

Mylderets struktur

En antropologisk studie av Eurovision Song Contest 2007



Guro Forren Sørensen

Masteroppgave i sosialantropologi

Sosialantropologisk Institutt

UNIVERSITETET I OSLO VÅR 2008

Sammendrag

Denne avhandlingen er basert på et seks måneder langt feltarbeid som i hovedsak ble utført under, og i forkant av, de norske delfinalene i Melodi Grand Prix og under den internasjonale finalen i Eurovision Song Contest i Helsingfors, Finland, våren 2007.

Tema for avhandlingen er hvordan aktører var med på å opprettholde en sosial struktur i et fenomen som var mangfoldig, flyktig og komplekst.

I avhandlingen viser jeg hvordan Eurovision Song Contest (ESC) var en flyktig sosial arena. På denne flyktige arenaen dannet individer sosiale relasjoner og nettverk. På en annen side var ESC en sosial arena hvor mine informanternes samhandling fulgte en fast struktur og samhandlingsmønstre. European Broadcasting Union som eier rettighetene til konseptet la føringer for noe av samhandlingen på sosiale arenaer. Det ble altså lagt til rette for en sosial struktur som var svært forutsigbar, men jeg hevder at individenes egne interesser var med på å endre dette slik at de sosiale arenaene ble pragmatiske og uforutsigbare.

Med utgangspunkt i de norske nasjonale finalene og den internasjonale finalen i Helsingfors viser jeg hvordan det å være vertskap, altså viktigheten av å vise seg frem som en god arrangør, var sentral i forbindelse med at arrangementet i seg selv viste seg å være selve målet. Med fokus på sosiale arrangement og møteplasser som folkefester og Euroclub, viser jeg hvordan mine informanter etablerte sosiale relasjoner og nettverk med hverandre. Akkrediteringen, altså tilgangen de ulike aktørene hadde, var med på å opprettholde en sosial struktur. I tillegg viser jeg hvordan promoteringsmaterialet hver enkelt delegasjon delte ut under finaleuken i Helsingfors, ga en indikator på delegasjonens interesse og glede over å være en del av arrangementet.

Forord

Inspirasjonen og idéen til å gjøre dette prosjektet fikk jeg for noen år siden, da Arne Martin Klausen i en gjesteforelesning fortalte om det antropologiske prosjektet han hadde hatt under Lillehammer-OL i 1994. Jeg så flere likheter mellom lekene på Lillehammer og Eurovision Song Contest. Dette inspirerte meg til å fordype meg i Eurovision-verdenen, noe denne avhandlingen er et resultat av.

Til tider har det vært en fornøyelse å skrive denne avhandlingen. Andre dager har vært tunge. Av den grunn er det flere jeg ønsker å takke for å ha motivert og støttet meg i denne prosessen.

Først og fremst vil jeg takke informantene mine for at dere involverte meg i den omfangsrige ESC-hverdagen. Takk til Dag Hvaring og Eirin Grytbakk for å ta i mot meg på en sporty måte.

Takk til veileder Odd Are Berkaak for faglig engasjement og motiverende veiledninger. Anne Leseth og Bente Nicolaisen fortjener også en stor takk for inspirerende seminarer. Takk til SAI- stipend for økonomisk støtte.

En stor takk til Svanhild og Knut, Vibeke, Ann Katrin og Ingrid som ga meg husly mens jeg var på feltarbeid. Takk til mamma og pappa for at dere støtter meg i det jeg gjør og for strålende korrekturlesing. Takk til Ola for at du er storebror. Takk til gode venner for positive ord og mange klemmer. Mine medstudenter fortjener en spesiell takk for å ha gjort denne tiden til en uforglemmelig og storartet mastertid. Kjære Erik, takk for at du er en tålmodig gledesspreder!

Oslo, mai 2008

Guro Forren Sørensen

Innhold

SAMMENDRAG	3
FORORD	5
KAPITTEL 1 INNLEDNING	9
<i>Tema og tilnærming.....</i>	<i>10</i>
<i>Hva er EBU og ESC?</i>	<i>12</i>
<i>ESC som mega-event og sosial struktur</i>	<i>14</i>
<i>Informanter.....</i>	<i>17</i>
<i>Tidligere forskning</i>	<i>19</i>
<i>Avhandlingens oppbygning</i>	<i>19</i>
KAPITTEL 2 FELTET OG METODISKE GREP.....	21
<i>Tilgang til feltet</i>	<i>21</i>
<i>Flyktig og flersituert empirisk felt</i>	<i>22</i>
<i>Utvalg av informanter</i>	<i>24</i>
<i>Mine roller og feltnotater</i>	<i>25</i>
<i>Feltarbeid i ”eget” samfunn</i>	<i>26</i>
<i>Avhandlingens begrensninger</i>	<i>27</i>
<i>Etiske betraktninger.....</i>	<i>28</i>
KAPITTEL 3 ”MANN OG MUS HAR STÅTT PÅ HODET I UKEVIS”	30
<i>”Hurra! Det er Grand Prix!”</i>	<i>30</i>
<i>Avlyst folkefest.....</i>	<i>33</i>
<i>”Gratis fakler til alle som er med i fakketoget”</i>	<i>34</i>

"Frivillige muliggjør MGP"	39
KAPITTEL 4 SAMHANDLINGSMYLDER.....	44
Akkrediteringskortet	46
"Du må jo ikke ha badg'en i veska!"	48
Å mingle.....	55
Kommunikasjonskoder og smalltalk	59
"Neste år skal vi være den indre sirkelen"	63
Polyfone sosiale arenaer	66
KAPITTEL 5 ARRANGEMENTET SOM MÅL.....	69
"My Visionary Dream, is my Eurovisionary dream"	70
Promoteringsmaterialet.....	73
Den norske latinosangen	79
Å være vertskap.....	83
En by i ESC-ånd	86
KAPITTEL 6 "TRUE FANTASY, FANTASY CAME TRUE"	91
Avsluttende bemerkninger	92
KILDER.....	95
Internett	102
Aviser.....	102

Kapittel 1 Innledning

”You are a part of the greatest music entertainment on earth. You are a part of history where Fantasy can be true” (Stockselius 2007).

Hver vår arrangeres den internasjonale finalen i Eurovision Song Contest¹. I 2007 ble den avholdt i Helsingfors. 42 europeiske land deltok med hvert sitt musikalske bidrag, og hele arrangementet ble kringkastet på direktesendt tv til nær 100 millioner mennesker².

I denne avhandlingen skal jeg vise at ESC var en mangfoldig sosial arena, og en møteplass mellom aktører som alle hadde forskjellige interesser og mål med sitt engasjement. Tema for denne avhandlingen er derfor hvordan aktørene i ESC opprettholdt en sosial struktur i et fenomen som var mangfoldig, flyktig og komplekst. Det er altså forholdet mellom det flyktige og det strukturelle som jeg i denne avhandlingen skal belyse.

Med utgangspunkt i de norske delfinalene som ble arrangert i januar og februar 2007 og den internasjonale finalen i Helsingfors i mai samme år, skal jeg vise hvordan arrangørene ønsket å fremme seg selv som en god arrangør og et godt vertskap. I tråd med dette la arrangørene føringer for hvordan den sosiale strukturen skulle opprettholdes. Dette ble gjort i den norske konteksten ved å forankre delfinalene i Melodi Grand Prix³ som en mediehendelse i det sosiale liv. Et grep arrangørene gjorde i denne sammenhengen var å integrere de som arbeidet frivillig under delfinalene i tv-sendingen. I tillegg fokuserte de på at de sosiale arrangementene var en folkefest. Norsk MGP-kontekst hadde altså et fokus på frivillig arbeid og dugnadsånd, og det å avholde delfinalene var viktig for arrangørene. Dette, vil jeg hevde, for å fremme sted og lokalsamfunn, og for å vise at de var i stand til å lage folkefest. På den

¹ Fra nå bruker jeg forkortelsen ESC.

² I følge den offisielle ESC-siden Eurovision.tv (Eurovision 2007).

³ Fra nå bruker jeg forkortelsen MGP.

andre siden var det, spesielt i internasjonal kontekst, en ideologisk tankegang som lå til grunn for engasjementet. Arrangørene av den internasjonale finalen og European Broadcasting Union⁴ hadde egne tanker og ideer om hva og hvordan arrangementene skal være. De opprettholdt en sosial struktur blant annet gjennom å gi delegatene⁵ ulik form for akkreditering⁶. Akkrediteringskortet var beviset på akkrediteringen, og var et direkte uttrykk for en den gitte strukturen. Til tross for dette viste samhandlingen noe annet, da delegatene dannet relasjoner og nettverk med hverandre på tvers av delegasjoner, og ofte med utgangspunkt i egne interesser. I ESC stod det å kunne arrangere også svært sentralt.

Med utgangspunkt i de norske delfinalene og den internasjonale finalen tyder det altså på at det var arrangementet i seg selv og i McLuhans forstand, ”The medium is the message” (McLuhan 1987 [1964]). Jeg viser i avhandlingen at det var arrangementet i seg selv som var målet. Dette fordi arrangører og delegasjoner gjorde hva som helst for å få oppmerksomhet, og for å bli arrangør av delfinalene og den internasjonale finalen. Det å besitte den rette kunnskapen, og å inneha de rette kodene for å kunne delta, ble viktige for arrangørene, noe jeg i denne avhandlingen ønsker å vise.

Jeg skal altså vise hvordan aktørene i MGP og ESC inngår relasjoner som bygges opp og vedlikeholdes ved at de lager en sosial struktur i ESC som var en flyktig, mangfoldig og kompleks sosial arena.

Tema og tilnærming

Jeg er født på begynnelsen av 80-tallet og kan fra den tiden huske at jeg ble båret i seng en sen lørdagskveld hver vår. Utmatt, men fornøyd hadde jeg fulgt med på en tv-sending med mye lys og musikk. Siden konfirmasjonsalderen har jeg hatt et avbalansert forhold til ESC, men min antropologiske nysgjerrighet ble vekket, da jeg i løpet av de siste årene har innsett

⁴ European Broadcasting Union eier konseptet ESC. Dette forklarer jeg litt senere. Fra nå bruker jeg forkortelsen EBU.

⁵ Delegater var de som var tilreisende, altså artister, journalister og andre. Dette utdypes senere.

⁶ En materiell gjenstand, ofte et kort rundt halsen som gir tilgang til lukkede områder. Skal utdype dette i kapittel fire.

at dette kunne handle om mer enn ”La det swinge”⁷ og ”deux points”. Er det tilfeldig at Norge alltid vil slå Sverige? Hvorfor var Ukrainas president Viktor Jusjtsjenko på scenen da Ukraina var verstskap i 2005? Hvorfor vil flere og flere land delta? Hvorfor og hvordan opprettholdes ESC etter over femti år på europeiske tv-skjermer, og hvordan er situasjonen i dag? Hvordan kan et flyktig og mangfoldig fenomen som Eurovision Song Contest likevel vedvare?

Med disse spørsmålene som utgangspunkt er min overordnede problemstilling: Hvordan er aktørenes relasjoner i ESC med på å påvirke opprettholdelsen av fenomenet?

Avhandlingen er basert på et feltarbeid som ble utført fra januar 2007 til juni 2007. Første del av feltarbeidet ble utført i forkant av, og under, de norske delfinalene i Alta, Bodø og Stokke. Her var jeg med på en rekke sosiale arrangementer i den enkelte kommune, hvor kommunen og det lokale næringslivet stod for oppladning til delfinalen. Arrangementene ble av arrangørene omtalt som folkefester. Jeg skal belyse på hvilke måter kommunene og næringslivet promoterte de ulike stedene for å være gode vertsbyer for delfinalene. I tillegg integrerte produsentene i samråd med arrangørene de som arbeidet som frivillige for å understreke at lokalsamfunnet stod sammen om delfinalene. Videre var jeg i Oslo på den norske nasjonale finalen. Deretter tilbrakte jeg en måned i Praha, Tsjekkia. Dette for å følge Tsjekkiens nasjonale finale, Eurosong. Der møtte jeg Radka, som jeg senere skal introdusere som en av hovedinformantene mine. Som følger av endret tilnærming og problemstilling bruker jeg ikke feltarbeidet i Praha som utgangspunkt for analysene i avhandlingen. I mai hadde jeg et opphold i Helsingfors hvor den internasjonale finalen ble arrangert. Jeg var i Helsingfors før og etter den ti dager lange internasjonale finaleuken. Der deltok jeg på pressekonferanser, lydprøver og øvrige sosiale arrangementer som var lagt til rette for og av delegasjoner og vertsbyen. Mellom disse oppholdene brukte jeg tiden til å opprettholde

⁷ ”La det swinge” var tittelen på sangen Bobbysocks vant den internasjonale finalen med i 1985.

etablerte kontakter, lese aviser, tråle debattforum på internett, samt samle informasjon om det stedet jeg skulle til.

Ved å følge enkeltindivider som samhandler har jeg et aktørorientert perspektiv. Dette var journalister, produsenter, frivillige, artister og fans. Siden jeg har et mangfold av informanter med ulik bakgrunn, har jeg som følger av dette også hatt et variert feltarbeid på en rekke sosiale arenaer. Dette skal jeg belyse nærmere når jeg greier ut om feltet og de metodiske grepene i kapittel to.

Før jeg gjør rede for mitt teoretiske rammeverk skal jeg forklare hva og hvem EBU og ESC er.

Hva er EBU og ESC?

EBU er den største assosiasjonen av nasjonale kringkastere i verden (EBU 2007). EBU ble satt i gang i 1950 og i 2008 har EBU 75 medlemsland, hvorav 56 er i og rundt Europa. For å være medlem av EBU må landene være innenfor den geografiske sonen som er tilknyttet satellittoverføringen International Telecommunication Union. I tillegg må landene betale en medlemsavgift til EBU. Denne summen varierer fra land til land. Oppfyller en statskanal disse kriteriene kan de kalle seg medlemsland i EBU. En av de mest kjente samsendingene EBU har er ESC. Siden det er EBU som er den overordnede formelle institusjonen, lager de også regler og rammer for hvordan ESC skal arrangeres. EBU legger altså retningslinjer for programformatet av ESC. I nasjonal sammenheng er det den nasjonale kringkasteren som bestemmer dette. Det er opp til hver enkelt statskanal hvordan de ønsker å gjennomføre sin(e) nasjonale finale(r). Retningslinjer⁸ de forskjellige statskanlene må forholde seg til er i følge EBU blant annet:

- kanalen som kringkaster den nasjonale finalen må være eid av staten
- det musikalske bidraget kan ikke vare lengre enn 3 minutter

- det musikalske bidraget kan ikke ha blitt publisert før en bestemt dato
- det kan ikke være flere enn seks personer på scenen
- deltager(ne) må være over 16 år
- vinneren representerer landet i den internasjonale finalen.

ESC begynte som sangkonkurransen ”Le Grand-Prix Eurovision de la Chanson Européenne” i 1956. Dette prosjektet skulle stimulere til mer tv-samarbeid mellom de europeiske landene. Det første året deltok syv land med to sanger hver. I 2007 deltok 42 land med hvert sitt musikalske bidrag. Interessen for fenomenet har altså ekspandert, noe som gjør at også tv-sendingens format har endret seg. Sangkonkurransen fra 1956 har med andre ord utviklet seg til å bli en stor medieproduksjon. Siden 2005 har det blitt arrangert en semifinale hvor noen land må kvalifisere seg for å kunne delta i finalen. I 2007 var det 28 land som deltok i semifinalen, hvorav de ti med flest stemmer gikk til finalen. I finalen var det 24 land. De 14 som allerede var i finalen hadde fått gode plasseringer fra året før, og slapp å kvalifisere seg. På grunn av at interessen for fenomenet har ekspandert enda mer siden 2005, arrangeres det i 2008 to semifinaler. Via innringning og tekstmeldinger stemmer tv-seere på sin favoritt. Det er ikke tillatt å stemme på sitt eget land. Ut i fra antall stemmer får hvert bidrag poengene 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10 eller 12 poeng. Landet med flest stemmer vinner, og blir vertskap for arrangementet året etter.

Norge deltok for første gang i ESC i 1960. Konkurransen i Norge går under navnet Melodi Grand Prix. Siden 1960 har formatet endret seg også i den norske finalen. I 2006 innførte NRK en svensk-inspirert delfinalemodell. Med en slik modell arrangeres tre delfinaler, en Sistesjanse og en finale. I 2007 ble delfinalene som tidligere nevnt arrangert i Alta, Bodø og Stokke. Sistesjansen og finalen ble arrangert i Oslo. I hver delfinale konkurrerte seks bidrag. De to artistene med flest stemmer fra stemmegivningen gikk direkte til finalen i Oslo. De

⁸ (EBU 2007)

bidragene som kom på 3. og 4. plass kom videre til Sistesjansen. Bidragene på 1. og 2. plass i Sistesjansen fikk deretter plass i finalen. I finalen var det da åtte bidrag som konkurrerte om å vinne. Også i den nasjonale finalen i Norge er det stemmegivning fra publikum som bestemmer hvem som skal vinne. I 2007 vant revy- og musikalartisten Guri Schanke med sangen "Ven a bailar conmigo". Hun representerte derfor Norge i den internasjonale finalen i Helsingfors, Finland, i mai 2007.

I Norge var produksjonen og tv-sendingen MGP en samproduksjon mellom Stageway AS⁹, Dinamo Story AS¹⁰ og NRK¹¹. Under delfinalene var det Stageway AS som var produsenter, mens Dinamo Story AS stod bak tv-produksjonen. Under finalen i Oslo var det NRK som stod for tv-produksjonen. Under delfinalene deltok i tillegg forskjellige lokale samarbeidspartnere. Dette var Origo Nord AS¹², Team Bodø KF¹³ og BCC¹⁴. Jeg kommer ikke til å bruke navnene på hverken produsentene eller samarbeidspartnerne i avhandlingen, men heller omtale dem som arrangører for å unngå forvirring og for mange navn.

ESC som mega-event og sosial struktur

"When persons convene, things happen. People have their feelings and thoughts, and both while they are together and afterwards, they act and react to one another" (Ruesch 1951: 6).

⁹ Stageway AS er et eventbyrå som er Oslobasert. De bygger artistkarrierer, betjener næringslivskunder og produserer konserter, revyer, teaterforestillinger samt annen underholdning (Stageway 2008).

¹⁰ Dinamo Story AS er en del av Dinamo gruppen og jobber med reklame, events og informasjon (Dinamo 2008).

¹¹ Forkortelse for Norsk rikskringkasting (NRK 2008).

¹² Origo Nord AS er et innovasjonsselskap. Deres hovedmål er nyskaping og vekst i næringslivet i regionen (Origo nord 2008).

¹³ Team Bodø KF er et kommunalt foretak som arbeider med nærings- og samfunnsutvikling i Bodøregionen (Team Bodø KF 2008).

¹⁴ BCC er forkortelse for Brunstad Conference Center (BCC 2008).

Medie- og kommunikasjonsviteren Göran Bolin hevder at ESC har utviklet seg til å bli et postindustrielt motstykke til World's Fair¹⁵ høye industrielle modernitet (Bolin 2006). Jeg hevder med utgangspunkt i dette at utviklingene og endringene innenfor ESC har medført at fenomenet har endret seg til å bli det Maurice Roche (2000) kaller en mega-event. Roche mener det som kjennetegner en mega-event er at det er en storskala kulturell event som har en dramatisert karakter, et masse-appeal og er av internasjonal betydning. Roche poengterer også at en mega-event må ha stor betydning for vertsby, region og/eller nasjon, samt at hendelsen får mediedekning (Roche 2000). I tråd med denne argumentasjonen hevder jeg at ESC er en mega-event, nettopp fordi det i ESC treffes et mylder av aktører på en rekke arenaer. Roche peker også på at mega-events er viktige for å forstå struktur og endring i moderne samfunn (Roche 2000). Det kan derfor være nyttig å avklare hva som legges i begrepet sosial struktur.

Raymond Firth hevder en sosial struktur er det fastlagte mønsteret av regler, skikker, statuser og sosiale institusjoner i et samfunn. Videre ser Firth på denne sosiale strukturen som en sosial prosess, altså noe som skjer (Firth 1951). I forbindelse med dette var ESC en slik sosial struktur, fordi det var et fastlagt mønster for noe av samhandlingen. Likevel var individene med på å endre dette mønsteret. Med et individorientert perspektiv vil det derfor være mulig å se hvordan fenomenet opprettholdes som en sosial struktur. I studiet av politiske systemer i Burma ser Edmund Leach på en sosial struktur som: "At one level of abstraction we may discuss social structure simply in terms of the principles of organisation that unite the component parts of the system" (Leach 1981 [1954]). Jeg forstår det derfor slik at siden et samfunn er i endring, vil det foregå en sosial endring i en struktur, nettopp på grunn av individene som samhandler. Overført til mitt prosjekt er EBU den institusjonelle organisasjonen, og deres prinsipper forener delene i systemet, og i denne konteksten er det

¹⁵ World Fair var fra 1851 en stor utstilling i London. De var en promoterende institusjon for å fremme nye nasjonalstater. På denne arenaen skulle nasjonene imponere med de fremste teknologiske innovasjoner som var på den tiden (Bolin 2006: 189).

individene som samhandler på ESC-arenaen som endrer strukturen. Når jeg bruker begrepet sosial struktur er det altså argumentasjonen ovenfor som er grunnlaget for begrepsfestingen.

EBU og arrangørene av delfinalene og den internasjonale finalen, la til rette for sosiale arrangementer hvor individene minglet og skravlet med hverandre. Aktørene plasserte hverandre i en sosial struktur, som ble bygd opp og vedlikeholdt. Dette gjorde de gjennom kommunikasjon og etablering av nettverk. Hvordan de samhandlet og kommuniserte viste hvordan de var sentrale i opprettholdelsen av fenomenet.

Jeremy Boissevain argumenterer for at vi må se utenfor sosiale systemer hvor relasjoner oppstår, eller stille spørsmål rundt hvordan mønstre for samhandling oppstår, og hvordan de endres (Boissevain 1974). Av den grunn har jeg sett det som fruktbart å avdekke ulike kommunikasjonskoder som har vist seg viktige for dannelsen av nettverkene på ESC-arenaen.

Siden jeg hevder ESC var en sosial arena som også var flyktig er det fordelaktig å se fenomenet i lys av ideen John A. Barnes (1990 [1954]) har om nettverk for å beskrive en orden av sosiale relasjoner. Barnes så koblinger og relasjoner mellom dem han studerte. Videre så Barnes at det var en formell struktur, men mønsteret i prosessen var helt annerledes enn den fastsatte strukturen tilsa (Barnes 1990 [1954]). Det var med andre ord et flytende nettverk. Jeg hevder det samme skjedde i ESC; Relasjoner ble inngått og oppnådd, de ble aktivert og de-aktivisert, og nettverket ble etablert, men også endret i denne prosessen. Individene inngikk relasjoner i et nettverk av egen interesse. Som jeg skal vise var noen av aktørene en del av nettverket i lengre tid enn andre. Noen hadde interesser som forutsatte at de også hadde vært en del av fenomenet i lengre tid enn andre. Cato Wadel (2005) hevder at det grunnleggende kjennetegnet ved et nettverk er at det består av sammenkoblinger av relasjoner. Videre sier han at "de aller fleste mellommenneskelige relasjoner er en del av et nettverk"(Wadel 2005: 44). Til tross for at aktørene inngikk i et nettverk var det i ESC en rekke overlappende nettverk, nettopp på grunn av antallet aktører.

Jeg ser altså på ESC som en mega-event. Denne mega-eventen var en sosial struktur som var i endring, fordi individenes samhandling gjorde at relasjoner ble etablert, opprettholdt og videreutviklet. Individene som deltok i ESC var derfor med på å opprettholde ESC, nettopp

fordi de deltok på forskjellige måter og fordi de hadde ulike interesser som utgangspunkt for sitt engasjement. Kommunikasjonen mellom individene og de sosiale relasjoner som oppstod var sentrale i opprettholdelsen av fenomenet. Jeg skal også vise at ved å være en del av ESC inngikk aktørene konvensjoner som de var forpliktet til. Konvensjonene var med på å opprettholde den sosiale strukturen, og dette foregikk ved at aktørene byttet kunnskap og relasjoner. I tillegg var de musikalske bidragene og materielle gjenstander som promoteringsmateriale sentrale i opprettholdelsen av den sosial strukturen.

Med denne teoretiske tilnærmingen som utgangspunkt til senere analyser, skal jeg nå introdusere et knippe av aktørene som samhandlet innen den sosiale strukturen, informantene mine.

Informanter

Det var som nevnt et mangfold av aktører i MGP og ESC. Jeg hevder mitt utvalg av informanter kan belyse ulike aktørers syn på ESC, og at deres utsagn og handlinger er representative trekk ved fenomenet. Det var blant annet journalister, artister, frivillige, lokalbefolkning og produksjonsmedarbeidere. De jeg har valgt å referere til som aktører var akkrediterte, altså delegater, og frivillige. Det er disse som har samhandlet med hverandre og beveget seg i sfærer på de arenaer jeg har vært. I internasjonal sammenheng var disse akkrediterte i hvert sitt land. Landene omtales i ESC-sammenheng som delegasjoner. Jeg var akkreditert som delegat i den norske delegasjonen. Dette skal jeg utdype senere i kapittel to hvor jeg tar for meg feltet og metodiske grep.

Siden det var 2600 akkrediterte journalister i Helsingfors, og rundt 100 millioner tv-seere som fulgte ESC på tv eller nett-tv i 2007, hadde jeg selvfølgelig ikke mulighet til å kartlegge samtliges interesser for fenomenet i løpet av feltarbeidet. Av den grunn er denne fremstillingen kun basert på dem jeg har vært i kontakt med, og jeg er klar over denne begrensningen. Likevel vil jeg hevde at det utvalget jeg har er representativt nok til å gi svar på problemstillingen min.

Jeg har to typer informanter. Jeg har noen informanter jeg ikke har møtt regelmessig, men mer eller mindre tilfeldig. Dette reflekterer jeg over i kapittel to. Disse introduserer jeg kort

og fortløpende gjennom avhandlingen. Den andre typen informanter velger jeg å kalle hovedinformater, og disse har jeg møtt regelmessig. De følger gjennom avhandlingen. Et interessant aspekt ved mine hovedinformanter i Helsingfors var at de i løpet av finaleuken etter hvert inngikk i samme nettverk. I utgangspunktet kjente de ikke hverandre, men i løpet av uken ble de altså kjent med hverandre. Som nevnt i forrige avsnitt hevder jeg at ESC består av flere overlappende nettverk, noe jeg hevder også mine informanters relasjoner var et eksempel på.

En av hovedinformantene mine var Jon på 28 år. Han var journalist og hadde vært på ESC i en årrekke. Han kjente mange, og ville gjerne bli kjent med flere for å utvide nettverket sitt. Jeg traff Jon tidlig i finaleuken og var sammen med han og hans kollega, Helena, hver dag.

Radka var min andre hovedinformant. Hun var en av de ansvarlige i den tsjekkiske delegasjonen. Hun var på min alder, og studerte mediefag i Praha, Tsjekkia. I tillegg jobbet hun med tv-produksjon. Høsten 2006 tok jeg kontakt med henne, da jeg gjennom Česká Televize¹⁶ nettsider fant ut at hun skulle jobbe med den tsjekkiske ESC-finalen. Jeg møtte henne under feltarbeidet i Praha, og vi holdt kontakten frem til vi begge reiste til finalen i Helsingfors i mai. I løpet av finaleuken i Helsingfors tilbrakte jeg også mye tid sammen med henne. Dette medførte at hun ble kjent både med Jon og Helena.

Den tredje hovedinformanten min var James på 47 år. Han hadde vært på ESC hvert år, femten år på rad. Han kunne alle sangene, statistikk om vinnere, tapere, flopper, overraskelser og seirende outsiders. Han kunne ESC-historien; han var med andre ord det jeg definerer som en ESC-fan. I tillegg til å være fan var James journalist for en lokalradio i England. Jeg kom i kontakt med James gjennom Radka. Hun hadde møtt James tilfeldig en dag på pressesenteret. Senere skal jeg vise hvordan jeg ble introdusert til han under et av de sosiale arrangementene en av delegasjonene arrangerte.

¹⁶ Česká Televize er Tsjekkias statskanal (Ceskatelevize 2006).

Tidligere forskning

Innen sosialantropologien har det vært lite forskning på MGP og ESC. Innen andre fagmiljøer derimot, som medievitenskap, statsvitenskap, musikkvitenskap og etnologi har det vært flere som har sett på ESC med ulike tilnærminger. I introduksjonen i *A song for Europe* viser Ivan Raykoff og Robert Deam Tobin hvordan de øvrige forfatterne i samme bok har ulike faglige tilnærminger til ESC. De bruker ESC som et utgangspunkt til å studere sosiale, kulturelle og politiske betydninger ved fenomenet (Raykoff og Tobin 2007). En annen artikkelsamling som tar for seg ESC er *Hello Europe! Tallinn Calling!* Forfatterne ser på den internasjonale finalen i Tallinn i 2002 med et medievitenskaplig perspektiv (Ericson 2005 [2002]). Mitt fokus er heller å se på ESC som en mangfoldig sosial arena, hvor samhandlingen mellom mine informanter var med på å danne en sosial struktur i et fenomen som i utgangspunktet var flyktig.

I *Likhetens paradokser* peker Halvard Vike, Hilde Lidén og Marianne Lien på hvordan det i norsk tradisjon ofte har vært forsket på avgrensede fellesskap som eksempelvis bygda og nærmiljøet (Vike, Lidén og Lien 2001). Videre sier de at det avgrensede fellesskap ikke trenger å være bygd eller et nærmiljø, men at det eksempelvis kan være et nettverk eller grupper som tar del i globale prosesser med et lokalt, regionalt eller nasjonalt utgangspunkt (Vike, Lidén og Lien 2001: 15). Med utgangspunkt i dette utsagnet vil jeg argumentere for at det er et slikt prosjekt jeg har forsøkt å etterstrebe i denne avhandlingen. Derfor vil det også være rom for dette, slik som Vike, Lidén og Lien sier: ”Uformell kultur kan studeres i relasjon til formelle arenaer, og krav om autenticitet kan studeres selv i de mest kosmopolitiske og innovative miljøer og nettverk” (Vike, Lidén og Lien 2001: 15). Ved å se på hvordan MGP og ESC var et flyktig fenomen som var forankret i et nettverk, kan jeg avdekke nye sider ved fenomener som vanligvis har blitt belyst på ”hjemmebane.” I tillegg kan dette avdekke nye sider ved samtidskulturen i vår del av verden.

Avhandlingens oppbygning

Foruten kapittel 1, Innledning, hvor jeg gjør rede for tema og tilnærming, består avhandlingen av fem kapitler.

I kapittel 2, Feltet og metodiske grep, gjør jeg rede for feltet og metodiske tilnærminger som har vært utgangspunktet for datainnsamlingen.

I kapittel 3, "Mann og mus har stått på hodet i ukevis" viser jeg hvordan kommunene og næringslivet i Norge la til rette for folkefester som oppladning til delfinalene i Norge, og hvordan de integrerte lokalbefolkningen i den formelle tv-produksjonen ved at flere fra lokalbefolkningen fungerte som frivillige.

I kapittel 4, Etablering av nettverk, viser jeg hvordan kommunikasjonen og samhandlingen foregikk mellom flere av mine informanter under finaleuken i Helsingfors. Jeg viser i dette kapitlet hvordan akkrediteringskortet var viktig som katalysator for å etablere sosiale relasjoner og danne nettverk. Med utgangspunkt i den internasjonale finalen viser jeg hvordan EBU og YLE¹⁷ la føringer for de sosiale arrangementene på ulike sosiale arenaer.

I kapittel 5, Arrangementet som mål, argumenterer jeg for at målet med engasjementet de fleste hadde i ESC var å få oppmerksomhet rundt sin deltagelse. Dette viser jeg med utgangspunkt i hvordan delegasjonene ga hverandre promoteringsmateriale. Dette gjorde de for å fremme seg selv og oppnå anerkjennelse fra andre delegasjoner eller steder, fordi å være vertskap var målet med engasjementet.

I kapittel 6, "True Fantasy, Fantasy came true", forklarer jeg hvordan YLE hadde en logo og et slagord som et gjennomgående visuelt tema da de var arrangør og vertskap. Videre viser jeg hvordan dette kan ses i lys av en idé om å fremme stedet som en god arrangør slik at arrangøren kunne vise at de taklet modernitet. Deretter reflekterer jeg over mine argumenter og oppsummerer avhandlingen.

¹⁷ YLE er Finlands offentlige kringkaster (YLE 2008).

Kapittel 2 Feltet og metodiske grep

I dette kapittelet skal jeg gjøre rede for mitt empiriske felt og metodiske grep. Jeg skal blant annet reflektere over metodiske grep i forhold til at ESC var et flyktig felt, samt at jeg har gjort feltarbeid i "eget" samfunn. Med utgangspunkt i dette skal jeg vise hvordan jeg hadde mange roller, i tillegg til å være feltarbeider i forbindelse med datainnsamlingen.

Tilgang til feltet

På grunn av problemstillingen innså jeg at for å kunne gjennomføre prosjektet måtte jeg få akkreditering. Dette fordi jeg først og fremst ønsket å komme i kontakt med produsenter, journalister og publikum. Jeg hadde også kommet i kontakt med flere av mine informanter før feltarbeidet startet, slik at jeg hadde et utgangspunkt til å få enda flere informanter.

Akkreditering forekommer ofte i forbindelse med musikkfestivaler, messer, konferanser, idrettsarrangementer og annet hvor arrangøren organiserer deltagerne som har en annen form for tilgang enn den "vanlige tilskuer". De akkrediterte er ofte arrangørene selv, presse, artister, messeutstillere og andre som har behov og er tillatt til å ha tilgang til ulike områder. Akkreditering er altså det samme som å ha tilgang. Hvordan akkrediteringen organiseres rent praktisk varierer, men i de fleste sammenhenger er det en materiell, synlig gjenstand i form av et armbånd eller et kort deltagerne har i et bånd rundt halsen.

Høsten 2006 tok jeg kontakt med representanter for de som stod bak produksjonen i Norge; Stageway AS, Dinamo AS og NRK. Kontakten jeg opprettet gjorde at jeg under delfinalene var akkreditert som "team", og jeg fikk være på lydprøver og følge de øvrige forberedelsene. I Oslo Spektrum var jeg akkreditert som "Gjest" og var også her under lydprøver og forberedelser. Siden jeg hadde akkreditering fikk jeg tilgang til arenaer som gjorde at jeg kom i kontakt med produsenter, frivillige og fans på en uformell og grei måte. Akkreditering til den internasjonale finalen i Helsingfors fikk jeg etter å ha søkt via et skjema på YLEs nettsider. Jeg registrerte meg som feltarbeider og presseansvarlig for den norske delegasjonen godkjente meg som delegat. Slik ble jeg innlemmet i systemet som en del av den norske delegasjonen. I Helsingfors var de akkrediterte journalister, frivillige, artister, produksjonsteam osv. I Helsingfors var vi som var akkrediterte pålagt å ha

akkrediteringskortet rundt halsen når vi var inne på de lukkede områdene, være seg pressesenteret og arenaen (Delegation Handbook 2007).

For å få akkreditering, både i Norge og i Helsingfors var det altså noen kriterier som måtte oppfylles. Vi som var akkrediterte måtte ha en grunn til å være der. Jeg var feltarbeider. Noen av mine informanter var journalister i små, lokale aviser, mens andre var journalister i større aviser. Ved å være innlemmet i systemet fikk pressen og andre akkrediterte frie tøyler av arrangøren. I avhandlingen skal jeg ikke fokusere på akkrediteringskulturen i Norge, men heller hvordan dette var sentralt i forbindelse med samhandlingen mellom journalistene i Helsingfors. Under de norske delfinalene, ga akkrediteringen meg tilgang til mange sfærer jeg ikke hadde fått tilgang til uten akkrediteringskortet. Dette skal jeg vise i kapittel fire.

Jeg opplevde ESC-miljøet som inkluderende, og det var lett å komme i kontakt med de som etter hvert ble mine informanter. Jeg opplevde sjeldent at folk var skeptiske til meg som feltarbeider, men dette kan heller skyldes at skillet mellom meg og ”dem” var lite, siden jeg var akkreditert slik som informantene. Som jeg påpeker innledningsvis i avhandlingen kan dette også ha noe å gjøre med at ESC er et nettverk, og det syntes derfor viktig å få kontakter.

Flyktig og flersituert empirisk felt

ESC er en flyktig arena som ikke er tilknyttet ett bestemt sted. Som oftest er vertsbyen forskjellig fra år til år. Noen av de som reiser til ESC er der for første gang, andre har vært på den internasjonale finalen i mange år. Det er et hav av aktører, og de fleste er der av ulike årsaker og med forskjellig bakgrunn og interesser som utgangspunkt for sin deltagelse.

Det er flere trekk som kjennetegner ESC som et flyktig fenomen. Det første er at de sosiale relasjonene som oppstår trenger ikke vare lengre enn for eksempel fem minutter, og kommunikasjonen mellom informantene mine var preget av dette. For det andre er den sosiale samhandlingen svært intens og hektisk. Videre finner en at de sosiale relasjonene mellom aktører som oftest ikke deler en felles historie. Relasjoner går med andre ord på tvers av delegasjoner, samfunn og miljøer. Det er altså et dynamisk felt.

Selv om det geografiske stedet endret seg i løpet av feltarbeidet var det empiriske feltet likevel det samme, til tross for at kultur og sted ikke sammenfattes (Appadurai 1996). Feltet

var derimot flyktig og varierende, og til tider svevende og uhandterlig. Metodologiske konsekvenser av dette var at jeg måtte bevege meg med fenomenet (Frøystad 2003: 41). Siden fenomenet er flyktig og i bevegelse må også etnografen være det (MacAloon 1999: 15). Ved å bevege meg rundt med fenomenet har jeg sett ulike sider ved fenomenet, i møte med ulike aktører på enda flere arenaer. Daniel Miller og Don Slater peker i *The internet* på at etnografisk tilnærming er et "long-term and multifaceted engagement with a social setting" (Miller & Slater 2000: 21). De fortsetter; "we assume ethnography means a long-term involvement amongst people, through a variety of methods" (Miller & Slater 2000:21). De viser hvordan feltarbeidet ble utført med en rekke metodiske grep, med varierte dager. Dette var noe jeg også gjorde i mitt feltarbeid, siden feltet var variert og mangfoldig.

På bakgrunn av fenomenets flyktighet og kompleksitet vil jeg hevde dette kan ses i lys av modernitet. Dette fordi det er et mediefenomen, som gjør at det må tilpasses dagens samfunn som sådan. Dette er noe jeg skal utdype i kapittel 5. Av den grunn er også metodiske grep jeg har gjort konsekvenser av dette. Jeg har eksempelvis gjort mye datainnsamling på internett og i aviser som også er mediefenomener.

Thomas Hylland- Eriksen (2003) peker på hvordan enkelte prosesser i forhold til globalisering krever nye metodiske grep fra etnografens side. Han forklarer hvordan det han kaller "multi- levelled single-site fieldwork" er et nyttig grep i studier av moderne fenomener (Eriksen 2003: 15). Han poengterer at et slikt feltarbeid innebærer å se samme gruppe eller et sted med ulike metodiske tilnærminger. Jeg mener dette er et nyttig perspektiv for å forstå mine metodiske grep. Dette fordi fenomenets flyktighet la føringer for de metodiske grepene jeg gjorde. Jeg måtte tilpasse meg ulike situasjoner, og dette måtte jeg gjøre omgående i de ulike situasjonene, på grunn av tidsaspektet. Mens det var delfinaleuker i Alta, Bodø og Stokke var jeg med på det som var av sosiale arrangementer; fakkeltog, MGP-quiz, sildebord, karaokekveld og MGP-fester med produsenter og artister. Til tider var det derfor hektisk og slitsomt siden alt skjedde samtidig.

Under finaleuken i Helsingfors økte intensiviteten, da det var svært mange arrangementer på en rekke ulike arenaer. Finaleuken i Helsingfors varte bare ti dager, og det følte som at alt skjedde på en gang. Jeg var på pressesenteret, pressekonferanser, lydprøver, gjorde

intervjuer, var med på sosiale arrangement og promoteringsfester som ble arrangert av både delegasjoner, men også av vertskapet. Mellom slagene organiserte jeg uformelle intervjuer, jeg oppdaterte meg på de folkefester eller arrangement jeg ikke fikk vært med på, leste gjennom debattforum på internett; alt for å få med meg så mye som mulig. På bakgrunn av dette var det også lærerikt og fruktbart da jeg fikk samlet my data, og fikk se variasjon i feltet og de ulike kontekstene.

Som nevnt ovenfor er det mange aktører som tar del i ESC på like mange måter. Jeg måtte derfor avgrense feltet, og jeg valgte å gjøre dette ved å holde meg til noen konkrete, geografiske steder i løpet av feltarbeidet. Siden jeg hadde et variert empirisk felt var et av de metodiske grepene jeg brukte for å se variasjon, at de data jeg samlet ett sted, testet jeg ut andre steder. På denne måten oppdaget jeg variasjonen i hvilken verdi MGP og ESC hadde for informantene mine.

Utvalg av informanter

Til tross for at jeg gjorde et feltarbeid på flere steder og blant så mange mennesker, mener jeg dette ikke hadde noen konsekvens for utvalget av mine informanter.

Siden jeg var forholdsvis kort tid på de ulike stedene, var også noe av samhandlingen jeg hadde med flere av informantene mine over kort tid. Dette fordi også informantene mine var kort tid på de ulike stedene. Siden feltet var i bevegelse var naturlig nok også informantene det. George E. Marcus mener det bør være et mål for antropologen å bevege seg med informantene, eller med de fenomenene antropologene studerer (Marcus i Frøystad 2003). Jeg hadde flere flyktige møter med informanter som jeg traff bare den ene gangen. På en annen side var det flere av mine informanter som jeg fikk da jeg var på feltarbeidet i Praha, Alta, Bodø, Stokke og Oslo som jeg møtte jeg igjen og videreutviklet kontakt i Helsingfors.

Siden feltet var flyktig måtte jeg i enkelte sammenhenger regissere møter med informantene mine. Dette var oftest uformelle samtaler, hvor vi snakket om MGP eller ESC over en kopp kaffe. Dette var et metodisk grep jeg gjorde, for å unngå en statisk samtale, men heller skape en trygg ramme for mine informanter. Jeg erfarte at de fleste som var engasjerte i MGP eller

ESC likte godt å snakke om dette temaet. Det var derfor uproblematisk å få samtaledata.

Dette bringer meg over på mine roller og feltnotater.

Mine roller og feltnotater

Som nevnt var mitt empiriske dynamisk og i bevegelse, måtte jeg som feltarbeider også være i bevegelse. Jeg hadde derfor mange roller jeg måtte ut og inn av i de ulike situasjonene. Jeg var med flere presseteam på oppdrag, jeg har klappet, sunget, drukket kaffe, spist popkorn og fine retter. Videre har jeg gått på rød løper og i snøfokk, hutret og ventet, stått opp tidlig og lagt meg sent. Til tider våknet jeg ofte nattetid av å ha både gamle og nye ESC-sanger på hjernen; Jeg har hatt mange roller i løpet av min tid som feltarbeider, noe som har resultert i et stort sett med varierte data som i tillegg til sekundærmateriale er basert på deltagende observasjon og samtaledata. Alle mine roller er derfor også et grunnlag for å vise fenomenets mangfold.

Siden jeg hadde akkreditering var jeg under finaleuken i Helsingfors på pressesenteret hver dag. Jeg fikk følge med på hva som rørte seg blant presse, delta på pressekonferanser og treffe informanter. På pressesenteret var det posthyller til pressen, arbeidsplasser med stasjonære datamaskiner, samt uttak til bærbare datamaskiner, kafé og restaurant, flere storskjermer hvor artistenes lydprøver ble sendt kontinuerlig, pressekonferanserom og vringleareal. Etersom jeg var akkreditert som ”presse”, hadde jeg mulighet til å gå hvor jeg ville og kunne delta og observere ”fritt” uten at noen stilte spørsmål ved mitt nærvær.

Jeg forsøkte å etterstrebe et ideal om å skrive feltnotater hver kveld, men i enkelte perioder var det så intensivt, eksempelvis under finaleuken i Helsingfors, at det ikke lot seg gjøre å skrive notater hver kveld. Derfor supplerte jeg med å ta notater i en liten bok så ofte det lot seg gjøre i løpet av dagen. Da jeg opplevde båndopptager som et hinder fremfor en fordel mellom meg og mine informanter, har jeg heller notert en rekke sitater ordrett under feltarbeidet. Disse blir gjengitt i avhandlingen. Dette lot seg også gjøre blant annet fordi, flere av informantene mine var journalister, så de hadde også en notisblokk i hånden til enhver tid. I noen tilfeller skrev jeg også feltnotater på mobiltelefonen, for å kunne sitere korrekt. Da det ikke lot seg gjøre å skrive ned notater mens informantene var til stede, har jeg

skrevet i små kladdebøker på toalettet. Dette fordi jeg ikke ønsket at samhandlingen mellom informantene mine og meg skulle bli preget av notatskriving.

Siden feltarbeidet var intensivt til tider, var det også noen perioder som var mindre intensive. I periodene mellom delfinaleukene, og oppholdet mitt i Helsingfors brukte jeg derfor mye tid på debattsider på internett, opprettholdelse av kontakter og forberedte meg til feltarbeidet ved å samle informasjon om de ulike deltagerlandene. Jeg har derfor brukt sekundærmateriale i form av eksempelvis sangtekster, brosjyrer, aviser, tv-sendinger og debattforum på internett. Siden jeg var i salen under delfinalene i Norge og under semifinalen og finalen i Helsingfors har jeg benyttet meg av nett-tv for å se tv-sendingene i sin helhet (MGP 2007).

Feltarbeid i ”eget” samfunn

Siden ESC har blitt sendt på NRK som tv-underholdning fra før jeg ble født og til i dag, kjente jeg til fenomenet fra før. Jeg hadde med andre ord en forutinntatthet om hva ESC var før jeg reiste på feltarbeid. Likevel vil jeg påstå at selv om jeg har gjort feltarbeid blant annet i Norge, har jeg ikke gjort feltarbeid i ”min kulturkrets” (Wadel 1991). Dette fordi jeg kun hadde sett det på tv og i avisen, og ikke visste mer om fenomenet enn det jeg hadde sett der. Marianne Rugkåsa og Kari Trædal Thorsen hevder at ”studiet av kultur i eget samfunn kan bidra til en problematisering av nettopp det kjente, det vi tar for gitt og slik åpne for en bedre forståelse av vårt eget samfunn” (Rugkåsa og Thorsen 2003: 13). Dette er noe Marianne Gullestad (1992) viser i *Kitchen-table Society*. Der hun viser hvordan forskning i eget samfunn kan være like kulturelt eksotisk som forskning utenfor riksgrensene (Gullestad 1992). Kathinka Frøystad peker på at i Gullestads studie var det kun de geografiske grensene som tilsa at Gullestad gjorde feltarbeid i eget samfunn (Frøystad 2003:34). Dette er tilfelle i mitt prosjekt, da fenomenet jeg studerer er i eget samfunn, samtidig som at det er ”eksotisk”. Halvard Vike argumenterer for at selv det mest kulturelt nære feltarbeid kan gi gode sammenlikninger og observasjoner av kulturmøter ved selveksotisering¹⁸ (Vike i Frøystad

¹⁸ ”Å betrakte sitt eget samfunn med fremmede øyne” (Frøystad 2003: 40).

2003: 40). Dette gjorde jeg ved å etterstrebe ”naive observasjoner” (Wadel 1991) altså legge forkunnskaper til side for å kunne gi nye beskrivelser. Siden jeg har vært på mange forskjellige arenaer, har også dette vært et grep jeg har forsøkt å etterstrebe.

Arne Martin Klausen sier i *Den norske væremåten* at i studier av vår egen kultur må man bruke et sammenlignende studium, slik som ofte blir brukt metodisk i studiet av fremmede kulturer (Klausen 1990 [1984]). Med utgangspunkt i dette var det å se variasjon i konteksten noe jeg etterstrebet ved å stadig gå tilbake til tidligere funn, og se disse i sammenheng med de nye funnene jeg hadde gjort. Fredrik Barth (1999) påpeker at gjennom en komparativ analyse vil to varianter av det samme bli belyst. Med utgangspunkt i dette kan man da konstruere overordnede kategorier hvor de to variantene blir sammenlignet, men samtidig kontrastert (Barth 1999: 78). I tillegg vil det ved en sammenligning komme til uttrykk i ulike varianter av det samme. En komparativ analyse kan gi distanse samtidig som at metoden kan belyse et fenomen i et mer nyansert lys. Variasjoner i feltet kan på denne måten avdekkes. Ved at jeg flyttet på meg, og gikk ut og inn av ulike roller og situasjoner fikk jeg også distanse. Klausen understreker at ”antropologer ikke er opptatt av det fremmede i og for seg, men det er en metodisk nødvendighet for å kunne si noe generelt om menneskelige likheter og forskjeller (Klausen 1990 [1984]: 9). I tråd med dette utsagnet mener jeg at i mitt prosjekt har jeg fulgt denne tanken. I tillegg vil jeg hevde slik som Lidén, Vike og Lien påpeker: ”Uformell kultur kan studeres i relasjon til formelle arenaer, og krav om autentisitet kan studeres selv i de mest kosmopolitiske og innovative miljøer og nettverk” (Vike, Lidén og Lien 2001: 15). Jeg hevder altså at mitt prosjekt er nettopp dette. Jeg har sett på en uformell kultur, MGP og ESC, i lys av at det er et formelt og institusjonelt sosialt system.

Avhandlingens begrensninger

Selv om det var en rekke sosiale arrangementer jeg ikke kunne delta i, hevder jeg at jeg avgrenset feltet på en god måte. Jeg fokuserte på de sosiale arrangementene som var i regi av kommune og næringsliv i Norge, og de som var regi av EBU og YLE i Helsingfors. Altså hvordan de som institusjonelle formelle organ la føringer for arrangementene. På denne måten så jeg også hvordan mine informanter reagerte på disse føringene som ble lagt opp. Jeg måtte velge ut noen arrangementer å delta på, og noen ganger måtte jeg bare følge

informantene mine, da jeg så dette som fruktbart. Jeg måtte være fleksibel, men samtidig bestemt. Jeg har vært bevisst på dette.

Det er flere tema som kunne vært belyst som følger av feltarbeidet, blant annet hvordan Tsjekkia brukte ESC som en arena for å tilpasse seg det europeiske, eller hvordan deltagerland fokuserer på autentisitet i sin deltagelse. Årsaken til at jeg gikk bort fra dette temaet var bevisst fordi det ikke har vært rom til å belyse det i denne avhandlingen, da jeg så tidlig at dette hadde vært et mer omfattende prosjekt.

I tillegg til utvelgelser og avgrensninger, bærer mine fortolkninger i denne avhandlingen preg av mitt kjønn, alder, kulturelle og nasjonale bakgrunn, samt mine tidligere erfaringer og kunnskaper om temaet. Derfor er denne avhandlingen basert på det utvalget av hendelser, episoder og erfaringer jeg har gjort meg i løpet av feltarbeidet. I introduksjonen til *Culture and Communication* sier Edmund Leach at ideene han har fra essayene i boken er hentet fra andre, det eneste originale er formen (Leach 1979: 2). Med utgangspunkt i dette sitatet vil jeg understreke at denne avhandlingens form og innhold er min egen ide. Av den grunn tar jeg også høyde for at siden jeg har gjort utvalget av både informanter og hendelser, er det flere sider ved ESC som ikke kan bli belyst i denne avhandlingen. Likevel vil jeg hevde at mitt prosjekt kan belyse nye sider ved MGP og ESC.

Etiske betraktninger

ESC er et offentlig prosjekt og av den grunn var også flere av mine informanter offentlige personer. Flere av disse har ikke blitt anonymisert¹⁹. Det har heller ikke vært en intensjon å anonymisere dem, da de har vært på oppdrag som offentlige personer. Jeg har heller ikke

¹⁹ Personer som ikke har blitt anonymisert er Svante Stockselius, Heikki Seppälä, Mikael Jungner, Kjell Ekholm, Guri Schanke, Per Sundnes og Tove Lisbeth Vassvik.

anonymisert institusjonene²⁰ som jeg viser legger føringer før noe av samhandlingen. Jeg har ikke anonymisert stedene²¹ jeg har vært på.

Hallvard Vike mener det antropologiske prosjekt bør gjøres offentlig (Vike 2001). Hans tolkning av ”offentlig” er ”at det ikke bare omfatter folk i ”offentlige stillinger” som gjør ting i embeds medfør, men også alle handlinger som ikke er skjermet som en del av privatlivet” (Vike 2001: 80). Dette har vært tilfelle ved mitt prosjekt. Flere som har vært i offentlige stillinger har ikke blitt anonymisert, da stillingen de hadde var sentral for å forstå hvorfor de handlet slik de gjorde. Alle andre har blitt anonymisert ved at jeg har byttet ut deres opprinnelige navn med et oppdiktet.

²⁰ EBU, YLE, NRK, Stagemway AS, Dinamo AS, Origo Nord AS, Team Bodø KF, BCC

²¹ De stedene som ikke er anonymisert er Finnmarkshallen, Glasshuset, Koch Senteret, Nordlandshallen, Alles Senteret, Hartwall Arena og Euroclub.

Kapittel 3 ”Mann og mus har stått på hodet i ukevis”

I dette kapittelet skal jeg vise hvordan det i forkant av de norske delfinalene var forskjellige sosiale arrangementer som skulle være en oppladning til delfinalen for lokalbefolkningen. Fokuset mitt er hvordan kommune, næringsliv og tv-produksjonen la til rette for arrangementene som jeg hevder var preget av et ønske om å skape det de kalte for folkefest. Jeg skal også vise hvordan enkelte fra lokalbefolkningen ble integrert i fenomenet som frivillige. Dette skal jeg belyse ytterligere med empiriske eksempler fra Alta, Bodø og Stokke hvor de norske delfinalene ble arrangert.

”Hurra! Det er Grand Prix!”

I 2007 var det andre gang en av de tre delfinalene ble arrangert i Finnmarkshallen, som er en flerbrukshall som ligger like utenfor sentrum av Alta. Torhild, 52 år, kom fra Østlandet og siden hun var gift med en altaværing hadde hun bodd i Alta i mange år. Hun syntes det var positivt at det skjedde noe i Alta, men hun tvilte på at det var så mange som kom til å dra til Finnmarkshallen for å se på MGP. Torhild mente det var liten vits i å ha et slikt arrangement, og forstod ikke at kommunen ønsket å bruke penger på det.:

”Du vet, det er mye annet som skjer her i Alta, folk bryr seg ikke om Grand Prix. Her bryr de seg bare om scooter og fjell. Jeg flyttet jo hit på grunn av fjellet og naturen. Ikke for å se på Grand Prix. Hvis det skjer noe kulturelt, er det jo hyggeligere hvis det er en konsert med noen man kjenner litt til. Grand Prix kan man jo se like fint på tv”.

”Hvem tror du kommer til å dra til Finnmarkshallen for å se Grand Prix på lørdag?”, spør jeg, og gløtter på Torhild som nå har fått en skeptisk mine. ”Ja, jo, vel”. Hun drar litt på det: ”Sikkert mange barnefamilier”. Hun ler. ”Jeg må vel se det på tv, for å se etter deg! Du må sette deg langt fremme, da!”.

Denne januarkvelden har jeg på to lag med ullstrømpebukser under skjørtet. En ullgenser dekker over ei skjorte jeg har tatt på for anledningen. Jeg tar en slurk av kaffen og holder godt rundt pappkoppen for å varme hendene. Utenfor hallen er det minus femten grader, vind og snøvær. På grunn av folkemengden som er på vei inn i hallen, føles det som at det blir litt varmere. De duse taklysene gir hallen et dunkelt lys. Jeg går litt fram og tilbake på

vringleområdet som er like ved inngangsdøren, for å komme i varmen. Ved inngangsdøra står to personer og tar i mot billetter. Selv om det er to timer til den direktesendte tv-sendingen starter kommer kvinner, menn, barn og eldre i alle aldre inn i hallen. Noen kvinner er pyntet med kåper og støvletter, andre har allværsjakker og tilsynelatende varme sko. De hutrer. Etter at publikum viser billetten i døra må de stå i en ny kø for å henge av seg i graderoben som er like ved inngangsdøren. Det er garderobeplikt fordi tv-produsenten hadde uttrykt at de ikke ønsket ytterklær på tv-skjermene. Etter å ha hengt av seg ytterklærne går flere videre til en salgsbod som er den offisielle MGP-butikken. I salgsboden selges t-skjorter, "light sticks"²², nøkkelbånd og luer. Samtlige av effektene er med MGP-logo. Ved siden av salgsboden er det en liten kiosk hvor det selges brus, kaffe, muffins, sjokolade og bagetter. Området hvor publikum skal sitte er avgrenset med svarte tepper som henger ned fra det høye taket, slik at ingen skal sette seg eller se scenen før oppvarmingsshowet er klart. Som følger av dette ser jeg det er flere som kjøper seg drikke, mat og MGP - effekter. Plutselig hører jeg noen som utbryter; *"Hurra, det er Grand Prix"* like bak meg. En kvinne med to barn farer mot en annen kvinne. De gir hverandre en klem og fniser, før de begynner å skravle om hvor store barna har blitt, og for en gøy kveld dette skal bli. Stemningen er spent, og flere og flere publikummere strømmer til. Noen barn løper rundt, andre barn har funnet et fotballmål de har begynt å klatre i. Fire barn kaster "light sticksen" de nettopp har fått høyt opp i lufta, uten at de klarer å ta imot igjen. "Light sticksen" lander lett ned på kunstgresset som dekker hallen.

Gjennom høytaleranlegget får publikum etter hvert beskjed om å finne plassene sine. Stolradene er delt inn i soner, slik at folk skal vite hvor setene deres er. Siden jeg er akkreditert, kan jeg sette meg hvor jeg vil på en av de ledige plassene. Jeg velger en hvit plaststol på den tredje bakerste stolrekken. Det er lite folk rundt meg, de fleste sitter nærmere scenen. Oppvarmingen starter med tre lokale band som består av barn fra Alta. Deretter er

²² "Light Sticks" er en lyspinne på størrelse med en blyant som lyser i mørket. Dette ble solgt og brukt som en visuell effekt av produsentene under tv-sendingene (nrk.no).

det tre deltagere som deltok i MGP Junior²³ som opptrer. Det er stor jubel, og tydelig at de fleste vet hvem disse er fra før.

Mens oppvarmingsartistene synger og danser, begynner flere frivillige å sette sammen de ledige stolene som er bak, foran og ved siden av meg. De gir oss som sitter på de bakerste radene beskjed om å flytte oss nærmere scenen. Jeg hjelper til med å stable stolene som de frivillige flytter sammen og setter helt i hjørnet av salen. *”Det kan jo ikke vises på tv at det er tomme, hvite plaststoler her,”* sier en av de frivillige funksjonærene til en annen med lav, stresset stemme. Hvor det stod syv tomme stolrader for få minutter siden er det nå et stort tomrom, kun litt popkorn ligger igjen på kunstgresset.

Som nevnt innledningsvis i kapittelet var Torhild skeptisk til at MGP skulle arrangeres i Alta. Hun skulle se det på tv, men bare fordi hun skulle se etter meg. Etter delfinalen i Finnmarkshallen var mitt inntrykk at hun hadde noenlunde rett; det var mange barnefamilier der. Det var heller ikke alle billettene som hadde blitt solgt. Jeg måtte hjelpe til med å flytte bort stolene. Likevel så det ut som at det var fullsatt sal på tv. Programlederne uttalte at hele Alta-samfunnet hadde vært engasjert i MGP i ukevis. Dette viser hvordan tv-produsenten la føringer for hvordan MGP skulle arrangeres. I tillegg var aktørene, de som var i hallen bevisste på dette. De klappet, smilte og vinket til kamera da de fikk beskjed om det. En halvtime før sending var satt av til denne type ”øvelser”. Dette viser også hvordan relasjonene mellom publikum også er med på å opprettholde MGP som tv-sending. Uten publikum ble det ingen sending. Derfor mener jeg at tv-produsenten var en viktig aktør for å fremme interessen blant lokalbefolkningen. Publikum i salen opplevde å bli integrerte i MGP og tv-sendingen, og dannet seg imellom relasjoner på bakgrunn av nettopp deltagelsen som publikummer. Likevel vil jeg hevde at arrangøren hadde egne mål og interesser med tv-sendingen. Det var trolig ikke meningen at noen billetter ikke skulle bli solgt, og at vi måtte flytte bort mange stoler. Strukturen, altså delfinalen og arrangementet var bestemt på en

²³ MGP Junior er en sangkonkurranse for barn mellom 8 og 15 år.

spesiell måte av arrangøren, men individene endret denne strukturen. De dukket ikke opp fordi de satt heller hjemme. Dette skal jeg utdype i neste avsnitt.

Avlyst folkefest

Dagen etter delfinalen i Alta, reiste jeg til Bodø i Nordland. Kommunen og næringslivet i Bodø hadde arrangert en MGP-uke som var fra lørdag til lørdag. Denne uka skulle være en oppladning til selve delfinalen lørdag kveld. Før jeg forklarer hva MGP-uka gikk ut på, skal jeg beskrive en episode fra en av de første kveldene i MGP-uka:

Det er tirsdagskveld og klokken nærmer seg 18.00. Jeg er kald fordi jeg har gått et stykke i en sterk, sur vind for å komme til Glasshuset²⁴. Inne i Glasshuset er det lunere, men likevel kjølig. Foruten noen ungdommer som henger ved noen benker er det temmelig folketomt inne på senteret denne kvelden. En dame rusler mellom to butikker. Et barn gråter. Det høres godt i den nesten folketomme bygningen. På et lite område innenfor den ene inngangen er det rigget en scene. Langs scenekanten henger en banner i sort. Med hvit skrift står det skrevet "*Melodi Grand Prix. Bodø*". På hver ende av scenen er to flaggstenger med sorte flagg med samme påskrift. Scenen er helt tom, men foran scenen står en bukk med en hvit plakate. "*Karaoken avlyst*". Jeg går nærmere. Skriften er stor. Avlyst? Hvor var den store folkefesten som jeg hadde lest om i avisa?

MGP-uka i Bodø var blitt promotert blant annet i lokalavisen Avis Nordland i god tid før delfinalen skulle arrangeres (Avisa Nordland 2007). På programmet var MGP-quiz, MGP-karaoke, MGP-junior, Dansebølgen og sildebord. Jeg var på alle arrangementene, og de ble arrangert hver kveld klokken 18.00 utenfor Koch senteret i Glasshuset. Det var et variert antall folk som møtte opp til de ulike tilstelningene. Karaoken ble altså avlyst. Under dansebølgen møtte først to personer opp, men etter hvert var det ti stykker som danset. Mellom 20 og 30 personer stilte opp på quizen. Sildebordet lørdag formiddag var enda mer

²⁴ Glasshuset er et overbygd torg som ligger vegg i vegg med kjøpesenteret Koch Senteret i sentrum av Bodø. Av den grunn kan det se ut som at også Glasshuset er et kjøpesenter, og jeg betegner det også som det.

besøkt. Det kom flest folk på MGP-junior. Til dette arrangementet hadde flere barn meldt seg på med enten dansenummer eller sangnummer. De flinkeste fikk lov til å opptre i Nordlandshallen som oppvarmingsartister før delfinalen. Etter konkurransen ble det servert gratis kake og kaffe av kafeen inne på senteret.

En av de som stod bak disse arrangementene var Jens, 48 år. Han var en sentral person i Bodøs næringsliv. Jens mente det var veldig positivt for den lokale kulturen å være arrangør av MGP. Da jeg møtte han over en lunsj på Glasshuset nevnte jeg hvor lite oppmøte det hadde vært på de ulike arrangementene, med unntak av MGP Junior. Han mente at noen ganger gikk bare markedsføringen galt. Jeg spurte videre hvem som var målgruppen av arrangementene kommunen og næringslivet i Bodø stod bak. Jens smilte; *”Alle er målgruppen vår, men du vet, for å tjene litt penger må det være noe som er gratis, og det må være noe som er tilrettelagt for barn”*. Jens’ utsagn viser, som også Torhild i Alta påpekte, at tv-produsentene og næringsliv la til rette for at arrangementene skulle være for barn og barnefamilier. Selve delfinalen ble også preget av dette siden MGP Junior-artister, som var populært blant barna, var med som oppvarmingsartister. Jeg mener det neppe var noen tilfeldighet at ble lagt til rette for barn. Der det var barn var det også voksne, og voksne har som oftest penger. Likevel, siden de voksne stilte opp ser det ut til at fenomenets karakter var den samme, selv om fokuset fra arrangørene var på barna. Ved å se MGP og delfinalene både med arrangørens blick og de som deltok, kan det tyde på at selv om barna var i fokus, var det også lagt til rette for at voksne skulle komme og se – det skulle være fest for folket, en folkefest. Dette skal jeg redegjøre for i det følgende.

”Gratis fakler til alle som er med i fakkeltoget”

Stokke ligger i Vestfold Kommune, og der var det én kveld med oppladning til delfinalen. Oppladningen var et fakkeltog som gikk fra Alles Senteret til Rådhusstorvet i sentrum av Stokke. En folkemengde på et par hundre personer møtte opp på parkeringsplassen utenfor senteret før toget skulle starte:

Siden det er kaldt har de fleste på lue, votter, og store vinterjakker. Det blåser friskt og et tynt snølag dekker isen og holka som er på parkeringsplassen. Jeg går bort til en kvinne som deler ut fakler, og spør om jeg kan få en. *”Klart du kan! Alle må ha fakler!”* sier kvinnen tilbake,

smiler og rekker meg en fakkell. På grunn av vinden er det vanskelig å få fyr på faklene, men snart er det et hav av fakler utenfor kjøpesenteret. Folk hutrer og tripper rundt. Det er stille blant de fremmøtte og det virker som at flere er opptatt av å passe på at fakkelen ikke slukker, enn å snakke med hverandre. Jeg går bort til en mann og en kvinne i femtiårsalderen for å spørre om hvem som har arrangert fakkeltoget. *”Det er kommunen det vet du”* sier mannen. Han snufser og både kinnene og nesen er røde. Det er tydelig at han har vært ute i god tid og ventet lenge. *”Hvorfor er dere med og går i fakkeltoget?”* spør jeg. Han svarer følgende:

”Det er ikke ofte det skjer noe her i Stokke, og når det først skjer noe må vi jo stille opp. Vi må jo vise oss frem litt. Vise at folket i Stokke er ålreite folk. Det er veldig fint å bo her. Vi trives godt. Jeg har bodd her i 25 år, og vil aldri flytte herfra. Det er jo en kommune i vekst dette her.”

”Følger dere med på Grand Prix, da? Skal dere til BCC²⁵ i morgen for å se på?” *”Nei, nei. Det orker vi ikke”* han humrer litt og ser på kona som står stille ved siden av han. *”Det er like hyggelig å være hjemme foran tv-en. Så kan vi lage litt god mat, og ta noe godt å drikke. Det er mye hyggeligere. Så mye styr å dra ut. Men klart vi skal se på, siden det er her fra Stokke sendingen er”*. Han virker ivrig, og spør hvorfor jeg skal gå i fakkeltoget. Jeg forklarer kort hva prosjektet mitt går ut på. *”Du må skrive noe fint om Stokke, da. Skriv at det er veldig fint å bo her!”* Jeg smiler. Samtalen blir avbrutt av en mann med ropert som sier vi må gjøre oss klare til å begynne å gå. En eim av fakkellukt ligger over parkeringsplassen. Flere har kommet til, så vi står trangt. Etter hvert begynner vi å gå. Veien slynger seg bortover bilveien og over jernbanelinja, men plutselig stopper hele toget. Etter omtrent 200 meter er vi fremme ved Rådhuset. Der står det en lastebil som er åpnet på siden, slik at det blir en liten scene. På scenen står en konferansier og ønsker velkommen. Han forteller om hva som skal skje, og understreker at NRK kommer for å filme. Da må alle klappe, juble og være glade, siden klippet blir vist på NRK under delfinalen; *”Dere vil vel at resten av Norge skal se hvor fint og hvor gøy man har det i Stokke!?”* Konferansieren rekker mikrofonen ut mot publikum. Publikum klapper og siden de fleste har votter på blir det en

²⁵ BCC er forkortelse for Brunstad Conference Center, og det var der delfinalen ble arrangert.

hul, lav klappelyd. Konferansieren informerer deretter om programmet utover kvelden som har innslag fra kulturskolen med irsk dans, sverdkrig, musikk, underholdning fra Revygruppa, sang fra Stokke Blandakor og det blir flere konkurranser, blant annet en splitthopp-konkurranse. Publikum applauderer igjen.

Til høyre for lastebilen og folkemengden er det en bod hvor de selger billetter til delfinalen. Det henger bannere med MGP-logoen på og plakater der for å informere om dette. På andre siden av folkemengden, er det en bod hvor det er salg av vafler, suppe, pølser, kaffe og brus. Inntektene går til Vear og Stokke fritidsklubb. Jeg går litt lengre bak i folkemengden, og legger merke til at flere forlater Rådhusstorvet. Faklene de fremmøtte fikk da fakkeltoget startet er nå i ferd med å slukke, så det blir delt ut nye fakler og konferansieren gjentar stadig at det ser veldig fint ut på tv at det er fakler blant publikum.

De kulturelle innslagene blir plutselig avbrutt. Vi får beskjed av konferansieren om å trekke frem mot scenen. Der har en representant fra NRK skrevet ”Stokke” med fakler på bakken. Mens NRK tar opptak av publikum med fakler, får vi beskjed om å klappe og juble. Seansen tar noen få minutter. Innslaget skal klippes inn som et pauseinnslag i den direktesendte tv-sendingen. Etter klappeseansen står flere fra publikum i en halvsirkel rundt ”Stokke”, mens programleder Per Sundnes gjør et kort intervju med fylkesordføreren, Tove Lisbeth Vasvik. Hun sier entusiastisk: *”Dette er helt fantastisk gøy. Kultur er fest, og i Stokke kan vi virkelig skape fest og glede”*. Hun fortsetter med å understreke den sterke dugnadsånden som har preget stedet de siste ukene. I innslaget etter klippet fortsetter Per Sundnes med å si: *”Mann og mus har stått på hodet i flere uker”*. Etter at NRK er ferdig med opptakene fortsetter de kulturelle innslagene. Det begynner å bli mindre folk på Rådhusstorvet. To jenter entrer scenen og begynner å synge *”La det swinge”*²⁶. Flere synger med, og et eldre par foran meg danser swing.

²⁶ ”La det swinge” var sangen Bobbysocks vant med i den internasjonale finalen i 1985.

Denne episoden viser hvordan kommunen ønsket å fremme Stokke som en god arrangør av delfinalen. Gjennom de kulturelle innslagene benyttet kommunen seg av denne anledningen til å vise hva lokalsamfunnet hadde å by på. Fakkeltog ble brukt som en innfallsport til å kommunisere ulike aspekter ved gleden av å være arrangør. Ingen av tv-seerne fikk se noe av selve fakkeltog, smake på vaflene eller se sverdkampen, men ”gleden av å være en del av fellesskapet” skulle skinne gjennom skjermen, og vise ”alle de andre” hvor fint det var å bo i Stokke. Dette arrangementet kan også ses i sammenheng med representasjonen av stedet. Det var med andre ord hvordan det så ut på tv som var målet med arrangementet. For at Stokke skulle se bra ut på tv måtte publikum ha fakler, klappe og juble slik at representasjonen av stedet så bra ut på tv. Det var kommunen som bestemte og la føringer for dette. I *Media rituals. A critical approach* hevder Nick Couldry at mediaevents er konstruksjoner (Couldry 2003). I tråd med dette utsagnet hevder jeg at dette gjaldt også for MGP. Det var med andre ord produksjonsselskapene som var med på å forme arrangementet, og deretter la føringer for hvordan publikum skulle opptre. Couldry fokuserer ikke på budskapet ritualet har, men på formen, og hvorvidt det har et innhold (Couldry 2003). I tråd med dette kan det være fruktbart å se på MGP som et fenomen hvor det er formen og innholdet som er det sentrale, ikke nødvendigvis budskapet. Grunnen til dette er at jeg vil argumentere for at budskapet er ikke nødvendigvis mer enn at det skal være gøy. Det skulle være en folkefest, og i McLuhans (1987 [1964]) forstand var det arrangementet i seg selv som var budskapet.

Videre kan fakkeltog og arrangementet på Rådhuset ses i lys av en tilhørighet til lokalsamfunnet. Julian Kramer peker på hvordan norsk identitet kan være et produkt av stammetilhørighet. Han peker på hvordan lokaltilhørighet er sentral i forbindelse med den norske identiteten (Kramer 1990 [1984]). Mannen jeg snakket med før vi begynte å gå i fakkeltog, var et eksempel på dette siden han ba meg skrive noe fint om Stokke i avhandlingen min. Jeg ønsker ikke å gå videre inn på diskusjonen om den norske identiteten her, men hvordan arrangørene fra kommunen ønsket å fremme tilhørigheten til lokalsamfunnet, kan heller si noe om hvordan kommunen organiserte fakkeltog, og hvorfor det ble gjort slik. Sammen med kommunen skulle lokalbefolkningen fremmes som flinke arrangører. Ved å være gode arrangør fikk Stokke på denne måten ”lov” til å fortsette å være en del av det MGP-systemet, og dette tillot arrangøren igjen å forhandle sin rolle som en god arrangør og egnet vertsby. Det å vise seg frem på beste mulig måte var derfor viktig.

Fakkelfstafetten som var i forkant av OL på Lillehammer i 1994 kan ses i lys av dette. Denne fakkelfstafetten ble brukt som markedsføring for Postverket, LOOC²⁷, og lokale idrettslag og kulturadministrasjonen (Klausen 1996: 167). I sammenheng med fakkelftoget i Stokke var fakkelen en konkret gjenstand og et symbol på noe lokalbefolkning skulle være sammen om. Der fakkelfstafetten under OL i 1994 ble brukt som markedsføring, brukte kommunen delfinalen i MGP fakkelftoget i Stokke til å markedsføre seg som en god vertsby for MGP. I tillegg fungerte fakkelftoget som et virkemiddel for å få folk til å komme og se blant annet kulturelle innslag fra stedet. Videre ble arrangementet brukt til å presentere stedet på tv.

Jeg har vist hvordan delfinalen i Alta og oppladningen til delfinalen i Bodø og Stokke var. Jeg argumenterer for at felles for delfinalene var et ønske om å fremme seg selv som en god arrangør for å arrangere delfinalen. På en annen side var det ikke alle som mente at delfinalene var de riktige arenaene for å fremme lokal kultur og stedet. Johan, 42 år fra Alta, var en av mine informanter som var uenig i fremstillingen av de ulike stedene. Han forklarte det slik:

”Det handler vel om at de (NRK) skal vise oss frem for resten av landet. Men når de begynner å dra inn samer på alt som er, er det i alle fall ikke rart at folk ikke kommer til Alta. De tror jo at alle er samer. Tv spiller jo på feile stereotyper. Hvorfor viser de ikke mer av naturen? Eller fra høgskolen og alle studentene. De har jo en kjempefin friluftslivslinje der!”

Uten å gå inn på hvorvidt samer er typisk for Alta og Finnmark viser dette utsagnet også at det var flere synspunkt blant lokalbefolkningen om hva MGP var, og skulle være. Johan var enig i at delfinalen skulle fremme Alta som sted for resten av landet, men mente tv-produsentene spilte på gale strenger. Det var ikke ”Altakulturen” som ble fremmet mente han, men stereotyper av ”Altakulturen”. Det kan derfor tyde på at det som produsenten så på som positivt for stedet ble oppfattet på andre måter blant flere i lokalbefolkningen.

Tilhørigheten til stedet kunne altså fremmes på ulike måter, og Johan var en av mine informanter som var uenig i fremstillingen på tv. Han mente også at ”hele Altasamfunnet”

²⁷ LOOC er forkortelsen for Lillehammer Olympic Organising Committee.

ikke hadde vært med på arrangementet. Han forklarte det slik: *”Det har jo ikke vært så mye snakk om det akkurat. Dessuten ville jeg aldri ha reist til et sted som arrangerte MGP!”*.

Jeg argumenterer derfor for at det å integrere lokalbefolkningen i tv-sendingen var et grep produsentene, men også næringsliv og kommune gjorde for å fremme stedet, og for å vise at ”alle” brydde seg og var engasjerte. Likevel viser eksempelet med Johan at selv om arrangøren understrekte at hele samfunnet stod sammen, var ikke dette nødvendigvis tilfelle. Dette sier derfor noe om hvordan arrangørene i enkelte tilfeller nærmest overkysygget de som ikke delte gleden og engasjementet med dem om å være arrangør og vertsby. Tatt i betraktning av dette kan eksempelet med Johan derfor understreke hvordan arrangøren brukte grep som at ”hele Altasamfunnet” hadde vært med, for å understreke hvor glade de var å være vertsby. Dette bringer meg over på hvordan frivillige ble integrert i tv-sendingene og i arrangementet for også å understreke at ”hele samfunnet” hadde vært sammen om arrangementet.

”Frivillige muliggjør MGP”

Dagen før delfinalen i Alta uttalte koordineringsansvarlige for de frivillige seg i Finnmarks Dagblad: *”De frivillige er veldig delaktige i produksjonen, og vi er helt avhengige av dem”* (Mortensen 2007). I tillegg var rundt 250 personer frivillige i Alta og av disse var rundt 30 elever fra medielinja på videregående skole (Mortensen 2007).

I det følgende skal jeg vise at integreringen av lokalbefolkningen var et av flere grep arrangøren gjorde for å vise at de var gode arrangører. De frivillige var representanter fra sitt lokalsamfunn. Som jeg skal belyse vektla arrangørene av delfinalene i Norge de frivilliges roller, og dette viser hvordan arrangøren fremmet dugnadsånden og hvor glade lokalbefolkningen var for å være arrangør.

Wencke, 38 år, var frivillig i Bodø. En kveld i MGP-uka møtte jeg henne på Glasshuset hvor hun satt ved et bord og blåste opp ballonger med MGP-logoen på. I tillegg solgte hun billetter til delfinalen. Jeg hadde møtt henne kvelden før også, så jeg gikk bort til henne for å høre hvordan det gikk med billettsalget: *”Jo da, det går da fint det. Folk er litt trege, men det blir vel”*. Hun smiler og blåser opp en ballong. Foran henne ligger det mange som ikke er

blåst opp enda, og en mann, som også er frivillig, går fram og tilbake mellom henne og ulike steder på Glasshuset hvor han henger opp ballongene. *"Her, ta med deg noen,"* hun smiler igjen og gir meg et par uoppblåste ballonger. *"Tusen takk"* jeg smiler og legger dem i veska.

Jeg snakket med Wencke også i ettertid, fordi jeg lurte på hvorfor hun ville være med som frivillig. Hun påpekte at den viktigste årsaken var at det var gøy.

Det som kjennetegner det å være frivillig er først og fremst at de ikke får betalt for å utføre arbeidsoppgavene de blir pålagt. Dette fordi de gjør arbeidsoppgavene av egen, fri vilje. Under samtlige av delfinalene hadde barn, ungdom, voksne og eldre forskjellige arbeidsoppgaver som frivillige. De var billettselgere, parkeringsvakter, vaffelstekere, bar stoler, ryddet, var vakter og rigget. Noen var artistverter, og var da kontaktpersonen mellom artisten og produksjonen. Jeg våger å påstå at å være frivillig, og å stille opp for lokalsamfunnet, også var noe som gjenspeilet seg i arrangementene rundt MGP. Hallvard Vike peker på at det i nordisk sammenheng er relevant å se verdien de fleste knytter opp mot å yte for fellesskapet (Vike 2004:15). I tråd med dette utsagnet var det å være frivillig under MGP noe enkelte fra lokalbefolkningen ytet for fellesskapet. Jeg argumenterer derfor for at dugnad og det å integrere lokalbefolkningen i produksjonen var et grep det institusjonelle ved MGP gjorde. Kommune og næringsliv ønsket å underbygge en stemning om at *"dette er gøy"* dette klarer vi sammen, og det hadde ikke gått uten de frivillige. Med utgangspunkt i denne påstanden hevder jeg at det å være arrangør var selve målet. Ved å være arrangør kunne man få anerkjennelse, og altså fremme stedet som en god arrangør og vert. Dette diskuterer jeg videre i kapittel fem.

Under OL på Lillehammer var OL-floka et virkemiddel for å engasjere tribuneslitterne (Klausen 1996: 194). Den skulle integrere *"folket"* i arrangementet. I lys av dette hevder jeg at under MGP integrerte produsentene *"folket"* i arrangementet ved å understreke hvor viktige de var som frivillige. Det så altså ut til at frivillige og publikum skulle ha en følelse av at de bidro. Dette var også noe som kom fram i eksempelvis aviser. I en annonse som var trykt i Altaposten flere dager før delfinalene ble arrangert stod det: *"Vær tilstede- opplev stemningen, trøkket og spenningen. Topp artister, glitter og stas, fantastisk mulighet, vær med på direkte TV. P.S. En helaften – oppvarmingsfest og mange ekstranummer som ikke*

vises på TV” (Altaposten 2007). Et annet eksempel som er med på å underbygge min påstand om at det er å være arrangør som er selve målet, var selve tv-sendingen hvor det var innslag med de frivillige som var med på å hjelpe til under forberedelsene før arrangementene. Produsentene understreket med andre ord hvor viktige de frivillige var, ved å vise dem frem i den direkte sendte tv-sendingen (nrk.no). På denne måten ble det ikke lengre en mediehendelse, men heller en virkelighet som de skulle være med på å lage. Lars Lundgren peker på at publikums rolle, eller at forestillingen om publikums rolle, er en viktig del i slike medieproduksjoner (Lundgren 2005 [2002]: 98). Han sier videre at ESC i Tallinn i 2002 egnest seg best på tv, nettopp fordi det var en tv-produksjon (Lundgren 2005 [2002]: 99). I forbindelse med kommunen og næringslivets interesser i den norske sammenhengen vil dette være interessante perspektiver på hva MGP var i en lokal kontekst. Lokalbefolkningen skulle oppleve nærheten med vafler og sverdkamp, og føle at de bidro med tv-sendingen. Under ESC derimot, slik som Lundgren beskriver, var publikums rolle kun at de var publikum (Lundgren 2005 [2002]). Dette er en diskusjon jeg fortsetter i kapittel fem hvor jeg viser hvordan publikum var med og deltok ved å benytte eksempelvis flagg i den direkte sendte tv-sendingen. Arrangørene var altså med på å legge føringer for en fast sosial struktur, hvor publikums roller skulle være sentralt i opprettholdelsen av den sosiale strukturen.

Francesc Muñoz peker på hvordan deltagerlandsbyer i OL er designet på en slik måte at de blir en relasjon mellom arkitektur og et spesielt urbant bilde (Muñoz 2006). Et mega-event som OL blir i denne sammenhengen en viktig måte å vise seg fram på som vertsby og vertsland. I lys av dette argumentet påstår jeg at der arkitektur og infrastruktur var sentralt i forbindelse med et mega-event som OL, var folkefester og de frivilliges plassering i den sosiale strukturen i MGP med på å forme lokalsamfunnet i den norske konteksten. Muñoz ser altså på hvordan mega-events var med på å forme den urbane byplanleggingen. Ved å se dette i henhold til arrangementene før delfinalene i MGP argumenterer jeg for at det var noe lignende som skjedde også der. Jeg vil påstå at det var sjeldent at stedene som arrangerte delfinalene bygde om eller lagde ny infrastruktur, men tanken bak var den samme. Arrangør og lokalbefolkning ville og skulle vise seg fra sin beste side. Satt på spissen var de frivillige i MGP i denne sammenhengen en olympisk deltagerlandsby. De var med på å forme og synliggjøre stedet. Folkefester var med på å understreke dette. Det var arrangøren, kommune, næringslivet og tv-selskapet som la føringer og var med på å forme arrangementet, og som

jeg har vist og argumentert for var lokalbefolkning og de frivillige sentrale aktører. Dette underbygger også min påstand om at det er det å være arrangør som er målet, fordi lokalsamfunnet blir fremmet som en god vert ved at folk stiller opp som frivillige.

Selv om MGP var en struktur var det også foranderlig og uforutsigbart. Dette på grunn av individene som deltok, og de var med på å endre fenomenet på grunn av sine interesser. Da karaokekvelden i Bodø var avlyst gikk jeg på en kafé for å varme meg. Der kom jeg i prat med jenta som jobbet der. Hun fortalte at hun hadde fått forespørsel fra en av arrangørene av MGP-quizen om hun og noen venner kunne melde seg på fordi det var så få påmeldte. Hun måtte takke nei, fordi hun skulle jobbe denne kvelden. Dette viser også hvordan arrangøren la føringer for hvordan arrangementene skulle være.

Jeg har vist at delfinalene som ble arrangert i Norge ble arrangert av kommune og næringsliv slik at lokalbefolkningen skulle være med på å fremme stedet som en god arrangør av delfinalene. Dette gjorde de på forskjellige måter. Jeg har pekt på hvordan frivillige ble integrerte som representanter fra lokalsamfunnet i tv-sendingen, slik at de skulle føle at de deltok og bidro. Som jeg også har vist gikk det ikke alltid slik arrangøren ønsket under delfinalene. Plaststolene som måtte ryddes vekk, og karaoken som ble avlyst var eksempler på dette. Jeg mener derfor at for å arrangere folkefest, måtte arrangøren vite hva en folkefest var. Er det en lek må man forstå leken for å kunne leke (Dimbleby og Burton 1985). Det institusjonelle og formelle, altså arrangørene, lykkes kun hvis det uformelle, altså "folket", var med og forstod leken.

De norske delfinalene ble altså brukt til å fremme lokalsamfunnet og stedet som en god arrangør og vertsby. Dette gjorde kommune og næringsliv ved å integrere lokalbefolkningen gjennom det arrangørene omtalte som folkefester. Videre var en rekke fra lokalbefolkningen med som frivillige. På denne måten var også lokalbefolkningen med på å opprettholde og videreutvikle MGP. Likeledes ble MGP endret, men samtidig ble den sosiale strukturen vedlikeholdt. Jeg vil derfor hevde at det var i brytningspunktet mellom det uformelle og det formelle at den sosiale strukturens mønster kunne avdekkes. Ved å være arrangør kunne næringsliv, kommune og lokalbefolkning fremme stedet. På denne måten kunne de altså få anerkjennelse som en god vert. Dette bringer meg over på hvordan finalen i Helsingfors også

var en sosial arena som ble brukt av forskjellige aktører som alle hadde ulike mål og interesser med sitt engasjement i ESC.

Kapittel 4 Samhandlingsmylder

I dette kapitlet viser jeg hvordan flere av mine informanter i Helsingfors opprettholdt en sosial struktur gjennom å etablere relasjoner og inngå i nettverk med hverandre.

Akkrediteringskortet var en katalysator for å etablere disse relasjonene, og gjennom kommunikasjonskoder og smalltalk skal jeg vise hvordan steder som Euroclub ble sentrale sosiale arenaer hvor delegatene opprettholdt en sosial struktur.

Siden jeg var delegat i den norske delegasjonen fikk jeg en rekke invitasjoner til promoteringsfester og sosiale arrangement fra de ulike delegasjonene. Et av disse sosiale arrangementene var Vikingfesten som ble arrangert på Euroclub. Landene som var vertskap for denne festen var Norge, Danmark, Sverige, Finland og Island. Av den grunn var de inviterte først og fremst skandinavisk presse. Vikingfesten var en promoteringsfest av de skandinaviske bidragene, så artistene fra de ulike landene skulle også opptre i løpet av kvelden. I tillegg skulle det være servering av mat og drikke. Jeg kom tidlig til Euroclub og lokalet fyltes etter hvert opp med presse og delegater, samt medlemmer fra de skandinaviske OGAE-klubbene²⁸:

Jeg står ved et bord da Lars, som er delegat i den norske delegasjonen, og en annen mann kommer bort til meg. Jeg har møtt Lars flere ganger i løpet av finaleuken. Begge har akkrediteringskortet²⁹ rundt halsen. *"Du må hilse på Karl, han har mye med Grand Prix å gjøre i Sverige"*! Lars nikker mot Karl, og smiler til meg før han går videre inn i lokalet. Jeg blir entusiastisk, fordi jeg har hørt om Karl tidligere i finaleuken. Han er en anerkjent mann i den svenske mediebransjen. *"Hei"*, jeg rekker fram hånden og introduserer meg selv. Jeg ser

²⁸ OGAE er forkortelse for Organisation Générale des Amateurs de l'Eurovision. OGAE er verdens største offisielle ESC-fanklubb-nettvek. OGAE har nasjonale fanklubber i 26 land og er en assosiasjon som samarbeider, og medlemmene deler interessen for ESC. Den norske OGAE-klubben har 300 medlemmer, mens alle landene til sammen har over 3000 medlemmer.

²⁹ Akkrediteringskortet var en praktisk organisering av delegater. En utdypende beskrivelse følger senere i avsnittet.

kjapt på akkrediteringskortet hans, og ser at han er akkreditert som D1³⁰. ”Så hyggelig å hilse på deg. Jeg er her fordi jeg skal skrive masteravhandling om...” Jeg rekker ikke si mer før Kalle smiler til meg; ”Hyggelig å hilse på deg og, send meg gjerne en e-post hvis du lurer på noe” sier han før han nikker, smiler og går rolig videre til noen som står litt bortenfor meg. Jeg står igjen alene, og er litt forfjamsset over situasjonen som nettopp har utspilt seg. Jeg har fanget storfisken, som klarer å rive seg løs fra kroken idet jeg skal kaste den over båtripa. ”Men, men” jeg tar meg selv i å stotre høyt. Hvorfor vil han ikke snakke med meg? Jeg ser på grupperingene rundt meg. Det er en flyt i måten folk beveger seg på. De roterer nærmest. De snakker, skåler, klemmer, kikker på hverandres akkrediteringskort, går bort, tilbake og bytter samtalepartner. De sirkulerer. Jeg begynner å tenke tilbake til gammeldanstimene jeg hadde på barneskolen, hvor jentene måtte stå stille under dansepartnerbyttet, mens guttene måtte bevege seg to skritt frem til neste jente, for så å fortsette dansen. Jeg skimter Karl inne i mengden av folk som står på andre siden av lokalet. Det er mange rundt han, og det ser ut som han snakker med alle. Han har sort dress, slips og hvit skjorte. Håret er mørkt og børstet bakover.

Jeg forstod etter hvert at årsaken til at jeg ble oppfordret til å sende han en e-post var fordi han skulle sirkulere, fordi dette var måten å samhandle på, på Euroclub. Karl var ikke interessert i å høre om verken meg eller prosjektet mitt. Han skulle snakke med flere, få flere kontakter, større nettverk, og et ansikt som folk kjente igjen; Han skulle sirkulere. Episoden som gjorde meg usikker fordi jeg ikke forstod hvorfor han ikke ville snakke med meg, var altså positiv. Dette fordi vi utvekslet navn, hilste og sa noen få ord. Det viste seg å være bra at jeg hadde hilst på han i det hele tatt, jeg hadde fått en kontakt, og det hadde han også. Det viste seg altså at ordene: ”Hei, hyggelig å hilse på deg,” kunne være utgangspunktet for flere av relasjonene som ble etablert ved sosiale arrangementer på sosiale arenaer, som blant annet Euroclub.

³⁰ D1 var altså betegnelsen på at han var ansvarlig i den svenske delegasjonen.

For å forstå denne episoden skal jeg i neste avsnitt forklare hva akkrediteringskortet var, hvem som var akkrediterte, og hva dette hadde å si for samhandlingen på steder som Euroclub. I det følgende skal jeg argumentere for at akkrediteringskortet var en katalysator for samhandlingen mellom delegatene i Helsingfors, fordi det var et synlig bevis på at aktøren var en delegat og akkreditert. Jeg skal altså vise at akkrediteringskortet var det synlige beviset på at en fast sosial struktur ble opprettholdt. Likevel ble akkrediteringskortet brukt til å danne nettverk og det jeg velger å kalle sosial flyt i denne sosiale strukturen.

Akkrediteringskortet

Innledningsvis skal jeg forklare hvordan akkrediteringskortet var det materielle beviset på at delegaten hadde tilgang til de sosiale arenaene hvor delegatene samhandlet. Deretter hvordan akkrediteringskortet var sentralt for kommunikasjonen som foregikk mellom delegatene, fordi det var med på å formidle hvilke posisjoner delegatene hadde i det sosiale systemet. Videre skal jeg vise hvordan akkrediteringskortet hadde en funksjon som en nøkkel som delegatene brukte bevisst eller uvbevisst for å komme i kontakt med andre delegater. Jeg hevder derfor at akkrediteringskortet var en synlig klassifikasjonsmekanisme. Ved å ha det synlig utenpå kroppen var det lettere for andre delegater og se hvem du var. Delegaters posisjoner og roller kom med andre ord tydelig frem.

Akkrediteringskortet var først og fremst utarbeidet av EBU og YLE for å være en praktisk organisering av delegasjonene under finaleuken i ESC. Akkrediteringskortet var på størrelse med et postkort og skulle henge i et bånd rundt halsen. Det var det materielle beviset på at delegatene var tillatt å bevege seg innenfor ulike ”lukkede” områder. Akkrediteringskortet måtte alltid fremvises til vakter ved inngangen. I tillegg var det en sikkerhetskontroll vi måtte gjennom hvor akkrediteringskortet måtte fremvises nok en gang. Det ser derfor ut til at fra arrangørens side var akkrediteringen ikke bare av praktiske årsaker, men også av sikkerhetsmessige hensyn.

Delegasjonene i Helsingfors var ordnet i åtte kategorier; D1, D2, D3, D4, D5, F, P1 og P2. Bokstavene og tallene beskrev delegatenes roller i delegasjonen. D1 var ansvarlige for hele delegasjonen. D2 var kommentatoren som kommenterte tv-sendingene for sine respektive land. D3 var artisten(e). D4 var delegat og hadde tilgang til backstageområdet i Hartwall

Arena³¹, og var eksempelvis sminkør, eller koreograf. D5 var delegater uten tilgangen til backstageområdet. F var fans, eksempelvis fra OGAE-klubben, familie, venner av artisten(e), eller øvrige delegasjonsmedlemmer. P1 var presse, mens P2 var presse uten samme tilgang til arbeidsplassene på pressesenteret som P1. Det var også en egen kategori for de som var frivillige. Denne inndelingen av delegasjonene gjorde at delegatene kunne se hvor det var tillatt å bevege seg på de ulike områdene på arenaene hvor ESC ble arrangert. I tillegg til bokstav og tall på akkrediteringskortet, var det bilde av delegaten, navn, og hvilken delegasjon han/hun tilhørte. I likhet med nær 2600 andre var jeg akkreditert som P1.

I *The study of man* skiller Ralph Linton mellom status og rolle (Linton 1964 [1936]). Linton peker på at vi har mange roller som vi bruker i forskjellige situasjoner (Linton 1964 [1936]: 114). Videre peker Linton på at rolle er det dynamiske aspektet ved status, og vi spiller rollen i forhold til andre statuser og roller (Linton 1964 [1936]: 113-114). Når en person bruker statusen sin, utøver altså han/hun en rolle. Med utgangspunktet i dette vil jeg hevde at i ESC var mine informanternes status, det de var akkreditert som. Jons status var P1, mens Radkas var D1. Ut i fra dette utøvde de sine roller i det sosiale systemet. Dette er i tråd med Erving Goffman som definerer en sosial rolle som ”utøvelsen av de rettigheter og plikter som er knyttet til en bestemt status” (Goffman 1992 [1959]: 22-23). I ESC var altså statusen definert på akkrediteringskortet, og av den grunn ble kommunikasjonen mellom mine informanter forutsigbare. På en annen side argumenterer jeg for at det var en uforutsigbar kommunikasjon, fordi de sosiale situasjonene ble definert forskjellig. I følge Goffman finner vi i en sosial organisasjon et lag av opptredende som samarbeider om å forelegge for publikum en bestemt definisjon av situasjonen (Goffman 1992 [1959]: 197). Med utgangspunkt i Goffman var derfor ESC en slik sosial organisasjon hvor informantene mine var med på å definere de ulike situasjonene. Delegatene i ESC hadde ulike motiver og strategier for deltagelsen, og ved hjelp av akkrediteringskortet kommuniserte de ulike måter å være en del av ESC på. Dette fordi det på akkrediteringskortet var synlig hvilken posisjon

³¹ Hartwall Arena var arenaen hvor artistene opptrådte, og der de direkte sendte tv-sendingene ble sendt fra.

delegatene hadde i de ulike delegasjonene. Denne synlige klassifiseringen gjør at delegatene, og informantene mine, var med på å opprettholde en sosial struktur i ESC.

”Du må jo ikke ha badg’en i veska!”

Promoteringsfestene og de sosiale arrangementene ble tilrettelagt enten av de ulike delegasjonene eller YLE. Som nevnt innledningsvis i kapittelet ble de fleste arrangementene arrangert på Euroclub. Euroclub er et sosialt treffsted og konsept som finner sted under finaleuken i ESC hvert år. Det er vertslandet som tilrettelegger for konseptet som inneholder musikk, fest og moro for akkreditert presse og delegasjoner. I 2007 hadde derfor flere delegasjoner promoteringsfester på Euroclub i løpet av finaleuken.

I Helsingfors var Euroclub i et lokale som vanligvis ble brukt til ulike former for gallaer, konferanser, seminarer og mottakelser. Det var i sentrum av Helsingfors, og med kort avstand til hotellene hvor de fleste delegasjonene bodde under finaleuken. Euroclub hadde to barer, dansegulv og scene. Dj’en på stedet spilte ESC-slagere fra åpnings- til stengetid. På grunn av stedets uformelle karakter var det lett å ta kontakt med andre delegater på Euroclub. De fleste delegatene dro til Euroclub hver kveld, så jeg hevder derfor at stedet var en sosial arena på lik linje med pressesenteret, som var sentral i forbindelse med å få ny og viktig informasjon om artister og delegasjoner. Dette være seg lydprøver eller pressekonferanser. Her var det om å gjøre å snakke med flest mulig, opprettholde kontakter, ”sladre”, skravle, spekulere i hvem som kom til å vinne, hvem som kom til å floppe, men viktigst av alt; bare være der. I det følgende skal jeg vise hvordan akkrediteringskortet var en katalysator for samhandlingen på Euroclub:

Det er en av de første kveldene i finaleuken, og jeg er på Euroclub for første gang. Det er enda tidlig på kvelden, men likevel begynner lokalet å fylles med delegater. Jeg er der med Jon, mens vi venter på en av hans venner, henvender Jon seg til meg og spør: *”Syns du det er flaut å ha badg’en (akkrediteringskortet) rundt halsen på fest?”* *”Hvordan det?”* spør jeg tilbake. *”Vel, hvorfor puttet du det i veska med en gang du kom inn?”* Jon humrer, mens han peker på snora som så vidt stikker ut av veska mi. *”Fordi det ikke er noe vits å ha den på når jeg allerede er kommet inn”* svarer jeg. Jon ser skeptisk på meg, men med et lurt smil sier han; *”Klart det er vits, denne badg’en er jo med på å bestemme hvem som snakker med*

hvem. Du må jo vise hvem du er!” Rundt oss er det en rekke journalister og delegater som har akkrediteringskortet rundt halsen. Det kan derfor se ut til at ved å ha kortet rundt halsen viser delegatene hverandre hvem de er, men samtidig at ”jeg er en av dere”.

Jon visste at det var på grunn av akkrediteringskortet at folk kom i prat med hverandre, og at de på denne måten også kunne forhandle sine posisjoner i det sosiale systemet. Han hadde kortet rundt halsen for å vise andre delegater at han også var delegat. Derfor reagerte han på at jeg ikke hadde akkrediteringskortet på meg da vi var på et sted hvor viktige relasjoner ble etablert og opprettholdt. I begynnelsen av finaleuken hadde jeg ikke akkrediteringskortet rundt halsen fordi jeg syntes det var unødvendig å ha det på da jeg allerede var kommet inn på stedet. Som dagene gikk forstod og lærte jeg at akkrediteringskortet hadde den funksjonen som Jon påpekte; det var med på å bestemme hvem som snakket med hvem, og hvor. Slik som Radka var jeg førstegangsreisende til ESC, og i likhet med henne vil jeg påstå at jeg etter hvert lærte meg de ulike måtene å samhandle på i ESC-miljøet. I det følgende skal jeg derfor vise hvordan Radka så på Euroclub som et sentralt sted for å etablere relasjoner:

Radka og jeg er på en restaurant i sentrum. Etter å ha snakket om dagens pressekonferanser begynner vi å diskutere hva vi skal gjøre senere på kvelden. Det er flere delegasjonsfester flere steder i byen, men vi vurderer også å dra på Euroclub. Etter litt frem og tilbake sier Radka til slutt; *”Guro, jeg beklager, men kanskje jeg ikke burde dra ut i kveld likevel. Jeg føler meg ikke helt vel. Kanskje jeg heller burde dra tilbake til hotellet for å få litt søvn. Jeg er så sliten!”* Radka blir straks alvorlig, og virker lei seg. *”Nei, det går fint,”* svarer jeg. *”Gå hjem til hotellet og hvil deg, det blir jo en lang dag i morgen også”*. Radka får tydelig dårlig samvittighet, siden vi hadde avtalt at vi skulle ut sammen. Jeg forklarer henne at det ikke er noe problem, siden jeg har avtale med Jon og Helena om å møte dem et sted også. Likevel er Radka ute av seg, og mener hun kan være med på Euroclub bare en liten tur ”bare for å se”. Vi drar til Euroclub, men siden det er forholdsvis tidlig på kvelden er det få delegater der. *”Uff, det er jo ingen her. Men de som er her har i alle fall sett at jeg har vært her”* er Radkas kommentar idet hun forlater Euroclub en halv time senere.

Denne episoden viser flere sider ved både Radkas interesser, samt Tsjekkias deltagelse i ESC. Radka ville til enhver pris dra på Euroclub, til tross for at hun var sliten og lei. Hun

ville vise seg fram og vise at hun var der. Grunnen var at slike kvelder med delegasjonsfester var fullspekket med delegater fra de fleste delegasjonene. Det kan derfor tyde på at siden hun ikke kunne være tilstede på arrangementet, ville det bli sett på som et svik ovenfor arrangøren og de andre delegatene. For Radka var altså Euroclub et sted hvor hun kunne etablere, opprettholde og videreutvikle kontakter med andre delegater. Det var viktig for henne å være en del av det sosiale systemet, noe en var hvis man fikk nok kontakter under sosiale sammenkomster på Euroclub. Det ser derfor ut til at Euroclub var et populært sted nettopp fordi det ble krevd en inngangsbillett for å komme inn der. For det første måtte man være akkreditert, altså ha et akkrediteringskort. For det andre måtte man ha innbydelse til noen av festene, noe man fikk av enten presseansvarlig i sin delegasjon eller i posthyllen på pressesenteret. Enkelte kvelder var det mulig å betale seg inn for ”vanlige” fans, uten akkreditering. Jeg argumenterer derfor for at Euroclub var et viktig sted for å sirkulere, aktivere og de-aktivere sosiale relasjoner og samtidig etablere et større nettverk i den sosiale strukturen i ESC. Nettopp fordi så mange delegater dro nettopp dit. Akkrediteringskortet ble i denne sammenhengen en kode som delegaten forstod, eller ikke forstod, virkningen av.

I *Subculture and the meaning of style* peker Dick Hebdige på hvordan det foregår prosesser innen subkulturer hvor objekter får en mening i forbindelse med at de gir en subkultur en type stil (Hebdige 1979). I lys av dette utsagnet, og eksempelet ovenfor, hevder jeg at akkrediteringskortet var et slikt objekt som ga en form for mening og en type ESC- stil. Det gjorde det synlig at delegaten var en del av den sosiale strukturen. Da jeg var førstegangsreisende, forklarte Jon meg hvordan jeg skulle bruke akkrediteringskortet for å få kontakter og et ESC-nettverk. For å få relasjoner, forstod jeg det etter hvert slik at det var vanlig i ESC-sammenheng å ha akkrediteringskortet på seg. Dette viste seg å være særs viktig på Euroclub. Hva de akkrediterte gjorde, eller ikke gjorde med akkrediteringskortet varierte, og kom av eksempelvis motivasjoner for den akkreditertes engasjement i ESC. Akkrediteringskortet var derfor med på å klassifisere de ulike posisjonene delegatene hadde. Et eksempel på dette var da jeg ble introdusert til James første gang. Dette skjedde også på Euroclub, og det var Radka som introduserte meg til han.

Jeg er vant til å introdusere meg selv mens jeg rekker hånden frem for et håndtrykk, så jeg gjør det også i denne situasjonen. James hilser tilbake på samme måte, men i tillegg løfter

han frem akkrediteringskortet han har rundt halsen mot meg, slik at jeg lettere kan se hva det står på kortet hans. Selv om musikken er høy, og det er vanskelig å høre hva han sier når han introduserer seg, virker det som at dette er en innøvd manøver når han presenterer seg. Med denne bevegelsen viser han meg at jeg må se på akkrediteringskortet hans. Jeg nikker, smiler, og prøver å vise han at jeg ser hva som står på akkrediteringskortet hans. Jeg unngår og fortelle han at det ikke er nødvendig å løfte frem kortet, da navn og delegasjon er med så stor skrift at jeg ser det likevel.

James brukte altså akkrediteringskortet for å vise at han var delegat og akkreditert slik som meg og alle andre på Euroclub. Han kommuniserte ikke med meg kun gjennom språk, men brukte kortet som et verktøy for å vise hva han gjorde der. James viste meg hvor viktig akkrediteringskortet var ved å løfte det frem, selv om det hang synlig rundt halsen. Siden vi begge var delegater skulle/kunne vi diskutere de musikalske bidragene eller hva det måtte være. Vi hadde definert hverandre. Ved å se på akkrediteringskortet så delegatene at begge var akkrediterte, og dette synliggjorde posisjonene dere. Med akkrediteringskortet foregikk det med andre ord en form for ikke-verbal kommunikasjon (Wadel 1999). I tillegg til at James sa hva han gjorde, kunne andre akkrediterte også se det. I løpet av finaleuken møtte jeg James flere ganger og vi traff hverandre stort sett på alt som var av sosiale arrangementer. Han hadde alltid akkrediteringskortet på seg, og hver gang slo vi av en prat

Med utgangspunkt i eksemplene ovenfor argumenterer jeg derfor for at akkrediteringskortet var sentral i etableringen av sosiale relasjoner, og i sammenheng med videreutviklingen og opprettholdelsen av allerede dannede relasjoner. Dette fordi akkrediteringskortet ble brukt av informantene mine til å vise hvorfor de var en del av den sosiale strukturen, altså hvem de var akkreditert som. På denne måten kunne informantene mine, samt de andre delegatene, kategorisere hverandres posisjoner i ESC. Dette fordi akkrediteringskortet var en gjenstand som informantene mine var sikre på at andre kunne se, siden de hadde det rundt halsen. Det kan derfor se ut til at akkrediteringskortet ble en materiell gjenstand som fikk en verdi som en relasjonsskaper. Jeg argumenterer med andre ord for at i denne sammenhengen fikk akkrediteringskortet en verdi som katalysator for å opprette en sosial forbindelse. Verdien varierte derimot i forhold til hvem som brukte akkrediteringskortet, hvordan de gjorde det, og i hvilken sammenheng.

For å understreke argumentasjonen ovenfor skal jeg vise til en episode hvor Jon brukte akkrediteringskortet som en type verdi:

Det er få timer etter semifinalen. Jeg har sett semifinalen fra salen, men drar til pressesenteret i pausen for å se stemmegivningen sammen med Jon og Helena. Guri Schanke og hennes sang er blant de atten landene som ikke har fått nok stemmer til å gå videre til finalen. Rett etter tv-sendingen drar derfor den norske delegasjonen rett til hotellet for en ekstra pressekonferanse. Flere fra den skandinaviske pressen skal dit. Jon, Helena og jeg står i vrimlearealet på pressesenteret. Rundt oss svirrer delegasjoner og journalister. Noen synger høyt på sine favorittsanger som til deres glede har kvalifisert seg. Flagg vaier. Noen skåler i champagne, mens andre ser triste ut. Det er en rar og tom stemning, men samtidig lystig. De fleste journalistene er på vei ut av pressesenteret, og til Euroclub hvor den offisielle semifinalefesten skal arrangeres. Jeg spør Jon: *"Skal vi dra til hotellet og på pressekonferansen med Guri Schanke vi også?"* *"Nei. Vi drar heller på Euroclub"* svarer Jon etter lang betenkningstid. *"Vi må jo vise resten at vi ikke er dårlige tapere. Så i kveld skal jeg i alle fall ha på meg badg'en, så alle kan se at jeg er norsk, og at jeg er stolt av det!"* Han smiler. Helena og jeg sier oss enig, og sammen drar vi til Euroclub.

Denne episoden var et unntak fra hvordan Jon vanligvis brukte akkrediteringskortet. Som oftest hadde han ikke akkrediteringskortet rundt halsen ved sosiale arrangement, kun på pressesenteret hvor vi som var akkrediterte var pålagt av EBU og YLE å ha det synlig. Han forklarte det med at alle trengte ikke å se hvem han var, når han så hvem andre var. Han mente også at han kjente igjen ansiktene til de han gjerne ville ha kontakt med. For han var det viktig å kunne se hva de andre var akkreditert som, mens han selv ville være mer eller mindre "skjult". Han brukte ikke akkrediteringskortet fordi uten akkrediteringskortet viste han at han var en viktig person som ikke behøvde det for å komme i kontakt med andre delegater, da han mente han visste hvem alle var, samt visste hvem han burde og ville snakke med. I eksempelet ovenfor ville Jon bruke akkrediteringskortet til å vise at han ikke var dårlig taper. Han ville vise at han var delegat i den norske delegasjonen, og at han ville være mer og være aktiv for å få kontakter, til tross for at Norge ikke kvalifiserte seg til finalen. Selv om han aldri brukte akkrediteringskortet til vanlig, ville han altså bruke det denne kvelden for å tydeliggjøre sin rolle som delegat fra den norske delegasjonen.

Før jeg argumenterer for at akkrediteringskortet kan forklares som en nøkkel for å opprette sosiale relasjoner, skal jeg vise hvordan Radka brukte akkrediteringskortet til å komme i kontakt med en delegat i en annen delegasjon som hadde samme posisjon som henne.

For å få et større ESC-nettverk i løpet av finaleuken, fikk Radka en rekke kontakter med delegater fra andre delegasjoner. Disse fikk hun hun på de fleste sosiale arenaene hvor delegatene tilbrakte tid, eksempelvis pressesenteret, Euroclub og Hartwall Arena. Hun tok spesielt kontakt med andre delegater som var ansvarlige for delegasjonene som hun selv, altså de som var akkrediterte som D1. Hun forklarte det slik:

“Jeg trenger så mange kontakter som mulig, du vet, lage en allianse eller noe med andre land, så andre land synes at vi fra Tsjekkia er hyggelige folk. Derfor må jeg ha akkrediteringskortet på meg hele tiden. Sånn at folk ser at jeg er D1 og sjefen. Du vet, når alt kommer til alt, så er dette en konkurranse, ikke sant? Vi trenger stemmer. Vi er jo de nye!”

Radka hadde alltid akkrediteringskortet rundt halsen for å vise at hun var D1 og for å vise at hun tilhørte den tsjekkiske delegasjonen. Hun fulgte nøye med på hva de andre delegatene gjorde, og hvordan de kommuniserte med hverandre under sosiale sammenkomster. Hun mente at ved å være synlig, både på pressesenteret og på sosiale sammenkomster, ville folk kjenne igjen ansiktet hennes, og deretter se at hun var D1. På denne måten ville hun få kontakt med andre delegater. Slik ville hun skape allianser med andre land, så den tsjekkiske delegasjonen kunne arrangere for eksempel fester sammen med en annen delegasjon under neste års ESC.

Dette ønsket kommer tydelig fram en dag Radka og jeg sitter i kafeen på pressesenteret. Ved et bord ved siden av oss sitter noen menn og snakker sammen. Plutselig hvisker Radka: *“Jeg lurar på en ting. Tror du jeg kan snakke med han som sitter der borte? Han med D1? Jeg er jo D1, jeg må jo snakke med han?”* Før jeg rekker å svare har Radka gått bort til mannen i sekstiårene. Etter noen minutter kommer hun smilende tilbake. Hun er fornøyd og kikker på akkrediteringskortet sitt som hun har rundt halsen og fortsetter: *“Vi har lagd en allianse. Han skal stemme på Tsjekkia. Ingen tvil!”*

På grunn av akkrediteringskortet gikk Radka bort til den fremmede mannen. Vi så fra lang avstand at det stod D1 på kortet hans, og dette var også grunnen til at Radka ville snakke

med nettopp han. De var begge D1 og hadde den samme posisjonen i hver sin delegasjon. De kartla altså hverandres roller i delegasjonene ved å se på hverandres akkrediteringskort. De ble ikke kjent med hverandre på bakgrunn av sosiale relasjoner, men dette fysiske akkrediteringskortet fungerte som en katalysator for å få en sosial forbindelse. Ved å ha akkrediteringskortet synlig rundt halsen på ulike sosiale arenaer, kunne delegatene markere seg selv som en del av systemet. Samtidig viste akkrediteringskortet hvilken rolle man hadde i de ulike delegasjonene. Jeg argumenterer derfor for at akkrediteringskortene var med på å skape sosiale relasjoner, og i noen tilfeller allianser mellom delegater.

Goffman peker på hvordan en "fasade" er "*den del av den persons opptreden som stadig fremtrer på en generell og fastlagt måte, men henblikk å definere situasjonen for dem som iakttar opptreden*" (Goffman 1992 [1959]: 27). I lys av dette var akkrediteringskortet i denne konteksten med på å definere en slik fasade. Radka tok kontakt med den bulgarske mannen nettopp fordi han hadde samme posisjon som henne. Den sosiale strukturen bestemte på en måte at hun skulle inngå en allianse med han, nettopp fordi de var akkreditert som det samme. I tillegg viste det seg at han kjente til kommunikasjonskodene (Wadel 1999) fra før, og tillot henne å ta kontakt. Det var med andre ord en del av hennes rolle som D1 at hun opprettet en relasjon med han. På en annen side var det ikke forutbestemt at kommunikasjonen mellom de to skulle foregå på den måten som Radka hadde sett for seg, før hun tok kontakt med han. Hun visste ikke om han kunne reglene som hun nettopp hadde lært seg. Likevel vil jeg argumentere for at siden de begge hadde akkrediteringskortet, så fungerte dette som et verktøy for delegatene ved at det var lettere å ta kontakt med hverandre på tvers av delegasjonene siden deres rolle i delegasjonen var synlig med akkrediteringskortet.

Eksempelet ovenfor er med på å underbygge min påstand om at Radka ønsket et større ESC-nettverk. I følge Radka var det dette nettverket som bestemte hvorvidt Tsjekkia fikk stemmer eller ikke. "*Dette er jo en konkurranse, er det ikke!?*" Svarte hun da jeg spurte om hvorfor hun snakket med så mange ulike folk. Radka mente at så mange kontakter som mulig ga flere stemmer. Dette fordi relasjonene hun etablerte ofte var med andre som også var D1, eller journalister. Radka mente journalistene hadde mye makt i og med at det var de som skrev til sine respektive medier om tingenes tilstand under finaleuken. Det var journalistene som var

drivkraften, og som kunne påvirke tv-seernes stemmer. Hvis Radkas kontakter likte henne og Tsjekkia ville de skrive fine ord om det tsjekkiske bidraget, og derav kunne kanskje Tsjekkia få flere stemmer mente hun.

For å oppsummere har jeg vist at mine informanter etablerte relasjoner med hverandre gjennom å kommunisere på ulike måter. Radka, den bulgarske mannen, Jon og James var alle med på å opprettholde og vedlikeholde den sosiale strukturen gjennom å kommunisere med hverandre og med andre akkrediterte. På denne måten etablerte de også flere nettverk. Det var altså akkrediteringskortet som var det materielle beviset på nettopp denne sosiale strukturen. Jeg hevder altså at det var det institusjonelle som var med på å legge føringer for samhandlingen, og akkrediteringskortene var det materielle beviset på dette. Som jeg skal vise i det følgende argumenterer jeg for at den offisielle velkomstfesten var et eksempel på at de institusjonelle rammene som la føringer for samhandlingen.

Å mingle

Den offisielle velkomstfesten ble arrangert av YLE, og var selve åpningen av finaleuken. De inviterte var først og fremst artister, presse og delegater. Festen ble arrangert på Finlandia Hall som vanligvis brukes som konserthus og kongressenter. I den ene etasjen var det buffeer og et mingleområde. I andre etasje var det en liten scene, samt flere mingleområder og et rom med dansegulv. Det var teppe på gulvene og lyskastere lyste opp lokalet. Selskapet var preget av høy champagneføring, matbuffeer, stivpyntede gjester, journalister og glamour:

Jon, Helena og jeg er på festen sammen og står og snakker om all maten og hvorvidt den kommer til å bli spist opp. Plutselig sier Jon: *"Oi, der er hun dama fra svensk tv. Helena, du må gå bort og si takk for sist!"* Han forklarer at da han og Helena hadde vært på den svenske nasjonale finalen var det denne damen som hadde hjulpet dem med å få intervjuer med flere av artistene. *"Må jeg gå bort?"* spør Helena, *"Ja, gjør det, jeg har snakket med henne tidligere i kveld"* Jon begynner å dytte Helena bortover mot damen som står alene litt lengre inn i lokalet. *"Ja vel, da"*, Helena går motvillig mot damen. *"Du vet, det er jeg som har alle kontaktene her, og jeg synes at Helena også skal få noen"* forklarer Jon, mens han følger spent med på Helena og den svenske damen. De prater og smiler. *"Det ser ut til å gå fint!"* Jon puster lettet ut. *"Oi, der er den serbiske vokalisten, jeg må spørre henne om jeg kan få et*

intervju med henne i morgen! Står du bare her!?" "Jada, jeg står her", svarer jeg og nikket mot Marija, den serbiske vokalisten, som tegn på at han bare må snakke med henne. Jeg står alene noen minutter og følger med på alle rundt meg. Jeg ser at de fleste snakker med hverandre, ved å utveksle noen ord, bytte visittkort, se på hverandres akkrediteringskort, skåle, og deretter gå videre. Situasjonen er ikke ulik den jeg så på både pressesenteret og på Euroclub. Jon kommer kjapt tilbake, før Helena er ferdig med sin prat. Han har fått en avtale til dagen etterpå. "Yes! Dette er en bra fest", utbryter han. Mens vi står der peker han stadig på folk han kjenner. Innimellom kommer det en delegasjon forbi oss, med pene damer iført korte kjoler, og en stim av fotografer rundt seg. De går rundt og rundt og sirkulerer. En dame med en nesten gjennomiktig kort kjole poserer rutinert for fire fotografer. Hun smiler, kaster på håret og skakker på hodet før hun finner en ny, innøvd positur. Helena kommer tilbake fra samtalen med den svenske damen. "Jo da, det gikk da fint det", hun smiler lettet. "Hun husket meg fra den svenske finalen". "Så bra," sier Jon. "Da var det jo ingenting å grue seg til!" Helena smiler. "Skal vi gå litt rundt? Her står jo bare alle og spiser!" utbryter Jon plutselig. Helena og jeg nikker oss enig, og Jon leder vei innover i lokalet blant mengden av glitrende kjoler, blitzregn, vinglass og svarte dresser.

Denne episoden viser hvordan Jon prøvde å forklare Helena hvordan hun skulle opprettholde allerede etablerte relasjoner. Jon kunne kommunikasjonskodene og prøvde derfor å lære dem bort til meg og Helena som var førstegangsreisende. Denne kunnskapen Jon hadde, og de kodene han lærte oss, hadde hans selv lært iløpet av flere år i ESC-systemet. Han visste med andre ord hvordan denne sosiale strukturen var, og ønsket å lære dette bort til meg og Helena. Han var derfor med på å opprettholde den sosiale strukturen, nettopp fordi han lærte bort kommunikasjonskodene. Han avtalte et intervju, tok initiativet til mer mingling, og syntes det var kjedelig å stå blant en håndfull presse som bare spiste. Han var med på føringene for samhandlingen som jeg hevder YLE la. Artistene som var åpne for å avtale intervjuer under velkomstfesten var også et eksempel på dette. Jeg vil derfor poengtere at dette arrangementet var lagt opp slik at man skulle etablere relasjoner, nettopp for å danne nettverk, og derfor lage struktur i den uforutsigbare settingen denne velkomstfesten egentlig var. Noen fikk kanskje korte intervjuer, men det kan med utgangspunkt i eksempelet ovenfor, tyde på at dette var en fest hvor delegater og presse egentlig bare skulle få kontakter og gjøre avtaler for neste dag.

Et annet eksempel på denne type samhandling er også fra velkomstfesten. Jorun var med i den norske OGAE-klubben, og var derfor akkreditert som fan i Helsingfors. Som alle andre akkrediterte, fikk også hun invitasjon til velkomstfesten:

Jeg treffer på henne ved matbuffeen. *"Har du en fin kveld?"* spør jeg. *"Ja, kjempefint. Så gøy å være så nære alle artistene. Kjempertig"* hun er ivrig, og selv om hun er i femtiårene har hun et glimt og en iver i øynene som man ser i barns øyne julekvelden. Hun fortsetter: *"Du kjenner det tsjekkiske bandet, gjør du ikke? Tror du jeg kan ta et bilde av dem, sammen med meg? Kan du fikse det?"* hun sperrer opp øynene av forventning. *"Klart det, de står der borte"*. Jeg har nettopp snakket med Radka. Hun, bandet og resten av delegasjonen har nettopp ankommet festen. *"Er det sant? Oi, men jeg kan godt vente litt altså"* Jorun fniser. *"Bare si fra du"* jeg smiler tilbake og forsyner meg fra buffeen. Like etterpå går jeg bort til Radka og den tsjekkiske delegasjonen, og forteller henne at en norsk fan så gjerne ville ha bandmedlemmenes autografer. Radka blir glad, og takker meg for å ha åpnet opp for en samtale mellom henne og Jorun.

Eksempelet understreker som det forrige eksempelet fra velkomstfesten viste. Dette var en sosial møteplass hvor det var meningen å samhandle og etablere relasjoner, noe Radkas imøtekommendehet også var et eksempel på.

Som jeg har vist plasserte delegatene hverandre i det sosiale systemet ved å samhandle. De byttet og forhandlet relasjoner. På denne måten opprettholdt de en sosial struktur og et samhandlingsmønster. Siden de dannet nettverk og relasjoner på tvers av delegasjoner ble det også dannet en rekke nettverk. YLE og EBU la opp til at velkomstfesten skulle være en slik flyktig og sosial arena. Dette fordi samhandlingen ble uforutsigbar blant annet fordi det var buffeer med mat, fremfor pådekte bord. Det kan altså tyde på at det var meningen at man skulle mingle og gå rundt. Det ble altså tilrettelagt for flyt, og for at delegater, journalister og artister skulle gå rundt. Det ble på denne måten en uforutsigbar samhandling. Det samme vil jeg hevde forekom på pressesenteret, hvor det var et enormt vrangleområde hvor det var lagt til rette for den samme typen med uforutsigbar kommunikasjon og samhandling. I vrangleområdet var det eksempelvis ikke bord og stoler slik at man skulle sette seg ned, det var derimot store puter på gulvet. Jeg vil derfor hevde det var mer passende å stå eller

sirkulere rundt. Interiøret var altså med på å understreke det flyktige ved ESC. Jeg argumenterer altså for at det var mulig å ta kontakt med andre delegater på Euroclub og pressesenteret nettopp fordi det var lagt opp slik av EBU og YLE, at delegatene kunne ha flyktige møter. Et eksempel på dette var da Jon introduserte meg til Antii som var en av produsentene fra det finske tv-selskapet, YLE:

Jon og jeg er på vei til en pressekonferanse, da Jon plutselig dulter meg i siden, mens han nikker forsiktig mot mannen i dress som kommer rett mot oss. *"Jeg må bare si hei til Antii, og si at det er en bra finaleuke!"* "Ok," svarer jeg og smiler. *"Hei, Antii, hvordan går det? For et flott arrangement!"* Jon strekker ut hånden, som møtte Antiis umiddelbart. *"Hei, jo, takk for det. Vi er fornøyde vi også!"* svarer Antii og nikker og smiler. Jeg står ved siden av Jon og betrakter den sorte dressen Antii har på seg. Jon er kledd i olabukser og en enkel genser. *"Dette er Guro"*, sier Jon plutselig og jeg blir revet ut fra tankene mine. *"Hei, hyggelig å være her!"* Jeg rekker frem hånden og vi hilser. Antii nikker og smiler igjen, og ønsker oss en fortsatt fin uke. *"Hvem var det?"* hvisker jeg til Jon etter at Antii er et stykke unna. *"Han er sjefen her i Helsingfors"* svarer Jon uanfektet og fortsetter: *"Hyggelig fyr. Møtte han i fjor også. Hvilket land er det som har pressekonferanse nå? Moldova, er det ikke?"*

Denne episoden viser hvordan Jon, som selv hadde mange kontakter, introduserte meg til Antii for å gi også han flere kontakter. Det virket ikke som om Antii brydde seg særlig om hvem jeg var eller hvorfor jeg var der, så lenge jeg var en relasjon som kunne ta del i hans nettverk. Jon ga med andre ord Antii en relasjon, samtidig som at han selv fikk vedlikeholdt nettverket sitt. Det kan derfor tyde på at det var meningen at vi skulle si kun et par ord, slik som jeg viste at samhandlingen var på Euroclub.

Innenfor lesning av litterære tekster hevder lingvisten Ferdinand de Saussure i *Kurs i allmenn lingvistikk* at tegnets to sider kun er forbundet gjennom "slags kontrakt som medlemmene i et samfunn har undertegnet" (Saussure 1970:38). Saussure mener at endringene hos tegnets betydning er relasjonene mellom dem. Selv om Saussure i denne sammenhengen snakker om ord og språk, hevder jeg hans definisjon av tegn her kan overføres til denne konteksten. Med et slikt synspunkt ble akkrediteringskortet en

kodenøkkel leseren måtte fortolke selv. På grunn av mangfoldet av delegater ble dette fortolket på like mange måter. Kodenøkkelen var derfor hos delegatene. Jeg vil poengtere at denne kodenøkkel kunne læres, noe jeg vil påstå Radka var et eksempel på:

En dag henvender hun seg til meg; *"Guro, kan jeg ikke få hilse på D1 i den norske delegasjonen?"* Selv har jeg ikke snakket så mye med D1 i den norske delegasjonen, men vi møter han tilfeldig på Euroclub samme kveld, og jeg introduserer han for Radka. *"Du må hilse på Radka. Hun er D1 i den tsjekkiske delegasjonen"*. Jeg smiler til Espen, som igjen smiler til Radka. *"Hei, så hyggelig å hilse på deg, Radka"*. Han gir henne et håndtrykk. *"Hvordan føles det å være med i ESC for første gang?"* Radka smiler: *"Jo, det er spennende"* Radka og smiler og nikker tilbake. De står slik en liten stund før Espen avbryter seg selv og går videre. *"Supert at jeg fikk hilse på han, altså! Tusen takk!"* Radka gir meg en klem. *"Bare hyggelig"*, svarer jeg.

Dette er også et eksempel på hvordan Radka benyttet seg av andre for å bli introdusert, og for å utvide nettverket sitt. I løpet av finaleuken ble hun var svært aktiv, og det var flere episoder hvor jeg introduserte henne for andre delegater. På samme måte brukte jeg delegater til å få kontakter. Denne formen for samhandling er et viktig trekk ved en slik flyktig arena som ESC er. Nettopp fordi man ønsket et større nettverk. Den faste sosiale strukturen i ESC ble derfor endret ved at flere ønsket å få utvide sitt ESC-nettverk. Det var med andre ord mulig å skape sosial struktur i et nettverk som fløt, fordi delegater etablerte relasjoner med hverandre.

Forståelsen av samhandlingen ble også en adgangsnøkkel siden det åpnet opp for samtaler på tvers av delegasjoner. Variasjonen i bruken av akkrediteringskortet som nøkkel til samhandling var derfor sentral i forbindelse med forståelsen av det jeg i neste avsnitt skal forklare som kommunikasjonskoder.

Kommunikasjonskoder og smalltalk

Som i de fleste sosiale sammenhenger er det viktig å kunne kommunisere innenfor de reglene situasjonen krever. Det var med andre ord en rekke faktorer som spilte inn i forbindelse med å få en relasjon. En relasjon kunne derfor være verdifull på flere måter fordi

man kunne få nye relasjoner og et større nettverk. Det kan derfor tyde på at det var et system de sosiale relasjonene oppstod i.

I det følgende skal jeg hevde at det å forstå smalltalk var en av kommunikasjonskodene det var viktig å kunne i forhold til å få en relasjon i sammenheng med ESC. Drew og Chilton peker på hvordan telefonsamtaler ofte forekommer for å bare holde kontakten, og bruke smalltalk (Drew og Chilton 2000). I tråd med dette utsagnet hevder jeg at det i ESC-sammenheng var noe av det samme som foregikk. Man slo av en prat som ofte bestod av noen få ordvekslinger, kun for å opprettholde en kontakt.

I *The Art and Science of Smalltalk* er Simon Lewis' definisjon på smalltalk: "Et objektorientert programmeringssystem utviklet av Xerox PARC, og består av et språk, et utviklende miljø og et omfattende bibliotek av klassesystemer"(Lewis 1995: 202). Jeg skal ikke gå nærmere inn på "dataspråk", men heller ta utgangspunkt i Lewis' definisjon. Han betegner smalltalk som et språk. I denne konteksten kan det forstås ut fra hvorfor det var slik at delegatene snakket med hverandre slik de gjorde. Delegatene gikk rundt, som i et system, da det er bestemt hvem som skulle gå hvor, og hvordan de skulle gjøre dette. Systemet var det dem selv som styrte og opprettholdt. Dette kan tolkes som kommunikasjonskoder. Selv om jeg misforstod disse kommunikasjonskodene og kanskje jeg ikke var den eneste heller, viste det seg at dette var en læringsprosess. Jeg argumenterer for at det delegatene snakket om, og hvordan det ble kommunisert var følger av klassifiseringen delegatene gjorde av hverandre. De sosiale relasjonene som ble dannet var følger av dette.

I det følgende skal jeg vise at det kan tyde på at *hvordan* relasjonene ble dannet var like sentralt om ikke viktigere, som *hvilke* relasjoner som ble dannet. Det var også sentralt *hva* man snakket om. I det følgende skal jeg vise et eksempel på dette.

Torfinn var i femtiårene og hadde jobbet som journalist under MGP i Norge, og under ESC i mange år. Han var akkreditert som P1. Torfinn var sjelden på Euroclub, eller de andre festene som var tilrettelagt for delegatene. Han fortalte meg at etter endt arbeidsdag dro han tidlig hjem til hotellet og ringte kona, eller så på tv. Han prioriterte dette fremfor å dra på Euroclub. Han var på pressesenteret for å gå på pressekonferanser og for å få med seg siste oppdateringer om artister og lydprøver. Han var med andre ord på jobb, og en annen type

journalist enn James som var journalist og fan. En dag vi var på pressesenteret og ventet på at pressekonferansene skulle starte, begynte vi å prate om det norske bidraget. Dette bidraget var omdiskutert både av norske og internasjonale medier, da flere mente at det ikke var lurt å sende et slikt bidrag til den internasjonale finalen. Argumentene var at sangen ikke var ”typisk norsk”³². I denne sammenhengen var det samtalen som var relevant fordi den viser at Torfinn brydde seg verken om sangen, eller om Norge skulle vinne eller ikke. Han ville heller snakke om kjolen Guri Schanke hadde på seg: ”Altså, den er jo altfor kort. Dama er jo over femti, er hun ikke? Og vi kan nesten se trusa hennes. Jeg vil ikke se trusa hennes! Og nå skal de til og med ha et tredje kjolebytte, med en enda mindre kjole!” Han rister fortvilet på hodet. ”Men det er jo for showets del, er det ikke?” spør jeg. ”Show og show. Jo sikkert. Men kjolen kunne vært litt lengre!”

Jeg hevder denne samtalen er et godt eksempel på samtaletemaer som gikk igjen i ESC. Selv om Torfinn ikke brydde seg om musikken, ville han gjerne snakke om Schankes kjole. Samtaletemaer som dette var kanskje ikke noe Torfinn vanligvis snakket om, men i denne konteksten snakket han om dette. Hvem som snakket sammen, sa derfor noe om hva det ble snakket om. Det virket som om samtalene handlet om tema som vi ”visste” at samtalepartneren kunne si noe om. Jeg og Torfinn var P1, og vi skulle derfor diskutere artist og kjolelengde. Det å snakke om kjoler og musikalske bidrag viste at man forstod at man hadde samme posisjon, og at man definerte situasjonen på samme måte. Kjolepraten jeg hadde med Torfinn var derfor et eksempel på nettopp dette. Ved å gå bak ordene (Wikan 1992) er det lettere å forstå hva aktørene egentlig sier. Det kan derfor tyde på at bak ordene og samtalene jeg hadde med mine informanter om blant annet kjoler, ble det uttrykt at vi var en del av det samme sosiale systemet.

På bakgrunn av eksempelet ovenfor argumenterer jeg for at det var uskrevne regler som bestemte hva vi skulle snakke om. Cato Wadel (1999) peker i *Kommunikasjon. Et mangfoldig samspill* på at det er visse regler som må følges i forhold til hvor lenge

³² Dette skal jeg utdype i kapittel fem, i avsnittet ”Den norske latinosangen”.

kommunikasjonen skal vare, men også hvor den skal finne sted (Wadel 1999). De reglene som inngår i kommunikasjonen er viktige å følge for at eksempelvis en samtale skal kunne betegnes som en samtale. Med utgangspunkt i dette kan vi se hvordan delegatene kommuniserer med hverandre på forskjellige måter, der alle har etablerte kulturelle kategorier som angir hvilken situasjon vi har med å gjøre (Wadel 1999: 47). Da jeg møtte den anerkjente svenske mediepersonen, Karl, misforstod jeg kodene siden jeg trodde han ikke ville snakke med meg i det hele tatt. Etter at jeg i løpet av finaleuken hadde lært kodene forstod jeg at jeg likevel hadde kommunisert "riktig" da jeg hilste på han på Euroclub.

På bakgrunn av argumentasjonen ovenfor hevder jeg at delegatene er inneforstått med at på de ulike sosiale arenaene oppstod det situasjoner som gjorde at det var smalltalk som var den sentrale kommunikasjonsregelen. Dette fordi det var arenaer som ikke var fastsatte, det var derimot vrirleområder og en rekke aktører med ulike interesser. Smalltalk viste også hvordan situasjonene som oppstod mellom delegatene utspilte seg på flere måter. Det viste seg derfor at å sirkulere var en viktig form for kommunikasjonen som foregikk under finaleuken i ESC. Sirkuleringen var viktig fordi man i en slik sammenheng snakket med flest mulig. Hvordan delegatene definerte situasjonene rundt kommunikasjonen var derfor viktig for samhandlingen. Goffman peker på hvor viktig det er i en samhandling at man må etablere en forståelse for hva slags anledning det er (Goffman 1992[1959]). Dette måtte delegater vite for å kunne samhandle. De måtte med andre ord være enige om hva slags situasjon det var snakk om i de ulike tilfellene. Det krevdes at partene var inneforstått med situasjonen, og at den ble definert av begge parter på samme måte. Gjennom en forståelse av smalltalk som kommunikasjonskode var også delegatene med på å opprettholde en sosial struktur.

I henhold til argumentasjonen ovenfor hevder jeg at akkrediteringskortet også var en kommunikasjonskode. Dette fordi flere av mine informanter uttrykte at det var viktig å få i gang en samtale, fordi det var viktig å ha mange kontakter og få et ESC-nettverk. Det kan derfor hevdes at delegatene ikke snakket lengre enn sitt akkrediteringskort. Alle hadde en forutinntatthet om hva den andre var, ut ifra hva som stod på kortet. Dette fordi delegatens posisjon var synlig. I *Hiding in the light* viser Dick Hebdige hvordan ungdom innenfor punken "gjemmer seg" i eksempelvis klær (Hebdige 1988). En tenkning i forlengelsen av Hebdiges viser derfor at det punkerne gjorde var å gjemme seg bak klærne for å skjule sin

egentlige identitet. I ESC kan det derfor se ut til at delegatene ”gjemte” seg bak akkrediteringskortet. Delegatens posisjon og rolle ble flyttet innenfra til utenpå. Delegatene ble kjent med hverandre som P1 eller D1. De opprettet med andre ord en sosial relasjon med det man var akkreditert som. De indre egenskapene ble mindre viktig. Det var det utenpå som var viktig. Akkrediteringskortet ble også en vegg som beskyttet for eksempelvis mot private spørsmål.

I ”Moten” peker George Simmel på hvordan moten blir brukt som en maske for å beskytte sin indre særegenhet og frihet (Simmel i Rolness 2007: 157). I ESC ble som nevnt ovenfor de indre egenskapene mindre viktig, og i tråd med Simmels utsagn kan det han kaller moten, her være akkrediteringskortet. Dette fordi i ESC var det kun ytre signaler som kunne manipuleres, ved å ha ulike tall og bokstaver på akkrediteringskortet. Alle andre personlighetstrekk var nærmest usynlig. Jeg argumenterer derfor for at akkrediteringskortet fikk en funksjon som en nøkkel som gjorde at den pragmatiske rollen delegatene hadde ble til kun en rolle som delegaten var akkreditert til. Adgangsnøkkelen som akkrediteringskortet var ble derfor i likhet med Hebdiges argumentasjon om subkultur, delegatens hanekam. En delegat var ikke en delegat uten akkrediteringskortet. Akkrediteringskortet ble i denne konteksten en nøkkel, eller en adgangskode som viste at delegatene forstod, men også var med på samhandlingen som foregikk. Dette fordi kortet faktisk var en synlig, materiell gjenstand. Kommunikasjonsreglene innebar også å ha akkrediteringskortet rundt halsen, samt å kunne sirkulere. Ved å ha akkrediteringskortet synlig var det mulig å klassifisere hverandres posisjoner, og deretter danne en sosial relasjon.

“Neste år skal vi være den indre sirkelen”

En dag i slutten av finaleuken sa Jon; ”*Neste år skal vi være den indre sirkelen!*”. Årsaken til dette utsagnet var at han mente han, Helena og jeg skulle reise til finalen året etter. Der skulle vi være D1, altså ansvarlige for delegasjonen, selv om vi aldri kom til å bli akkreditert som annet enn Presse, altså P1 eller P2. Jeg lurte på hvorfor det var så viktig å være D1. Dette kunne ikke Jon gi noen forklaring på. Det var bare best å være det.

Med utgangspunkt i et slikt utsagn kan det derfor tyde på at akkrediteringskortene var med på å formidle en tanke om en inndeling både innad i delegasjonene, men også på tvers av

dem. Det var en gitt struktur som ikke kunne forhandles. De sosiale relasjonene som oppstod, gjorde derimot at den formelle inndelingen ble endret. For å forhandle sin posisjon i systemet måtte man med andre ord forstå systemet.

Karl var et eksempel på dette. Han var en mektig medieperson som var dyktig i smalltalk og til å etablere kontakter. Det så derfor ut til at han var i "den indre sirkelen". Det å være i sentrum av den sosiale strukturen forlangte med andre ord noe av dem som var nettopp der. Det var delegatene selv som var med på å lage disse reglene. Det å vite hva man skulle snakke om, og hvordan man kunne være enda mer i sentrum av den sosiale strukturen var derfor en forutsetning for å kunne bevege seg rundt i ESC-systemet. Jeg argumenterer derfor for at akkrediteringskortet var mer enn et adgangskort. Jeg hevder akkrediteringskortet var en materiell gjenstand som opprettholdt en sosial struktur.

Det ser ut til at det fantes flere måter å forstå ESC på. De akkrediterte fortolket de sosiale situasjonene i ESC på ulike måter. ESC hadde ulik verdi og betydning for de ulike informantene mine. En av disse verdiene kan være at delegatene så på seg selv som en del av en gruppe. Et eksempel på dette er at enkelte av delegatene i Helsingfors også brukte akkrediteringskortet da de var utenfor de "lukkede arenaene". Ved å bruke nøkkelen utenfor de sosiale arenaene, kommuniserte man også at man var en del av den sosiale strukturen. Selv om man var utenfor området, altså pressesenteret og Hartwall arena valgte enkelte å ha på akkrediteringskortet. Da jeg tok trikken til og fra pressesenteret så jeg flere som hadde akkrediteringskortet rundt halsen, til tross for at de var utenfor ESC-arenaen. Dette viser hvordan delegatene viste at de var en del av den sosiale strukturen, selv om de var utenfor arenaen hvor det var nødvendig å bruke akkrediteringskortene.

I henhold til argumentasjonen ovenfor vil jeg påpeke at å være en del av samme sosiale struktur, men også nettverk og gruppe, kan ses i lys av å være en del av samme familie. Under EBU's pressekonferanse i begynnelsen av finaleuken uttrykte produksjonsleder, Svante Stocksélius, nettopp dette; *"Det er så hyggelig å se familiære ansikt år etter år"*. Janne, som var medlem i den norske OGAE-klubben uttalte lignende. Hun hadde vært på finalen i ESC i en årrekke. Jeg møtte henne etter den norske pressekonferansen:

”Det som er så hyggelig er at vi ser de samme år etter år, det er jo de samme folkene som er her. Selv om jeg ikke kjenner dem, kjenner jeg ansiktene og det er jo hyggelig det også. Du vet, det er de samme som stiller spørsmål under pressekonferansene, hvert år. Alle vet hvem de er, så da blir det jo som en stor familie”.

Det var med andre ord slik at både Svante Stockselius og Janne uttrykte at ESC kunne ses på som en familie. Selv om alle aktørene hadde ulike posisjoner var de likevel en del av den samme sosiale strukturen og familien.

Tatt i betraktning av Jannes og Svantes uttalelser om at ESC var en familie, kan det også tyde på at det familiære var viktig for å opprettholde en sosial struktur. Det ble uttrykt både fra Svante og av Janne som var ESC-fan, at ESC var som en familie. Av den grunn kan det tyde på at den sosiale strukturen også opprettholdes nettopp i dette samspillet mellom arrangør og delegat. I dette tilfellet var det altså i møtet mellom arrangøren og en ESC-fan, at den sosiale strukturen ble opprettholdt.

Samhandlingen foregikk med andre ord på forskjellige arenaer og på ulike måter. De sosiale relasjonene medførte at mine informanter fikk et større nettverk, nettopp på grunn av at de forstod kommunikasjonskodene, og akkrediteringskortets funksjon. Informantene mine hadde forskjellige måter å etablere nettverk på. På Euroclub sirkulerte delegatene, og der ble det forhandlet og utvekslet kontakter. I henhold til dette tyder det på at det var flyktig og av den grunn kunne alle snakke med hverandre, og sirkulere og mingle med hvem de ville. Likeså kunne de opprette kontakter som ble vedlikeholdt gjennom samtaler og koder. Fenomenet var flyktig, men jeg poengterer at gjennom samhandling opprettholdt delegatene, og mine informanter, den sosiale strukturen. Samhandling forutsatte altså det at delegaten som brukte akkrediteringskortet tolket kodene i forhold til konteksten. Mye av denne forståelsen var tillært, og derfor visste de fleste av informantene mine også hvordan de skulle bruke akkrediteringskortet til å komme i kontakt med noen. Det viser seg derfor at akkrediteringskortet også var en inngangsdør til å få en relasjon.

Det kan derfor tyde på at akkrediteringskortet var med på å danne en sosial struktur i seg selv. Jeg mener altså at akkrediteringskortet var et direkte uttrykk for en gitt struktur. Akkrediteringskortet var altså den materielle gjenstanden som var beviset på den sosiale strukturen som EBU og arrangøren la føringer for. Som jeg har vist var samhandlingen noe

annerledes enn hva det ble lagt opp til, og på den måten var også ESC flyktig og komplekst. Det kunne ikke samhandles om denne strukturen, da det ga konstante utslag, fordi de med samme akkrediteringskort ble trekt mot hverandre. Det samme akkrediteringskortet styrte altså samhandlingen, og var med på å avgjøre hvem som samhandler. Det bestemte også hvor det ble samhandlet fordi det bestemte hvor delegatene kunne være i forhold til tilgang.

De fleste sosiale situasjoner var uforutsigbare, men i denne konteksten var de forutsigbare på en måte der delegater var inneforstått med regler som enten var tillærte eller innøvde. Dette på grunn av fenomenets mangfold av både arenaer og aktører. Dette bringer meg over til ESC som en mangfoldig sosial arena.

Polyfone sosiale arenaer

Vanligvis er det vanskelig, eller umulig å komme innenfor sosiale systemer i vårt samfunn. Eksempler på dette er vennegjenger og lokalsamfunn. Det er enkelte ting som bestemmer om man er innenfor det sosiale systemet. I denne sammenhengen hevder jeg at et av kriteriene var å ha akkrediteringskortet for å komme innenfor ESC-systemet. Som jeg viste i kapittel tre var det under delfinalene i Norge ulike måter å være en del av den sosiale strukturen på. Informantene mine som representerte lokalbefolkning, næringsliv og kommune på de ulike stedene opprettholdt en sosial struktur blant annet ved å ha folkefester og arrangementer på lokalt nivå. Tatt i betraktning av dette skal jeg som avslutning i dette kapitlet derfor argumentere for at ESC kan ses på som en polyfon arena, altså flerstemt.

Selv om de fleste av mine informanter i Helsingfors var journalister, var de ikke en homogen gruppe. De hadde alle ulike forforståelser, inntrykk og meninger om hva ESC var og skulle være. Det tyder med andre ord på at fenomenet var mangfoldig, med mange ulike forståelser. Den russiske språkfilosofen og litteraturteoretikeren Mikhail Bakhtin sier det slik i *Latter og Dialog*;

”Det som ruller frem i hans (Dostojevskijs) verker er ikke en mengde karakterer og skjebner i en enkelt objektiv verden sett i lys av enhetlig forfatterbevissthet, men nettopp en mengde likeverdige bevisstheter med sine respektive verdener som føres sammen og bevarer sin selvstendige status innenfor enheten av en eller annen begivenhet” (Bakhtin 2003: 150).

Jeg skal ikke gå dypere inn i litteraturteorien, men vi kan med utgangspunkt i dette utsagnet se at det flerstemmige som Bakhtin ser i Dostojevskijs romaner, altså forståelsen for det polyfone, også finnes i ESC. Mine informanternes verdener ble ført sammen, og ble av den grunn uttrykt i ESC på forskjellige måter. ESC var i denne sammenhengen en polyfon arena hvor stemmene snakker samtidig, og de betydde også like mye. Det var med andre ord flere ”sjangre” som snakket samtidig. Det polyfone, altså det flerstemmige, var i denne sammenhengen med på å forsterke det mangfoldige og flyktige ved fenomenet. Frivillige, artister, journalister og produsenter hadde alle ulike strategier og mål med sin deltagelse. De snakket alle ulike ”språk”, men benyttet seg av de samme kommunikasjonskodene som var nødvendig for samhandlingen dem imellom.

Av den grunn argumenterer jeg for at ESC kunne forstås som et språk mine informanter kommuniserte igjennom. Den sosiale strukturen ble også dannet på grunn av dette. På bakgrunn av at det var mange som snakket samtidig var strukturen polyfont, flertydig og mangfoldig. Dette kommer av at de brukte nøkkelen, altså akkrediteringskortet, veldig forskjellig. På en annen side kom alle aktørene med ulike utsagn. Det de sa, og hvordan de sa dette varierte. Dette på grunn av at alle hadde ulike mål med sin deltagelse i ESC. Ved å være akkreditert var man tillatt å snakke samtidig som alle andre, nettopp fordi man var akkreditert på lik linje. Theodor Adorno peker på hvordan tv fokuserer på ”multilayered struktur”(Adorno 1991). Med dette mener han at massemedia består av ulike lag av mening som er flettet i hverandre. Det fins mange lag og nivåer av mening. Med utgangspunkt i at ESC er en polyfon arena og en mega-event, kan det ifølge Adornos argumentasjon også være en slik ”flerlags-struktur”. Mine informanter etablerte altså relasjoner med hverandre som også opprettholdt en slik ”flerlags-struktur”. Det ble derfor en polyfon, sosial arena fordi det var et mangfold av aktører på et mylder av sosiale arenaer.

Som jeg nevnte innledningsvis i dette kapittelet var hensikten med akkrediteringskortet først og fremst en praktisk kategorisering av delegasjonene, men som jeg har vist og argumenterer for, var det også en katalysator for å etablere, videreutvikle og opprettholde sosiale relasjoner. Jeg har vist hvordan akkrediteringskortet fungerte som en nøkkel for å danne relasjoner, samt opprettholde den sosiale strukturen i ESC. Ulike måter å være i den sosiale strukturen på ble forhandlet på forskjellige måter av de ulike informantene mine. Ved å være

akkreditert kunne informantene mine også forhandle sin posisjon, men også bruke kortet for å oppnå en form for oppmerksomhet. De som var akkrediterte var innlemmet i det sosiale systemet, og hadde derfor frie tøyler til å gjøre hva de ville for å få en kontakt. De som var innenfor ESC-systemet så tydelig hverandres posisjoner og roller, og dette hadde mye å si for samhandlingen mellom dem.

I neste kapittel skal jeg argumentere for at det var viktig å ha en rekke relasjoner, samt et ESC-nettverk for å kunne nyte best mulig av promoteringen de ulike landene hadde av det musikalske bidraget. Jeg skal understreke dette med å vise til hvordan arenaer som pressekonferansene og pressens posthyller var viktige i forbindelse med promoteringen. Jeg skal også vise hvordan arrangementet i seg selv var målet.

Kapittel 5 Arrangementet som mål

Det er en halvtime til Tsjekkias pressekonferanse skal begynne. Radka og jeg sitter i kafeen på pressesenteret. Hun er spent. Dette er den første pressekonferansen hun skal være med på, mens jeg har vært på flere tidligere på dagen. Vi rusler mot salen hvor pressekonferansen skal være da jeg spør Radka om hun har med noen t-skjorter eller noe annet for å dele ut. *"Hva? Trenger jeg det nå?"* Radka stopper opp. *"Det er på hotellet. Jeg visste ikke at jeg trengte det nå. Jeg rekker kanskje å hente det?"* Hun ser på klokka og teller med fingrene. Det er 20 minutter til det begynner. *"Jeg rekker det. Jeg tar en taxi"*. Jeg rekker ikke svare før Radka haster mot utgangen.

Etter pressekonferansen blir bandet, Kabát, fotografert og intervjuet. Samtidig deler Radka ut t-skjorter til pressen som kommer bort til henne, samt en folder med informasjon om bandet. Da det blir tomt for promomateriale er det en rekke journalister som kommer bort til henne og spør om hun har mer. Hun forteller dem at det er tomt, og de gir henne visittkortet sitt, eller små lapper med posthyllenummeret på. De ønsker at hun skulle legge promoteringsmateriale i posthyllen deres. Radka nikker og smiler, mens hun ser usikkert på meg. Jeg står ved siden av henne og vet like mye som Radka at hun ikke har mer promoteringsmateriale enn det som allerede er delt ut. Radka må plutselig bistå bandet som er ferdig med fotografering, og hun leverer bunken med visittkort og lapper til meg som står ved siden av henne, før hun haster bort til bandet som allerede er overrumplet av journalister. Jeg blir stående ved siden av den tomme kassen, hvor promoteringsmateriale har vært, og med en bunke visittkort i hånden. Flere journalister kommer bort til meg med visittkortene sine. Noen leverer visittkortet uten å si noe, men med et påfølgende nikk. Jeg ser at flere finner fram små lapper, som de skriver ned posthyllenummeret sitt på, før de leverer det til meg. Etter at hele seansen er over, går vi tilbake til kafeen for å snakke om pressekonferansen. Jeg gir visittkortene jeg har fått til Radka. Hun strør dem utover bordet. *"Herregud, hva skal jeg gjøre med alle disse lappene?"* Spør hun meg, mens hun rister oppgitt på hodet. Vi teller visittkortene og lappene. Det er over 300 stykker. *"Er du sikker på at dere ikke har flere t-skjorter på hotellet?"* spør jeg tilbake. *"Ja, vi tok ikke med så mange, jeg visste ikke at folk ville ha sånne ting,"* svarer Radka og klør seg i hodet. Hun er alvorlig, men plutselig kan jeg skimte et smil, og hun fortsetter: *"Neste år skal vi ha alt! Dvd, t-*

skjorte, cd, bok, bag, caps, veske, penn, alt!” Hun slår ut med armene, lener seg tilbake og nikker fornøyd.

Som jeg viste i forrige kapittel etablerte Radka relasjoner med delegater fra andre delegasjoner, fordi hun antok at dette var måter å bli en del av ESC-systemet på. Radka var ikke klar over at pressekonferansene var en sentral arena for å dele ut promoteringsmateriale. Dette lærte hun i løpet av finaleuken gjennom både denne episoden, og i møte med andre delegater.

Med utgangspunkt i promoteringsmaterialet som ble delt ut under pressekonferanser, samt i pressens posthyller, argumenterer jeg i dette kapittelet for at promoteringsmaterialet var sentralt i forbindelse med å vise at delegasjonen ønsket å fremme seg selv og få oppmerksomhet vedrørende sin deltagelse. Jeg hevder at gjennom promoteringsmaterialet understrekte de ulike delegasjonene en glede ved å delta i ESC. Jeg skal vise at promoteringen av deltagelsen var ikke bare for å få stemmer, men også for å vise at delegasjonen forstod hvordan de skulle delta.

“My Visionary Dream, is my Eurovisionary dream”

Under finaleuken ble pressekonferansene avholdt i en sal som lå midt i pressesenteret. Salen hadde hvitmalte vegger og gulvet var teppebelagt. På den ene langveggen førte fire dører ut til vrimlearealet og inngangspartiet. På den andre langveggen førte tre dører ut til pressesenterets kantine og restaurant. På den ene kortsiden av salen var det et langt podium, hvor artisten og den øvrige delegasjonen skulle sitte under pressekonferansen. Til venstre for podiet var det et avgrenset område hvor bandet kunne gå etter pressekonferansen for fotograferingen og eventuelt korte intervjuer. Bak dette området, samt bak podiet var det en blå vegg med ESC-logoen på. I tillegg hang flere sponsorplakater ned fra podiet. Podiet var også dekorert med blomsterdekorasjoner, og ESC-logoen. Tolv mikrofoner til delegasjon og ordstyrer var plassert på rekke langs podiet. Omtrent femten stoler i rekke, på fjorten rader dannet fire slike grupperinger av stolene, som utgjorde over 800 sitteplasser foran podiet. En storskjerm var plassert øverst i hjørnet opp mot taket. Der ble artistenes lydprøver sendt kontinuerlig. I tillegg var det en mindre tv-skjerm lengre bak i rommet. I løpet av finaleuken var det 84 pressekonferanser. Pressekonferansene var hver dag i seks dager, fra 3. mai til og

med 7.mai. I løpet av denne tiden hadde alle landene to lyd- og sceneprøver, med påfølgende pressekonferanser. Hver dag var det fjorten pressekonferanser, og de startet kl. 10.55 om formiddagen, og fortsatte til 22.25 om kvelden. Under pressekonferansen kom pressen som hadde møtt opp med spørsmål til artist og den øvrige delegasjonen som var korister, dansere, presseansvarlig og delegasjonens ansvarlige. Pressekonferansene startet alltid med at landets musikalske bidrag ble spilt, samtidig som at delegasjonen entret podiet.

I det følgende skal jeg beskrive Georgias pressekonferanse. Dette eksempelet belyser min argumentasjon om at promoteringsmaterialet var sentralt for å fremme en delegasjons deltagelse. Georgias bidrag het "Visionary Dream" og ble sunget av Sopho, ei 21 år gammel jente:

Før Georgias pressekonferanse står en kvinne fra delegasjonen mellom stolradene hvor pressen sitter og deler ut promoteringsmateriale. Det er flagg, t-skjorter, capser, pins, penner og cd-er. Georgias flagg er på effektene, samt at det er skrevet "Georgia" eller "Vote for Sopho and Georgia". Flere av pressefolkene som er til stede på denne pressekonferansen viser stor iver i å skaffe seg disse effektene. Flere tar på seg t-skjorter og capser umiddelbart, andre legger effektene i sekken/veska.

Pressekonferansen starter og en av kvinnene i delegasjonen uttaler; "Georgia er glade for å komme med nye farger, og nye ting til denne festivalen som ESC er. Det er også en glede å representere landet." Artisten Sopho fortsetter; "Georgia er et vakkert land, og det er godt å være her og være representant for landet. Alle i Georgia elsker å synge og danse, og håper alle ser det i vår fremførelse". En journalist fra salen spør hvor populært programmet er i Georgia. "Det har vært sendt på tv i to år, og under semifinalen skal regjeringen stenge av et helt kvartal, slik at folket kan se det hele på storskjerm. Så populært er det!" svarer Sopho. Deretter blir hun spurt om å synge litt, og hun synger frivillig en folkesang. Etterpå forklarer hun, etter spørsmål fra salen, hvorfor hun har byttet kjole under opptredenen. Hun forteller videre hvilke land som er hennes favoritter, og hun sier hun ikke gruer seg til konkurransen: "Jeg er ikke stresset, jeg har en kjærlighet til musikken, og musikken er min energi. Jeg kom hit for å vinne". Hun smiler og pressen i salen applauderer. Hun avslutter: "My Visionary Dream, is my Eurovisionary dream". Applausen bryter nok en gang ut. Hun smiler og reiser

seg opp. Flere journalister løper fram til podiet hun står ved for å få bilder, autografer og intervjuer.

I løpet av denne pressekonferansen informerte også et delegasjonsmedlem om at hvis pressen gikk rundt på pressesenteret under finaleuken iført t-skjortene som ble utdelt i forkant av pressekonferansen, kunne man bli trukket ut til å vinne en flaske Georgisk vin. På etiketten var det bilde av Sopho, samt Georgias flagg. I løpet av finaleuken så jeg en rekke pressefolk som hadde på seg slike t-skjorter. Som trykk på t-skjortene stod det skrevet: *"Vote for Sopho, Georgia"*.

Delegasjonen fra Georgia jobbet iherdig under hele finaleuken med promotering. Med å lodde ut vin og dele ut mengder av promoteringsmateriale, argumenterer jeg for at de gjennom sin deltagelse viste hvilken plass de ønsket å få i ESC. Det gjorde mange grep for å få oppmerksomhet rundt sin deltagelse. Georgias delegasjon ønsket å vise frem landet, samt formidle sitt bidrag som en positiv, men samtidig viktig og ny deltager for ESC. Georgias utveksling og gaver til pressen kan av den grunn leses som en mekanisme som ble brukt for å tilpasse seg ESC-systemet. De valgte også å presentere landet og artisten som bidragsytere til å opprettholde ESC. Det var ikke bare vinutlodningen som gjorde at Georgia fikk mye oppmerksomhet under finaleuken. Ansiktsmaling med flagg var også med på å rette oppmerksomhet mot Georgias deltagelse:

Før semifinalen har et hundretalls journalister samlet seg foran den største storskjermen på pressesenteret. Denne storskjermen er plassert i utkanten av vrimlearealet slik at mange kan få plass. I utkanten av folkemengden som har slått seg ned foran skjermen ser jeg en mann som blir malt i ansiktet av en annen mann. Jeg går nærmere, og ser etter hvert at det er Georgias flagg han maler. Begge mennene har på seg røde t-skjorter med trykket *"Vote for Georgia"* på. Ansiktet til mannen som malte er også dekt av Georgias flagg. Rundt dem er det flere pressfolk som har malt flagget i ansiktet.

Denne episoden var med på å understreke at mens Georgias delegasjon ytret en stor glede over å endelig delta i konkurransen ved å ha promoteringsmateriale, bidro pressefolk og fans til å opprettholde landets promotering, gjennom å gå med t-skjortene de fikk utdelt. Dette i håp om å vinne en flaske vin, samt gjennom å ha flagget malt i ansiktet. Göran Bolin hevder

at ESC er en verdensutstilling hvor markedsføringen av landene er sentral (Bolin 2002). Bolin argumenterer for at gjennom ESC 2002 viste landene seg fram på en slik måte at de ble lagt ut på et marked. I lys av Jean og John Comaroffs argument om at personer er konsumenter på en markeds plass (Comaroff og Comaroff 2001), kan ESC-scenen i denne sammenhengen ses på som en markeds plass hvor det ble konsum av de musikalske uttrykkene, men også promoteringsmaterialet. Jeg mener derfor at promoteringsmaterialet som ble delt ut ble materielle gjenstander som var med på å opprettholde strukturen i ESC.

Gjennom deltagelsen i ESC presenterte altså de ulike delegasjonene seg selv på forskjellige måter, med forskjellige mål. Georgia var i denne sammenhengen et eksempel på en delegasjon som eksponerte seg selv på en rekke måter som gjorde at deres deltagelse ble lagt merke til. De var med på å opprettholde en sosial struktur ved å promotere delegasjonen, da de på denne måten viste at de kunne reglene og kommunikasjonskodene. De hadde transaksjoner, gavebytter og formidling av sitt bidrag på måter som gjorde at alle la merke til bidraget. De fikk altså mye oppmerksomhet. Georgia var derfor et av landene pressen snakket om under finaleuken i Helsingfors. Det ser altså ut til at promoteringsmaterialet var sentralt for delegasjonenes deltagelse. I neste avsnitt skal jeg utdype dette.

Promoteringsmaterialet

I kapittel tre viste jeg hvordan flere av mine informanter ble integrert i arrangementene ved at de jobbet som frivillige, eller ved at de skulle være med å bidra til en folkefest. De ulike stedene skulle med andre ord vise at de var flinke i å lage folkefest, og at de var flinke til å arrangere delfinaler. Jeg argumenterer for at det samme foregår i ESC, men i denne sammenhengen var det promoteringsmaterialet de ulike delegasjonene brukte for å fremheve seg selv og som viste gleden ved å delta. Promoteringsmateriale var cd-er, t-skjorter, brosjyrer, reklamefoldere, kart og lignende om delegasjonen, artisten og landet.

Til tross for at det var frivillig å delta i ESC argumenterer jeg for at det var enkelte retningslinjer delegasjonene måtte forholde seg til. Som vist i kapittel fire var samhandling og forståelsen av kommunikasjonskoder viktig for å kunne etablere relasjoner. Jeg skal argumentere for at promoteringsmateriale delegasjonene hadde var like sentralt i forbindelse med å være en del av ESC-systemet. I dette kapitlet viser jeg at både deltagelsen på

promoteringsfester og utdelingen av promoteringsmaterialet var uskrevne regler og forpliktelser som delegasjonene måtte forholde seg til. Det var delegasjonene selv, men også EBU som var med på å styre dette.

Pressens posthyller på pressesenteret eksemplifiserer nettopp dette. All akkreditert presse hadde en slik posthylle, så hver dag hentet jeg invitasjoner, presseinformasjon, promoteringsmateriale fra ulike land, eksempelvis plakater av artisten, informasjon om artisten, og musikk, samt informasjon om og reklame for Helsingfors og Finland i posthyllen min. Den informasjonen pressen fikk i posthyllene skulle de formidle videre til sine respektive medier. Gjennom posthyllene fikk derfor pressen representasjonen av de ulike landene rett i fanget. Pressens posthyller var med andre ord sentral for kommunikasjon mellom delegasjonene og pressen. I tillegg kunne man utveksle kunnskap om de ulike artister og delegasjoner gjennom posthyllene. I likhet med promoteringsmaterialet var derfor posthyllene med på å opprettholde den sosiale strukturen, nettopp fordi de var et viktig forum for å uveksle promoteringsmaterialet. Det var EBU og YLE som organiserte og stod for posthyllene.

I *Gaven* peker Marcel Mauss på hvordan ting har en iboende kraft, i form av å være en gave. Det blir på denne måten totale, sosiale fenomen (Mauss 1995 [1950]). I forhold til Mauss' teori om Gaven, valgte pressen å ta i mot den gaven eksempelvis Georgia ga. De brukte gaven fysisk ved å ta på seg t-skjorten. Kravet fra Georgia var at for å vinne en flaske vin, måtte man også gå med t-skjorten. I denne sammenhengen ble vinflasken en materiell gjenstand som understrekte bytterelasjonene. Både giveren som var Georgias delegasjon, og mottakeren som var pressen, var inneforstått med hva denne bytterelasjonen inneholdt. Det var ikke nødvendigvis det at det var en flaske vin som gjorde det til en sentral gave, men betydningen av at det var en gave i seg selv, som gjør den viktig for Georgias delegasjon å bytte med. I henhold til dette argumenterer jeg for at man kan se en sammenheng mellom Mauss' argumentasjon om gaven, og uvekslingen som foregikk i posthyllene under ESC. Dette fordi det i ESC-sammenheng kunne tyde på at var en uskreven regel å gi promoteringsmateriale og informasjon om sin delegasjon, man skulle motta og deretter gi tilbake promoteringsmateriale og informasjon om sin delegasjon igjen. Dette resiprositetsforholdet (Mauss 1995 [1950]) med en balanse i forhold til plikten å gi, og

plikten til å motta ble brutt hvis delegasjoner ikke delte ut promoteringsmateriale i posthyllene, men kun mottok fra de andre delegasjonene. Ved å kun motta promoteringsmateriale, og ikke gi, ble det skapt en ubalanse i resiprositetsforholdet og i bytteprosessen.

Et eksempel på dette er en episode hvor jeg satt i kafeen på pressesenteret med to britiske informanter. Den ene av dem spurte meg hvorfor de ikke fikk promoteringsmateriale fra den norske delegasjonen i posthyllene. Jeg svarte at jeg ikke hadde noe med promoteringen av det norske bidraget å gjøre. Likevel følte jeg meg nesten ille til møte, og ansvarlig for at den norske delegasjonen ikke la promoteringsmateriale i posthyllene. Dette fordi, som jeg viste ovenfor, posthyllene fungerte som utveksling av oppmerksomhet og som en katalysator for å etablere sosiale relasjoner. Derfor fikk jeg inntrykk av at da jeg fikk bilder og cd-er fra de andre landene om deres artister, ble resiprositetsforholdet brutt. Den norske delegasjonen la ikke promoteringsmateriale i posthyllene. Promoteringsmaterialet fra den norske delegasjonene ble bare delt ut på Vikingfesten, hvor det var kun inviterte fra de skandinaviske landene.

Jeg vil derfor hevde at utvekslingen av promoteringsmateriale også kan forstås som en Kula-ring (Malinowski 1922). Deltagerne og delegasjonene reiser rundt i et gitt territorium, Europa, og utveksler gaver. I denne sammenhengen deler de av sin kultur i form av musikalske uttrykk. ESC blir da en utveksling av fellesskap som kan trekkes tilbake til Malinowskis beskrivelse av integrasjon av en rekke små steder i forhold til en større region. Poenggivningen og musikken i ESC byttes mot anerkjennelse som igjen danner et hierarki, men også opprettholder en sosial struktur. Posthyllene ble i denne sammenhengen sentrale i forbindelse med nettopp byttet av kultur og utvekslingen av gaver. Denne utvekslingen av musikalske uttrykk og materielle ting som eksempelvis capser, t-skjorter og plakater var derfor sentrale for delegasjonenes representasjon av seg selv.

I henhold til argumentasjonen ovenfor ble promoteringsmaterialet omgjort til symboler, i kraft av at de var en mekanisme som var med på å opprettholde ESC som en sosial struktur. Roberto DaMatta peker i studiet av karneval i Rio Di Janeiro, på hvor viktig det er å forstå hvordan objekter transformeres til symboler, igjen for å forstå hva som er ritualer (DaMatta

1984: 214). Til tross for at jeg ikke ser på ESC som et ritual, hevder jeg den symbolske meningen endres i forhold til hvem som har den, og i hvilken sammenheng han eller hun har mottatt den materielle gjenstanden. Susan Sontag peker på at "Camp is esoteric – something of a private code, a badge of identity even, among small urban cliques" (Sontag 1990 [1964]: 275). I tråd med dette utsagnet bekrefter promoteringsmaterialet med andre ord en status som deltager i ESC. Capsen med Georgias flagg ble i denne sammenhengen en slik kode som viste at aktøren var i den sosiale strukturen på en eller annen måte, og dette formidlet aktøren ved å bruke capsen. Eieren ble altså med på å opprettholde den sosiale strukturen, ved å bruke capsen. Adam Arvidsson (2006) peker på nettopp dette. Han belyser hvordan merkevarer har blitt en del av den globale kulturen (Arvidsson 2006). Han sier at merkevaren har betydning for hva en materiell gjenstand er, og at det er mulig å forhandle selvet i relasjon til de skiftende ønskene i hverdagslivet. Videre sier han at merkevarene skaper et fellesskap i seg selv (Arvidsson 2006: 5). Ut ifra dette synspunktet kan det se ut til at en caps ikke hadde samme verdi som en Georgiacaps. Den hadde en verdi nettopp fordi det var en Georgiacaps og ikke hvilken som helst caps. Det var et poeng i seg selv at det var en caps som ble gitt ut av den georgiske delegasjonen fordi det var en gjenstand som var lagd i forbindelse med ESC. Den var masseprodusert, men likevel unik. Kjetil Rolness peker på at masseproduserte varer bygger på stereotypier, og derfor kan ses på som kitsch (Rolness 2007). Han mener kitsch produseres på massebasis, og at det videre ender i et ironisk forbruk. For å ha en ironisk innstilling til kitsch må man derimot kjenne kodene det krever (Rolness 2007: 164). Det kan derfor hevdes at det å bruke en Georgiacaps under finaleuken i Helsingfors var annerledes og måtte derfor fortolkes på en annen måte, enn når den skulle brukes sommeren etterpå. Derimot, ved å spille på særtrekk og stereotypier, ville også landets unikhhet kunne kommuniseres tydeligere og derav også vise seg "fra sin beste side". Jeremy Boissevain viser i artikkelen "Toward an Anthropology of European Communities" at nostalgi er blitt vareliggjort (Boissevain 1996: 52). Dette forklarer han med å vise til hvordan museum, og derav autentiske uttrykk, har blitt rene industrier for å tjene penger. I denne sammenhengen kan dette ses på hvordan promoteringsmateriale spiller på nostalgi, tradisjon, men også stereotypi. Den Georgiske vinen var et eksempel på dette.

Gjennom promoteringsmaterialet vil jeg derfor hevde at både delegatene og delegasjonene var med på å opprettholde en sosial struktur. Delegasjonene delte ut promoteringsmaterialet,

og journalistene tok i mot og brukte det. På denne måten ytret eksempelvis Georgias delegasjon og pressen som mottaker, at de forstod kommunikasjonskodene. Samtidig som at Georgia viste sin glede over å delta i ESC, viste journalistene også sin glede over dette. På denne måten ble både delegasjonen og journalistene med på bekrefte at promoteringsmaterialet var viktig for opprettholdelsen av relasjoner som oppstod mellom presse og delegasjon.

Jeg har argumentert for at promoteringsmaterialet kan si noe om hvordan delegasjoner deltok i ESC. Dette kom tydeligst fram i forhold til hvilke delegasjoner som hadde mye promoteringsmateriale, og hvem som ikke hadde det. Det tyder derfor på at gjennom pressekonferanser og utvekslingen av promoteringsmateriale viste delegasjoner hverandre hvem som kunne "kodene" og hvem som ikke kunne dem. Marianne Lien peker på hvordan utveksling av matgaver kan betraktes som et middel for å vedlikeholde sosiale nettverk og å ivareta en selektiv form for inklusjon (Lien 2001: 96). I tråd med hennes utsagn viser min argumentasjon hvor viktig pressekonferanser og posthyller var i opprettholdelsen av ESC. Gjennom pressekonferansen var delegasjonen ambassadører for sitt land. Hvis pressen samme dag fikk en invitasjon om at delegasjonen skulle ha fest om kvelden gikk muligens et utvalg av pressen på denne festen. Konkurransen dreide seg derfor å omgjøre og forhandle oppmerksomheten til å bli en representativ utgave av sin delegasjon for å kunne vise at "vi kan dette, vi er flinke til å ha fest". Pressekonferanser og promoteringsmateriale som ble delt ut var derfor med på å opprettholde ESC som en byttebørs. Denne byttebørsen ga flere relasjoner og et større nettverk.

Jeg har vist at promoteringsmateriale var viktig i promoteringen av en delegasjons deltagelse i ESC. Gjennom promotering viste delegasjonene at de visste hvordan de skulle delta. For å trekke trådene tilbake til den norske konteksten, hevder jeg at i Alta, Bodø, Stokke og som vist Georgia, hadde de til felles at arrangørene ønsket å fremme befolkningen på stedet som gode arrangører. Aktørene som styrte dette på de ulike stedene hadde derimot ulike interesser og strategier for hva dette arrangementet skulle være. Med andre ord, selv om vertskapet varierte, var tanken bak den samme – det var et ønske å få anerkjennelse som en god arrangør og som et respektabelt vertskap. Kremmeren i Bodø og mannen med Georgia-flagg malt i ansiktet var begge med på opprettholde den sosiale strukturen ved å fremme sin

deltagelse og oppnå oppmerksomhet. De var med andre ord en del av den samme sosiale strukturen, men også med på å endre den på grunn av sine egne interesser.

Siden en rekke aktører hadde promoteringsmateriale var det også på denne måten de opprettholdt fenomenet som struktur. De opprettholdt altså strukturen i ESC ved å utveksle promoteringsmateriale. Det viser derfor at delegasjonene var med på å utvikle ESC og endre det. Der de frivillige var med på promotere stedene i Norge hvor delfinalene ble arrangert, hevder jeg det i den internasjonale sammenhengen var promoteringsmaterialet som var med på dette. Oppmerksomheten som ble oppnådd var den samme. Det synes viktig for alle å promotere sitt eget sted og land gjennom å vise frem gleden av å være arrangør.

I det følgende skal jeg gi et eksempel på hvordan deltagelsen også ble promotert gjennom flagg. Flagget er i denne konteksten kun en gjenstand man kunne få som promoteringsmateriale.

Det er like før semifinalen. Radka og jeg skal sitte sammen i salen og har det litt travelt, fordi det er like før sendingen skal begynne. Radka har med seg mange tsjekkiske flagg i veska som konene til bandmedlemmene i Kabát, skal vifte med under tv-sendingen. I foajeen til Hartwall Arena oppdager vi tilfeldigvis James som står sammen med noen andre journalister fra den britiske delegasjonen. Radka utbryter: *"Å, jeg må gi James et tsjekkisk flagg. Han skal jo sitte foran kameraene. Da kommer kanskje det tsjekkiske flagget på tv!"* Vi haster bort til James, og Radka gir ham kjapt et av flaggene hun har med. Det er like stort som et balkongflagg. *"Her, vift med dette når kameraene sveiper over hodet ditt"* sier hun med et smil og slenger flagget mot James, idet vi passerer han. *"Selvsagt skal jeg det! Jeg skal heie masse på dere"* roper James etter oss i det vi haster lengre innover i foajeen og mot feltet hvor vi skal sitte.

For det første viser denne episoden hvordan James opprettholdt relasjonen med Radka, ved å motta det tsjekkiske flagget. Selv om James var akkreditert i den britiske delegasjonen, viste han at han var imøtekommende og åpen for Radkas forslag. Han ville gjerne ha henne i sitt nettverk og i tillegg viste han de andre han stod sammen med at han hadde en relasjon til Radka ved å ta imot flagget hun ga han. Flagget var ikke et symbol i seg selv på det "nasjonale" i denne sammenhengen. Jeg så flere fans og journalister som hadde både ett, to

og tre flagg fra forskjellige land. Bente, medlem i den norske OGAE-klubben, forklarte at det var ikke hvilket flagg man veivet med som var viktig, det viktige var at det var et flagg. Det var gøy å vifte med flaggene, og dette kunne eksempelvis føre til at hun kom med på tv i den direkte sendte tv-sendingen. Hun fortalte også at flagghavet foran scenen kom av at disse plassene var reservert til de ulike OGAE-fanklubbene, nettopp fordi de hadde så mange flagg. Fanklubbene hadde ikke kun ett flagg fra sitt "eget" land, men også andre flagg fra andre land. Flere delegasjoner delte også ut flagg på pressekonferanser eller utenfor Hartwall Arena. Med andre ord, de som veivet med et bulgarsk eller dansk flagg var ikke nødvendigvis bulgarere eller dansker, de var heller ikke nødvendigvis stor fan av landenes bidrag, men de hadde kanskje fått flagget utdelt. Trolig av noen de hadde blitt kjent med i løpet av finaleuken. Av den grunn var det gøy og vifte med flaggene. Dette kunne igjen føre til at de kom på tv. Fra EBU og YLEs side, som styrte billettsalget, ble det forklart at plassene foran scenen var reservert fanklubbene, nettopp fordi de skapte liv og røre, med blant annet flaggene (Pressekonferanse 13.mai). På tv kan det derfor se ut som at dette var en fest med mange nasjonaliteter side om side. EBU og YLE la altså føringer for hvordan tv-sendingen skulle være, og hvordan tv-seerne skulle oppfatte den. Det var den formelle strukturen som styrte. Produksjonen la altså føringer for hvordan arrangementet skal foregå.

Dette kan også ses i sammenheng med de musikalske uttrykkene. Deltagerlandene kunne i tillegg til å ha promoteringsmaterialet, oppnå oppmerksomhet med sitt musikalske bidrag. Dette skal jeg utdype nærmere i neste avsnitt i lys av det norske bidraget.

Den norske latinosen

*"Oh... ven a bailar conmigo, Come dance with me tonight, let's feel the beat
feel the heat, you and me" (Refrenget til Norges bidrag 2007).³³*

³³ Tekst og melodi: Thomas G: Son.

Reglementet om hvilket språk det skal synges på i den internasjonale finalen har blitt endret en rekke ganger i ESC. Fra 1956- 1965 var det tillatt å synge på hvilket språk en ville, noe som gjorde at de fleste valgte å synge på engelsk. Fra 1966 endret reglene seg, og artistene måtte synge på sitt eget språk. I 1973 endret dette seg igjen, og fram til 1977 kunne artistene velge språk. Da ble artistene tvunget til å synge på sitt eget språk igjen. Den siste endringen skjedde i 1999 og siden da har språket vært valgfritt. Det har resultert i at en rekke land synger på engelsk. Det er mange som har vært både for og i mot dette og Svante Stockselius, produksjonsleder i EBU, forsvarte dette i EBU's pressekonferanse:

”Sendingen må endres for å følge med på utviklingen. Det er noe spesielt med tv-underholdning. Vi kan ikke slappe av. Vi må hele tiden moderniseres og oppdateres. Det er ikke en tvang, men en frihet å synge på hvilket språk man vil. Det er opp til hver enkelt artist hvilket språk han eller hun vil synge på.”

Tim Edensor (2002) peker på at musikk kan fremme nasjonale uttrykk. I denne sammenhengen er det institusjonen EBU som bestemmer dette, fordi det er de som har lagd reglementet som sier at alle kan synge på valgfritt språk. George Lewis peker på at musikk blir en form for 'symbolsk kommunikasjon'. Dette fordi musikk er et system av symbolsk mening for individer og sosiale grupper (Lewis 1992: 135). Språket de synger på, kan være en slik symbolsk mening. Det kan hevdes at mange land spilte på noe autentisk med sitt land, en stereotypi, eller noe som de visste at andre land så på som typisk for akkurat dette landet. Det var med andre ord et mangfold også i de musikalske bidragene, slik som i deltagelsen ellers.

For å eksemplifisere skal jeg vise til Norges bidrag i 2007. Som tidligere nevnt het sangen ”Ven a bailar conmigo”, og ble fremført av Guri Schanke. Bidraget ble omdiskutert av både norske og internasjonale medier på grunn av at flere mente den var inspirert av latinsk musikk, ettersom en strofe var på spansk, samt at koreografi og antrekk var ”latino-inspirert”. Allerede under den norske delfinalen mente flere av informantene mine at dette ikke var en norsk sang, og at den derfor ikke kunne representere Norge i den internasjonale finalen. Produksjonen av låten spilte på det ”latinske” uttrykket. Noe som også underbygget dette var Guri Schankes to dansere, to norske gutter som hadde farget håret svart for å se mer ”latinsk” ut. En annen kritikk gikk ut på at vokalisten ikke hadde korrekt spansk uttale. Som delegat fra den norske delegasjonen ble jeg ved flere tilfeller konfrontert med disse

kommentarene av journalister fra blant annet Storbritannia. Radka syntes også det var rart at Norge skulle representeres med en spansk inspirert sang. Hun rynket på nesa, ”*Dette er jo ikke norsk musikk!*”. Hun hadde en forutinntatthet om at i ESC skulle ”nasjonens egne musikk” representeres. Dette viser hvordan produksjonen av autentisitet og patriotisme kan fremme ulike synspunkter på hva et nasjonalt uttrykk er, og hva ESC skal være. Dette viser ikke bare hvordan global flyt kan være med på å forme musikalske uttrykk, men også hvor tradisjonelt og gitt ESC er, basert på faste rammer og forutinntatthet seere og medier har. Richard Collins peker på at mens Europa blir mer og mer forent, blir det også mer splittet (Collins 2002). Dette i forbindelse med global konvergens i sammenheng med media. ESC kan med utgangspunktet i dette ses på som en scene for Europa hvor de musikalske bidragene ble fremstilt på en scene som skulle konstruere europeere i et europeisk fellesskap. De musikalske bidragene ble uttrykk for hvert land og det ble forlangt at det ble fremstilt autentisk. Den norske delegasjonens argument over det ”latinoinspirerte” bidraget var derimot at ”alt er jo lov”. Hvorvidt Spania eller Norge har monopol på ”det latinske uttrykket” er en annen diskusjon. Noen av mine informanter uttalte at de undert seg over at ”det norske folk” hadde valgt et uttrykk som de ikke forbandt med det norske. De uttalte videre at de ikke trodde noen ville ta fremføringen og sangen seriøst. Det kunne altså tyde på at var flere uskrevne regler som måtte følges for at de musikalske bidragene skulle bli tatt seriøst.

Det institusjonelle, altså EBU, la føringer gjennom reglement for hvordan sangen skulle være. Som populærmusikk generelt vil derfor musikk på ESC-arenaen være både elsket og hatet, alt etter smak og behag til tv-seer eller journalist.

Produksjonen la vekt på kjoler, lys, scene og koreografi fordi det skulle se bra ut på tv. Det skulle være underholdende, og det skulle se bra ut på tv. Tilfellet med den norske bidraget viste derimot at det som den formelle institusjonen NRK la føringer for ikke fungerte blant dem jeg snakket med. Torfinn mente Schanke var i en alder hvor en kort kjole ikke passet, noen mente hun ikke uttalte ordene riktig. Andre mente den var nittitalls, og at slike ”latinohits” hørte nittitallet til. Det kan derfor tyde på at mine informanter hadde ulike syn på hva og hvordan de musikalske bidragene i ESC skulle være, nettopp fordi alle hadde ulike interesser, og var der av ulike grunner. Siden Schanke heller ikke kvalifiserte seg til finalen

mente flere av mine informanter at NRK hadde ”bommet”. Jeg vil samtidig understreke at det var ”det norske folk” som hadde stemt Schanke frem som representant for Norge i den internasjonale finalen, så slike beskyldninger virket derfor som tomme ord til NRK.

Et eksempel fra pressekonferansen til Tsjekkias Kabát er enda et eksempel på hvordan det musikalske bidraget hadde betydning for delegasjonens deltagelse. Bandet hadde spilt sammen siden 1983, og bandmedlemmene var alle i 45 års alderen. De hadde i 2002 solgt en cd som hadde vært den mestselgende cd-en i tsjekkisk historie. Bandmedlemmene hadde langt, rufsete hår, solbriller, caps og var ikledd dongeribukse og jakke. Mange mente de kunne betegnes som rockere, og passet derfor ikke helt inn i ESC. James var en av dem som uttrykte dette. I en samtale jeg hadde med han om bidraget kom vi inn på sjanger. Han sa: *”Det er jo spennende og gøy at det er litt rock med i ESC, men det er jo ikke noe spesielt å se på. Det er jo ikke underholdning for tv-publikummet”*. Han mente derimot at det skulle være litt mer farger, koreografi og kjoler; det var det som var ESC. For å gå tilbake til eksempelet med Kabát fikk de under sin pressekonferanse i Helsingfors en rekke spørsmål fra salen om de hadde støtte fra hjemlandet. Manageren, som snakket engelsk, oversatte fra vokalistens: *”70 % av alle intellektuelle vurderte å begå selvmord da det viste seg at vi vant, men vanlige folk kjøper musikken vår altså”*. Radka forklarte meg senere at Kabát var et rockeband som var vant til å spille på små, brune puber i tsjekkiske landsbyer. Hun mente med andre ord at de var ”folkelige”, men ikke ”intellektuelle” noe de selv uttrykte i pressekonferansen.

På en annen side, da det viste seg at Tsjekkia og Kabát ikke klarte å kvalifisere seg til finalen, påpekte Radka at det kanskje hadde vært bedre med en artist som kunne få mer oppmerksomhet blant det europeiske publikum, eksempelvis en vakker pike med fin kjole. Siden den tsjekkiske delegasjonen ikke var kjent med ESC fra før, måtte de derfor tilpasse seg ESC. Radka uttrykte flere ganger et ønske om at Tsjekkia skulle bli en del av ESC-systemet.

Det visuelle, og det musikalske bidraget, ble i denne sammenhengen et grep delegasjonene gjorde for å få oppmerksomhet rundt sin deltagelse. Dette bringer meg over på min argumentasjon om at selve målet med deltagelsen, og engasjementet i ESC var at delegatene og delegasjonene ønsket å vise seg frem fra sin beste side og vise at man var flinke til å delta,

nettopp fordi man forstod kodene som jeg forklarte i kapittel fire. Dette skal jeg gjøre rede for i neste avsnitt hvor jeg argumenterer for at noen delegasjoner og aktører hadde et tydelig ønske om å være vertskap.

Å være vertskap

Som jeg har vist var det mange ulike aktører som hadde forskjellige interesser i MGP og ESC. Tendensen har vist at det var viktig å opprette relasjoner og utvikle et nettverk i den sosiale strukturen som ESC var. Hadde man klart å få et nettverk og oppnådd anerkjennelse som vertsby og/eller eventuelt delegasjon kunne man få anerkjennelse av andre delegasjoner og aktører. Jeg har vist at promoteringsmaterialet og integreringen av de frivillige understreket et ønske om å være arrangør. Som eksempelet med Georgia viser, var promoteringsmaterialet med på å synliggjøre at de kunne kodene som krevdes for å være med på å opprettholde den sosiale strukturen.

Ukrainas deltagelse i 2004 var også et eksempel på dette. Før deltagelsen hadde et nøye sammensatt team håndplukket artisten som skulle representere landet i den internasjonale finalen. Bak teamet stod et konsulentselskap som brukte lang tid på markedsføringen av artisten og deltagelsen. Målet var å vinne den internasjonale finalen, noe Ukraina også gjorde. De ble arrangører for finalen i 2005. Ukraina brukte denne anledningen som vertsland til å fremme landet i europeisk sammenheng (Kurochka 2005). Dette viser hvordan det å være vertskap kan ha ringvirkninger, også utover fem minutter i spotlighten, men kanskje positive konsekvenser for landet som sådan, nettopp fordi de oppnår oppmerksomhet gjennom å være vertskap.

I den norske konteksten så det ut til at vertsbyene skulle overgå hverandre i arrangementene. De ulike stedene skulle fremmes som flinke i å arrangere folkefest. Det var om å gjøre å ha det mest spektakulære, både i størrelse og i skala. Dette er noe Odd Are Berkaak peker på i studiet av Lillehammer OL. Han sier følgende:

”The importance of the Olympic Games as an ongoing global spectacle, then, is the hyperbolic expectation to exceed all limits, break all boundaries and burst all formats, to reconfirm bi-annually that the human condition is to transcend its own condition” (Berkaak 1999: 51).

Med en tanke i forlengelse av dette sitatet argumenterer jeg for at det samme forekom i ESC. Det var om å gjøre å vise seg frem og vise at man mestret å være arrangør. Dette var noe også Heikki Seppälä påpekte i sine velkomstord i *Delegation Handbook*:

”For you, the Performing Artists, the Stars of the Show, we have prepared a stage good enough to give the best possible background for your song. We have built the lights, special effects and cameras to ensure that your song can be presented in the best possible way to millions of viewers around the world” (Seppälä 2007a: 5).

I likhet med Berkaaks påstand hevder Göran Bolin at det å være arrangør for slike teknologiske arrangementer som ESC kan vise at man er flinke til å takle modernitet, altså å arrangere en slik stor mediehendelse (Bolin 2006). Dette var noe Seppälä utdypte i *Official Program*:

”Behind the song contest lies the development of multicultural entertainment on European Television, spanning more than half a century. This trajectory has led to the creation of a modern, commercial, lively and interactive programme format that appeals to today’s young audiences. Simultaneously, it has generated an event structure in which impressive experiences are created using the latest hi-tech applications” (Seppälä 2007b: 6).

En fotojournalist jeg kom i snakk med finaldagen i Helsingfors pekte på nettopp dette. Han var irritert over at det kun var tillatt for fotografene å ta bilder under lydprøvene, men ikke finalekvelden:

”Det er jo fordi YLE skal ha de beste bildene for seg selv. De skal vise at de er flinkest i klassen til dette her, så vi andre kan ikke få gode bilder. Vi må jo stå på andre siden av hallen – og da blir det jo ikke noen bra bilder kan du skjønne. Det er en ren og skjær egoistisk produksjonsgreie!”

Han var tydelig oppbrakt over at pressefotografene ikke var tillatt å gå lengre fram til scenen under selve tv-sendingen. Fotojournalisten mente med andre ord at YLE ikke tenkte på de andre tv-kanalene eller journalistene, kun sine egne. De ville gjøre finalen til *sin* produksjon. Av den grunn ble det også understreket hvor bra sendingen var, siden ingen andre hadde rettigheter heller. Med utgangspunkt i dette utsagnet kan det tyde på at det var størrelsen og omfanget av medieproduksjonen som var gulroten for noen av produksjonsselskapene, og de kommende arrangører. I det offisielle programmet til Helsingfors 2007 sa produksjonsleder i EBU, Svante Stockselius, følgende:

”From the first studio-based production in 1956, with only seven countries taking part, the show has grown into a major multimedia event; this year, with a new record of 42 participating countries. No other TV-event, aside from maybe the biggest sporting events, can unite such a large group of European spectators” (Stockselius 2007).

På bakgrunn av dette hevder jeg at det å være arrangør var med på å underbygge det LOOC gjorde i sammenheng med OL på Lillehammer. LOOC hadde flere arrangementsmål. I dette inngikk det som ble kalt ”nasjonalt mål”. Her ble det fremhevet uttrykk som ”nasjonal samlede begivenhet” og ”utstillingsvindu for idrett, arkitektur, miljø og kultur” (Klausen 1996: 219). De olympiske lekene skulle med andre ord fremme Lillehammer som en god vertsby og arrangør for lekene. Jeg argumenterer for at det samme var målet, ikke bare under nasjonale delfinaler, men også i den internasjonale finalen i Helsingfors. Målet var å være en god arrangør, både på regionalt, nasjonalt og internasjonalt nivå. Videre finner jeg at det å være en god arrangør munner ut i å få anerkjennelse. Donald Getz peker på nettopp dette. Han peker på hvordan festivaler spiller en viktig rolle i en by eller i en region (Getz i Derrett 2004: 33). Dette fordi slike arrangementer fremmer stedet som et hyggelig sted å være. Promoteringsmaterialet var i denne sammenhengen en katalysator for å vise at delegasjonen ønsket å fremme seg selv. Under finaleuken i Helsingfors var mitt inntrykk at promoteringsmaterialet viste frem delegasjonen, og viste samtidig at delegasjonen var forberedt til deltagelsen nettopp ved å ha promoteringsmateriale. Ved å vise dette ble delegasjonen en del av fenomenet og den sosiale strukturen. Dette fikk de anerkjennelse for som delegasjon.

Videre kan det diskuteres hvorvidt man blir med på å opprettholde strukturen, selv om man ble arrangør. James henvendte seg til meg som var delegat fra den norske delegasjonen og uttalte seg om nettopp dette; ”*Dere (Norge) har ikke gjort det særlig godt i de siste årene, har dere vel?*” Han mente at til tross for at Norge hadde arrangert finalen to ganger³⁴, var ikke Norge særlig anerkjent i ESC. Han mente Norge som ESC-deltager var perifer.

³⁴ Norge arrangerte den internasjonale finalen i 1985 og i 1995.

Promoteringsmaterialet var noe som kunne rette på dette, men siden Norge hadde lite promoteringsmateriale vakte også dette misnøye. Det kan derfor tyde på at det fins unntak i forhold til å være arrangør og av den grunn i sentrum av den sosiale strukturen. Selv om delegater fra den norske delegasjonen var med på å opprettholde den sosiale strukturen ved å delta, var ikke delegasjonen i seg selv ”i den indre sirkelen”. Altså, selv om Norge hadde vært arrangør var ikke Norge særlig anerkjent, mente James. Jostein Pedersen som var kommentator under den norske og internasjonale finalen fram til 2007 skriver i *Historien om Melodi Grand Prix*: ”Det viktigste i Grand Prix er ikke å vinne, men å slå svenskene” (Pedersen 1996: 98). Det kan altså tyde på at i tråd med James’ syn på Norge som deltager i ESC er Pedersens utsagn om at for Norge var ikke det viktigste å vinne, men å slå svenskene. En anerkjennelse ovenfor svenskene vil altså i lys av denne påstanden være mer verd enn anerkjennelse av de øvrige europeiske landene.

Ved å være vertsby eller vertsnasjon kan altså anerkjennelse fra andre land oppnås, og det var et bevis på et utbytte av å være en del av et nettverk. Ved å være arrangør kunne landet fremme seg som destinasjon, nettopp slik Ukraina gjorde da de vant i 2004. Ønsket om å være vertskap ble altså understreket med promoteringsmaterialet, da dette ga en pekepinn på hva de andre delegasjonene kunne vente seg av landet hvis de fikk være arrangør året etter. Slik vil altså fenomenet også opprettholdes, noen vil alltid være arrangør, for å fremme sted eller for å få anerkjennelse som produsenter eller gode arrangører. Dette er noe jeg skal utdype i neste avsnitt.

En by i ESC-ånd

Dagen etter finalen i Helsingfors har EBU og YLE pressekonferanse. Et panel med blant annet produsent Hekki Seppälä og event-manager Kjell Ekholm oppsummerer finaleuken og tv-sendingene. De to representantene forteller at både EBU og YLE er glade og fornøyde med kvelden. De har fått mye ros av entusiastiske delegasjoner. De smiler; ”Dette var den største, men også den beste ESC”. En håndfull pressefolk som har møtt opp klapper pliktoppfyllende. Panelet gratulerer vinneren Serbia, og takker produksjonen for den gode organiseringen. ”*Alle gjorde flotte jobber og hadde god holdning. Neste uke kommer noen tall om hvordan det gikk. Budsjettet er ikke visst enda, men i enden av mai vet man mer. Alle delegasjoner reiser hjem fornøyde*”. De forteller videre at mye planlegging ligger bak

arrangementet, og at en del følelser også er knyttet til jobben. Endelig var det her, og alle har jobbet mye for å få det til:

”Hele Helsingfors har vært involvert i å lage show. 500 000 mennesker har gjennom hele uka tatt del i det som har skjedd i byen. 30 000 så finalen på storskjerm, og flere ville ha kommet hadde det vært plass. Slikt har aldri skjedd før. Det var fint vær, og alle er glade nå”.

Mennene i panelet smiler igjen. En journalist fra salen stiller spørsmålet: *”Er Serbia klare for å ha finale? De er jo et fattig, deprimert land i krig og befolkningen har mistet mye selvfølgelig”.* Mennene i panelet nikker: *”Dette er en mulighet de får til å vise at de kan se annerledes ut. De kan vise andre land noe annet”.* De fortsetter: *”Serbia er et fattig land og de har en annen historie enn vi har. Med et slikt arrangement kan de kanskje skape solskinn i et skyet land. Dette arrangementet er stort for dem”.* Journalister nikket fornøyd over svaret han får.

Det var flere likhetstrekk mellom arrangørene i Helsingfors og arrangørene i eksempelvis Bodø. Blant annet hvordan de ønsket at lokalbefolkningen skulle være en del av arrangementet. Det kan derfor tyde på at det var en ide, også i internasjonal sammenheng, å inkludere lokalbefolkningen, om enn ikke på samme måte. Eksempel på dette er fra under direktesendingen hvor det også under finalen ble klippet inn folkemassen som var på Senate Square³⁵ i Helsingfors, og fulgte med på finalen på storskjerm. Denne kvelden var jeg på pressesenteret, men en av mine informanter, Viktoria 22 år, var norsk student i Helsingfors. Hun var på Senate Square denne kvelden. I ettertid foralte hun;

”Det var mange som var fulle. Det lå tomme ølbokser overalt. Det virket som at mange bare var der fordi det var mange andre folk der fra før. Av den grunn var det også mange folk i byen. Men det var jo god stemning, og sjeldent noe slikt skjer i Helsingfors”.

Viktoria var altså ikke sikker på om alle var der bare for å se finalen i ESC. Likevel vil jeg understreke at det gjør ikke arrangementet mindre viktig, eller mindre relevant for å samle

³⁵ Senate Square er et slags torg, og samlingssted i sentrum av Helsingfors.

lokalbefolkningen. Det viste seg at det var nær 30 000 personer³⁶ på plassen som så på finalen. Likevel vil jeg påstå at de så på finalen med ulikt utgangspunkt og ulike interesser. Det kan derfor tyde på at sammen med promoteringsmaterialet var slike folkesamlinger viktige sider og episoder å fremme for en arrangør, nettopp for å vise at de var en god arrangør og kunne lage folkefest.

Ros Derrett (2004) peker på hvordan noen samfunn bruker festivaler til å promotere kultur (Derrett 2004). Han peker på at kulturfestivaler er et "felles gode". Han skisserer relasjoner mellom sted, arrangør og besøkende. De besøkende er de som kommer til byen, nettopp for å ta del i festivalen (Derrett 2004: 40- 41). I denne sammenhengen var de besøkende de akkrediterte. Mitt inntrykk var at det var færre som reiste til stedene som arrangerte delfinaler. Til Helsingfors kom journalister og presse fra hele verden for å være med på ESC naturlig nok fordi det var flere land og større omfang både av delegater og journalister.

Pressekonferansen som ble arrangert av EBU og YLE viste derfor at det institusjonelle, det som bestemte og la retningslinjer for arrangementet også var med på å opprettholde en sosial struktur. Nettopp fordi de også var med på å lage struktur i det flyktige og gjennom slike arrangement som storskjermen på Senate Square i Helsingfors. De ivaretok med andre ord den sosiale strukturen som delegasjonene var med på å etablere og opprettholde, gjennom å legge føringer for sosiale relasjoner som ble dannet på individnivå. Det kunne derfor tyde på at arrangørene var med på å definere fenomenet, og også opprettholde det flyktige ved det.

Relasjoner som mine informanter etablerte og opprettholdt under finaleuken var også med på å definere den sosiale strukturen. Det ble opprettholdt en sosial struktur, nettopp fordi individene, altså mine informanter, dannet nettverk og sosiale relasjoner. Arrangementer som institusjonen, her EBU, arrangerer var også med på å opprettholde dette. Siden noen alltid vinner og må bli arrangør året etter, vil fenomenet også fortsette å utvikle seg og endres.

³⁶ Tall fra EBU's pressekonferanse.

Likevel vil det forbli det samme nettopp fordi det institusjonelle, EBU, la føringer for de sosiale arrangementene.

For å underbygge denne påstanden skal jeg vise til en artikkel som ble skrevet to uker før den internasjonale finalen i 2008 skulle arrangeres i Beograd, Serbia. Artikkelens overskrift var som følgende: ”*Grand Prix mer viktig enn valg. Unge serbere vil ta Europa med storm*”. (Bakken 2008). Saken var skrevet i forbindelse med Parlamentsvalget³⁷. Journalist Anbjørg Bakken påpekte i artikkelen at for serberne var ESC en anledning til å vise hvem de egentlig var. Hun refererte til tv-kjendisen Duska Vucinic som sa følgende:

”Å få arrangere Melodi Grand Prix (ESC) betyr enormt mye for oss serbere. Vi vil vise verden hvordan vi egentlig er – smilende, varme og gjestfrie mennesker. Dette er viktigere enn valget. Dette er en sjanse man bare får hvert hundrede år” (Bakken 2008).

I følge dette utsagnet kan det derfor tyde på, slik jeg har argumentert for, at det var å være arrangør som var selve målet med arrangementene. Produsent Seppälä og event-manager Eikholm uttalte i pressekonferansen i mai 2007 noe av det samme som den serbiske tv-kjendisen uttrykte; å være arrangør av ESC var en unik mulighet for Serbia til å vise hvordan de ”egentlig” var. Det ser derfor ut til at det å arrangere ESC kan vise at vertsland kan hevde seg på den europeiske arenaen, og det er en mulighet til å vise seg frem for hele Europa.

Bolin peker på dette;

”The production of the Eurovision Song Contest, the Olympic Games and other similar events is the final test that the nation has the capability to join in the symbolic commodity production of late, post-industrial modernity. The stakes for the new countries are high, and the results are presented in the news media immediately after each production” (Bolin 2006: 203).

Med utgangspunkt i Bolins argumentasjon kan det derfor se ut til, i tråd med Aftenpostens journalist og min argumentasjon, at det er det å kunne få anerkjennelse og hevde seg på den europeiske arenaen som var målet. Arrangementet i seg selv var altså målet. Stedet, enten det var Bodø, Georgia, Helsingfors eller Beograd brukte arrangementet ESC til å vise seg frem.

³⁷ Parlamentsvalget i Serbia kom etter at statsminister Vojislav Kostunica brøt ut av Serbias regjering, februar 2008 (Bakken 2008).

Dette kan igjen vise at de takler det Bolin peker på som en del av den post-industrielle moderniteten. Dette bringer meg over på et konkret grep arrangøren YLE gjorde, i forbindelse med å fremme byen Helsingfors som en god arrangør av den internasjonale finalen.

Kapittel 6 “True fantasy, fantasy came true”

“You have all been in our minds during the past months, when we were planning and making preparations to have everything ready for you”
(Seppälä 2007a: 5)

YLE hadde et gjennomført tema for finalen i Helsingfors. Slagordet *“True fantasy”*, og designet rundt dette gikk igjen på alt fra dekoren på pressesenteret til innbydelser til duker på Euroclub. Jeg hevder et slikt gjennomført og gjennomgående tema også viser at vertsbyen mestret å være arrangør. Ved ankomsten til Helsingfors fikk jeg og andre akkrediterte utdelt en bag hvor det var brosjyrer og materiale om Helsingfors. De understreket altså gleden ved å være arrangør med å dele ut materielle gjenstander. I tillegg til vektla arrangøren det visuelle, altså design og logo. Delegationene ble kjent med med slagordet *“True Fantasy”* i ulike sammenhenger. Dette fordi det i innbydelsen til semifinalefesten stod: *“True fantasy is here. Let’s party!”* Likeledes stod det i innbydelsen til finalefesten: *“Fantasy came true. It’s time to celebrate”*. Det tyder derfor på at det å ha et slikt slagord var med på å underbygge en forestilling om vertsbyens glede og engasjement over å være arrangør.

Roberto DaMatta peker på hvordan karnevalet i Brasil er en hendelse som transformerer hverdagen til et *“inverted univers”* (DaMatta 1984). I tråd med Helsingfors’ slagord kan dette speilvendte universet ses på som en sann fantasi. Den sanne fantasien gjør ESC til et drømmesamfunn (Jensen 1999) der alt er lov. Dette var noe direktøren for YLE, Mikael Jungner også uttrykte da han i *Delegation Handbook* avsluttet sine velkomstord slik: *“Enjoy the unique “Eurovision” atmosphere and never give up your dreams. We hope that many of them will come true in Helsinki”* (Jungner 2007). Det ble altså uttrykt at ESC skulle være en arena hvor drømmer og fantasier skulle realiseres. Likevel vil jeg hevde at EBU og YLE hadde sine ønsker om hvordan ESC skulle være og hvordan det skulle oppfattes av de tilreisende. Arrangøren understrekte at det skulle være en gledelig opplevelse å være på ESC, noe jeg også helt innledningsvis i avhandlingen siterte Svante Stockselius på. Vi som var der som feltarbeidere, presse, artister eller fans var en del av fenomenet. Det kan derfor tyde på at sjangerens form og arrangementet var målet i seg selv. Vi som var akkrediterte i

Helsingfors ble invitert på sosiale arrangementer, og skulle også ta del i ESC med å være med på fjernsynssendingen. OGAE- klubbene skulle sitte foran scenen og veive med flagg. EBU og YLE styrte med andre ord aktørene, men siden mine informanter hadde ulike interesser i ESC ble det ikke alltid slik. Arrangementene de la føringer for kan derfor forklare noe av samhandlingen som oppstod og hvorfor den gjorde det. Som tidligere nevnt var det EBU som eide rettighetene og konseptet, men individene som er der har alle egne interesser og strategier og på denne måten vil det også endres. På en annen side opprettholdes fenomenet nettopp på grunn av samme årsak. En delegasjon vil, kan, og skal vinne hvert år. Likevel ser det ikke ut til at det er å vinne som er selve poenget, poenget er å være vertskap.

Avsluttende bemerkninger

MGP og ESC var komplekse fenomener. De var mangfoldige med mange sosiale arenaer hvor forskjellige aktører møttes og samhandlet. På de sosiale arenaene dannet individer relasjoner og inngikk i nettverk med hverandre. Individene hadde ulike strategier og formål med sitt engasjement i MGP og ESC.

Likevel, til tross for at MGP og ESC var flyktig og komplekst, har jeg vist at aktørene dannet en sosial struktur. Denne sosiale strukturen ble dannet fordi arrangørene la føringer for at dette skulle skje. På denne måten foregikk samhandlingen ut ifra visse mønstre.

Akkrediteringskortet var i denne sammenhengen en katalysator for å etablere sosiale relasjoner. Akkrediteringskortet var i seg selv en ting som dannet sosial struktur. I tillegg ble den sosiale strukturen opprettholdt gjennom kommunikasjonskoder og smalltalk. Det samme var gjeldende i forbindelse med promoteringsmaterialet noen av delegasjonene hadde.

Aktørene i ESC var derfor med på å opprettholde ESC fordi de dannea relasjoner, inngikk i nettverk og viste et engasjement i deltagelsen. De dannet en sosial struktur i et fenomen som var mangfoldig. På den måten var de med på å opprettholde fenomenet.

Arrangørene av folkefestene i den norske konteksten, og også delegasjoner som eksempelvis Georgia, gjorde hva som helst for å få oppmerksomhet. Ved å oppnå oppmerksomhet kunne arrangørene vise at de egnet seg som gode arrangører. Georgia gjorde dette gjennom promoteringsmaterialet. I den norske konteksten gikk lokalbefolkningen i fakkeltog eller jobbet som frivillige.

Derfor henger også MGP og ESC sammen lokalt og internasjonalt. Fordi det var arrangementet som var målet. Jeg hevder koblingen mellom den internasjonale finalen, og delfinalen er at det er å være vertskap, og fremme seg selv som en god vert, som var selve målet med et engasjement. Det som gir indikasjoner på dette var for eksempel hvordan de lokale arrangørene i Norge ønsket å forankre mediehendelsen i sosialt liv ved å fokusere på folkefest og hvor viktig de frivillige var i arrangementene. Det var om å gjøre å være flinkest i folkefest, og vise de andre stedene at akkurat de mestret å være vertskap. I internasjonal kontekst var det viktig for arrangøren å vise at de taklet det moderne. Jeg har eksemplifisert dette med å vise til hvordan arrangøren YLE hadde et gjennomgående slagord, samt design for å fremme hvordan de taklet mega-eventen. Jeg argumenterer derfor at det var innholdet i seg selv som var budskapet; det var arrangementet i seg selv som var målet. Det var altså det å være vert som ble poengtert av både arrangørene i Norge og de i den internasjonale konteksten. Det hevder jeg eksempelet med Serbia i kapittel fem understreker. Det var altså et poeng å få anerkjennelse som en god arrangør.

Et videre studie av MGP og ESC kan være å kartlegge hvordan nye deltagerland i ESC ser på deltagelsen som en mulighet i forbindelse med eksempelvis europeisk tilpasning. Dette må være et større prosjekt som det hadde vært interessant og sett nærmere på. Det kan også være fruktbart å se på MGP og ESC i lys av hvordan det hele tiden var fokus på at samhandlingen skulle være preget av fest og moro. Alt skulle være gøy, og dette skulle formidles gjennom tv. Dette er et tema det kunne vært interessant og sett i lys av ideer om fellesskap.

ESC er en konkurranse hvor det alltid er en vinner og en vert året etter. Dette driver også fenomenet videre. Det er alltid noen som er, og vil bli arrangør, og derfor kommer journalister, artister, produksjonsmedarbeidere og fans til å reise rundt til de forskjellige vertslandene år etter år. Jons utsagn etter EBU's siste pressekonferanse illustrerer nettopp dette:

Jon, Helena og jeg står utenfor Euroclub hvor pressekonferansen har blitt avholdt. De reiser tilbake til Norge samme ettermiddag, så vi står der litt og småprater før vi skal ta farvel. Vi mimrer over lange pressekonferanser, rare antrekk og sosiale arrangement vi har vært på. Det er en varm, vårlig luft i Helsingfors' gater. Jon smiler forsiktig opp mot sola. Det er tydelig at

han synes det er litt trist at det hele er over: *"Jaja, så var det over for i år, men det er jo ikke så lenge til neste gang"*. Han smiler, henvender seg til meg og sier med den største selvfølgelighet: *"Men Guro, vi ses vel i Serbia?"*

Kilder

- Adorno, Theodor W. (1991): *The Culture Industry. Selected essays on mass culture*. Routledge. London.
- Appadurai, Arjun (1996): "The production of Locality", i *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Arvidsson, Adam (2006): *Brands. Meaning and value in media culture*. Routledge. Taylor and Francis Group. London og New York.
- Bakhtin, Mikhail (2003): *Latter og dialog. Utvalgte skrifter*. J.W. Cappelens Forlag AS. Oslo.
- Bakken, Anbjørg (2008): "Grand Prix mer viktig enn valg" i Aftenposten, morgen, 10.05.2008 s. 12-13.
- Barnes, John A. (1990 [1954]): "Class and Committees in a Norwegian island parish" i Barnes, J.A (red): *Models and interpretations. Selected Essays*. Cambridge University Press.
- Barth, Fredrik (1999): "Comparative Methodologies in the Analysis of Anthropological Data." i Bowen, J.H. og Peterson, R. (red.): *Critical Comparisons in Politics and Culture*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Berkaak, Odd Are (1999): "In the heart of the Volcano": The Olympic Games as Mega Drama" i Klausen, Arne Martin (red.): *Olympic Games as Performance and Public Event. The Case of the XVII Winter Olympic Games in Norway*. Berghahn Books. New York. Oxford.

Boissevain, Jeremy (1974): *Friends of friends. Networks, Manipulators and Coalitions*. St. Martin's Press. New York.

Boissevain, Jeremy (1996): "Towards an Anthropology of European Communities?" i Goddard, Victoria A., Llobera, Josep R. og Shore, Chris (red.): *The Anthropology of Europe. Identities and Boundaries in Conflict*. Berg. Oxford og Washington, D.C.

Bolin, Göran (2002): "Nationsmarknadsföring. ESC som moderen världsutställning" i Ericsson, Staffan (red.): *Hello Europe! Tallinn Calling! Eurovision Song Contest 2002 som mediehändelse*. Katarina Tryck. Stockholm.

Bolin, Göran (2006): "Visions of Europe: Cultural technologies of nation-states". *International Journal of Cultural Studies* 2006. 189-206. Sage.

Collins, Richard (2002): *Media and Identity in Contemporary Europe. Consequences of Global Convergence*. Intellect Books. Bristol, UK & Portland, OR, USA.

Comaroff, Jean & Comaroff, John (2001): "Millennial Capitalism: First Thoughts on a Second Coming i Millennial Capitalism and the Culture of Neoliberalism" i Comaroff, Jean & Comaroff, John L. (red): *Millennial Capitalism and the Culture of Neoliberalism*. Duke University Press. Durham & London.

Couldry, Nick (2003): *Media Rituals. A critical approach*. Routledge. Taylor & Francis Group. London & New York.

DaMatta, Roberto (1984): "Carnival in Multiple Planes" i MacAloon, John J. (red.): *Rite, Drama, Festival, Spectacle. Rehearsals Toward a Theory of Cultural Performance*. ISHI. Philadelphia.

- Derrett, Ros (2004): "Festivals, events and the destination" i Yeoman, Ian, Robertson, Martin, Ali-Knight, Jane, Drummond, Siobhan, McMahon- Beattie, Una (red.) *Festivals and Events Management. An international arts and culture perspective.* Elsevier. Butterworth- Heinemann.
- Dimbleby, Richard & Burton, Graeme (1985): *More than words. An introduction to communication.* Methuen. London & New York.
- EBU (2007): "Extracts from the rules of the 2007 Eurovision Song Contest, Helsinki 10-12 May 2007." Television Department.
- Ericson, Staffan (2005 [2002]): "Inledning" i Ericson, Staffan (red.): *Hello Europe! Tallinn Calling! Eurovision Song Contest 2002 som mediehendelse.* Katarina Tryck. Stockholm
- Firth, Raymond (1951): *Elements of Social Organization.* Watts. London.
- Frøystad, Kathinka (2003): "Forestillingen om det "ordentlige" feltarbeid og dets umulighet i Norge" i Rugkåsa, Marianne og Thorsen, Kari Trædal (red.): *Nære steder, nye rom. Udfordringer i antropologiske studier i Norge.* Gyldendal Norsk Forlag. Oslo.
- Goffman, Erving (1992 [1959]): *Vårt rollespill til daglig. En studie i hverdagslivets dramatik.* Pax Forlag A/S. Oslo.
- Gullestad, Marianne (1984): *Kitchen-table Society. A case study of the family life and friendships of young working-class mothers in Norway.* Universitetsforlaget AS. Oslo.
- Hebdige, Dick (1979): *Subculture and the meaning of style.* Routledge. London og New York.

Hebdige, Dick (1988): *Hiding in the light*. Routledge. London og New York.

Hylland-Eriksen, Thomas (2003): "Introduction" i Hylland-Eriksen, Thomas (red.):
Globalisation. Studies in Anthropology. Pluto Press. London. Sterling, Virginia.

Jensen, Rolf (1999): *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to
Imagination Will Transform Your Business*. McGraw – Hill.

Jungner, Mikael (2007): "Welcome" i Delegation Handbook, ESC 2007, s. 4.

Klausen, Arne Martin (1996): *Lillehammer- OL og Olympismen. Et moderne rituale og en
flertydig ideologi*. Ad Notam Gyldendal AS. Oslo.

Klausen, Arne Martin (1990 [1984]): "Innledning" i Klausen, Arne Martin (red.): *Den norske
væremåten. Antropologisk søkelys på norsk kultur*. J.W. Cappelens Forlag AS.

Kramer, Julian (1990 [1984]): "Norsk identitet – et produkt av underutvikling og
stammetilhørighet" i Klausen, Arne Martin (red.): *Den norske væremåten.
Antropologisk søkelys på norsk kultur*. J.W. Cappelens Forlag A.S

Kurochka, Gennadii (2005): "Intro" i CFC Consulting Company, Case Study. Kiev.

Leach, Edmund (1979): *Culture and Communication. The logic which symbols are
connected*. Cambridge University Press. Cambridge.

Leach, Edmund (1981 [1954]): *Political Systems of Highland Burma. A study of Kachin
Social Structure*. The Athlone Press. Humanities Press Inc. London.

Lewis, George H. (1992): "Who do you love? The dimensions of Musical Taste" i Lull, James (red.): *Popular Culture and communication*. Sage Publications. Newbury park. London & New Delhi.

Lewis, Simon (1995): *The Art and Science of Smalltalk. An introduction to object-oriented programming using visualworks*. Prentice Hall.

Lien, Marianne E. (2001): "Likhet og verdighet. Gavebytter og integrasjon i Båtsfjord" i Lien, Marianne E., Lidén, Hilde og Vike, Halvard (red.): *Likhetens paradokser. Antropologiske undersøkelser i det moderne Norge*. Universitetsforlaget. Oslo.

Linton, Ralph (1964 [1934]): *The study of man. An introduction*. Appleton-Century-Crofts. Division of Meredith Corporation. New York.

Lundgren, Lars (2005 [2002]): "Tävla i musik? Om Schlager och sport som spel" i Ericson, Staffan (red.): *Hello Europe! Tallinn Calling! Eurovision Song Contest 2002 som mediehandling*. Katarina Tryck. Stockholm.

MacAloon, John (1999): "Anthropology at the Olympic Games: An Overview" i Klausen, Arne Martin (red.): *Olympic Games as Performance and Public Event. The Case of the XVII Winter Olympic Games in Norway*. Bergham Books. New York & Oxford.

Malinowski, Bronislaw (1922): *Argonauts of the Western Pacific: An Account of Native Enterprise and Adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea*. Routledge. London.

Mauss, Marcel (1995 [1950]): *Gaven. Utnvekslingens form og årsak i arkaiske samfunn*. Cappelen Akademisk Forlag AS. Fagernes.

Miller, Daniel & Slater, Don (2000): *The Internet. An Ethnographic Approach*. Berg. Oxford & New York.

Mortensen, Robin (2007): "Tar tak for MGP" i Finnmarks Dagblad. 19.01.2007. s. 15.

Muñoz, Francesc (2006): "Olympic urbanism and Olympic Villages: planning strategies in Olympic host cities, London 1908 to London 2012" i Horne, John og Manzenreiter, Wolfram (red.): *Sports mega-events. Social Scientific analyses of a global phenomenon*. Blackwell Publishing/The Sociological Review. Malden.

Pedersen, Jostein (1996): *Historien om Melodi Grand Prix*. Bladkompaniet A.S. Oslo.

Raykoff, Ivan og Tobin, Robert Deam (2007): *A song for Europe. Popular Music and politics in the Eurovision Song Contest*. Ashgate. Hampshire & Burlington.

Roche, Maurice (2000): *Mega-events & Modernity. Olympics and expos in the growth of global culture*. Routledge. Taylor & Francis Group. London & New York.

Rolness, Kjetil (2007): "Når ting blir tegn: En semiotisk tilnærming til smak og livsstil" i Schjeldrup, Gerhard E. og Knudsen, Morten W. (red): *Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. Cappelen Akademisk Forlag. Oslo.

Ruesch, Jurgen (1951): "Values, communication and culture: An introduction" i Ruesch, Jurgen & Bateson, Gregory (red): *Communication. The Social Matrix of psychiatry*. Norton & Company inc. New York.

Rugkåsa, Marianne & Thorsen, Kari Trædal (2003): "Utfordringer i antropologiske studier i Norge" i Rugkåsa, Marianne & Thorsen, Kari Trædal (red): *Nære steder, nye rom. Utfordringer i antropologiske studier i Norge*. Gyldendal Norsk Forlag AS. Oslo.

Saussure, Ferdinand de (1970): *Kurs i allmän lingvistik*. Bo Cavefors Bokförlag. Budapest.

Seppälä, Heikki (2007a): "Dear friends" i Delegation Handbook, ESC 2007, s. 5.

Seppälä, Heikki (2007b): "Finnishness as the key note" i Official Program, ESC 2007 s. 6.

Sontag, Susan (1990 [1964]): Notes on "Camp" i Susan Sontag: *Against Interpretation and other essays*. Anchor Books Doubleday. New York. London. Toronto. Sydney. Auckland.

Stockselius, Svante (2007): "Enjoy and have fun!" i Official Program, ESC 2007, s. 4.

Vike, Halvard, Lidén Hilde & Lien, Marianne (2001): "Likhetens virkeligheter" i Vike, Halvard, Lidén Hilde & Lien, Marianne (red): *Likhetens paradokser. Antropologiske undersøkelser i det moderne Norge*. Universitetsforlaget. Oslo.

Vike, Halvard (2001): "Anonymitet og offentlighet" i Norsk antropologisk tidsskrift nr. 1-2, Universitetsforlaget.

Vike, Halvard (2004): *Velferd uten grenser. Den norske velferdsstaten ved veiskillet*. Akribe. Oslo.

Wadel, Cato (1991): *Feltarbeid i egen kultur. En innføring i kvalitativt orientert samfunnsforskning*. Seek A/S. Flekkefjord.

Wadel, Cato (1999): *Kommunikasjon – et mangfoldig samspill*. Seek A/S. Flekkefjord.

Wadel, Cato (2005): *Samhandling og relasjoner. Mellommenneskelig tenkning i dagliglivet*. Seek A/S. Flekkefjord.

Wikan, Unni (1992): "Beyond the words: The power of resonance" i *American Ethnologist*. A journal of the American Anthropological Association 19 (3). 460-482.

Internett

BCC (2008): <http://www.bcc.no/ombcc/> [Lesedato 25.02.2008].

EBU (2008): <http://www.ebu.ch/en/about/index.php> [Lesedato 13.03.2008].

Ceská Televize (2006): <http://www.ceskatelevize.cz/english/contact.php> [Lesedato 25.11.2006].

Dinamo Story (2008): http://www.dinamo.no/om_dinamo/ [Lesedato 26.02.2008].

MGP (2007): <http://www1.nrk.no/nett-tv/prosjekt/218> [Lesedato 12.06.2007].

NRK (2008): <http://www.nrk.no/informasjon/fakta/> [Lesedato 13.02.2008].

Origo Nord (2008): <http://oadrignonord.no/page.jsp?id=131> [Lesedato 26.02.2008].

Stageway (2008): <http://www.stageway.no> [Lededato 26.02.2008].

Team Bodø KF (2008): <http://www.teambodo.no/content/view/266/86/> [Lededato 26.02.2008].

YLE (2008): <http://www.yle.fi> [Lesedato 14.03.2008].

Aviser

Altaposten (2007): "ALTA – Finnmarkshallen, lørdag 20.januar – semifinalen", 18.01.2007.

Avisa Nordland (2007) "MGP Semifinale i Bodø", 13.01.2007.