportsredaksjonen må ta valg som er avgjørende for avissalget, og det er derfor rimelig å anta at de valg som blir tatt, tas på bakgrunn av det som vil skape overskrifter og gir gode lesertall. På den andre siden har informantene i større grad blitt avhengig av sponsorinntektene for å kunne livnære seg av idretten, og det kan være avgjørende for karrieren å få profilert seg i media. Det setter informantene i et avhengighetsforhold til det sportsjournalistiske felt.

Jeg har ikke akkurat vært så veldig populær. Det har ikke vært så mye å hente ut av ting jeg har gjort eller ikke gjort.” (Informant E - 4 år).

Det som er verd å merke seg med denne skildringen er hvordan utøveren allerede har definert om hun er populær eller ikke. På hvilket grunnlag? Ut ifra skildringene ovenfor kan det antas at det ligger en bevisst eller ubevisst forståelse av at en må gjøre, eller ikke gjøre visse ting for å bli interessant for sportsjournalistene. Men hva som forventes, er uvisst. I relasjon til sportsjournalistene uttrykker informanten en opplevelse av at journalistene kun ”henter” informasjon som kan vise til gode resultater, skandaler eller suksesser. Eller hvis informanten som person er interessant nok for å imøtekomme den økende individorienteringen i tabloidavisene. Denne opplevelsen understrekes av flere og en av informantene har følgende å si om våre største løssalgssaviser :

⁷² I Flekke (2005) kan vi se hvordan fotball i 2001 var ansvarlig for 48 % av oppslagene.

”De store mediene kontakter deg enten fordi du er veldig god og har gjort noe bra, eller fordi du har gjort det dårlig eller gjort noe dumt[...] Når VG eller Dagbladet ringer, så er det sånn oi hva har jeg gjort? Er det bra eller dårlig?” (Informant A - 8 år).

Gode eller dårlige resultater, eller hvis man har gjort ”noe dumt” så er det av stor interesse for VG og Dagbladet. Informanten understreker hvordan ytterpunkter tiltrekker dagens tabloidaviser.

”Når en gjør det dårlig må en passe seg voldsomt for hva en sier, da leter de gjerne etter en sydebukk eller et eller annet.” (Informant A - 8 år).

”Leting etter en sydebukk” uttrykker en mistillit til sportsjournalistene og understrekes ved at *”De vinkler det slik de vil ha det på en måte.” (Informant A - 8 år).*

Tabloidiseringen krever en underholdende avis og informantene ser ut til å føle seg svært utsatt for en slik type fokusering blant annet i forbindelse med dårlige prestasjoner. I jakten på en underholdende tabloidavis, er sportsjournalistene *”Ute etter trøbbel.” (Informant A - 8 år).* Det synes å være en gjennomgående oppfatning av flere at både VG og Dagbladet er aviser som er ute etter de ”store tingene”. *”Hvis det er en bagatell så kan de blåse det opp til en stor ting , så har en egentlig bare sagt det i en bisetning.” (Informant A - 8 år).* Avisredaksjonene er under press fra aksjeselskap om økonomisk profitt. Dette legger føringer for sportsseksjonen og sportsjournalistene. Nye og større krav antar jeg fører til nye fremgangsmåter innen sportsjournalistikken. Fiaskoer og skandaler selger godt og i et konkurrerende marked er avisene ute etter den beste historien, den beste vinklingen og det beste bildet. I denne sammenheng kan vi se hvordan to ulike felt møtes og ”kjemper sine egne kamper” på sitt eget felt. *”De drar gjerne fram ting for at det skal virke mer spennende, selv om vi ikke har sagt det.” (Informant C - 7*

år). Informanten understreker her hvordan man bør "[...] tenke før en snakker med dem" (Informant C – 7 år) for å ikke selv bli, eller peke ut "syndebukken". Dette kan til tider være vanskelig å gjennomføre fordi sportsjournalistene ønsker raske svar, de vil vite hva du føler akkurat nå! For å unngå dette har informantene "[...] lært seg til å svare litt sånn at en ikke kan lage så store oppslag." (Informant A - 8 år). Det vil si at informantene ut ifra sin habitus gradvis har tilegnet seg det sportsjournalistiske feltets doxa. Informantene tilegner seg kapital på feltet og finner sin måte å fungere i feltet på. Hun gjør med andre ord feltets nomos til sin egen ved *illusio*.

Informantene er klare over at deres jobb blir vurdert av sportsjournalisten. Både når det går bra og når det går dårlig. De reagerer annerledes når fokuset blir flyttet fra det rent sportslige og resultatorienterte, til private og utenomsportslige anliggender. "Når en journalist er ute etter å lage trøbbel, da kan de bare glemme å intervju meg." (Informant G - 10 år). En av utøverne illustrerte sportsjournalistenes fokus på det utenomsportslige ved å trekke en parallell til sportsjournalistikken rundt fotball i VG: "Det er ikke alltid du kan finne ut hvordan en fotballkamp har gått av å lese VG." (Informant E - 4 år). Den sosiokulturelle praksis er i stor grad preget av økende tabloidisering hvor informantene i stor grad er mer enn "bare" idrettsutøvere.

"Det er klart at de er ute etter ting for å få bedre saker enn naboavisa, og de er jo veldig på vakt mellom konkurransene i hva som skjer da." (Informant G - 10 år).

Utøverne oppnår anerkjennelse i form av gode resultater og symbolsk kapital i form av en medalje. På samme måte har sportsjournalistene en særegen form for anerkjennelse, som oppnås når han lykkes med å være først og alene om en nyhet (Slaatta 2003). Få ting gir mer anerkjennelse blant journalister enn evnen til å være først ute, gjerne også før offisielle pressekonferanser (Slaatta 2003).

Å være kilde kan som nevnt gi en form for anerkjennelse ved retten til å uttale seg, og med dette gis kilder en mulighet til å bekrefte sin posisjon som kilde hver gang en henvendelse kommer. Dette skaper også en synlighet rundt utøveren som åpner for kritikk. Det er sportsjournalistene som i sitt daglige arbeid kontrollerer adgangen til mulig anerkjennelse og synlighet, og dette er en grunnleggende del av journalistenes og medienes spesifikke kapital (Slaatta 2003). Bourdieu (1997) viser til en tendens av homogenisering i det journalistiske konkurranse markedet, ved at aviser velger ofte samme kilder, gjentatte ganger. Vaglet faller ofte på de samme kildene fordi de allerede har posisjoner og makt, og gjennom sin kollektive praksis bidrar journalistikken til å bevare utøverens eksisterende posisjon. Utøveren blir tildelt en symbolsk makt gjennom å bli synliggjort og legitimert som kilder (Slaatta 2003).

”Man er jo avhengig av hverandre.”

Sponsorinntekter har gjennom idrettens nære tilknytning til det økonomiske felt blitt en stor del av utøverens verden. Skiskytterkvinnene er attraktive eksponeringsobjekter og fungerer som attraktivt stoff for avisene (Helland 2003), og tar på den måten del i et gjensidig avhengighetsforhold:

*”Man er jo avhengig av hverandre og man kan jo si hva man vil, men det er jo ingen som skulle ønske at skiskyting gikk i skogen og ingen så på eller visste om det. Så jeg tror det liksom er noe man bare må, jeg tror det er mye bedre for alle at man prøver å ha et greit forhold og jeg er helt avslappa til det.”
(Informant F - 11 år).*

Informanten bruker ordet ”avhengig” når hun beskriver forholdet til sportsjournalistene, noe som understreker hvordan feltene må kommunisere for å dra nytte av det andre feltets kulturelle kapital. Informantene trenger sportsjournalistene for å eksponere seg i media og trekke til seg interesse fra sponsorer, mens sportsjournalistene avhenger av en dialog med informantene for

å kunne produsere nyheter og selge aviser (Lippe 2010).

”Ja en må liksom stille opp av og til . Egentlig så ville en jo ha sagt nei hele tida hvis de spør om de kan komme å ta bilde av deg og sånn, men så vet en at det er lurt å være i media for det er lurt for sponsorer og alt det greiene der.”
(Informant A - 8 år).

Informantene ser på forholdet til sportsjournalistene på ulike måter, men her gir informanten uttrykk for at det er i forhold til sponsorene at hun opplever relasjonen til det sportsjournalistiske felt som ”tvungen”. Alle informantene anerkjenner medias rolle på feltet og ser betydningen av sponsorinntektene for opprettholdelsen av skiskyting som et relativt autonomt felt. Det er likevel informanter som til tider skulle ønsket at feltene ikke var så avhengige av hverandre.

”Det kan gjerne ha vært stunder der du ikke har lyst til å snakke, der du må snakke med de.” (Informant G - 10 år).

Informanten understreker at det ikke er alltid relasjonen til sportsjournalistene oppleves som noe positivt.

”Ikke så mange som gidder å prate med meg når det går dårlig.”

Det kom tydelig frem at utøverne ikke hadde tenkt så mye over hvor mye tid de faktisk brukte på sportsjournalistene. Etter litt betenkningstid uttrykker flere at det avhenger av resultater og type mesterskap. I større mesterskap er utøverne interessante uavhengig om de har gjort det bra eller dårlig, mens det i de mindre mesterskapene avhenger av Større mediedekning i store mesterskap, mens i de mindre avhenger interessen fra sportsjournalistene mer av resultater. Dette er blant annet på grunn av antall sportsjournalister som dekker konkurransene. Ved sitatet *”hvis det går på det jevne så kontakter de deg ikke.”* (Informant A – 8 år) understreker informanten og støtter slik opp under kriteriene for tabloid innhold

i avisene. ”På det jevne” selger ikke aviser.

”Det er ikke så mange som gidder å prate med meg når det går dårlig [...] De gangene jeg har gjort det bra så har det blitt ganske mye.” (Informant E - 4 år).

Et par av utøverne understreker at det til tider kan bli litt mye, da spesielt midt i sesongen. Det hender da at en må være litt mer restriktiv. De fleste utøverne uttrykker at de tar seg tid til sportsjournalistene hvis de viser interesse, så lenge de har fått dekket nødvendige behov, som tørre klær og mat: *”Hvis det er noen som spør om de kan stille noen spørsmål, så stopper jeg og svare på det.” (Informant B - 2 år).*

”Har jo den mixsona vi MÅ gå igjennom etter konkurranser”

Både før og etter konkurranser bruker informantene tid på sportsjournalistene, enten i form av direkte kontakt eller ved å lese det som har blitt skrevet om dem. Før konkurranser passer enkelte utøver på å ikke lese aviser. En av dem uttrykker at dette er på grunn av forventninger skrevet av sportsjournalistene.

”Det er noe jeg har lært meg til selv. Enten så er det hausa opp, at nå skal den og den ta gull, eller e i kjempeform, og da kan en bli skikkelig nervøs. Eller at, dette kommer til å gå dårlig.” (Informant A – 8 år).

Flere understreker at det er greit med litt ro i forkant av et renn. Ro til å fokusere på det man er der for å gjøre understreker en av utøverne:

”Jeg syns kanskje at når vi kommer til stadion og vi begynner og, den siste forberedelsen til løpene så burde de kanskje holde seg unna syns jeg. Men, sjøl så er jeg ikke sånn, der er det igjen forskjell, altså jeg takler jo det ganske greit, men noen er veldig at da ska du helst ikke si noe til de. Men jeg syns det er en sånn generell regel at når vi har spent på oss skia og sånn, så burde de, med mindre de ser at vi på en måte syns det e greit, så burde de holde seg for god for det synes jeg.” (Informant F - 11 år).

Videre understreker informantene at det ikke er alle steder som egner seg for

utveksling av sosial og kulturell kapital.

”Har jo den mixsona vi MÅ gå igjennom etter konkurranser. Og da er det jo opp til de om det er interessant å snakke med en og da har en enten gjort det veldig bra eller veldig dårlig.” (Informant A - 8 år).

Informantene venner seg fort til ivrige sportsjournalister i mix sonen. Flere understreker at de ikke er like vant, eller komfortable med at de kommer løpende etter dem i andre settinger.

Interessen for utøverne avhenger av hvor konkurransen er og størrelsen på den. I Holmenkollen er det vanlig at alle blir snakket til etter rennet, enn det er andre steder uttaler en av de ferskeste på landslaget.

”Åh nå er det ferdig heldigvis”

De olympiske leker var preget av dårligere resultater enn forventet på forhånd. Dette preget mediebildet og jeg antar at det også kan ha preget informantenes syn på sportsjournalistene, og deres opplevelser av mediebildet for øvrig.

I forkant av OL var VG og Dagbladet preget av forventninger til informantene. En av informantene understreker at forventningene før OL startet, var verre enn under selve lekene. *”Det var verre før OL med forventninger og sånn. Leste bare litt i aviser, og prøvde å styre unna.” (Informant A - 8 år).* Det ble lagt et press på utøverne som følge av forventninger fra samfunnet for øvrig. Videre uttrykker informantene at det under OL også lå forventninger fra sportsjournalistene på det sportsjournalistiske felt i form av kommunikasjon. *”Uansett om det går bra eller dårlig så må en svare på det og ta den samme runden uansett[...] da kunne det ha vært greit å sluppet.” (Informant C - 7 år).* Informantene understreket at det i slike mesterskap ofte er et stort antall av sportsjournalister uavhengig av resultater og at det ofte er de samme sportsjournalistene som dekker skiskyting.

Det er imidlertid rimelig å anta at siden resultatene ikke ble som forventet ble fokuset fra sportsjournalistene også endret. Utøverne uttrykker at de ble litt lei den negative fokuseringen og fokuseringen på utenomsportslige ting. *”Det var veldig mye negativt i OL. Blir litt metta av det, for det er jo litt feil fokus. De hauser opp eller skaper mer enn det som faktisk er realiteten og”* (Informant E – 4 år). Det er rimelig å anta at sportsjournalistene i mangel på suksess historier tok tak i skandalene og fiaskoene i tråd med tabloidiseringstendensene i samfunnet. Av informantene opplevdes dette som *”Det er mye styr[...] Det hadde vært artigere om de hadde hatt fokus på det vi faktisk skal gjøre”* (Informant E – 4 år). De uttrykker samtidig forståelse for endringer i samfunnets sosiokulturelle praksis:

”Løpet har jo alle sett, og alle vet hvem som vant, hvem som ble nr.3 og eventuelt 10 og fiaskoer. Dette får man rett inn i stua og da må man ofte vinkle ting veldig annerledes. Det er jo den mediagreia som har blitt veldig annerledes nå enn før da. Nå er de veldig interessert i det utenomsportslige og sånne ting. Og det er klart at det kan jo bli mye i lengden, i alle fall det med syk sykere liksom, at det, ja det ble jo nesten dumt til slutt, men slik var det nå engang og med det er det slik at det var interessant ikke sant og det var noe å skrive om og litt sånn hva skal vi kalle det for noe og gjerne jo mer negativt jo bedre, det er jo det.” (Informant F – 11 år).

Informanten bekrefter i sin uttalelse hvordan den sosiokulturelle praksisen legger føringer for hvordan det sportsjournalistiske feltet har blitt *”veldig annerledes”*. Journalistene må fange leserens oppmerksomhet ved å fokusere på noe annet enn det tilsynelatende. Ved fokus på utenomsportslige ting og ved sterk bruk av patos, som *”fiasko”* og *”syk sykere”* engasjerer leseren, og det skaper trolig blikkfant blant leserne.

Informanten mener at en på landslaget bør tåle å få negativ omtale når en ikke presterer. Folk forventer jo at en skal prestere på dette nivået, men hun understreker samtidig at hun setter lite pris på når sportsjournalistene fokuserer på utenomsportslige ting.

”Når det går på sånne utenforstående ting som blir negative, sånn som fokusering på tyveri og penger og ting så du føler nesten at journalistene er misunnelige på fordi de ikke har det likt selv. Det er fryktelig irriterende.” (Informant G – 10 år).

Denne negative fokuseringen og type sportsjournalistikk uttrykker flere av utøverne misnøye med. *”Feil fokus [...] det er jo de som skaper, eller fremhever det som skjer.” (Informant C – 7 år).* Informanten tolker selv en slik type journalistikk som svært negativ, og understreker hvordan det påvirker relasjonen mellom dem som aktører på samme felt. At det stort sett er de samme journalistene som følger skiskyting kan være både en fordel og en ulempe. Ved å forholde seg til de samme, kan man lettere etablere et forhold og sosial kapital, samtidig som det kan være vanskelig å få de samme sportsjournalistene til å forandre fokus og tilegne seg ny kulturell kapital. Opplevelsen av OL uttrykkes og oppsummeres for mange av informantene bra gjennom: *”Åh nå er det ferdig heldigvis[...]ble ikke så bra som vi hadde gjort det før OL.” (Informant C – 7 år).* Informantene opplevde ikke samsvar mellom den diskursive praksisen som hadde utspilt seg i forkant av Torino og det som faktisk skjede. Dette førte til at hele den sosiokulturelle praksisen endret fokus og forandret de diskursive praksisene på det sportsjournalistiske felt under OL.

”Det er litt spesielt i Holmenkollen”

Verdenscup avslutningen er spesiell i seg selv ved at det nærmer seg slutten av sesongen, og de norske informantene synes at det er *”litt spesielt i Holmenkollen.” (Informant F – 11 år).* Det som kjennetegner opplevelsene ved verdenscupavslutningen i Holmenkollen ser ut til å være sportsjournalistenes nære tilstedeværelse. *”Det verste er når en kommer i mål, og media er der med en gang. (Informant A - 8 år).* Jeg tolker dette som et ønske om å få et ”pusterom”.

”Det blir litt sånn wow liksom, det må vel gå an å få litt, vi har akkurat kommet i mål og vi må jo få lov til å skifte før vi skal inn i de greiene.” (Informant D - 1

år).

”De greiene” uttrykker et distansert forhold til sportsjournalistene og flere av informantene, uavhengig av erfaring opplever at sportsjournalistene kommer for nært.

Noen informanter har et mer avslappet forhold til sportsjournalistene og det unngår derfor deres umiddelbare refleksjoner.

”Tenker ikke så mye over media egentlig, men det hadde kanskje vært, om det går bra eller dårlig at du hadde fått vært en plass litt for deg sjøl og du vet at intervjuet kommer og at du da hadde fått tenkt deg litt om og fått forberedt deg litt til hva du skal si. Men det er vel sånn at de skal prøve å komme nærmest oss, for å få folk som sitter hjemme til å føle at de er veldig nær oss. At de skal, at opplevelsen er større for de som sitter hjemme” (Informant B – 2 år).

”Jeg har egentlig ikke tenkt over det. Det er bare sånn det har vært helt siden jeg har blitt med.” (Informant B - 2 år).

På den andre siden er andre svært tydelige på hva de ønsker og ikke ønsker i relasjon med det sportssjournalistiske felt.

”Jeg er veldig klar på at hvis folk står med kamera og vil ta bilde når jeg skifter, da er jeg litt streng og sier at de ikke får lov. Kom dere vekk! For jeg har ikke lyst til at jeg skal bli tatt bilde av i bar overkropp. Det er liksom privat. Jeg føler at jeg må få muligheten til lå si nei av og til.” (Informant C – 7 år).

Informantens sitat trekker fram diskursen om kjønn ved fokusering på kropp. Gjennom medias fremstillinger av hvordan en kvinnelig toppidrettsutøvers kropp bør se ut, reproduseres forestillingene om kropp ifølge Bordo. Kvinnene kategoriseres som kjønn. Tabloidiseringen fører med seg en økt intimisering, og gjør at sportsjournalistene ønsker å komme tett innpå informantene. Jeg antar at dette kan være med på å legge et press på de kvinnelige informantene og kan føre til et ønske om å forbli litt ”privat”.

”Hadde kanskje vært greit, om det går bra eller dårlig at du hadde fått vært en plass litt for deg selv og du vet at intervjuet kommer og da hadde du fått tenkt deg litt om, og fått forberedt deg litt til hva du skal si, og hva du skal, fått roet deg litt ned og tenkt igjennom hva du skal svare.” (Informant B - 2 år).

Til tross for en felles aksept av det sportsjournalistiske feltets doxa, kan det virke som om det er en uenighet om graden av intimisering og autentisitet som en del av feltets doxa.

”Skulle ønske at vi andre hadde fått litt mer oppmerksomhet”

Under OL og verdenscupavslutningen i Holmenkollen fikk Liv Grete Skjelbreid Poirée mye oppmerksomhet fra mediene⁷³. Denne mediedekningen var ikke nødvendigvis kun basert på resultatorienteringer under konkurransene, noe som skapte blandede reaksjoner fra de andre informantene.

”Selv om vi har gjort det bra av og til så vil vi liksom alltid komme i skyggen av Liv Grete, for hun er faktisk best. Lettere for andre å heve seg når de ser at det går an, og at det ikke bare er en som klarer det og en som blir profilert hele veien. Ganske tøft for den ene og.” (Informant C – 7 år).

Informanten understreker at medieoppmerksomheten har betydning for mentaliteten, og at media har makt til å fremheve og trolig påvirke informantenes prestasjoner.

Skulle ønske at vi andre hadde fått litt mer oppmerksomhet for vi har liksom gjort det bra vi og av og til. Men ofte kommet i skyggen av Liv Grete. (Informant C – 7 år).

Avhengighetsforholdet mellom det journalistiske felt og feltet for skiskyting understrekes og gis verdi.

”Blir liksom litt skeptisk og usikker”

Da de kvinnelige utøverne ble spurt om hvordan de opplevde forholdet til

⁷³ Se navn på artikler som omhandler kvinner i appendiks.

sportsjournalistene, ble det tydelig at utøverne har ulike oppfatninger og opplevelser knyttet til media. Her må vi huske på at utøverne har forskjellige forutsetninger for å kunne uttale seg om en slik relasjon. Noen har nettopp blitt tatt opp på elitelaget og mangler erfaring, mens andre har tilegnet seg stor sosial og kulturell kapital i forhold til sportsjournalistene gjennom en årrekke på landslaget. De fleste utøverne beskriver allikevel forholdet deres til media som helt greit. Det er imidlertid noen som uttrykker at det til tider kan være vanskelig og at de godt kunne ha vært foruten. En av informantene skildrer det på følgende måte:

”Jeg er jo ikke så veldig glad i media, men jeg vet jo at det er nødvendig å spille på lag med de[...]er ikke alltid like moro når alt står i avisen.”
(Informant A - 8 år).

Informanten uttrykker en reservert holdning i forhold til sportsjournalister og det å bli fremstilt i media. Samtidig bruker hun en metafor fra idretten som understreker nødvendigheten av lagspill og godt samarbeid. Hun anerkjenner det sportsjournalistiske feltet som en ”medspiller”. Et lagspill krever blant annet tillitt til at de andre på laget gjør sin del for at det skal bli et godt samarbeid. Det at informanten ikke er så glad i media skaper en følelsesmessig dimensjon i skildringen, som i tråd med tabloidiseringen er det avisene ønsker. Intimisering og nærhet til utøverne gjør at vi i større grad tar del i deres verden, og på den måten blir det en mer direkte kommunikasjon mellom mellom utøver og leser.

”Jeg blir fort beskjedent i forhold til media. Får nok ikke uttrykt meg selv på samme måte som jeg gjør til vanlig. Blir liksom litt skeptisk og usikker.”
(Informant E - 4 år).

Utøveren forteller hvordan hun forandrer personlighet i møte med media. Det at hun blir usikker kan ha en sammenheng med at hun fremdeles er relativ fersk på elitelaget. Å være usikker kan knyttes til Beauvoirs tanker om kvinnen som det annet kjønn. Svakt, usikkert og ikke del av det offentlige rom på linje med

menn.

”Jeg vet jo en del som syns det er veldig slitsomt og ikke liker det og, men det tror jeg er hvis du er veldig sånn åpen og bare er deg selv, det tror jeg er mye bedre enn skulle prøve å være noe annet. I alle fall for meg så har jeg prøvd å svart litt sånn naturlig og bare vært meg selv.” (Informant F - 11 år).

Her skildres en oppfatning av motsatt betydning. Utøveren har ikke noen problemer med å være seg selv ved at hun prøver å fylle forventninger og roller andre har tildelt henne. Hun uttrykker dermed åpenhet selvsikkerhet og styrke, beskrivelser som tradisjonelt blir brukt om menn. Utøveren bryter med dette Beauvoirs teori om kvinnen som ”det annet kjønn”. Studien understreker at det på feltet for skiskyting er ulike individer som har sin egen måte å være på. Informantene opplever at det i sportsjournalistenes diskursive praksis alltid er noen som blir fremstilt som blide og fornøyde, mens andre kanskje urettmessig blir fremstilt som sure og tverre. En av informantene (Informant F - 11år) uttrykte at det i mange tilfeller hadde med personlighet og gjøre. Selv var hun utadvendt og hadde på den måten lettere for å uttrykke seg og skape et mer reelt bilde av seg selv, enn en kanskje får muligheten til når man er mer innadvendt.

Informantene som har tilegnet seg feltets doxa, har også akseptert at det ved både gode og dårlige prestasjoner forventes at en som landslagsutøver skal prestere, og en må derfor regne med å kunne svare for seg. En av utøverne har kommet til den oppfatningen at hun lettere kan styre hva som blir skrevet når hun gjør seg tilgjengelig for kommentar til sportsjournalistene (Informant F – 11 år).

”hvis du ikke svarer så kan jo de tolke det selv. I stedet for å vise selv hva du synes og mente, så er det kanskje bedre en at andre skal tolke det kanskje.” (Informant E - 4 år).

Inntrykket av at sportsjournalister gjerne vil gjøre ting mer spennende og derfor drar fram ting som ikke har blitt sagt er en oppfatning som deles av flere. Samtidig synes det å være en felles aksept av at det bare er slik det er: *”Jeg har egentlig blitt fortalt at sånn er det bare [...] for min egen del så må jeg respektere at journalister og har en jobb de skal gjøre.”* (Informant G - 10 år). Det som er interessant her er hvem som har fortalt at det bare er slik? To utøvere, en nybegynner og en ”ringrev” har på tross av ulik erfaring på feltet gitt uttrykk for en felles doxa ved at noe unnslipper deres refleksjon. Det er de uuttalte, ubevisste og udiskutable premissene som ligger til grunn for en felles aksept av sportsjournalistenes tilstedeværelse, som utøverne må handle i forhold til. Det gis uttrykk for at kontakten med media har blitt en del av det å drive med toppidrett. *”Dette med media er en del av gemet”* (Informant G - 10 år).

Sportsjournalistenes interesse for utøverne gjenspeiler seg også i erfaringene utøverne sitter med. *”Du måtte prestere flere ganger før du begynte å merke at det ble pågang.”* (Informant G - 10 år). Sportsjournalistene har i denne sammenhengen blitt en del av omgivelsene for informanten og ses på som en naturlig del av å være aktør på det sportsjournalistiske felt. Det er allikevel ikke alle, til tross for aksepten av feltets doxa som er like komfortabel med å bli presentert i media. Opplevelser knyttet til medieoppslag skildres av en utøver på denne måten: *”Når jeg vet at det står noe om meg så har jeg bestandig litt sånn ekkel følelse før jeg får lest gjennom hva som står der.”* (Utøver E - 4 år). Skildringen sier noe om utøverens opplevelse av relasjonen til sportsjournalistene. Sett i sammenheng med samfunnets sosiokulturelle praksis uttrykker informanten at hun ikke vet hva hun kan forvente av sportsjournalistene. I tråd med den økende tabloidiseringen er det ikke nødvendigvis bare resultatene fra dagens løp som står på trykk i avisene, men det kan også være hvem utøverne snakket med i forkant av løpet eller hvilke meninger de har om landslagstreneren. Bordo

understreker hvordan makt utøves gjennom kulturelle praksiser og hvordan det for utøveren er umulig å bryte ut av samfunnet som hun er en del av (Mortensen et al. 2008). Avisene har på den måten symbolsk makt til å kategorisere utøverne som kjønn, noe som til en viss grad også vil påvirke informantens opplevelser i relasjonen til det sportsjournalistiske felt:

”Du kan av og til føle at nå må en prestere, hvis ikke skriver de sånn og sånn. [...] Av og til så kunne det vært greit å ikke lese avisene, for da hadde du ikke hatt noe forhold til det de skriver.” (Informant C - 7 år).

En av de mer erfarne informantene uttrykker behovet for et distansert forhold til sportsjournalistene, for å unngå utøvelsen av symbolsk makt.

”Du kjenner de jo igjen og snakker med de. Men så er det om å gjøre å holde et, du er der og jeg er her. Du blir ikke kompis med de på grunn av at du da sier du kanskje litt for mye en gang og da er det det som blir oppslaget. Så jeg føler det er viktig å holde et, du kjenner de, men du kjenner de ikke” (Informant C - 7 år).

Informanten erkjenner at hun står i et forhold til sportsjournalistene ved at hun gjenkjenner og gjentatte ganger er i dialog med dem. Samtidig tolker jeg det som at hun er skeptisk til den diskursive praksisen som hun som utøver tolkes i av sportsjournalistene på grunn av hennes manglende sosiale og kulturelle kapital på feltet. Det legges til at personlighet og kjemi kan være avgjørende for opplevelsen av relasjonen til sportsjournalistene:

”Det er ikke noe sånn personlig forhold eller noe, men du blir jo [...] det er jo akkurat som med andre folk, at noen stemmer kjemien mer med enn andre og noen kan du føle at du kan stole litt mer på enn andre [...] Er jo noen en foretrekker framfor andre.” (Informant G - 10 år).

Blant kvinnene på landslaget er det som tidligere nevnt ulike personligheter med ulik erfaring. De som har vært på landslaget noen år ser ut til å ha en større trygghet rundt relasjonen til sportsjournalistene og har tilegnet seg en rekke

erfaringer og kapital i relasjon til sportsjournalistene: *”Det er jo visse ting man vet at det sier man ikke til en journalist.” (Informant F - 11 år).*

I forholdet mellom de to underfeltene vil skiskytterne besitte en viss mengde kulturell kapital ved å være på elitelaget, som igjen kan gi utøverne ulike grader av symbolsk makt i møte med sportsjournalistene. Dette kan trolig knyttes til de dominerende oppfatninger og verdier i samfunnet som preger det sportsjournalistiske felt. Dette innebærer blant annet en personifisering og intimisering av utøverne som fører til økt fokus på utøveren som privatperson og et økende krav om konflikt som underholdning i aviser. Dette vil trolig føre til at flere av de kvinnelige skiskytterne vil være reserverte i relasjon til sportsjournalistene.

AVSLUTNING

Hovedformålet med denne studien har vært å undersøke: *”Hvordan de kvinnelige skiskytterne presenteres i VG og Dagbladet under OL og verdenscupavslutningen ”*. Videre ønsket jeg å inkludere utøvernes subjektive perspektiv ved å se nærmere på *”hvordan de opplever relasjonen til sportsjournalistene”* og samtidig forsøke å finne, forstå og forklare *”hvilke diskurser som engasjerte kvinnene spesielt”*.

Studien viser at ikke alle utøverne har like mye kontakt med VG og Dagbladets sportsjournalister. Dette skyldes trolig resultater, men også tabloidiseringens krav til hvilke utøvere som er av interesse for Norges to største løssalgsaviser. Suksess og fiasko, samt individorientert fokusering gir sportsjournalistene en symbolsk makt til å klassifisere ”vinnere”/”tapere og ”sterke” og ”svake” kvinner. Denne utviklingen knyttes til utøvernes opplevelser av tabloidavisene som ”ute etter trøbbel”.

Studien viser at presentasjonen av de kvinnelige skiskytterne i VG og Dagbladet under OL ble overskygget av de mannlige utøverne. Kvinnene uttrykker selv at den skjeve fordelingen mellom kjønn i hovedsak skyldes resultater. Den økende tabloidiseringen i dagens mediasamfunn har gått nye veier for å øke salg av aviser. Dette understrekes i de kvantitative resultatene hvor det brukes mange og store bilder, samt store overskrifter i forhold til tekst. Teksten på sin side inneholder patos som appellerer til følelsene. Organsieringen av mediene under OL holdt sportsjournalistene på en viss avstand og gav skiskytterne gode opplevelser i møte med det sportsjournalistiske felt. På den andre siden opplevdes presentasjonene i avisene som svært negativ og utøverne uttrykker en stor lettelse når OL er var over. Studien viser at kvinnene uttrykker en mistillit i forhold til sportsjournalistene og deres presentasjoner av dem i VG og

Dagbladet. I enkelte tilfeller oppleves det som misbruk av symbolsk makt på feltet.

Under dekingen av verdenscupavslutningen var fordelingen mellom kjønn jevnere, og studiene viser at det var kvinnene som dominerte det totale artikkelarealet i VG og Dagbladet. Den kvinnelige dominansen skyldes trolig Liv Grete Skjelbreid Poirèes avskjed som skiskytter. Det er allikevel herrene og Ole Einar Bjørndalens gullmedaljer som mottar leserens blikkfang ved bruk av store bilder og overskrifter. Det vil si at kvinnene i stor grad presenteres gjennom mange, men små artikler, overskrifter og bilder. Ved hjelp av Bourdieus begreper om kapital tolker jeg i den diskursive praksisen fordelingen mellom kjønn som ulik besittelse av kapital. Både Liv Grete Skjelbreid Poirèe og Ole Einar Bjørndalen har tilegnet seg store mengder kapital gjennom suksessrike karrierer. På den måten besitter de symbolsk makt og er ettertraktete som utøvere og kilde på det sportsjournalistiske felt. Det understrekes videre at flere av de andre utøverne er oppgitt over at sportsjournalistene ser ut til å glemme at det er flere andre utøvere som også er interessante og oppnår gode resultater. Under verdenscupavslutningen oppleves sportsjournalistene allikevel som innpåslitne blant flere av kvinnene. Organiseringen i Holmenkollen legger til rette for at sportsjournalistene kommer svært nær de kvinnelige utøverne og det oppleves til tider for nært. Både ved fysisk tilstedeværelse i mixsonen og målområdet, og mentalt hvor enkelte uttrykker at de blir forstyrret og mister evnen til å fokusere på det de er der for å gjøre.

VG og Dagbladets redaksjoner preges av menn, noe som bygger opp under tanken om avisene som en maskulin eksponeringsindustri (Lippe 2005). Utenom utøveren selv, er det menn som omtaler kvinner og deres stemmer som kommer til uttrykk i tekst, overskrift og bilde. Dette fører trolig til at kvinnen blir sett i

lys av et tradisjonelt kjønnsrollemønster som gjennom historien har utviklet seg i et patriarkalsk samfunn. Kvinnen har her blitt utsatt for en objektivisering. Gjennom en dominerende maskulin forståelse har menn det privilegium å få uttrykke seg i media og ved bruk av sin symbolske makt kategorisere og definere skiskytterkvinnene i mediabildet. Flere av utøverne uttrykker et ønske om selv å få velge hvordan de ønsker å blir presentert i media ved å presentere seg slik de ønsker å bli oppfattet på det sportsjournalistiske felt. Ved at de kvinnelige utøverne har blitt sosialisert inn i en sosiokulturell praksis som ”naturliggjør” de biologiske forskjellene mellom kjønnene (Bourdieu 2000) blir den i flere tilfeller konstituerende på det sportsjournalistiske felt. Sportsjournalistene bidrar til å skape forestillinger om hvordan kvinnelige toppidrettsutøvere bør være. Studien viser hvordan flere av de kvinnelige utøverne fremstiler seg slik de tror samfunnets syn på det å være toppidrettsutøver er. Studien viser på den andre siden at kvinnen ved flere anledninger presenteres i VG og Dagbladet som ”det annet kjønn”.

Hvordan de kvinnelige skiskytterne opplever media og relasjonen til sportsjournalistene avhenger av erfaring. Studien viser hvordan utøvere med lang erfaring og som allerede har tilegnet seg feltets doxa og etablert ulike typer kapital på det sportsjournalistiske feltet, i større grad har et avslappet forhold til media. Enkelte bruker sin kapital til å utøve symbolsk makt i forhold til sportsjournalistene, noe som ser ut til å være et bevisst valg med tanke på sponsorinntekter. I tillegg til erfaring er også personlighet avgjørende. Ikke alle trives som midtpunkt og sammen med de med lite erfaring uttrykker de skepsis og en reservert holdning. Det er rimelig å anta at disse utøverne ikke har tilegnet seg like stor kapital og opplever ikke samme kontroll over situasjonen. Den økende tabloidiseringen bidrar også til at sportsjournalistene kommer enda tettere inn på utøverne og oppleves av enkelte som for nært. Enkelte av de mer

erfarne understreker at man etter hvert blir vant med det, selv om dette også avhenger av personlighet og aksept av feltets doxa. Det oppleves derfor av noen som at sportsjournalistene mangler respekt, mens andre opplever det som grei relasjon. Slik oppleves relasjonen av enkelte utøvere som noe ukomfortabelt, og som en ”tvungen” relasjon ved at man står i et avhengighetsforhold til dem med tanke på sponsorer.

Det sportsjournalistiske felt gjør noen av skiskytterkvinnene nervøse og usikre. I den forbindelse viser studien at utøverne snakker sammen og deler av sin kulturelle kapital på feltet. Enkelte opplever at det ikke klarer å være seg selv i media og føler at de ikke blir riktig fremstilt. Det blir da vanskelig å få oppmerksomhet og enkelte av utøverne føler at de får urettmessig lite oppmerksomhet i forhold til de ”utadvendte og sprudlende”.

Studien understreker hvordan relasjonen til sportsjournalistene og det å bli presentert i VG og Dagbladet kan bidra til engasjerende og følelsesladde diskurser. Svarene vil i stor grad avhenge av individet det gjelder, samt diskursive og sosiokulturelle praksiser. Det er viktig å understreke at oppgavens slutninger ikke nødvendigvis er betegnende for utøveres relasjon til sportsjournalister generelt, eller gjelder alle olympiske leker eller verdenscuprenn.

LITTERATURLISTE

Bøker, tidsskrift og rapporter:

- Allern, Sigurd (2001). *Nyhetsverdier*. Oslo: IJ-forlaget.
- Aristoteles (2006). *Retorikk*. Oslo: Vidarforlaget.
- Augestad, Pål (2003). *Skolering av kroppen*. Dr.politgrad. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo.
- Bakke, Per (1999). *Fra varesamfunn til informasjonssamfunn*. Oslo: Solum Forlag.
- Barthes, Roland (1972). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, Roland (2001). *Det lyse rommet. Tanker om fotografiet*. Oslo: Pax Forlag.
- Bauvoir, Simone de (1949). *Le deuxième sexe*. Paris: Gillimard.
- Becker, Howard S. (1970). *Sociological work: Method and substance*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Bourdieu, Pierre (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, Pierre (1990). *The logic of practice*. Oxford: Polity press.
- Bourdieu, Pierre (1993). *In Other Words. Essays Towards a Reflexive Sociology*. Stamford: Stamford University Press.
- Bourdieu, Pierre (1996). *Symbolsk makt*. Oslo: Pax forlag.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: University Press.
- Bourdieu, Pierre (1998). *Om fjernsynet*. Oslo: Gyldendal Norsk forlag.
- Bourdieu, Pierre (1999). *Meditasjoner*. Oslo: Pax forlag.
- Bourdieu, Pierre (2000). *Den maskuline dominans*. Oslo: Pax forlag.
- Bourdieu, Pierre (2002). *Distinksjonen*. Oslo: Pax forlag.
- Bourdieu, Pierre (2005). The Political field, the Social Science field, and the

- Journalistic Field. I: Rodney Benson og Erik Neveu (red.), *Bourdieu and the Journalistic field*. Cambridge & Malden: Polity.
- Bourdieu, Pierre og Loïc J. D. Waquant (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Brandsås og Odden (1997). *Idrettes lakeier. Om sportsjournalister, makt og penger*. Otta: Forum og Aschehoug.
- Broady, Donald, Pierre Bourdieu og Mikael Palme (1991). *Kultursociologiska texter*. Stockholm: Brutus Östlings bokförlag.
- Broch, Trygve Beyer (2008). *Håndballkrigeren – et kjønnnet perspektiv på fjernsynets formidling av herrehåndball*. Masteroppgave i idrettsvitenskap, seksjon for kultur og samfunn. Norges idrettshøgskole.
- Campbell, Donald T. (1956). *Leadership and its effects upon the group*. Columbus: The Ohio State University Press.
- Cashmore, Ellis (2002). *Beckham*. Cambridge: Polity Press.
- Cloudry, Nick (2003). *Media Rituals. A critical approach*. London og New York: Routledge.
- Craig, Steve (1992). Metal Men and Glamour Boys. I: Steve Craig (red.), *Men, Masculinity and the Media*. New Public Park: Sage Publications.
- Creedon, Pamela J. (1994). *Women, media and sport. Challenging gender values*. Thousand Oaks, California: SAGE.
- Crossely, Nick (2001). *The Social Body*. London: Sage Publications.
- Dahlèn, Petter, Matti Goksøyr og Lars Tore Ronglan (2004). Sport og medier. *Moving bodies 2* (2).
- Dahlèn, Peter og Knut Helland (2002). Sport og medier. En forskningsoversikt. *Norsk medietidsskrift*, 9 (2), 7-25.
- Dahlgren, Peter og Colin Sparks (1992). *Journalism and popular culture*. London: SAGE publications.
- Danielsen, Arild (1998). Kulturell kapital i Norge. *Sosiologisk tidsskrift. Journal*

- of Sociology* 6 (1-2), 75-103.
- Denzin, Norman (1970). *The research act. A theoretical introduction to sociological methods*. Chicago: Aldine.
- Eide, Martin (1995). *VG. Verdens Gang 1945-95. Blod, sverte og glederstårer*. Oslo: Schibsted.
- Eide, Martin (2000). *Den redigerende makt. Redaktørrollens norske historie*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Eide, Martin (red.) (2001) *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Fairclough, Norman (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity press.
- Fairclough, Norman (1995a). *Critical Discourse Analysis. The critical study of language*. London: Longman Group Limited.
- Fairclough, Norman (1995b). *Media Discourse*. London: Arnold.
- Fairclough, Norman (2001). *Language and Power*. London: Pearson.
- Fairclough, Norman (2003). *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Fangen, Katrine (2004). *Deltakende observasjon*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Fausing, Bent og Peter Larsen (1982). *Billeder. Analyse og historie*. Varde: Dansklærerforeningen/Skov.
- Fielding, Nigel G. og Jane L. Fielding (1986). *Linking data*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Flekke, Bernt Ove (2005). *Når VG rammar sporten – "Hele Norges sportsavis" i et historisk perspektiv*. Hovedoppgåve i medievitenskap for cand. polit. – graden. Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen.
- Fog, Jette (1994). *Med samtalen som utgangspunkt. Det kvalitative forskningsinterview*. København: Akademisk Forlag.

- Gilje, Nils og Harald Grimen (1993). *Samfunnsvitenskapenes forutsetninger. Innføring i samfunnsvitenskapenes vitenskapsfilosofi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Goksøyr, Matti (1994). Nasjonal identitetsbygging gjennom idrett og friluftsliv. *Nytt norsk tidsskrift* 11 (2), 182-193.
- Gripsrud, Jostein (1999). *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Guttman, Allen (1978). *From ritual to record*. New York: Columbia University Press.
- Habermas, Jürgen (2005). *Borgerlig offentlighet. Dens fremvekst og forfall: en undersøkelse omkring et av det borgerlige samfunns grunnbegreper*. Oslo: De norske bokklubbene.
- Halvorsen, Knut (2003). *Å forske på samfunnet. En innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Cappelen Akademiske Forlag.
- Hanstad, Dag Vidar (2005). *FULLT HUS – eventyret norsk skiskyting*. Oslo: Akilles.
- Harris, Michael (1998). Sport in the newspapers before 1750. Representations of cricket, class and commerce in the London press. *Media History* 4 (1), 19-28.
- Helland, Knut (2003). *Sport, medier og journalistikk. Med fotballandslaget til EM*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Helle, Lars (2009, 18. februar). Håp for avisene. *Dagbladet*, s. 3.
- Hernes, Gudmund (1977). Det mediavridde samfunn. *Samtiden* 1, 181 - 195.
- Hernes, Gudmund (1984). Media: Struktur, vridning, drama. *Nytt Norsk Tidsskrift* 1.
- Hettervik, Lene (2007). *En lettkledd lek i "sandkassen"? En innholdsanalyse av Stavanger aftenblads og Verdens gangs dekning av sandvolleyball under sommer-OL i 2004*. Hovedfagsoppgave, Norges idrettshøgskole.

- Hillesund, Terje (1994). *Står det noe nytt? Innføring i analyse av aviser og nyheter*. Oslo: Institutt for journalistikk.
- Holme, Idar Magne og Bernt Krohn Solvang (1996). *Metodevalg og metodebruk (3 utg.)*. Oslo: Tano.
- Holter, Harriet (red.) (1996) *Hun og han. Kjønn i forskning og politikk*. Oslo: Pax Forlag.
- Hågvar, Yngve Benestad (2003). *Hele folkets diskurs. En kritisk analyse av den gode VG-sak*. Oslo: Norsk sakprosa i samarbeid med Norsk faglitterær forfatter og oversetterforening.
- Johannessen, Asbjørn og Per Arne Tufte (2002). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo:Abstract.
- Johansen, Anders (2002). *Talerens troverdighet. Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Jørgensen, Marianne W. og Louise Phillips (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag Samfundslitteratur.
- Kolnes, Liv-Jorunn (1994a). *Kvinner og toppidrett. Om kjønn, kropp, seksualitet og relasjoner i toppidretten*. Doktorgradsavhandling. Institutt for samfunnsfag, Norges idrettshøgskole.
- Kolnes, Liv-Jorunn (1994b). Seksualisering av kvinner i moderne toppidrett. I: *Kvinner. En utfordring for idretten? Rapport fra en konferanse i anledning OL '94 i Lillehammer (s. 45.67)*. Oslo: Sekretariatet for kvinneforskning, Norges forskningsråd.
- Kvale, Steinar (1997). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Lindroth, Jan (1975). *När idrotten blev folkrörelse*. Stockholm: Rabén og Sjögren.
- Lippe, Gerd von der (2001). *Idrett som kulturelle drama. Møteplasser i idrettsosiologi og idrettshistorie*. Oslo: Cappelen Akademiske forlag.

- Lippe, Gerd von der (2002). Media image : sport, gender and national identities in five European countries. *International review for the sociology of sport* 37 (3/4), 371-395.
- Lippe, Gerd von der (2003). Konstruksjon av kjønn og seksualitet i en dramaturgisk idrettskontekst. *Sosiologisk tidsskrift* 11 (4), 339-368.
- Lippe, Gerd von der (2004). Mediated masculine scandal in the Norwegian press. The football world cup of 1954. I: Susan J. Bandy (red.) *Nordic narratives in sport and physical culture. Transdisciplinary perspectives* (s. 66-85). Aarhus: Aarhus Universitet.
- Lippe, Gerd von der (2005a) Female flying bodies in Norwegian sports media. I: Annette R. Hofmann og Else Trangbæk (red.), *International perspectives on sporting women in past and present : a Festschrift for Gertrud Pfister*. København: Institute of Exercise and Sport Sciences, Universitet i København.
- Lippe, Gerd von der (2005b). Klesdiskursen i sandvolleyball i OL-04. *Norsk medietidsskrift*, 12 (3), 234-255.
- Lippe, Gerd von der (2007). Kvinnelige fotballspillere har ikke baller. *Samtiden* 4, 86-93.
- Lippe, Gerd von der (2009). Kunsten å skape et maskulint begjærsidol i idrett. I: Bjørn Tore Johansen, Rune Høigaard og Jon Besse Fjeld (red.), *Nyere perspektiv innen idrett og idrettspedagogikk* (s. 53-77). Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Lippe, Gerd von der (2010). *Mediesportens mytiske øyeblikk*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Lippe, Gerd von der og Malcolm MacLean (2008). Brawling in Berne: Mediated Transnational Moral Panics in the 1954 Football World Cup. *International Review for the Sociology of Sports* 43 (1), 71-90.
- Mathiesen, Thomas (1993). *En innføring i mediesosiologi* (2. utg.). Oslo: Pax

Forlag.

- Meslo, Even Martin (2001). *VG og Aftenpostens dekning av Euro 2000 – En kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse av VG og Aftenpostens dekning av Euro 2000*. Hovedfagsoppgave i idretts sosiologi. Institutt for samfunnsfag, Norges Idrettshøgskole.
- Mortensen, Ellen, Cathrine Egeland, Randi Gressgård, Cathrine Holst, Kari Jegerstedt, Sissel Rosland og Kristin Sampson (2008). *Kjønnsteori*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Munk, Martin D. (1999). *Livsbaner gjennom et felt. En analyse af eliteidrætsutøveres sociale mobilitet og rekonversjoner af kapital i det sociale rum*. Doktorgradsavhandling. Sociologiska institutionen, Lunds Universitet.
- Myhre, Øistein (2008). *Dagbladet sport. Når Dagbladet rapporterer fra de olympiske vinterleker. En kvantitativ og kvalitativ avisanalyse av Dagbladets dekning av de olympiske vinterleker i Salt Lake City 2002 og i Torino 2006*. Masteroppgave i idrett og friluftsliv. Institutt for idrett og friluftsliv, Høgskolen i Telemark.
- Neumann, Iver B. (2001). *Mening, materialitet, makt. En innføring i diskursanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Olsson, Henny og Stafan Sörensen (2003). *Forskningsprosessen. Kvalitative og kvantitative perspektiver*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Oriard, Michael (1993). *Reading football. How the popular press created an American spectacle*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Pettersen, Per (1978) *Idrett og presse*. Hovedfagsoppgave. Oslo: Norges Idrettshøgskole.
- Postman, Neil (1987). *Vi morer oss til døde*. Oslo: Gyldendal Norsk forlag.
- Prieur, Annick og Carsten Sestoft (2006). *Pierre Bourdieu. En introduktion*. København: Reitzel.

- Raaum, Odd (2001). Se opp for etterligninger. Journalistikk som merkevare. I: Eide, Martin(red.), *Til dagsorden. Journalistikk makt, og demokrati* (s. 59-85). Oslo: Gyldendal.
- Rasmussen, Terje (2003). *Luhmann. Kommunikasjon, medier, samfunn*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Riley, Matilda White (1963). *Sociological Research*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Roksvold, Thore (1975). *Holdninger i avisenes fotballreportasjer. Ein studie i språkbruk*. Hovedoppgave i nordisk. Institutt for journalistikk, Universitetet i Oslo.
- Roksvold, Thore (red.) (1993). *Sport i avis. 7 analyser av norsk sportsjournalistikk*. Fredrikstad: IJ-forlaget.
- Ronglan, Lars Tore (2000). *Gjennom sesongen. En sosiologisk studie av det norske kvinnelandslaget i håndball på og utenfor banen*. Doktorgradsavhandling. Norges Idrettshøgskole.
- Ronglan, Lars Tore (2008). Håndboldens medieeksponering: Hvad med spillerne selv? I: Rasmus K. Storm (red.), *Dansk Håndbold – bredde, elite og kommersialiseringens konsekvenser* (s. 282-304). København: Forlaget Bavnebanke.
- Rowe, David (1992). Modes of sports writing. I: Peter Dahlgren og Colin Sparks (red.), *Journalism and Popular Culture* (s. 64-83). London: Sage Publications.
- Rowe, David (1999). *Sports, Culture and the Media*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Schwebs, Ture og Helge Østbye (2007). *Media i samfunnet (5. utg.)*. Oslo: Det norske samlaget.
- Silverman, David (1993). *Interpreting qualitative data : methods for analysing talk, text and interaction*. London: Sage Publications.

- Simonsen, Marie (2009, 4. mai). Sist og først. *Dagbladet*.
- Sisjord, Mari Kristin og Elsa Kristiansen (2008). Serious Athletes or Media clown? Female and male wrestlers' perceptions of media constructions. *Sociology of Sport Journal* 25 (3), 350-368.
- Slaatta, Tore (2003). *Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Slette-meås, Kjell Terje (2005). *Sosialisert til å konkurrere – En kultursosiologisk studie av langrenn*. Masteroppgave i idrett og friluftsliv. Institutt for idrett og friluftsliv, Høgskolen i Telemark.
- Sontag, Susan (1977). *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Sparks, Colin (2000). The Panic over Tabloid News. I: Colin Sparks og John Tulloch (red.), *Menn i mellom. Makt- og demokratiutredningen 1998-2003*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Strømstad, Dag-Erik (2007). *Myter i VG-sporten : en narrativ diskursanalyse*. Masteroppgave. Norges idrettshøgskole.
- Svare, Helge (2006). *Den gode samtale. Kunsten å skape dialog*. Oslo: Pax forlag.
- Tangen, Jan Ove (1997). *Samfunnets idrett*. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo.
- Herding, Henning H. (2001). Uten en tra. *Ultrasport* 12 (62).
- Vogler, Christoffer (1999). *The writers journey. Mythical structure for storytellers and screenwriters* (2. utg). London: Pan.
- Wadel, Cato (1991). *Feltarbeid i egen kultur. En innføring i kvalitativt orientert samfunnsforskning*. Flekkefjord: SEEK.
- Waquant, Loïc J. D. (1992). The Social Logic of Boxing in Black Chicago. Toward A Sociology of Puglis. *Sociology of sport journal* 9 (3), 221-254.
- Whannel, Gary (1991). "Grandstand" – the sportsfan and the family audience. I: John Corner (red.), *Popular Television in Britain* (s. 182-196). London:

BFI Publishing.

Wærstad, Knut (1993). *Verdens Gang*. Hovedavhandling ved embetsstudiet i sosiologi. Institutt for sosiologi, Universitetet i Oslo.

Ytreberg, Espen (2006). *Medie- og kommunikasjonsteori*. Oslo: Universitetsforlaget.

Zoonen, Liesbeth van (1994). *Feminist media studies*. London: Sage Publications.

Østgaard, Einar (1965). Factors influencing the Flow of News. *Journal of Peace Research* 2 (1), 39-36.

Østgaard, Einar (1967). *Nyheter til salgs*. Oslo: Aschehoug.

Østlyngen, Trine og Turid Øvrebø (1998). *Journalistikk. Metode og fag*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2002). *Metodebok for mediefag* (2.utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2007) *Metodebok for medievitenskap* (3.utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Avisartikler:

2006, 10. februar. Idolet Ole Einar. *Dagbladet*, s. 2.

2006, 10. februar. I gullform. *VG*, s. 4.

2006, 10. februar. Vi er klare. *Dagbladet*, s. 1.

2006, 11. februar. Dagens gullhåp. *VG*, s. 1.

2006, 11. februar. Maktkampen som fratok Liv Grete gullet. *Dagbladet*, s. 34-35.

2006, 12. februar. God OL-start i Torino. *Dagbladet*, s. 1.

2006, 12. februar. Innbitt da sølvet glapp. *VG*, s. 9.

2006, 14. februar. Fikk ros etter skytefadesen. *VG*, s. 5.

2006, 24. februar. Bommet og gråt. *Dagbladet*, s. 27.

2006, 24. mars. Frykter tårene. *VG*, s. 3.

2006, 24. mars. Jentene takker Liv Grete. *Dagbladet*, s. 33.

2006, 24. mars. Ole Einar dro rett på fest. *VG*, s. 1.

Internett:

www.wikipedia.no (hentet 18. mai 2009).

www.ordnett.no (hentet 18. mai 2009).

Annet:

TNS Gallups Forbruker & Media: 2009 – base.

Appendiks

INNHOLDSFORTEGNELSE

Intervjuguide	160
Oversikt over analyserte avisartikler	163
Kvantitativ analyse av avisartikler fra VG og Dagbladet.	165
Sammenligning av VG og Dagbladets dekning av skiskyting	171
Areal- og antallsfordeling av overskrifter og bilder i VG	171
Areal- og antallsfordeling av overskrifter og bilder i VG	175

Intervjuguide

Bakgrunnsspørsmål:

- a) Hvor gammel er du?
- b) Hvor kommer du fra? by/land?
- c) Når begynte du med idretten din? Og hva fikk deg til å velge akkurat denne idretten?
- d) Hva het din første Klubb?
- e) Når begynte du å konkurrere?
- f) Hvor lenge har du vært på landslaget?
- g) Hva er de største forandringene i prioritert rekkefølge ved å bli tatt opp på landslagsnivå?
- h) Hva er dine største utfordringer i prioritert rekkefølge ved å være på nasjonalt nivå hittil?

Relasjon og samarbeid:

- a) Hvilke medier har du mest kontakt med?
(Da tenker jeg på hvilke aviser og tv kanaler som er mest framtreddende i den kontakten du har med slike forum) Hvorfor akkurat de/den?
- b) Hvordan vil du karakterisere ditt forhold til mediene?
- c) Er det noen spesielle journalister/reportere som kontakter deg mer enn andre? I så tilfelle hvorfor?
- d) Hvor mye tid bruker du på journalister før og etter konkurranser? Er dette noe du tenker over?(hvor mye tid du setter av til dem) Forskjell på når du gjør det bra og når du gjør det dårlig?
- e) Hvilken rolle har mediene i din hverdag som utøver?
- f) Har du på noen måte personlig nytte av kontakt med mediene? I så tilfelle på hvilken måte?
- g) Blir det snakket om mediene? Hvorfor/hvorfor ikke?
- h) Finnes det noen retningslinjer fra ledelsen/støtteapparat angående kontakt med mediene? I så fall hvilke? Og fra hvem?
- i) Tar ledelsen ansvar for å skolere dere når det gjelder kontakt med journalister?

I så fall, hvem og hvordan?

- j) Hvordan opplever du mediernes interesse for privatlivet?
- k) Føler du deg riktig fremstilt og sitert i mediene? Er det noen forskjell når du gjør det bra og dårlig?
- l) Påvirker mediene deg? I så tilfelle på hvilken måte?

Trening

Konkurranser

Resultater

- m) Føler du deg respektert? Med det mener jeg å spør om du på noen måter føler at du som person blir krenket?
- n) Kan du beskrive en positiv opplevelse knyttet til eksponering i mediene?
- o) Kan du beskrive en negativ opplevelse knyttet til eksponering i mediene?
- p) Er det noe du gjerne skulle ønsket at mediene gjorde annerledes?
(Da tenker jeg på fremgangsmåte, kontakt og type spørsmål).

Konkrete eksempler :

- a) Hadde du tilgang på VG eller Dagbladet under de Olympiske Leker i Torino?
- b) Leste du VG eller Dagbladet under de Olympiske Leker i Torino regelmessig, sporadisk eller ikke?(Med regelmessig tenker jeg på om du hadde tilgang på dem hver dag og med sporadisk mener jeg om du leste dem tilfeldig, hvis tilgjengelige).Hvorfor leser du avisene? I tilfelle bare en avis, hvorfor akkurat denne?
- c) Hvordan opplevde du mediene under OL i Torino?
(Ivrigere enn ved andre internasjonale renn? forstyrrende?)
- d) Var kontakten med mediene på noen måte organisert under OL?
(avtaler om når dere var tilgjengelig for kommentarer)
- f) Under de Olympiske leker ble det i Dagbladet laget en oversikt over de 10 mest sexy. Hva er dine tanker omkring dette og medias/tabloidenes fokusering på kropp og utseende?(Spes. Gro Marit. Dagbladet søndag 19.02)
- g) Mye fokus på deg Liv Grete! Og spekulasjoner rundt din framtid som skiskytter. Hvordan opplever du dette? (ta opp de ulike temaene det ble fokusert på)
- h) Under OL skrev Dagbladet (fredag 24.02.06) følgende: ”Bommet og gråt”. Kan du beskrive hvordan du reagerte på den artikkelen?/Hvordan du reagerer når du ser den nå?

i) Dekningen av kvinnelandslaget under OL er betydelig mindre enn dekningen av herrelandslaget(18,6% om kvinner, 66,6 % menn og 14,7% kvinner/menn). Har du noen tanker omkring dette? (Jeg trekker gjerne inn flere % opplysninger).

j) Har du noen hendelser fra OL i kontakt med norske medier du husker spesielt godt? Utdyp? Hvorfor?

World Cup – Holmenkollen:

Under World Cup avslutningen la jeg merke til at dere rett etter løpet skiftet til tørre klær og hvor vanskelig det var å gjøre usjenert. Hvordan opplever du dette?

Hvordan opplever du spørsmål fra mediene før og etter endt løp?

Er møtet med mediene avtalt på forhånd?

Har medienes tilstedeværelse betydning for deg?

Hvordan opplevde du(Liv Grete) medienes fokusering på deg under World Cup avslutningen?

Jeg la merke til at en reporter ropte etter deg(Liv Grete) når du gikk ut fra standplass på innskytingen. Det så ut til at han ønsket at du skulle stanse. Hvordan opplever du slike henvendelser?

Hvordan opplevde du medienes fokusering på Liv Grete?

Ut ifra mine observasjoner i holmenkollen synes jeg reportere og journalister virker tilsynelatende innpåslitne og freidige. Hva er dine tanker om dette?

Andre ting du har tenkt på i løpet av intervjuet som du kunne tenke deg å fortelle om?

Oversikt over analyserte avisartikler

VG:

- 10.2.2006: Oversikt/presentasjon av skiskytterne.
- 10.2.2006: I gullform.
- 10.2.2006: Fikk råd av Dæhlie.
- 11.2.2006: Nå vil han skyte uten å puste.
- 11.2.2006: De avgjørende sekundene.
- 11.2.2006: Dagens gullhåp.
- 11.2.2005: Liv Grete Poireè.
- 12.2.2006: Innbitt da gullet glapp.
- 12.2.2006: To hemmelige ord reddet sølvet.
- 12.2.2006: Hanevold ble historisk.
- 13.2.2006: Vurdere å legge opp.
- 13.2.2006: Endrer ladegrepet.
- 13.2.2006: Stoler ikke på kjerringrådene.
- 14.2.2006: Fikk ros etter skytefadesen.
- 14.2.2006: Medaljen er ingen selvfølge for oss.
- 15.2.2006: Helt sykt.
- 15.2.2006: Syk, sykere, sykest.
- 15.2.2006: Lanseres som toppidrettssjef.
- 15.2.2006: Skiller skiskytterne.
- 18.2.2006: Større fokus på herreidretten.
- 19.2.2006: Har valgt vekk spurttrening.
- 22.2.2006: Gull kan ikke kjøpes på salg.
- 22.2.2006: Verdensrekord på fiaskodagen.
- 25.2.2006: Virkeligheten er oppskrytt.
- 25.2.2006: 10 år eldre siden 1992.
- 26.2.2006: Ser meg ikke tilbake.
- 26.2.2006: Vurderer friår.
- 24.3.2006: Ole Einar dro rett på fest.
- 24.3.2006: Starter bryllupsfesten.
- 24.3.2006: Frykter tårene.
- 24.3.2006: Ekspertpanelet Halvard Hanevold.
- 26.3.2006: Liv og Kari kan bli nytt TV-par.
- 26.3.2006: Kan bli ny TV-duo.

Dagbladet:

- 10.2.2006: Nå er jeg i form til OL, Ole.
- 10.2.2006: Hele Norge med i Torino.
- 10.2.2006: Fotodokument- på jakt etter estetiske øyeblikk.
- 10.2.2006: Vi er klare.

- 10.2.2006: Idolet Ole Einar.
- 11.2.2006: I dag gjelder det. Bjørndalens karakterbok på seg selv.
- 11.2.2006: Maktkampen som fratok Liv Grete gullet.
- 11.2.2006: Karakterboka på seg sjøl.
- 11.2.2006: Får se Emma når hun vil.
- 12.2.2006: God norsk OL-start i Torino.
- 12.2.2006: Den laaaange festen.
- 12.2.2006: Overnattet i lavlandet.
- 13.2.2006: Uten OL-medalje vil ikke målet være nådd.
- 14.2.2006: Fillereistet av seg skuffelsen, men Liv Grete måtte likevel snakke ut med psykologen.
- 14.2.2006: OL-ekspertene om ulike situasjoner.
- 15.2.2006: Slutt med kjæresten, men på jobben har Halvard full klaff.
- 15.2.2006: Midt i grafikken.
- 15.2.2006: OL-suksess – tross brudd med kjæresten.
- 15.2.2006: Frode isolert etter bronzen.
- 17.2.2006: Han avslørte Pyleva.
- 17.2.2006: Halvard Hanevold nr. 3.
- 17.2.2006: Liv Grete hyller OL-mesteren.
- 17.2.2006: Halvard er testet 5 dager på rad.
- 19.2.2006: Ringte Aamodt etter sølvløpet.
- 19.2.2006: Jeg burde benyttet sjansen.
- 19.2.2006: Usikker etter formsvikt.
- 19.2.2006: 10 mest sexy i OL.
- 21.2.2006: Skiskytterne robbet – frastjålet penger, utstyr og klær.
- 21.2.2006: Rundstjålet før stafetten.
- 21.2.2006: Rikes ti stafettøyeblikk.
- 22.2.2006: Tyvene overså 200.000 kroner.
- 22.2.2006: David (1) trøstet pappa.
- 24.2.2006: Bommet og gråt.
- 25.2.2006: Tror jeg hadde 17 treff.
- 26.2.2006: Sats på langrenn.
- 26.2.2006: Om fire år er alt glemt.
- 23.3.2006: Vil savne Liv Grete.
- 23.3.2006: Reklame-kvinner.
- 24.3.2006: Trøyeskifte i kollen.
- 24.3.2006: Liv Grete – sportsmagasinet.
- 24.3.2006: Et nytt liv.
- 24.3.2006: Jentene takker Liv Grete.
- 26.3.2006: Skeptisk til trenerbytte.
- 26.3.2006: Mer fest enn et renn.

Kvantitativ analyse av avisartikler fra VG og Dagbladet.

Tabell 1 Arealfordeling innen samlet artikkelareal i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Fordeling av samlet areal i VG og Dagbladet				
OL i Torino 2006	Overskrift	Bilder	Tekst	Annet
Arealfordeling i VG og Dagbladets dekning av OL (%)	12,6	61,1	18,1	8,2
Arealfordeling i VG og Dagbladets dekning av skiskytterkvinnene under OL (%)	10,5	67,1	20,6	1,7
Arealfordeling i VG og Dagbladets dekning av skiskytterherrene under OL (%)	12,3	70,5	17,1	0
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen (WC) 2006				
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen (WC) 2006	Overskrift	Bilder	Tekst	Annet
Arealfordeling i VG og Dagbladet dekning av WC (%)	8,4	61,5	15,5	14,6
Arealfordeling i VG og Dagbladets dekning av skiskytterkvinnene under WC (%)	5,1	56	18	20,9
Arealfordeling i VG og Dagbladets dekning av skiskytterherrene under WC (%)	12,3	68,6	12,2	6,3

Tabell 2 Sammenligning av arealfordeling av samlet artikkelareal i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Sammenligning av arealfordeling mellom VG og Dagbladet				
OL i Torino 2006	Overskrift	Bilder	Tekst	Annet
Arealfordeling i VGs dekning av skiskyting under OL (%)	14,7	44,6	21	19,7
Arealfordeling i Dagbladets dekning av skiskyting under OL (%)	10,8	70,5	16,4	2,3
Arealfordeling i VGs dekning av skiskytterkvinnene under OL (%)	11,7	63,4	24,9	0
Arealfordeling i Dagbladets dekning av skiskytterkvinnene under OL (%)	10	67,6	18,9	3,5
Arealfordeling i VGs dekning av skiskytterherrene under OL (%)	17,8	62,3	19,8	0
Arealfordeling i Dagbladets dekning av skiskytterherrene under OL (%)	10	73,8	15,9	0,3
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen (WC) 2006	Overskrift	Bilder	Tekst	Annet
Arealfordeling i VGs dekning av skiskyting under WC (%)	16,9	49,5	14,1	19,5
Arealfordeling i Dagbladets dekning av skiskyting under WC (%)	6,1	64,9	15,9	13,2
Arealfordeling i VGs dekning av skiskytterkvinnene under WC (%)	21,8	26,1	13,4	38,7
Arealfordeling i Dagbladets dekning av skiskytterkvinnene under WC (%)	2,4	60,7	18,7	18,1
Arealfordeling i VGs dekning av skiskytterherrene under WC (%)	14,3	62,1	14,5	9,2
Arealfordeling i Dagbladets dekning av skiskytterherrene under WC (%)	12,1	71,8	11,2	4,9

Tabell 3 Fordeling av samlet overskriftsareal på kjønn og overskriftstype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Fordeling av samlet overskriftsareal i VG og Dagbladet			
OL i Torino 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av overskriftsareal på kjønn (%)	16	67,3	17,7
	A-overskrift	B-overskrift	C-overskrift
Fordeling av overskriftsareal på overskriftstype (%)	84,4	9,3	2,3
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av overskriftsareal på kjønn (%)	33,9	66,1	0
	A-overskrift	B-overskrift	C-overskrift
Fordeling av overskriftsareal på overskriftstype (%)	75,5	12,9	11,9

Tabell 4 Fordeling av antall overskrifter og overskriftsareal på kjønn og overskriftstype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006. (K= kvinner, M= menn, K/M= kvinner og menn, A= A-overskrift, B= B-overskrift, C= C-overskrift).

OL i Torino 2006	A-overskrift			B-overskrift			C-overskrift		
	K	M	K/M	K	M	K/M	K	M	K/M
Fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (stk)	6	22	8	1	11	3	3	10	3
Relativ fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (%)	16,7	61,1	22,2	6,7	73,3	20,0	18,8	62,5	18,8
Relativ fordeling av overskriftsareal på kjønn innen hver overskriftstype (%)	17,3	67,6	15,1	2,9	68,2	28,9	17,8	54,7	27,6
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (stk)	4	3	0	2	3	0	2	0	0
Relativ fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (%)	57,1	42,9	0	40	60	0	100	0	0
Relativ fordeling av overskriftsareal på kjønn innen hver overskriftstype (%)	33,8	28,3	0	28,3	71,7	0	100	0	0
OL i Torino 2006									
	Kvinner			Menn			Kvinner og menn		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (stk)	6	1	3	22	11	10	8	3	3
Relativ fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (%)	60	10	30	51,2	25,6	23,3	57,1	21,4	21,4
Relativ fordeling av overskriftsareal på overskriftstype innen kjønn (%)	95,1	1,6	3,2	88,6	9,1	2,4	79,8	15,4	4,8
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (stk)	4	2	2	3	3	0	0	0	0
Relativ fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (%)	50	25	25	50	50	0	0	0	0
Relativ fordeling av overskriftsareal på overskriftstype innen kjønn (%)	84,0	12,1	3,9	84,3	15,7	0	0	0	0

Tabell 5 Fordeling av samlet bildeareal på kjønn og bildetype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Fordeling av samlet bildeareal i VG og Dagbladet			
OL i Torino 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av bildeareal (%)	20,5	77,3	2,2
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av bildeareal på bildetype (%)	84	6,5	9,5
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av bildeareal på kjønn (%)	51,5	48,5	0
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av bildeareal på bildetype (%)	81,6	0,8	17,6

Tabell 6 Fordeling av antall bilder og bilderareal på kjønn og bildetype i VG og Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006. (K= kvinner, M= menn, K/M= kvinner og menn, A= A-bilde, B= B-bilde, C= C-bilde).

OL i Torino 2006	A-bilder			B-bilder			C-bilder		
	K	M	K/M	K	M	K/M	K	M	K/M
Fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (stk)	10	26	2	5	18	1	19	49	4
Relativ fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (%)	26,3	68,4	5,3	20,8	75	4,2	26,4	68,1	5,6
Relativ fordeling av bildeareal på kjønn innen hver bildetype (%)	21,6	76,8	1,6	9,4	82,2	8,4	18,1	78,5	3,4
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (stk)	4	6	0	0	1	0	4	4	0
Relativ fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (%)	40	60	0	0	100	0	50	50	0
Relativ fordeling av bildeareal på kjønn innen hver bildetype (%)	52,7	47,3	0	0	100	0	8,8	91,2	0
OL i Torino 2006									
OL i Torino 2006	Kvinner			Menn			Kvinner og menn		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (stk)	10	5	19	26	18	49	2	1	4
Relativ fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (%)	29,4	14,7	55,9	28	19,4	52,7	28,6	14,3	57,1
Relativ fordeling av bildeareal på bildetype innen kjønn (%)	88,8	3	8,2	83,6	6,9	9,5	61	24,7	14,4
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (stk)	4	0	4	6	1	4	0	0	0
Relativ fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (%)	50	0	50	54,5	9,1	36,4	0	0	0
Relativ fordeling av bildeareal på bildetype innen kjønn (%)	96,5	0	3,5	69,5	1,6	38,9	0	0	0

Sammenligning av VG og Dagbladets dekning av skiskyting

Areal- og antallsfordeling av overskrifter og bilder i VG

Tabell 7 Fordeling av samlet overskriftsareal på kjønn og overskriftstype i VGs dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Fordeling av samlet overskriftsareal i VG			
OL i Torino 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av overskriftsareal på kjønn (%)	10,4	66,1	23,5
	A-overskrift	B-overskrift	C-overskrift
Fordeling av overskriftsareal på overskriftstype (%)	89,8	6,4	3,8
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006			
	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av overskriftsareal på kjønn (%)	45,1	54,9	0
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av overskriftsareal på overskriftstype (%)	92	6,1	1,9

Tabell 8 Fordeling av antall overskrifter og overskriftsareal på kjønn og overskriftstype i VGs dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006. (K= kvinner, M= menn, K/M= kvinner og menn, A= A-overskrift, B= B-overskrift, C= C-overskrift).

	A-overskrift			B-overskrift			C-overskrift		
	K	M	K/M	K	M	K/M	K	M	K/M
OL i Torino 2006									
Fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (stk)	2	10	6	0	4	0	1	4	2
Relativ fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (%)	11,1	55,6	33,3	0	100	0	14,3	57,1	28,6
Relativ fordeling av overskriftsareal på kjønn innen hver overskriftstype (%)	10,4	63,9	25,6	0	100	0	26,1	61,5	12,4
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (stk)	2	1	0	0	1	0	1	0	0
Relativ fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (%)	66,7	33,3	0	0	100	0	100	0	0
Relativ fordeling av overskriftsareal på kjønn innen hver overskriftstype (%)	47	53	0	0	100	0	100	0	0
OL i Torino 2006									
	Kvinner			Menn			Kvinner og menn		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (stk)	2	0	1	10	4	4	6	0	2
Relativ fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (%)	66,7	0	33,3	55,6	22,2	22,2	75	0	25
Relativ fordeling av overskriftsareal på overskriftstype innen kjønn (%)	90,4	0	9,6	86,8	9,7	3,5	98	0	2
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (stk)	2	0	1	1	1	0	0	0	0
Relativ fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (%)	66,7	0	33,3	50	50	0	0	0	0
Relativ fordeling av overskriftsareal på overskriftstype innen kjønn (%)	95,8	0	4,2	88,8	11,2	0	0	0	0

Tabell 9 Fordeling av samlet bildeareal på kjønn og bildetype i VGs dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Fordeling av samlet bildeareal i VG			
OL i Torino 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av bildeareal (%)	18,4	76,1	5,5
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av bildeareal på bildetype (%)	88,5	2,1	9,4
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av bildeareal på kjønn (%)	18,4	81,6	0
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av bildeareal på bildetype (%)	18	82	0

Tabell 10 Fordeling av antall bilder og bilderareal på kjønn og bildetype i VGs dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006. (K= kvinner, M= menn, K/M= kvinner og menn, A= A-bilde, B= B-bilde, C= C-bilde).

OL i Torino 2006	A-bilder			B-bilder			C-bilder		
	K	M	K/M	K	M	K/M	K	M	K/M
Fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (stk)	3	11	2	0	4	0	13	20	2
Relativ fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (%)	18,8	68,8	12,5	0	100	0	37,1	57,1	5,7
Relativ fordeling av bildeareal på kjønn innen hver bildetype (%)	16,7	77,6	5,7	0	100	0	38,9	56,7	4,3
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (stk)	1	3	0	0	0	0	3	3	0
Relativ fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (%)	25	75	0	0	0	0	50	50	0
Relativ fordeling av bildeareal på kjønn innen hver bildetype (%)	71,5	28,5	0	0	0	0	6,8	93,2	0
OL i Torino 2006									
OL i Torino 2006	Kvinner			Menn			Kvinner og menn		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (stk)	3	0	13	11	4	20	2	0	2
Relativ fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (%)	18,8	0	81,3	31,4	11,4	57,1	50	0	50
Relativ fordeling av bildeareal på bildetype innen kjønn (%)	80,2	0	19,8	90,2	2,8	7	7,5	0	92,5
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (stk)	1	0	3	3	0	3	0	0	0
Relativ fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (%)	25	0	75	50	0	50	0	0	0
Relativ fordeling av bildeareal på bildetype innen kjønn (%)	69,8	0	30,2	6,3	0	93,7	0	0	0

Areal- og antallsfordeling av overskrifter og bilder i VG

Tabell 11 Fordeling av samlet overskriftsareal på kjønn og overskriftstype i Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Fordeling av samlet overskriftsareal i Dagbladet			
OL i Torino 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av overskriftsareal på kjønn (%)	20,4	68,2	11,4
	A-overskrift	B-overskrift	C-overskrift
Fordeling av overskriftsareal på overskriftstype (%)	86,4	11,5	2,1
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006			
	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av overskriftsareal på kjønn (%)	25,1	74,9	0
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av overskriftsareal på overskriftstype (%)	78,1	21	0,9

Tabell 12 Fordeling av antall overskrifter og overskriftsareal på kjønn og overskriftstype i Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006. (K= kvinner, M= menn, K/M= kvinner og menn, A= A-overskrift, B= B-overskrift, C= C-overskrift).

OL i Torino 2006	A-overskrift			B-overskrift			C-overskrift		
	K	M	K/M	K	M	K/M	K	M	K/M
Fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (stk)	4	12	2	1	7	3	2	6	1
Relativ fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (%)	22,2	66,7	11,1	9,1	63,6	27,3	22,2	66,7	11,1
Relativ fordeling av overskriftsareal på kjønn innen hver overskriftstype (%)	22,8	70,6	6,6	4,3	53,5	42,2	6,5	45,4	48
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall overskrifter på kjønn og overskriftstype (stk)	2	2	0	2	2	0	1	0	0
Relativ fordeling av antall overskrifter innen kjønn og overskriftstype (%)	50	50	0	50	50	0	100	0	0
Relativ fordeling av overskriftsareal på kjønn innen hver overskriftstype (%)	21,6	78,4	0	34,8	65,2	0	100	0	0
OL i Torino 2006									
OL i Torino 2006	Kvinner			Menn			Kvinner og menn		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
	4	1	2	12	7	6	2	3	1
Relativ fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (%)	57,1	14,3	28,6	48	28	24	33,3	50	16,7
Relativ fordeling av overskriftsareal på overskriftstype innen kjønn (%)	97	2,3	0,7	89,9	8,6	1,5	50,3	40,4	9,3
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (stk)	2	2	1	2	2	0	0	0	0
Relativ fordeling av antall overskrifter på overskriftstype og kjønn (%)	40	40	20	50	50	0	0	0	0
Relativ fordeling av overskriftsareal på overskriftstype innen kjønn (%)	67,2	29,2	3,6	81,7	18,3	0	0	0	0

Tabell 13 Fordeling av samlet bildeareal på kjønn og bildetype i Dagbladets dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006.

Fordeling av samlet bildeareal i Dagbladet			
OL i Torino 2006	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av bildeareal (%)	21,2	77,8	1
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av bildeareal på bildetype (%)	82,4	8,1	9,5
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006			
	Kvinner	Menn	Kvinner og menn
Fordeling av bildeareal på kjønn (%)	58,6	41,4	0
	A-bilder	B-bilder	C-bilder
Fordeling av bildeareal på bildetype (%)	97,9	1,1	1

Tabell 14 Fordeling av antall bilder og bilderareal på kjønn og bildetype i VGs dekning av skiskyting under OL i Torino 2006 og verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006. (K= kvinner, M= menn, K/M= kvinner og menn, A= A-bilde, B= B-bilde, C= C-bilde).

OL i Torino 2006	A-bilder			B-bilder			C-bilder		
	K	M	K/M	K	M	K/M	K	M	K/M
Fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (stk)	7	15	0	5	14	1	6	29	2
Relativ fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (%)	31,8	68,2	0	25	70	5	16,2	78,4	5,4
Relativ fordeling av bildeareal på kjønn innen hver bildetype (%)	23,5	76,5	0	10,3	80,5	9,3	10,3	86,6	3,1
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (stk)	3	3	0	0	1	0	1	1	0
Relativ fordeling av antall bilder på kjønn og bildetype (%)	50	50	0	0	100	0	50	50	0
Relativ fordeling av bildeareal på kjønn innen hver bildetype (%)	51,9	48,1	0	0	100	0	51,1	48,9	0
OL i Torino 2006									
OL i Torino 2006	Kvinner			Menn			Kvinner og menn		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (stk)	7	5	6	15	14	29	0	1	2
Relativ fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (%)	38,9	27,8	33,3	25,9	24,1	50,0	0,0	33,3	66,7
Relativ fordeling av bildeareal på bildetype innen kjønn (%)	91,6	3,9	4,5	81,3	8,4	10,3	0	72,3	27,7
Verdenscupavslutningen i Holmenkollen 2006									
Fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (stk)	3	0	1	3	1	1	0	0	0
Relativ fordeling av antall bilder på bildetype og kjønn (%)	75	0	25	60	20	20	0	0	0
Relativ fordeling av bildeareal på bildetype innen kjønn (%)	99	0	1	96,7	2,3	1	0	100	0