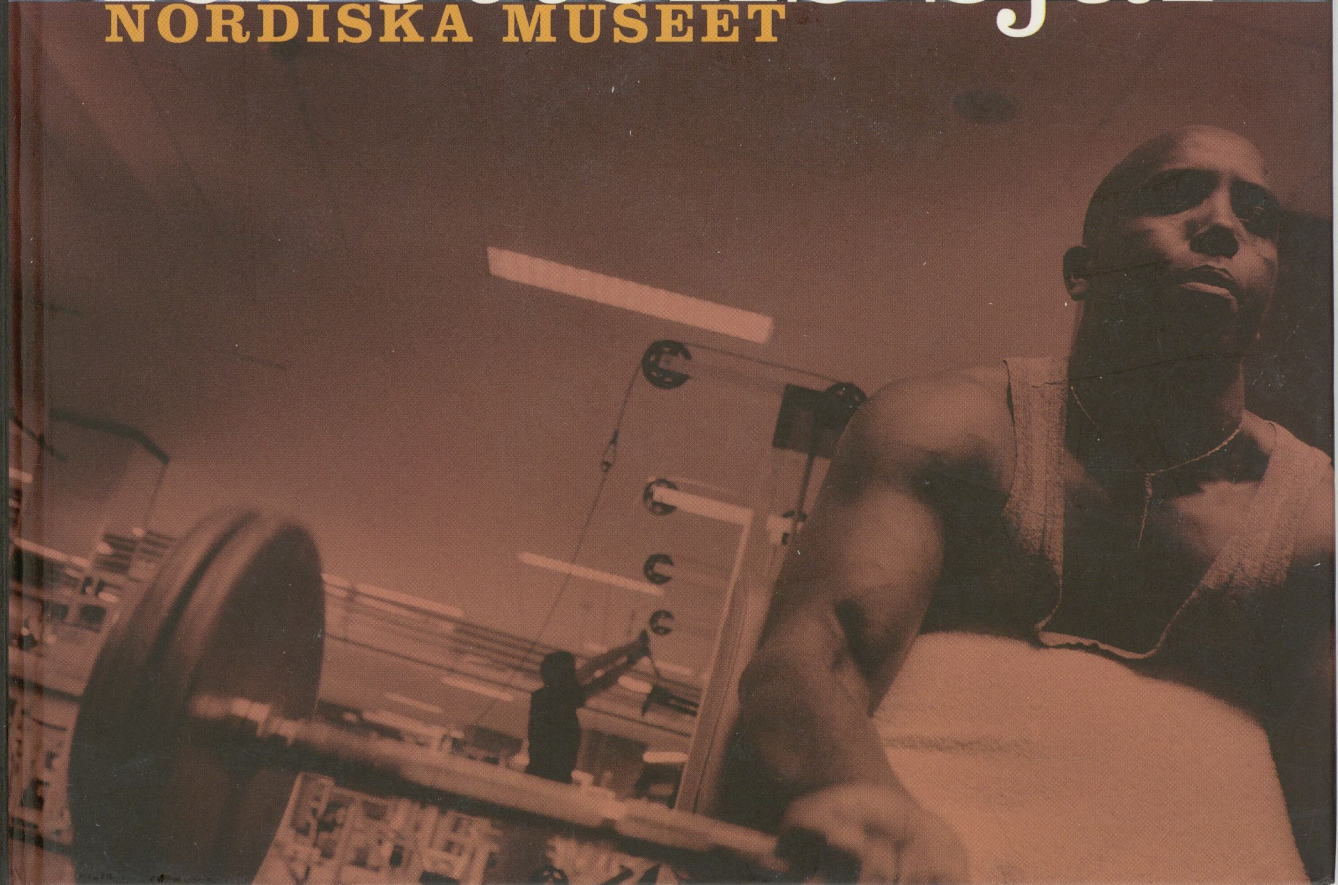




idrottens själ

NORDISKA MUSEET



idrottens själ fataburen 2000

Idrottens



Nordiska museets och Skansens årsbok 2000

själ



Fataburen 2000
Nordiska museets Förlag
Box 27820
115 93 Stockholm
nmbook@nordm.se

© Nordiska museet och respektive författare

Redaktör: Bo G Nilsson

Bildredaktör: Peter Segemark

Grafisk form: Lena Eklund, Kolofon

Omslagets bilder: Clive Mason, Pressens bild (baksidan överst), bild ur
Riksföreningens för gymnastikens främjande årsbok 1938 (baksidan
underst), Sveriges Centralförenings för idrottens främjande arkiv
(framsidan överst), Charlotte von Friedrichs (framsidan underst).

Tryckt hos MediaPrint Uddevalla AB 2000

ISSN 0348 971 X

ISBN 91 7108 468 1

Samlare och kalenderbitare

ULF HAMILTON är fil. dr i historia och intendent vid Forskningscentrum, Nordiska museet

Pojkar med idolbild av Gunnar Nordahl. ►
Foto från 1954. Gunnar Nordahl från det lilla brukssamhället Hörnefors i Norrland skulle göra en sagolik karriär som fotbollsspelare. I den italienska ligan fick han smeknamnet »Il Bisonte« (Bisonoxen), vilket syftade på hans förmåga att bryta igenom motståndarförsvaret och skjuta mål. Ur Geijerstam (1998).





Även om idrotten har sin särart finns också klara likheter med annat kulturarv. Två yttringar som skall belysas i det följande – samlare och kalenderbitare – är förknippade med idrott, men inte enbart. Samlare finns även inom andra områden som frimärken, mynt, konst osv. Detsamma gäller kalenderbitare, där olika frågesportsprogram i radio och TV är viktiga exponenter; för Sveriges del allt ifrån 1930-talet med Gösta Knutsson/Einar Haglund över epoken Nils-Erik Baehrendtz/Mats Rehnberg in i nutid, där programmet Jeopardy väl kan ses som stilbildande.

För många kulturföreteelser är relationen aktör–publik viktig. Det kan gälla film, teater, idrott, musikframträdanden, kungafamiliens exponering inför medborgarna osv. I relationen vill publiken eller delar av den ibland ge uttryck för en fördjupad samhörighet med sina aktörer och inte bara betrakta och reflektera i publiksituationen. Detta brukar yttra sig i fördjupad kunskap om ett område (opera, kungliga familjen, ett fotbollslag, en artist, en filmstjärna osv.) – här är vi alltså kalenderbitaren på spåren. Vidare att man samlar på föremål, bilder och liknande med anknytning till intresseområdet eller att man »jagar« autografer för att få en direktrelation med det objekt man beundrar eller annars vill ha en samhörighet med (Peterson 1995:9–13, Andersson 1999:151).

Samlare och samlande

Enligt den brittiska museiforskaren Susan Pearce (1998) är, bl.a. utifrån en brittisk undersökning, några viktiga drag i samlandet följande:

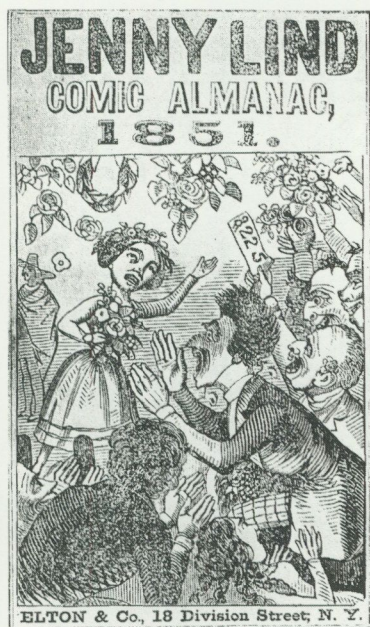
Inriktningen av samlandet och samlingens funktion är genusbetingad. Enligt Pearce är det mest män som samlar på *idrott* ("sporting material"). Hos kvinnor dominerar estetiska värderingar. Detta yttrar sig också i att kvinnor ofta har en ambition att samlingen skall pryda hemmet och att samlingen i den meningen är mer offentlig, medan män ofta håller sina samlingar avskilda i album, förvaringsmöbler osv. Samlandet av just »sporting material« är starkt förknippat med att man har en bakgrund som antingen aktiv idrottsman eller har ett utvecklat intresse för idrott som t.ex. åskådare/bänkidrottare.

Det material man samlar kan vidare enligt Pearce delas in i sådant som används i en (publik) idrottssituation för att understryka identitet – t.ex.

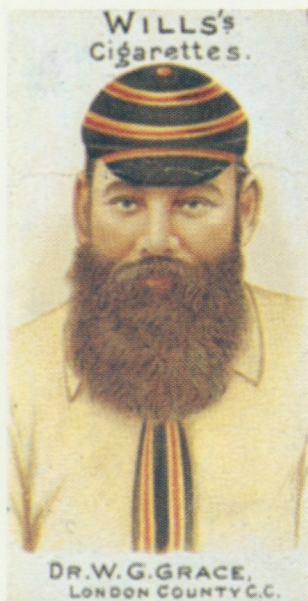
fotbollshalsduk, nationsflagga – och ting som fungerar som trofé eller minne. Exempel på det senare är bilder av idrottsmän och lag i olika sporter, autografer m.m.

Varför samlar man? Enligt Pearce är behovet av självidentifikation en viktig orsak. Annat att anföra – som Pearce inte direkt tar upp men antyder – är att samlandet blir ett substitut för ett aktivt sportutövande eller att det helt enkelt är en kanalisering av eller uttryck för sportintresse mer generellt och då en variant av kalenderbitarens troliga inspirationskälla.

Det personorienterade samlandet, som är en betydande del när det gäller idrott, är också utbrett på andra områden. Idolbilder, eller överfört: artisters koppling till produkter av olika slag, har funnits inte bara beträffande idrottsmän utan gäller också kungligheter (Gustav V:s sardiner i olja), filmstjärnor (tvålar, läppstift m.m.), popstjärnor, operaartister osv. Den brittiska Jenny Lind-febern under några år på 1840-talet skapade en jättemarknad för Jenny Lind-dockor. I USA salufördes särskilda Jenny Lind-almanackor, Jenny Lind-masker m.m. i samband med hennes sång-



Jenny Lind Comic Almanac 1851. Den svenska »näktergalen« och sopranen Jenny Lind kom under sin Amerikatur-né i händerna på den skicklige mediamannen och museichefen Pineaus T. Barnum. Via reklamen kom turnén att väcka en exceptionell uppmärksamhet. Jenny möttes redan vid sin ankomst till New York i september 1850 av tusentals entusiastiska amerikaner. Mediatrycket gav också stora möjligheter att sälja samlarföremål av alla handa slag med anknytning till sångerskan. Ur Ware, Lockard & Thaddeus (1980).



Cricketspelaren W.G. Grace. Kortet ingår i den första serien av Cigarette Cards med anknytning till idrott. De gavs ut 1896 av tobaksfirman W.D. & H.O. Wills Ltd. Serien bestod av bilder av femtio olika spelare. Kortets baksida har reklamtryck för företaget och saknar – i motsats till vad som senare blev vanligt – uppgifter om den spelare kortet föreställer. Enligt Nordisk familjeboks sportlexikon var W.G. Grace »den bäste cricketspelare, som någonsin funnits». Ur Tomkins (1980).



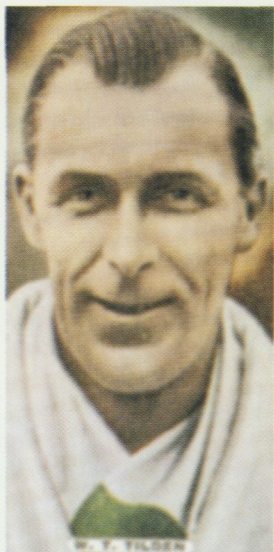
Jockey och hästägare. Cigarette Card från början av 1900-talet. På kortet syns såväl den berömde jockey Henry Jones som hästägaren, vilken råkar vara Edward VII, kung i Storbritannien 1901–10. Kortets utformning uttrycker en lite överraskande social nivellering där jockeyn och regenten avbildas »på jämställd fot». Ur Tomkins (1980).

arturné 1850–51. Att man köpte muggar med kungliga motiv inför Carl XVI Gustafs giftermål 1976, att ynglingarna Lars-Gunnar Björklund och Lasse Åberg jagade Alfabilder på fotbollsspelare 1949, att ungdomar under 1990-talet köper hockeybilder eller att någon lär sig fotbollsresultaten i Allsvenskan utantill är alltså uttryck för samma sak. Drivkraften är ett behov av närhet till en företeelse blandat med kunskapsbegär men också enligt Pearce – en stärkning av egot. Ett exempel från filmens värld där just detta understryks är en episod från 60-talsfilmen »Änglar finns dom?«. Här lyckas den »enkle« bankvaktmästaren – spelad av Jarl Kulle – genom att vara ägare till en unik vapensamling förmå den blivande, motspänstige svärfadern (Edvin Adolphsson) att gå med på giftermål med dottern (Christina Schollin). Genom samlingen kan vaktmästaren lämna sin »grå« vardag och svinga sig upp i societeten.

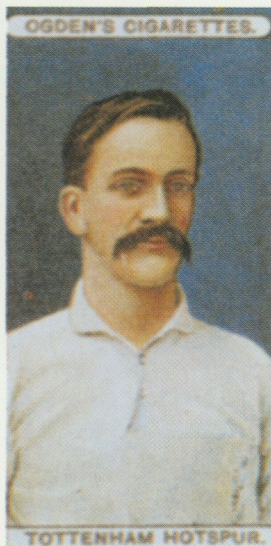
Från Cigarette Cards till hockeybilder

Under 1840-talet skapades i Frankrike seden att en del hantverkare tryckte visitkort som man använde i sin verksamhet. Detta spred sig till butiker där man delade ut kort med intagande motiv i avsikt att stimulera kunderna till återbesök. Detta utvecklades så småningom till kortserier med flera bilder för att förstärka effekten och ge olika affärer gott renommé. Den franska firman *Au Bon Marché*, som startade 1853, skulle bli ledande vid försäljning av dessa produkter. Bruket av kortserier, som efter hand kopplades till olika förpackningar, spreds också vidare till andra länder som Tyskland, Österrike, Belgien och USA medan Storbritannien först höll sig avvaktande och senare under slutet av 1800-talet hämtade inspiration via Nordamerika.

Korten fick efter hand – särskilt inom det anglosaxiska kulturområdet – en dominerade anknytning till cigarett- och tobaksförpackningar, vilket ledde till begreppet *Cigarette Card*. Då det mest var män som brukade tobak blev korten maskulint anpassade där avbildningar av vackra kvinnor, militära motiv och idrott var det vanliga. Den första serien med idrottsmotiv kom ut 1896 och var en serie bilder på framstående cricketspelare. Under åren fram till första världskriget dominerades idrottsmotiven av personporträtt från cricket, fotboll, golf och rugby, dvs. de dåtida stora anglosaxiska sporterna.



Tennisstjärnan W.T. Tilden. Cigarette Card från 1930-talet, ur en serie med internationella stjärnspelare. Amerikanen "Big" Tilden var världsetta i tennis åren 1920-25. Ur Tomkins (1980).



Fotbollsspelare. Cigarette Card från början av 1900-talet ur en serie med spelare från ledande brittiska fotbollslag. Mannen i den vita tävlingsdräkten representerar Londonlaget Tottenham Hotspur. Ur Tomkins (1980).



Ring-gymnastik. De tidiga idrottskorterna hade ibland ett instruktivt syfte, som denna bild ur en serie från tidigt 1900-tal där man ville illustrera gymnastikens olika moment. Ur Tomkins (1980).

Även under mellankrigstiden var idrottsbilder väl företrädde på Cigarette Cards, där också andra sporter som tennis, hästsport, motorsport m.m. blev representerade. Förekomsten av kort breddades till att också omfatta fler förpackningar vid sidan av cigaretter, t.ex. tuggummi, medan uttrycket Cigarette Card redan var präglat och bibehölls.

Efter andra världskriget har kort med sportmotiv fortsatt att florera. Två nyheter har emellertid förändrat samlarbetingelserna. Själva kortproduktionen har blivit mer artrik och kort marknadsförs numera som enskilda produkter, ibland i kombination med avpassade album och utan koppling till viss förpackning. Hockeybilder med olika motiv från ishockey dominerar idag idrottsområdet vid sidan av fotboll. Samtidens stora internationella kortproducent är det italienska företaget *Panini* vid sidan av olika företag i USA som ger ut hockeybilder. Hos Panini dominerar kortproduktionen av bilder på idrotts- och mediapersonligheter. Kortet kombineras för det mesta med tuggummiförpackningar. Den fristående kortproduktionen är emellertid också omfattande.



»Har du negrarna ässe?« Under slutet av 1930-talet kom färgade idrottsmän att ta del i åtskilliga friidrottstävlingar i Malmö. De blev publikfavoriter genom sina exotiska utseenden men också för sina utmärkta idrottsprestationer. De var högvilt för den tidens autografjägare, bland vilka enligt teckningen också kvinnor förekom. Teckning av Anders Sten från 1938, publicerad i Sydsvenska dagbladet.



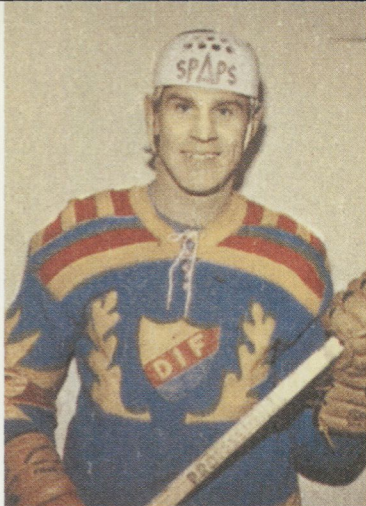
Sven Tumba skriver autografer. Sveriges mest kände ishockeyspelare, född Johansson men uppväxt i Tumba söder om Stockholm, uppvaktas av en rad tonårsflickor någon gång under sent 1950-tal. Samtliga flickorna är utrustade med skridskor vilket antyder att autograferna sannolikt skrivs i anslutning till »allmänhetens åkning«. Ur Tumba (1995).

Svenska samlare i tre generationer

Den samlarbild inom idrott som dominerar den svenska begreppsvärlden är *Alfabilder*. Dessa har berört de flesta sportintresserade ungdomar födda mellan 1935 och 1950, bland vilka en bunt Alfabilder sammanhållna av en gummisnodd och löpande bytesaffärer för att få hela lag var en sorts generationsmentalitet. Likheten finns med de engelska pojkar som någon generation tidigare bevakade tobaksaffärer för att tigga till sig Cigarette Cards från rökande herrar i avsikt att bygga upp en så förnämlig bildsamling av idrottsmän som möjligt. Filmstjärnebilder och bokmärken var en med Alfabilder samtida samlarvurm där flickor dominerade.

Alfabildernas historia började med *Alfakolan* som var kombinerad med sportbilder från olympiska spelen i Berlin 1936. Bakom idén fanns Alfabolaget som stod för bilderna och AB Lindahls Fabriker som svarade för kolan och senare pastillerna. Båda fabrikerna låg på Nybrogatan i Stockholm och hade samma ägare. Andra världskriget hämmade dock en fortsatt utveckling och nästa lansering av sportbilder kom först 1949 med tablettasken *Alfapastill*, vilken innehöll en serie bilder på spelare från Sveriges då ledande fotbollsklubbar. Enligt Gunder Andersson (1999) var emellertid inte fotbollsbilderna de enda just 1949. »Från början (1949) var bilderna svart-vita och visade idrottsmän i största allmänhet. Vasaloppsvinnaren Anders Ström från IFK Mora och andra. De glömdes snart bort. Kolorerade fotbollsbilder tog över.« (Andersson 1999:145). Alfabilderna var emellertid ingalunda ensamma på marknaden. Edwin Ahlqvists legendariska tidning *Rekordmagasinet* innehöll som regel samlarbilder av fotbolls- och ishockeylag. Veckotidningen *Allers* gav i början av 1950-talet ut en samlarserie *Svenska idrottsstjärnor* där bl.a. *mister G* (Gustav V) ingick. Affärsidén med Alfabilder blev emellertid omgående en stor och dominerande succé som i hög grad bars upp av veckopengen till dåtidens idrottsintresserade pojkar. Utgivningen av pastill- och bildkombinationen pågick sedan under en 15-årsperiod.

De första Alfabilderna var alltså svartvita och med en ofta klatschig beskrivning av idrottsmannen på baksidan. Här förekommer epitet som »snabb och bollsäker«, »den verkliga backkämpen«, »härligt kämpahumör«, »ettrig, snabb framspelare«, »gör aldrig en dålig match«, »snabbdrag i vänstern«; här exponerades alltså ett speciellt idrottspråk. Färgbilder infördes från 1953. Fortfarande var emellertid bildkvaliteten jämfört



Sven »Tumba« Johansson. Alfabil från 1961, där Sven Tumba representerar Djurgårdens IF i ishockey. Från början spelade man ishockey barhuvad eller med stickad mössa/keps enligt bandytradition. Tumba framträder emellertid i hjälm av egen konstruktion. Hjälmskulle senare bli obligatorisk utrustning vid ishockeyspel. Om den 29-årige Tumba meddelar kortets baksida bl.a. att »han är känd överallt där ishockey spelas» och att han är »en kämpe som ger allt och aldrig gnäller«.



HARRY NILSSON
AIK

Fotbollsspelaren Harry Nilsson. Alfabil nummer 1 från 1949 ur en serie på ungefär 200 bilder. Harry Nilsson tillhörde AIK och spelade också 34 landskamper. Harrys karaktär som spelare är enligt kortets baksida: »Den verkliga backkämpen, som alltid ger det yttersta. Hård, oöm, med upprepande långspark, samt mycket gott huvudspel«.



SUSANNE GUNNARSSON

Kanotisten Susanne Gunnarsson. Alfabil 1997 från en serie med nittio kända svenska idrottsmän och idrottsskinnor. På kortets baksida anges – som på de »ursprungliga« Alfabilerna – uppgifter om personens idrottskarriär och egenskaper. Om Susanne får man bl.a. veta att hon är »otroligt stark och tuff«.

med t.ex. engelska Cigarette Cards mycket klen. I takt med ishockeyns växande popularitet – där Lennart Hylands radioreferat var viktiga – gav Alifabolaget i mitten av 1950-talet ut en serie med spelare från Sveriges främsta ishockeyklubbar. Även serier med anknytning till olympiska spel och boxaren Ingemar Johansson kom ut under 50-talet.

Produktionen av Alfabilder avstannade under 1960-talet men har återuppstått under 1990-talet genom att firmanamnet köpts av en intressent utanför det ursprungliga Alifabolaget. De senaste Alfabilderna, i ett större format än de ursprungliga, är en kortserie med betydande nu levande svenska idrottsmän och idrottskvinnor, där korten också är försedda med idrottsmännens originalautografer. Korten, som är i färg och där baksidan enligt traditionen beskriver idrottspersonen ifråga, säljs separat. En viss del av inkomsten går till Thomas Fogdös fond.

Hur inspirationen att ge ut sportbilder en gång uppstod i Sverige framgår inte av den huvudsakliga källan – Alfaboken från 1994 – men de viktiga impulserna torde ha kommit från Storbritannien. De första fotbollsbilderna från 1949 är ju en direkt kopia av Cigarette Card-konceptet så när som på valet av bildkvalité. Breddningen av sortimentet till hockeybilder torde – förutom inhemska faktorer – ha inspirerats från USA, där de första korten kom ut redan 1951.

Alfabildens avsomnande under 1960-talet innebar inte att samlandet av idrottsbilder upphörde. Autografsamlandet pågick parallellt och nya idrottsbilder skulle nå den svenska sportintresserade pojkvärlden. Två intervjuer skall försöka täcka luckan från Alfabildens försvinnande till nu-tid:

Claus Haldin är född 1963. I hans generation förefaller fotboll vara det stora samlarintresset inom idrott. I familjekretsen var pappan fotbollsenthusiast, vilket leder sonen mot samma intresse. En sorts väckelse för fotboll sker för Claus del när han som elvaåring ser en match på TV mellan de brittiska fotbollslagen Liverpool och Newcastle. Senare under 1974 följer VM-turneringen i Västtyskland med svenskt deltagande. Det är nu som intresset för fotboll permanentas. För en yngling på mellanstadiet innebär detta två saker: större aktivitet i själva fotbollsspelandet och en vurm för samlande av fotbollsbilder. Samlarintresset gäller för Claus del bara VM-turneringar. Här är metodiken att han köper album och klistrar in bilder. Bilderna är i färg och i ett standardformat betydligt större än

den klassiska Alfabiliden. Baksidan har inte längre den klatschiga personliga beskrivningen utan innehåller neutrala allmänna data, resultattabeller m.m. Bilderna köper man i buntar om sex och till ett pris av cirka en krona. Fyra av bilderna är alltså okända vid köpet. Kortproducenterna har därmed tagit efter den tidiga affärsidén med köp av »okända bilder«. Betydligt fler bilder kan därmed säljas, samtidigt skapas spänning vid inköpen och en socialt stimulerande bytesverksamhet uppstår. De bilder man kan köpa – från svenska Semic press, italienska Panini och andra – gäller inte bara spelare och lagbilder utan omfattar också arenor, funktionärer m.m. Claus har som samlare bevakat VM 1974 och 1978. För VM 1982 sker ett avbrott beroende på militärtjänstgöring. Men inför VM 1990 kommer intresset tillbaka understött av ett eget aktivt fotbollsspelande. In i en begynnande medelålder finns också bytesmöjligheterna kvar. Restaurang Kvarnen på Söder i Stockholm arrangerade t.ex. byteskvällar av fotbollsbilder under VM 1990.

Vad är då drivkraften att samla? Förutom det tämligen självklara intresset för idrotten ifråga, eventuellt förstärkt med eget aktivt utövande, finns viljan till identifikation. Som betydligt yngre än spelarna i det svenska landslaget kunde man spekulera i möjligheten att själv i framtiden kunna ta en »teoretisk« plats i laget. Samlandet var också minnesskapande samtidigt som det var ett informationsunderlag till en kommande VM-turnering. Kostnaden för att köpa bilder var anpassad till veckopengen så länge den erhöles. Det var samtidigt en verksamhet man själv ville svara för. Pengar från föräldrar eller släktingar för en »större« investering var alltså sällsynt. Att samla för att tjäna pengar vid försäljning av hela album osv. var och är svagt utvecklat i samlarkretsen. Målet är och har i stället varit att få fyllda album utan sidoblickar på pekuniära möjligheter. Samtidigt verkar inte »rariteter« tryckta i små upplagor osv. ha funnits i samlarkulturen.

Det genomslag i samlandet som skedde med Alfabiliderna på fotbollsspelare 1949 skulle upprepas ungefär 40 år senare. Impulserna kom som tidigare från den anglosaxiska idrottsvärlden och skulle gälla den ishockey som spelades i Nordamerika och NHL (National Hockey League). Detta skapade hockeybilder, som med alltfler svenska spelare i NHL och TV-sändningar av matcher även spred sig till Sverige. Samlarobjekten, återigen med i huvudsak unga sportintresserade pojkar som marknad, nådde



Claus Haldin studerar sina samlaralbum från VM i fotboll.
Foto Peter Segemark. Nordiska museet

Sverige i början av 1990-talet. Samlarbilderna var av en ny, mer varierad utformning och såldes liksom fotbollsbilder under 1970-talet som en »egen« produkt utan koppling till vara eller förpackning. Färg är numera gängse, trycktekniken avancerad och korten är ibland inplastade. Bilder på lag eller individuella spelare, som också tidigare varit huvudmotiv, har kompletterats med andra typer av samlarobjekt som spelartröjor, modeller av idrottsmän, autografer kopplade till föremål osv. Genom det rika



Bröderna Waldetoft med sina hockeybilder. Foto Peter Segemark.
Nordiska museet.

utbudet finns numera samlarobjekt med en mycket bred prisvariation. En av ishockeyspelaren Wayne Gretzky signerad spelartröja med nummer 99 betingar ett pris på 15 000 kronor. Inplastade hockeybilder kan man köpa för någon tia upp till tusen kronor. Pappersbilderna ligger emellertid, enligt tidigare affärskoncept, på »veckopengsnivå». Ytterligare en tendens som framträder när man botaniserar i samlaraffärer är att fotboll fått en viss renässans under slutet av 1990-talet.

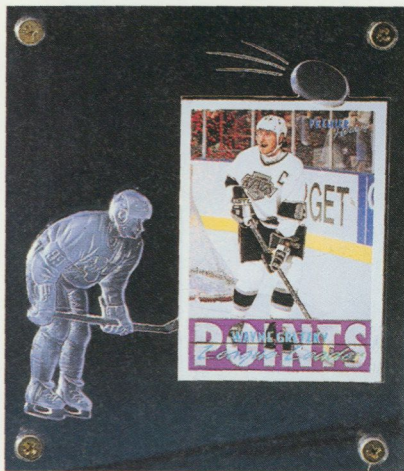
Två söner av 90-talet har intervjuats om hockeybilder. Hannes och Elias Waldetoft är sju och nio år. Impulsen att samla kommer från skolan och den äldre brodern har inspirerat den yngre. Eget sportintresse och sportutövande förefaller ha varit mindre utslagsgivande för att samla. Grupptruck och intresse i »gänget» verkar i stället ha spelat en avgörande roll.

De ekonomiska förutsättningarna är i stort desamma som för tidigare bildsamlande. Det är något man vill svara för själv genom sin vecko/månadspeng. Samlarpriserna är också satta därefter. Man kan köpa bilder i automat, i anslutning till den lokala leksaksaffären, för en till tre kronor och få ut ett antal osedda bilder. Liksom tidigare finns alltså underlag för bytesverksamhet som brukar ske på skolgården eller fritids. Samlarformen är emellertid friare än tidigare. Det gäller inte enbart att samla på lag. Man kan samla på flera upplagor av samma spelare (samma koncept som filmsjärnebilder på 1950-talet), på målvakter, forwards osv. Uppenbarligen för att anpassa sig till den svenska marknaden finns inte bara bilder på NHL-spelare utan också spelare från Elitserien och VM i ishockey. Detta innebär bl.a. att det finns kort med lägre status. VM-spelare från t.ex. Italien och Norge kallas »slagg« och har lågt bytesvärde. Den fria formen i samlandet innebär att antalet kort i en samling blir viktig jämfört med att fylla »fasta« album med bilder. Korten förvaras i plastfickor i pärmar där den flitige samlaren kan ha över tusen bilder. Intervjuobjekten visade stolta upp var sin samling på över 300 bilder, resultatet av en tvåårig verksamhet. Samlandet sker emellertid bara under vintersäsong eller när hockey spelas. Volymen och samlarsäsongen antyder att »riten« att besöka kortautomaten skett minst en gång per vecka. Minnet är emellertid kort hos gotalisterna. Nu gäller *Foppa* och *Modano* medan *Tumba* är en okänd storhet.

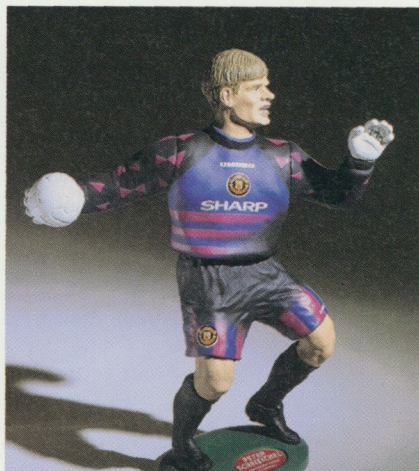
Priset på den klassiska Alfapastillasken med sin idrottsbild var länge 25 öre och borgade för en viss enhetlig prissättning av samlarobjekt, medan den nutida vurmen alltså erbjuder en eklektisk marknad både vad gäller prisnivå och samlarmöjligheter. Detta speglar kanske också skillnaden i samhällskaraktär; det snälla, trygga Erlandersamhället 1949 och det nutida, där allehanda marknadsidéer och personliga initiativ konkurrerar om en allt mer krävande publik.

Kalenderbitare

I en av Alfred Hitchcocks tidiga thrillerkomedier, *The 39 steps* från 1935, vävs intrigen kring en music-hall-artist som kan ge svar på publikens alla frågor. Filmen börjar också i music-hall-miljö i London där hjälten – Robert Donat – frågar hur långt det är mellan två städer i Kanada. Artisten har, som det visar sig, utantill lärt in ett stort beskrivande textmaterial om



Wayne Gretzky. Hockeybild från 1994, ett av de år Wayne Gretzky – en av världens bästa spelare – representerade ishockeylaget Los Angeles Kings. Kortet är i färg och inplastat, plasten har också konstnärlig utsmyckning. Foto Peter Segemark. Nordiska museet.



Miniatyr av fotbollsmålvakten Peter Schmeichel. Modellen av Schmeichel – målvakt i det framstående brittiska klubblaget Manchester United och även landslagsmålvakt för Danmark – är exempel på ett nutida tredimensionellt samlarobjekt inom idrott. Foto Peter Segemark. Nordiska museet.

en komplicerad motor. Underhand framgår att det rör sig om en militär hemlighet som alltså placerats i artistens minne. Filmtiteln *The 39 steps* är för övrigt den fras som får artisten att rabbla upp sin långa läxa. Intrigen går ut på att minneskonstnären skall smugglas utomlands och där meddela sina uppgifter, vilket hjälten efter vissa besvär lyckas förhindra. Artistkaraktären som den är presenterad passar rätt väl in på begreppet kalenderbitare. Vad man anar i Hitchcocks gestaltning är också att artistens förmåga bygger på en fläckfri minneskapacitet, medan han samtidigt är ett viljelöst offer för omgivningens intressen.

Enligt Nationalencyklopediens ordbok är kalenderbitare en person »som är (överdrivet) intresserad av uppgifter i kalendrar och annan statistik. Ofta utvidgat om en person som har mängder av ointressanta detaljkunskaper«. Vidare framgår att ordet är historiskt belagt sedan 1885. »Bi-

tare« motsvarar i överförd bemärkelse »intresserad«, bli »biten« av någonting.

Kalenderbitare i ordbokens mening finns också inom idrott. Kunskapsprofilen brukar röra sig om tävlingsresultat, laguppställningar, olympiska medaljer, rekordutveckling och liknande. Gunder Andersson gör emellertid en bredare definition och innefattar också »standardskildringar« av klassiska tävlingar – typ Anders Gärderuds guldlopp 3 000 meter hinder i OS 1976 där »östtysken faller« – i begreppet (Andersson 1999:155–176). Ett exempel från Nordiska museets frågelista om idrott kan kasta ytterligare ljus över ämnet. En man född 1920 lämnar följande vittnesbörd från sin pojkålder: »Jag kunde rabbla upp alla världsrekorden och alla spelare i de allsvenska lagen som ett rinnande vatten«. Inspirationskällan var bl.a. en ivrig läsning av Idrottsbladet (KU 17986-18174). Exempel på en liknande kalenderbitare utanför idrotten men med samma tabellariska inriktning är skådespelaren Björn Kjellman och hans kunskaper om Melodifestivalen.

Ofta ingår kalenderbiteri som en naturlig del i eller är en förutsättning för det idrottsliga umgänget på läktaren, vid radion eller framför TV:n. Graden är emellertid skiftande och avsaknaden av kalenderbiterikunskaper behöver inte begränsa själva idrottsupplevelsen. Två svenska kalenderbitare av lite olika karaktär – Birger Fält och Björn Hellberg – skall beröra i det följande för att ytterligare belysa begreppet:

Hösten 1986 presenterade svensk TV en ny upplaga av frågeprogrammet Kvitt eller dubbelt med Bi Puranen och Bo Rehnberg som programledare. Bland tävlande i ämnen som Andréexpeditionen, Småfåglar, Charlie Chaplin, Jussi Björling och Familjen Bernadotte framträdde också en ung lärarson från Bollnäs som förutskickade stora kunskaper i ämnet *Vasaloppet*. Ynglingen hette Birger Fält och var 18 år. Han hyste stort intresse för skidsport och var också aktiv juniorlöpare, vilket enligt honom själv var grunden för hans intresse för Vasaloppet. I programredaktionen hade man inriktat sig på siffer- och namnkunskap. Några typiska frågor var följande: Inom vilket tusental kom Carl XVI Gustav i mål då han deltog i Vasaloppet 1977, Hur placerade sig Särna-Hedlund i Vasaloppet 1922, 1923 och 1924, Vilka dalalöpare kom före honom i mål 1923, Vad hette kranskullan i Vasaloppet 1926 osv. Kraftprovet kom i sista frågan – då värd 48 000 kronor. Det gällde att komplettera uppgifter om olika Va-

salopp. På en tavla var år, namn, placering, klubbtilhörighet och tid (i timmar, minuter och sekunder) för sju olika Vasalopp angivet och det gällde att fylla i »tomma rutor«. En uppgift saknades i varje exempel. För att klara frågan måste alltså Fält veta tiden för de femton främsta i Vasaloppet sedan starten 1922 uppdelat i timmar, minuter och sekunder. Ett tusental femställiga sifferuppgifter måste alltså finnas i minnet, vilka i sin tur skulle kombineras med år, namn på löpare, klubbar osv.; en till synes oöverstiglig uppgift.

Fält kunde emellertid besvara alla frågor och dessutom självmant komplettera en del av svaren särskilt med uppgifter om resultat. Kungens placering 1977 var 5 713 och Fält lämnade också uppgift om den exakta tiden. Denne kalenderbitare låg alltså högt över den kunskapsnivå som redaktionen räknat med samtidigt som han med sin extra information ytterligare markerade begränsningen av sitt kunskapsfält till att gälla enbart minneskunskap.

Journalisten och författaren Björn Hellbergs framtoning som kalenderbitare är knutet till tennis och matchresultat. Profilen är att på anmaning redovisa namn och resultat från någon av de fyra Grand slam-turneringarna i tennis, (herrsingelfinal i Wimbeldon 1976 Björn Borg–Illie Nastase 6–4, 6–2, 9–7 osv.) Liksom Fält var Hellberg tidigt intresserad av sin sport och aktiv utövare. En tid var Hellberg s.k. klass två-spelare, vilket innebar att han tillhörde de femton, tjugo främsta tennisutövarna i landet. Detta intresse förstärktes också av en mycket tidig journalistkarriär som började direkt efter folkskolan. Som tonåring fick Björn Hellberg anställning på Sveriges radio som hjälpreda åt Sven Jerring. Det gällde att räkna dubbel och liknande. Antalen skrevs ner och lämnades till Jerring för att refereras vid någon paus i spelet. Hellberg själv hade emellertid stränga instruktioner av Jerring att inte tala i radio. Biten av tennis reste Hellberg på vinst och förlust till Australien för att bese Australian Open och fördjupa sig i sporten. Försörjningen ordnades med diverse journalist- och skrivuppgifter på frilans-basis. Minnesfärdigheten som bildade bas för kalenderbiteriet var en självupptäckt som utvecklades efter hand och som heller inte kunde spåras i arv eller social miljö.

För Björn Hellberg har emellertid minnesfärdigheten egentligen inget egenvärde utan blir värdefull först då den kombineras med andra kunskaper om tennis, vilka tillsammans bildar stomme i t.ex. ett idrottsreferat.

Genom detta har Hellberg s.a.s. blivit Jerring och sitt unga jag i en och samma person. Denna kunskapskombination, där kalenderbiteri ingår som en viktig del, är för övrigt inte ovanlig bland sportjournalister, där Bo Hansson har svårt att dölja sina omfattande kunskaper om fotboll avseende namn, resultat m.m., Sven »Plex« Peterson har liknande vetande om skidsport osv.

Om man jämför Hellberg, Fält och sagesmannen från Nordiska museets frågelista som var en flitig läsare av Idrottsbladet och försöker få fram grunddrag i kalenderbitarens karaktär förefaller minnesfärdighet vara den avgörande förutsättningen liksom intresse för viss idrott. I åtminstone Fälts och Hellbergs fall verkar minnesfärdigheten ha funnits där s.a.s. från början. Det nämns ingenting om uppövning eller träning av minnet när saken berörs i TV (Fält) eller i intervjun (Hellberg). Den kapacitet som visats upp av de två är också entydigt imponerande. Både intresse för och utövande av en viss idrott förefaller att stimulera förutsättningen för att starta och utveckla kalenderbiteri. Ytterligare en allmän bakomliggande orsak – som särskilt antyds i frågelistsvaret – kan vara tidningarnas samlade redovisning av idrottsresultat på en sportsida där materialet blir lätt att överblicka och lagra i minnet. Här var för övrigt Dagens Nyheter först som dagstidning med en daglig idrottssida från 1920.

Om man slutligen för att runda av framställningen skall lägga ett psykologiskt/sociologiskt perspektiv på den rene kalenderbitaren och jämföra med samlaren kan det vara idé att återvända till Hitchcocks tolkning, där han trycker på kalenderbitarens svaga sociala förmåga. Om den betoning- en har något fog för sig skulle alltså minneskunskap/kalenderbiteri vara förknippat med en viss passiv, mindre utvecklande karaktär. Minneskonst- nären imponerar, men ofta bara för stunden, medan samlaren med sitt visserligen ego-reflekterande material kan brodera ut sin personlighet och därför kan tänkas stå bättre rustad i relation till omvärlden än sin broder kalenderbitaren. Det studerade materialet ger förstås ingen bärighet för sådana generella påståenden. Däremot framgår att många kalenderbi- tare har en positiv nytta av och skapar synergi av sina kunskaper, och den- na vilja till kombination och utveckling talar onekligen emot Hitchcocks föreställning. Kanske liknar samlaren och kalenderbitaren varandra som personlighetstyper? Men deras sociala förmåga i övrigt varierar sannolikt från person till person.