

Examensarbete 15 hp – Journalistik

Metaforen - sportkrönikans byggsten

En kvalitativ studie av hur metaforer användes i Aftonbladets sportkrönikor under en tvåmånadersperiod under 2014

*Författare: Jon Alexandersson
Författare: Filip Landqvist*

*Handledare: Sara Hamqvist
Examinator: Britt-Marie Ringfjord*

*Termin: VT15
Ämne: Journalistik
Nivå: Kandidat*



Abstract

The purpose of this study was to study how metaphors are used in sports chronicles . As a complement, we also chose to study whether there are gender differences in the use of metaphors. We also wanted to take a look at whether journalists tend to mythologize sports stars with the help of metaphors. We have been using a qualitative study in our work. We chose to examine four sports journalists who writes sports chronicles for the newspaper Aftonbladet. Two males and two females.

In our results, we concluded that metaphors are very common in sports chronicles. We used a metaphor analysis in our study of the chronicles. We also found that gender differences in the use of metaphors is not so big. When we examined the differences between women and men, we started mainly from British Hultén's theory that men are abstract and women concrete in their texts.

Author: Jon Alexandersson, Filip Landqvist

Title: The metaphor - the rock of sport chronicles

Location: Linnaeus University

Language: Swedish

Number of pages: 48

Nyckelord

Metaforer, genus, framing, sport, krönika, semiotik, myter

Innehåll

1. Inledning	
1	
1.1. Introduktion	1
1.2. Problembakgrund	2
1.2.1 Bakgrund journalisters språk	2
1.2.2 Bakgrund sportjournalistik ur ett genusperspektiv	3
1.2.3 Sportkrönikan som genre	3
2. Teori och tidigare forskning	
5	
2.1 Framing	5
2.2 Semiotisk textteori	6
2.3 Mytteori	7
2.4 Genuskontraktet	8
2.2 Tidigare forskning	8
2.2.1 Sportjournalistik	8
2.2.2 Genus	10
2.2.3 Sporten och stjärnorna	11
3. Syfte och frågeställning	
14	
4. Metod	
16	
4.1 Kvalitativ innehållsanalys	16
4.2 Metaforanalys	17
4.4.1 Metaforer	18
4.3 Operationalisering	21
4.5 Urval	21
4.6 Metodkritik	22
4.7 Forskningsetik	24
5. Resultat	
26	
5.1 Metaforanalysen	26
5.1.1 Döda metaforer	28
5.1.2 Dolda metaforer	29
5.1.4 Öppna metaforer	32
5.2 Myter och metaforer	34
5.3 Genus	38
5.4 Semiotik	40
6. Diskussion	
43	

1. Inledning

1.1. Introduktion

”Och där låg den blågula fotbollsflaggan, nedtrampad i den leriga gräsmattan...de grävde upp den där solkiga svenska fanan, bar den rätt upp i andra änden av planen och nitade fast den i det franska målet¹”. Detta skrev Erik Niva i sin krönika publicerad i Aftonbladet dagen efter U21-landslaget i fotboll hade lyckats kvalificera sig till fotbolls-EM. För dig som är välorienterad bland sportjournalistiska texter i allmänhet och kanske Erik Nivas i synnerhet är detta metaforiska utmålningarna kanske inget nytt. I en annan krönika beskrev Jennifer Wegerup Zlatan Ibrahimovic, efter dennes mottagande av sin nionde guldboll, med orden; *”Under åren förädlad till en ros av klass. Men alltid med rötterna i den där skånska förortsmyllan.”*² Även här lyser de metaforiska målningarna lika starkt som Zlatan själv på den svenska stjärnhimlen. Men hur vanligt är det med metaforer i sportkrönikor egentligen? Och hur används dem?

I Sverige är journalistyrket idag relativt jämnt fördelat könsmässigt om man jämför med hur det har sett ut bara för 20 år sedan då männen var överrepresenterade. Enligt Svenska Journalistförbundet är det idag till och med fler kvinnliga journalister än manliga i Sverige³.

Men om vi tittar närmare på vissa ämnen ser vi att det finns tydliga exempel där representationen är desto mer ojämn. Dessa ämnen kan delas in i ”manliga” och ”kvinnliga” ämnen eller som de Bruin och Ross⁴ också kallar det, hårda och mjuka ämnen. Exempel på dessa ”manliga” eller hårda ämnen kan vara sport eller politik. Ämnen eller områden där kvinnliga journalister är överrepresenterade är till exempel skola eller familjefrågor. Kan dessa omständigheter påverka mäns och kvinnors användande av metaforer? Finns det skillnader i metaforanvändningen beroende på

¹ Erik Niva, Sportbladet 151014 s. 2-3

² Jennifer Wegerup, Sportbladet 141014 s.10

³ SJF, 2012 s.16

⁴ *Gender and Newsroom Cultures*, Marjan De Bruin och Karen Ross, Hampton Press 2004

vilket kön journalisten har?

1.2 Problembakgrund

Forskning kring metaforer har tidigare gjorts. Även inom sportjournalistiken är flera metaforrelaterade undersökningar utförda⁵. Dock har det inte gjorts kvalitativ forskning om metaforer i sportkrönikor på det sätt som vi har för avsikt att göra.

Vi vill jämföra fyra olika sportjournalister, två av varje kön, och se hur dessa fyra använder sig av metaforer i sina krönikor. Som komplement till vår undersökning kommer vi också undersöka metaforanvändning sett ur ett genusperspektiv. Vi kommer undersöka om det finns skillnader mellan könen i användningen av metaforer i sportkrönikor.

1.2.1 Bakgrund journalisters språk

All journalistikrapportering är i grunden uppbyggd på ett liknande sätt. Det finns vissa mallar och ramar som journalisten ska förhålla sig till när hen skriver. Något som Britt Hultén kallar ”det professionella mönstret⁶. Det kan till exempel vara policys hos arbetsgivaren. Dessa ramar och mallar kan variera mellan olika tidningar och kan förändras över tid men framförallt när det gäller nyhets- och sporttexter ser rapporteringen snarlik ut. Ett exempel på dessa ramar är de sex frågor som enligt Björn Häger ska besvaras av en journalist när hen skriver en journalistisk text. När, var, hur, vem, vad och varför⁷.

Språket är ett av de viktigaste verktygen för en journalist. Det är med språket du kommunicerar med dina medmänniskor, vare sig det gäller verbalt eller i skrift. Det är

⁵ "Frälzaren"; *En studie i användningen av religiösa metaforer i fotbollsrapporteringen i sportjournalistik*, Joakim Sörensen och Stina Arvidsson 2013, Linnéuniversitetet. Samt *Självviska genrer och svarta hål; Metaforer, liknelser och jämförelser i Dagens Nyheters vetenskapsjournalistik*, Björn Lindén 2006, Södertörns högskola.

⁶ *Journalistikanalys; en introduktion*, Britt Hultén, Studentlitteratur AB 2008

⁷ *Reporter*, Björn Häger, Norstedts 2010

språket vi använder oss av för att förmedla nyheter, känslor, tankar med mera. En människas språk säger något om personens identitet⁸.

1.2.2 Bakgrund sportjournalistik ur ett genusperspektiv

Sportjournalistyrket är väldigt mansdominerat. Trots att det med åren har jämnats ut med flertalet kvinnliga journalister så är det fortfarande männen som är överrepresenterade i branschen.

Det finns flera exempel där kvinnor inte får samma förutsättningar som sina manliga kollegor på grund av att de just är kvinnor. Ett typexempel på detta är så kallad ”omklädningsrumsjournalistik”. Kvinnliga journalister har inte samma tillgång till de manliga omklädningsrummen efter matcher etc. Sportjournalistik handlar mycket om att ”fånga ögonblick” och det är svårt att åstadkomma om man inte finns på plats i omklädningsrummet⁹ efter till exempel ett SM-guld i ishockey.

Två kvinnor som breddade vägen för efterföljande kvinnliga sportjournalister var Ann-Britt Ryd Pettersson och Jane Björck som på mitten av 80-talet blev de första kvinnliga sportreportrarna på SVT-sporten. Ryd Pettersson syntes i rutan första gången 1985 och Björck kom två år senare. Efter dem har det följt en rad kvinnliga sportjournalister i både tv och tidningar.¹⁰

I och med att kvinnorna tog sig in på dessa redaktioner som så länge varit mansdominerade, kan man ställa sig frågan om de kvinnliga sportjournalisterna skriver på ett visst sätt för att ”passa in” på redaktionen?

1.2.3 Sportkrönikan som genre

En krönika ska vara levande och personlig annars riskerar den att bli ett referat eller liknande text. Syftet med en krönika ska inte vara att roa men i och med de något mer fria tyglarna blir en krönika oftast mer underhållande än en nyhetstext eller referat.

Krönikan bör tolkas utifrån att skribenten luftar sina egna åsikter och funderingar inom rimliga gränser för den kontext som hen skriver för. Samt vilken policy och attityd som finns på tidningen.

⁸ *Språksociologi*, Jan Einarsson, Studentlitteratur AB 2009

⁹ *Women, media and sport*, Pamela J Creedon, SAGE Publications Inc 1994

¹⁰ *Sport och medier*, Peter Dahmén, IJ-forl 2008

Ledin och Selander beskriver att ”en genre blir en instans som kodar kontextuella förväntningar”¹¹. Vilket innebär att när läsaren uppfattar en text som en del i en viss genre blir större delen av meningsskapandet förutsägbart. Man kan säga att förståelsen kommer av sig själv. Sportkrönikan räknas in som en sådan genre. Det finns redan förväntningar på textens utformning och handling innan läsaren tar in texten. Skribenten ska så gott hen kan leva upp till dessa förväntningar. Detta gör att skribenten till stor del är låst och inte har riktigt så fria tyglar som man kanske kan tänka sig. Alltså, trots att krönikan inte är en nyhetsartikel finns det stora krav, från läsaren, på att krönikören ska ha ordentlig fakta- och ämneskunskap. I vissa sammanhang är det inte lika viktigt att vara analyserande och djupsinnig i krönikan utan fokus ligger istället på underhållning. Ibland ska krönikören hitta en balans mellan dessa. Blanda fakta med humor. Omständigheter som kan påverka detta är policyn på reaktionen och vilken typ av tidning man skriver för. Det kan vara skillnad på att skriva krönikor i en kvällstidning kontra en dagstidning¹².

¹¹ *Teoretiska perspektiv på sakprosa*, Per Ledin och Staffan Selander, Lund, Studentlitteratur.

¹² *Ibid*

2. Teori och tidigare forskning

2.1 Framing

En av de teorier som vi valt att applicera på vår undersökning är framing theory. Eller som det heter eller snarare kallas på svenska, gestaltningsteori. Framing har definierats som hur händelser och frågor är organiserade och begripligt framställda speciellt av medier, medieprofiler och mediernas publik. Att använda sig av framing eller rama in en händelse som man kan översätta det till handlar om att man belyser vissa aspekter av en specifik händelse och ge dessa mer utrymme och göra dem mer framträdande för att påvisa särskilda problem och frågeställningar¹³.

En av grunderna kring begreppet framing är att det är ett sätt att beakta effekterna och inflytandet av reportrarna. Och på vilket sätt de använder sig av sina källor¹⁴.

Framing är inte bara hur medierna väljer att rama in nyheter för att spegla den sociala verkligheten. Den innefattar också huruvida och på vilket sätt mediepubliken uppfattar nyheten.

Dessutom handlar det om hur publiken uppfattar och gör sin egen verklighet av den nyhet som journalisten inramat. Utifrån detta kan man beskriva framing som en process där medierna skapar en bild av verkligheten, med olika begrepp, termer och stilar. Och det är till stor del den som påverkar hur publiken upplever nyheterna.

Nyheten kan vara en och samma men beroende på hur journalisten har ramat in den kan det skilja mycket i hur mediepubliken uppfattar nyheten och informationen som den sprider. Som exempel kan en journalist beskriva en händelse som något negativt medan en annan får samma händelse att framstå som positiv¹⁵.

¹³ *The handbook of journalism studies*, Karin Wahl-Jorgensen och Thomas Hanitzsch, Routledge, 2009

¹⁴ Ibid

¹⁵ *Makt, medier och samhälle*, Jesper Strömbäck, Kristianstad SNS Förlag 2009

Denna teori blir intressant för oss då vi hoppas få svar på om män och kvinnor använder sig av metaforer på olika sätt för att ramar in sina texter. Och hur skribenten använder sig av metaforer för att förmedla sina egna åsikter och synpunkter.

2.2 Semiotisk textteori

En annan teori som vi valt att applicera på vår studie är teorin kring semiotik. Semiotik innebär ett vetenskapligt studium av tecken i dokument eller andra företeelser. Där tonvikten läggs på betydelsen av att hitta eller komma fram till en djupare mening bakom de företeelser som studeras. Det semiotiska synsättet är inriktat på att finna eller avslöja processer som rör meningsproduktion och hur tecken förväntas få effekt på konsumenten av tecknen.¹⁶

Semiotik brukar definieras som läran om tecken.¹⁷ Tecknet i det här fallet menas det som står för något annat. Begreppet semiotik kommer från det grekiska ordet semeion som betyder just tecken. Och skapades för läran om tecken av den engelske filosofen John Locke under 1600-talet.¹⁸

Att studera medier utifrån ett semiotiskt perspektiv initierades av Roland Barthes under 1950-talet.

”Barthes applied basic sign theory, introduced briefly above, to the analysis of all kinds of media spectacles and genres, showing how it can expose the implicit meanings built into them.”¹⁹

Denna teori blir intressant för oss då den kan hjälpa oss att se och tolka de tecken i krönikorna som kan få oss att förstå vad skribenterna vill säga med sin text och metaforerna i dem. Det kan också få oss att se underliggande motiv som skribenten har. Dessa kan vara både medvetna och omedvetna. Semiotik lämnar utrymme för tolkning

¹⁶ *Samhällsvetenskapliga metoder*, Alan Bryman, Liber AB 2008, s.283

¹⁷ *Ibid* s. 506

¹⁸ *Semiotik*, Sören Kjörup, 2004, s.99

¹⁹ *Understand media semiotics*, Marcel Danesi s.23

och gör det problematiskt att likställa det som skribenten skriver med något exakt. Alltså bygger mycket av de semiotiska teorierna på en subjektiv tolkning.

2.3 Mytteori

I en artikel från 1982 redovisar Graham Knight och Tony Dean en teori där medierna eller nyheterna fungerar som bärare av myter.²⁰ Denna teori kommer vi applicera på vår undersökning. I artikeln undersöker de två Kanadensiska tidningar och deras rapportering av gisslantagningen vid iranska ambassaden i London. Gisslandramats mening var att den iranska staten skulle tvingas erkänna självständighet för en provins i landet. Här använde journalisterna metaforer i rapporteringen för att beskriva utvecklingen. I det här fallet skapades ett "vi och dem-tänk", en "god" och en "ond" sida med hjälp av mytiska bilder som "attacken" och "angreppet". Till exempel visade tidningarnas rapportering tydligt att våldet från den brittiska sidan var befogat när specialstyrkor gick in och dödade gisslantagarna. Med dessa mytiska bilder och beskrivningar vill journalisterna framhäva att de mest vedertagna åsikterna är de som är rätt. Att ta gisslan är fel och att döda terrorister är rätt för att visa på ett exempel.

Myter presenterar åsikter på ett sätt som gör dessa till sanningar genom att de använder formuleringar som vi känner igen ifrån vår kultur. Det är laddade ord och bilder som vi får upp huvudet som förenklar och förtydligar.

Knight och Dean tar också upp att myter kan glorifiera personer, företeelser och normer. Här visar de på ett exempel med den brittiska specialstyrkan S.A.S. I tidningarna beskrivs denna militära grupp bland annat som framstående och med exceptionella färdigheter samt med oöverträffad framgång. Även detta kommer vi applicera på vår undersökning.

²⁰ *Myth and the structure of news*, Knight, Graham & Dean, Tony (1982) *Journal of Communication*, nr 32.

2.4 Genuskontraktet

När det kommer till genusavsnittet kommer vi att använda Yvonne Hirdmans teori om det så kallade genuskontraktet.²¹ Denna teori går ut på att vi skapar regler och normer om manligt och kvinnligt i samhället. Den är till stor del uppbyggd kring följande två principer:

- Manligt och kvinnligt skiljs åt. I skolan talas det ofta om ”stökiga och högljudda killar” och ”lugna och tysta tjejer”. Pojkleksaker och flickleksaker, pojkaktigt och flickaktigt är andra exempel på detta.
- Manligt är högre värderat än kvinnligt. Det som anses vara manligt är ofta värderat högre än det kvinnliga. Till exempel anses det bättre för en flicka att vara pojkaktig än för en pojke att vara flickaktig.

Hirdman menar också att det finns grunduppfattningar av manlig förpliktelse som handlar om att ”ta hand” om kvinnan. ”Mannen ska försörja och beskydda kvinnan”. Alla bidrar till ordningen. Det är inte alltid lätt att upptäcka denna genusordning. Man kan lätt falla in i roller och uppleva olika genussituationer som helt normala och vardagliga.

I vår studie kan detta till exempel innebära att kvinnor och män ofta har olika journalistiska ämnesområden.

2.2 Tidigare forskning

2.2.1 Sportjournalistik

Tidigare forskning om huruvida det finns skillnader mellan män och kvinnors skrivna språk är ganska bristfällig, något som även Britt Hultén belyser i sin bok *Journalistikanalys; en introduktion*²². Största delen av forskningen handlar om det

²¹ *Genus - om det stabila föränderliga former*, Yvonne Hirdman, 2008 Liber AB

²² *Journalistikanalys; en introduktion*, Britt Hultén, Studentlitteratur AB 2008

talade språket och skillnaderna där.

Enligt Hultén är kvinnor mer konkreta och känslosamma medan männen anses vara mer abstrakta och analyserande. Hon menar också att det finns föreställningar om att kvinnors språk skulle vara ”mindre lämpligt för viktiga saker”.

Hultén tar även upp något som hon kallar *det professionella mönstret*. Med det menar hon att det finns journalistiska mönster som som journalist ska följa. Dessa mönster styr texternas form och innehåll.

Peter Dahlén, professor i medievetenskap vid universitetet i Bergen, menar att sportjournalistiken fick sitt genomslag i dagspressen runt sekelskiftet 1900. Det var då sportrapporteringen började använda vad Dahlén kallar *känslomässig följetångsdramatik*²³.

En annan intressant aspekt, där Dahlén refererar till Mark Douglas Lowe²⁴, tar upp är förhållandet mellan medierna och proffsidrotten. Proffslagen vill ha god publicitet i medierna och på så sätt öka till exempel supporterantalet och därigenom öka intäkterna. På samma sätt är medierna beroende av att ha en ”god” relation med klubbarna och atleterna för att kunna leverera så bra nyheter som möjligt. Här finns ett typexempel i svensk media. Sportjournalisten Robert Laul publicerade under hösten 2003, på eget bevåg, en ”kontaktannons” i tidningen Aftonbladet²⁵ för fotbollsspelaren Zlatan Ibrahimovics räkning. Det var inget som Ibrahimovic hade gett sin tillåtelse till. Detta ledde till att Ibrahimovic bojkottade tidningen i flera år. Ett förödande slag för Aftonbladet som förlorade relationen och kontakten med en av Sveriges, redan då, största och mest framstående idrottsmän. När andra tidningar fick intervjuer med stjärnan var Aftonbladet tvungna att hitta andra vinklar istället. Ett tydligt exempel på att medierna behöver upprätthålla en god kontakt med idrottarna och att det finns gränser för vad en journalist kan skriva.

Ull Wallin, forskare inom medie- och kommunikationsvetenskap vid Göteborgs

²³ *Sport och medier*, Peter Dahlén, IJ-forl 2008

²⁴ Ibid

²⁵ www.aftonbladet.se/blogg/laul/240805115631_p_allmn_begran.html

universitet, menar att det finns åtta faktorer som är avgörande när det kommer till vad som får utrymme i medierna. Detta gäller inom både nyheter och sport. Överst på listan över dessa faktorer hittar vi *samhällssystemet*. På andra plats ligger *mediets marknadssituation*. På tredjeplatsen återfinns *källorna*. Här refererar Wallin till Shoemaker & Reese som kallar dessa tre faktorer för inflytande utifrån. De övriga faktorerna, *ägarnas inflytande, den redaktionella organisationen, de enskilda journalisterna, nyhetsvärderingsprinciperna* och slutligen *den journalistiska bearbetningen* kallar Shoemaker och Reese för faktorer inom medierna. Dessa faktorer avgör enligt Wallin innehållet i medierna²⁶.

Men om man tittar närmare på sporten och ställer sig frågan; vilka sporter får mest utrymme? Och vad beror det på? Det är självklart att de mest populära sporterna får mest utrymme. Folk vill läsa om de sporter som intresserar dem och tidningarna vill sälja nummer. Enligt Wallin spelar också både klimat och geografiskt område in på vilka sporter som får utrymme i medierna²⁷. Vi tar Sverige som ett exempel. Exempel på stora och populära sporter här är fotboll, ishockey och skidsport. Beroende på var i landet man befinner sig kan urvalet av sportnyheter se annorlunda ut. Till exempel får den alpina idrotten mer utrymme i de norra delarna av landet än i de södra. Mycket av det beror på att man ofta försöker vinkla så lokalt som möjligt.

2.2.2 Genus

Precis som Yvonne Hirdman i sin teori om genuskontraktet menar att manligt och kvinnligt hålls isär belyser Britt Hultén också i sin bok *Journalistikanalys*; en introduktion. Hultén menar att kvinnor är mer konkreta och känslsamma medan männen anses vara mer abstrakta och analyserande i sina respektive texter. Hon menar också att det finns föreställningar om att kvinnors språk skulle vara ”mindre lämpligt för viktiga saker” som till exempel sport eller politik.

Jämställdheten mellan könen på de journalistiska redaktionerna är som bekant inte

²⁶ *Sporten i spalterna*, Ulf Wallin, JMG 1998

²⁷ *Ibid*

100%. Marjan de Bruin och Karen Ross diskuterar att en anledning till detta är familjära stereotyper och att dessa även dyker upp på jobbet²⁸. Utifrån dessa kommer föreställningar om att män passar bättre för vissa saker och kvinnor för andra.

Ett exempel på hur mansdominerad sportjournalistyrket är återfinns i boken *News, gender and power* där en av kapitelförfattarna, Liesbet van Zoonen, skriver om att kvinnliga sportjournalister känner att de börjar bli accepterad som ”en av gubbarna”.²⁹

2.2.3 Sporten och stjärnorna

Hur framställs sportstjärnor i medierna? Enligt Dahlén så var det på 1990-talet som studier om sportstjärnor började komma fram för att sedan explodera³⁰. Numera är stjärnorna minst lika offentliga och populära att omskriva som skådespelare och artister. Det är inte sällan de beskrivs med epitet som nationalhjärte eller frälsare.

Peter Dahlén, professor i medievetenskap tar i sin bok, *Sport och medier; en introduktion*, upp en intressant del av mediebevakningen av sportstjärnor. Han menar att sporthjälten blir symbol för värden, förhållningssätt och egenskaper³¹. För att förtydliga detta hänvisar Dahlén till etnologen Billy Ehn som jämför längdskidåkarna Gunde Svan och Thomas Wassberg som var aktiva och framgångsrika under 1980-talet³². Ehn beskriver Wassberg som den mer ”folkkäre” åtminstone enligt journalisterna. Han ansågs som väldigt genuin och citat; ”...gör vad som faller honom in, ett naturbarn som åker skidor så länge det är roligt.”³³

Svan däremot ansågs vara ”perfektionisten”. Han lämnade få saker åt slumpen och hade alltid allting planerat och uträknat.

Det fanns även rent kroppsliga och sociala skillnader mellan de två idrottsstjärnorna. Wassberg bar ett rufsigt skägg och var mörkhårig och lite svår att riktigt komma in på

²⁸ *Gender and Newsroom Cultures*, Marjan De Bruin och Karen Ross, Hampton Press 2004

²⁹ *News, Gender and Power*, Stuart Allan, Gill Branston och Cynthia Carter, Routledge 1998

³⁰ *Sport och medier*, Peter Dahlén, IJ-forl 2008

³¹ Ibid

³² Ibid

³³ Ibid

livet. Svane var däremot den blonda och blåögda killen som inte sällan bar upp ett leende på läpparna. Men varför blev de så populära bland det svenska folket? Enligt Ehn så är det bland annat igenkänningsfaktorn som har stor betydelse för detta. Folk kunde relatera till både personliga och sociala egenskaper hos dessa två skidåkare. Folk ville läsa vad som skrevs om dem. Lyssna på intervjuer. Sen att de båda hade otroliga framgångar i sin sport bidrog naturligtvis även det till deras popularitet.

En annan intressant jämförelse av nationalhjältar inom idrottens värld är etnologen Fredrik Schougs jämförelse av slalomåkaren Ingmar Stenmark och tennisspelaren Björn Borg³⁴. En av våra kanske mest folkkära idrottsmän genom tiderna mot överklassportens flickidol. Enligt Schoug var Borg naturligtvis populär men inte på samma sätt som Stenmark. En del av det menar Schoug vara tennisens ”överklasstämpel”. Detta gjorde honom ifrågasatt i vänsterkretsar. Att han sedan valde att bosätta sig i Monte Carlo spädde på kritiken.

Samma skatteparadis valde Stenmark att flytta till i början på 1980-talet. Men för detta fick han inte i närheten av samma kritik som Borg. Eftersom han redan var så folkkär var det ingen som kritiserade honom för hans val av tillflyktsort. Stenmark ansågs vara väldigt jordnära och en ”vanlig människa”. Den hederliga och blyga killen från Västerbotten var också en person som folk kunde känna igen sig själva i. Uttrycket tillika metaforen, ”När Stenmark åker står Sverige stilla” visar hur populär han var bland folket.

Sportstjärnor tillskrivs ofta övermänskliga krafter och högvärderade epitet. Exempelvis ”Han la Europa under sina fötter”, ”Hon flög förbi försvararna.” Enligt Dahlén finns det vissa faktorer som avgjorde definitionen av en sporthjälte och hur media jobbade under mitten av 1900-talet³⁵.

Moral – Den svenska sporthjälten ska vara ödmjuk, lojal och hederlig.

³⁴ *Tänkar från baslinjen*, Jesper Fundberg, Klas Ramberg, Dan Waldetoft och Mats Hellspong, Östlings bokförlag Symposion 2005

³⁵ *Sport och medier*, Peter Dahlén, IJ-forl 2008

Modernitet – Sporthjälten ska vara taktisk, intelligent och disciplinerad.

Folklighet – Sporthjälten förändras inte med framgång. Han är en vanlig människa med fötterna på jorden.

Genus – Den svenska sporthjälten är en man och symboliserar mod och styrka.

Etnicitet – Sporthjälten tillhör citat; ”*en nordisk ras*”.

Av dessa fem faktorer eller teman som Dahlén kallar dem har åtminstone två av dem förändrats mer och mer de senaste åren. Kriteriet att den svenska sporthjälten nödvändigtvis behöver vara en man är mer eller mindre uttraderat idag. Mycket tack vare Zlatan Ibrahimovics framgångar inom fotbollsvärlden har synen på den sista punkten, etnicitet, också ändrats.

Medieforskaren Garry Whannel menar att medierna gör sportstjärnor till familjära, folkära personer. Vi tar till oss idrottarna som egna familjemedlemmar. Han hävdar även att medierna skapar hjältar och mytologiska ikoner³⁶.

Enligt Whannel gör medierna om idrottarnas bedrifter till historiska händelser och menar att denna process delas upp i två delar, mytologisering och reinskription. Mytologiseringen betyder bland annat att idrottarna beskrivs med omänskliga, magiska eller övernaturliga egenskaper. Reinskriptionen handlar om att man hela tiden skriver om idrottsstjärnors historia för att den ska passa in i nutiden.

³⁶ *Media Sport Stars*, Garry Whannel, Routledge 2002

3. Syfte och frågeställning

Vårt syfte är att studera hur metaforer användes i Aftonbladets sportkrönikor under en tvåmånadersperiod under 2014. Vi har valt ut fyra journalister för att undersöka detta. Journalisterna vi har valt att fokusera på är Simon Bank Erik Niva, Johanna Frändén och Jennifer Wegerup. Samtliga ligger i åldersspannet 32 till 42. Dessa är skribenter åt tidningen Aftonbladet och främst till tidningens sportdel, Sportbladet.

Anledningen till att vi har valt just krönikor är dels att det är en texttyp där journalisten får utrymme att uttrycka sig på ett mer personligt och friare sätt men också att det är en texttyp där speciella och säregna metaforer, används på ett mer frekvent sätt än i till exempel rena nyhetstexter.³⁷

Vi kommer begränsa oss till tre krönikor producerade av varje journalist. De texter vi har valt ut är krönikor från det dagliga flödet under oktober och november 2014. Utifrån denna empiri ska vi undersöka hur metaforer användes i sportkrönikor i Aftonbladet under en tvåmånadersperiod under 2014.

Anledningen till att vi har valt just detta område är att det finns bristande tidigare forskning om just metaforer i sportkrönikor. Vi vill fylla en kunskapslucka som finns i området. Dahlén skriver att precis som alla andra kulturella texter kommer de sportjournalistiska artiklarna eller krönikorna ge uttryck för olika normer och värderingar, explicit eller implicit, alltså att det antingen är öppet eller dolt i olika retoriska manövrar.³⁸ Detta gör det intressant att studera sportkrönikorna närmare då de kan säga något om krönikörernas värderingar och ståndpunkter ur en samhällelig synvinkel.

Vi har brutit ner vårt syfte i till följande frågeställningar:

- Hur används metaforer av män respektive kvinnor i det valda underlaget?

³⁷ *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, s.130, Författarna och studentlitteratur 2005 s. 270

³⁸ *Sport och medier*, Peter Dahlén, IJ-forl 2008 s.79

- Vilka mytologiska bilder av idrottsutövarna målas upp med hjälp av olika former av metaforer?
- Vilka typer av metaforer används och hur påverkar dessa krönikörernas budskap?

4. Metod

4.1 Kvalitativ innehållsanalys

Den stora skillnaden mellan en kvantitativ undersökning och en kvalitativ undersökning är att den kvalitativa undersökningen till största delen fokuserar på ord och den kvantitativa studien fokuserar på siffror. Men det finns ytterligare tre skillnader inom den kvalitativa forskningen. Nämligen en *induktiv syn* på förhållandet mellan teori och praktik. En *kunskapsteoretisk ståndpunkt* som brukar beskrivas som tolkningsinriktad eller interpretavistisk, vilket betyder att tyngden ligger på en förståelse av den sociala verkligheten på grundval av hur deltagarna i en viss miljö tolkar denna verklighet. En *ontologisk ståndpunkt*, som beskrivs som konstruktionistisk, vilket innebär att sociala egenskaper är resultatet av ett samspel mellan individer och inte av företeelser som finns ”där ute” och som är åtskilda från dem som är inbegripna i konstruktionen av dem³⁹.

Kvalitativ forskning kan utföras med flera olika metoder, såsom *deltagande observation, kvalitativa intervjuer, fokusgrupper, språkbaserade metoder för insamling och analys av kvalitativ data och analys av texter och dokument*. Vi kommer använda oss av den senare för att komma fram till om och hur metaforer används i sportkrönikor i Sportbladet. Och om det går att finna skillnader i män och kvinnors användande av metaforer.

*”En kvalitativ innehållsanalys är en strategi för sökandet efter teman i de data man har som är central för de kodningsmetoder som används vid analysen av kvalitativa data.”*⁴⁰

För att komma fram till i vilken utsträckning metaforer används i sportkrönikor har vi valt ut fyra sportjournalister på Aftonbladet. Två manliga och två kvinnliga. Detta ger oss också en möjlighet att studera skillnaderna mellan de två könen sett att använda sig av metaforer. Om det nu existerar en sådan skillnad.

³⁹ *Samhällsvetenskapliga metoder*; Alan Bryman, Liber AB 2008

⁴⁰ *Ibid*

Samtliga ligger i ungefär samma åldersspann vilket gör att vi inte behöver se åldern som en aspekt när vi analyserar.

Det känns mer intressant att studera metaforer i krönikor än i vanliga nyhetstexter. Då användandet av så kallade aktiva metaforer inte är lika vanligt förekommande i nyhetstext.⁴¹ En beskrivning av de aktiva metaforer och de andra typerna av metaforer kommer i avsnittet 4.2.

En kvalitativ innehållsanalys är förmodligen den vanligaste analysformen när det gäller kvalitativ analys av dokument. Det inkluderar sökandet efter de bakomliggande teman som kan finnas i det material och texter som man väljer att analysera. Dessa teman påvisas ofta genom genom exempelvis korta citat från tidningsartiklar⁴².

Det här är ligger nära det som vi har tänkt göra. Vi vill hitta små beståndsdelar i texternas metaforer som vi kan extrahera till något större. Se det stora i det lilla.

4.2 Metaforanalys

Lennart Hellspong som är professor emeritus i retorik, Södertörns Högskola, Stockholm har skrivit om hur en metaforanalys bör genomföras⁴³. Det kommer vi att till stor del använda oss av när vi gör vår analys av metaforerna.

Syftet med metaforanalysen är att se vilka metaforer som förekommer i en text, i vilken form de används, hur de samverkar med varandra och med annat texten och hur metaforerna påverkar sättet man ser på texten och hur de förhåller sig textens handling. Om man som forskare endast letar efter öppna, starka och tydliga metaforer behöver man analysera längre texter exempelvis en hel bok. Men eftersom våra texter inte är så långa som en hel bok analyserar vi också utefter dolda och diskreta metaforer.

⁴¹ *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005 s.270

⁴² *Samhällsvetenskapliga metoder*, Alan Bryman, Liber AB 2008

⁴³ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

Hellspong delar in sättet att analysera metaforer i fem olika punkter.

- Spridning - Hur vanliga är öppna och dolda metaforer och är några av dem särskilt påfallande eller viktiga?
- Form - Vilken retorisk och grammatisk form har metaforerna?
- Innehåll - Vilka betydelseområden tillhör bildleden och sakleden, vilka likhetsrelationer förbinder dem med varandra och svarar samma bildled mot olika sakled eller tvärtom?
- Funktion - Vad har metaforerna för funktioner och hur öppet eller diskret utövar de dem?
- Värdering - Vad betyder metaforerna kulturellt, hur verkar de retoriskt och ger de en rättvisande bild av den fråga som texten behandlar?

Vi kommer använda oss av delar ur samtliga av dessa punkter. Med fokus på punkt ett, fyra och fem. Då dessa tre punkter bäst kan hjälpa oss att besvara vår frågeställning. Hellspong rekommenderar att man kompletterar metaforanalysen med ytterligare analysverktyg för att att göra själva analysen säkrare.

4.4.1 Metaforer

En viktig aspekt är bland annat forskaren har en aktiv roll när hen tolkar texter utifrån metaforsynsättet. Viktigt är dock att läsaren ska ha samma uppfattning som forskaren av det som skrivs. Vilket gör att forskaren inte lämnas mandat att bedöma om tolkningen är bra eller dålig⁴⁴.

Metaforer ingår språkkategorin troper. Ordet troper betyder i sitt ursprung vändning.

Och enligt Karlberg och Mral definieras troper på följande sätt:

”Troper säger något annat eller mer än vad de faktiska orden anger, de används när ordens bokstavliga mening inte räcker till för att säga det man vill”⁴⁵

Inte bara metaforer räknas till troper utan också en del citat och visdomsord räknas in i samma språkfack. När man analyserar troper, där metaforer alltså ingår, bör man

⁴⁴ Kvalitativa metoder i arbetslivsforskning, Jitka Lindén, Gunilla Westlander och Gunnar Karlsson, Rådet för arbetslivsforskning och författarna 1999

⁴⁵ *Heder och påverkan* s.46-47, Maria Karlsberg och Birgitte Mral, Natur och Kultur Stockholm 1998

undersöka vilka associationer som textförfattaren ger med sina bilder. Det är också viktigt att titta på i vilket sammanhang som författaren uttalar sig och få förståelse för vilken grupp som hen vill nå med sin publikation⁴⁶.

Boréus och Bergström påvisar en bild av hur en metafor kan användas:

”När det vanliga och normala uttrycket för en företeelse byts mot ett mer konstfullt eller konstlat för att stegra intresset, framhäva vissa egenskaper eller skapa större åskådlighet och känsloladdning”⁴⁷

Något som också går att koppla direkt till gestaltningsteorin som likt det ovan skrivna också till stora delar går ut på att framhäva vissa delar i texten mer. Metaforer blandas ibland ihop med liknelser och metonymer men det finns några viktiga skillnader mellan dessa. Liknelser skiljer sig från metaforer genom att tydligt påvisa en tankemässig överföring. Exempel, ”pigg som en mört”.

Metonymer är när en benämning för något används som en beteckning för något annat som finns i samma område eller är nära associerat med. Till skillnad från metaforer används inte metonymer för att göra en betydelseöverföring från ett område till ett annat. Exempel, ”bilen kör”. Där är bilens förare associerad med själva bilen. Det kan vara särskilt svårt att skilja mellan metonymer och metaforer och en del uttryck kan fungera som både metonym och metafor. Men den stora skillnaden är att metaforer inte ska associeras med områden som ligger nära. Exempel, ”*arbeta i motvind*”⁴⁸.

Man kan dela in metaforen i två olika ”led”, *sakledet* och *bildledet*. Lennart Hellspång använder sig av exemplet ”ålderns höst” för att beskriva detta. Då placeras hösten in i bildledet och åldern i sakledet. Bildledet uttrycker ett sätt att se på sakledet. Åldern eller ålderdom är i det här fallet som hösten. Det som finns i bildledet för över sin betydelsestruktur till sakledet. Metafor betyder just överföring. Sammanställningen av ålderdomen och hösten får oss att förstå att året eller naturen har åldrats. Mellan de två

⁴⁶ Ibid s.47

⁴⁷ *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005, s.130

⁴⁸ *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005

leden finns det en interaktion som gör att det inte bara påverkar åt ena eller andra hållet⁴⁹.

Det är inte bara svårt att reda ut vad som är en metafor och inte. Metaforerna delas också in i olika kategorier. Döda metaforer som kan beskrivas som något som någon som inte har stor kunskap om språkets historia inte ens skulle kunna ana är en metafor. Enligt Boréus och Bergström är dessa inte särskilt intressanta för samhällsvetenskaplig forskning. Sedan har vi inaktiva metaforer som är ord som är så självklara för oss att vi inte behöver göra tankeöverföringen för att förstå metaforen. Alltså att man förstår uttrycket automatiskt. Men när man reflekterar över uttrycket så märker man direkt att det är en metafor. Exempel, stolsrygg och nålsöga. Det som gör det hela extra snårigt är att dessa metaforer också kan kallas för döda metaforer. Och i vår undersökning har vi valt att kalla den typen av metaforer för just döda metaforer.

Det finns också de metaforer som är något slitna och som man hört många gånger.

Dessa metaforer är de som vi har valt att kalla för dolda i vår undersökning.

Därefter har vi aktiva eller öppna metaforer. De är sådana att de inte är konventionella i språket och kan därför inte förstås utan eftertanke eller förkunskap. De måste tolkas utifrån sammanhanget. Dessa kommer utifrån ett kreativt och aktivt skapande av avsändaren.(I vår undersökning krönikören.) Aktiva metaforer används inte i första hand för att se kulturella mönster i texter utan är snarare ett sätt att se skribentens ibland dolda och medvetna budskap.⁵⁰

Metaforanalysen bör alltid kompletteras med analys av andra saker i texten. Ingen text kan förstås endast med bakgrund i dess metaforer⁵¹.

Därför kombinerar vi vår metaforanalys med den något vanligare innehållsanalysen.

Detta med framing i baktanken ska ge oss en bild av sportkrönikor och dess användande av metaforer. Dels ur ett genusperspektiv och ur ett avseende där vi ser på idrottare som idoler och stjärnor.

⁴⁹ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

⁵⁰ *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005

⁵¹ *Ibid*

4.3 Operationalisering

För att utföra vår undersökning är det följande steg vi kommer utgå från när vi gör vår metaforanalys⁵²:

- Läs igenom texten och stryka under alla metaforer som vi hittar.
- Lokalisera var i texten som metaforerna återfinns. (Spridning)
- Undersök vilka funktioner metaforerna fyller. (Funktion)
- Undersök vad skribenten vill säga med metaforerna. Vad de betyder. (Värdering)
- Dela upp metaforerna i öppna, dolda och döda.

För att besvara våra övriga delfrågor måste också följande steg göras:

Mytologisering av idrottsstjärnor

Eftersom vi även vill undersöka om metaforer används för att mytologisera olika saker så kommer vi titta efter hur idrottarna tillskrivs omänskliga, magiska eller övernaturliga egenskaper⁵³ med hjälp av metaforer. Vi kommer också i våra utvalda texter titta på metaforer som får oss att känna igen oss själva i till exempel en idrottsman. Kan metaforerna få oss att relatera till personliga och sociala egenskaper?⁵⁴

4.5 Urval

Vi har valt att använda oss av ett så kallat bekvämlighetsurval.⁵⁵ Detta då vi vill kunna styra vilka som kommer med i urvalet.

De journalister som vi har valt att studera jobbar alla fyra som sportjournalister. Allihop skriver i första hand om fotboll och skriver för tidningen Aftonbladet. Vi valde att begränsa oss till texter om fotboll då vi har ett stort intresse av sporten och tror oss ha en fördel av det när det kommer till själva granskningen. En annan anledning till valet är att vi anser att det underlättar för oss att granska och jämföra texter som handlar om samma ämne, i detta fallet fotboll.

⁵² *Metaforanalys*, Lennart Hellspång, www.studentlitteratur.se

⁵³ *Media Sport Stars*, Garry Whannel, Routledge 2002

⁵⁴ *Sport och medier*, Peter Dahlén, IJ-forl 2008

⁵⁵ *Samhällsvetenskapliga metoder*, Alan Bryman, Liber AB 2008

Den valda perioden, oktober och november 2014, valde vi då vi ville ha aktuella och relativt nyproducerade krönikor. Dessutom pågick det inte några mästerskap av större dignitet under perioden som i så fall skulle kunnat påverka vad texterna till största delen handlade om.

Journalisterna vi valt är, Erik Niva, Simon Bank, Johanna Frändén och Jennifer Wegerup. Dessa fyra får fungera som representanter för den svenska sportjournalistikkåren. Att vi valde just dessa fyra var för att vi ville ha både manliga och kvinnliga sportkrönikörer från Aftonbladet. Erik Niva, Simon Bank och Johanna Frändén är dokumenterat populära hos svenska folket då de alla varit både nominerade och vinnare vid flera tillfällen då Guldkölden delats ut.⁵⁶ Ett pris där svenska sportjournalisters prisas för sitt journalistiska värv. Vi la också till Jennifer Wegerup till undersökning då hon var den enda kvinnliga sportkrönikör på Aftonbladet som skrivit flera sportkrönikor under den utvalda undersökningsperioden.

4.6 Metodkritik

När det gäller kritik mot den kvalitativa metoden är det enligt Bryman framför allt fyra olika aspekter det pekas på⁵⁷:

Generaliseringen

Eftersom kvalitativa forskare oftast använder sig av ett begränsat antal individer så är det svårt att generalisera resultaten till hela befolkningen. Urvalet har inte gjorts på slumpmässiga grunder. Det vill säga, urvalet är inte representativa för en population som är en förutsättning för generalisering.

Subjektivitet

⁵⁶ <http://www.svenskafans.com/fotboll/guldkolden-2013-fyra-ganger-niva-500840.aspx>

⁵⁷ *Samhällsvetenskapliga metoder*; Alan Bryman, Liber AB 2008

Kritiken kommer främst från kvantitativa forskare som menar att de kvalitativa forskarna alldeles för ofta är subjektiva och att resultatet i stor utsträckning bygger på forskarnas personliga åsikter och tankar. Förhållandet som forskaren skapar med till exempel en intervjuperson kan lätt leda till viss subjektivitet.

Replikationsproblem

Eftersom kvalitativa forskare som vi nämnde ovan har förmågan, medvetet och omedvetet, att blanda in personliga tankar och åsikter som de sedan bygger sitt resultat på är det svårt att göra en replikation av undersökningen. Alltså att någon annan ska kunna göra om undersökningen och komma fram till ett liknande resultat. En kvalitativ undersökning anses också vara ostrukturerad vilket även det bidrar till replikationsproblemet.

Bristande transparens

Transparens handlar om öppenhet. Hur mycket forskaren har beskrivit om sitt tillvägagångssätt. Vilken metod som användes, hur urvalet gjordes etcetera. Här finns det ofta brister i de kvalitativa forskningsrapporterna. Det framgår inte alltid så tydligt i resultatet vad forskaren har kommit fram till rent konkret eller hur hen har kommit fram till det.

Fördelar med kvalitativ metod

Kvalitativ forskning är i normalfallet en koncentrerad studie av något. Exempelvis en mindre grupp eller individer. Den kvalitativa forskningen strävar därför för att komma fram till ett djup snarare än bredd.⁵⁸

Den kvalitativa studiens resultat tenderar också att ha fokus på det kontextuellt unika och kan därför ge en djupare bild av en aspekt eller den sociala verklighet som studeras.

⁵⁸ *Samhällsvetenskapliga metoder*; Alan Bryman, Liber AB 2008 s.355

Genom kvalitativa studier görs också fylligare och tätare beskrivningar av detaljer som ingår i en kultur. Den ”täta” beskrivningen av något kan också användas för att bedöma huruvida det går att överföra resultaten till en annan miljö.⁵⁹

Medan kvantitativa forskare vill att studierna ska kunna generaliseras till populationen, vill den kvalitativa forskaren få förståelse av beteenden, värderingar och åsikter i den kontext i vilken undersökningen genomförs.⁶⁰

Den kvantitativa forskningen är mer konstlad medan den kvalitativa forskningen är mer naturlig då den oftast studerar sina objekt i deras naturliga miljö.⁶¹

4.7 Forskningsetik

Vetenskapsrådet har i boken *God Forskningssed* gjort en lista som ger en översiktlig bild av de forskningsetiska överväganden som man ska ta hänsyn till när man genomför en vetenskaplig studie.

1. Du ska tala sanning om din forskning.
2. Du ska medvetet granska och redovisa utgångspunkterna för dina studier.
3. Du ska öppet redovisa metoder och resultat.
4. Du ska öppet redovisa kommersiella intressen och andra bindningar.
5. Du ska inte stjäla forskningsresultat från andra.
6. Du ska hålla god ordning i din forskning, bl.a. genom dokumentation och arkivering.
7. Du ska sträva efter att bedriva din forskning utan att skada människor, djur eller miljö.

⁵⁹ Ibid

⁶⁰ *Samhällsvetenskapliga metoder*, Alan Bryman, Liber AB 2008, s.372

⁶¹ Ibid s.372

8. Du ska vara rättvis i din bedömning av andras forskning.⁶²

Detta är punkter som vi haft i beaktning när vi genomfört vår studie. För vår del är det väldigt viktigt att vår forskning blir rätt och sann. Då vi följer alla kriterier man ska göra när man genomför en vetenskaplig forskning så har vi ingen anledning att fara med osanning. Vi har inte blivit sponsrade. Och vi har inga andra bakomliggande orsaker att bedriva vår forskning. Vi har gjort en ordentlig litteratursökning och redovisat för liknande forskning i vår uppsats. Vi kommer bara att redogöra, utan värderingar och utan uppsåt att skada någon, vad vi har kommit fram till. Det har inte skadats några djur i undersökningen och för att undvika onödigt utslitande av miljön har vi tittat på artiklar och texter på nätet istället för i papperstidning. Vi har dessutom enkom använt oss av böcker från Kalmars eget universitetsbibliotek vilket gör att vi inte är ansvariga för någon form av transport av vår litteratur.

⁶² *God forskningssed*, Vetenskapsrådet 2011, Stockholm: Vetenskapsrådet.

5. Resultat

5.1 Metaforanalysen

Vi gick in analysfasen av sportkrönikorna med föreställningen att metaforerna främst skulle förekomma i brödtexten. Men vi anade också att det med stor sannolikhet skulle förekomma mycket metaforer i ingressen. Då ingressen ska greppa tag i läsaren och få läsaren att fullfölja och läsa hela texten. Metaforer kan användas som stilistiska knep. De gör att texterna blir mer öppna för tolkning och ökar ofta texternas underhållande värde⁶³.

Med detta åtanke tänkte vi att det vore ett smart drag från journalisten att placera in en eller flera metaforer i textens ingress. Vi fick rätt i denna föreställning och i samtliga texter, utom en av de vi studerade, förekom metafor eller annan trop i ingressen.

Exempel:

”De har vunnit dueller, sprungit genom väggar, organiserat sig stora. Det tog Malmö FF hela vägen till Madrid. När de väl kommit hit fick de fem fingrar rakt i ansiktet.”⁶⁴

Vi upplever det också som så att den ton som metaforen i textens inledning anger sedan speglar resten av texten. Att texten sedan också avslutas med en metafor som anknyter till den metafor som användes i inledning. Ibland rent av samma metafor. I texten som nämndes ovan som skrivits av Simon Bank avslutar han med meningen,

”Någon gång måste man faktiskt vakna, även om man är mitt i en dröm.”

Detta tolkar vi som en tydlig anknytning till texten inledning. Där de fem fingrarna som det skrivs om i början får symbolisera en käftsmäll. En käftsmäll som väcker Malmö FF ur den den *”Champions league-dröm”* som laget befinner sig i. Johanna Frändén använder sig av samma metod. Nämligen att använda den metafor som används i textens inledning för att återkoppla i krönikans slut. Hon skriver,

”I lite drygt fem minuter på Olympiastadion var Roma världens kanske bästa lag och romantiskt världens klart bästa supportrar. Sen kom en gammal bänknötare och

⁶³ *Sensationella berättelser; en studie av nyheter från Angola 1987 och om prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV*, Marina Ghersetti, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs univ. 2000

⁶⁴ Bank, S. Sportbladet 231014 s.2-3

förstörde exakt allt. I dag har Bayern München audiens hos påven. Jag hoppas de avbokar den för anständighetens skull."⁶⁵

Frändén avslutar sin krönika på följande sätt,

"Idag har Bayern München fått audiens hos påven. De kanske ska avboka den för anständighetens skull. De behöver inte förlita sig på hjälp från utomstående just nu."

Frändén gör här på i stort sett på samma sätt som Bank med den skillnaden att Frändén anknyter till början av texten i stort sett ordagrant medan Banks text kräver en något större associationsförmåga.

Det finns en del slitna metaforer som används i sportkrönikan. Hellspong beskriver de slitna och öppna metaforen som konventionella. Och att dessa om de används för ofta kommer blekna och försvinna. De kommer ersättas av nya som är fräschare och syns bättre.⁶⁶ Några exempel på slitna eller konventionella metaforer från vår analys är, *"Att stjåla uppmärksamheten"*⁶⁷ det är en tydlig metafor då uppmärksamheten inte är något som går att ta på och därför inte går att stjåla. *"Man satt med hjärtat i halsgropen"*⁶⁸ också en tydlig metafor. Det går inte, rent fysiskt, att sitta med hjärtat i halsgropen men känslan är att det uttrycket använts i så många sammanhang att det börjar bli ett slitet uttryck för att man är orolig och nervös.

Erik Niva skriver, *"I de allra flesta fall skördar man vad man själv har sått"* som egentligen bara är en omskrivning "för som man sår får man skörda"⁶⁹. Vilket är ett gammalt ordspråk som härstammar ifrån bibeln.

Hellspong skriver att "ju ovanligare en metafor är, desto mer påfallande brukar den bli."⁷⁰ Några exempel på nyskapande och okonventionella öppna metaforer från Erik Niva som många gånger prisats för sitt journalistiska arbete kommer här.

⁶⁵ Frändén, J. Sportbladet 221014 s.3

⁶⁶ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

⁶⁷ Frändén, J. Sportbladet webb, 251014

⁶⁸ Wegerup, J. Sportbladet 061014 s.19

⁶⁹ Niva, E. Sportbladet 091014 s.7

⁷⁰ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

”Om den ryska fotbollen har problem? Äh, ingenting som inte går att fixa med en skvätt atombombstänkande”⁷¹

”Hans storhet ligger inte i något machiavelliska mediemanövrande eller för den delen i några taktiska trollkonster.”⁷²

Han använder sig av ett bildspråk så brett att det ibland kan vara svårt att hänga med. Dessutom använder han sig av referenser som kan vara svåra att begripa. Det krävs ju en hel del förkunskaper för att känna till att Machiavelli var en realistisk tänkare och furste som levde under 14- och 1500-talet.⁷³

5.1.1 Döda metaforer

Samtliga texter som vi studerat innehåller både dolda och öppna metaforer. Dock förekommer döda metaforer inte alls lika återkommande i texterna. Några fanns det dock.

Exempelvis skriver Erik Niva, ”Gylfi Sigurdsson ägnade en sekund åt att sätta en straff och en sekund åt att trycka upp en förlupen hörna i *nättaket*”.⁷⁴

Nättaket har blivit så självklart att Niva förmodligen inte är medveten om att det faktiskt är en metafor. En vanlig läsare uppmärksammar det förmodligen inte heller då ordet är så självklart. Ordet kom från början som en metafor men vanan har gjort att vi inte längre tänker på deras ursprung.⁷⁵

Ytterligare några exempel på döda metaforer som precis som föregående exempel blivit så självklara för såväl skribenten som läsaren att de inte uppmärksammas:

*”Jodå, vi har ju också våra brister och våra tvivel och våra åldrade *nyckelspelare*”⁷⁶*

⁷¹ Niva, E. Sportbladet 091014 s.7

⁷² Niva, E. Sportbladet 141014 s.3

⁷³ www.ne.se

⁷⁴ Niva, E. Sportbladet 141014 s. 2-3

⁷⁵ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

⁷⁶ Niva, E. Sportbladet 091014 s.7

”Han satte sig på en *pinnstol* på en taknock och väntade tills han ramlade av”⁷⁷

”Varje säsong behöver sin supervärning och varje Clásico behöver sin *huvudperson*.”⁷⁸

”Sen kom en gammal *bänknötare* och förstörde allt”⁷⁹

Boréus och Bergström skriver att de döda metaforerna, eller som de kallar dem de inaktiva metaforerna, förmodligen är de mest intressanta metaforerna.

*”Fasta uttryck i språket vars metaforiska innehåll ännu kan begripas säger något om hur vi i nutid uppfattar föreställningar inom en kultur.”*⁸⁰

I det här exemplen tror vi inte att ovanstående teori är särskilt aktuell. Känslan är att dessa uttryck endast används för att förenkla språket. Inom sportspråket är dessa återkommande. I vissa fall finns det heller inte något annat ord för att beskriva, exempelvis *nättaket*. Vår uppfattning är att dessa metaforer som vi funnit inte beskriver något större eller symboliserar något speciellt inom sportkrönikor utan är snarare bara delar i ett sportspråk.

Vi uppfattar det inte heller som att de döda metaforerna kan räknas in under framing. Framförallt då de döda metaforerna i det här fallet förmodligen inte uppfattas av varken läsare eller skribent.

5.1.2 Dolda metaforer

Boréus och Bergström poängterar att terminologin kan skilja sig lite kring vilka metaforer som placeras in i vilket fack. Men de metaforer som vi tar upp i den här delen av resultatet har vi valt att kalla för dolda. De som vi har valt att placera in som dolda metaforer är de metaforer som är något mer slitna och har använts mycket tidigare. Men som till skillnad mot döda metaforer kräver en något större associationsförmåga hos läsare och skribent.

⁷⁷ Bank, S. Sportbladet 271014 s.8

⁷⁸ Frändén, J. Sportbladet webb 251014

⁷⁹ Frändén, J. Sportbladet 221014 s.3

⁸⁰ *Textens mening och makt* s.270, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005

Floskler och klichéer som är metaforiska har vi placerat in under dolda metaforer. Många av de dolda metaforerna är just lite klichéartade och det känns som om man har hört dem många gånger förut. Ett första exempel kommer från Eriks Nivas text om u21-landslaget.

*”Kosta vad det kosta ville. Nederlag var helt enkelt ett alternativ.”*⁸¹

En omskrivning för att laget verkligen kämpade det hårdaste de kunde. Och att de var fullständigt dedikerade till uppgiften och var beredda att ge allt. Denna har vi valt att kalla för en dold metafor då vi upplever den som sliten och att vi läst och hört den i många sammanhang tidigare. Men också därför att den är såpass vanlig att vi inte tror att skribenten tänker på meningen som en metafor. Samtidigt som det för läsaren inte är speciellt svårt att ta till sig innebörden. Vi upplever att detta exempel har en positiv klang. Erik Niva vill få läsaren att tycka att det svenska u21-landslaget har den rätta inställningen och hela texten genomsyras av hur imponerad Niva är av det svenska laget.

Ytterligare ett exempel på en dold metafor i samma stil som ovanstående från samma text.

*”De hade stått upp, de hade slagits ner - och de hade rest sig upp ytterligare en gång”*⁸²

Ett annat exempel på liknande dold metafor kommer från Jennifer Wegerups text om fotbollsklubben Paris Saint Germain:

*”Spelare som Blaise Matuidi har däremot haft det i högre grad och fortfarande sjuder det under ytan i sina hörn av PSG:s omklädningsrum”*⁸³

Att det sjuder under ytan eller kanske ännu vanligare att man säger att det kokar under ytan. Är en metafor som använts i många sammanhang för att beskriva det är något som

⁸¹ Niva, E Sportbladet 151014 s.2-3

⁸² Ibid

⁸³ Wegerup, J. Sportbladet webb 241014

inte står rätt till. Även om det från utsidan ser bra ut. (En snabb googling får fram flera texter med just rubriken sjuder eller kokar under ytan. Ett tydligt exempel på att den metaforen ofta används.)

Detta uppfattar vi som en negativ metafor och det är i stort en text som går åt det negativa hållet. Det finns dock några positiva dolda metaforer i texten. Men när dessa sätts i sitt sammanhang tolkar vi dem som negativa.

”Jag är dock tveksam till om han är den rätte mannen just fotbollsmässigt om PSG vill bli, störst, bäst och vackrast av alla.”⁸⁴

Just det som är själva metaforen i meningen, nämligen störst bäst och vackrast, är något positivt men när den läses i sitt sammanhang blir den tillsammans med övriga meningen negativ.

Ett sista exempel på dold metafor:

”Inte så mycket så mycket för hans ledaregenskaper ifrågasattes, men för att hela hans fotbollsfilosofi samtidigt spåddes gå i graven.”⁸⁵

I det här fallet är själva metaforen något negativt, nämligen gå i graven, men precis som i exemplet ovan blir den något annat när den sätts i sitt sammanhang. Den här texten är i mångt och mycket en stor hyllning till fotbollslaget Bayern München och tränaren Pep Guardiola. Även här kan vi se att skribenten använder sig av en något negativ laddad metafor i en text som som i motsats är positiv.

För att rama in texter som skribenten vill ska uppfattas som positiv används i första hand metaforer med positiv klang och vice versa. Men som de två exemplen ovan visar finns det exempel som påvisar motsatsen.

⁸⁴ Ibid

⁸⁵ Frändén, J. Sportbladet 221014 s.3

5.1.4 Öppna metaforer

De öppna metaforerna kallar vi de metaforer som är nyskapande och originella. Hellspong säger att ju mer påfallande en metafor är desto mer intressant är den.⁸⁶ Det är något vi håller med om och vi upplever den öppna metaforen som en viktig del i sportkrönikan. Framförallt för att de skapar ett intresse hos oss som läsare och vi upplever de som fräschare än de dolda som vi i många fall kan uppfatta som upprepande och slitna.

Boréus och Bergström skriver att det de öppna metaforerna är relativt ovanliga inom nyhetsjournalistik⁸⁷ men i sportkrönikan märker vi att de är desto vanligare.

Simon Bank skrev efter Klas Ingesson död en krönika om honom. Ingesson är känd för den breda massan som en hårt kämpande mittfältare och som en av hjältarna från Sveriges VM-lag 1994. I krönikan beskrivs Klas Ingesson som en varm och viktig person för den svenska fotbollen. Bank beskriver honom som en symbol för Sverige och svenskhet.

”Han var ju Sverige, en bild av något som vi alla kunde spegla oss i. Skogen som levde i honom, det cylindertorra snuset som rann under östgötaläppen, den befirande blonda bonnigheten och det bultande, generösa lejonhjärtat. Det k-märkta kulturarvet Klabbé.”⁸⁸

Här använder sig Simon Bank av öppna metaforer för att få fram sitt budskap om att Klas Ingesson är en positiv symbol för Sverige. Och han använder sig också av öppna metaforer för det som är motsatsen till det som Bank tillskriver Ingesson. Nämligen egoism och divalater. Bank visar tydligt vilken typ av fotbollsprofil som han föredrar.

⁸⁶ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

⁸⁷ *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005

⁸⁸ Bank, S. Sportbladet 301014

”Blodcancern förstod inte hur mycket vi behöver honom just nu. I ett varumärkesvårdande, egomaniskt cyniskt tidevarv var han en motkraft bara genom att finnas till.”⁸⁹

Hela texten genomsyras av att Klas Ingesson var på det sättet som man som fotbollsspelare och människa ska vara, enligt Simon Bank, och han använder sig flitigt av öppna metaforer för att påvisa detta.

”Värmen, omtanken, generositeten, det glödande hjärtat och en stor jävla snusjävvel under läppen. Hjältar kan komma och gå, det finns ett hål där ute på mittfältet idag. Mitt i de tysta minuterna kan ni höra ett bullrande skratt från en skogshuggare.”⁹⁰

”Han var inte märkvärdig, han var bara fullkomligt unik.”⁹¹

Metaforerna ger oss en bild av hur Simon Bank resonerar kring hur medierna och medmänniskorna ska behandlas. Bank låter sina egna känslor styra. Vilket också sätter avtryck i hans metaforer. Han vill att vi ska tycka precis som han att Klas Ingesson är den i stort sett perfekta fotbollsspelaren såväl som den perfekta människan. Romantiseringen kring snus, ”bonnighet” och skogsmaskiner accentuerar den kärlek som Simon verkar ha till landsbygden och hans behov av en motpol till de idrottsstjärnor som vi har idag med skyhöga löner och egon större än fotbollsplanen de spelar på. Allt detta som nämnts om Simon Banks Ingesson-text kan kopplas till gestaltningsteorin. Han vill att vi ska uppfatta Ingesson precis så som han gör eller gjorde. Det är därför han beskriver honom med hjälp av dessa metaforer.

Boréus och Bergström skriver också att även om de aktiva eller öppna metaforerna inte omedelbart kan användas för att tolka kulturella mönster så kan de användas för att

⁸⁹ Bank, S. Sportbladet 301014

⁹⁰ Ibid

⁹¹ Ibid

tolka skribentens budskap.⁹² Vilket var ganska enkelt för oss när vi analyserade texten om Klas Ingesson.

Det är ett mönster som återkommer. Att skribenten använder sig av öppna metaforer för att få fram sitt budskap.

Erik Niva skriver i sin text om Sveriges u21-landslags vändning mot Frankrike:

*”De grävde upp den där solkiga svenska fanan, bar den rätt upp i andra änden av planen och nitade fast den i det franska målet.”*⁹³

Hela texten är en hyllning till de hårt kämpande svenska laget och den meningen med dess öppna metaforer visar det.

Simon Bank skriver följande om fotbollslaget Hammarby IF och det som han beskriver som en lyckad säsong oavsett säsongsavslutning.

*”De femtusen var blöta och besvikna efteråt, men även om tyngdlagen fångar dem till slut ska de veta att de har rört sig åt rätt håll.”*⁹⁴

Den här öppna metaforen och den här meningen beskriver i stort sett hela krönikan och Simon Banks syfte med texten.

5.2 Myter och metaforer

Vi ville som en del i vår studie undersöka hur metaforer används av sportjournalister för att mytologisera och glorifiera sportstjärnor, idrottslag. Hur sportjournalisterna tillskriver idrottsstjärnor omänskliga, magiska eller övernaturliga egenskaper.

⁹² *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005

⁹³ Niva, E. Sportbladet 151014 s.2-3

⁹⁴ Bank, S. Sportbladet 271014 s.8-9

Här har vi valt att applicera Knight och Deans mytteori som går ut på att journalisten gärna glorifierar personer, fenomen och normer, men också att myterna presenterar åsikter på ett sådan sätt att de blir sanningar.⁹⁵

Som etnologen Billy Ehn beskriver i sin bok *Nationell inlevelse* vill vi kunna känna igen oss själva i våra idrottshjältar.⁹⁶ Både Peter Dahlén och Garry Whannel talar om att vi mytologiserar våra stjärnor och gör dem till symboler för olika värderingar och egenskaper. Detta är två saker som ofta förekommer i de texter vi har valt ut. Ett exempel på detta hittar vi i en av texterna som handlar om Klas Ingessons karriär publicerad strax efter dennes död hösten 2014. Den då endast 46 år gamla mittfältaren hyllades i en krönika av sportjournalisten Simon Bank. Med metaforbeskrivningar som *"det k-märkta kulturarvet Klabbe"*⁹⁷, *"hjältar kan komma och gå, det finns ett hål där ute på mittfältet idag"*⁹⁸ och *"det bultande, generösa lejonhjärtat"*⁹⁹ framställer Bank Klas Ingesson på ett mytologiserande sätt. Precis som Knight och Dean menar med sin teori så glorifieras här Ingesson av Simon Bank vars åsikter om den avlidna fotbollsspelaren blir vedertagna sanningar genom mytologiseringen.¹⁰⁰ På samma sätt som journalisterna på 80-talet framställde Thomas Wassberg och Gunde Svan som förebilder som människor kunde relatera till, både personligt och socialt,¹⁰¹ framställs också Klas Ingesson:

*"Han var ju Sverige, en bild av något som vi alla kunde spegla oss i."*¹⁰²

⁹⁵ *Myth and the structure of news*, Knight, Graham & Dean, Tony (1982) *Journal of Communication*, nr 32.

⁹⁶ *Sport och medier*, Peter Dahlén, IJ-forl 2008

⁹⁷ Bank, S. *Sportbladet* 301014

⁹⁸ *Ibid*

⁹⁹ *Ibid*

¹⁰⁰ *Myth and the structure of news*, Knight, Graham & Dean, Tony (1982) *Journal of Communication*, nr 32.

¹⁰¹ *Sport och medier*, Peter Dahlén, IJ-forl 2008

¹⁰² Bank, S. *Sportbladet* 301014

En annan hyllning eller mytologisering gjordes av Erik Niva när han skrev om Lars Lagerbäck och hans Isländska fotbollslandslag efter 2-0-vinsten mot Holland. Här använder Niva en rad metaforer för att hylla och mytologisera insatsen. Bland annat beskriver han resultatet som en ”mirakelmatch.”¹⁰³ Han skriver också att ”*Bjarnason käkade upp Sneijder*”¹⁰⁴ och ”*det var faktiskt aldrig något större snack*”¹⁰⁵, vilket stärker mytologiseringen om både Bjarnason och insatsen av laget i sig. ”*Det medelpadiska kynnet*”¹⁰⁶ som Niva beskriver Lagerbäckes karaktär med bidrar till den folkliga kopplingen.

Efter mottagandet av Zlatan Ibrahimovics nionde guldboll skrev Jennifer Wegerup en krönika. För att beskriva honom använder hon sig bland annat av olika metaforer som mytologiserar fotbollsstjärnan. Till exempel på detta är ”*Hela Zlatans liv är en Hollywood-film*”¹⁰⁷, ”*förädlad till en ros av klass*”¹⁰⁸ och ”*han som skulle erövra världen och gjorde det.*”¹⁰⁹ Precis som Knight och Deans teori bygger på använder sig Wegerup av ordval och formuleringar vi känner igen från vår kultur. Värdeladdade ord som skapar bilder i våra huvuden som förenklar och förtydligar.¹¹⁰

I en annan krönika av Wegerup beskriver hon Zlatan som ”spelaren som har lett och burit PSG-klubben i två säsonger”.¹¹¹ Ett tydligt exempel på mytologisering med hjälp av metaforer som ger en idrottare övermänniska egenskaper.

Zlatan Ibrahimovic har också blivit en ikon för att vem som helst kan lyckas. Någon som folk ser upp till och kan känna igen sig själva i som Ehn pekar på.¹¹² Wegerup

¹⁰³ Niva, E. Sportbladet 141014 s. 2-3

¹⁰⁴ Ibid

¹⁰⁵ Ibid

¹⁰⁶ Ibid

¹⁰⁷ Wegerup, J. Sportbladet 141014 s.10

¹⁰⁸ Ibid

¹⁰⁹ Ibid

¹¹⁰ *Myth and the structure of news*, Knight, Graham & Dean, Tony (1982) Journal of Communication, nr 32.

¹¹¹ Wegerup, J. Sportbladet webb 241014

¹¹² *Sport och medier*, Peter Dahmén, IJ-forl 2008

skriver ”Den han har blivit av att växa upp i motvind”¹¹³ och ”...vuxit upp på livets skuggsida.”¹¹⁴

Enligt Knight och Deans teori skapar journalisterna ibland ett ”vi och dem”-tänk. Att en sida anses vara god och rätt medan den andra då blir ond och fel. Ett tydligt exempel på detta återfinns i Erik Nivas krönika om det ryska fotbollslandslaget. Här använder han sig av olika metaforer för just detta. Han skriver att det ryska laget ”sitter på en rätt usel hand.”¹¹⁵ och ”Ryssland är ett dussinlag, fullt av dussinspelare.”¹¹⁶ I ingressen skriver han: ”Jodå, vi har ju också våra brister och våra tvivel och våra åldrade nyckelspelare. Men det hade kunnat vara värre. Vi har iallafall inte lovat att vinna VM om mindre än fyra år”. Här framgår det att Niva tycker att Rysslands agerande som fotbolls nation är fel genom att utlova ett VM-guld och att Sveriges agerande är rätt genom att inte göra det. Även här framstår Nivas åsikter som sanningar vi tar till oss precis som Knight och Dean menar är en av myternas effekt. Erik Niva agerar här bärare av myter och därigenom sanningar.¹¹⁷

Dessa mytologiserande metaforer kan också appliceras på lag. ”...leva på sin oöverträffade stjärnglans och spelarkvalitet.”¹¹⁸ Så beskrev Johanna Frändén fotbollslagen Barcelona och Real Madrid inför deras möte i den spanska högstadialigan. Hon beskriver också matchen som en ”stjärnsmäll.”¹¹⁹ Även här används mytiska metaforer för att glorifiera. I detta fall två fotbollslag.

Sportjournalisterna lyfter gärna upp idrottsstjärnor och lag och höjer dem över sig själva och läsarna. De ramar in nyheter¹²⁰ med metaforer som ger stjärnorna omänskliga,

¹¹³ Wegerup, J. Sportbladet 141014 s.10

¹¹⁴ Ibid

¹¹⁵ Niva, E. Sportbladet 091014

¹¹⁶ Ibid

¹¹⁷ *Myth and the structure of news*, Knight, Graham & Dean, Tony (1982) Journal of Communication, nr 32.

¹¹⁸ Frändén, J. Sportbladet Webb 251014

¹¹⁹ Ibid

¹²⁰ *The handbook of journalism studies*, Karin Wahl-Jorgensen och Thomas Hanitzsch, Routledge, 2009

magiska eller övernaturliga egenskaper. Detta gör att stjärnorna blir framträdande i texten och får på så sätt mer utrymme när skribenten ramar in texten. Knight och Deans teori om att journalisterna, genom myterna, skapar sanningar som vi tar till oss bekräftas återigen.¹²¹

En anledning till att mytologiserande metaforer används i så pass stor utsträckning tror vi kan bero på att skribenten vill ha så många läsare som möjligt. Hen försöker locka till sig läsare genom att använda sig av metaforer som lyfter idrottarna till skyarna och ger dem dessa omänskliga epitet. Och därigenom ge texten ett högre läsvärde. En annan anledning skulle kunna vara att skribenten anser att det inte räcker att använda det vanliga språket för att beskriva en person. Att hen då använder sig av mytologisering genom metaforer för att visa på att det handlar om något extra ordinärt. Till exempel ”Zlatan...som burit PSG i två säsonger”¹²² som Wegerup skriver.

5.3 Genus

Metaforer används flitigt av alla våra utvalda sportjournalister. Dock kan vi se ett mönster i användandet. De manliga journalisterna använder sig av metaforer fler gånger än de kvinnliga. Innan vår undersökning hade vi föreställningar att männen i allmänhet och Erik Niva i synnerhet hade ett mer frekvent användande av metaforer i sina texter än sina kvinnliga kollegor. Detta var föreställningar som bekräftades. Flest metaforer hittade vi i just Erik Nivas texter. Näst mest återfann vi i texterna av Simon Bank. Wegerup hamnade på tredje plats och minst antal metaforer hittade vi i Johanna Frändéns texter.

När vi jämförde vad de olika journalisterna använde metaforerna för att beskriva fann vi ingen större skillnad. Båda könen använder metaforerna för att beskriva liknande saker som till exempel personer, lag och platser. Flest metaforer användes för att beskriva lag. Beskrivning av spelare kom på andra plats följt av tränare, publik. En sak vi reagerade

¹²¹ *Myth and the structure of news*, Knight, Graham & Dean, Tony (1982) *Journal of Communication*, nr 32.

¹²² Wegerup, J. Sportbladet webb 241014

på var att krönikörerna även använde metaforer för att beskriva sig själva, både känslomässigt och personligt. Det var något vi innan undersökningen inte hade tänkt på. Exempel, ”*Jag har inte fått den gulröda passionen med modersmjölken.*”¹²³

I Yvonne Hirdmans teori om genuskontraktet pekar hon på att manligt och kvinnligt ofta hålls isär.¹²⁴ I vårt fall skulle detta kunna innebära att det finns ett manligt och ett kvinnligt språk. Hirdman tar även upp att män och kvinnor ofta dominerar olika sektorer på arbetsmarknaden. Inom sportjournalistiken är det fortfarande mannen som är den dominerande parten. Trots detta fann vi i vårt resultat inga större skillnader mellan män och kvinnors användande av metaforer. Något som talar emot Hirdmans teori.¹²⁵

Det vi kom fram till i genuskapitlet är att skillnaderna mellan könen i användning av metaforer inte skiljer sig markant från varandra. Det finns skillnader mellan män och kvinnor som Hirdman menar på,¹²⁶ men också många likheter. Detta har förmodligen mycket att göra med dels det professionella mönstret som finns inom journalistyrket¹²⁷ och även att kvinnliga sportjournalister inte skriver som kvinnliga sportjournalister utan som sportjournalister.¹²⁸

En plats där männen är överrepresenterade tvingas kvinnorna ”lära sig” hur man skriver på ”rätt sätt”. ”Rätt sätt” skulle i det här fallet betyda mannens sätt. Precis som Hirdman menar med att det manliga värderas högre än det kvinnliga.¹²⁹

Något som talar emot likheten mellan könen är användningen av öppna och dolda metaforer. Männen använder fler öppna metaforer än dolda och kvinnor vice versa. Detta skulle kunna bero på situationen på arbetsplatserna. Att sportredaktioner idag ofta

¹²³ Wegerup, J. Sportbladet 061014

¹²⁴ *Genus - om det stabila föränderliga former*, Yvonne Hirdman, 2008 Liber AB

¹²⁵ Ibid

¹²⁶ Ibid

¹²⁷ *Journalistikanalys; en introduktion*, Britt Hultén, Studentlitteratur AB 2008

¹²⁸ *Women, media and sport*, Pamela J Creedon, SAGE Publications Inc 1994

¹²⁹ *Genus - om det stabila föränderliga former*, Yvonne Hirdman, 2008 Liber AB

är väldigt mansdominerade¹³⁰ och att detta skulle medföra att kvinnorna inte riktigt tar/kan ta sig lika stor frihet i sina texter som männen utan använder sig då hellre av dolda metaforer istället för öppna.

Vi drar slutsatsen att sportjournalistyrket idag är så pass professionaliserat att det spelar mindre roll vilket kön skribenten har. De likheter vi hittar i vår undersökning talar mycket för detta.

De ramar och mönster som finns påverkar texterna, även om krönikan som genre är något friare i sin form till skillnad från till exempel en nyhetstext eller ett referat från en fotbollsmatch.¹³¹

5.4 Semiotik

När man studerar dokument med en semiotisk ansats handlar det om att tolka.

Krönikörernas ord kan ha en bakomliggande mening och så också deras metaforer. Det är upp till läsaren att tolka. Erik Niva skriver i sin text om det svenska U21-landslaget, ”*Riktiga vinnare skriver sin egen historia*”¹³²

Det som Niva här beskriver som ”riktiga vinnare” är alltså det svenska laget. Han antyder att de enda riktiga vinnarna är de som vinner för ett svenskt U21-landslag.

Ordet riktiga vinnare har väldigt mycket värdering i sig. Vår tolkning är att om resultatet i matchen varit annorlunda hade Niva troligen inte kallat det franska laget för riktiga vinnare. De riktiga vinnarna är det svenska laget som slår ur underläge, mot den stora fotbollsnationen Frankrike. Med spelare i betydligt mer framgångsrika lag än de svenska. Kan Erik Nivas bakgrund göra att han väljer att beskriva det svenska laget som de riktiga vinnarna? Med stor sannolikhet påverkas Niva av att han är svensk och följaktligen vill att de svenska laget ska vinna. Och att han då delvis är en supporter som hejar på sitt lag. Men det skall också finnas med i åtanke att Erik Niva är född och uppvuxen i Malmberget, Kiruna. En stad där gruvorna och arbetarklassen är stark del av

¹³⁰ *Women, media and sport*, Pamela J Creedon, SAGE Publications Inc 1994

¹³¹ *Institution, text och genre: Teoretiska perspektiv på sakprosa*, Per Ledin och Staffan Selander, Lund: Studentlitteratur 2003

¹³² Niva, E. Sportbladet 151014

bygden. Kan hans värderingar kring att de riktiga vinnarna är de som slår ur underläge mot övermakten komma ur hans ursprung ur en starkt socialdemokratiskt påverkad uppväxt? Hade han tyckt att riktiga vinnare var några andra om han vuxit upp i Djursholm eller Falsterbo Skanör.

Ytterligare ett exempel på något som vi kan applicera teorierna kring semiotik på är i Johanna Frändéns text om matchen mellan Paris Saint Germain och FC Barcelona, *”De gjorde det inför Frankrikes finfolk och som om det inte glittrade nog i Paris i kväll hade världens tre största popstjärnor hittat dit.”*¹³³

Det som Frändén här kallar för Frankrikes ”finfolk” tolkar vi som en hint till att biljettpiserna till matchbiljetter i Champions League skjutit i höjden och gjort att den ”vanliga” supporten inte längre har råd att gå på matchen. Själva ordet ”finfolk” ger oss negativa konnotationer och medvetet eller omedveten visar Johanna Frändén här att hon tycker att det är viss typ av människor som borde gå på fotbollsmatcher. Och dessa personer är inte de som har mycket pengar. Johanna Frändén ställer sig här på den ”vanliga människans” sida och vi tolkar det som att hon skriver för att läsarna ska få samma uppfattning som hon.

Det tredje och sista exemplet kommer ur Simons Banks text om Klas Ingessons död, *”Nu är det som en bit av oss alla har gått sönder”*¹³⁴

Här förklarar Simon Bank för läsaren att nu har en bit av dig gått sönder. Detta för att en bit har gått sönder inne i honom. Men han skriver att det har gått sönder en bit hos alla. Detta tolkar vi som ett försök från Banks sida att få alla att känna samma känslor som han själv. Utöver det tolkar vi det som att Bank vill att det svenska folket ska sluta upp i en gemensam sorg över den bortgångne fotbollsspelaren. Han vill att hans egen sorg också ska bli folkets sorg. Genom att göra sig till en svensk medborgare, snarare än en krönikör genom att skriva oss alla, försöker Bank applicera sin egen sorg på hela det svenska folket. Vi tolkar detta som ett medvetet val från Simon Banks sida. Hans hyllningar till Klas Ingesson är genomgående genom hela texten och försöker genom

¹³³ Frändén, J. Sportbladet 011014

¹³⁴ Bank, S. Sportbladet 301014

både metaforer och andra stilgrepp att få folket att känna sorg, saknad och vördnad över den avlidne Klas Ingesson.

6. Diskussion

Vi har hittat väldigt många metaforer i de sportkrönikor som vi har studerat. Den vanligaste typen av metafor var de dolda. Som förekom i samtliga texter vid flera tillfällen. Detta var något som vi hade räknat med då de dolda metaforerna ofta är en del av vårt språk.¹³⁵ Det är uttryck som används ofta och vare sig skribent eller läsare reagerar något nämnvärt på när man läser dessa. Boréus och Bergström skriver också att det är vanligt med dolda metaforer i det journalistiska språket.¹³⁶ Detta blev vi väl uppmärksamma på i vår undersökning. Men vår uppfattning är att de dolda metaforerna inte är en så stor del av hur skribenten vill rama in sin text. Alltså det som går att koppla till framing. Vi upplever det som att skribenterna inte har något syfte med sina dolda metaforer i vidare mening än att de vill smycka sin text med ett mer bildrikt och tydligt språk.

De öppna metaforerna är nog de som vi kan säga har utmärkt sig mest i texterna. De är inte särskilt vanliga i mer sterila nyhetstexter. Men i sportkrönikan blir de vanligare. Som Boréus Bergström skriver kan man genom att läsa de öppna metaforerna se och tolka vad skribenten har för budskap. Det är något som vi märkte tydligt. När skribenten skriver en öppen och nyskapande metafor gör hen det ofta med ett syfte. Dessa uppfattar vi också som de mest underhållande att läsa. Vår generella uppfattning kan man säga är att ju fler öppna metaforer i en sportkrönika desto mer intressant att läsa. Hellspong menar att ju ovanligare en metafor är desto mer påfallande är den. Språkets bilder bleknas om de används för många gånger. Och får då ersättas med nya som är bättre och därmed blir mer synliga i texten.¹³⁷

Det som hade varit intressant att för att utveckla vår studie hade varit om man gjort en kvantitativ undersökning med fokus på hur metaforer används. Då hade man kunnat få mer svart på vitt om det är så att exemplevis kvinnor använder sig av färre metaforer än män i sina texter eller tvärtom. Det hade också varit bra med en kvantitativ studie för att kunna se hur användandet av metaforer ser ut under en längre period än den vi valt. Ett

¹³⁵ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

¹³⁶ *Textens mening och makt*, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005

¹³⁷ *Metaforanalys*, Lennart Hellspong, www.studentlitteratur.se

förslag skulle vara att göra det under ett helt år. Ytterligare en intressant aspekt hade varit att se om det finns skillnader på användandet av metaforer under ett stort mästerskap som till exempel OS med en period som den vi valt utan några större internationella idrottsmästerskap.

Vid en kvantitativ studie skulle man kunna ha ett större generaliseringsanspråk. Samtidigt som vi kan förstå svårigheterna kring att göra den typen av undersökning. Framförallt skulle det vara svårt att göra ett kodschema för de öppna metaforerna. Det är ju inte lätt att förutse dessa öppna metaforer.

Skillnaderna mellan männen och kvinnorna sätt att använda sig av metaforer skiljde sig inte åt nämnvärt. Detta finner vi som en intressant del i vår undersökning. Det professionella mönster som finns inom dagens journalistik och då även sportjournalistik lyser igenom här. Det spelar ingen större roll om du är man eller kvinna när du skriver. För båda är sportjournalister snarare än ett kön. Den skillnad som fanns var att männen och i synnerhet Erik Niva använde sig av fler öppna metaforer. Något som vi tror kan vara en bakomliggande orsak till detta är sportjournalistiken trots allt fortfarande är en mansdominerad arbetsplats och att männen därför vågar ta ut svängarna något mer. Då öppna metaforer är en chans för skribenten att få breda ut sig och briljera med sitt språk i större utsträckning. Vi tror att en av anledningarna till att Erik Niva är så populär idag har mycket att göra med hans flitiga användande av öppna metaforer och hans bildrika språk.

Vi tar också upp frågan hur våra utvalda journalister använder sig av metaforer för att mytologisera spelare, tränare lag med mera. Här fann vi att det var mycket vanligt att skribenterna hyllar till exempel spelare eller lag efter bra prestationer. Vi tror att journalisterna vill locka läsare med sådana metaforer. Vi vill läsa om duktiga idrottsmännskor och lag som utför stordåd på arenor och vi vill känna igen oss i dem. Människor som vi kan relatera till på ett personligt och socialt plan. Även känna stolthet över de insatser som svenska idrottare står för.

Den semiotiska ansatsen fick oss att öppna ögonen ordentligt och noggrant granska alla tecken i våra utvalda texter. Semiotiken lämnar mycket till oss som studerar att själva

tolka vilket gör att våra subjektiva bedömningar kanske inte alls överensstämmer med skribentens. Detta gör det inte mindre intressant då det i vissa fall skulle kunna vara så att skribenten försöker säga något med det som hen skriver som vi som läsare uppfattar som något annat. Något som vi upplever som något bra då det lämnar en del av makten hos oss som läsare. Vår uppfattning är att krönikörerna redan har stor makt över läsarna men att vi med semiotiska kunskaper kan se hur skribenten försöker att påverka läsarna.

Den samhällseliga relevansen i vår undersökning bedömer vi är att de metaforer som används säger något om den verklighet som skribenten vill förmedla. Krönikörerna skapar bilder av idrottsmän och idrottskvinnor som hjältar och personer som läsarna ska kunna se upp till. Med hjälp av metaforerna som uttrycksätt skapas ideal om hur man ska vara som medborgare. Att Klas Ingesson beskrivs som en urkraft ger positiva konnotationer och ger läsaren en bild av att det är så man ska vara.

Krönikören har en stor makt och är inte sen att utnyttja den. Dessutom beskriver krönikörerna sanningar med hjälp av sina metaforer. När Jennifer Wegerup beskriver Zlatan Ibrahimovics liv som en Hollywood-film är det meningen att läsaren ska svälja det med hull och hår. Men vi som läsare vet att han inte är med i någon film då hans liv är i högsta grad verkligt. Men om Zlatan skulle säga att han lever i en Hollywood-film vet vi ingenting om. Däremot vet vi att Wegerup beskriver Zlatans liv som det perfekta livet. Något för alla krönikörläsare att drömma om. Hon beskriver en verklighet som inte finns. Men hennes föreställda verklighet ger läsarna något att sträva mot och se upp till. Något som är problematiskt då Zlatan är så mycket mer än en framgångssaga.

Många metaforer som används har funnits i vårt språk väldigt länge men de som vi finner som mest intressanta är de som är nyskapande och dessa metaforer tycker vi också säger en hel del om vår samtid. De sportsliga idealen är tydligt genomgående i våra texter. Den hårt kämpande grovjobbaren har en högre ställning hos krönikörerna än de spelare och ledare som är mer kaxiga och egocentrerade. Föga förvånande men vi tycker ändå att det säger en del om vår samtid. Att det trots vurmen kring exempelvis Zlatan Ibrahimovic fortfarande är de gamla svenska idrottsidealerna som hålls högst.

Referenser

Tryckta källor

“Frälzaren”; *En studie i användningen av religiösa metaforer i fotbollsrapporteringen i sportjournalistik*, Joakim Sörensen och Stina Arvidsson 2013, Linnéuniversitetet.

Gender and Newsroom Cultures, Marjan De Bruin och Karen Ross, Hampton Press 2004

Heder och påverkan, Maria Karlsberg och Birgitte Mral, Natur och Kultur Stockholm 1998

Institution, text och genre: Teoretiska perspektiv på sakprosa, Per Ledin och Staffan Selander, Lund: Studentlitteratur 2003

Journalistikanalys; en introduktion, Britt Hultén, Studentlitteratur AB 2008

Kvalitativa metoder i arbetslivsforskning, Jitka Lindén, Gunilla Westlander och Gunnar Karlsson, Rådet för arbetslivsforskning och författarna 1999

Makt, medier och samhälle, Jesper Strömbäck, Kristianstad SNS Förlag 2009

Media Sport Stars, Garry Whannel, Routledge 2002

News, Gender and Power, Stuart Allan, Gill Branston och Cynthia Carter, Routledge 1998

Reporter, Björn Häger, Norstedts 2010

Samhällsvetenskapliga metoder, Alan Bryman, Liber AB 2008

Sensationella berättelser; en studie av nyheter från Angola 1987 och om prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV, Marina Gherseti, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs univ. 2000

Själviska genrer och svarta hål; Metaforer, liknelser och jämförelser i Dagens Nyheters vetenskapsjournalistik, Björn Lindén 2006, Södertörns högskola.

Sport och medier, Peter Dahlén, IJ-forl 2008

Språksociologi, Jan Einarsson, Studentlitteratur AB 2009

Tankar från baslinjen, Jesper Fundberg, Klas Ramberg, Dan Waldetoft och Mats Hellspång, Östlings bokförlag Symposion 2005

Textens mening och makt, Göran Bergström och Kristina Boréus, Författarna och studentlitteratur 2005

The handbook of journalism studies, Karin Wahl-Jorgensen och Thomas Hanitzsch, Routledge 2009

Understanding media semiotics, Marcel Danesi, Arnold, a member of the Hodder Headline Group, 2002

Women, media and sport, Pamela J Creedon, SAGE Publications Inc 1994

Vetenskaplig tidskrift

Religious Rhetoric in Southern College Football: New Uses for Religious Metaphors, Southern Communication Journal, 78:3, 202-214, Todd Vernon Lewis (2013)

Elektroniska källor

Frändén, J. *Hoppet står till Suarez*, Sportbladet Webb 251014

Hellspong, L. *Metaforanalys*, www.studentlitteratur.se (u.å.)

Wegerup, J. *Leonardo inte rätt man för PSG*, Sportbladet webb 241014

www.ne.se/Machiavelli

Empiriska källor

Bank, S. *De säger att Klas Ingesson är död. Men det går inte att tro det. Han reste sig ju alltid*, Sportbladet 301014

Bank, S. *Oavsett hur det slutar för Hammarby så är säsongen lyckad – tacka Nanne för det*, Sportbladet 271014

Bank, S. *Verkligheten knackade på dörren och MFF fick fem fingrar rakt i ansiktet*, Sportbladet 231014

Frändén, J. *Bayern har fått audiens hos påven – de borde nog avboka den*, Sportbladet
221014

Frändén, J. *Blanc visade en dåres envishet och fick en taktisk triumf*, Sportbladet
011014

Niva, E. *Har lovat VM-guld – Men den ryska fotbollen sitter på en rätt usel hand*,
Sportbladet 091014

Niva, E. *Ni är vår framtid*, Sportbladet 151014

Niva, E. *Tidigare brukade Sverige vinna matcher som kändes på det här sättet*,
Sportbladet 141014

Wegerup, J. *Den här dokumentären ger oss fadern och sonen – Sefik och Zlatan*,
Sportbladet 141014

Wegerup, J. *Kvällar som denna är jag tacksam för att jag inte vuxit upp med Roma-
anekdoter*, Sportbladet 061014