

(Publisert 7. juli 2008 i Lokalavisen Frogners nettutgave;  
<http://www.lokalavisenfrogner.no/apps/pbcs.dll/article?AID=/20080707/DEBATT/196350938>)

## **lokalavisenfrogner.no artikler**

### **Matteus-effekten, - i politikken og idretten**

Oslo bystyre vedtok 14. mai 2008 å gi en herværende fotballklubb en tomt som ifølge Prognosesenterets finansanalytikere har en verdi på minst en halv milliard kroner. Gaven er vederlagsfri: Dvs. fotballklubben – som i realiteten er et helkommersielt aksjeselskap – skal måtte betale en symbolsk kjøpesum på kr. 1,-. Den heldige gavemottager skal også ha forespeilet kommunen at man av ren og skjær godhet kanskje vil bygge en barnehage samt en videregående skole på en del av tomten. Om dette er en ytelse som kommunen har behov for, er riktignok uklart (det ble påpekt fra Høyres bystyregruppe at planene tvertom vil påføre Oslo kommune betydelige utgifter og gå ut over midler til skoleprosjekter som bystyret allerede har vedtatt). Men bystyreflertallet – Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet og SV – mente åpenbart at denne gavetransaksjonen var en god sak.

De fleste har fått med seg at vi snakker om et firma som heter "Vålerenga Fotball AS", som er den kommersielle komponenten av den hederskronede fotballklubben Vålerengens Idrettsforening (stiftet 1913).

Vi som fulgte tett på Oslo-fotballen i gamle dager likte Vålerengen – eller VIF, som man gjerne sa. Gjennom mesteparten av 1960-tallet hadde hovedstaden fire klubber i Hovedserien, men selv de av oss som helst holdt med Skeid, Lyn eller Frigg var rause nok til å glede oss med VIF da de ble seriemestere i 1965. Man kunne saktens trekke på smilebåndet av pressens forsøk på å gi klubben et "bohem-stempel", men VIF var i bunn og grunn et trivelig innslag i fotballens bybilde, med en grei og

upretensiøs bydels-forankring.

På midten av 80-tallet var uskyldstiden over. Vålerenga Fotball AS ble etablert, og Mammon gjorde sitt inntog i form av sponsorjag minus økonomistyring. Klubben fikk et haleheng av en tilhengerskare – "supportere" – som fikk oppnavnet "Apeberget" og som med utstudert pøbelopptreden spredte terror på fotballtribuner land og strand rundt. Slik kunne det jo ikke fortsette, så Apeberget skiftet i 1992 navn til "VIF-Klanen" samtidig som man tok et fortjenstfullt oppgjør med rasisme og annet grums i egne rekker. Hamskiftet gjorde jevnt over et positivt inntrykk, og godtfolk flest bar gjerne over med at en del av Apebergets uttrykkformer og særegne kulturelle profil hadde fulgt med på lasset. Innen det 20. århundre var omme kunne man konstatere at Klanen hadde vunnet innpass i stuerene kretser inkl. daværende statsminister Bondeviks eiegode Verdikommisjon.

Klubbens historie i nyere tid har (i tillegg til det sportslige) særlig dreiet seg om to ting – merkevarebygging og økonomisk grådighet.

I sine bestrebelse på å bygge opp seg selv som merkevare har klubben fått verdifull drahjelp av media, så som Oslo-avisenes sportsjournalister. Dette gjelder i første rekke Aftenposten, som gjennom en lang en årrekke har gitt klubben og dens meritter en spalteplass og en begeistret omtale som står i sterk kontrast til avisens dekning av byrivalen Lyn, - dette til tross for at VIF ikke har slått Lyn på 27 år. Med sin klamme iver etter å dyrke frem et bilde av denne varme, inkluderende og visstnok så vanvittig populære "østkant-klubben" har media også lagt seg til en selsom terminologi, jfr. det usannsynlige og pompøse "Oslos stolthet", det flau "Vål'enga" eller det enda mer uformuende "'-Enga". Det er et ordvalg som synes å avsløre angjeldende journalisters behov for tilhørighet og selvbekreftelse, samt vise at de er "with it" og fortrolige med det de tror er den autentiske tonen her i Tigerstaden (noen mener at fenoménet skyldes innslaget av rotløse sunnmøringer, drammensere, bæringer o.l. blant hovedstadens sportsjournalist-stand). Som merkevare har VIF og Klanen også lyktes i å virke som en magnet på andre grupper som er tiltrukket av denne form for tilhørighet, det være seg innflyttere med trang til

å kjøpe seg en urban identitet, diverse kategorier besteborgere med hang til det eksotiske, rampete pappagutter med sosiale komplekser, eller vestkantfolk på jakt etter et folkelig image. Klubbens høye tilskuertall, samt Klanens betydelige medlemsskare og synlighet i bybildet er tydelige prov på at merkevarebyggingen har vært vellykket.

Enda mer vellykket og imponerende er VIFs prestasjoner når det gjelder evnen til å omsette økonomisk grådighet i praktiske resultater. Gratisreklamen fra Aftenposten er allerede nevnt. At klubben har skaffet seg Norges rikeste onkel – norsk-kyprioter John Fredriksen – er et varp som ingen andre klubber i landet kan matche. Akkurat dét får være klubben vel unt, en privatperson må få lov til å bruke pengene sine som han vil: Når Roman Abramovitsj kan bruke penga sine på Chelsea, må Fredriksen kunne bruke sine på VIF, lissom! Greit nok. Men er det greit nok når vi snakker om fellesskapets midler, skattebetalernes penger, statens og kommunens penger? Ja, mener åpenbart de ansvarlige i det statlige eiendomsselskapet Entra, som er en av klubbens hovedsponsorer. Ja, mener øyensynlig også de ansvarlige i Oslo kommunes energiselskap Hafslund, som også har utmerket seg som en vesentlig bidragsyter til klubbkassa. Og hva med det kommunale Oslo Sporveier (eller "Ruter" som det nå visstnok heter). Er det ikke kommunens egne trikker som kjører rundt i byen på kampdager med prangende VIF-flagg på taket? Realiteten er at Vålerenga Fotball AS har skaffet seg grovkalibrede sugerør inn i statskassen såvel som kommunekassen.

Men det er åpenbart ikke nok. Mye vil ha mer, og her er det hovedstadens bystyreflertall utviser en gavmildhet som går Julenissen en høy gang. Vel å merke en gavmildhet som kun kommer VIF – og ingen andre snille barn – til gode.

Kritiske røster har pekt på at en slik gavepakke (subsidiert) er i strid med EØS-regelverket. Andre har pekt på at det er en meningsløs forskjellsbehandling, det er snakk om overføring av verdier som andre – det være seg idrettsklubber eller kommersielle aktører – bare kan drømme om. Rundspørringer har vist at folk flest stiller seg uforstående til bystyreflertallets handlemåte, som er blitt karakterisert i

tildels sterkt fordømmende ordelag. Endog Oslo-pressens ellers fremste VIF-supporter Aftenposten (i sin aftenutgave, Aften 8. mai) påpekte forsiktig på lederplass: "Dette er dyrebare penger for alle byens innbyggere". Men hverken kritikk eller advarsler hjalp det skvatt.

Er våre kommunepolitikere gått fra forstanden? Ja hadde det enda vært så vel, men dette er verre enn som så.

Det vi her har å gjøre med, er et klassisk utslag av et fenomén som i samfunnsvitenskapene og innen sosialpsykologien brukes for å beskrive urettferdigheten i at de som har mye fra før, får mer, mens de som har lite fra før, får mindre. Av fagfolk kalles fenoménet "Matteus-effekten" etter evangelistens bevingede ord "For hver den som har, ham skal gis, og han skal ha overflod; men den som ikke har, fra ham skal tas endog det han har" (Matteus, kap.25, 29. vers). For å si det enda kortere, i en vending som er enda bedre kjent i politikkens verden: "Makta rår". For det politiske nettverket som driver det spillet som har frembrakt bystyrets utrolige vedtak, er VIF-Klanens 13 tusen medlemmer en formidabel maktfaktor. Øyensynlig har det fortonet seg lekende lett å ignorere de 552 tusen av hovedstadens innbyggere som ikke er medlemmer av Klanen, - de sogner jo stort sett til klubber som ikke har noe fra før av.

Som en avisinnsender påpeker: "Det er ikke korrump hverken å ha politiske venner eller nettverket i orden. Bare lønnsomt".

Mvh Odd Gunnar Skagestad.

Publisert mandag 07. juli 2008 kl. 09:48.