



Bacheloroppgave

IDR600 Sport Management

Hva motiverer norske fotballsupportere til interaksjon

Stian Strand

Totalt antall sider inkludert forsiden: 43

Molde, 21.05.2018



Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none">• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. Universitets- og høgskoleloven §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen §§14 og 15.	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i Ephorus, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens retningslinjer for behandling av saker om fusk	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input checked="" type="checkbox"/>

Publiseringsavtale

Studiepoeng: 15

Veileder: Hallgeir Gammelsæter

Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven, §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Opgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja nei

Dato: 21.05.18

Forord

Dette er da min siste oppgave for bachelorgraden i Sport Management her ved Høgskolen i Molde. Dette har vært tre svært lærerike år, og jeg vil bruke tid på å takke svært dyktige forelesere og medstudenter som har vært med og gjøre disse tre årene så bra. Det å skrive bachelor har vært en helt ny opplevelse for min del ettersom det er noe jeg aldri gjort før. Til tider har det vært vanskelig og krevende, men dette er noe jeg kommer til å ta med meg videre som en positiv opplevelse.

Jeg vil gi en stor takk til min veileder Hallgeir Gammelsæter som gledelig har stilt opp til veiledning og gitt raske tilbakemeldinger om det var noe jeg lurte på, spesielt i perioder hvor jeg har vært usikker. Det hadde nok ikke vært særlig til bachelor uten denne hjelpen, så stor takk til deg!

Til slutt vil jeg takke min kjæreste Ingrid som har holdt ut med en stresset student i tider hvor det har vært mye å gjøre med bachelor og andre eksamener.

Så håper jeg dette studiet vil føre til at mer forskning på dette feltet i Norge

Sammendrag

Bakgrunn: Sosiale medier er et ganske nytt fenomen som vi ikke helt vet hvordan påvirker oss, spesielt er det lite forskning knyttet til sport og motiver til interaksjon. Formålet med dette studiet er å finne hva som motiverer norske fotballsupportere til interaksjon på sosiale medier som Facebook. Problemstillingen på dette studiet er ”Hva motiverer norske fotballsupportere til interaksjon”.

Teoretisk rammeverk og metode: Denne bacheloren anvender modellen utformet av Stavros et al (2013) men supplerer med andre studier innen markedsføring og sosiale medier. Dette er et kvalitativt studie som er basert på rådata fra kommentarfeltene til klubbene Rosenborg og Bodø/Glimt

Resultat og diskusjon: Viser hva slags motivasjonsfaktor som driver supportergruppene til Rosenborg og Bodø/Glimt til interaksjon. Deretter blir det diskutert hva som er årsaken til motivasjonsfaktorene.

Konklusjon: Dette studiet finner at selvfølelse er den motivasjonsfaktoren som motiverer flest, men at det er forskjell på hva supporterne vil få ut fra interaksjonen. Finner også at det er stor forskjell på innholdet i kommentarene mellom en klubb som overpresterer og en som underpresterer. Et annet oppsiktsvekkende funn var at studiet viste at ingen av klubbene bruker sosiale medier til å ha en interaksjon på kommentarnivå med sine supportere.

Innhold

1.0	Innledning	1
1.1	Bakgrunn.....	1
1.2	Formålet med studiet.....	1
1.3	Problemstilling.....	2
2.0	Teoretisk rammeverk	2
2.1	Sosiale medier som markedsføringsverktøy	2
2.2	Sosiale medier strategi i en profesjonell fotballklubb.....	3
2.2.1	Engasjere fans	4
2.3	Kommunikasjon og interaksjon	4
2.3.1	Åpenhet.....	5
2.4	Hva motiverer supportere til interaksjon?.....	6
3.0	Metode	8
3.1	Kvalitativ metode.....	9
3.2	Data	9
3.3	Dataanalyse	10
3.4	Validitet og reliabilitet	10
3.5	Etiske vurderinger.....	10
4.0	Resultat og diskusjon	11
4.1	Rosenborg funn.....	11
4.2	Funn Bodø/Glimt	14
4.3	Samlede funn og diskusjon	16
5.0	Konklusjon	19
6.0	Referanser	20

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn

I denne oppgaven ønsker jeg å studere hva som motiverer norske fotballsupportere til interaksjon på sosiale medier, spesielt på Facebook da dette er den mest brukte plattformen. Sosiale medier er et relativt nytt fenomen, og vi har enda ikke helt forstått hvordan dette nettverket av samlingsportaler påvirker oss. Dette er et spennende tema da det ikke er gjort forskning på hva som motiverer norske fotballsupportere til interaksjon på nettstedet som Facebook. Jeg mener også dette er spennende da resultatet av dette studiet kan forskes videre på, samt brukes av fotballklubber da den viser noe om, hva som motiverer supportene deres til interaksjon. Dette kan da gjøre at klubbens sosiale medier ansvarlige kan øke interaksjon på sine kanaler.

Sosiale medier er den største markedsføringkanalen en kan benytte seg av hvis man sammenligner med hvor kostnadseffektiv den er i forhold til tradisjonell markedsføring (Kirtis & Karahan, 2011.) Ifølge data fra Ipsos (2019) er det registrert 3,4 millioner nordmenn på Facebook, 2,5 millioner på Snapchat, 2,2 millioner på Instagram og 1 million på Twitter. Jeg vil i denne oppgaven da kun forholde meg til Facebook, siden det er flest nordmenn registrert på Facebook, og det er det mest hensiktsmessige i forhold til datainnsamling. Facebook er hensiktsmessig på grunn av at de norske klubbene har størst tilstedeværelse, samtidig som Facebook har størst brukermasse.

1.2 Formålet med studiet

Formålet med dette studiet er å se hva som driver norske fotballsupportere til interaksjon på deres klubbs sosiale medier.

1.3 Problemstilling

Problemstillingen jeg har valgt for dette studiet er :

”Hva motiverer norske fotballsupportere til interaksjon?”

for å svare på denne problemstillingen vil jeg fokusere på to spørsmål:

1. Hvilken motivasjonssfaktor er hoveddriveren for interaksjon?
2. Er det forskjellige motivasjonssfaktorer hos forskjellige klubber?

2.0 Teoretisk rammeverk

Det teoretiske rammeverket jeg vil bruke for å hensiktsmessig gjøre dette studiet er artikkelen fra Stavros et al (2013) som er et studie på hva som motiverer supportere til interaksjon på internett hos supportere til NBA lag i USA. Jeg vil bruke den modellen som Stavros et al (2013) har utarbeidet på de norske fotballklubbene Bodø/Glimt og Rosenborg.

2.1 Sosiale medier som markedsføringsverktøy

Sosiale medier er et veldig bredt begrep som omfatter svært mange forskjellige plattformer.

Sosiale medier forklares som ”en rekke av nye kilder til informasjon på nettet som er opprettet av, satt i gang, delt og brukt av forbrukere til å opplyse hverandre om produkter, merker, tjenester, personligheter og problemer” (Blackshaw & Nazzaro, 2004 i Mangold & Faulds, 2009.) Statstikk fra Ipsos (2019) viser at det er over 3,4 millioner norske brukere på Facebook og at 83% av disse sjekker kontoen sin hver dag.

Ifølge Mangold & Faulds, (2009) har sosiale medier blitt et viktig verktøy for å måle de forskjellige aspektene i forbrukeratferd, slik som bevissthet, informasjonssamling, meninger, holdninger, kjøpemønster, og tilbakemeldinger etter produktet er kjøpt.

”For å ha en suksessfull markedsføringsstrategi er det viktig at den har klare og tydelige mål som stemmer med verdiene den bestemte organisasjonen har bestemt i sin

organisasjonsplan som gjør det mulig å nå målene en organisasjon har” (Mangold & Faulds, 2009, min oversettelse).

Mangold & Faulds (2009) foreslår at sosiale medier er forbundet med to salgsfremmede roller.

Den første rollen er lik tradisjonelle kanaler ved at den gjør det mulig for et selskap å kommunisere til sine kunder, her er plattformer som Facebook og Twitter nyttig.

Den andre rollen skiller seg ut ved at det er mulig for forbrukere å snakke seg imellom noe som gir kunder en enorm makt dem før ikke hadde. Grunnen til at de har mye mer makt nå, er at selv om at en kunde kunne fraråde andre å bruke et produkt, så kan de nå ved hjelp av sosiale medier fortelle mange flere uten hensyn til landegrenser om å ikke bruke et produkt. Før ville det tatt en stund før dårlige erfaringer ville bli spredt, men nå kan dårlige erfaringer spres mye raskere enn før. Dette kan gjøres gjennom forum og grupper på blant annet Facebook hvor en kan ha supporterklubber eller generelle grupper for fans.

Mangold & Faulds poengterer i artikkelen sin at markedsføringsansvarlige burde forstå makten og den kritiske naturen til diskusjonene til forbrukerne som bruker sosiale medier. Ifølge (Foux, 2006, referert i Mangold & Faulds, 2009) er sosiale medier sett på av forbrukere som en mer troverdig kilde til informasjon om produkter og tjenester enn kommunikasjon fra organisasjonens sponsede plattformer. Dette kan være et tegn på at tradisjonell markedsføring har blitt betydelig svekket og at sosiale medier i stor grad har tatt over som den viktigste verktøykassen innen markedsføring.

2.2 Sosiale medier strategi i en profesjonell fotballklubb

Sosiale medier gir fans enda en grunn for å engasjere seg med sin klubb og er et verdifullt forum til klubber for bedre å forstå fan motivasjon (Stavros et al, 2013).

Fotballklubber har sterke fanbaser som bidrar til suksess gjennom merkestøtte og kommersielle transaksjoner, noe som gjør at fotball spesielt er godt posisjonert til bruk av sosiale medier til å nå fans, (Parganas, Anagnostopoulos, 2015) både for å gi nyheter (Hambrick et al, 2010; Ozsoy, 2011) og for å etablere toveiskommunikasjon og et langvarig forhold (Ballouli, 2010; Wallace et al., 2011; Williams & Chinn, 2010 i Parganas & Anagnostopoulos, 2015.).

Paraganas og Anagnostopolous fant fire nøkkeltemaer fra deres intervjuer med SM managere i Liverpool Fotballklubb; Å komme nærmere fans, engasjere fans, fortjeneste og å håndtere utfordringer.

Det blir sitert i Paraganas & Anagnostopolous, (2015) at for Liverpool er sosiale medier et produkt for hele klubben. Hver dag har klubben en bestemt agenda hvor alle de forskjellige avdelingene i klubben skal ha noe å bidra med. Liverpool foretrekker bruk av Facebook som sin hovedkilde til å komme nærmere fans.

2.2.1 Engasjere fans

Å engasjere fans er det andre nøkkeltemaet Paraganas & Agnostopolous fant i sin undersøkelse av Liverpools sosiale medier strategi. For å vite om klubben klarer å engasjere fans så godt som dem burde, så gjennomfører klubben periodevise undersøkelser hvor dem kartlegger hva slags type format fansene foretrekker, eksempel på det er videoer, bilder osv, og hva slags innhold de foretrekker som spillere, laget, historien eller videoer. Det blir også gjennomført analyser på hva slags innhold som genererer mest klikk for klubben på Facebooksiden deres.

2.3 Kommunikasjon og interaksjon

I følge Hallahan er moderne modeller for PR basert på to veis transaksjonelle modeller i stedet for enveis modeller som var vanlig før, siden nå handler det om å skape interaksjon mellom organisasjon og forbruker (fan). Denne modellen viser til at å skape interaksjon mellom forbrukerne er en inklusiv ”vinn-vinn” prosess.

Nylig har det vært økt fokus på å gå bort fra den dominante tilnærmingen til strategisk kommunikasjon som fokuserte på kontroll, overtalelse og organisatorisk effektivitet. Som kan vises ved Falkheimer og Heide, (2011, i Mcnamara, 2012.) som ba at det heller skal brukes en deltakende tilnærming. Studiet utført av Mcnamara (2012) viste at bare 23% av Europeiske organisasjoner har en ordnet sosiale medier strategi eller policy som outliner hva målene med bruk av sosiale medier er, eller hvem som skal snakke på vegne av organisasjonen i sosiale medier under bestemte situasjoner.

KPMG (i Mcnamara & Zerfass, 2012) har utført et studie på bruk av sosiale medier for organisasjoner. Funnene viste at organisasjoner burde veilede ansatte i deres bruk av sosiale medier, i stedet for å innføre restriktive formelle regler. De fant også de organisasjonene som brukte slike restriktive regler ovenfor sine ansatte opplevde mer misbruk av sosiale medier, heller enn mindre (Mcnamara & Zerfass, 2012).

2.3.1 Åpenhet

Kaplan og Haenlein (2010, i Mcnamara, 2012.) definerer sosiale medier som internett-baserte applikasjoner som er bygget på den ideologiske og teknologiske grunnmuren til Web 2.0. Web 2.0 forbindes ofte med sosiale media, men det er en uenighet om hva den nøyaktige definisjonen for Web 2.0 er. Grunnen til dette er for Web 2.0 kan brukes til den sosiale delen av sosiale medier, men også selve internett. (Constantinides & Fountain, 2008). Constantinides & Fountain (2008) kommer med en god definisjon på Web 2.0 i deres studie om Web 2.0:

”Web 2.0 er en samling av åpen kildekode, interaktive og brukerstyrte nettbaserte applikasjoner som utvider brukerens erfaringer, kunnskap og markedsrett som deltakere i forretnings- og sosiale prosesser. Web 2.0- applikasjoner støtter opprettelsen av uformelle brukeres nettverk som letter strømmen av ideer og kunnskaper ved å muliggjøre effektiv generering, formidling, deling og redigering”.

Peter Merholz(2005, i Mcnamara, 2012) som er en av Web 2.0 pionerene forklarer at Web 2.0 handler om å ta tilbake kontroll, åpenhet, tillit og ekthet. Kontroll menes med at Web 2.0 er fritt for alle å kunne lage en nettside for likesinnede som et forum for en fotballklubb. Det er dog begrenset hvor åpen en fotballklubb kan være på sosiale medier grunnet hvor stor konkurranse det er i fotballbransjen i seg selv. Sammenhengen mellom åpenhet og konkurranse i fotballen handler om at klubber ofte må holde taktikk og spillerlogistikk for seg selv, siden dette er informasjon som kan være forskjellen på seier og tap.

2.4 Hva motiverer supportere til interaksjon?

Hovedteorien jeg har som grunn i dette studiet er funnene til Stavros et al (2013) i deres studie om hva som motiverer supportere til interaksjon blant NBA-lag i USA. De fant fire forskjellige motivasjonsfaktorer: *Lidenskap, håp, selvfølelse og kameratskap*. Disse fire motivasjonsfaktorene ble anvendt på kommentarer skrevet av supportere til disse NBA-lagene på klubbens Facebook side.

Lidenskap

En av hoveddriverne for at sport er så populært som det er, har grunnlag i lidenskapen som en opplever ved å bedrive eller se på sport (Vallerand et al, 2006 referert i Stavros et al, 2013). Mange av kommentarene som Stavros et al (2013) fant handlet om at supportere feiret deres forhold til laget sitt ved å uttrykke kjærlighetstegn, oppmuntring, skryt og opptenning. Veldig mange av disse kommentarene handlet også om viktigheten av å få uttrykt hvor sentralt laget deres var for livet deres. Ord og uttrykk som ”alltid”, ”dag inn og dag ut”, ”fan for livet” og ”for livet” var typisk for emosjonelt ladede uttrykk (Stavros et al, 2013). Slike uttrykk viser at fans i dette tilfelle ville gjøre det klart at temaer som omhandler laget, gis jevnlig og seriøs oppmerksomhet i livene deres (Stavros et al, 2013). Ofte var denne type innlegg korte og sørget for lite interaksjon eller utdypning. Stavros et al konkluderte da med at slike innlegg viser at supportere rett og slett vil ha en sjanse til å vise deres lidenskap til laget de støtter. Innlegg her handler også en stammementalitet, da individene åpenbart ville offentlig vise sin kjærlighet til laget sitt, ettersom Facebook bruker deres ekte identitet.

Håp

Håp er et kraftig konsumer motiv i en rekke kontekster hvor en kan finne noe å identifisere seg med som: skjønnhet, mote og sport (De Mello, MacInnis & Stewart, 2007 referert i Stavros et al, 2013).

Innlegg som uttrykte følelser knyttet til håp var ofte siktet mot laget, og sammenlignet med kommentarer motivert av andre følelser, var kommentarer knyttet til håp de innleggene som oftest førte til interaksjon mellom supportere (Stavros et al, 2013). Innlegg som

utrykte håp inneholdt ofte positive analyser eller meninger om utviklingen eller potensiale til spillere, laget eller ledelsen. Ikke overraskende bugnet den store majoriteten av innleggene av optimisme og entusiastiske forventinger (Stavros et al, 2013). Slike optimistiske uttrykk var ikke bare forbeholdt lag som hadde store forventinger knyttet til seg, men også for lag som hadde gjort det dårlig i en lang periode. Stavros påpeker at det faktisk at disse uttrykkene alltid ble fulgt av enten utdypning eller bekreftet av andre supportere, viser at slike uttrykk om håp er en mektig måte å skape en opplevelse av kollektiv optimisme og enighet.

Håp motiverte interaksjoner handlet ofte om at det var en forventning til en spiller som skulle sørge for at laget oppfyller den suksessen som supporterne forventer.

Dette kunne være at klubben har signert en ny spiller som supporterene mener skal kunne komme inn å gjøre laget sterkere. Grunnen til dette, ifølge Stavros kunne være at mange supportere er mer interessert i enkeltspillere enn selve laget, eller at det er lettere for dem å forklare grunner til at et lag skal kunne prestere når den kan påpeke enkelte spillere, som kan sørge for gode prestasjoner.

Stavros et al mener at håp er et viktig element i seg selv, både i sesong og utenfor sesong (i deres studie, ble det forsket utenfor sesong).

Selvfølelse

Interaksjon som selvfølelse forklares ved at supporterene drives til interaksjon for å kunne vise spesiell kunnskap, autoritet, forpliktelse eller status (Stavros et al, 2013).

Kommentarene som var motivert av selvfølelse på klubbens Facebook bar ofte et preg av hva supporterne har rett til som en høyt forpliktende supporter. Disse kommentarene var ofte negative utsagn som viste til grunnene til hvorfor laget gjorde det dårlig, eller klubbledelsens dårlige valg utenfor banen, kritikk til hvorfor laget ikke har respondert til en kommentar fra en supporter osv. Slike innlegg var ofte lengre enn innlegg som var motivert av lidenskap eller håp, da disse innleggene ofte omhandlet skuffelse og frustrasjon. Men også slike innlegg kunne inneholde positive utsagn (Stavros et al, 2013.) Disse interaksjonene kunne også omhandle prising og andre generelle positive eller negative følelser til laget, fans eller generell fandom. En annen form for interaksjon

motivert av selvfølelse var å dele øyeblikk, som viste at den bestemte supporter var del av en viktig opplevelse for klubben. Dette kunne være hvis klubben vant serien, eller at de fikk kjøpt billetter til kamper eller sesongbilletter. Et siste funn innen interaksjon motivert av selvfølelse som Stavros et al fant var å kunne vise at som nevnt at supportere har spesiell kunnskap om sporten eller laget. Denne typen interaksjon bar preg av å ville ha en diskusjon om laget og som gjorde det raskt mulig å få validitet eller bli argumentert mot fra andre supportere (Stavros et al, 2013.).

Kameratskap

Sport generelt skaper kameratskap siden i de fleste idretter deler inn i lag, noe som fører til at individer som er del av samme lag bidrar til å skape trygghet og identitet (Stavros et al, 2013). Gitt at individene har funnet Facebook-siden til laget, så viser det ifølge Stavros et al (2013) at supporterne var sterkt knyttet til den felles identiteten som det gitte laget har. Interaksjon ut fra dette motivet kunne omhandle temaer som ikke hadde noe med laget eller idretten å gjøre, men være om mer personlige temaer mellom supporterne. Det var en større forekomst av kameratskaps motiverte innlegg blant lag hvor det var en mindre tilhengerskare, da dette gjorde at det var mulig å holde en lengre samtale gående. Dette kunne være innlegg hvor en kunne vise hvorfor en var enig med en annens synspunkt, uten å bli borte i støyen.

Det ble også bygget kameratskap ved at supporterne snakker nedlatende om andre lag i ligaen, noe som Cialdini og Richardson (1980, refert i Stavros et al, 2013) omtaler som blasting.

3.0 Metode

Bakgrunnen for denne oppgaven er å kartlegge hva som motiverer supportere til interaksjon med sin klubb eller andres klubb på sosiale medier, og i denne sammenhengen avgrenset til kun Facebook.

3.1 Kvalitativ metode

Det er to metoder å velge mellom når man skal utføre en undersøkelse. Disse to metodene er: kvantitativ og kvalitativ metode. Kvantitativ metode vil være en gunstig metode å bruke dersom en skulle ha store ekstensive undersøkelser, mens kvalitativ metode er gunstig å bruke dersom en skal ha et intensivt casestudie, men det kan være innslag fra kvantitativ metode i en et studie hvor det er hovedsaklig kvalitativ metode som er brukt. Det handler hovedsakelig om å samle empiri om en bestemt problemstilling og i et pragmatisk perspektiv er kvalitativ og kvantitativ opplegg like. (Jacobsen, 2016, 141)

Jeg har i dette studiet bestemt å bruke et kvalitativ opplegg for å få ut empiri på en hensiktsmessig metode. Et kvalitativt studie er som regel intensiv der data samles inn som ord (Jacobsen, 2016, 145.) Men i dette tilfelle vil jeg gjøre et kvalitativt studie med data, det kan argumenteres for at det er et kvantitativt studie, men jeg vil i den grad da trekke fram doktoravhandlingen til Hjelseth (2006) side 171-180. Hvor det blir utført et studie basert på kommentarer fra supportere, om deres forhandlinger om kommersialisering av fotball. Han argumenter at hans studiet kan bli sett på som kvalitativt eller kvantitativt, men forskeren har selv valgt å betone de kvalitative aspektene på studiet.

3.2 Data

Utgangspunktet for datainnsamlingen her har vært kommentarer fra supportere på Facebook sidene til Rosenborg Ballklubb og Fotballklubben Bodø/Glimt. Disse kommentarene har blitt skrevet på innlegg under klubbens offisielle side.

Måten jeg har gått frem for å innhente denne dataene er at jeg har hentet inn de sitatene fra kommentarfeltet til den bestemte klubben, og deretter kategorisert dem etter hva som er grunnlaget for kommentaren ut i fra modellen fra Stavros et al (2013), for så å kategorisere dem etter klubb..

3.3 Dataanalyse

Måten jeg gikk fram på var at lagene ble fordelt på hvert sitt ark i en Excel fil, hvor kommentarer ble kategorisert etter dato og motivasjonsfaktor fra 1-4 (1:passion, 2:håp, 3:selvfølelse og 4:kameratskap). Tidsperioden dataen ble hentet inn gikk fra 16.april til 29.April, dataen ble hentet inn av og på i løpet av denne perioden da det er mulig å hente inn data fra dager som har vært. Det var ofte mye kommentarer å hente på kampdager, mens det var mindre aktivitet når det ikke var kamper.

3.4 Validitet og reliabilitet

Det å drøfte ens gyldighet og pålitelighet kritisk er viktig for alle studier, da dette viser at man er kritisk til kvaliteten på dataen man har samlet inn. (Lewis 2009, i Jacobsen, 2016, 228)

Det kan være svært vanskelig for en forsker å vite om den dataen som er blitt samlet inn er gyldig, siden ofte ønsker en forsker å beskrive en virkelighet som ikke er observerbar, da en ofte forsker på en følelse/opplevelse mennesket har. (Jacobsen, 2016)

Når man inntar rollen som forsker er det også viktig å ikke være naiv, siden mennesker ofte kan holde tilbake sannheten, enten frivillig eller ufrivillig. (Alvesson, 2011, i Jacobsen, 2016, 229) Det viktigste i kvalitative studier for å klare å opprettholde gyldighet er at et kvalitativ studie er kun så gode som kildene en har (Jacobsen, 2011) Faktorene som spiller inn på en undersøkelses validitet: undersøkelsesopplegget, innsamlingen av data og analysen av data. Alle disse faktorene kan påvirke resultatet til en undersøkelse. Bruken av modellen til Stavros et al (2013) gjør at dette studiet får mer validitet da dette er en modell utviklet av forskere som er anerkjent innenfor feltet.

3.5 Etiske vurderinger

De etiske vurderingene jeg har måttet ta er om hvorvidt jeg skal ha med navnene til supporterne som kommenterer på sidene til klubbene. Grunnen til at dette er en viktig etisk vurdering er dersom jeg legger ved fulle navn kan disse personene spores opp på bakgrunn av kommentar. Selv om Facebook er en åpen nettside hvor man kan hente inn deres kommentarer og de kommenterer ved fulle navn på eget ansvar, så ville det vært uetisk å hente inn deres fulle navn uten å ha samtykke fra objektene, da de ikke tenker at deres

kommentarer vil bli brukt i forskning. På bakgrunn av disse vurderingene kom jeg fram til at jeg ville bruke fornavn, da dette gjør det mye vanskeligere å kunne spore opp disse personene.

4.0 Resultat og diskusjon

Rosenborg har fått flere kommentarer på grunn av den store forskjellen på antall tilhengere på deres sosiale medier: Rosenborg har 229k liker, mens B/G har 41k liker (tall fra Facebook).

Funnene viser og at det er hele 39% mer kommentarer motivert av lidenskap hos B/G enn hos RBK. En forklaring på dette kan også være knyttet til hvordan situasjonen er hos disse klubbene, da B/G overpresterer etter hvor klubben var tippet å gjøre det før sesongstart som gjør at supportere er fornøyde med situasjonen, og føler at de bare vil vise kjærlighet og støtte til klubben sin. I motsetning til RBK som vil endre på hvordan klubben driver og gjør det både administrativt og på banen, dette fører da til at færre viser støtte, men heller misnøye.

4.1 Rosenborg funn

Rosenborg har vunnet den norske toppdivisjonen 21 ganger siden 1989 (Transfermarkt.com). Som per nå ligger (30.04) på bunnen av tabellen i Eliteserien er i krise etter de ifjor vant serien, og har vært i en periode med mye konflikter med tidligere trener og spillere. Funnene fra dette studiet viser ved at 67% (se figur 1) av kommentarene synes å være drevet av det Stavros kalte selvfølelse. De fleste av disse kommentarene er negativt ladet mot laget eller spesielt ledelsen. Eksempler på slike kommentarer som er rettet mot laget er:

"Nå må dere begynne å yte noe for lønna. Det dere ha vist til nå er ikke verdig et tidligere storlag. Prøv å få drakta våt av innsats"- Thorleif,

"Tullete dårlig, nå må laget ned i divisjonene og begynne på nytt, tror det er sunt, her er det mye som er kliin gæærnt." – Arne.

Det var åpenbart fra funnene at supporterne er svært misfornøyde med ledelsen da de fleste av kommentarene som var motivert av selvfølelse var rettet mot ledelsen. Eksempler på slike kommentarer mot styret:

"Kotengprosjektet må nå være over, han har klart det. Ødelagt Norges beste fotballag, da stopper vi og starter på nytt. Huff dette var triste greier." - Johan

"Jeg synes styret og Stig I Bjørneby bør stilles spørsmål isteden for Horneland. Det er tross alt de som er ansvarlig for alt" - Morten

For å holde teksten så ryddig som mulig har jeg valgt å ikke inkludere de lengste kommentarene som var drevet av selvfølelse, men disse kan ses i Excel arket som er vedlagt, da mange av disse kommentarene var relativt lange, noe som er et kjennetegn på kommentarer som ofte handlet om hva den bestemte supporter mener er feil med laget eller taktikken til treneren.

Lidenskap med en forekomst på 15% (se figur 1) var den motivasjonsfaktoren som førte til interaksjon flest ganger hos. Lidenskap som forklart i teorikapittelet er utsagn som er støttende til laget i den grad at den viser kjærlighet til laget, skryt og oppmuntring. Et kjennetegn på kommentarene drevet av lidenskap er at de er ofte veldig korte utsagn som kan være heiaropet til klubben, som "Heia RBK". Andre type kommentarer drevet av lidenskap er kommentarer som viser hvor mye klubben betyr for supporteren, her er eksempler på kommentarer drevet av lidenskap:

"Det går opp og ned også i fotballen. Nå kan alt bare bli bedre. Full støtte til spillere å trenere " - Rune

"Det snur for gutta våre, Helland æ mistit trua på dokker då æ har trua alltid. Lykke til, love RBK" - Nina

"Heia RBK" - Nina

En motivasjonssdriver som også var på 15% (se figur 1) var faktoren håp.

Kommentarer motivert av håp kjennetegnes som forklart i teorikapittelet av at de ofte er siktet mot laget og deres forhåpninger til hvordan laget skal gjøre det. Dette kunne være utsagn om ambisjonene supporter har til laget eller til hva som forventes. Kommentarer

her kunne også være forventning til hva en supporter forventer er startoppstillingen til kampen de ser fram til.

Disse kommentarene var ofte positive om at de er sikre på at laget kommer til å rette opp situasjonene laget er i, og kommer til å starte å vinne etterhvert.

Eksempler på kommentarer knyttet til driveren håp:

"Gutta står opp fra de døde 3.dag, og det er i morgen! Peis på! Knus vrakgodset fra Drammen" – Per

"No må dåkk vise alle ka dokker e god for gutta! Heia RBK no må dåkk stå på da Knus motstanderen dokkers!" – Maiken

"Bare seier er godt nok idag!" - Rolf

Kameratskap var den motivasjonsfaktoren som viste seg minst i kommentarene som ble hentet inn fra Rosenborg. Kommentarer drevet av kameratskap siktet mot fellesskapet på Facebooksiden til klubben. Innholdet i de kommentarene som var drevet av kameratskap var ofte spørsmål, eller utspill siktet mot andre supportere. Disse kommentarene ble også svært sjeldent svart på av andre supportere, men ”reaksjon” knappen på Facebook hvor man kan reagere med fire forskjellige reaksjoner knyttet til følelser. Eksempler på kommentarer knyttet til interaksjon drevet av kameratskap:

"Hvilke tv kanal går kampen på?" - Torhild

" Til alle dere som skriver at dere er lei av å høre «alle oss negative som bare klager». Vi ytrer våre meninger nettopp fordi vi vil noe, fordi vi ser at alt som skjer er feil, fordi vi har ett svart & hvitt hjerte! Dere som fortsatt sitter å tror på høyere makter, sier ansettelsen av Horneland var riktig, og «dette løser seg nok snart», hva slags supportere er egentlig dere? Hadde Ingebrigtsen og Hoftun fortsatt vært på benken hadde muligens stillinga til pause på Aker stadion vært motsatt, Våkn opp!..." - Karl



(Figur 1)

4.2 Funn Bodø/Glimt

Som nevnt var det betydelige mindre følgere på Bodø/Glimt sine sider i forhold til Rosenberg, noe som naturligvis førte til et mindre datagrunnlag sammenlignet med Rosenberg. Ser man funnene hos B/G sammenlignet med Rosenberg er det svært stor på hvilke faktorer som motiverer supporterne til interaksjon.

Den motivasjonsfaktoren som det var høyest forekomst av hos supporterne til B/G var lidenskap som var på hele 54% (Se figur 2). Dette var ofte kommentarer som viste at supporterene gledet seg til kampen som kommer, eller bare generelle utsagn om at de støtter klubben og hvor mye den betyr for dem. Eksempler på slike kommentarer:

"Jeg er klar som et påskeegg til å GI ALT for og sammen med Bodø/Glimt" - Liv

" Ja, æ e klar! Heia superlaget Bodø Glimt" - Anne S

" Klart æ e klar, tar turn fra glomfjord for 3 gang i år.. ^^" - Eirik

Selvfølelse var den faktoren som var nest-høyest hos B/G supporterne, hele 37%.

Disse kommentarene handler som oftest om hvordan klubben eller spillerne gjør det i kamp, og her kan det ofte være en blanding av positive og negative egenskaper med

hvordan klubben spiller. Disse kommentarene har ofte også innhold som har egenskapene til kommentarer knyttet til lidenskapsfaktoren, da det ofte avsluttes med fraser som er knyttet til klubben som: "B/G for evig", "Glimt for evig" og andre klubbrop.

Eksempler på kommentarer knyttet til selvfølelse:

"Effektiviteten foran mål må opp fler hakk og i dag ble gutta for passive, spesielt i andre omgang i medvinden og vender opp mot eget mål der det var rom for å spille framover. Får de skikk på noen av disse detaljene blir dette en GUL sesong!! BGFE" – Vidar

"Det er underholdende og gøy og se Bodø/Glimt i år. Det er bra bevegelse og leddene henger også bra sammen. God bevegelse, men jeg liker dårlig at de slipper in mål noe for lettvind. En av de sentrale midtbanespillerne må heve egen innsats eller så venter benken Herlig å være Bodø/Glimt supporter. – Leif

"Hvis man ser på det med litt realisme, så er ikke uavgjort mot S08 noe dårlig resultat. Ja, vi var best og burde hatt tre, men fremdeles ubeseiret etter å ha møtt 3 av de største forhåndsfavorittene FOR EVIG!" – Thomas

Motivasjonsfaktoren håp hadde en forekomst på 6%, en grunn til dette var at ofte var kommentarer som viste håp også knyttet til en annen motivasjonsfaktor som spilte en større rolle gjennom hele kommentaren. Kommentarer som var motivert av håp, var ofte korte og raske utsagn som viste at supporterene har forhåpninger til laget, og kommentarene var ofte skrevet på en måte som begrenser mulighet for mer interaksjon, fra andre eller klubben selv.

Eksempler på kommentarer motivert av håp:

"Kommer. Håper på 3 nye poeng" - Frank E

"Vi har trua. Lykke t" - Ester

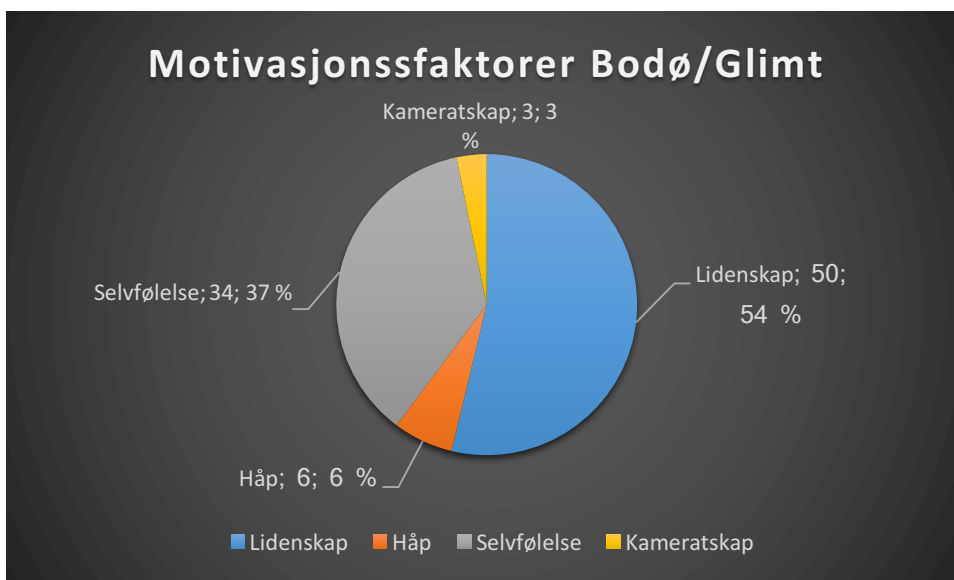
"3 - 1 til Glimt" - Stig Olav

Motivasjonsfaktoren kameratskap har minst forekomst i dataen som er innhentet. Hos B/G supporterne er det bare 3% av kommentarene som er drevet av kameratskap. Disse kommentarene var ofte spørsmål rettet til klubben eller andre supportere med en forventning om å få svar, og ofte handlet dette om praktiske ting som billetter eller nærliggende spørsmål.

Eksempler på kommentarer motivert av kameratskap:

"Fortell meg en ting. Hva er egentlig kapasiteten på Aspmyra nå? Har lest om lite billetter igjen også er det 3660 på kamp, Mener på at det har vært mye mer før." - Jan P

"Hvordan kan billettkontoret sin tlf være stengt på kampdag?" - Magnus



(Figur 2)

4.3 Samlede funn og diskusjon

Selvfølelse hadde en forekomst på 55% sammenlagt. Som jeg har nevnt kort i funnene, så er det svært store forskjeller til hvordan type selvfølelse disse kommentatorene er motivert av.

Kommentarene hos supporter gruppen til Rosenborg knyttet til selvfølelse er hovedsakelig negative kommentarer siktet mot klubb og styret spesielt, noe som er veldig naturlig da Rosenborg har prestert langt under det man forventet av dem før sesongen. Mange av supporterne kan også være sinte på hvordan klubben kvittet seg med den tidligere treneren deres, som var med på å vinne fire seriegull i perioden 13/14 – 17/18.

Dette kan være grunnen til hvorfor så mange kommentarer handler om styret og hvorfor såpass mange supporterere er oppgitte.

Funnene viser også at det er 30% flere kommentarer motivert av selvfølelse hos RBK fansene sammenlignet med B/G supporterne, noe som naturligvis kan henge sammen med det jeg nevnte i forrige paragraf.

Selv om motivasjonsfaktoren er den samme, så er det ganske stor forskjell på hva som var motivasjonen for å skrive kommentaren, noe som kanskje er den største svakheten med modellen fra Stavros et al (2013) da den ikke har en dimensjon for å måle hva slags budskap en kommentar med en bestemt type motivasjonsfaktor har.

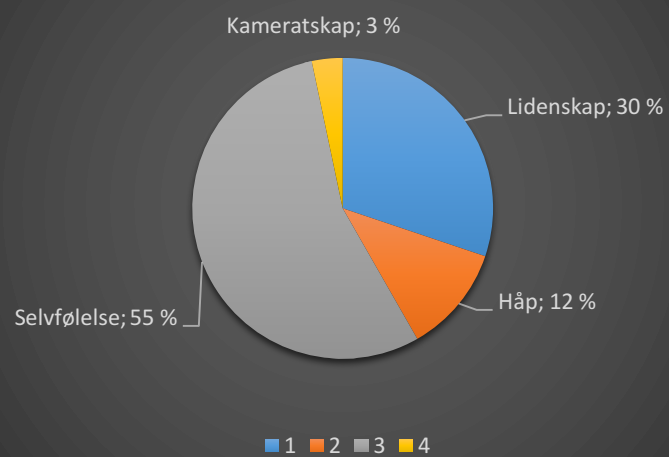
Denne svakheten kan vises ved at man ser på situasjonene hos klubbene.

Som nevnt presterer Rosenborg langt under det som var forventet av supporterne deres før sesongen. Dette har ført til at supporterne til Rosenborg er svært misfornøyde med tingenes tilstand og uttrykker sin misnøye mot klubben og spesielt styret. Det blir et synlig problem da men ser til B/G sine kommentarer motivert av selvfølelse, siden disse var ofte positive og (eller) kom med utsagn om hvordan klubben kunne rette på det som ikke var optimalt i supporterens øyne, noe som svært sjeldent skjedde hos supportere til RBK.

Ser man på funnene så viser det at det er relativt få kommentarer motivert av håp og kameratskap. Kameratskap, som er noe man forbinder sosiale medier med, var svært sjeldent på Facebooksiden til disse to klubbene, mens håp hadde en forekomst på 3% hos begge klubbene. Stavros et al (2013) rapporterte at det i små klubber kunne være et tett knyttet samfunn på Facebook sidene og det kunne ofte være samtaler om privatliv, her kunne det også være dialog mellom klubb og supporter.

Et av de mest oppsiktsvekkende funnene som ble funnet i dette studiet er at verken RBK eller B/G brukte tid på å kommentere eller svare på kommentarer fra sine supportere. Begge klubbens synlighet på disse sidene var kun når det ble publisert innlegg fra klubben, og aldri interaksjon på kommentarnivå. Dette skiller seg fra funnene Stavros (2013) fant i deres undersøkelse, hvor det var samhandling mellom klubb og supporter i kommentarfeltet. Ser man til Mangold & Faulds (2009) som nevner hvor viktig det er for markedsførings ansvarlige å engasjere seg i det som skjer på sosiale medier. Hovedsakelig for å holde en viss kontroll i tornadoen som er sosiale medier, så ville jeg anbefalt at disse klubbene engasjerer seg mer på sosiale medier, fra det å bare publisere innlegg til å faktisk ha en interaksjon på kommentarnivå.

Motivasjonssfaktor begge klubber



(Figur 3)

5.0 Konklusjon

Dette studiet bidrar til å styrke modellen til Stavros et al (2013) ved at den viser sammenhengen mellom hvordan resultat og form påvirker innholdet og motivasjonen for interaksjon i en supporter gruppe. Funnene viser at når en klubb underpresterer slik som Rosenborg gjør, så vil supporterne bli hørt på godt og vondt. Supporterne vil at noen skal ta ansvar for den dårlige formen og vise til supporterne at laget prøver å endre på denne formen. På andre side av skalaen, altså at et lag overpresterer så viser funnene at supporterne er svært støttende til laget sitt. Dersom disse supporterne kommer med noe negativt mot klubben, dette kan være ting de har sett i kamp som de mener bør forbedres. Vil disse supporterne ofte komme med kritikken sin etterfulgt av et støttende utsagn for å motivere eller gi ros til laget.

Et av de mest oppsiktsvekkende funnene i dette studiet var mangelen på interaksjon mellom supporter og klubb. Det kan tyde på at supportere ikke føler så stort behov til å snakke med klubben på kommentarnivå, og at det ikke er dette som driver supportere til interaksjon. Et annet syn på dette kan være at klubbene er for svake på sosiale medier og mister en viktig del av lojalitets byggingen som interaksjon mellom klubb og supporter fører til. Dette er et funn jeg mener burde videre undersøkes for å få svar på.

Dette studie har funnet at den motivasjonsfaktoren som driver flest norske supportere til interaksjon er selvfølelse, dette betyr at norske supportere hovedsakelig vil dele sine meninger om klubben, og ikke bare komme med enkle støttende utspill som knyttes til lidenskap eller håp. Det kan være en indikasjon på at norske supportere har et ønske å gjøre en forskjell for klubben sin, og (eller) vise at de vet bedre enn klubbledere og andre supportere.

Selv om selvfølelse var den faktoren som samlet sett motiverte til interaksjon, så viser funnene også at det er en stor forskjell fra klubb til klubb. B/G som overpresterte i perioden dataen ble innhentet hadde mindre kommentarer motivert av selvfølelse enn Rosenborg, som i samme periode underpresterte.

Jeg mener dette er et område som bør forskes mer på, da det vil gi et mye mer nøyaktig resultat hvis en får forsket på alle klubbene i Eliteserien i denne konteksten.

Dette studiet skulle finne hva som motiverte norske fotballsupportere til interaksjon ved hjelp av modellen av Stavros (2013). Etter gjennomgang har jeg funnet at modellen til Stavros kun er behjelpelig til å finne motivasjonsfaktorene, den måler ikke nøyaktig hva slags sinnelag som ligger til grunn. Dette er en svakhet som jeg mener bør poengteres

6.0 Referanser

- Constantinides, Efthymios, and Stefan J. Fountain. "Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues." *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*9, no. 3 (2008): 231-44. doi:10.1057/palgrave.dddmp.4350098.
- Hjelseth, Arve. *Mellom Børs, Katedral Og Karneval: Norske Supporteres Forhandlinger Om Kommersialisering Av Fotball*. PhD diss., Universitetet I Bergen, 2006.
- "Ipsos SoMe-tracker Q4'18." January 2019. <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q418>.
- Jacobsen, Dag Ingvar. *Hvordan Gjennomføre Undersøkelser? Innføring I Samfunnsvitenskapelig Metode*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk, 2015.
- Kirtiş, A. Kazım, and Filiz Karahan. "To Be or Not to Be in Social Media Arena as the Most Cost-Efficient Marketing Strategy after the Global Recession." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*24 (2011): 260-68. doi:10.1016/j.sbspro.2011.09.083.
- Macnamara, Jim, and Ansgar Zerfass. "Social Media Communication in Organizations: The Challenges of Balancing Openness, Strategy, and Management." *International Journal of Strategic Communication*6, no. 4 (2012): 287-308. doi:10.1080/1553118x.2012.711402.
- Mangold, W. Glynn, and David J. Faulds. "Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix." *Business Horizons*52, no. 4 (2009): 357-65. doi:10.1016/j.bushor.2009.03.002.
- Parganas, Petros, and Christos Anagnostopoulos. "Social Media Strategy in Professional Football: The Case of Liverpool FC." *Choregia*11, no. 2 (2015): 61-75. doi:10.4127/ch.2015.0102.
- "Rosenborg BK - Historical League Rankings." <https://www.transfermarkt.com/rosenborg-trondheim/platzierungen/verein/195>.
- Stavros, Constantino, Matthew D. Meng, Kate Westberg, and Francis Farrelly. "Understanding Fan Motivation for Interacting on Social Media." *Sport Management Review*17, no. 4 (2014): 455-69. doi:10.1016/j.smr.2013.11.004.
- "Trending." <https://www.emarketer.com/Article/Snapchat-Second-Most-Popular-Social-Site-Norway/1013173>.

Vedlegg: All data samlet i egen database

Bodø/Glimt

Utsagn	Motivasjonsfaktor	Dato	Post
Heia Bodøglimt, dere skal knuse nabobyen min. - Lars K	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
"Jeg er klar som et påskeegg til å GI ALT for og sammen med Bodø/Glimt" - Liv	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
"Heier på Glimt men blir i Trondheim og håper på Glimtseier" - Nils	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
"Påska e gul" - Per A	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
"Gleda mæ som en unge! " - Victor	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
" E kanonklar" - Thomas	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
" Ja, æ e klar! Heia superlaget Bodø Glimt" - Anne S	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
" Klart æ e klar, tar turn fra glomfjord for 3 gang i år.. ^^" - Eirik	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
" Har kjøpt 4 billetter idag, så vi kommer på kampen Heia Glimt" - Robert	1	16.apr	Klar til kamp 2. påskedag?
"Vi kommer fra Lofoten" - Karl V	1	20.apr	Kommer du på kamp?
"Jaaaaa! Heia superlaget Bodø Glimt" - Anne S	1	20.apr	Kommer du på kamp?

"Skulle ønske" - Greta	3	20.apr	Kommer du på kamp?
"Kommer. Håper på 3 nye poeng" - Frank E	2	20.apr	Kommer du på kamp?
"Ja Selvfølgelig" - Bjørnar	3	20.apr	Kommer du på kamp?
"Her i Oslo ser vi kampen på Supporter puben Champ, Heiaaa Glimt." - Synøve	1	20.apr	Kommer du på kamp?
"Vi kommer kjørende en kompisgjeng fra Rognan. Heia Glimt!" - Robert	1	20.apr	Kommer du på kamp?
"Skjønna ikke spørsmålet! Selvfølgelig kommer æ å GIR ALT for og med Bodø Glimt." - Liv T	1	20.apr	Kommer du på kamp?
"Selvfølgelig." Aud H	1	20.apr	Kommer du på kamp?
"Heia Glimt, ny seier :))" - Britt E	1	20.apr	Stort trykk til kamp
"Så flott at folket begynner å finne veien til Aspmyra Stadion. Glimt fortjener velfylte tribuner og god støtte fra et engasjert publikum." - Robert	3	20.apr	Stort trykk til kamp
"Det er fint at Bodøfolket støtter opp om Bodø-Glimt, det fortjener dem. Heia Glimt" - Paul	1	20.apr	Stort trykk til kamp
"Kommer!" - Aud	1	20.apr	Stort trykk til kamp
"Blir mer folk på kampene bår dere spiller god fotball kamper." -Svein	1	20.apr	Stort trykk til kamp
"Kor bra. E med dokker i tankan. Heia Glimt, førr evig i mett hjerte" -Anita	1	20.apr	Stort trykk til kamp

"Den største utfordringen for Glimt nå er at alle andre lag skal "ta" dem etter de har vunnet over 08 og troner alene på toppen av tabellen, noe ingen hadde trodd på forhånd" - Roald	3	20.apr	Stort trykk til kamp
"Fortell meg en ting. Hva er egentlig kapasiteten på Aspmyra nå? Har lest om lite billetter igjen også er det 3660 på kamp, Mener på at det har vært mye mer før." - Jan P	4	22.apr	Åpning av E-feltet
"Er og spent på om kortsiden åpnes? Av ren nysgjerrighet..." - Inge	4	22.apr	Åpning av E-feltet
"Hvordan kan billettkontoret sin tlf være stengt på kampdag?" - Magnus	4	22.apr	Åpning av E-feltet
"Absolutt godkjent mot en av favorittene til medalje i årets eliteserie. Noen marginer mot, sjanser nok til at Glimt burde vunnet. Fortsett den gode innsatsen." - John	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Det var et ran at Sarpsborg fikk med seg et poeng!!" - Jørgen	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Bittert med et unødvendig baklengsmål i sluttminuttene. Glimt hadde flere gigantsjanser og burde punktert kampen, før Sarpsborg utligna. ... Glimt er fortsatt ubeseiret og er hele 8 poeng foran RBK. Heia Glimt. - Robert	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Æ e så stolt av klubben i mitt hjerte, Glimt. Lykke til videre, heia Glimt. " - Elisabeth	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
Bedre med uavgjort enn tap. Kjipt at seieren ryker i sluttminuttene, men dette er sånn som skjer i fotball. Er imponert over hvor bra B/G spiller pr. Dags dato og håper det virkelig fortsetter. Vi er fortsatt ubeseiret! Nå gjelder det å nullstille seg til Stabæk til søndag, og de skal vi slå på Nadderud! Glimt (hjerne). - August	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08

"Det er underholdende og gøy og se Bodø/Glimt i år. Det er bra bevegelse og leddene henger også bra sammen. God bevegelse, men jeg liker dårlig at de slipper in mål noe for lettvindt. En av de sentrale midtbanespillerne må heve egen innsats eller så venter benken Herlig å være Bodø/Glimt supporter. - Leif	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Stolt av Glimt i dag, Sarpsborg hadde gjort lekse si og sørget for at Glimt ikke fikk spille slik de ville. Glimt stå på, det er en glede å se dere spille og så har dere den beste starten i toppserien ever. Og 9 på rad uten tap. Med Glimt i hjerte. " - Roy	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Vi kan ikke forlange at de vinner hver gang, uavgjort tåler vi. Flinke gutter. " - Greta	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Det er mye godt spill idag også" - Truls	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Glimt var ikke så effektive som i foregående kamper, men bra innsats. Heia Glimt! Stå på å gi alt. " - Eirik	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"1-1. Sånn æ hørte det så va Glimt det beste laget. Det kunne ha end 2-1. " - Ivan	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Deilig å se glimt førr evig har 10 poeng etter 4 runder. Korr ska de ende??" - Staale	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Kan ikke bli bedre, er på toppen av tabellen." - Elisabeth	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Ser intervjuet med Bjørkan. Hvorfor starte ALLE svar med ordet NEI, prøv å bytte til JA kanskje det blir mere positivt... Forøvrig første live Glimt kamp, å det var veldi artig." - Bjørn	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08

"Det er viktig og ikke la slike "Stang-ut" kamper påvirke selvtilliten eller avslutningsviljen. Neste gang er det Stabæk borte, der tar vi tre poeng igjen." - Johnny	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Bodø/Glimt fortjente 3 poengeren, ellers svært underholdende match!" -Per	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Effektiviteten foran mål må opp fler hakk og i dag ble gutta for passive, spesielt i andre omgang i medvinden og vender opp mot eget mål der det var rom for å spille framover. Får de skikk på noen av disse detaljene blir dette en GUL sesong!! BGFE" - Vidar	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Grei kamp så resultatet er greit." - Rolf	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Synd at ikke alle poengene ble i Bodø, men uavgjort er godkjent" - Inge	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Lista er lagt! Høyt! Så dere må fortsette med å være dere selv, være tro mot dere selv, høyt press, sprudle, punktere kamper, kald og sikker i avslutningene. Ellers bra jobba!" - Liv T	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Imponerende start på sesongen, men det som er det beste er at spiller er bra og at laget dominerer kampene. Stå på videre, det blir mange vanskelige kamper fremover." - Ronny	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Så lenge det ikke blir tap så er det bra, kommer flere kamper og de vinner Bodøglimt" - Olav	2	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Vi ser nu frem til neste kamp!" - Lynghild	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"S08 er heldige som klarer å få med seg 1 poeng. Dårlig av Glimt å være så lite kliniske." - Johan	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08

"Glimt var best" - May T	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Fremsto som litt klønete, mistet ballen for lett og dem løpet ikke så mye som dem gjorde mot Rosenborg. Synes savnet etter Konradsen var merkbart på midtbanen. Men Summ burde BG ha avgjort dette, brenner av 100% sjanser. Dette må dem terpe mot neste kamp. " - Egil	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Idag spilte ikke glimt på sitt beste. De kunne ha avgjort dette før de fikk mål." - Svein	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Vinden for svingene. Ingen av lagene behersket den. Midtforsvaret sov i 4 sek. Det er nok på dette nivået. Greit resultat." - Stein	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Litt betenkt over at Layouni og Zinckernagel ble begge bytta ut mista mye av flyten da." - Egil	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Begynner og gå i feil retning?" - Leif	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"At fotballen fremdeles er rund." - Jan	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Litt slappe foran mål" - Ingvar	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Jeg hadde tatt ett poeng før kampen, men er litt skuffet over det i etterkant. Første omgang er spillemessig dårlig, litt som i fjor; forsvarer seg brukbart mot et angripende lag, mens de selv sliter med å komme seg lengre enn 16-metersstreken.... " --Geir	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08

"Hvis man ser på det med litt realisme, så er ikke uavgjort mot S08 noe dårlig resultat. Ja, vi var best og burde hatt tre, men fremdeles ubeseiret etter å ha møtt 3 av de største forhåndsfavorittene FOR EVIG!" - Thomas	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Heia Glimt" - Jane	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Tja.. Syns dæm så litt sliten ut idag... Men men.. Uavgjort er bere einn tap sjøl om dæm bør/må vinne heime pluss at vind på Aspmyra ødla litt idag..." - Roger	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Midtbanen til Glimt ble overspilt, ble usynlige. Skulle vært 2-0 i stedet for 1-1, men thats life" - Jarl	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Lutt surt å rote bort 2 poeng men men, alt er bedre enn tap på alle måter" - Vidar	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Flaks eller dyktighet vil vise seg når sesongen e over, det er spilt bare 4 kamper, blir de topp 3 blir eg overasket men det hadde vært artig, få glimt i en eventuelt Europa league gruppe det må være ambisjonene deres. Men hvordan tenker de og tenker de langsiktig eller investering som de alltid gjør" - Jonas	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Heia Glimt" - Lillian	1	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Neste kamp blir tøff borte på ei etter rapportene elendig gressmatte, litt meir presisjon mot Sarp så ville Glimt vunnet" - Jens	2	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Dessverre, i andre omg. Så det ut som kreftene og konsentrasjon tok slutt, men det langt igjen av sesongen. Peis på videre" - Tord	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08

"Det er sjelden man ser en slik forsvar tabbe, Lode ser på ballen i steden for mannen og er ikke opps på han som kommer bak." - Tom	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Typisk dårlig spiss når man er alene med keeper og skyter på keeper høyde midt på keeper. Greitnok at han bomma, men en god spiss vil alltid legge den i det minste langs bakken og i hjørnet." - Mathias	3	22.apr	Uavgjort resultat vs S08
"Heia Glimt..." - Jochen	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Heia. Glimt. Håper dere vinner" - Ann	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Godt å se Konradsen fra start igjen! Han har virkelig tatt steg i vinter! " - Teodor	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lykke til Glimt, gå for seier" - Astrid	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lykke til!" - Leif	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Må si at jeg er veldig skuffet etter denne kampen,Glimt eier ballen 70 til 80 prosent i andre omgang og får ikke til en eneste farlig sjanse,hadde det stått en kjegle mitt i Stabeks mål hadde vi ikke fått mål denne kvelden,naturgress? Og helt til slutt må e sei at jeg heier på Glimt uansett om man har en litt dårlig dag på jobben.og så får satse på storseier mot Lillestrøm." - Tore	3	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lykke til" - Lillfrid	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Var vel Glimts dårligste forestilling i år, det ble mye trilling av ball, alfor dårlig tempo, men vi kommer sterkere tilbake" - Ingar	3	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lite energi i Bodø Glimt idag, må få opp tempoet. Kom alt for sent på ballen" - Eirik	3	29.apr	Før kamp Stabæk
"Vi har trua. Lykke t" - Ester	2	29.apr	Før kamp Stabæk

"Lykke til" - Greta	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Heia Glimt" - Ragna	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"E lufta gådd ut av guttan? Har aldri sedd så tafatt fotball!!!" - Vegard	3	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lykke til mot Stabæk, heia glimt" - Robert	2	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lykke til og gi ALT!! Heia Glimt" - Eirik	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Heia Glimt" - Irina	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Heia Glimt" - Jan	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"3 - 1 til Glimt" - Stig Olav	2	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lykke til Glimt" - Anne	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Lykke til" - Kenneth	1	29.apr	Før kamp Stabæk
"Heia Glimt stå på lykke t..! " - Laila	1	29.apr	Før kamp Stabæk

Rosenborg BK

Utsagn	Motivasjonsfaktor	Dato	Post
"Vi og laget må tåle motgang - Det snur seg snart. Lykke til videre! - Sonja	2	17.apr	Bendtner om motgang
"Han har så rett, vi har vel vært i vanskeligheter alle sammen noen ganger, fotball eller ikke"- Per	1	17.apr	Bendtner om motgang
"Kan ikke være medgangssupportere, må støtte laget i motgang også. Blir bra til slutt" - Tor	1	17.apr	Bendtner om motgang
"... Her hjelper det lite å slappe av. Det er kanskje det de har gjort langt for mye av. Laget framstår som en gjeng med blodfattige guttunger, ... Slapp av???" - Torger	3	17.apr	Svar til medsupporter
" Støtter spillerne, men ikke styret" - Anne	3	17.apr	Bendtner om motgang

" Æ e en økte patriot med optimisme om at det snur æ heie på gutan og laget uansett" - Knut	1	17.apr	Bendtner om motgang
"Det går opp og ned også i fotballen. Nå kan alt bare bli bedre. Full støtte til spillere å trenere " - Rune	1	17.apr	Bendtner om motgang
" Faktisk heilt enig. Laget treng støtte også i motgang" - Jostein	1		Bendtner om motgang
" Det går seg til. Hatt mange vårsesongen før også." - Liv	1	17.apr	Bendtner om motgang
" Blir itj noe bedre før Horneland reiser ilag med Koteng fra Lerkendal" - Dan	3	17.apr	Bendtner om motgang
"Støtte laget! Styret derimot..." - John	1	17.apr	Bendtner om motgang
"Lykke til med utviklinga" - Arnstein	1	17.apr	Bendtner om motgang
"Og det er vår oppgave å møte opp i hopetall å støtte laget... Det er nå Rosenborg virkelig trenger oss" - Rolft	3	19.apr	Tilbakeblikk
"Den gangen hadde RBK enn dyktig trener og gode fotballspillere idag, enn gjeng overbetalte mammagutter" - Øystein	3	19.apr	Tilbakeblikk
"Slutt å levva på gamle minna no !!! Levva i nue!" - Joar	3	19.apr	Tilbakeblikk
"Snakk om å gripe etter halmstrå! Tåpelig innlegg. Dere gjør bare fallhøyden høyere. Det er fotball vi vil ha. Ikke diktning. " - Bård	3	19.apr	Tilbakeblikk
"Krysser fingrene for seier!" - Maria	2	19.apr	Før kamp Godset
"God kamp, vi heier fra vår faste plass. Barnebarn Robin som ballgutt idag ..." - Lillian	1	19.apr	Før kamp Godset
"Selvfølgelig stiller vi alle mann" - Frank	1	19.apr	Før kamp Godset

"Ja særlig, godset vinner vel 3-0 tenker jeg" - Toillpip	3	19.apr	Før kamp Godset
"Trur ikke det nei gitt, bortkasta tid slik RBK spiller nå" - Jan	3	19.apr	Før kamp Godset
"Kom igjen Troillan." - Kirsten	1	19.apr	Før kamp Godset
"Kan til nød se kampen med edt ene øyet... Om den går på tv." - Dagfinn	3	19.apr	Før kamp Godset
"Artig og angrepvillig fotball..." - Stein	3	19.apr	Før kamp Godset
"Krysser fingrene for seier!" - Vegard	1	19.apr	Før kamp Godset
"Vi teller opp poeng når snøen kommer tilbake!" - Tommy	2	19.apr	Før kamp Godset
"Ønsker en skikkelig god kamp og att RBK slår Godset en gang for alle, heia rbk for alltid" - Ken	2	19.apr	Før kamp Godset
"Skal vi vinne må vi ha spillere som vil vinne" - Hans	3	19.apr	Før kamp Godset
"Koteng må gå" - Joachim	3	19.apr	Før kamp Godset
"Søderlund bør lægg opp" - Per	3	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Andre påskedag viste den oppstandne Jesus seg for disiplene. La oss be til herren om at Rosenborg står oppp fra de døde og viser seg for kjernen i morgen." - Peter	3	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Koteng må gå" - Joachim	3	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Får håpe laget blir. Hansen, Hedenstad, Reginiussen, Hovland, Meling, Jensen, Trondsen, Konradsen, Akintola, Bentdtner Samuel" - Morten	2	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Lite og bry seg om hvem som stiller på laget, de taper jo likevel dessverre" - Dan	3	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Det går te helvete med denna kampen å" - Knut	3	21.apr	Tronden tilbake fra skade

"Blir fort seier med han på banen hør hør!" - Jørgen	2	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Det gledes" - Rolf	1	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"No må dåkk virkeli vis at dåkk blør fer drakta!!" - Vegar	2	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Håper de tør å stille uten Jensen og Konradsen" - Kjell	3	21.apr	Tronden tilbake fra skade
"Han der bør legge skoa på hylla." - Roar	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Det hørte vi sist og, men vi må jo håpe" - Kristian	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Gutta står opp fra de døde 3.dag, og det er i morgen! Peis på! Knus vrakgodset fra Drammen" - Per	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Tru kanskje du ska hold kjæft" - Ketil	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Stå på RBK - poengene triller snart inn" - Turid	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"Ja vi har hørt det mange ganger før fra Helland, ..., NEI brett opp armene kjør på bare 3 poeng er godt nok. Ellers er Rekdal eller Jørn Andersen ledig" - Otto	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"No må dåkk vise alle ka dokker e god for gutta! Heia RBK no må dåkk stå på da Knus motstanderen dokkers!" - Maiken	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Det kan ikke bli stort verre...." - Tom	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Slutt å prate - begynn å spill god fotball" - Lars	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Blir vel tap igjen... Hva med et styremøte og rensk opp i systemet" - Odd	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Mye prat til nå. Ka beina snakke. Tror fortsatt på oppstandelsen" - John	3	21.apr	Kommentar fra Helland

"Lykke til RBK" - Tone	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"Håper på seier. Men fortsetter de i samme spor. Og bare sjanser på dødball. Er jeg redd dem kommer i samme situasjon som United er i." - John	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Var på treningen fre og der var det godt humør. Nå er spillerne sultne igjen etter 7av8 og 7 av 10." Kai	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Heia RBK stå på dette klarer dere" - Jorunn	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"Hørt det før, så tiden vil vise... Men lever i håper" - John	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Det snur for gutta våre, Helland æ mistit trua på dokker då æ har trua alltid. Lykke til, love RBK" - Nina	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"KOTENG er nervøs" - Øystein	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Nåh! Innsats gutter, itjnå som kjæm tå sæ sjøl" - Børre	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Her må man blø for drakta!" - Jonny	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Lykke til RBK" - Solfrid	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"Liker ikke å si de, men synes jeg har hørt dette refrenger før - får håpe det går i oppfyllelse denne gang"- Kjell	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Elske RBK" - Magnar	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"Lykke til, Pål Andre og RBK" - Eldrid	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"Nå må vi bare ha god tro på Rosenborg imorra! 3-0!!!! Heia Rosenborg!!!!" - Astri	2	21.apr	Kommentar fra Helland
"Nå må dere begynne å yte noe for lønna. Det dere ha vist til nå er ikke verdig et tidligere storlag. Prøv å få drakta våt av innsats"- Thorleif	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Vi får håpe det ikke bare blir prat da Pål Andre.... Har trua på RBK.." - Trygve	2	21.apr	Kommentar fra Helland

"Enda et tap desverre"- Dan	3	21.apr	Kommentar fra Helland
"Heia RBK" - Nina	1	21.apr	Kommentar fra Helland
"DA VI VANT, ja det var en gang..." - Kristoffer	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Æ trur kanskje det e på tide at Koteng får muligheten ut på banen æ- Han veit jo kordan det ska vær. Og iløpet av en treårsperiode tru æ Koteng kan bli skikkelig god" - Kjartan	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Målfest ja, blir vel 1-4 til Godset"- Hans	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Blir garantert et nytt mageplask dessverre..." - Stefan	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Det blir vel tap i dag også tenker jeg" - Tor	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Hvordan det gikk i fjor og forrige år før det er revnende likegyldig. Men lykke til i kveld. Kun en skikkelig overbevisende stort seier er godt nok" - Kristian	2	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Blir nok et nytt tap. Slik som dem spiller nå." - Tor	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Ut med Koteng og inn med ungt friskt pust!!!" - Oddbjørn	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Ny tap gutta kjedelig" - Inger	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Endelig tilbake til 4-3-3, har trua!" - Marco	2	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Ja det var i fjor det. Et helt annet Rosenborg-lag da. Denne gangen taper vi. Dessverre. 0-3. - Ståle	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk

"Det gledes" - Rolf	2	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
" 1-3 og mer selvskryt til styret over hvor faglig dyktige de er til tross for elendig resultat. Jeg har ikke sett et så arrogant, inkompetent og sportslig udyktig styre noen sinne." - Thomas	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Hvilke tv kanal går kampen på?" - Torhild	4	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Må bli seier i dag" - Bjørg	2	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Kor e pengene til de som har blitt solgt videre fra RBK til enn annen klubb i utlandet som f.eks. Jabali?" - Andre	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Blø for drakta!" - Geir	2	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Bare seier er godt nok idag!" - Rolf	2	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Idag har æ trua" - Gunn	1	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Kan jo håpe..." - Monica	3	22.apr	Kampdag m tilbakeblikk
"Sett på Koteng..." -Kristoffer	3	22.apr	Pause 0-0 Godset
" Fatte ikke at dem ikke bruke Bendtner!! Ende opp med at han forlate oss... Søderlund e oppbrukt, treig og klønete! Virke som Søder får klippekort fordi han e "Kompis" med trenern" - Johannes	3	22.apr	Pause 0-0 Godset
"Utrolig at ingen ser at RBK spiller mye bedre nå enn de forrige 3 kampene tilsammen." - Robin	3	22.apr	Pause 0-0 Godset

"Dæven Søderlund e en vandrende ballmist med betong i skoan. Nitrist spiller. Jobbe godt men det e alt.." - Andreas

3

22.apr Pause 0-0
Godset

"Få ut Søderlund inn med Bendtner!! Hansen har mer ball en Søder. Sinnsykt at "Hellandingo" har så my ball," - Monir

3

22.apr Pause 0-0
Godset