



SAMHÄLLS- VETENSKAPLIGA FAKULTETEN

Soft Hooligans

Den nya mjuka supporten och motståndet mot hegemonisk maskulinitet på läktarna.

Författare: Matilda Åhlén och Wilma Pihl

Handledare: Helena Sandberg

Examinator: Emil Stjernholm

Institutionen för medie- och kommunikationsvetenskap MKV04 HT 2023

Abstract

This study examines the case of Soft Hooligans and their significance in the supporter culture. The study aims to highlight the patriarchal structures exemplified by football stands and how Soft Hooligans dismantle these structures. The study is based on a qualitative case-study, using the multimodal analysis method and drawing upon theories of feminization of sports fans, masculinity, fan culture, participatory culture and social rituals. The empirical material primarily consists of media from Soft Hooligans Facebook group, but also includes articles from Swedish newspapers. We ask the questions who they are and what they represent, what social rituals they exercise and the significance of social media for these rituals, and how we may understand the resistance they encounter from other supporters. The analysis concludes that Soft Hooligans could be interpreted to represent a shift in the supporter culture to a softer, warmer and more welcoming culture. The analysis also concludes that Facebook plays a crucial role in Soft Hooligans practices as well as for their fan culture. Lastly, the study also concludes that Soft Hooligans could be interpreted as a threat to the masculinity of sports culture and the resistance may thus be an attempt to maintain dominance.

Keywords: Soft Hooligans, Supporters, Fans, Soccer, Football, Social media, Fanculture, Participatory culture, Social rituals, Masculinity, Feminization.

Soft Hooligans	4
1. Syfte & Problemformulering	5
2. Forskningsöversikt	6
2.1 Medialisering och digitalisering av sport	6
2.2 Medialisering och digitalisering av fotbollsfans	7
2.3 Kvinnliga fotbollsfans	8
2.4 Sammanfattning	10
3. Metod	10
3.1 Kvalitativ fallstudie	11
3.2 Multimodal analysmetod	11
3.3 Material, Urval & Analysprocess	12
3.4 Datahantering & Etik	14
3.5 Reflektion	15
4. Hur kan vi förstå ett fall som Soft hooligans med hjälp av perspektiv och teorier?	16
4.1 Feminisering av sportfans	16
4.2 Hooliganism & Hegemonisk maskulinitet	18
4.3 Fankultur & Deltagarkultur	19
4.4 Sociala ritualer	21
5. Analys & Diskussion	22
5.1 De Mjuka Hooliganerna	23
5.2 Soft Hooligans praktiker	27
5.3 Den Kvinnliga Supporten	31
6. Slutsats	36
7. Förslag till vidare forskning	38
8. Referenser	39

Soft Hooligans

Soft Hooligans, supportergruppen för det svenska landslaget, presenterar sig som följande på deras officiella hemsida:

“Soft Hooligans är supportergruppen för alla oss som älskar svenska damlandslaget i fotboll. Soft Hooligans åker på matcher och mästerskap med visionen att ge tjejerna i laget en dedikerad klack som både syns och hörs från avspark till slutsignal”

(softhooligans.se)

Vårt svenska herrlandslag i fotboll har en framgång i modern tid, bronsmedaljen VM 1994, men sedan dess har prestationerna varit få. Trots detta samlas svenska supportrar över hela landet för att stötta herrlaget under varje match. Å andra sidan har det svenska damlandslaget, med en imponerande meritlista inklusive EM-guld och VM-silver och brons, länge kämpat för att få det erkännande de förtjänar. År 2023 är de högst rankade i världen enligt FIFA. Svenska damlandslaget i fotboll har med andra ord i många år varit framgångsrika, men trots detta har intresset för dem varit lågt. Dam-VM 2019 blev dock startskottet för en förändring då Soft Hooligans, supportergruppen för svenska damlandslaget, gör entré på arenorna.

Tankarna på en supportergrupp dedikerad till damlandslaget uppstår för första gången 2017 när en grupp tjejer upplevde en brist på entusiasm och engagemang på arenorna och beslutade sig för att skapa en positiv och livfull supporterkultur för damfotbollen med en önskan om att skapa en mer intensiv och livfull atmosfär på fotbollsmatcher. Facebookgruppen som grundades i november 2018 har från start haft ett växande inflytande och är idag en viktig aktör inom damlandslagets supporter krets. I december 2023 har facebookgruppen växt till över 4400 medlemmar. Trots den positiva mottagningen från damlaget har gruppen stött på en hel del kritik och hat i form av kommentarer som förlöjligade gruppens sätt att stötta samt fördomar om damfotbollen. Det som dock väckte intresset för att studera Soft Hooligans som supportergrupp var när deras initiativ till en supporter marsch i september 2023 bemöttes av en hätsk antipati på sociala medieplattformen X. Kommentarsfältet fylldes av inlägg som “Töntigaste skiten jag sett”, “Damfotboll = politisk manifestation” och “Fuck den här töntiga skiten. Fotboll ska

innehålla hat våld och pyro.”. Motståndet de mötte väckte frågan hos oss hur det kommer sig att denna antipati uppstår mot en grupp människor som bara vill heja på sitt landslag, och huruvida fotboll måste innehålla våld och hat.

1. Syfte & Problemformulering

Trots att Sverige är ett av de mest jämställda länderna i världen uppstår det svenska samhället fortfarande patriarkala strukturer, vilket fortfarande skapar orättvisor och förtryck. Dessa synliggörs och motverkas konstant inom många områden i samhället, men en domän jämställdheten inte kommit åt har varit sporten, i synnerhet fotbollen. Fotbollen som domän, både på och utanför plan, upprätthåller ännu den manliga hegemonin. Men vi anser att Soft Hooligans ger uttryck för ett motstånd mot detta vilket vi vill synliggöra. Genom användandet av sociala medier har de på sätt och vis mobiliserat ett nytt slags supporterskap och omdefinierat hur man håller på ett lag. Syftet med denna uppsats är således att belysa vad Soft Hooligans kan sägas kämpa emot och kämpa för. Att synliggöra detta blir på så vis även ett uttryck för något ännu större i kampen mot andra patriarkala strukturer i samhället, och ett bidrag till forskningen sociala mediars betydelse bildande av gemenskaper, och om kvinnor, kvinnligt supporterskap, samt utmanandet av rådande samhällsstrukturer. Det leder oss sedermera till frågeställningarna vi ämnar att besvara i denna uppsats.

- Vilka är Soft Hooligans och vad kan de sägas representera?
- Vilken betydelse har sociala medier för Soft hooligans gemenskaper, praktiker och normbrytande arbete, och hur kommer dessa till uttryck?
- Hur kan vi förstå det motstånd och de starka känslorna Soft Hooligans väcker med hjälp av teorier om feminisering och maskuliniteter?

Frågorna besvaras med hjälp av att behandla Soft Hooligans som ett fall och således hanteras studien som en kvalitativ fallstudie. Detta gör vi genom att utföra en kritisk diskursanalys i form av en multimodal analysmetod av material hämtat från Facebook. Därtill använder vi perspektiv på feminisering av sport fans, maskuliniteter, och teorier om sociala ritualer, fankulturer och deltagarkulturer för att förstå fallet.

2. Forskningsöversikt

I detta avsnitt presenterar vi tidigare forskning om sport och fans. Översikten består av tre delar, vilka erbjuder en grundlig översikt av olika aspekter som är relevanta för förståelsen av forskningsfältet.

2.1 Medialisering och digitalisering av sport

Människor har tytt sig till sport som nöje under århundradena och det har haft en betydelsefull roll i kulturen och samhället. Sociologerna Elias och Dunning beskriver sport som ett tidsfördriv, något som innebär ett avbrott i vardagen, en chans att släppa alla hämningar och en chans att dela glädje med andra (1986: 161-163). Att utöva sport har på så vis haft en viktig betydelse som en flykt från vardagen. Men även att följa sport har en betydelse. Att exempelvis titta på fotboll har för de flesta supportrar en större betydelse än 22 svettiga spelare som jagar en boll och ibland vinner pokaler. Det symboliska värdet som ett lag representerar när de spelar, internationellt, nationellt och lokalt, är förenat med identitet och kärlek. Det är helt enkelt mycket mer än en sport (Guschwan 2016). Det finns således ett nyhetsvärde i sporten som innebär att människor vill konsumera, vilket medierna tar vara på. De kan sägas följa medielogiken, ett begrepp som belyser varför visst medieinnehåll får mer eller mindre utrymme, vilket beror på att aktörer behöver tilltala publiken och anpassar sitt innehåll därefter (Pallas & Strannegård 2010). Medialiseringen av sport är på så vis en naturlig utveckling, från sportjournalistikens expansion under 1800-talet (Harris 1998: 11), till play-by-play (livekommentering) över radion redan på 1920-talet (Schultz & Wei 2013: 138), till de första tv-livesändningarna av sportevenemang såsom de olympiska spelen i Berlin under 1936 (Chisari 2006: 43).

Sedan dess har både utbudet och tillgängligheten av allt från informationskällor, tjänster och kommunikationsmedel ökat till följd av internet. Hutchins, professor i media & kommunikation, och sociologen Rowe vill definiera TV-sport idag som ett multimedia- eller transmedialt fenomen, då det idag är åtkomligt på flera olika plattformar, enheter och tjänster. (2012: 24). Liknande resonerar sociologerna Lawrence och Crawford (2019), fast kallar det en hyperdigitalisering av fotbollen. Hyperdigitalisering för dem handlar inte endast om att betona vad digitaliseringen har haft för effekter, utan det erbjuder också ett ramverk för att analysera och förstå, bland annat, sociala, kulturella och ekonomiska möjligheter och problem detta har

inneburit för samhällets struktur och organisation. De identifierar fyra processer som drivit digitaliseringen, såsom teknisk utveckling, mediers tillgänglighet, mediers delningsförmåga och ökad kompetens bland fansen. Samtliga processer kan sägas ha påverkat fotbollen och dess popularitet (2019: 2-3). Transmedialiseringen eller hyperdigitaliseringen av fotboll har lett till att supportrar idag kan livestreama och följa sitt lag oberoende plats i världen, uppdatera sig om resultat i appar, köpa och förvara sina matchbiljetter online, uppdatera sig om startelvor på sociala medier och läsa om skadeläget på spelare från officiella hemsidor. Sport väcker onekligen intresse hos människor, varav ny media i form av hemsidor, bloggar och sociala medier har blivit grogrunder för fotbollsintresserade. I och med detta har sport och fans varit av intresse som objekt för forskning inom flera discipliner, inklusive medie- & kommunikationsvetenskap.

2.2 Medialisering och digitalisering av fotbollsfans

Som framgår i översikten över medialiseringen av fotboll har konsumerandet av fotboll förändrats, men internet har inte bara förändrat tillgängligheten och utbudet av sport, utan även förändrat supporterstrukturen. Bland annat sociologen Cleland (2011) fann i sin studie att supporterskapet har förändrats till följd av internet. Han menar att fotbollsklubbar idag använder internet för att nå sina supportrar direkt, och med supportrar som är mer insatta än tidigare på grund av den lättillgängliga informationen har maktförhållandena förändrats mellan producenterna och publiken. Hans studie belyser det faktum att internet och ny media har skapat en tvåvägskommunikation mellan klubbar och supportrar (Cleland, 2011). Liknande fynd gjorde medieforskaren Guschwan när han studerade en A.S Roma supportergrupp kallad Core De Roma och deras användning av medier. Han menar att nya digitala format och sociala medier har skapat möjligheter för åskådare att distribuera eget material. Publiken har på så vis blivit medskapare av medieinnehållet. Detta och sociala medier möjliggör också att likasinnade människor kan skapa sina egna gemenskaper där diskussioner kan föras, information och kunskap utbytas, och relationer byggas. Viktigt för Guschwan att belysa är att han anser att denna supportergrupp bör ses som en "hybrid-gemenskap" då den dels skapar en vi-känsla online trots globalt avstånd, men inte har blivit ett substitut för riktiga möten. (Guschwan 2016: 352). Guschwan menar således att supportergrupper online inte ersätter supporterskapet lokalt, men bjuder in fler till att kunna engagera sig oberoende av sina möjligheter.

2.3 Kvinnliga fotbollsfans

Mycket av den forskning som går att hitta om fotbollsfans handlar dock om män. Som flera senare akademiker påpekat har kvinnliga fotbollsspelare och supportrar utelämnats i den tidigare forskningen, då fotboll historiskt har varit normativt maskulin, av män och för män (Rapoport 2020). För att avgränsa den tidigare forskningen har vi därför fokuserat på forskning om kvinnor inom fotbollen. Kanon av forskning om flickor och kvinnor inom fotbollen och kvinnliga supportrar är relativt begränsad, även om den nu växer allt snabbare i takt med att damfotbollen också växer i intresse. Det är relevant att här lyfta det faktum att det finns flera aspekter som är viktiga att ta i beaktning när det gäller kvinnor inom fotbollen, inte minst rådande genuspolitik (Kayhan, 2023). Detta understryker även sociologen Rapoport när hon lyfter att det i vissa samhällen fortfarande anses vara opassande för kvinnor att vistas på fotbollsläktare baserat på religiösa och konservativa påbud (Rapoport 2020:14). Rådande genuspolitik i väst har möjliggjort kvinnors plats på planen och läktarna, vilket Pope (2017) framhåller i sin bok *The Feminization of Sports Fandom: A Sociological Study*. Pope lyfter det faktum att flera historiska händelser har gjort att allt fler kvinnor idag deltar i sport, vilket beror på nedbrytandet av traditionella könsnormer (2017:45). Mycket av den forskning som finns om kvinnor och sport är baserat på västerländska samhällen, vilket dock är till vår fördel då det är mer relevant för denna studie om kvinnligt supporterskap i Sverige.

Något som har varit av intresse för studier om kvinnor och fotboll har varit identitetsskapandet, och även mediernas roll i detta. Just den manliga ideologin som har genomsyrat fotbollen har varit en central utgångspunkt för studier, bland annat för sociologen Ruth Jeanes (2006). Jeanes studerade hur flickor konstruerade sin identitet i förhållande till fotboll, bland annat genom media. Hennes avhandling belyser att massmedierna spelar en stor roll i upprättandet och upprätthållandet av fotboll som en manlig domän. Detta då mediernas diskurs förstärker bilden av den manliga hegemonin inom fotbollen. Jeanes menar således att medias makt att förstärka och ändra åsikter och attityder spelar en viktig roll, men att den uteblivna rapporteringen av damfotboll bidrar till att öka könsdiskursen (Jeanes, 2006). Medieforskaren Britt-Marie Ringfjord (2020) studerade också fotbollsspelande flickor och identitetsskapande och hon fann att unga flickor upplevde att medielandskapet för fotboll bidrog till en maktstruktur som värderar dam- och herrfotboll olika. Detta skapade en frustration över feminina värden och genusideal

som ställde kvinnliga fotbollsspelare mot manliga. Trots den nyliberala omgivningen där kvinnor inspireras till att utmana normer och ta sin plats inom fotbollen bygger fortfarande mediernas bild av fotboll på maskulinitet vilket hindrar kvinnors spelrum för jämställdhet. (Ringfjord 2020). Det Jeanes och Ringfjord illustrerar här är något som återkommer i annan forskning, nämligen att fotboll konstruerats för män, och att genusidealen inom fotbollen är hegemoniskt maskulina.

Med fotbollsläktarna som en manlig domän har kvinnor upplevt svårigheter med att ta sig in på dem, vilket annan forskning om kvinnor och fotboll uppmärksammar. Sociologen Rapoport kallar det kvinnliga supporterskapet för en paradox, där traditionell femininitet ses som en avvikelse och som ej hemmahörande på arenorna samtidigt som det uppfattas maskulint att bete sig som ett autentiskt fan med till exempel expertis inom ämnet. Detta menar Rapoport skulle kunna uppfattas som ett hot mot könsmaktsordningen (2020:15). Att femininitet inte uppfattas höra hemma på läktarna påvisar även idrottsvetare Radmann och Hedenborg samt teologen Hedenborg White (2022) när de studerade kvinnliga supportergrupper som följde herrallsvenska lag och hur de presenterade sig själva på sociala medier. Dessa kvinnliga supportergrupper upprätthöll en tydlig maskulin norm i sitt supporterskap för att inte bli exkluderade inom supporter-kulturen. Samtidigt lyfte de fram en intressant aspekt, som är av särskilt värde för denna uppsats, vilket är att dessa grupper fann nya möjligheter genom att vara avskilda från de traditionella supportrarna. Dels möjliggjorde det ett utrymme för dem inom fotbollskulturen där flickor och kvinnor välkomnades och stöttades, och dels möjliggjorde det för ett utmanande och omdefinition av normer för kvinnlighet och femininitet (Radmann, Hedenborg White & Hedenborg 2022). De tog alltså tillvara på den frihet sociala medier gav dem och skapade sig ett eget utrymme där de själva hade makten över sin kultur. Detta liknar det forskarna Fenton, Gillooly och Vasilica, forskare inom digital kommunikation, fann i sin studie *Female fans and social media: micro-communities and the formation of social capital* som publicerades 2023. De kvinnor som Fenton med flera intervjuade i sin studie vittnar om att de inte bara upplevde ett uteslutande på läktarna utan även på sociala medier. Istället skapade många av dessa kvinnor sina egna "micro-communities", mindre avskilda grupper, på sociala medier för att kunna prata om fotboll. Dessa grupper sågs som trygga utrymmen för kvinnor att diskutera fotboll på. På så vis kunde kvinnorna själva kontrollera sin fankultur och även undvika sexismen de upplevde på

sociala medier. Dock belyser Fenton m.fl att detta kan få negativa konsekvenser då detta kan leda till cyber-balkanisering, vilket syftar på polariseringen som uppstår online när mångfalden i gruppen minskar och övertygelser förstärks (Fenton, Gillooly & Vasilica 2023). Det Fenton m.fl således syftar på är att kvinnor uteblir från de större diskussionerna online, vilket ökar splittringen och ytterligare cementerar den manliga hegemonin inom fotbollskulturen

2.4 Sammanfattning

Tidigare forskning gör klart att fotboll och fotbollsfans, precis som samhället, har genomgått en medialisering och digitalisering vilket gör det till ett intressant föremål att analysera inom medieforskning. Som framgår i detta avsnitt återkommer en del av forskningen till problematiken att fotboll konstruerats för män och att genusideal inom fotbollen är hegemoniskt maskulina. Kvinnliga fotbollsfans har studerats ur perspektivet hur de upplever att de utesluts, hur media förstärker hegemonin, och hur de håller sig undan maskulina domäner. Däremot identifierar vi en kunskapslucka i hur ett mer feminint supporterskap kan se ut, särskilt i Sverige. Det närmsta vi finner är en studie av Radmann med flera, men även i deras studie anpassar sig kvinnorna efter den maskulina normen. Denna uppsats ämnar att fylla den kunskapslucka som är kvinnligt supporterskap och kvinnor som intar och omdefinierar läktarkulturens maskulina ideal. Därför har vi valt att rikta vår forskning mot supportergruppen Soft Hooligans. Vad vi vet har ingen tidigare forskning ägnats åt denna specifika grupp eller åt en gemenskap som så tydligt lyfter fram kvinnor som följer damfotboll och verkar inom en domän som inte präglas av en starkt dominerande maskulin kultur. Vi anser därför att vår studie är unik, nytänkande och betydelsefull. Soft Hooligans framträder särskilt intressanta då de även exemplifierar även det medialiserade supporterskapet i en svensk kontext och utgör därför ett fall som blir allt mer relevant med digitaliseringens snabba utveckling.

3. Metod

I detta avsnitt presenterar vi den forskningsdesign och metod som ligger till grund för denna uppsats. Vi förklarar även fallstudiens utformning samt vilka övervägande vi gjort i valet av metod och urval.

3.1 Kvalitativ fallstudie

Den här uppsatsen är en kvalitativ fallstudie som använder sig av en multimodal analysmetod. En fallstudie kan belysa ett övergripande och allmänt problem genom att studera ett mindre fall som exemplifierar något större. Således, genom att se Soft Hooligans som ett fall inom supporterkulturen, kan vi belysa den större problematiken av patriarkala strukturer i samhället, maskulina värden i fotbollen och uteslutandet av kvinnor inom supporterkulturen. Soft Hooligans som fall hade kunnat förstås, i Flyvbjergs definitioner, som antingen ett extremt eller avvikande fall, då Soft Hooligans är en säregen supportergrupp som utmärker sig i en mansdominerad fotbollsvärld, eller som ett paradigmiskt fall, då de skulle kunna ses som en början på ett skifte i domänen som är supporterskapet (Flyvbjerg 2001: 77-79). Att Soft Hooligans är avvikande som supportergrupp gör dem till ett utmärkt studieobjekt i en fallstudie. Enligt Flyvbjerg är det mer fördelaktigt då avvikande fenomen säger oss mer än de typiska då de ofta erbjuder mer information vilket främjar en djupare förståelse (Ibid: 77-79). Vidare förklarar Flyvbjerg att det är av stor vikt att förstå kontexten i det fall man studerar. Fall uppstår och förekommer inom en viss kontext, varav det är centralt att förstå hur kontexten påverkar fallet (Ibid: 136). För att djupgående förstå Soft Hooligans uppkomst och funktion är det således viktigt att studera Soft Hooligans som ett fall vars historiska och nutida samhälleliga kontext har påverkat dem. På så sätt kan vi förstå orsaker och konsekvenser samt normer och värderingar som Soft Hooligans exemplifierar.

3.2 Multimodal analysmetod

I boken *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (2019) presenterar Göran Eriksson och David Machin den multimodal analysmetoden, vilken är en forskningsmetod som engagerar sig i att studera olika kommunikationsformer, eller semiotiska resurser, inklusive bilder, text, symboler, musik och video. För denna studie är intresset inriktat på att tillämpa denna metod för att undersöka och förstå Facebook-gruppen "Soft Hooligans" och dess roll som en supportergrupp för det svenska damlandslaget i fotboll.

Multimodal analysmetoden är en form av en kritisk diskursanalys och används som ett kraftfullt verktyg för att analysera underliggande budskap i de komplexa interaktionerna mellan olika element. I vår studie består dessa element främst av Facebook-inlägg, inklusive bilder,

kommentarer, videos och text. Genom att betrakta dessa komponenter som samverkande och ömsesidigt påverkande, snarare än isolerade enheter, strävar vi efter att avslöja de underliggande betydelser och budskap som skapas genom gruppens samlade multimodala kommunikation (Eriksson & Machin 2019: 255).

Således kan vi med hjälp av denna metod fokusera på hur inlägg på Facebook bidrar till meningsskapande och identitetsbildning inom gruppen. Detta innebär att identifiera de underliggande värderingarna och normerna som uttrycks genom den samlade multimodala kommunikationen. Multimodal analys handlar om att identifiera diskurser som ligger till grund för kommunikationen. Intresset riktas särskilt mot de olika sätten makt utövas i samhället. Ofta innebär detta en tydlig ståndpunkt till förmån för dem som är missgynnade på olika sätt. Forskningen inom multimodal analys har framförallt ägnat sig åt att undersöka rasism och social klass, med en grundläggande övertygelse om att det är genom att synliggöra de rådande maktförhållandena som förändring kan ske. Detta forskningsområde bygger på idén att det är först när man belyser och förstår de nuvarande maktförhållandena som man kan arbeta mot förändring. Eriksson och Machin påpekar vikten av att notera att multimodal analys inte är en helt opolitisk form av forskning. Tvärtom, den är medvetet inriktad mot att avslöja och ifrågasätta de maktstrukturer som kan bidra till ojämlikhet och orättvisor. (2017 s.259-260).

Genom att applicera multimodal analys på "Soft Hooligans" strävar vi efter en djupare förståelse av hur denna supportergrupp formar mening och identitet genom den komplexa mixen av multimodal kommunikation på Facebook. I vårt fall har vi specifikt riktat vårt fokus mot sociala patriarkala strukturer. Vår metodologi ger oss också insikt i hur dessa maktrelationer är kopplade till maskulina normer inom fotbollens supporterkultur och hur Soft Hooligans, som en kvinnlig supportergrupp, navigerar och förhandlar om dessa normer.

3.3 Material, Urval & Analysprocess

Valet av Soft Hooligans som fallstudie ansåg vi vara intressant, särskilt med tanke på dess nyliga etablering och vår strävan efter att ha en tydlig medialiserad utgångspunkt. Vårt fokus med denna studie har varit att undersöka Facebook-gruppen Soft Hooligans som initierades i november 2018 och som i december 2023 rymmer över 4400 medlemmar. Vår empiriska grund

utgörs av 150 inlägg som genererat minst en kommentar från Facebook-gruppen. Med ett fokus på kvalitativt djup och medvetenhet om den tidsmässiga begränsningen har vi begränsat vårt urval till inlägg som sträcker sig över en period av tre månader, från 15 september till 15 december år 2023. Vi har noggrant dokumenterat innehåll i form av titlar, text, bilder, videos och kommentarer. För att berika vår analys har vi även integrerat nyhetsrapporteringar där medlemmar av Soft Hooligans har medverkat i intervjuer. Vår metod för datainsamling har innefattat insamling, systematisering och utforskning av materialet. I vår systematisering valde vi att tematisera inläggen utefter tre övergripande teman för att strukturera upp vår undersökning:

Symboler och Representation: Vi granskar hur Soft Hooligans använder symboler och visuell representation för att förmedla sitt budskap. Det inkluderar analys av logotyper, klädsel, banderoller och andra grafiska element som utgör gruppens identitet.

Gemenskap: Vi undersöker dynamiken inom Soft Hooligans som en gemenskap. Det inkluderar studier av medlemmarnas inbördes relationer, supporterskap, gemensamma värderingar och delade upplevelser, som framkommer genom deras interaktioner på plattformen.

Feminisering av Supporterkultur: Vi fokuserar på hur Soft Hooligans representerar och främjar en förändring i den traditionella supporterkulturen. Genom medlemmarnas egna uttalanden och aktiviteter synliggör vi hur gruppen aktivt arbetar för att skapa en mer inkluderande och positiv supporter miljö.

Utefter det insamlade materialet och tematiseringen av de tre övergripande teman har vi sedan genomfört en djupgående analys med hjälp av den multimodala analysmetoden. Genom att granska innehållet på Facebook-plattformen för "Soft Hooligans" har vi identifierat och utforskat de olika sätten på vilka gruppen kommunicerar och konstruerar mening genom en kombination av text, bilder, videos och andra visuella element. Inom temat "Symboler och Representation" har vi analyserat hur dessa symboler spelar en roll i att definiera och stärka gruppen. Inom temat "Gemenskap" har vår analys riktat in sig på den interna dynamiken och gemenskapen inom Soft Hooligans. Genom att studera medlemmarnas inbördes relationer, supporterskap, gemensamma värderingar och delade upplevelser, har vi försökt förstå hur dessa faktorer framträder och

förstärks genom deras interaktioner på plattformen. Inom temat "Feminisering av Supporterkultur" har vi granskat hur Soft Hooligans representerar och främjar en förändring i den traditionella supporterkulturen. Genom att analysera medlemmarnas uttalanden och aktiviteter har vi belyst hur gruppen aktivt arbetar för att skapa en mer inkluderande och positiv supportermiljö, samt hur de utmanar rådande normer och förväntningar.

Vår multimodala analys har gett oss möjlighet att inte bara identifiera och dokumentera dessa teman utan också att fördjupa vår förståelse för hur de förmedlas genom olika kommunikationsformer. Vi har kunnat kontextualisera dessa teman inom den bredare ramen av supporterkultur och dess roll i det moderna samhället. Genom att använda multimodal analys som metod har vi även kunnat synliggöra och diskutera de maktförhållanden och normer som präglar fotbollssupporterkulturen, särskilt med avseende på genusfrågor och sociala patriarkala strukturer.

Genom att fokusera på den digitala närvaron i form av en Facebook-grupp har vi avsiktligt valt en mindre, men rikare, fallstudie som ger möjlighet till en djupare förståelse. Vi anser att valet att undersöka en digital supportergrupp som Soft Hooligans inte bara möjliggör en djupgående analys av dess interna dynamik utan också ger oss en grund för att integrera våra resultat i en bredare kontext av supporterkultur och dess roll i det moderna samhället.

3.4 Datahantering & Etik

Att inhämta material från internet medför vissa överväganden i hänsyn till GDPR-lagen. Viss problematik ligger i vad som är privat och offentligt på internet. Då Facebook är en öppen social plattform är inläggen oftast inte anonyma då Facebook bygger på att man använder sin egen identitet. Soft Hooligans är en sluten grupp, men lättillgänglig genom att gå med i gruppen, vilket gör den mer offentlig. Vi har därför ansträngt oss för att inte samla in personuppgifter, samt för att anonymisera materialet som används i analysen genom att referera till personer som användare och medlemmar. All data som samlades in för studien raderas i samband med att arbetet var slutfört.

Däremot finns det andra hinder som vi beaktat för denna studie. Därför har vi läst och tagit hänsyn till de olika allmänna regler som Vetenskapsrådets rapport *God forskningssed* (2017)

innehåller. Bland annat har vi öppet och ärligt redovisat våra metoder och resultat, inte stulit annan forskning utan öppet redovisat hur vi använt dem som utgångspunkter. Vi har ej eller något egenintresse eller kommersiellt intresse i organisationen. Studien och det material som samlades in är således endast i forskningsändamål. Vad gäller konfidentialitet har vi anonymiserat materialet i den mån det går genom att utesluta datum och namn samt parafraserat visst material. Dock måste vi vara öppna med att de citat vi använder oss av i analysen är sökbara och således går att koppla till en person. Vi har inte heller kunnat samla in samtycke då det inte är rimligt att göra det från samtliga 4400 medlemmar. Datan vi samlat in är dock inte av känslig natur varav vi anser att studien ändå upprätthåller god forskningssed.

3.5 Reflektion

Till en början valde vi inlägg inom en specificerad tidsperiod på en månad för att belysa hur gruppen fungerar vardagligt, men under den tidigare valda perioden spelade Sverige ett flertal matcher och många inlägg kretsade kring information om dessa. Då vi ämnade att belysa de mer underliggande budskapen var vi därför tvungna att bredda tidsperioden vi analyserade, vilket innebar att vi eventuellt inte har analyserat samtliga inlägg lika djupgående. Dock anser vi att reliabiliteten består då inlägg ej sorterats bort eller uteslutits från underlaget och ändå bidrar till en helhetsbild. Det fanns ett övervägande rörande intervjuer av Soft Hooligans medlemmar och här erkänner vi att trots dess potential att ge ytterligare insikter har tidsbegränsningen påverkat vår möjlighet att inkludera intervjuer som en dimension av vår datainsamling. Vi anser dock att vårt datamaterial, bestående av Facebook-inlägg och nyhetsrapporteringar, är robust nog för att möjliggöra en djuplodande analys av kommunikation och supporterskap inom Soft Hooligans. På så sätt tycker vi även att kvaliteten av materialet är dugligt då det exemplifierar fallet bra för vårt syfte. Det finns andra metoder som hade kunnat vara användbara för liknande underlag, så som textanalys eller kvantitativ innehållsanalys, då även de fokuserar på att tolka text och tecken. Men då vi intresserade oss för de underliggande diskurserna är en multimodal analysmetod ändamålsenlig då det är en form av kritisk diskursanalys, samtidigt som materialet även består av viss multimodal kommunikation.

4. Hur kan vi förstå ett fall som Soft hooligans med hjälp av perspektiv och teorier?

I detta avsnitt presenterar vi de perspektiv och teoretiska ramverk vi använt oss av för att förstå Soft Hooligans. Vi har valt att kalla Popes *The Feminization of Sports Fandom* (2017) och Connells *Maskuliniteter* (1995) för perspektiv istället för teoretiska ramverk då de utgör en viktig aspekt i vår förståelse, men inte endast innehåller teoretiska begrepp som vi tar stöd av i vår analys. Däremot förser de oss med en infallsvinkel på fallet som är nyttig för analysen. Fankultur, deltagarkultur och sociala ritualer är däremot teoribildningar som ger oss verktyg som vi använder oss av för att bryta ned och förstå Soft Hooligans kommunikation.

4.1 Feminisering av sportfans

The Feminization of Sports Fandom av Stacey Pope (2017) är en undersökande bok med fokus på kvinnliga rugby- och fotbollssupportrar. Genom sina egna studier samt genom att samla in och problematisera en mängd tidigare forskning om supporterskap angriper hon problematiken med att kvinnliga supportrar har försumrats och marginaliserats inom forskningen. Genom detta har hon formulerat en teori om feminisering av sportfans i Storbritannien, vilken till stor del går att applicera på Sverige. Det är viktigt att ta i beaktning att det finns kulturella och historiska skillnader mellan Sverige och Storbritannien som gör att Popes teorier inte är helt överförbara, men det finns dessvärre inte liknande studier inom kvinnligt och svenskt supporterskap som vi kan använda oss av.

Det finns enligt Pope två huvudsakliga skäl till att en feminisering av fotbollsfans har skett. Först och främst hävdar hon att strukturella förändringar i samhället har öppnat upp för att kvinnor idag kan involvera sig i bland annat fotboll (Pope 2017: 114). Pope menar att processen började under 1960-talet med andra feminismens våg som påverkade kvinnors positioner på jobbet och i hemmen, men att även 1990-talets postfeminism har stort inflytande för skiftet i maktbalansen mellan män och kvinnor (Ibid: 114 & 151). Allt fler kvinnor har rört sig från den privata sfären till den offentliga sfären i och med dessa samhälleliga förändringar, vilket frigjort kvinnor och lett till att även de har kunnat ta sig ut till arenorna. För det andra menar Pope att arenorna har blivit säkrare genom förbättrade anläggningar, samt avvecklandet av ståplatser, vilket har skapat

en mer välkomnande och trygg plats för kvinnor (Ibid: 117 & 151). Detta gjordes som en åtgärd efter Hillsborougholyckan 1989, där 97 Liverpoolsupportrar miste livet till följd av tumult och felaktigt polisagerande vid arenan. Utöver säkrare arenor har även Hillsborougholyckan haft stor påverkan på fotbollen och fotbollskulturen i England. Efter olyckan skedde en förändring som kan sägas symbolisera en övergång från fotbollens "huligan-år" till en mer familjeorienterad sport (Ibid: 96-98). Genom att marknadsföra fotbollen som en familjeaktivitet blev även kvinnor potentiella kunder, vilket passade väldigt bra i tiden då kommersialiseringen av fotbollen inneburit att det ej var hållbart att endast rikta sig till de traditionella fotbollsfansen, män från arbetarklassen. Medelklassens familjer, inräknat kvinnor, blev således eftertraktade kunder (Ibid: 98-100). Denna förändring har också inneburit att fotbollen blivit mer civiliserad, då huliganismen successivt avvecklats vilket medfört att kvinnor allt mer dragits till arenorna (Ibid: 202).

Men Pope belyser också att feminisering av sportfans har mötts av kritik från flera håll, då kvinnligt supporterskap symboliserar den "nya fotbollssupportern". Den traditionella supportern är manlig med en arbetarklassbakgrund, han är stökig på läktaren och älskar fotbollen passionerat. Förändringarna inom fotbollen som tidigare nämnts anses av vissa ha ersatt den autentiska traditionella supportern med den mindre autentiska nya supportern, varav kvinnliga supportrar anses till viss del vara orsaken. Gentrifieringen och civiliseringen av fotbollen associeras med medelklasskvinnor (Ibid: 124), till viss del även kommersialiseringen, då kvinnor associeras med konsumtionsbeteendena hos den nya sortens supportrar. Den nya supportern anses ha en svagare och icke-autentisk relation till klubben de hejar på (Ibid: 130). De anses, eller förutsätts, också ha mindre kunskap, icke-autentiska intentioner med sitt supporterskap, samt ha ett lägre engagemang (Ibid: 137). Detta har kvinnliga supportrar bemött på många olika sätt, men för denna uppsats är två av särskilt värde. Bland annat har detta bemötts genom att skapa kvinnliga supportergrupper, vilket Pope, med stöd av Lenneis och Pfister, menar skulle kunna tolkas som en protest mot bland annat sexismen inom läktarkulturen. Det finns även de som bemöter sexistiska beteenden genom att motsätta sig "autentiska" supporterideal. Genom att till exempel påtala och ifrågasätta problematiska beteenden motsätter de sig huruvida det är "autentiskt" att vara sexistisk i sitt supporterskap, och på så sätt gör de motstånd mot traditionella värderingar inom läktarkulturen (Ibid: 145). Detta väcker frågan om vad som egentligen utgör ett

supporterskap, och vad som är autentiskt och inte. Underminerandet av kvinnor som fans ligger mycket i vad som anses vara "traditionellt", vilket är definierade i manliga termer. Detta är något som Pope lyfter genom att använda Sveinson och Hoebers studie från 2015 som exempel. Ett fynd de gjorde var att kvinnliga fotbollsfans i Kanada ansåg att det var viktigare med känslor, snarare än kunskap och fakta (Ibid: 142). Detta belyser det faktum att kvinnors upplevelser som supportrar ofta exkluderas, och deras supporterskap värderas sällan utefter sina egna känslor. Allt som oftast ställs de mot manliga ideal och måste hävda sin autenticitet, utan att själva få definiera sitt supporterskap.

4.2 Huliganism & Hegemonisk maskulinitet

Det mest extrema porträttet av en hängiven supporter kan sägas vara huligan. Ordet huligan (hooligan) populariserades 1889 i England. Pearson, som skrivit boken *Hooligan, A History of Respectable Fears* (1983) erkänner själv att det verkar oklart när ordet huligan fick den betydelse det har idag, då uttrycket ursprungligen användes för att beskriva unga personer, i synnerhet män, som uppträdde stökigt och störde ordningen i samhället. Huliganer var gäng som slogs och rånade, var kraftigt berusade, överföll polisen och orsakade upplopp (Pearson 1983: 74-76). Trots att Pearson inte kan precisera när betydelsen överfördes till fotbollen verkar det ändå tydligt att likheterna mellan fotbollshuliganismen och de traditionella huliganerna rättfärdigar denna övergång. Läktarkulturen hos huliganerna är vulgär och högljudd, det sker hög alkoholkonsumtion innan matcherna, planstormningar och inkastade tillhyggen på planen förekommer, och våld sinsemellan ordningsmakt och supportrar, samt supportrar lagen emellan är ett vanligt inslag (Pearson 1983: 64-65). De traditionella huliganerna bar även uniformer och symboler för att utmärka sin identitet (Pearson 1983), något som också liknar fotbollens hängivna supportrar som bär matchtröjor, halsdukar och klubbemblem för att symbolisera tillhörighet. Dessa beteenden och våldshandlingar som fotbollshuliganer uppvisar förklarar Elias och Dunning med manlighetsnormer inom samhället och fotbollen, vilka kommer till uttryck genom en glorifiering av fysisk styrka och aggressivitet (1986: 145-146). Manlighetsnormen i sin tur får fäste genom den kollektiva gruppen av män, vilket förstärker idén om maskulina ideal och beteenden (1986; 145), alltså den hegemoniska maskuliniteten.

I boken *Maskuliniteter* skriver Raewyn Connell (1995) om olika typer av manlighet där den hegemoniska maskuliniteten är den mest dominerande formen av manlighet som anses vara mest eftersträvad (Connell 1995:57). Historiskt sett har den hegemoniska maskuliniteten varit ett föremål för förändring vilket ständigt har hotat dess auktoritära position. Denna auktoritet har ibland lett till våldsamma uttryck för att försvara maskulinitetens makt, både gentemot kvinnor men även andra maskuliniteter såsom heterosexuellt våld mot homosexuella män. Våld används för att markera gränser och utesluta dem som inte anses uppfylla kraven för äkta maskulinitet. Connell understryker att denna användning av våld är ett tecken på maskulinitetens skörhet och brist på självförtroende. De män som utövar våld, till exempel mot homosexuella män eller sina partners, gör ofta det med övertygelsen att de försvarar sina naturliga rättigheter och den givna naturliga ordningen. Genom att analysera sådana mönster förespråkar Connell en ökad förståelse för hur dagens maskuliniteter formas (Connell 1995:122). Huliganism kan således utifrån Connell ses som ett medel att demonstrera och bevara auktoriteten inom gruppen. Huliganer kan använda våld för att markera sin överlägsenhet gentemot andra grupper eller individer som anses hota deras position eller maskulinitet enligt de egna normerna. Att utmana rådande manlighetsideal benämner Connell som "avgenusifiering". Konceptet handlar om att utmana maktrelationen mellan män och kvinnor och ifrågasätta den traditionella maskuliniteten som stöder patriarkatet (Connell 1995:224). Hon påpekar att den traditionella manligheten skapar en stark könstillhörighet och är en viktig komponent i upprätthållandet av patriarkatet. Av den anledningen kan därför heterosexuella män ha svårt att bryta sig loss från denna struktur och påverka den. Connell poängterar att positiva egenskaper bör således inte endast associeras med den traditionella maskuliniteten utan även med nya identiteter. Egenskaper som har klassats som "typiskt" manliga såsom styrka och hjältemod bör inte heller enbart beröra män utan även börja klassas som kvinnliga egenskaper (Connell 1995:224-226). I detta sammanhang är det viktigt att inte enbart betrakta fotbollskulturen utifrån ett maskulint perspektiv, utan istället anamma nya egenskaper.

4.3 Fankultur & Deltagarkultur

En grupp människor som samlas kring ett fotbollslag, likt Soft Hooligans, kan förstås som en fankultur. En fankultur skapas när folk skapar en gemenskap kring ett delat intresse eller förundran för något. Denna gemenskap innefattar personer som känner en stor passion eller

starkt engagemang för ett fenomen, vilka ofta återfinns i sociala medier och/eller populärkulturen (Doona & Rübsamen, 2017). Soft Hooligans är en grupp som figurerar både online och offline, men de anordnar främst träffar när landslaget spelar, vilket är relativt sällan. Färre deltar även på plats än i forumet, vilket kan bero på flera faktorer såsom avstånd, ekonomiska förutsättningar och tidsmässiga komplikationer. Därför behandlar vi Soft Hooligans som en digital fankultur i denna uppsats. Digitala fankulturer bygger främst på dels interaktion fansen emellan i form av sådant som inlägg genom text och bild, kommentarer och andra funktioner som gillningar, och dels en föreställd gemenskap som uppstår när människor interagerar via medierna. En viktig funktion sociala medier har, utöver att erbjuda en plats att interagera med varandra, är att de möjliggör för människor att delta trots att de kan befinna sig i en annan tid eller rum (Doona & Rübsamen, 2017). Man kan alltså bidra till gemenskapen även om man inte var på plats under exempelvis en match.

Ett annat teoretiskt ramverk vi använder oss av för att förstå Soft Hooligans supporterkultur och hur de figurerar på Facebook är Henry Jenkins teori om deltagarkultur (2012). Dagens medieutbud karakteriseras av ett stort flöde av innehåll i olika format genom flera kanaler och plattformar. Detta innebär att konsumenter idag behöver orientera sig, hämta information från flera medier och källor, och själva bilda sig uppfattningar av det de tillskansar sig (Jenkins 2012: 15-22). Detta kallar Jenkins för konvergenskultur, vilken utmärks av sin deltagarkultur. I ett nästan oändligt mediebrus tar varje individ till sig vissa saker och andra inte vilket skapar en förståelse hos varje enskild individ. Denna delas sedan vidare och på så vis skapas en kollektiv process genom aktiva deltagare och social interaktion, vilket i sin tur skapar det som Jenkins benämner som kollektiv intelligens (Ibid: 15-16). Människor sammanstrålar för att utbyta och sprida kunskap och uppfattningar kring något som väcker deras engagemang, och så bildas en deltagarkultur genom konvergenskulturen. Delwiche och Henderson Jacobs (2013) identifierar deltagarkulturens utmärkande egenskaper som låg tröskel för att engagera sig, ett starkt stöd för att skapa och dela innehåll, ett klimat där medlemmar i kulturen anser att deras deltagande är viktigt, att de även i viss grad upplever en anknytning till övriga medlemmar, samt ett överförande av kunskap från de mer erfarna till nyare medlemmar (Delwiche & Henderson Jacobs 2013: 3). Jenkins själv har definierat deltagarkultur olika beroende på vad han applicerat begreppet på. Bland annat har han använt begreppet på grupper som behandlar kulturfrågor, på

grupper som arbetar med syfte att utbilda, samt på grupper som är verksamma inom politik och medborgarfrågor (Jenkins 2019:16). Det är därmed ett begrepp som går att applicera på diverse grupper, varav vi ämnar att applicera det på Soft Hooligans.

4.4 Sociala ritualer

Då vi intresserar oss för Soft Hooligans praktiker och gemenskap behöver vi ett teoretiskt ramverk för att förstå dem. I boken *Den sociologiska blicken* (2008) undersöker Randall Collins bland annat just vad som skapar sociala gemenskaper. Collins har, med stöd av Durkheims tidigare teorier, mikrosociologi och icke-trivial religionsteori, utformat en teori om sociala ritualer. Collins menar att religionens ritualer och symbolism är processerna för gemenskapen inom grupperna, inte trosuppfattningen i sig, och genom denna förståelse har han konstruerat en teori om sociala ritualers betydelse för gemenskapsbildning. Denna teori är alltså generellt applicerbar på andra sociala grupper oavsett om det rör religion, politik, ideologier eller något annat man enas kring, då han menar att det är utförandet av gemensamma handlingar och som skapar dynamiken och solidariteten som utgör kärnan i gruppen. (Collins 2008: 44-45). Detta lämpar sig bra för vårt syfte att förstå Soft Hooligans gemenskap och praktiker inom gruppen.

En av de främsta anledningarna till att människor vill tillhöra grupper är den emotionella energin som bildas genom sociala sammankomster. Människor känner sig starkare i grupp än som individer, de kan uppfatta att de är kapabla till att åstadkomma mer genom det stöd de upplever, och de kan få ett större självförtroende, allt genom gemenskapen. Även om människor inte alltid är fysiskt närvarande finns känslan för gemensamma känslor och ett gemensamt syfte där (Ibid: 51-54). Collins beskriver även den emotionella energin som något som kan beskrivas som en religiös upplevelse. Den religiösa upplevelsen realiseras genom sociala praktiker. Collins har med detta utformat en modell för sociala ritualer, där han identifierar tre huvudsakliga beståndsdelar som återfinns i utformandet av den religiösa upplevelsen. Det första är den fysiska närvaron, då den emotionella energin tillåts att flöda och kan påverka andra. Om gruppen inte är samlad kan upplevelsen inte delas. Det andra är att ritualisera handlingarna, vilket är elementet som gör att individerna kan skapa och känna gemenskapen. Genom att till exempel koordinera sina röster och rörelser kan gruppen känna att de utgör en förenad kraft. Det tredje är idén om symboliska objekt som representerar denna känsla av gemenskap. Dessa symboler kan vara

bland annat idéer eller emblem, men även ord, namn och doktriner, vilka alla fyller en funktion som införlivar känslan av tillhörigheten. Symboler får på så vis en emotionell betydelse då de reifierar gruppens föreställningar och känslor inför sig själva och deras mening. (Ibid: 54-56).

Exempel på sociala ritualer som fotbollsfans vanligtvis ägnar sig åt kan vi finna i Giulianottis studie *“Supporters, followers, fans, and flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football”* (2002). I studien har han identifierat och kategoriserat fyra idealtyper av fotbollsåskådare utefter identiteter och praktiker, vilka vi kan ta stöd av i vår analys av Soft Hooligans praktiker. *Supportrar* bär alltid lagets färger eller symboler och deltar i ritualerna inför och under matcher i form av att bland annat delta fysiskt på plats och genom att sjunga och hoppa på läktarna. *Fans* huvudsakliga praktiker involverar konsumtion, då de ser konsumtion som en ritual som förstärker kollektivet. Genom att finansiellt bidra till klubben, genom att köpa aktier, biljetter och klubb-specifika varor (merch) uttrycker de sin solidaritet för laget. *Följare* har ett intresse för ett lag som har utvecklats successivt tack vare digitaliseringen som möjliggjort engagemang för ett lag även om de inte har den lokala förankringen. En social praktik de utövar kan sägas vara att följa och hålla sig uppdaterade om laget, men även spelarna och tränaren, genom media. *Flanörer* är inte lojala mot ett lag, utan har ett fristående intresse för fotboll och konsumerar fotboll och fotbollsstjärnor för upplevelsen. De konsumerar fotboll främst genom media och är således mindre delaktiga i några gemensamma sociala ritualer. Giulianotti påpekar också att flanören är den idealtyp som är minst könsspecifik (Giulianotti 2002).

5. Analys & Diskussion

I detta avsnitt avhandlar vi vår analys. Avsnittet är strukturerat i tre delar vilka ämnar att driva fram en diskussion efter en frågeställning var. Analysen är dels deskriptiv av materialet och dels analysdriven med hjälp av teorier och perspektiv.

Vi vill dock belysa att Soft Hooligans framförallt finns i en svensk kontext. Popes (2017) teori är baserad på England, ett land som trots sin geografiska närhet har stora kulturella skillnader jämfört med Sverige. I fotbollens kontext har bland annat flera arenor i Sverige fortfarande sektioner med ståplatser kvar, och Sverige har även haft problem med en aggressiv läktarkultur i så pass stor mån att villkorstrappan implementerades ett tag. Detta gör det något problematiskt

att helt överföra Popes teori om övergången från fotbollens huligan-år, då vi i teorin inte lämnat den än. I Sverige begränsar även 51%-regeln kommersialiseringen av fotbollen i viss mån, något som skulle argumentera mot ekonomiska incitament som drivkraft för feminiseringen av läktarna. Dock är huliganismen starkt avgränsad till ståplatserna i Sverige och resterande platser är mer familjeorienterade, liksom de läktare Pope skriver om. Dessutom har svenska kvinnor, liksom Englands, frigjort sig och rört sig mot den offentliga sfären tack vare de samhällseliga förändringar som Pope beskriver. Synen på kvinnliga fotbollsfans som framgår i studien belyser också att kvinnor i Sverige utgör "den nya supporten" även här. På så sätt är Popes teori ändå mycket relevant och ändamålsenlig för studien.

5.1 De Mjuka Huliganerna

Vi har i bakgrunden presenterat vilka Soft Hooligans är, men i följande analys ämnar vi att nå en mer djupgående förståelse om dem och vad de representerar, utöver hur de själva beskriver sig. För detta använder vi oss av ett teoretiskt ramverk av Pope och hennes teori om feminisering av sportfans, Doona & Rübsames teori om fankulturer samt Jenkins teori deltagarkultur.

Genom Doona & Rübsames (2017) teori om fankulturer kan vi förstå Soft Hooligans som en fankultur, åtminstone baserat på presentationen på deras hemsida. Det är en gemenskap som grundas i ett gemensamt intresse, det svenska damlandslaget, och har för syfte att skapa en gemenskap med andra anhängare. Facebook fyller funktionen som ett kommunikationsmedel för gruppens medlemmar, där medlemmarna dessutom kan knyta nya kontakter och skapa en relation med andra likasinnade. Deras närvaro på Facebook gör även denna fankultur till en digital sådan, även om de skulle kunna definieras som en, i Guschwans term, hybrid-gemenskap (2016). Men vi kan också förstå Facebook-gruppen som en deltagarkultur genom Jenkins teorier (Delwiche & Henderson Jacobs 2013), då de har en låg tröskel för att bli medlem då det enda som krävs är att begära medlemskap i Facebookgruppen. Det är även en grupp som till största del baseras på medlemmarnas engagemang och spridning av material, där absoluta majoriteten av inläggen är skapade av andra medlemmar än grundaren. Det är alltså gruppens medlemmar som håller forumet levande. Många inlägg delas med ett syfte att belysa och informera de andra medlemmarna, vissa inlägg skapas för att skapa diskussioner, och andra inlägg är frågor där man förväntar sig svar från mer erfarna medlemmar, man kan således prata om en kollektiv intelligens

som skapas inom gruppen. Många inlägg och kommentarer belyser även att de upplever sig vara en grupp med anknytning till varandra, detta kan man bland annat se när medlemmarna refererar till gruppen som ett "vi". Vad vi tolkar som den aspekt som skiljer fankultur mellan deltagarkultur är syftet med gruppen. Medan en fankultur ofta kretsar kring främst intresse för populärkulturella fenomen har Jenkins ofta applicerat begreppet deltagarkultur på grupper som driver frågor och arbetar för en förändring (Jenkins 2019:16). Deltagarkultur som begrepp blir därför extra intressant då vi finner att Soft Hooligans arbetar för en viss förändring, samtidigt som de utgår från en fankultur kring det svenska damlandslaget för detta syfte.

Vilka Soft Hooligans är och sättet de representerar en förändring i supporterulturen belyses i media när Soft Hooligans medlemmar själva har fått uttala sig. 2023 gjorde Aftonbladet ett längre reportage om Soft Hooligans, detta efter att Soft Hooligans fick utstå en mängd hat på X. I detta reportage intervjuas ett antal medlemmar som kastar ytterligare ljus på bakomliggande faktorer till varför de är medlemmar av Soft Hooligans, utöver att heja på damlaget. En medlem berättar att det för hen är viktigt att heja på sitt lag och inte håna motståndarna: "Jag vill kunna stå rakryggad och veta att det sättet jag supportar på skadar ingen." En annan medlem belyser att sättet Soft Hooligans hejar på är mer lockande för hen: "...och så tycker jag att supportrar och hejarklack oftast är för aggressiva. Det är inte riktigt vad jag är ute efter när jag kollar på fotboll". Ytterligare en medlem stämmer också in i detta och menar att Soft Hooligans har "...en bra, sund supporterkultur. Vi ska inte ta efter killarna. Vi ska bli mer av det vi gör nu." (Aftonbladet 2023). Denna fankultur verkar således vara ett uttryck för en deltagarkultur såsom Jenkins använt sig av begreppet, där gruppen snarast berör politiska angelägenheter eller kultur- och medborgarfrågor. Med hjälp av Popes forskning och teori tolkar vi dessa uttalanden som ifrågasättanden av de traditionella värdena inom läktarkulturen, vilket liknar det motstånd Pope uppmärksammade i sin forskning (2017: 145). På så vis kan man förstå Soft Hooligans som en deltagarkultur som ämnar att förändra, eller feminisera, supporterulturen genom att aktivt utgöra ett motstånd mot det som anses vara ett traditionellt supporterskap, det som innehåller hat, aggressivitet och våld.

Ytterligare en aspekt som definierar Soft Hooligans är deras namn och logotyp. Dessa semiotiska resurser konstruerar och bär på en mening, vilka vidare belyser vilka Soft hooligans är och kan

sägas representera. Logotypen föreställer fem silhuetter av människor samt texten “SOFT HOOLIGANS”. Av dem kan man urskilja att två av dem ser ut att bära kjolar, vilket kan tolkas som två kvinnor. Ena lyfter en halsduk över huvudet. En silhuett är något längre och ser ut att ha kortklippt hår och bära byxor, något som skulle kunna tolkas som en man. Det finns även två silhuetter som skulle kunna föreställa barn, särskilt den minsta silhuetten som håller hand med den längre silhuetten. Ur detta skulle man kunna avkoda något som liknar en familj, eller människor i olika åldrar och kön, som går tillsammans. Vår tolkning är en känsla av gemenskap och en inbjudande atmosfär som välkomnar människor oavsett ålder eller kön. Med hjälp av Pope kan vi således förstå det som att fotbollen har genomgått en förändring, till en familjeorienterad och mer civiliserad sport (2017) där även barn och kvinnor ska känna sig trygga på läktarna. Även namnet “Soft Hooligans” kan tolkas bära på en liknande mening. Ord som vi relaterar med “soft” är sådana som mjuk, len, öm, försiktig, vilket står i bjärt kontrast till vad vi relaterar med ordet huligan som vi presenterat genom Pearson. Orden står i konflikt med varandra, något som hade kunnat antyda den konflikt supporterar som inte vill vara del av den traditionella maskulina supporter-kulturen men samtidigt njuta av och glädjas åt fotboll. Detta kan också tolkas som en protest och ett ifrågasättande av den traditionella läktarkulturen (Pope 2017), då mjuk är en typisk egenskap som kvinnor tillskrivs och användandet av detta ord i namnet kan ses som ett normkritiskt och ironiskt användning av ordet, eller som ett normbekräftande epitet för att förstärka deras avståndstagande från de maskulina hårda supporter-idealen.

Vidare kan vi ytterligare förstå Soft Hooligans som ett motstånd eller skifte i supporter-kulturen genom Popes teori om feminiseringen av sportfans på sättet de illustrerar denna civiliserade och familjeorienterade gemenskap bland medlemmarna. Gemenskapen de skapar inom gruppen verkar vara öppen och omhändertagande, vilket bekräftas på Facebook genom bland annat denna kommentar av en medlem:

“Jag tackar för det varma och omhändertagande välkommandet jag fick första gången i klacken! Extra tack till Jönköping som slet tag i mig och satte mig hos dem. Det är exakt en sådan gemenskap och oblyg konversation som jag inte trodde fanns längre. Roligaste matchen och förfesten hittills! 🧡💙🧡”

Kommentaren uppmärksammar att personen blev inbjuden i gemenskapen trots att hen var ny i sammanhanget, och medlemmen verkar också anse att detta är en ovanlig upplevelse i andra sammanhang genom att hen påpekar att hen inte längre trodde en sådan öppenhet och gemenskap fanns längre.. Det tolkar vi som att Soft Hooligans gemenskap sticker ut med sitt sätt att vara inbjudande. Ett annat exempel som exemplifierar värdet av denna gemenskap är följande inlägg.

“Jag har varit med i den här fb-gruppen ett tag, letade upp den efter att vi senast var på Stadion och såg Sverige-Danmark och blev så impade av klacken, och under sommaren träffade jag några av er när vi såg matcher i Folkets park i Malmö och på Werners i Göteborg. Idag var första gången jag stod i klacken med Soft Hooligans och hejade på vårt älskade fotbollslandslag. Det var magiskt! Inte matchen, men känslan av att stå där tillsammans och sjunga/bröla/skrika sig hes för att vi alla älskar samma sak: fotboll... Ni var fantastiska och spred härlig energi!”

Personen erkänner själv att matchen inte var bra, utan att stämningen kring Soft Hooligans var anledningen till att upplevelsen var “magisk”. De sociala ritualerna och medlemmarnas samhörighet spelade större roll än insatsen på planen. Detta skulle kunna tolkas som ett exempel på det Sveinson och Hoerber påpekade, att känslorna är viktigare för kvinnliga fotbollsfans än att ha djupa kunskaper om fotboll eller spelare (Pope 2017).

Ett annat perspektiv på Soft Hooligans som grupp skulle kunna vara att förstå dem som ett “micro-community” som Fenton m.fl bildat en teori om (Fenton, Gillooly & Vasilica 2023). Soft Hooligans skulle då kunna förstås som ett segregerat utrymme för fotbollsintresserade som inte känner sig trygga i den traditionella fotbollskulturen. Ett argument för detta vore just medlemmarnas vittnen om den “osunda” läktarkulturen som inte lockar dem. Ett sådant argument skulle dock kunna anses vara ett förminskande av damfotbollen och intresset för den. Vi kan inte utgå från att Soft Hooligans medlemmar inte har ett genuint intresse för damlaget och samlas i denna fankultur för att de inte finner en plats hos andra lag. Men aspekten av Soft

Hooligans som öppnar upp nya utrymmen och som utmanar normerna och omdefinierar supporterkulturen efter deras värderingar går att dra paralleller till, och likaså till kvinnorna i Fenton m.fl samt Radmann m.fl (2022) studie.

Sammantaget finner vi att kommunikationen de för genom sin visuella representation samt sina uttalanden i media och genom sina inlägg på facebook kan tolkas som ett skifte i supporterkulturen med hjälp av Popes teori. Det finns en underliggande diskurs som riktar kritik mot den traditionella och manliga supporterkulturen, samtidigt som diskursen även lyfter de mjuka värderingarna och normerna som Soft Hooligans representerar. Denna diskurs genomsyrar flera aspekter av Soft Hooligans kommunikation, vilket gör att vi tolkar dem som ett exempel av den feminisering av sportfans som Pope skriver om.

5.2 Soft Hooligans praktiker

I följande avsnitt analyseras Soft Hooligans praktiker och hur dessa kommer till uttryck, samt vilken betydelse sociala medier har för dessa praktiker. För detta har vi tolkat vilka sociala ritualer och symboler som kommer till uttryck i facebookinläggen, detta med stöd av Collins teori om sociala ritualer och Giulianottis studie om åskådares identiteter. Då vi tidigare har en förståelse av Soft Hooligans som en deltagarkultur eller en digital fankultur är sociala medier som Facebook en förutsättning för att kunna utveckla kulturen, och Soft Hooligans beskriver själva att facebook-gruppen har följande syfte:

“En grupp för alla som älskar vårt svenska damlandslag i fotboll! Här kan vi peppa, heja, komma på ramsor, koordinera, planera och TAGGA! Det är dags att tjejerna får sig en klack och att vi fyller arenorna!”

Det Soft Hooligans ger intrycket av i denna syftesbeskrivning är att Facebook är ett verktyg för deras praktiker, vilka då har en grundläggande betydelse för skapandet av en gemenskap enligt Collins (2008).

En av Collins huvudsakliga faktorer som utgör den religiösa upplevelsen är symboler, vilka innehar en emotionell betydelse och införlivar känslan av tillhörigheten inom gruppen. På sätt

och vis kan samtliga inlägg sägas bära på en symbolisk mening, då varje inlägg potentiellt kan väcka känslor när de visas i Facebook-flödet. Objekt, materiella som immateriella, kan sägas bära på en symbolisk mening vilka kan framkalla känslorna för gemenskapen och således tolkas sociala ritualer (Collins 2008). Facebook-inlägg kan dyka upp som notiser hos medlemmarna, när de visas i flödet markeras de som tillhörande Facebook-gruppen Soft Hooligans, och texten och bilderna berör ämnet svenska damlandslaget eller gemenskapen Soft Hooligans. Trots att Collins menar att fysisk närvaro är ett element för att kunna uppleva den religiösa upplevelsen (2008: 54), så kan detta motargumenteras med hjälp av Doona & Rübsumens definition av digitala fankulturer, vilken bygger på digital interaktion som sociala medier möjliggör trots avstånd eller tidsskillnad (2017).

Men det finns även andra meningsfulla symboler som vi urskiljer inom Soft Hooligans. Bland annat använder sig medlemmarna ofta av svenska landslagströjor, svenska flaggan och andra blågula tillbehör. Blå och gula hjärtan används ofta tillsammans i inlägg och kommentarer, vilket vi tolkar som symboler som representerar både Sverige och kärleken till svenska landslaget samtidigt. Inför en match i oktober 2023 postade två medlemmar varsin bild på sina gula Sverige-tröjor med svffs loggor och med texten "Sverige" över bröstet. I november postade en användare en bild på Soft Hooligans på läktaren. I bilden syns flera kvinnor som klappar händerna och lyfter armarna i peppande gester medan en annan kvinna håller i ett par trumpinnar framför en stor trumma. Kvinnorna bär gula Sverige-tröjor ovanpå lager av andra kläder eller bär andra gulblåa accessoarer såsom peruker och halsdukar. Det verkar således tämligen viktigt att dessa symboler syns, vilket vi tolkar som att de har en viktig emotionell betydelse som betecknar Soft Hooligans supporterskap. Andra tolkningar av detta kan också vara att medlemmarna bär dessa symboler för att utmärka sig som grupp, eller att medlemmarna kollektivt bär lagets färger för att förmedla den emotionella energin till spelarna på plan. Symboler som klubbemblem och klubbvaror var sådant som Giulianotti (2002) fann var en vanlig och viktig praktik för fans och supportrar när de uttryckte sina identiteter, och det verkar vara en viktig aspekt även för Soft Hooligans. Här får också Facebook en viktig betydelse för möjligheten att kunna dela med sig av sina symboler, som sett i bland annat inläggen med tröjorna. Även om medlemmarna inte kan delta på matcherna på arenorna använder sig av Facebook för att förmedla sitt användande av symboler och deltagande i upplevelsen.

Pope (2017) nämner i sin bok att kunskap är något som anses indikera ett autentiskt supporterskap och således skulle kunskap kunna tolkas som en symbol som representerar supporterarnas engagemang. En mängd inlägg handlar om att sprida uppgifter om laget, spelarna och damfotbollen för att tillgodose de andra medlemmarna med kunskap. Bland annat är det vanligt att medlemmar delar inlägg med innehåll om matcher. I oktober delas bland annat två inlägg. Det ena inlägget är en delad artikel från svenskfotboll.se som är en sammanfattning inför en match, det andra är ett inlägg delat från Facebook-sidan Selección Española Femenina de Fútbol som gratulerar Aitana Bonmatí för priset Ballon D'or. Ett annat exempel på detta är ett inlägg delat i Facebook-gruppen av en användare, vilket är ett inlägg från SVTs facebook, vilket i sin tur är en nyhetsartikel från SVTs egna hemsida som handlar om skadeläget på fotbollsspelaren Nathalie Björn. Inlägg av denna typ utmärker den konvergenskultur som Jenkins (2012) utformat sin teori om, där flöden flyter ihop och plattformar blivit beroende av varandra för att distribuera budskap. Denna konvergenskultur utmärks av sin deltagarkultur där medlemmarna i Soft Hooligans orienterar sig i mediebruset och sedan sprider och utbyter kunskap och uppfattningar vidare till andra medlemmar. Detta skapar också den kollektiva intelligensen inom gruppen.

Andra inlägg som också skulle kunna förstås som ett deltagande i den kollektiva intelligensen är inlägg som efterfrågar kunskap. I ett inlägg skriver en användare "Jag och en vän har de senaste matcherna stått i klacken och vill hemska gärna fortsätta med det! Men vi hittar inte biljetter till klacken på Sverige Italien matchen 🙄 Är det någon som vet hur man får tag i de?". I ett liknande inlägg skriver en annan användare "Hej alla och hej Sverige! Jag bor i Norge och vill se matchen ikväll - är det någon som vet om den sänds på nätet någonstans?...". Här förlitar sig nyare eller mindre erfarna medlemmar i Soft Hooligans expertis från de mer erfarna medlemmarna, och de mer erfarna svarar i kommentarerna med hur de bör gå tillväga. Utbyte i kunskap likt dessa bidrar till den kollektiva intelligensen, men det är även något som hade kunnat tolkas som en ritual. Man skulle dels kunna förstå den kollektiva intelligensen som en ritual inom gruppen då att hjälpa andra medlemmar erhålla kunskaper kan tänkas stärka gruppens sammanhållning. Man kan också förstå handlingen att uppdatera sig som en ritual i sig då följare enligt Giulianottis studie (2002) håller sig uppdaterade om laget och spelarna genom media,

vilket vi tolkar som en praktik som således en vanligt förekommande bland fotbollsåskådare. Även här har Facebook som plattform en betydande roll för spridandet av inlägg, vilket är grundläggande för en deltagarkultur och för den digitaliserade fotbollssupportern som ständigt efterfrågar information.

Det finns de sociala ritualer som kräver fysisk närhet så som att gå på matcherna och att träffas och ladda upp inför dem, men även de delas online så att alla medlemmar kan ta del av dem. Soft Hooligans skapade under perioden analyserat två evenemang inför de matcher som spelades vilka de kallade för "Uppladdning inför Sverige - (Motståndarlaget)". Facebooks evenemangsfunktion är ett sätt att samordna träffar då man exempelvis kan bjuda in folk, dela plats och skriva tydlig information och skicka notiser om att evenemang snart sker. På så vis underlättar sociala medier som Facebook för att arrangera evenemang och kan sägas ha en viktig betydelse för praktiken. Dessa evenemang skedde på en bistro eller en pub. I samband med ett av evenemangen la bland annat en användare upp en bild med texten "Nu är uppladdningen igång på Werners Bistro. ALLA till Ullevi!!!". På bilden syns ett par män och kvinnor sittande i gula tröjor med lyfta armar, eller skålande med en öl mot kameran. Giulianotti (2002) fann att supportrar brukar delta i ritualerna inför matcherna, vilket vi således tolkar som en praktik för fotbollsfans. På så sätt anser vi att praktiken att ladda upp inför en match med att ses och dricka öl kan sägas vara en social ritual som Soft Hooligans utför för att skapa en känsla av gemenskap. Även om man inte kan delta vid matchen så bjuds alla in till gemenskapen genom delningar av bilder och texter på Facebook, vilket igen påvisar sociala mediers betydelse för gruppen.

Collins nämner också ritualiserade handlingar genom att koordinera röster och rörelser (2008). Enligt Giulianotti (2002) är det en vanlig praktik för supportrar att sjunga ramsor och göra rörelser tillsammans på läktarna, och detta är något vi urskiljer inom Soft Hooligans. Ett inlägg postat av en medlem innehåller två videos på supportertermarschen till arenan. I videon hörs supportrarna sjunga ramsan "Vi är svenska fans allihopa" medan de marscherar fram på ett mörkt och regnigt torg. Denna sociala ritual sker fysiskt, men återigen delas den online så att alla medlemmar får ta del av den. En annan användare delar ett inlägg med en bild på sin TV som visar en sverigematch och skriver "Här kommer hjältarna från Sverige..." Vi hör er!!! Heja alla tappra på stå 🙌❤️🇸🇪". Personen kan antas inte vara på plats på arenan. Två kommentarer i

svaren lyder “JA, helt fantastiskt att höra er men saknar att vara DÄR med er!”, och “Sjunger med er från soffan”. Att sjunga med verkar således vara en meningsskapande praktik som förenar dem som grupp. Att beskriva att man “saknar att vara där” tolkar vi som att de upplever att de går miste om den emotionella energin men genom att sjunga med från soffan kan de uppleva att de är en del av gemenskapen trots det fysiska avståndet. Att koordinerad sång är en social ritual som stärker gruppen blir även tydligt när medlemmar ger uttryck för en upplevelse av att inte vara lika delaktiga när de inte har kunskap om denna praktik.

“... Igår var det en del nya i klacken ...och kanske blir det många nya i Malmö på tisdag. Skulle ni i admin/initiativtagare till Soft Hooligans kunna göra ett inlägg med alla sånger/ramsor ... för att fler ska kunna hänga med. Igår hade jag vänner med från Iran och Afghanistan och min man som fått ett helt nytt och oväntat fotbollsintresse tack vare den härliga stämningen i Soft Hooligans. Det hade varit jättebra för dem. Tusen tack 🤍🧡🤍🧡”

Kommentarerna i svaren reflekterar denna åsikt. “Åh vad bra att du skriver det 🙏 Vi är två nya som kommer på tisdag, så hade varit suveränt att kunna öva på ramsorna innan 🤍🧡”.

Sammantaget identifierar vi flertalet praktiker och symboler vilka har en stor betydelse för Soft Hooligans gemenskap, vilka många går att likna vid de Giulianotti identifierat i sin studie. Facebook är ett viktigt verktyg för dessa praktiker och möjliggör för gemenskapens utveckling.

5.3 Den Kvinnliga Supporten

I detta avsnitt undersöker vi hur kvinnor, representerade av gruppen Soft Hooligans, aktivt tar plats inom fotbollen och utmanar den traditionella synen på supporterkultur, vilket även försöker besvara varför Soft Hooligans väcker starka känslor. Denna analys kommer främst att använda sig av Connells forskning om maskuliniteter, samt dra fragment från den tidigare forskningen om kvinnor inom fotboll och supporterskap, vilka belyser kvinnors möjligheter att omdefiniera normer för kvinnlighet och femininitet inom fotboll.

Om man betraktar fotbollsläktaren som en domän kan man historiskt förstå den som hegemoniskt maskulin. Denna hegemoni har uteslutit kvinnor från fotbollskulturen, vilket kan antas vara en anledning till varför könsnormer om aggressiv maskulinitet har förstärkts i dessa grupper. Enligt Elias och Dunning får manlighetsnormer fäste i kollektiva grupper av män, vilket leder till en glorifiering av fysisk styrka och aggressivitet (1986). Detta befäster den hegemoniska maskuliniteten, vilken enligt Connell är den mest dominerande (1995). Men som vi förstått genom Popes (2017) forskning har läktarna feminiserats. Detta till följd av strukturella förändringar i samhället, vilket lett till att maktbalansen i samhället i stort och läktarna i litet, har börjat jämnats ut mellan könen. Enligt Pope har detta dock mötts av kritik från flera håll, där den “nya fotbollssupportern” kritiseras. Detta kan förstås som att könsmaktsordningen på läktarna är hotad, vilket ibland leder till våldsamheter med syfte att försvara maskulinitetens makt. Våldet blir då ett uttryck för att utesluta de som inte tillhör den hegemoniska maskuliniteten (Connell 1995). Detta tolkar vi som en form av diskriminering baserat på kön och genus. Andra former av diskriminering baserat på kön, vilka också kan tolkas som våld om än inte fysiska, kan sägas vara sexistiska. Den sortens våld Connell nämner utövas ofta av män som rättfärdigar våldet med en övertygelse om att de försvarar sin naturliga rättighet (1995), något andra former av sexistisk diskriminering även kan antas rättfärdigas genom. Soft Hooligans kan bland annat förstås som en grupp som “inkräktar” på en manlig domän, vilket skulle kunna förstås som en anledning till varför de möter en stark antipati. De kan också sägas representera den feminisering av sportfans som står för en civilisering av läktarkulturen. Civiliseringen av läktarkulturen kan förstås som ett hot mot den hegemoniska maskuliniteten som glorifierar våld och hat, vilken framförallt värnas av hängivna supportrar och huliganer. Detta är just vad Soft Hooligans utgör ett motstånd mot. Det Soft Hooligans representerar och de värden Soft Hooligans står för utmanar de rådande idealen och normerna som den traditionella läktarkulturen innehåller, vilket vi kan förstå som ett uttryck av Connells term avgenusfiering (1995). I följande analys av Soft Hooligans kommunikation vill vi uppmärksamma den genusediskurs som ytterligare illustrerar ifrågasättandet av patriarkala strukturer och diskriminerande beteende mot kvinnor.

I december engagerade sig en medlem i en diskussion om försnacket inför matchen Spanien mot Sverige på SVT genom att kommentera ett inlägg benämnt som “Matchtråd”.

“Tycker det är så himla fint av SVT att ge damerna hela femton minuters försnack av samma personer som sedan kommenterar matchen. Stackars herrar får en studio på plats med tre-fyra personer i utöver de två kommentatorerna. Sedan måste vi tittare stå ut med försnack som ibland pågår i över en timme. #feminismenhargåttförlångt”

Kommentaren genererar flera positiva reaktioner och nästa kommentar följer upp med “Tänkte skriva “förlåt för min bitterhet” men tänkte ett varv till och kom fram till att jag inte alls ska be om ursäkt över att ha visat min upprördhet kring patriarkala strukturer.”. Här tyder kommentarerna på en frustration över det ojämlika utrymmet och den obalanserade mediebevakningen av herr- och damfotboll. I denna diskussion framgår en genuskurs som belyser det faktum att kvinnlig fotboll inte får tillräckligt med uppmärksamhet och respekt. Försnacket på SVT framställs som ett exempel på den underrepresenterade synligheten för damfotboll i massmedia, vilket tillhör den övergripande problematiken med kvinnors osynlighet i media. Detta är något vi kan förstå utifrån Connells begrepp om hegemonisk maskulinitet där fokuset på herrfotboll i försnacket kan ses som ett sätt att befästa dessa normer och vidmakthålla den dominerande positionen för herrfotboll inom idrottsvärlden (Connell 1995). Jeanes och Ringfjords studier betonar vikten av att undersöka och kritisera könens maktrelationer inom idrotten. Diskussionen i kommentarerna antyder en tydlig frustration över den påtagliga obalansen i hur herr- och damfotboll hanteras och representeras i media. Teorier om kön och idrott blir relevanta när vi betraktar användningen av hashtaggen #feminismenhargåttförlångt i kommentaren. Dess ironiska användning antyder en debatt om genus och jämställdhet, vilket ytterligare stödjer argumentet om att diskursen i kommentarerna sträcker sig bortom en enkel konstaterande av ojämlikhet (Jeanes, 2006; Ringfjord, 2020). Soft Hooligans ifrågasättande av obalansen kan istället tolkas som ett exempel på en form avgenusfiering och som förser medlemmarna en viktig insikt om patriarkala strukturer som påverkar dem i vardagen.

I november läggs ett inlägg upp med texten “fräsch..” tillsammans med en bild på en konversation från ett facebookinlägg från en annan sida. Denna konversation inleds med en kommentar om att Italien var ett tekniskt och rörligt lag, som följs upp av en annan användare som kommenterar utseendet på de kvinnliga italienska fotbollsspelarna. En manlig Soft

Hooligan-medlem svarar på denna kommentar och argumenterar tillbaka att vi idag inte ska fokusera på utseende i damfotboll utan de förtjänar respekt och inte äckliga kommentarer från ett "gubbäcke". Detta svarar den tidigare användaren på genom att ifrågasätta att man är ett gubbäcke bara för att man tycker att någon är fin och avslutar med "... Herregud vart är vi påväg..?". Inlägget som postades i Soft Hooligans får flera personer att reagera och kommentera saker som "Det är så jäkla bra när män säger till respektlösa män! Tack!". Detta inlägg och kommentar belyser det pågående motståndet mot objektifiering och fokus på utseende när det gäller kvinnliga idrottare. Diskussionen visar på en strävan efter att respektera kvinnliga fotbollsspelare för deras prestationer snarare än deras utseende, vilket även detta går att koppla till en större problematik med sexualiseringen och objektifieringen av kvinnor i allmänhet. Connells (1995) resonerar att män som utövar våld ofta gör det med en övertygelse om att de försvarar sin rättighet. Genom att förstå objektifiering som en psykisk form av våld kan vi också förstå användarens motreaktion till tillrättavisningen med Connells resonemang, då personen ger intrycket av att vara övertygad om att det är en naturlig handling och kan tolkas gå i försvarsställning. "Vart är vi påväg" kan tolkas som att objektifiering av kvinnor tidigare var ett vanligt förekommande beteende men som inte förkastats på samma sätt som idag. Således tolkar vi att användaren upplever ett visst hot mot könsmaktsordningen, där personen ifrågasätter utvecklingen. Vidare kan vi även förstå den manliga Soft Hooligans-medlemmens agerande i Connells term "avgenusifiering" då personen ifrågasätter den traditionella maskuliniteten genom att kritiskt uppmärksamma beteendet.

I november delas ett inlägg som innehåller en bild från en annan grups konversation. En användare uttryckte att damlandslaget är värdelöst och meningslöst, likvärdigt med att titta på "Polisskolan 23" och hävdade att det endast är slöseri med tid. Användaren som publicerar inlägget skriver "Någon som känner sig manad att försvara damfotbollen med rimliga argument?" Några kommentarer på inlägget lyder "Man blir ju så matt. VAD är det som är grejen med just fotboll och kvinnor? När jämförde man exempelvis kvinnliga längdskidåkare med manliga? Eller höjdhoppare?". En användare väljer att svara på kommentaren med "gissar att mkt har att göra med supporterkulturen tyvärr. Vi inkräktar i deras heliga rum.". Den här diskussionen visar på fortsatta fördomar och negativa attityder gentemot damfotbollen. Genom att jämföra det med "polisskolan 23" och anse det vara slöseri med tid uttrycks en nedvärderande

inställning. Supporterkulturen nämns som en möjlig förklaring till motståndet, vilket återspeglar den traditionella synen på fotboll som en manlig domän som Jeanes och Ringfjords observationer pekar på (Jeanes, 2006; Ringfjord, 2020). Connells begrepp hegemonisk maskulinitet kan också användas för att förstå hur motståndet mot damfotboll kan härledas till upprätthållandet av traditionella könsroller inom supporterkulturen (Connell, 1995).

Efter att Soft Hooligans fått utstå en mängd näthat gick mittbacken Magdalena Eriksson ut i media för att försvara och hylla supportergruppen. En medlem delar ett inlägg med en länk från Sportbladets artikel samt Sportbladets Facebooksida och uppmanar samtidigt andra medlemmar till att kommentera och gilla artikeln innan "skrattgubbarna blir för många...". Vi tolkar detta som att "skrattgubbar" upplevs som ett hån eller ett förminskande av artikelns mening. En användare kommenterar "Ytterligare en anledning varför jag är stolt att vara en del av soft hooligans. Trots alla "nättroll" så är det viktigaste för mig att laget som vi alla älskar uppskattar och ser vårt jobb! Låt tråkmånsarna gnälla." Här framkommer stolthet över att vara en del av Soft Hooligans och hur de bemöter "nättroll". Denna respons kan ses som en manifestation av kvinnor som aktivt tar plats inom fotbollen och utmanar den traditionella supporterkulturen. Detta stödjer teorin om att kvinnor, genom att skapa sina egna grupper och utnyttja sociala medier, omdefinierar normer för kvinnlighet och femininitet inom fotboll (Radmann, Hedenborg White & Hedenborg, 2022; Fenton, Gillooly & Vasilica, 2023). Inlägget indikerar även motstånd från konservativa supportrar mot Soft Hooligans vilket kan förstås genom Connells teori om hegemonisk maskulinitet (Connell, 1995). Supporterkulturen upplevs som hotad av alternativa grupper, vilket illustrerar en pågående förändring och en utvidgad syn på supporterkulturen. Ett liknande inlägg som lades upp i samband med detta illustrerar också det motstånd Soft Hooligans utgör när de aktivt framhäver känslorna de väcker hos konservativa supportrar. Inlägget är en text som lyder: "Känner stolthet över hur vår supporterkultur kliar hos vissa konservativa supportrar på X. Vi bevisar att supporterskap finns i många former". Även detta kan vi förstå genom Connells teorier då det finns en koppling till teorin om hegemonisk maskulinitet, där den traditionella synen på supporterkultur som en manlig domän utmanas av alternativa grupper som Soft Hooligans. Båda dessa inlägg är något där Pope sannolikt hade betonat vikten av att skapa och upprätthålla en inkluderande supporterkultur, som går bortom traditionella könsnormer och normer för autentiskt supportande (Pope, 2020).

6. Slutsats

Bara för att fotboll historiskt har varit för män har det inte nödvändigtvis inneburit att kvinnor inte varit intresserade av fotboll, utan de har aktivt uteslutits. Det är inte förrän på senare år som de har fått möjligheterna till att bli supportrar. Det Soft Hooligans blir ett uttryck för är ett alternativt supporterskap med egna ideal. Precis som belyses av bristen på forskning om feminint supporterskap så har kvinnor själva inte fått utforma sitt supporterskap genom sina egna ideal och värderingar. Föreställningen om hur supporterskap ska bedrivas och förväntningarna inom fotbollskulturen är hegemoniskt maskulina, vilket är en förklaring till varför Soft Hooligans bemöts som de gör. Det finns förväntningar på maskulina värden och handlingar som Soft Hooligans har tagit aktivt avstånd från. Det är, med tanke på dessa föreställningar inom supporter-kulturen som finns, inte konstigt att Soft Hooligans har fått fäste. Soft Hooligans kan ses som ett utrymme för supportrar som inte står bakom de maskulina idealen inom fotbollen och inte känner sig välkomna i det klimatet, och således förstås som ett motstånd mot det. Soft Hooligans är en supportergrupp dedikerad åt det svenska damlandslaget i fotboll. På så sätt är de en fankultur som kretsar kring ett populärkulturellt fenomen, men de har även ett tydligt syfte där de strävar efter att skapa en inkluderande och positiv atmosfär för alla. På så sätt tolkar vi även dem som en deltagarkultur, inom vilken de arbetar för att förändra supporter-kulturens normer.

Soft Hooligans öppnar upp för en bredd av medlemmar, bestående av både unga och gamla, män och kvinnor, och är tydligt avståndstagande för hat och våld. Istället uttrycker de mjuka värderingar genom en omhändertagande gemenskap, samt gör ställningstaganden mot sexism och för feminism. Medlemmarnas engagemang som kommer till uttryck genom olika semiotiska resurser på Facebook belyser den underliggande diskursen som riktar kritik mot den traditionella supporter-kulturen och som lyfter genusrelaterade frågor. Sammanfattningsvis framträder en bild av en aktiv och progressiv rörelse, vars namn och existens verkar vara en medveten motreaktion mot den traditionella huliganismen och dess kopplingar till hegemoniska maskuliniteter inom fotboll och supporter-kultur. Genom att adoptera termen "hooligans" ger de en ironisk twist åt den traditionella, våldsamma bilden av supporter-kultur och erbjuder en ny, mer inkluderande tolkning. Således förstår vi Soft Hooligans som en representation av feminiseringen av

fotbollsfans. De representerar både ett motstånd mot det hegemoniskt maskulina supporterskapet, och det skifte som innebär att olika kön och identiteter tar plats inom läktarkulturen.

I vår analys om Soft Hooligans praktiker finner vi flera meningsfulla symboler och sociala ritualer vilka bidrar till att skapa Soft Hooligans gemenskap. Facebook är ett viktigt verktyg för Soft Hooligans praktiker i förhållande till att genomföra sina sociala ritualer och skapa denna gemenskap. Bland annat används Facebook för att samordna evenemang, skapa kollektiv intelligens och sprida kunskap om bland annat laget, spelarna, och ramsor. Facebook används också för att dela symboler med varandra i form av gula landslagströjor, blågula hjärtan, sverigeflaggor och andra blå och gula attiraljer som förknippas med Sverige och landslaget. Därtill finner vi även sociala ritualer som sker med fysisk närvaro i samband med matcher, såsom samlingar inför matcher, supporter marscher och ramsor på läktarna. Trots att dessa sker fysiskt så delas de frekvent på Facebook, vilket vi tolkar som en förlängning av praktiken så att alla ska kunna ta del av dem. Alla dessa praktiker vi identifierat bidrar till att skapa och förstärka Soft Hooligans gemenskaper, och Facebook spelar en huvudroll i att dessa praktiker förverkligas.

Det vi också finner i analysen är att Soft Hooligans sociala ritualer delar många likheter med de Giulianotti (2002) beskriver. De sociala ritualerna kretsar kring att dela kunskap, att sjunga och heja, att ses inför matcher, och dela betydelsefulla symboler, vilka inte verkar skilja sig i någon vidare mån från andra supporter kulturer. Det är således en slutsats att motståndet Soft Hooligans möter inte handlar om hur de bedriver sin supporter kultur, utan det verkar snarare handla om vad de står för. Kommentarer som ifrågasätter Soft Hooligans och kallar dem "töntiga" verkar alltså inte vara sprungna ur ett perspektiv som anser att deras praktiker är töntiga då de inte skiljer sig från traditionella ritualer, utan det verkar just handla om ifrågasättandet av de traditionella maskulina traditioner som är problematiken.

Med hjälp av Connells teori och maskuliniteter uppfattar vi antipatin mot Soft Hooligans som sprungna ur patriarkala strukturer rotade i den traditionella läktarkulturen där våld och hat anses vara naturligt. Den hegemoniska maskuliniteten som uppstått på läktarna är idag hotad till följd av feminiseringen av sportfans, vilket leder till det hatiska motståndet i ett försök till att bevara auktoriteten och dominansen. Men trots detta fortsätter Soft Hooligans att avgenusfiera

läktarkulturen genom att ifrågasätta, belysa och förändra. I visst avseende kan man förstå Soft Hooligans som ett "micro community" på sociala medier, där kvinnor välkomnas och stötts, då gruppen illustrerar kraften i att skapa sina egna utrymmen där normer för könsidentitet och supporterkultur kan omdefinieras. Den digitala gemenskapen ger kvinnor möjlighet att aktivt delta i fotbollskulturen och samtidigt undvika de negativa aspekterna av hegemoniska maskuliniteter och könsnormer. Men samtidigt tar de denna debatt till offentligheten vilket tydligare belyser att de inte vill leva undanskymt, utan aktivt förändra den supporterkultur som idag inte är välkomnande för alla. Soft Hooligans för en diskurs som bidrar till att förstå maktstrukturer inom läktarkulturen, men också för att definiera och omdefiniera utrymmet för kvinnors möjligheter till att skapa sin identitet som supporter. I ett större perspektiv anser vi att Soft Hooligans som fall illustrerar hur kvinnor i samhället försummas och utesluts från många större domäner men som aktivt kämpar för att vinna plats inom dessa, en mjuk huligan i taget.

7. Förslag till vidare forskning

Som vi konstaterat saknas det kunskap om kvinnor inom sporten generellt. De tidigare studier som vi har läst belyser detta, och även vår studie tyder på det. Vi anser därför att fler bidrag om kvinnor inom sport är av betydelse. En särskilt intressant aspekt att studera hade varit att djupgående undersöka hur kvinnor hade föredragit att delta inom supporterskapet, och om den hegemoniska maskuliniteten med sin våldsamma karaktär bidrar till att kvinnor drar sig från att delta i kulturen. Detta hade bland annat kunnat genomföras genom kvalitativa intervjuer. Ur ett medie och kommunikationsperspektiv är det fortsatt intressant att vidare studera vad sociala medier innebär för sådant som sportens globalisering, supportrars ökade kunskap samt digitala gemenskaper, och klubbars ökade inflytande och utökade supporterrets. Fotboll och föreningslivet i en svenskt kontext är även intressant med fenomen som 51-procentregeln och villkorstrappan, vilket även går att analysera från ett media och kommunikationsperspektiv, då det har varit omtalat i media och skapat stora diskussioner. Något som återigen belyser sociala medier som verktyg för att mobilisera rörelser bland supportrar.

8. Referenser

Chisari, Fabio. (2006) When Football Went Global: Televising the 1966 World Cup. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung* 31(1): pp. 42–54.

Cleland, Jamie. (2011). The media and football supporters: A changing relationship. *Media, Culture & Society* 33(2): pp. 299-315. doi:10.1177/0163443710393866.

Collins, Randall. (2008). *Den sociologiska blicken: Att se bortom det uppenbara*. Lund: Studentlitteratur.

Connells, Raewyn (1995). *Maskuliniteter*. Översättning: Å. Lindén. Göteborg : Daidalos.

Delwiche, Aaron. and Henderson Jacobs, Jennifer. (2013) Introduction, Delwiche, Aaron. and Henderson Jacobs, Jennifer. (red.) *The Participatory Cultures Handbook*. New York: Routledge. pp. 3-9

Elias, Norbert & Dunning, Eric. (1986) *Från riddarspel till fotbollscup : sport i sociologisk belysning*. Översättning: L. Hansson. Stockholm: Atlantis.

Eriksson, Göran. & Machin, David. (2019). Multimodal analys av audiovisuell kommunikation, Ekström, M. & Johansson, B (red.) *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur. pp. 255-276

Fenton, Alex. Gillooly, Leah & Vasilica, Cristina Mihaela. (2023). Female fans and social media: micro-communities and the formation of social capital. *EUROPEAN SPORT MANAGEMENT QUARTERLY*2023, 23(2): pp. 370–390. doi:10.1080/16184742.2020.1868546

Giulianotti, Richard. (2002). Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport & Social Issues* 26(1): pp. 25-46, doi:10.1177/0193723502261003.

Guschwan, Matthew (2016) New media: online fandom. *Soccer & Society*, 17(3): pp. 351-371, doi: 10.1080/14660970.2015.1082761

Harris, Michael (1998) Sport in the newspapers before 1750: Representations of cricket, class and commerce in the London press, *Media History* 4(1): pp. 19-28, doi: 10.1080/13688809809357933

Jeanes, Ruth (2006). *Tackling gender: girls, football and gender identity construction*. Doctoral thesis, Loughborough University. https://repository.lboro.ac.uk/articles/thesis/Tackling_gender_girls_football_and_gender_identity_construction/9604697

Jenkins, Henry (2012) *Konvergenskulturen: Där Gamla och Nya medier kolliderar*. Övers. Sjöden, P. Göteborg: Daidalos.

Jenkins, Henry (2019) *Participatory culture : interviews*. UK; Cambridge

Kayhan, Sezen (2022) Women with purple violets documentary and the liberating effects of female football fandom. *Soccer & Society* 24(5): pp. 654-667, doi: 10.1080/14660970.2022.2095620

Lawrence, Stefan & Crawford, Garry (2019) *Digital Football Cultures: Fandom, identities and resistance*. London: Routledge.

Pearson, Geoffrey. (1983). *Hooligan, A History of Respectable Fears*. London : Macmillan.

Pope, Stacey (2017) *The Feminization of Sports Fandom: A Sociological Study*. London: Routledge

Radmann, Aage. Hedenborg White, Manon & Hedenborg, Susanna. (2022) Segregated femininities? Creating female fandom through social media in Sweden. *Soccer & Society* 23(3): pp. 298-313, doi: 10.1080/14660970.2022.2037213

Rapoport, Tamara (2021) *Doing fandom: Lessons from football in gender, emotions, space*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Ringfjord, Britt-Marie (2020) Fotbollsflickors känsla för genus. Meningsskapande om jämställdhet genom sportmediers genusrepresentationer. *Tidskriften för genusvetenskap* 41(3): pp. 27-48

Schultz, Brad & Wei, Wie (2013) Sports Broadcasting i Pedersen, P.M. (Red.)(2013) *Routledge Handbook of Sport Communication* (1st ed.) Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203123485>

Strannegård, Lars & Pallas, Josef (red.) (2010). *Företag och medier*. 1. uppl. Malmö: Liber

Övriga källor

Expressen (2019) Estrid Kjellman: "Ska vara mer feststämning på matcherna". Expressen, 16 juni

<https://www.expressen.se/tv/sport/fotboll/fotbolls-vm/estrid-kjellman-ska-vara-mer-feststamning-pa-matcherna/> [2024-01-24]

Soft Hooligans (2022) <https://www.softhooligans.se/swe/> [2024-01-24]

Rydén, Anna & Orre, Pontus (2023). Möt soft hooligans damlandslagets största supportere. Aftonbladet, 31 oktober.

<https://www.aftonbladet.se/sportbladet/fotboll/a/wAzLgP/fotboll-mot-soft-hooligans-damlandslagets-storsta-supporters> [2024-01-24]

Vetenskapsrådet (2017). *God forskningssed*. (VR rapport, juni 2017). Vetenskapsrådet.