

# MASTEROPPGAVE

Emnekode: HR301S    Navn: Anne Kristin Sivertsen / Kandidatnr. 11

Masteroppgave i Human Resource Management.

---

”Lukta av lær, olje og tørr asfalt”

- Bodø Motorsykel Club – Attraktiv og synlig organisasjonskultur?”

---

Dato:            14.05.2020

Totalt antall sider: 51



## **FORORD**

Denne masteroppgaven er tilegnet alle ”på to hjul”, både praktikere og romantikere som finner tilhørighet i et positivt motorsykkelmiljø. Stor takk og hilsen til Bodø Motorsykel Club og alle de flotte folkene som er med der.

Spesielt tusen takk til mine informanter som tok seg tid til å dele sine tanker om hvordan det er å kjøre motorsykel og om miljøet og klubbkulturen.

Tusen takk også til Leif Kristian Monsen og Turid Moldenæs for inspirerende forelesninger og verdifull faglig veiledning.

Bodø, Mai 2020

Anne Kristin Sivertsen

## **ABSTRACT**

In this study I have researched the culture in Bodø Motorsykkel Club. The Motorcycle club turned 50 years in 2019 and the members of the club has shared a cultural community through bikerides, parties, motorbike-activities and everyday-life during many years. I have analysed the culture to find out if it is visible in public space in Bodø. I want to find out if the club culture in BMC appears as unique compared to other MC-environments in Bodø.

## **SAMMENDRAG**

I denne studien har jeg sett på kulturen i Bodø Motorsykkel Club. Klubbens medlemmer deler et kulturelt fellesskap gjennom hverdagsliv, fritidsaktiviteter, MC-turer og fester gjennom mange 10-år. Jeg har belyst organisasjonskulturen i klubben og har undersøkt om kulturen i klubben er synlig i det offentlige rom i Bodø. De vanlige MC-miljøene i Norge er lite beskrevet, men det finnes en del studier om 1%-klubbene, blant andre en etnografisk studie av Ida Skar, om den norske bikerkulturen (Universitetet i Oslo 2016). Jeg har hentet inspirasjon til oppgaven min fra filmer og TV-serier og fra egne erfaringer som medlem av Bodø Motorsykkel Club.

Data er innhentet fra deltakende observasjon i aktiviteter i MC-klubben. Jeg har videre innhentet data fra media, nærmere bestemt aviser, nyhetsbilag og fra Facebook og nettsider der klubben er nevnt eller presentert på en eller annen måte. I tillegg har jeg intervjuet seks medlemmer om aktiviteter og miljø, hvordan de meldte seg inn og hvilke verdier og normer som finnes i BMC. Jeg har i hovedsak analysert empirien opp mot teori av Edgar Schein om organisasjonskultur, men har også brukt andre teorier. Jeg har videre sett på om kulturen og omdømmet til klubben kan ha noe å si for rekruttering av nye medlemmer.

Undersøkelsen er gjort på bakgrunn av min problemstilling:

***”Hva kjennetegner kulturen i Bodø MC-klubb? Er klubben synlig i det offentlige rom i Bodø? Fremstår MC-klubbens kultur som unik i forhold til andre motorsykkelmiljø i Bodø?”***

Det som fremkommer av studien er den sterke kulturen i Bodø Motorsykkel Club og identiteten og verdiene som vises tydelig i medlemmenes ”klubbliv” og aktiviteter.

<b>Innholdsfortegnelse</b>	
Forord	i
Abstract	ii
Sammendrag	ii
<b>1.0 INNLEDNING</b>	<b>1</b>
1.1 Studiens struktur	2
<b>2.0 MC-BEVEGELSEN OG BODØ MOTORSYKKEL CLUB</b>	<b>3</b>
2.1 Motorsykkelens og MC-klubbenes historie	3
2.2 Motorsykkelen som kulturelt symbol	4
2.3 MC-bevegelsens røtter i Norge	5
2.4 Bodø Motorsykel Club (BMC)	5
<b>3.0 TEORETISK TILNÆRMING</b>	<b>9</b>
3.1 Kulturbegrepet	9
3.2 Organisasjonskultur	9
3.3 Omdømme	13
3.4 Oppsummering	16
<b>4.0 METODE</b>	<b>16</b>
4.1 Metodisk tilnærming	16
4.2 Forarbeid til intervjuene	17
4.3 Tilgang til feltet og informantene	17
4.4 Forskerrollen og refleksivitet	18
4.5 Feltarbeid og datainnsamling – presentasjon av informantene	18
4.6 Bearbeiding av datamaterialet	21
4.7 Relabilitet og validitet	22
4.8 Oppsummering/kritikk til metoden	22
<b>5.0 KLUBBENS FYSISKE ARTEFAKTER</b>	<b>23</b>
5.1 Innledning	23
5.2 Symboler	23
5.3 Oppsummering	30
<b>6.0 KLUBBENS RITUELLE ARTEFAKTER OG SOSIALE MILJØ</b>	<b>30</b>
6.1 Innledning	30
6.2 Ritualene	30
6.3 Oppsummering	33
<b>7.0 VERDIER OG NORMER</b>	<b>33</b>
7.1 Stolthet og identitet	34
7.2 Før og nå	36
7.3 Verdier og normer	36
7.4 Subkulturer: ”Praktikere eller romantikere”?	39

7.5 Hierarki og holdninger	40
7.6 Oppsummering	42
<b>8.0 SYNLIG OG UNIK I DET OFFENTLIGE ROM</b>	<b>43</b>
8.1 Omdømmet til BMC	43
8.2 Synlighet	43
8.3 Unikhet	44
8.4 Samarbeid med Bodø kommune	45
8.5 Rekruttering	47
8.6 Oppsummering	47
<b>9.0 AVSLUTNING</b>	<b>48</b>
9.1 Funn i undersøkelsen	48
9.2 Fremtiden – utfordringer og fordeler	49
9.3 Oppsummering med kommentar	51

#### Litteraturliste

- Vedlegg 1. Søknad om godkjenning
- Vedlegg 2. Brev til informantene
- Vedlegg 3. Intervjuguide

## 1.0 INNLEDNING

Bodø Motorsykkel Club (BMC) ble 50 år i 2019 og har vært opptatt av hvordan de skal rekruttere medlemmer og få yngre folk til å melde seg inn i klubben. Klubbens medlemmer mener at klubben er godt kjent i Bodø og at omdømmet er godt. Mange av medlemmene i klubben har vært med siden de var ungdommer og det er ikke å legge skjul på at gjennomsnittsalderen i BMC begynner å bli høy. Det er for meg en tankevekker at det ikke lenger er så mye ”futt og fart” på programmet, men at arrangementer som fårrikålfest, grøtlørdag og ”fersk-fesk-aften” trekker medlemmene til klubbhuset.

Jeg er selv medlem i Bodø Motorsykkel Club, men selv om jeg har kjørt sykkel i en del år, har jeg ikke vært medlem så lenge. Ved at jeg er født og oppvokst i byen, er jeg likevel kjent med klubben som en del av MC-kulturen i Bodø og med mange av dem som har vært medlemmer gjennom mange år, ja jeg kan på en måte si at vi er ”blitt voksne sammen”. Da jeg tok opp motorsykkelkjøring igjen og ønsket å være medlem i en klubb, var BMC et naturlig valg for meg. I ettertid kan jeg se at der var det en del folk jeg kjente fra tidligere og jeg følte meg trygg og velkommen. Da jeg kom mer inn i MC-miljøet i Bodø, oppdaget jeg at det fantes flere klubber og alternative MC-miljøer i og utenfor byen. Disse er naturlige ”konkurrenter” til BMC i forhold til rekruttering av medlemmer. Flere av MC-miljøene profilerer seg ulikt, ved at noen har klubbhus og andre ikke, noen har verksted og butikk og noen møtes kun for å kjøre sykkel og ha det artig sammen, og har nok med det. Det gjelder å finne det miljøet og de folkene som en trives sammen med. Noen bytter klubb hvis de finner miljøet i en annen klubb mer passende for sine behov og ønsker, men det virker som om de fleste er svært lojale til BMC.

Jeg setter selv stor pris på klubben og synes det vil være synd hvis klubben ”dør ut” på grunn av mangel på nye medlemmer. En av utfordringene klubben står overfor er blant annet at det følger en del arbeid i form av dugnader, ved at klubben har klubbhus og står som arrangør for ulike arrangementer som krever en del dugnadsarbeid fra medlemmenes side. Det er flere klubber i området rundt Bodø som ikke krever dette av medlemmene. Dette kan telle på vektskåla når noen skal velge seg en MC-klubb i Bodø-området. Jeg ønsker derfor å finne ut om det er noe med klubbens kultur som påvirker omdømmet til klubben og dermed kan tenkes å fremme eller hemme rekrutteringen av nye medlemmer. I denne oppgaven vil jeg derfor utforske MC-klubbens organisasjonskultur. Intensjonen er å finne ut om kulturen i

klubben kan ha betydning for rekrutteringen av nye medlemmer. Som en mer presis problemstilling har jeg valgt:

”Hva kjennetegner kulturen i Bodø MC-klubb? Er klubben synlig i det offentlige rom i Bodø? Fremstår MC-klubbens kultur som unik i forhold til andre motorsykkelmiljø i Bodø?”

Med kultur menes i denne sammenheng de synlige artefaktene i klubben som klær eller ”uniform”, logo og ikke minst motorsyklene, men også de verdier, normer og grunnleggende antagelser som er felles for gruppens medlemmer, og som langt på vei tas for gitt (Schein 2017). Med omdømme menes på sin side det samlede inntrykket omgivelsene har av klubben og dens kultur. Omdømme kan ses som en ressurs og i den forbindelse er det viktig å være synlig, unik, konsistent, autentisk og transparent (Fombrun og van Riel 2004). I denne oppgaven vil jeg særlig fokusere på klubbens synlighet og unikhet.

## **1.1 Studiens struktur**

Jeg har innledet med tema, hvorfor jeg har valgt å skrive om hva som kjennetegner kulturen og hva som gjør det attraktivt å være medlem i Bodø Motorsykkel Club. Jeg har videre presentert min problemstilling. Jeg har også prøvd å klargjøre de mest sentrale begrepene i oppgaven. I kapittel 2 sier jeg noe om motorsykkelens historie og røtter og presenterer Bodø Motorsykkel Club. Jeg vil vise hvorfor dette er et tema også av generell interesse og dels utgjør en kontekst for drøftingen. I kapittel 3 presenteres teori som benyttes for å drøfte problemstillingen. Jeg har i hovedsak konsentrert meg om Edgar Scheins (1985) teori og tre-nivå-modell om kultur. I tillegg har jeg valgt å støtte meg til sider av teorien til Fombrun og van Riel (2004) om hva som kjennetegner de såkalte omdømmevinnerne, ”The Roots of Fame”. Jeg har ikke brukt alle stjernegrenene, men i hovedsak de to som omhandler synlighet og det å være karakteristisk eller unik. I kapittel 4 presenterer jeg den metodiske tilnærmingen. Jeg presenterer informantene og hvordan jeg har gått frem for å innhente informantenes historier og finne eksempler i aviser og på sosiale media som kan si noe om organisasjonens kultur og synlighet i det offentlige rom. I kapitlene 5-8 presenteres og



analyseres intervju materialet. I kapittel 9, oppsummerer jeg tilslutt mine funn og foreslår noen tema det kan være interessant å utforske videre.

## **2.0 MC-BEVEGELSEN OG BODØ MOTORSYKKEL CLUB**

### **2.1 Motorsykkelens og MC-klubbenes historie**

En motorsykkel er enkelt fortalt et kjøretøy med motor, normalt med et slagvolum, det vil si kubikk, på mer enn 50 cm<sup>3</sup> og ett eller to seter (snl.no). Det er noe usikkert hva som kan regnes som den aller første motorsykkelen, men en motorsykkel har vanligvis to hjul, drevet av en forbrenningsmotor eller en elektrisk motor. Den finnes i svært mange varianter og har mange bruksområder. De finnes også med 3 hjul (trikes) og med 4 hjul (quads). Dampdrevne sykler ble utviklet på slutten av 1860-tallet, og de første med forbrenningsmotor var de trehjulede Butler Patrol Cycle som ble bygget av Edward Butler i Storbritannia i 1884. En annen motorsykkel, Einspur, ble laget i 1885 av oppfinnerne Gottlieb Daimler og Wilhelm Maybach i Stuttgart, Tyskland. Den fikk navnet ”Reitwagen”, fritt oversatt til ”ridebil”.

Begge disse har i forskjellige kilder blitt omtalt som verdens første motorsykkel, men den første serieproduserte motorsykkelen ble produsert av Hildebrand & Wolfsmuller i 1894. Den hadde tosylindret firetaksmotor og manglet clutch. Den var kostbar og hadde mye tekniske problemer, men solgte likevel i flere hundre eksemplarer. I mange land er motorsykkel blant de mest utbredte og billigste transportmidlene, og også i Norge var motorsykkelen tidligere primært brukt som fremkomstmiddel og ble naturlig nok mer populær enn tråsykkelen. Etter hvert som det ble mer og mer vanlig at folk hadde bil, ble motorsykler og mopeder noe som ikke ble sett på som like ”fint”.

George M. Hendee og Carl Oscar Hedstrøm stiftet i 1901 firmaet Indian Motorcycle Co. i USA, og firma-navnet var tydelig inspirert av den europeiske skrivemåten, som i Moto Guzzi. Den nye Indians V-twin-motoren ble det nye forbildet for motorsykkelmotorer, og er fortsatt i dag, over 100 år senere, den mest populære motortypen for ”cruisere” og choppere. Dette var trolig på grunn av effekten og det lave støynivået. I 1913 var Indian den mest-selgende motorsykkelprodusenten med om lag 32.000 solgte sykler, men i mellomkrigsårene (fra 1903) tok Harley-Davidson over som det mest solgte merket (wikipedia.org). Britiske Triumph produserte motorsykler fra 1902 og var på markedet allerede før første verdenskrig.

Fra 1920 steg salget på motorsykler i Europa og vi fikk merker som BMW og Zundapp. De europeiske merkene fikk fremgang fra slutten av 1960-tallet, ja allerede fra midten av 60-tallet begynte japanske Honda å produsere tyngre motorsykler, fulgt av Suzuki, Kawasaki og Yamaha og fra 1970-tallet dominerte de japanske merkene i markedet (snl.no 2020). I dag er det mye BMW og Honda, samt japanske sykler å se på veiene. Mange foretrekker fortsatt Harley Davidsen, men det er ikke så mange av dem i BMC. De som kjører Harley, er ofte medlemmer i HOG som står for "Harley Owners Group".

I 2016 hadde vi over 152 000 registrerte motorsykler i Norge og omlag 450 motorsykelklubber. Norsk Motorcykel Union (NMCU) er i dag den største landsdekkende interesseorganisasjonen for motorsyklister i Norge, og det kreves per i dag førerkort klasse A, A2 eller A1 for å kjøre motorsykel (Wikipedia.no). Så lenge som det har eksistert motorsykler, har "bikerne" etablert seg i klubber der medlemmene har dyrket motorsykkelen og livstilen som følger med. 1 % av MC-klubbene regnes som kriminelle av myndighetene, selv om medlemmene ikke alltid er enige i det. Noen klubber definerer likevel seg selv som lovløse med egne regler og lover, men det er store forskjeller både mellom land og klubber. 99 % av klubbene er imidlertid vanlige folk som driver hobbyvirksomhet og kjører motorsykel sammen med venner.

## **2.2 Motorsykkelen som kulturelt symbol**

Egenskapene til motorsykkelen gjør at den ofte assosieres med fart, frihet og uavhengighet. Den er rask og tar deg lengre enn tråsykkelen, samtidig som den er billigere i drift enn bilen. I amerikansk populærkultur har motorsykkelen blitt brukt som symbol på frihetselskende typer som gjerne er litt på kanten av det konforme samfunnet. Et eksempel er filmen Easy Rider fra 1969 med blant andre Henry Fonda og Dennis Hopper i hovedrollene. Av nyere filmer kan nevnes "Wild Hogs" med blant andre John Travolta fra 2007, TV-serien "Sons of Anarchy" fra 2008-2014 og "spinoff-serien" til denne om "Mayans MC" fra 2018.

Flere amerikanske motorsykel-klubber har spredt seg globalt, som for eksempel Outlaws (1935), Hells Angels (1948) og Bandidos (1966). Portretteringen av disse klubbene, blant annet i filmen "The Wild One" fra 1953, gjorde at motorsykkelen og spesielt Harley Davidson, forbindes med fredløshet og gjengkriminalitet. I stedet for å dyrke motorsykkelen og frihetsfølelsen, fremheves den kollektive samhørigheten og æresbegrepet. Selv om de aller

fleste MC-klubbene ikke driver med kriminalitet, blir trolig MC-miljøet assosiert med disse filmene og typene. Det er kun 1% av klubbene som antas å drive med lovløs aktivitet for eksempel Hells Angels (snl.no). Boka ”Helvetes enger” (2014) beskriver Hells Angels-miljøet i Norge på flere navngitte steder og den aktiviteten som lokalklubbene og medlemmene her driver med.

### **2.3 MC-bevegelsens røtter i Norge**

Fra slutten av 1970-tallet og begynnelsen av 1980-tallet ble motorsykler mer og mer et ungdomsfenomen, og gjerne for de som var ”wild at heart” og elsket frihetsfølelse og kjørekultur. Den norske krona ble mer verdt enn japanske Yen, noe som gjorde det mulig for ungdom å kjøpe sin egen sykkel og de japanske syklene ble etter hvert også å se i Bodø. Det anslås at det kostet ca. 30.000,- kroner for en ny sykkel tidlig på 1980-tallet, noe som tilsvarte en halv gjennomsnitts årslønn på denne tiden. Det store på 1980-tallet var å dra på motorsykkeltreff for å treffe andre motorsykkelfolk, og enkelte av medlemmene i BMC dro helt til Italia og Jugoslavia. Der var det billig og godt vær, og veiene var noe helt annet enn nordnorske veier på den tiden (AN/Endelig Helg 15.06.2019).

Det jeg har funnet i media er mye negativt om motorsykelklubber, nesten utelukkende om 1%-klubber og kriminell aktivitet. Det er derfor grunn til må tro at MC-klubber generelt hadde et dårlig omdømme. Dette også sett i lys av informantenes historier om synet på MC-folk før og nå og at folk flest så litt skjevt på denne type ”ungdomskultur”. De er for mange en bråkete, lydforurensende og skummel gjeng som folk flest ikke vet så mye om.

### **2.4 Bodø Motorsykel Club (BMC)**

BMC ble etablert i oktober 1969 og medlemskontingenten ble satt til 15 kroner pr. år eller 7,50 for 6 måneders medlemskap (Facebook/Bilde av medlemskort 07.03.2020). Når jeg søker på BMC på google.no får jeg opp den offentlige nettiden til klubben på facebook.com. Det er en åpen nettside for medlemmene av BMC og andre motorsykelentusiaster. Nettsiden har (Google.com 16.04.2020) 784 medlemmer og 1115 bilder som er lagt ut fra 11.10.2012. Det er også lagt ut eldre bilder fra før denne datoen. I beskrivelsen står det at klubben ble stiftet i 1969 av en håndfull personer som hadde kjørt mye sammen. BMC ble dermed Nord-Norges første MC-klubb (facebook.com). I AN’s bilag Endelig Helg (15.06.2019) står det at

BMC i dag er Norges nest eldste MC-klubb. Klubben har pr. 31.12.2019 93 medlemmer. Det er noen som er støtte-medlemmer, men resten er aktive medlemmer. Av disse er 25 kvinner.

En av informantene fortalte at på 1990-tallet ble det mer akseptert å kjøre motorsykkel, men mange av medlemmene i BMC ble eldre og meldte seg ut av klubben. Det var likevel fremdeles noen av de mer voksne som fortsatt ”krampholdt i styret”. Flere godt voksne som kanskje tidligere hadde drømt om å kjøpe seg sykkel, realiserte nå drømmen. Det ble også dannet en egen senioravdeling i klubben for de som var 40+. Det nevnes i AN (15.06.2019) at klubben hadde en ”oppsving” på slutten av 1980-tallet og ideen om eget klubbhus ble realisert. Bygget ble påbegynt i 1991, og mye av arbeidet ble gjort av medlemmene selv, da det var både snekkere, elektrikere og byggmestre blant medlemmene. Allerede i 1992 ble de første møtene og klubbfestene avholdt i Trålveien på Alstad og i 1994 var hytta nedbetalt. Klubbhuset eller klubbhytta ble senere flyttet med mobilkran og kjørt med lastebil til Bratten, en høyde like nord for Bodø, der det ble plassert oppå en gammel tyskerbunker. Flyttingen skjedde i 2006 og klubbhuset står fremdeles der i dag, rett ved FV834 og Bratten Aktivitetspark (AN/Endelig Helg 15.06.2019).

Som organisasjon fungerer klubben med et styre som består av leder, nestleder/verkstedsjef, klubbhussjef, sekretær, kasserer/økonomiansvarlig og en ungdomsrepresentant. Det er i tillegg to vararepresentanter. En av medlemmene har ansvar for at det legges ut informasjon til medlemmene på nettsiden og kalles web-ansvarlig. Det er lik fordeling mellom kvinner og menn i styret uten at jeg vet om dette er et bevist valg eller tilfeldig. Lederen av styret er også den som er øverste leder for klubben. Hun leder styremøtene og medlemsmøtene som er en gang pr. måned. Saker som blir lagt ut på klubbens interne nettsider blir naturlig nok godkjent av styrets leder. Når det gjelder sosiale media, for eksempel klubbens facebook-side, styrer ikke ledelsen av klubben på samme måte hva som skrives av folk, både i og utenfor klubben.

Det er en nyere artikkel i Bodø-avisa AN (2019) som presenterer klubben på en veldig fin måte. Det er flere siders artikler med bilder (Bilde 2.4.1 og 2.4.2) som forteller klubbens historie fra starten i 1969 og frem til 50-års-jubileet i 2019. Ved bilder og intervju av medlemmene viser den også fram både aktiviteter og kulturen i organisasjonen. Det er blant annet bilder fra ”Bunkereren”; motorsykkelverkstedet som ligger inne i fjellet i Dreyfushammarn i Bodø. BMC har holdt til der siden 1970, kun avbrutt i en kort periode i

1976 da sivilforsvaret pusset den opp. Det er også bilder fra MC-hytta som er et klubblokale og av noen av syklene. Det nevnes også at det yngste medlemmet i BMC er født i 1998. Med en gjennomsnittsalder på over 50 år, er det naturlig at klubben ønsker ”nytt blod” i form av yngre medlemmer som kan holde hjulene i gang (AN/Endelig helg 15.06.2019).



Bilde 2.4.1.



Bilde 2.4.2. Fra Bunkeren.

AN (15.06.2019) skriver i bilaget Endelig Helg om motorsykkel-klubben og at de arrangerte sitt første Norgestreffet på Stabbesletta i Saltdal i 1976. Etter det har MC-treffet vært et årlig arrangement, fra om lag 100 sykler i 1976 til det siste store treffet på 70-tallet som var i Geitvågen med godt over 1.000 besøkende sykler.

### 3.0 TEORETISK TILNÆRMING

#### 3.1. Kulturbegrepet.

Selve ordet kultur bygger på de latinske substantivene *cultura* som står for dyrking av jorden og *cultus* som står for dyrking av gudene. Vi finner igjen begge disse betydningene i den norske bruken av begrepet. Kultur er derfor både en menneskelig aktivitet og åndsarbeid som tanker og ideer (NDLA.no, 2019). Kulturbegrepet kan blant annet være både finkultur som musikk, teater og andre skapende aktiviteter og det kan være ”mindre finkultur” som idrett, fritidsaktivitet, mat, verktøy og klesdrakt. Det kan også være kultur som meningsfellesskap med et mønster av ideer, verdier, normer og identitet. Felles for alle er at betydningen av kultur er at det er noe menneskeskapt og det kan være vage skiller mellom de ulike betydningene. I dette tilfellet ønsker jeg å se på kulturen i en klubb, det vi si verdiene, normene og aktiviteten i klubben. Jeg er interessert i ideer og identitet hos medlemmene i klubben og hvordan de finner mening i fellesskapet.

Det er etter hvert blitt en utbredt oppfatning at å ha en sterk kultur er svært viktig for at en organisasjon skal lykkes. I den første klassikeren om organisasjonskultur *Corporate Culture* (1982) skrev forfatterne Deal og Kennedy (Strand 2001), at et selskap kan tjene så mye som en til to timer med produktivt arbeid pr. ansatt pr. dag hvis de har en sterk kultur. Det er nemlig følelsen av lojalitet og oppfatningen av at man har et felles mål, samtidig med vissheten om frihet til full utfoldelse sammen med den følelsesmessige bindingen til systemet som skulle forårsake denne innsatsen (Strand 2001).

#### 3.2 Organisasjonskultur

Organisasjonskultur kan oppfattes både som noe en organisasjon har eller noe den er. En organisasjon kan ha struktur, kultur eller andre elementer, men organisasjoner, samfunn eller klubber er i seg selv også kulturer. Clifford Geertz (1973 i Strand 2001) sier at kulturer er ”et nett av betydninger som mennesket selv har spunnet”. Samfunn eller kulturer er sosialt konstruert ved felles oppfatninger som folk ser på som fakta og handler deretter. For å få innsikt i en organisasjon må vi ta alle forholdene som vi anser som uttrykk for kultur og finne ut hvordan deltakerne selv tolker og setter delene i en sammenheng (Strand 2001). Den mest synlige kommunikasjonen som en organisasjon fører med omverdenen, gjøres gjennom varemerker, brands og logo (Strand 2001).

På 1960-tallet begynte man å studere hvordan medlemmene i organisasjoner, delte seg i bestemte mønstre etter for eksempel ulike meninger, og hvordan disse menings-mønstrene igjen påvirker måten som menneskene og hele organisasjoner fungerer på. På 1980-tallet erkjente man for alvor at det var mer enn teknologi og økonomi som var avgjørende om en organisasjon skulle lykkes (Strand 2001), og etter hvert begynte forskere å definere organisasjonskultur som et eget fenomen som kan ha betydning for hvordan en organisasjon fungerer. Blant annet blir det hevdet at det viktigste i enhver kultur er hvilke verdier og normer som overføres fra tidligere generasjoner til nye over tid. Kulturen er, også i organisasjoner, ofte noe om tas for gitt og som man ikke tar hensyn til i forhold til hvordan man tenker eller handler (Jacobsen og Thorsvik 2019). Strand (2001) hevder imidlertid at det er de grunnleggende trosoppfatningene, verdiene og normene, det vil si kulturen i organisasjonen, som styrer adferden til folk og ikke strukturen og de ytre belønningssystemene.

Mange forfattere er enige om at kulturfenomener har til felles at de kan læres, at de er følelsesladede og at de har historiske røtter. De er også uklare, ikke statiske og at de er symbolske, det vil si at de kan tolkes forskjellig (Schein 1987, Trice og Beyer 1993, Hofstede 1993 i Strand 2001). Kulturen er mest synlig i organisasjoner som har liten formalisert orden mens i sterke organisasjoner, omfatter kulturen de fleste aspektene ved livet, de er inklusive og medlemmene lærer seg at i det lange løp vil de få belønning for det de yter til fellesskapet (Allaire og Fasirotu 1984, i Strand 2001) Et eksempel på en sterk motorsykkelkultur kan være Hells Angels der medlemmer som gifter seg, holder bryllup med MC-klubben som organisasjon tilstede.

Kulturen kan også ses på som elementer i forskjellige lag i en pyramide. På toppen står fysiske uttrykks-former, bygninger, innredning og merker. Dette er det vi først merker oss med kulturen i en organisasjon. Nest øverst står adferds-former, for eksempel høflighet som vi også kan observere når vi kommer litt nærmere. Under dette står symboler og særegne uttrykk. Nest nederst og ikke åpent for alle, står verdier som ærlighet og kreativitet. Nederst i pyramiden står grunnleggende antakelser som selve pilaren i organisasjonen. De nederste lagene er størst og lar seg ikke lett endre og er heller ikke så lett å oppdage (Strand 2001).

Jacobsen og Torsvik (2019) hevder at Scheins definisjon av kultur har flere poeng. De understreker at det ikke gir noen særlig mening å snakke om organisasjonskultur uten å knytte



”kultur-begrepet” til en gruppe i organisasjonen som deler et sett av grunnleggende antakelser. En gruppe med en felles kultur kan for eksempel ha en holdning eller felles mening om at ”vi stiller opp på dugnad og jobber sammen for Salfjellrally-treffet” eller ”vi etterlater klubbhuset rent og ryddig etter bruk”. De fleste medlemmene i klubben kan ha en felles mening om slike saker, fordi de gjennom år har etablert reglene og kulturen og funnet ut at dette er den beste måten å gjøre det på.

Schein sier også at ”kultur er basert på læring”. En organisasjon kan ta læring av hendelser som har skjedd og justere virksomheten til en ny kurs ved behov. Læringen er knyttet til forhold, nemlig at kulturen utvikles etter hvert som man finner ut av problemer i forhold til omgivelsene og at kulturen kan utvikles etter hvert som organisasjonen lærer å kommunisere og samarbeide i organisasjonen. Schein sier for det tredje at kulturen bare opprettholdes så lenge den oppfattes som riktig og får bekreftelse fra omgivelsene. Schein sier for det fjerde at det rådende i kulturen blir lært videre til nye medlemmer. På den måten sosialiseres nye medlemmer inn i klubben og lærer hvordan de skal oppfatte og forstå ting på og hva som er akseptabel adferd i organisasjonen (Jacobsen og Torsvik 2019).

### ***Scheins tre-nivå-modell***

Edgar Schein (1985) har gjennom mange år, forsket på organisasjonskultur og regnes som en ekspert på emnet (2017). Han definerer begrepet kultur slik:

”A pattern of shared basic assumptions that was learned by a group as it solved its problems of external adaption and internal intergration, that has worked well enough to be considered valid, and therefor to be taught to new members as the correct way to perceive, think and feel in relation to those problems” (Schein 1985).

Med denne definisjonen menes en stilltiende enighet om måten å samhandle på, et samspill mellom menneskene i organisasjonen som oppleves som sant og riktig. Det gjelder blant annet hvordan man oppfører seg, ritualer, klesdrakt, meninger og holdninger, identitet og oppfattelse av seg selv og omgivelsene. Han hevder at kultur kan observeres på mange nivå, gjennom flere lag, som i en løk med grunnleggende antakelser innerst og konstruerte, representerende ting (artefakter) ytterst. Kultur er et samlende uttrykk for hvordan et samfunn definerer og forstår sin egen måte å fungere på og de enkelte individene i organisasjonen er

”programmert” til å forstå og bedømme på samme måte som andre individ i samfunnet (Strand 2001:side 217).

<b>Figure 3.2</b>	<b>The Three Levels of Culture</b>
<b>1. ARTIFACTS</b>	
* <b>Visible and feel-able structure and processes</b>	
* <b>Observed behavior</b>	
- <b>Difficult to decipher</b>	
<b>2. ESPOUSED BELIEFS AND VALUES</b>	
* <b>Ideals, goals, values, aspirations</b>	
* <b>Ideologies</b>	
* <b>Rationalizations</b>	
- <b>May or may not be congruent with behavior and other artifacts</b>	
<b>3. BASIC UNDERLYING ASSUMPTIONS</b>	
* <b>Unconscious, taken-for-granted beliefs and values</b>	
- <b>Determine behavior, perception, thought, and feeling</b>	

### *Artefakter*

Ifølge Schein (1985 og 2017) kan kultur ses på 3 ulike nivåer. Det øverste nivået i Scheins modell er artefakter, som er det enkleste og synlige i en organisasjon. Det er det som kan ses, høres og føles i møte med en organisasjon, for eksempel klær, lokaler, logo, slagord, utsmykning og lignende. Det er likevel ikke sikkert at det vi ser, har den meningen som vi fortolker. Artefaktene kan ifølge Schein (1985) deles i 3 hovedgrupper.

Disse er:

- \* Det som menneskene sier, for eksempel historier, humor eller ”slang”.
- \* Det menneskene gjør, for eksempel kroppsspråk, hastigheten ting gjøres i, eller rutiner.
- \* Fysiske gjenstander for eksempel logo, skriftlig materiale, utsmykning eller andre synlige gjenstander som er knyttet til organisasjonen.

Artefakter er derfor ikke bare det vi ser, men også det som sies, musikk, historier og ting som folk gjør. Det kan også være følelsen andre får i møte med organisasjonen, for eksempel om de føler seg velkommen. Kulturen i klubben vedlikeholdes så lenge det er enighet i klubben om hvordan vi skal ha det (Schein i Jacobsen og Torsvik 2019).

### ***Verdier, normer og grunnleggende antakelser***

Det neste nivået i Scheins modell er verdier og normer i kulturen, eller det som han kaller ”espoused beliefs and values”. Det er verdier og normer i organisasjonen som gjør seg gjeldende selv om de egentlig ikke er uttalt i organisasjonen. Det er en stilltiende enighet om at slik skal det være. Hvis noen utfører handlinger som bryter med det gjeldende handlingsmønsteret og verdiene, vil det fremkalle reaksjoner i organisasjonen. Det kan være åpne og uttalte verdier, men de kan også være skjulte men likevel forankret i organisasjonskulturen (Schein 2017). For at en person skal identifisere seg med en organisasjon, må organisasjonens verdier, være i tråd med personens egne (Kvåle og Wæraas 2006) og verdier er ikke noe som lett lar seg endre.

Det nederste nivået og det mest grunnleggende er ifølge Schein (1985) grunnleggende antakelser eller ”deeper assumptions”. Det er våre eget syn på virkeligheten gjennom egne ”briller” av erfaringer, oppdragelse og levd liv. Det ligger i oss som selvfølgeligheter, noe som vi tar for gitt at det skal være sånn. Schein mener at det er grunnleggende antakelsene som styrer resten av modellen, det vil si hva vi for eksempel ser etter og hvilke verdier vi har. Disse kan for eksempel være tillit og tilhørighet. Jeg har lagt mindre vekt på de grunnleggende antakelsene i organisasjonen, da de er svært vanskelige å finne frem til gjennom intervjuene og i stedet lagt mer vekt på det som er synlig og tilgjengelig.

### **3.3 Omdømme**

Omdømmebegrepet står ikke sentralt i oppgaven, men jeg har likevel valgt å si noe om begrepet da det fremkommer i teksten og har betydning for videre teoribruk.

Omdømme kan ha ulik betydning innen forskjellige fag, for eksempel innen økonomi, psykologi, sosiologi og kommunikasjon med flere (Brønn, Sjøbu og Ihlen 2009 i Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011). Det nevnes 49 ulike definisjoner som kan deles inn i 3 kategorier for omdømme:

- Bevissthet: Oppfatningen eller inntrykket. Den oppmerksomheten som en interessent gir organisasjonen, men ikke nødvendigvis det som vi ser på som omdømme.
- Vurdering: Her oppfattes omdømme som en vurdering eller et mål på noe, som for eksempel organisasjonens status.

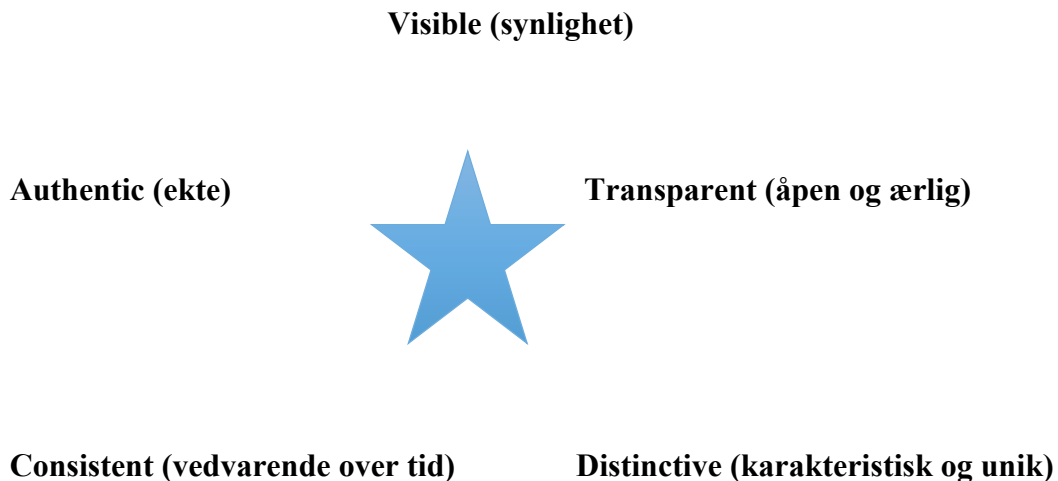
- Verdi: Her ses omdømme på som noe verdifullt for organisasjonen, det vil si omdømme som ressurs som for eksempel en økonomisk eiendel.

Kategoriene overlapper hverandre og kan differensieres. Bevissthet innebærer ikke vurdering, og vurdering kan ikke endres til en eiendel (Barnett m.fl. 2006:33 i Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011). Engasjement og tillit står sentralt. Det er ikke omdømmet som blir skadelidende når organisasjonen ikke lever opp til forventningene, men heller tilliten. Det kan ta mange år å bygge opp både tillit og omdømme. Omdømme blir derfor en ressurs som bidrar til å skape følelse av tillit. Organisasjonens omdømme skapes over tid og påvirkes av hva som har skjedd gjennom årene og om den har oppfylt omgivelsenes forventninger (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011). Nils Apeland sier i sin artikkel (2012) at organisasjoner som har et godt omdømme, også fremstår som mer åpne. Kommunikasjonen kjennetegnes av tilgjengelighet og folk fremstår som imøtekommende. En synlig organisasjon blir derfor både ansett som mer åpen, ærlig og troverdig

Omdømmet er viktig for å bygge relasjoner og virker som en magnet for å tiltrekke seg mennesker, ved at folk ønsker å være medlem eller tilknyttet en organisasjon som har et godt omdømme (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011). Jeg har funnet frem til teori som beskriver omdømmets innvirkning på organisasjonen og har valgt å bruke teorien til Fombrun og van Riel (2004). Den beskriver sammenhengen mellom organisasjonens omdømme og det økonomiske resultatet gjennom fem stjernegrener eller «Roots of fame» som de beskriver det som. De ulike stjernene er alle kvaliteter som er viktige for at en organisasjon skal bygge opp et godt omdømme. Jeg har i hovedsak konsentrert meg om stjernegrenene synlighet og unikhhet.

**Figure 3.3 "Reputation star" (Fombrun og van Riel 2004) - med 5 tagger/grener.**

«The roots of fame» – røttene til berømmelse.



### **Synlighet**

Fombrun og van Riel (2004) bruker begrepet synlighet og mener dette er en viktig forutsetning for å utvikle et godt omdømme. De hevder også at de best ansette organisasjonene, har en tendens til å være mer synlige i media enn de som er lavere rangert. Synlighet hjelper også på populariteten for de aller fleste bransjer (Fombrun og van Riel 2004). Undersøkelser viste at jo mer synlig organisasjonen er, jo bedre omdømme har den. Det kan brukes ulike virkemidler for å skape synlighet, både verbale og sansbare virkemidler som for eksempel musikk, farger, lyder. Et eksempel er lyden av en Harley Davidson motorsykkel som kan være med på å gi et bilde på frihet og noe som er tøft og solid.

Fombrun og van Riel (2004) hevder at uansett hvor bra en organisasjonen er, så finnes det ikke virkelig omdømme uten at det er synlighet tilstede. Synlighet er derfor uhyre viktig hvis organisasjonen ønsker et godt omdømme. Apeland nevner i sin artikkel "Stjernekommunikasjon" (2012) at Obama på sin valgkampturne', kommuniserte med USA både gjennom aviser, TV, reklame og via sosiale media for å bli mest mulig synlig. Men det var ikke nok å være synlig, han måtte også bli kjent for noe som var bra, i hans tilfelle samfunnsansvar. Obama var også annerledes enn McCain, noe som han brukte til sin fordel. Han var svart, han var yngre enn McCain som var hvit. Han kledte seg annerledes og turte å

gå sine egne veien. På denne måten ble han synlig ved at han var annerledes og på grunn av at han skilte seg ut på flere måter, ble han lettere gjenkjent (Apeland 2012).

## **Unikhet**

Når en organisasjon ønsker et godt omdømme, er det viktig å skille seg ut på et positiv måte. Fombrun og van Riel (2004) hevder at organisasjoner må ”innta en særegen stilling i hodene” på folk. Det at organisasjonen er karakteristisk og unik er noe som bør fremkomme tydelig, både ut til interessenter og publikum men også innad i organisasjonen til egne medlemmer. Organisasjonen må vise hvem de er og hva de står for, slik at når organisasjonens logo kommer opp, så tenker folk automatisk på noe de står for. Det kan for eksempel være god kvalitet, at de er til å stole på, at de alltid leverer eller annet som gjør at de blir forbundet med noe unikt og flott. Med å vise til ”stjernegrenene” ønsker jeg å vise til artefaktene og holdningene i klubben videre i oppgaven.

Å ha en identitet og et omdømme der en blir oppfattet som spesiell eller unik, kan betraktes som symbolsk kapital for organisasjonen. Selv om kapitalen ikke kan ses eller tas på, er den likevel verdifull. Et godt omdømme kan ha positiv effekt på rekruttering og at folk har et ønske om å være en del av organisasjonen.

## **3.4 Oppsummering**

For å oppsummere teorikapittelet vil jeg belyse problemstillingen ved først å presentere kulturbegrepet og forklare hva organisasjonskultur er. Her har jeg blant flere teoretikere, brukt Edgar Schein og har presentert hans tre-nivå-modell for å forklare de ulike lagene i kulturen. Jeg har videre presentert omdømmebegrepet og brukt Fombrun og van Riel’s modell for å forklare viktige forutsetninger for et godt omdømme. Jeg har konsentrert meg om to av grenene i ”The Reputation star”, som er synlighet og unikhet.

## **4.0 METODE**

### **4.1 Metodisk tilnærming**

Jeg har valgt å bruke kvalitativ metode da jeg synes det er mest hensiktsmessig i forhold til min problemstilling. Jeg har intervjuet medlemmer i BMC for å høre deres oppfatninger om blant annet om kulturen i klubben. Jeg er selv medlem i klubben og har brukt mitt medlemskap til å beskrive artefaktene, som lokalene til klubben, hvordan motorsykler og

utstyr ser ut, og hvordan medlemmene kler seg på klubbkvelder, i bunkeren og når de møter til intervjuet. Jeg har også brukt sosiale medier som klubbens facebookside og nettsiden til BMC for å se hva som legges ut der, samt at jeg har søkt på nyheter på nett-biblioteket og i papir-aviser. Jeg ønsket å finne det som er skrevet om BMC de siste fem årene fra 01.01.2015 til 31.12.2019 for å kunne si noe om hvordan klubben fremstår i det offentlige rom – det vil si klubbenes omdømme. Jeg har på denne måten brukt en miks av flere metoder for å fremskaffe datamaterialet.

#### **4.2 Forarbeid til intervjuene**

Jeg brukte en del tid på utarbeidelse av intervjuguiden. Jeg hadde en tanke om at den ikke burde være for lang og dermed virke avskrekkende på informantene. Jeg ønsket å stille åpne spørsmål for å få folk til å fortelle sine meninger og sine historier. Jeg tenkte at jeg heller ville stille oppfølgingsspørsmål der det ble en naturlig åpning i dialogen og der jeg anta at det kunne være noe som var interessant for meg å vite. Ved at jeg ønsket å finne ut noe om ”diffuse” tema, blant annet kulturen, verdiene og drivkraften i organisasjonen, måtte jeg stille spørsmål som avdekket dette uten at jeg stilte for ”inngående” eller konkrete spørsmål. Jeg skrev også et brev til informantene med presentasjon av prosjektet og jeg laget en intervjuguide med til dels åpne spørsmål. Jeg ønsket ikke å ”låse” intervjuene for mye, men heller gi rom hvis noen hadde en god historie de ønsket å fortelle.

#### **4.3 Tilgang til feltet og informantene**

Jeg ønsket informanter som skulle være representative for å vise et best mulig bilde av medlemmene i klubben. Det burde derfor både være informanter med lang ”fartstid” i klubben og samtidig noen av de nyeste. De burde være både være kvinner og menn og yngre og eldre. Jeg har fått den spredningen jeg ønsket i utvalget og mener de er representative for medlemmene i klubben. Jeg ønsket å få fram informantenes forskjellighet og den enkeltes historie, samtidig som jeg ønsket å se om det var fellestrekk og en felles kultur i klubben. Jeg ønsket også å se på omdømmet til klubben og hvordan mc-folk blir sett på, utenfra.

Jeg snakket først med leder i klubben for å høre om det var i orden at jeg skrev om klubben og fikk umiddelbart en positiv tilbakemelding på det. Jeg skrev derfor et formelt brev til styret i klubben med søknad om tillatelse til å gjøre mitt forskningsprosjekt blant medlemmene. Da den formelle godkjenningen var i orden, deltok jeg på et medlemsmøte i klubben der jeg fortalte litt om meg selv og oppgaven og spurte om noen kunne tenke seg å være mine

informanter. De som var interessert kunne ta kontakt med meg etterpå. Jeg fikk her noen informanter som tok kontakt etter møtet og sa seg villige til å la seg intervju.

Torsdagene er i klubben kjent som en dag der det ofte er folk som møtes i 'Bunkeren' for å skru på syklene. Da jeg dro innom der den påfølgende torsdagen for å informere om prosjektet mitt, fikk jeg også her noen flere informanter. Informantene er derfor valgt ved selv-seleksjon, det vil si at de har selv tilbydd seg å være mine informanter. På den måten har jeg fått informanter som hadde noe å fortelle.

#### **4.4 Forskerrollen og refleksivitet**

Jeg var bevisst på at det kunne bli vanskelig å ivareta forskerrollen på en god måte, ved at jeg også er medlem i klubben. Samtidig tenkte jeg at denne "nærheten" til feltet var en fordel fordi jeg kjenner til noen av medlemmene og er "på hils" med flere av dem.

Jeg har ikke vært medlem så mange år i klubben selv, noe jeg tror er en fordel for meg i forskerrollen. Jeg kan da komme med alle typer spørsmål som jeg ønsker å få svar på, uten at det blir underlig. Jeg er heller ikke så farget av kulturen som de medlemmene som har vært med i klubben svært lenge. Etter hvert som jeg kom i gang med intervjuene, så jeg at dette er et felt som kanskje ikke er tilgjengelig for alle. Det er ikke sikkert at en person utenfor klubben ville fått fortroligheten som jeg følte ble gitt meg av informantene.

#### **4.5 Feltarbeid og datainnsamling – presentasjon av informantene**

For å finne alt, eller mest mulig av det som er skrevet av artikler og lignende om Bodø Motorsykelklubb, tok jeg kontakt med biblioteket ved Nord Universitetet. Der søkte jeg i Atekst Retriver for å finne det som er skrevet om klubben de 5 siste årene (Perioden 01.01.2015-31.12.2019). Jeg fikk 7 treff som handlet om MC-miljøet i Bodø, to var om kriminelle klubber og kun 3 artikler handlet om BMC. Alle var fra Avisa Nordland. Av disse tre artiklene handlet to om BMC's 50 årsjubileum og en var et "dykk i arkivet" (AN 04.05.2019) fra Vårslippet 2014 med BMC. Alle tre hadde en positiv holdning til motorsykelklubben.

Som nevnt gikk jeg inn på klubbens nettsted: "Bodø Motorsykel Club (BMC)'s hjemmeside (bodo.mc.no) og på klubbens sider på Facebook (Bodø Motorsykel Club (BMC)). En side er offentlig for alle motorsykelinteresserte og den andre er en lukket medlemsside der medlemmene deler informasjon om arrangementer og lignende. Her har jeg sett på hva medlemmene og andre skriver om klubben, hva de er opptatt av, hvilke aktiviteter som nevnes



og holdninger og verdier som fremkommer ved kommentarer og ”likes”. Det må nevnes at all empirien, både intervjuene og det jeg har funnet i media, er viktig i analysedelen av oppgaven. Jeg har kombinert ulike typer kvalitativt materiale men ønsker at informantenes historier og meninger skal komme frem. Teorien er brukt for å belyse og analysere funnene.

I tillegg har jeg gjort intervju blant medlemmene i klubben. De fleste av intervjuene ble avholdt på klubbhuset på Bratten på nordsida av byen. Jeg har også gjort intervju på arbeidsplassen og i bunkeren. For moro skyld gav jeg navn til informantene mine etter karakterene i filmen ”Sons of Anarchy” uten sammenligning for øvrig. Det var kun for å finne navn som jeg assosierte med MC-miljø og med dette gi informantene anonymitet, så jeg håper ingen blir fornærmet over dette.

Informantene representerer et lite ”utsnitt” av medlemmene i organisasjonen men medlemmene i Bodø Motorsykkell Club, er ingen ensartet masse. Det er stor forskjell både i alder, MC-erfaring og fartstid i klubben. Jeg tenkte først at jeg burde ha seks-åtte informanter for å få tilstrekkelig med data og at jeg ikke ville få noen ny kunnskap om jeg hadde flere informanter. Det var imidlertid svært spennende å holde intervju og selv om flere nevnte de samme tingene, fikk jeg nye perspektiv og vinklinger til hendelser og data. Jeg fikk imidlertid ikke flere enn seks informanter, men siden de utgjør et godt representativt utvalg, bestemte jeg meg for å være fornøyd med det.

Informantene er seks kvinner og menn i alderen 21 til 65 år. Alle er fullverdige medlemmer i Bodø Motorsykkellklubb, det vil si at de har motorsykkelsertifikat og har kjørt egen sykkel en viss tid. Jeg har presentert informantene enkeltvis for å gi et best mulig bilde av hver og en. Informantenes historier utgjør mye av empirien i denne oppgaven og jeg ønsker å vise hva de har lagt vekt på i intervjuet. Presentasjonen er det inntrykket jeg har dannet meg av dem og historiene som ble fortalt. Jeg har i stor grad latt informantene selv føre ordet ved at jeg refererer en del fra intervjuene. Historiene ble både svært forskjellige samtidig som de har fellestrekk.

De seks informantene er:

***"Gemma"***

Hun sier at hun satt på med kjæresten de første årene i klubben men ble fort "bitt av basillen", tok sertifikatet og begynte å kjøre selv. Hun har vært selvstendig medlem i BMC siden hun tok "lappen" i 2004 og er opptatt av felleskapet. Hun ønsker å bidra der hun kan og er ofte med på fellesturene og andre arrangementer i regi av klubben.

***"Clay"***

Han har vært medlem i klubben siden han kjørte opp til motorsykkelsertifikat. Da var han 16 år og 1 dag. Han var på det første møtet i 1969 og ble medlem i 1970. Han er opptatt av at klubben skal være åpen for alle som ønsker å være med og at klubben skal være synlig på en positiv måte. Han hevder at MC-kulturen har endret seg fra at det tidligere var 17-18-åringer til at det i dag er flest 50-åringer som kjører motorsykkel.

***"Tig"***

Er 51 år og tok motorsykkelsertifikat i 1986. Han har hatt interesse for motorsykkel siden han var gutt og da han ble medlem i BMC kjente han en del folk som var medlemmer i klubben. Han har vært medlem i klubben siden 2011. Han verdsetter fellesskapet i klubben og ønsker å bidra positivt til miljøet som han er en del av, selv om han sier at han ikke er av dem som er mest aktive i klubben.

***"Cherry"***

Hun tok MC-lappen sommeren 2018 og meldte seg inn som fullverdig medlem. Hun forbinder klubben mest med Saltfjellrally og fellesturene. Hun synes flere av medlemmene snakker mye om hvordan ting var tidligere og ikke ser så mye fremover som hun kunne ønsket. Hun vil vise frem gleden ved det å kjøre motorsykkel og representerer gjerne klubben, også i utlandet.

***"Jax"***

Ble medlem da han var 16 år og har vært 8 år i klubben, det vil si siden 2012. Han sier at det er en fin kjøre- og treff-kultur i BMC, men hevder samtidig at treffkulturen er i ferd med å dø ut. Han sier at han selv deltar en del og stiller alltid opp på vakter på klubbens arrangementer.

Han fremhever at for han har det vært viktig å være i et godt motorsykkelmiljø med positive forbilder.

### ***”Happy”***

Han tok lappen i 1986 og meldte seg inn i klubben i 1990. Han forteller at det er en annen kjøreopplevelse å kjøre motorsykkel enn å kjøre bil, ved at man er mer tilstede i landskapet man kjører gjennom. Han presiserer også at det er mange som ikke bare har fokus på kjøreopplevelsen men også liker andre deler ved MC-kulturen. Han forteller at han gjennom årene har hatt mange forskjellige sykler og liker å ”skru” og sier at han ble tatt veldig godt imot i motorsykkelmiljøet i Bodø.

#### **4.6 Bearbeiding av datamaterialet**

Det var mye arbeid å transkribere intervjuene men veldig nyttig. Intervjuene ble mer konkrete for meg når jeg fikk dem på papir. I tillegg til at jeg tok opp intervjuene på bånd, noterte jeg underveis i intervjuet. Jeg måtte likevel gå gjennom dem mange ganger, for å få med meg pauser, talemåte, fortellerstil og nyanser i trykk på stavelser som kunne ha betydning for meningen. Det kunne være tvil, kritikk, optimisme eller lignende som var viktig å få med. Uten disse nyansene ble intervjuene ”flatere” så det var viktig informasjon å få med. Noen av informantene fortsatte å snakke etter at intervjuene egentlig var ferdige og de kom med informasjon som var viktig for helheten og problemstillingen. Jeg syntes dette var positivt ved at de hadde konsentrert seg om det vi snakket om og ikke hadde tenkt så mye på at det var et intervju som ble tatt opp på bånd. Eller kanskje grunnen var at de følte seg friere og kunne snakke fritt uten at jeg tok opp samtalen? Det kan være at samtalen gjorde at de kom på ting som hadde med det jeg hadde spurt om og at de kom på flere opplysninger i ettertid.

Jeg stilte informantene konkrete spørsmål, men jeg la merke til at de ikke alltid svarte på spørsmålene. Noen ganger snakket de om det de selv var opptatt av og jeg lot samtalen og refleksjonene gå sin gang uten å avbryte. Det ble litt rart da jeg skulle skrive ut intervjuene men i ettertid ble dette nyttig. Ofte er det denne informasjonen som ble spesiell og skilte informantene fra hverandre i meninger og holdninger. De kom ”mer fram” med egne meninger og holdninger uansett hva jeg i utgangspunktet spurte om, og det er flott at de har fortalt meg det som de var mest opptatt av.

Jeg kodet intervjuene i flere omganger etter temaene som jeg ville fremheve i oppgaven. Ting jeg trodde skulle bli viktige ble ikke så synlige og andre ting som jeg i utgangspunktet ikke hadde tenkt på, ble viktige i oppgaven da jeg begynte å skrive ut fra data som kom fram. Jeg brukte fargekoder for å sortere tema i datamaterialet og det fungerte veldig bra for meg for å gi god oversikt, da jeg ikke hadde så stort datamateriale (Tjora 2012).

#### **4.7 Relabilitet og validitet**

Relabilitet og validitet, eller pålitelighet og gyldighet måler om de data som jeg har funnet, har god nok kvalitet til at det kan kalles en vitenskapelig undersøkelse. Jeg har i min undersøkelse vært opptatt av informantenes historier for å avdekke kulturen i klubben. I samfunnsforskning er de ”objektene” som studeres, egentlig ”subjekter” som beskriver sine egne opplevelse og sin egen virkelighet. Jeg tror informantene knapt har brukt ordene ”kultur” og ”omdømme” når de har fortalt meg sine historier. Jeg har tolket deres historier uten å ta stilling til om jeg er enig eller kritisk til det de har fortalt meg og jeg har gjennom behandling av data tatt med det jeg mener er uttrykk for kulturen i klubben. Jeg mener derfor data er både pålitelige og gyldige. Jeg fant mindre stoff enn jeg trodde, men med relativt lange artikler i tillegg til all tilgjengelig informasjon på nettsidene, mener jeg det samlede materialet sikrer relabilitet og validitet.

Jeg har gjennom intervjuene og etterarbeidet behandlet data med stor respekt for de historiene som informantene har fortalt og selv om empirien er informantenes subjektive opplevelser mener jeg den er gyldig som informasjon. Jeg håper også at jeg gjennom arbeidet med analysen har klart å formidle informantenes historier og meninger på en god og respektfull måte.

#### **4.8 Oppsummering / kritikk av metoden.**

Da jeg startet arbeidet med intervjuguiden tenkte jeg mye på hvilke spørsmål jeg skulle stille som kunne gi informasjon og få belyst problemstillingen på best mulig måte. Intervjuene tok likevel forskjellig retning og i etterkant tenker jeg at når informantene tok kontakt med meg så hadde de en historie som de ønsket å fortelle uavhengig av spørsmålene jeg stilte dem. Hadde jeg fått andre informanter, hadde jeg sannsynligvis også fått andre historier. Det er likevel visse likhetstrekk som fremkommer i intervjuene som sier noe om verdiene og kulturen i MC-klubben. Disse har jeg prøvd å synliggjøre.

Jeg søkte også etter artikler og annen tekst for perioden 2015-2020, det vil si de siste 5 årene. Siden klubben er 50 år gammel, kunne jeg kanskje sett om det var avisartikler eller annet stoff fra lengre bakover i tid. Jeg har i midlertid konsentrert meg om de siste årene, da det virker som det er den siste tiden at medlemmene har uttalt ønsket om yngre medlemmer for å holde liv i klubben. Jeg hadde forventet et større datamateriale her, så av den grunn er det tydelig at klubben ikke har vært så veldig synlig i media de siste årene. Det er likevel noe å finne og dette var både interessant og hadde en positiv vinkling.

Jeg har fått tilgang til feltet fra leder av klubben og har vært åpen overfor medlemmene at jeg har ”forsket” på egen kultur. Jeg har likevel tenkt over det etiske dilemmaet da jeg har sett på kulturen i klubben med et kritisk blikk mens andre medlemmer kanskje ikke har tenkt over at jeg hadde ”forskerblikket” på når vi har vært sammen om aktiviteter i klubben.

## **5.0 KLUBBENS FYSISKE ARTEFAKTER:**

### **5.1 Innledning**

I dette kapitlet beskrives klubbens symboler eller artefakter, som klubblogoen, klesstilen, lokalene til klubben som er Bunkeren og klubbhuset. Jeg sier også noe om ritualene, om festene, gjestene og aktivitetene som foregår i og rundt klubben og hvordan ritualene skaper mening og samhold for medlemmene.

### **5.2 Symboler**

Det som Schein (2017) kaller artefakter fremkommer her i klubbens lokaler, i logoen, klesstilen, i de gode historiene og i ellers hvordan medlemmene oppfører seg både mot hverandre og utenforstående. Det er derfor både fysiske artefakter og verbale. Alt dette er symbolikk på klubbens kultur. Her har jeg tatt utgangspunkt både i det de selv sier og det jeg observerer. De fysiske artefaktene kan si noe om medlemmenes identitet og det fellesskapet som deles i klubben. De fysiske artefaktene symboliserer også verdiene og normene hos medlemmene.

*Logo*

Figur 5.2.1: Den gamle logoen til BMC



Figur 5.2.2: Logoen til BMC slik den er i dag



Den nyeste og dagens logo til Bodø Motorsykkel Club er som bildet viser, rund med svart skrift på gul bunn. Jeg har hørt fra medlemmer i klubben at den er til forveksling lik logoen til fotballklubben Bodø Glimt og at begge logoene er laget av sammen mann.

Klubben laget ved etableringen den gamle logoen (Figur 5.2.1) som jeg ikke oppfatter som like ”stilren” som den nye. Den gamle hadde bilde av folk, telt og motorsykler. Noen av medlemmene bruker fremdeles den gamle logoen blant annet på ryggen av dongery-vesten og sier at den er mer tradisjonell, autentisk og artig. Den gamle logoen fremstår ikke som like ”strøken” eller profesjonell som den nye og det var kanskje derfor den ble vedtatt byttet ut på 1970-tallet med en mer moderne og abstrakt variant. Oppgraderingen kan tyde på at klubben har forsøkt å fornye og modernisere seg med å lage en ren navnelogo.

### ***Klesstil og merker***

Klærne kan ofte være valgt for å stå i stil med motorsykkelen, det vil si hvis sykkelen har blå eller røde detaljer, så har klærne også det. Det kan også være merket på sykkelen som avgjør, det vil si at klærne har logo/tekst som BMW, Honda, Yamaha, Suzuki eller Harley-Davidson, for å nevne noen. Mange har sort hjelm, men også rødt, hvitt eller blått på hjelmene er mye å se. Her er det også en del merkevarer som går for å være ”god kvalitet” og av den grunn er

populære. Noen få kjører med vest i dongery-stoff eller skinn utenpå kjøreklærne for å markere klubbtilhørigheten. Det er ikke så vanlig eller moderne lengre, men heller mer autentisk. Noen har også et klistermerke på nummerplata på sykkelen med klubblogoen. Der har også noen merket til NMCU og viser med det hva de står for. Tidligere var det vanlig å kjøpe et tøymerke som minne fra det MC-treffet man hadde deltatt på og dette sydde man vanligvis på vesten. Dette er heller ikke så vanlig lenger men fremdeles blir det solgt pins som folk for eksempel fester på caps-en. Det finnes også halstørkler eller såkalte ”buffs” med trykk fra forskjellige MC-treff eller klubbmerker. Disse plaggene er svært anvendelige og brukes av MC-folk for å hindre trekk i halsen mellom jakken og hjelmen.

De artefaktene som vises for folk flest, er kanskje ikke de som er lettest gjenkjennbare. Det kan også medføre at andre motorsykkelførere blir oppfattet som å være klubbens og byens egne. Det behøver ikke å være positivt. BMC vil på denne måten kunne få et dårlig omdømme hvis andre ”tullkjører” eller på annen måte oppfører seg dårlig. Det virker som medlemmene er opptatt av at det skal være godt og sikkert kjøreutstyr og de er sjelden å se uten, selv på småkjøring rundt i byen. Først når hjelmen og jakken kommer av aner man noe om klubbtilhørighet. Flere har svarte klubbgensere eller jakke med logo og/eller navnet sitt på, t-skjorter, caps, skinnvester og dongeryvester. Noen har også strikkede svarte gensere med eget navn og den gule, runde BMC-logoen. Noen bruker også fremdeles det gamle jakkemerket som er bilde av en person som står ved siden av en motorsykkel og et telt. Det er også øl-flasker med på logoen, noe som kanskje var grunnen til at det ble laget en ny og mer seriøs klubblogo.

Noen har ringer i stål eller sølv, øredobber og smykker med MC-relaterte tema. For eksempel på ”nabofestene” hos andre klubber er vestene på og det er flere logoer og klubbmerker å se. Ringer og smykker med hodeskaller og vinger kan assosieres til MC-kulturens røtter ved kjøre-kulturen og frihetsfølelsen, men kan mistolkes av utenforstående som tenker at de står for sympati med kriminelle klubber.

Flere av klubbene har navn uten stedsnavn, så det er ikke alltid at klubbtilhørighet stemmer med hvor de kommer fra. Mange klubber har navn etter dyr eller fugler som også assosieres til villskap og frihet. Det kan for eksempel nevnes Eagles MC, Silver Fox, Mellow Kitty og Ulmerkott MC (Umeå). Noen ønsker å vise lojalitet til en klubb selv om de har flyttet og for noen handler det kanskje om at de passer bedre sammen med folk i andre klubber og reglene



som gjelder der. Disse artefaktene ved klesstil og oppførsel er ikke noe som vises i det offentlige rom, men internt på fester i motorsykkelmiljøet. Synligheten og omdømmet vil derfor være overfor andre motorsykkelfolk og klubber og ikke for allmenheten. På spørsmål om hvordan man kjenner igjen en medlem i BMC, sier flere at et ikke alltid er så lett når de er ute på veiene. De bruker ofte den samme bekleddingen som andre MC-førere. Da er det ofte svarte skinnklær eller kjøreklær i annet materiale som gjelder.

### ***Bunkeren***

Bunkeren er verkstedet til BMC i en fjellhall ved Mælen i Bodø. Tilfluktsrommet ble ferdigstilt under den kalde krigen for å beskytte Bodøværingene hvis det skulle bli en atomkrig. Bodø Motorsykel Club flyttet inn i lokalene i 1976 og har hatt tilhold og verksted her siden da, kun avbrutt i en kort periode i 1976 mens sivilforsvaret pusset opp lokalene (AN/Endelig Helg 15.06.2019).

Bunkeren beskrives som ”duften av motorolje og filtrekaffe” (AN/Endelig Helg 15.06.2019), og for mange av medlemmene er denne spesielle bunkeren ”hjertet i klubben” Noe rått og ekte som har vært over lang tid. Her er det nye sykler som ”shines”, sykler under ombygging eller restaurering tilbake til orginal-versjonen. Noen bygger om scootere eller bygger sin egen unike MC med personlig preg. Her er verktøytavler, artige plakater og avisutklipp på veggene, samt lukt av olje og nytraktet kaffe i god blanding. Det virker på MC-folket som det er allment kjent for folk i byen at i Bodø Motorsykelklubb holder til i denne bunkeren og har gjort det i lang tid, men det er ikke så mange utenfor motorsykkelmiljøet som har virkelig vært innom. Her lagres motorsykler gjennom vinteren og det er ofte folk til og fra som fornyer, skrur, restaurerer og reparerer på syklene, både sommer og vinter. En av informantene sier: ”..og så er det jo Bunkeren, jeg kjører aldri forbi, men stopper og går inn hvis jeg ser at det er folk der. Det er kjempekoselig”

### ***Klubbhuset, festene og gjester fra andre klubber***

Klubbhuset og klubblokalene ellers med bunkeren og kjelleren fremstår som godt vedlikeholdt og i god stand. Det lagres også sykler i klubbhusets kjeller gjennom vinteren og det er store verdier som blir lagret her. Utenfor klubblokalet står det bord og benker på en stor veranda med fantastisk utsikt over havet og innseilingen til Bodø. På ytterveggen som ses fra veien er det en stor klubb-logo i gult og svart som vises godt for forbipasserende. Uteområdet fremstår som rent og rydding og det ser ut som gresset klippes jevnlig. Det tyder på et ønske

om å gi et godt inntrykk utad. Det er et stort fellesrom i klubbhuset som trolig rommer 30-50 personer eller mer, med kraftige ”svarte” skinnssofaer langs alle yttervegger. Foran sofaene er det trehvite store bord med svarte runde og mer moderne lamper over. Det kan se ut som det kan bli vanskelig å ”danse på bordene her” på grunn av lampene, men det er nå bare min antagelse og tolkning. Lokalet har trehvitt panel med persiener for vinduene. På veggen henger det en del store bilder fra eldre tider og mange av de som har vært medlemmer lenge, kan sikkert kjenne seg igjen her. Det finner også en del vimpler fra besøkende klubber i inn- og utland, maskoter og lignende.

Langs den ene veggen er det bardisk med høye krakker og ølkrus som henger over, noen av dem med navn inngravert. På bardisken ligger også ei tykk svart bok der medlemmene kvitterer seg inn når de kommer på møter eller bruker klubbhuset på andre måter. Det finnes også et premieskap som dekker den ene kortveggen og det er musikkanlegg og tv. Innenfor fellesrommet er det et lite kjøkken med kjøleskap, oppvaskemaskin/steamer, komfyr og oppvaskbenk med skap. Innenfor kjøkkenet er det videre et lite avlåst kontor med plass til skrivebord og en hylle for oppbevaring av effekter for salg og lignende.

Lokalene fremstår som rene og ryddige, trebordene er nylig pusset og lakket og sofaene er smurt inn for å bevare skinn og farge. Det er satt inn store søppelsekkstativ bak baren for å sortere flasker/bokser og øvrig søppel. Lager og toaletter for herre og dame er romslige, rene og ryddige. Det ene toalettet er også handicaptoalett og det er en permanent montert rullestolrampe for tilgang til klubblokalet ved behov. Dette er tydeligvis ingen ”rølpete ungdomsklubb” men et flott klubblokale som drives på en ansvarlig måte. Da jeg selv er medlem i klubben, vet jeg at dette er slik lokalene fremstår over tid og at de alltid er ryddige og rene. Det blir også jevnlig arrangert dugnader for rundvask og annet vedlikehold. Når det arrangeres fest i hytta er reglene slik at lokalene skal være rengjort og ryddet til kl. 12.00 neste dag. Dette er også på grunn av at medlemmene bruker lokalet til blant annet kafe med vafler og kaffe lørdager kl. 13.00. Medlemmene går ikke inn med MC-boots eller sko inn i klubbhuset og kler av seg hjelmer og MC-klær i yttergangen.

Av arrangementer som finner sted på klubbhuset har informantene nevnt nabofestene hver høst, der andre klubber er invitert og man treffes over ei kald pils i baren. Dette nevnes som en forholdsvis ny tradisjon, men den har pågått noen år og det har vært stor oppslutning både fra klubbens egne medlemmer og fra motorsykkelfolk og klubber i distriktet, for eksempel

Rognan, Fauske, Ørnes, Saltstraumen og Lofoten. Noen har også reist lengre. Festene er en måte å praktisere MC-kulturen gjennom hele året, også på vinteren når syklene ikke brukes. Her treffes venner og bekjente og når naboklubbene kommer på besøk viser de også vertskapet respekt og vennskap. Da er det mye folk, humor, latter, skryting, skinn-veste og god stemning.

Det arrangeres også fårikål-fest i november, grøt-servering på en helt vanlig lørdag, lørdagskafe med vafler, filmkvelder, førstehjelpskurs, byttekvelder av motorsykeeffekter og klær og 1. juledagsfest (bakhjulsfesten) med mer. Da kan det hende at ”stubben” blir dratt fram på golvet, som en litt råere selskapslek der medlemmene utfordrer hverandre til ”duell” der taperen, det vil si den siste som klarer å slå sin spiker ned i stubben, må spandere en runde drikke på konkurrentene.

### ***Medlemsmøter, lørdagskafe og klubbkvelder***

Medlemmene i klubben deler en felles interesse for motorsykler. Men å være medlem av BMC innebærer mye mer enn å kjøre MC iført skinnvest. Man kan være aktivt medlem på flere måter men ikke alle er like aktive på medlemsmøtene. ”En som nettopp har meldt seg inn i klubben, er klar på at han er med for å få lagringsplass til motorsykkelen”.

Noen deltar jevnt og trutt på medlemsmøtene mens andre møter av og til. Noen er mest med på fester, og noen møter kun opp på Saltfjellrally på sine obligatoriske vakter, men deltar ellers ikke på treffet. Informantene sier at de møter opp på det de har tid og mulighet til, i forhold til turnusarbeid eller familie. De faste arrangementene er medlemsmøtene første søndag i måneden kl. 20.00 til 21.00 der aktuell informasjon til medlemmene blir formidlet og saker som skal avklares av styret, tas til diskusjon med medlemmene. Lørdagskafe hver lørdag kl. 13.00 året gjennom er også et fast arrangement som medlemmene må være med å arrangere etter en oppsatt plan. Noen klubbkvelder er planlagt i forkant men det er også mulighet til å arrangere noe spontant hvis man har lyst til å treffes. Det kan være en fest eller rett å slett for å møtes for å se en film eller bare ta en prat. Det har til om med vært arrangert julemesse i regi av BMC for noen år siden.

### **5.3 Oppsummering**

For å oppsummere artefaktene hos medlemmene, fremstår de som sortkledde, ”tøffe” men imøtekommende, ekte og inkluderende. De er forskjellige både i alder, valg av MC-merke og retning innen kjøreinteresser. Det er også et sterkt fellesskap som gir seg positive utslag som hjelpsomhet, lojalitet til klubben og etter det jeg kan se, seriøsitet på alle plan

Når det gjelder lokalene og organiseringen av klubben, ser den ut til å være ryddig, ordentlig og godt organisert i forhold til ledelse, struktur og regelverk. Kulturen i klubben fremstår som solid og tydelig på hva som kommuniseres gjennom artefakter og andre symboler.

Klubblokalene er ordentlige og det forventes at brukerne holder dem i orden. Hvordan man forholder seg til hverandre, både klubbens egne medlemmer og folk fra andre klubber, anses som viktig og skaper mening.

## **6.0 KLUBBENS RITUELLE ARTEFAKTER OG SOSIALE MILJØ**

### **6.1 Innledning**

De ritualene som jeg mener fremhever seg som viktige i klubben er å dra på MC-treff, kjøre på tur sammen og være synlige både for samfunnet og i mc-miljøene på en flott måte. Dette arrangeres hver vår med ”Vårslippet” 1. mai. Da starter MC-sesongen i Bodø og arrangementene følger videre utover sommeren. Folk snakker også mye om hvor de skal kjøre og hvilke treff de skal dra til denne sommeren. ”Saltfjellrally” er også et arrangement som for mange oppfattes om selve symbolet på kulturen i BMC og som mange av medlemmene har et nært og tradisjonsrikt forhold til.

### **6.2 Ritualene**

#### ***Vårslippet***

”Vårslippet” nevnes som ”vårens vakreste eventyr” og av alle informantene som en spesiell begivenhet. Når vinteren er over gjør motorsykkelfolket seg klare for en ny sesong. De kjører for å markere at nå er motorsyklistene ute på veiene igjen og ber om å bli sett i trafikken. Hver 1. Mai, når syklene kommer ut fra Bunkeren, lager og garasjer og har fått vårpussen, kjører Bodø Motorsykel Club og representanter for andre klubber i Bodø-området i kortesje

mot Fauske. Der samler de seg på en parkeringsplass med tilhørende gatekjøkken, ned mot havet i Fauske sentrum. Andre MC-kjørere kommer motsatt vei, for eksempel fra Saltdal og noen kommer nordfra. Fauske sentrum er et knutepunkt der folk lett kan møtes langs veien. Det er kaffe og prat med folk en ikke har sett gjennom vinteren og beundring av nye og gamle sykler. Hvis været er bra, kjører en del videre oppover Saltdalen, ja kanskje helt til Størdjord Turistsenter. Det er ofte over 100 sykler som kjører ut fra MC-hytta på Bratten i tillegg til alle som slutter seg til kortesjen underveis fra Saltstraumen, Tverlandet, Valnesfjord og Sørfold. Mye folk møter opp langs veien for å se på syklene og vinke til kjente som kjører forbi.

### ***'Born to be wild'***

Flere av medlemmene beskriver en av aktivitetene som er "å kjøre på tur sammen". Det legges opp til faste turer med felles oppmøte. De kjører for eksempel langs kystriksveien til Fjordbua eller tar en kaffe på Søstrene Suse i Valnesfjord. Noen kjører også til Misvær og Ljøsenhammersæteren for å spise middag. Planer om turer legges ofte ut på facebook, slik at flere kan delta hvis de ønsker. Det legges også ut bilder på facebook etter turene som gir mange "likes" fra miljøet. Bilder som legges ut fungerer også som tips for andre om hvor de kan legge turen. Her beskrives hvordan veien var, om det var olje eller grus i svingene og om maten var god der de stoppet.

Det sosiale fremheves samtidig som at det er "artig å kjøre" og "å kjenne på frihetsfølelsen". Det legges heller ikke skjul på at mange også synes det er stas å "kunne dra på litt og kjenne på kreftene i sykkelen". Det blir samtidig sagt at det er en regel i klubben om at en ikke skal "styggkjøre" med klubbvest. Når "det er fellesturer så skal vi kjøre i lag og ikke "børne" av gårde. Vi vil ikke ha slike rykter på oss". Det blir også nevnt at det er noen fartsglade MC-folk som forteller andre at de kjører fort og at det av den grunn bør snakkes mer om kjørekultur på medlemsmøtene.

Det er fullt mulig å danne en undergruppe av klubben for de som kjører mye sammen eller har spesielle interesser, for eksempel ble det sagt på fleip at klubben hadde en undergruppe som kaltes "Psyko Riders", da flere av dem som jobbet på Nordlandssykehuset, avd. Psykiatri, brukte å kjøre på tur sammen. Det er tydelig at selv om ikke alle deltar på alt, er det en hard kjerne i klubben. Den består av medlemmer som gjerne tar på seg verv i styret eller på andre måter bidrar til aktivitet i klubben. Mange av disse har vært medlemmer i klubben lenge og kjenner hverandre godt.

### ***Førstehjelpskurs og trafiksikkerhet***

BMC arrangerer jevnlig kurskvelder i førstehjelp/kjøresikkerhet med spesielt fokus på motorsykler. Klubben har som målsetting å arrangere denne type kurs en til to ganger i året og det har vært stor interesse og godt oppmøte selv om kurset holdes internt for klubbens medlemmer. Det arrangeres også såkalte ”gruskurs” med kjøring på grusbane for å lære seg hvordan sykkelen fungerer på grusunderlag og hvordan føreren skal kjøre på best mulig måte for å unngå ulykker. For å gjøre klubben mer synlig kan kursene arrangeres offentlig med mulighet for alle interesserte til å delta. Det kan skaffe inntekter samtidig som klubben blir mer synlig. Folk som ikke ellers har kontakt med BMC, kan få mulighet til å stifte et positivt bekjentskap til klubben, men slik det er i dag, er dette kun interne kurs for medlemmene.

BMC`s medlemmer har over flere år blitt forspurt om å være vakter/følge på sykkelløp i Bodø og omegn. De må ta et kurs først, men flere har gjennomført opplæringen for å delta som følgesykler i Midnattsolrittet /Arctic Race, som er landeveisløp for syklister. ”Motorsykkelens dag” er et annet årlig arrangement som samler mye folk og er godt synlig i bybildet. Da samles det mye folk, syklene blir stilt ut slik at interesserte kan se på dem og slå av en prat. Her er det ikke bare medlemmer fra BMC som møter, men alle som er interessert i motorsykkel og motorsport.

### ***Saltfjellrally 50 år i 2019.***

Sankt-Hans-helga blir det arrangert motorsykkeltreff i regi av BMC. I 2019 ble det ønsket velkommen til det 50. Saltfjellrally 21. juni til 23. Juni 2019. De siste årene har treffplassen vært ved Nordsia grendehus på Skaug nord for Bodø. Motorsykkelførere fra hele verden møtes til treff med servering av mat og drikke, levende musikk, midnattsol-tur til Mjelle for interesserte og fremvisning og diskusjon av motorsykler hele helgen (Facebook, Bodø Motorsykkelklubb, offentlig gruppe 2019). I forberedelsene og rigging av treffplassen, virker klubben sammen som en organisk enhet. I en organisk organisasjon forsvinner enkeltansvaret hos individet og organisasjonen som helhet tar ansvar for gjennomføringen. Det motsatte er en mekanisk struktur der den enkelte har delansvar. Når en organisasjon fungerer som en enhet oppnås et kollektivt ansvarsprinsipp der alle må bidra for at klubben skal fungere optimalt. (Burns og Stalker 1961). Det er positivt på flere måter at alle bidrar. Gjennom å arbeide sammen skapes også fellesskapsfølelse og tilhørighet til klubben.

Medlemmene er gjennom vedtektene forpliktet til å delta når det gjelder å arrangere Saltfjellrally-treffet og selv om det for mange kun oppleves positivt, kan det være det som avgjør for andre om de ønsker å være medlem i klubben eller ikke. Ikke alle i klubben er ungdommer lenger og mange har andre forpliktelse som de heller ønsker å fylle fritiden sin med hver eneste Sankt-Hans-helg.

Både *Clay* og *Jax* nevner at treffkulturen er nedadgående i popularitet. Noen treff i Nordland samler fremdeles mange motorsykkell-entusiaster fra inn- og utland, som Lofottreffet på Gravdal og Nord-Salten treffet på Hamarøy, men Saltfjellrallyet er ikke lenger blant disse. Hva dette kommer av er vanskelig å peke på, men at det er lagt til Sankt-Hans-helgen kan være en medvirkende årsak. At MC-førerne er blitt eldre og ikke finner teltlivet like attraktivt som før, er også forståelig. Noen vitser også med at Harley Davidson-klubben HOG (Harley Owners Group) egentlig står for "Hotell Og Gourmet", noe som antyder at MC-folket med årene er blitt både eldre og mer makelig anlagt.

### **6.3 Oppsummering**

BMC oppleves å ha en sikker og god kjørekultur der det blir gitt tilbakemelding til enkeltpersoner som kjører for fort eller på annen måte oppleves å ha en for tøff fremferd. Det satses på sikkerhetsopplæring og gode holdninger blant medlemmene. Aktiviteten og arrangementene krever at det jobbes noe dugnad. De fleste synes dette er helt greit, mens andre ønsker å slippe.

Flere sier at da de ble medlemmer i klubben ble de veldig godt tatt imot. Informantene oppgir fellesskap, kameratskap og samhold som gode grunner til at de er med i BMC i dag, uten at jeg vet sikkert om at de viste om dette før de ble med i klubben eller om dette var noe de ble kjent med etter hvert. Mitt inntrykk er at MC-klubben fremstår som karakteristisk og unik med tydelige verdier, men medlemmene i Bodø Motorsykkell Club fremstår ikke som en ensartet gruppe.

## **7.0 VERDIER OG NORMER**

Jeg fortsetter analysen med verdier og normer. Under artefakter i Scheins modell (1985) kommer verdier, normer og grunnleggende antakelser. Medlemsskapet i BMC innebærer en forpliktelse til et sosialt fellesskap og en tilslutning til et sett med normer og verdier. Disse

verdiene og normene finnes ikke bare i styret og ledelsen i klubben, men i hele kulturen. Den finnes både i alt som gjøres og sies i klubben. Jeg går i mindre grad inn på grunnleggende antakelser, da de er skjult og vanskelige å få frem gjennom intervju av informantene.

### **7.1 Stolthet og identitet.**

Flere av informantene sier at de har vært med i klubben i mange 10-år. Noen helt siden de ble 16 år og tok ”motersykkel-lappen”. Noen kjente noen som var med, eller ble medlem gjennom en kompis eller kjæreste som introduserte dem i klubben. *Tig* sier at ”jeg hadde interesse for MC siden jeg var en liten gutt så det falt helt naturlig”. Flere av informantene sier at det var flere familiemedlemmer som deltok og sier at det ”alltid har vært en ting i min familie”. ”Jeg har alltid vært medlem i klubben”. *Happy* sier at ”både mamma og pappa kjørte moped, så jeg vokste i grunnen opp på en sykkel”. De fleste er som nevnt introdusert av andre som hadde tilknytning til klubben.

BMC er en helt vanlig klubb som mange andre, men den har mer og mer blitt ”en voksenklubb” som en av informantene kaller det. Den består ikke lenger bare av ungdom, men egentlig alle typer mennesker som har motorsykkelen som fellesnevner. Det finnes alle typer av folk og yrker i klubben, så den er et fint utsnitt av Bodøs befolkning. De eldste medlemmene i klubben representerer historien og setter standard for en del aktiviteter. De yngre holder vedlike noe av det som jeg mener å se at de eldre medlemmene i sin tid likte godt, for eksempel idealismen, ivrigheten etter å dra på tur og lysten på litt mer fest og fart. Noen av de eldre medlemmene sier at de i dag ikke er med på alt, men velger ut noen aktiviteter som de synes er artige å være med på. Å vær ”biker” er derfor ikke bare et ungdomsfenomen, for med den sterke identitetstilknytningen, kan det for noen bli en livslang affære.

Nye medlemmer blir godt tatt i mot og gitt informasjon om hva som skjer av aktiviteter. De nye medlemmene blir fort engasjert i aktiviteter som fellesturer og verv i styret. Den som blir satt til å jobbe i baren på nabofesten blir fort kjent med folkene, både fra egen klubb og naboklubbene. Organisasjonens identitet og særpreg blir på denne måten sosialisering til nye medlemmer eller slik som Schein beskriver det; kulturen ”læres bort til nye medlemmer som den riktige måten å oppfatte på, tenke på og føle på”.



Dagens ledelse og styret i klubben får mye ros av informantene. ”Klubben ledes fantastisk godt. All ære til dem og de gjør gode jobber”. En informant sier: ”Folk blir spurt om å ta styreverv og stiller seg villige. Det kan være lett å klage på de som prøver, at de får mye ”høgg og spark”, men jeg har ikke hørt om har noen som har innvendinger mot hvordan klubben ledes. Informantene opplever at ledelsen er tydelig og tar problemer eller konflikter når de kommer. Det nevnes som en naturlig ting at det forekommer uenigheter eller konflikter i små miljøer, men at det ikke er alvorlige ting. ”Det må være vanlig folkeskikk, såklart” og holdningen er at ”slarv” om andre ikke aksepteres.

Klubben ledes demokratisk der medlemmene velger styret og regelendringer må foretas på årsmøtet. ”Alle må få ha sine meninger, det er en menneskerett å ha egne meninger og vi må være åpen for diskusjoner. Det er ikke styret som skal bestemme. Det er egentlig medlemmene og styret skal bare delegeres”. Det er også positivt at det er en egen ungdomsrepresentant i styret. Da kan det legges opp til aktivitet som kan lokke flere yngre medlemmer til klubben. Dette er nytt og BMC har ikke hatt ungdomsrepresentant tidligere, men det har kanskje blitt mer aktuelt i den senere tid. Det er positivt at klubben ser behovet og ønsker å lytte til de yngste medlemmene. I den siste tiden ser det ut som klubben har utviklet endring som kan være positivt for klubben og kan gjøre at praksis endres på sikt. Aktivitetene i klubben, som for eksempel Vårslippet, Saltfjellrally og klubbkveldene i klubben er å regne som ritualer på den måten at nye medlemmer sosialiseres inn i klubben. Medlemmene definerer seg selv i forhold til omgivelsene og samfunnet ved at de opptre og blir sett på som del av en gruppe av folk utenfra. Det skapes lojalitet og identitet til klubben og det den står for.

Det virker ikke som det er spesielt fokus på omdømmet i klubben men medlemmene er opptatt av å stå fram som en bra klubb. Verdigrunnlaget og klubbens visjon er likevel ikke tydelig uttalt. Kultur-bygging og organisasjonsutvikling skjer etter et mønster som har eksistert i mange år, eller spontant av ledelsen eller medlemmene. Målformulering og diskusjoner rundt utvikling skjer på medlemsmøtene og i liten grad av styret alene. Klubben formidler ut til omgivelsene, for eksempel Bodø kommune, til byens innbyggere og andre klubber, hvem de er og hva de representerer. Dette gjøres for eksempel ved brev til kommunen i saker som er viktige for klubben, som at det ønskes flere parkeringsplasser for motorsykler i sentrum. Klubben er også synlig ved en stor mønstring på vårslippet 1. mai

hvert år, på stand ”Se oss” i regi av NMCU på motorsykkelen dag og som vakter/følgesyklar under sykkeløpet Midnattsolrittet – ”Arctic Race”.

## **7.2 Før og nå.**

En av informantene som var med i BMC for tredve år siden kan fortelle om at det ikke var snakk om at motorsyklister fikk komme inn og overnatte på hotell. Hvis de var heldige fikk de kanskje plass på hospits eller campingplasser, men da måtte de ofte betale et depositum i forkant i tilfelle hærverk. Det ble dermed sett på som sannsynlig at det ble bråk av et eller annet slag. De så sikkert ”skumle” ut, i alle fall støvete, skitne, svartkledde og kanskje våte og skjeggete. Var de flere som kjørte sammen og hadde lyst til å ta seg ei øl når de hadde parkert sykkelen ble også det galt, men *Clay* sier at det var samme reaksjonen om han kom alene også. ”Det er voldsomt stor forskjell før og nu. Vi var så til de grader stigmatisert og ble sett på som kriminelle gærninger”.

Det hevdes blant eldre medlemmer at livet for en MC-kjører var ”verre før”. De beskriver det som kritiske holdninger til MC-folket, at de var uønsket på campingplasser og ikke fikk komme inn på noe hotell. Hvis de ikke ville ligge i telt, kunne de til nød få innpass på vandrerhjem eller lignende. Denne negativt ladede gruppeidentiteten gjenspeiler det bildet som filmer og tv-serier viser, at MC-førere ble sett på som kriminelle. Dette virker nesten usannsynlig i dag og ryktet var nok ufortjent i de fleste tilfellene.

Flere sier at den generelle holdningen til MC-folk i dag er mye mer positiv. Motorsykkelen er blitt mer akseptert som fremkomstmiddel for folk flest og ikke bare et kjennetegn på en frihetselskende livsstil. Ved at syklene er blitt dyrere, er det en sport som tas på alvor og mange legger mye tid og arbeid i å ha en stilig og trafikksikker sykkel.

## **7.3 Verdier og normer**

Medlemmene forteller at klubben styres ved et demokrati. Dette kommer tydelig frem på medlemsmøtene som kan være ganske tidkrevende ved at alle skal si sin mening. Åpenheten og innsyn i organisasjonen kommer også godt frem der flere av medlemmene i klubben blir intervjuet i anledning klubbens 50 års-jubileum med uttalelser fra flere av medlemmene og med bilder, blant annet fra ”Bunkereren” (AN 2019). Det som står skrevet om klubben speiler kulturen og det som medlemmene selv sier i intervjuene (AN 15.06.2019).

En av informantene er svært opptatt av at BMC er og må fortsette å være en ”åpen klubb”. Motsatsen til det, kaller han en ”losje”, der medlemskapet er mer eksklusivt og ikke alle får bli medlemmer. Han hevder at det har vært sterke medlemmer i klubben som ønsket en mer lukket klubb, men at holdningene møtte motstand. Han fremhevet viktigheten av at BMC måtte fortsette å være åpen og tilgjengelig for alle som ønsker å være med.

Tilhørighet ser ut til å være viktig for flere av medlemmene og at klubben skal være åpen for alle. Når noen ønsker at klubben ikke skal være så åpen, men heller litt mer eksklusiv, blir denne holdningen ikke godtatt av flertallet av medlemmene. Det ligger derfor verdier og normer i klubbkulturen på at klubben skal være tilgjengelig for de som vil være med. ”Når de begynner med det der, da er det like før de slutter å kjøre sykkel. For da er det ikke motorsykkelen som er viktig lenger”. Dette sier en av informantene og viser til at noen vil at klubben skal være mer lukket og eksklusiv.

Det nevnes av flere at nye medlemmer blir veldig godt tatt imot både på medlemsmøter, fester og i Bunkeren. Samtidig sier en av medlemmene at de skjønner at det kan kjennes vanskelig å melde seg inn i klubben som fersk motorsyklist. For å bli medlem i klubben må du ha motorsykkelsertifikat og ha egen sykkel. Man må også stille opp på et medlemsmøte og fortelle litt om deg selv og hvilken sykkel man kjører. Det nevnes at dette kan være en barriere for enkelte, spesielt ungdom da det er mange eldre MC-kjørere i klubben som de kanskje ikke ser at de har noe til felles med. Det kan være interessant å tenke seg at styret og ledelsen i BMC tror at klubben er mer åpen enn den i realiteten fremstår utenfra.

Jeg har nevnt at gjennom ritualene i klubben, skapes det identitet og lojalitet til klubben. Det skapes tilhørighet og dette samholdet er beskrevet av flere som veldig bra.

Verdier og normer kan være mindre tilgjengelig enn de synlige artefaktene, men jeg spurte informantene og de hadde klare meninger om hvilke verdier som fremkommer hos medlemmene i klubben. Flere nevnte at ”mål nummer en må være å ha det artig” og at ”samholdet” for eksempel på turer var veldig bra. Andre ting som ble tatt frem var:

- ”å høre til i en klubb, å liksom ha sin plass, at det alltid er noen som ønsker å hjelpe, folk stiller opp, demokrati - at vi bøyer oss for flertallet, vi blir alltid tatt godt imot, likeverd, at vi er en åpen klubb, det sosiale, fellesskapet, kjøre glede, vennskap, gjensidig respekt, kameratskapet i bunkeren, åpenhet, hjelpsomhet og det å være imøtekommende”.

De aller fleste nevner samholdet og hjelpsomheten og det er utrolig flotte ord som kommer frem. Det fine er jo at det virker som det ligger handlinger bak ordene.

Det er også samstemt blant informantene at det er viktig å være ordentlige og fremstå som lovlidige og ta avstand fra illegale rusmidler og kriminalitet. Likevel kan det observeres, spesielt når det er fest, at flere tar på seg en ”tøffere stil” og pynter seg med smykker med for eksempel hodeskaller, vinger eller lignende og tar det litt ekstra ut på festen, uten at dette er ulovlig. For de som ikke er kjent med kulturen og folkene kan det å ikle seg disse symbolene være vanskelig å tolke og kan kanskje misforstås da dette også er symboler som brukes av Hells Angels (Lelienhof og Jenssen, 2014).

I Bunkeren er det en del sikkerhetsregler og andre normer som gjelder og som det gis umiddelbar tilbakemelding hvis disse ikke overholdes. Det kan for eksempel være krav om respekt for andres eiendom og sykler, at olje-griseri og annet søl tas vare på og at verktøy henges tilbake etter bruk. Det er også normer og uskrevede regler at en i nødsfall kan låne privat verktøy hvis man legger sakene tilbake, selv om personen man låner av ikke er tilstede, at førstemann som kommer i bunkersen lager kaffe til flere og at det alltid er rom for en kaffe og en prat før man starter arbeidet. Så er det også vanlig å være hjelpsom overfor hverandre, og at dette er noe man kan spørre om, men ikke forvente. Selv om det er ”høyt under taket” og alle medlemmene er velkomne, blir det strengt praktisert at lokalene skal holdes i orden. De som bruker lokalene skal også kvittere seg inn og ut av Bunkeren for å dokumentere bruken.

Det finnes også andre MC-miljøer i Bodø-området, men i flere av disse drives det også salg og reparasjon av sykler for betaling. Disse regner jeg derfor som bedrifter og ikke kun som klubber, selv om det også der blir et miljø der motorsykkelfolk treffes. Et verkstedlokale som Bunkeren der BMC’s medlemmer kan treffes for å ”skru sykkel” og prate med likesinnede har et helt egen verdi.

MC-kulturen dyrker på mange måter maskuliniteten og det er flest menn i klubben, men for noen spiller ikke ulikheten blant medlemmene så stor rolle. De synes de blir hørt og møtt på en bra måte selv om de som enkeltindivider ikke trer så tydelig frem i organisasjonen. Dette gjelder både menn og kvinner. Det har over mange år vært høy kvinneandel i klubben og kjønn ser ikke ut til å ha noe å si for deltakelse i styret eller på andre arrangementer. I

skrivende stund er det kvinnelig leder av klubben og flest damer i styret. Det virker likevel å være en gjengs holdning at over tid har kvinnene engasjert seg mest i klubbhuset mens det har vært flest menn i bunkeren.

Flere sier at de opplever likeverd og toleranse i forhold til kjønn eller hva de jobber med utenfor klubben. ”Det kommer for eksempel like mange mannfolk som damer når det skal rundvaskes”. Det hevdes likevel at på Saltfjellrally trer det tradisjonelle kjønnsrollemønsteret i kraft, ved at mannfolkene setter opp storteltet mens damene ordner med maten - og vaffeljernet. ”Det er viktig å ha høy terskel for å akseptere andre i klubben, andres synspunkter og måte og være på. Vennskap og kameratskap og vanlig folkeskikk”. Det er ”mye større takhøyde enn man skulle tro”, er noen av utsagnene. Det er likevel flere av jentene som virker usikre når det kommer til vedlikehold av sykkel sin. Flere av de mannlige medlemmene hjelper gjerne til, men jentene har likevel snakket om at de kunne tenkt seg et ”mekkekurs” kun for dem og sier at det blir lettere å stille de ”dumme” spørsmålene når det bare er damer på kurset.

I Bunkeren er det flest mannfolk som holder til. For enkelte kan den muligens være en form for tilflukt fra de mange krav som stilles til moderne menn, uten at jeg går nærmere inn på det her. En av informantene uttalte: ”er vel her for å slippe litt unna ungeskrik også. Det er på flere måter en friplass”. MC-klubber ses av mange på som maskuline fellesskap der kvinner har liten innflytelse. I realiteten er dette ikke det inntrykket jeg har fått i møte med klubben, så jeg anser kommentaren å være spøk med et ”hint” av alvor. Jeg har nevnt noen av de verdiene som synes å fremkomme i holdninger og valg i klubben.

#### **7.4 Subkulturer: ”Praktikere eller romantikere”?**

Noen av medlemmene har et romantisk syn på det å kjøre motorsykel ” å ri inn i solnedgangen” og at ”det venter et nytt eventyr bak hver eneste sving”, mens andre sier at de er mer opptatt av den praktiske siden, at de helst liker å skru på syklene. ”Folkene her, vi som er med, har ulike interesser i forhold til sykkel, for eksempel at noen liker å kjøre på vinteren, noen liker å kjøre på grus og noen liker å restaurere. Selv beskriver han seg mer som en praktiker, en som liker ”å ta vare på, sette i stand og reparere”!

Tittelen på dette kapitlet er hentet fra boka ”Zen – og kunsten å vedlikeholde en motorsykel” av Robert M. Pirsig (1997). Denne filosofiske romanen om en far og hans 11 år gamle sønn

som drar ut på tur med en gammel motorsykkel, er tatt med fordi en av informantene refererte til den under intervjuet. Boka omhandler først og fremst verdier og at det å vedlikeholde en motorsykkel, er å ”vedlikeholde seg selv”. For Pirsig er motorsykkelen et mentalt fenomen med opplevelsene en får ”bare ved å sitte stille” på motorsykkelen mens en er fullkomment tilstede i landskapet (Pirsig 1997). Boka (1997) beskriver to typer motorsykkelkjørere, praktikerer og romantikerer og de ulike grunnene og tankene de har om å kjøre motorsykkel.

Jeg kjenner disse to typene igjen i flere av informantenes historier, der noen setter mest pris på turene og treffene som medlemmene har deltatt på. Andre verdsetter miljøet i Bunkeren og trives med å skru på syklene og pusse opp eller bygge sykler. En informant forteller at det er helt forskjellig å kjøre motorsykkel og bil og når han kjører MC ”kjenner han på regnet og fuktigheten i luften og det er en helt ny opplevelse av naturen”. For mange er det slik at når de kjøper seg motorsykkel, så kjøper de seg en livsstil. De kjøper seg en ny sykkel og vil ut å kjøre for å finne nye opplevelser. Det virker ikke som de ulike verdsettene kommer i konflikt med hverandre i klubben, men fungerer sammen og ved siden av hverandre. Jeg vil si at de to ulike ”subkulturene” eller verdsettene utfyller hverandre og gjør klubben mer innholdsrik og komplett.

Intervjuene viser den store bredden som BMC rommer. Medlemmene er svært forskjellige både i alder, bakgrunn, fartstid, interesser og meningen de legger i medlemskapet sitt i klubben. Noen ønsker fellesskapet på turer og noen liker festene, noen kjøper en splitter ny sykkel men for andre er å bygge en sykkel helt fra ”ramma”, både mer givende og økonomisk. Det er rom for mange ulike typer i Bodø Motorsykkel Club.

## **7.5 Hierarki og holdninger**

Noen opplever at flere av de som har vært lenge med i klubben, tror at de kan bestemme mer enn de øvrige medlemmene. ”Det er bare å høre på ”skvalderet” på medlemsmøtet. Selv om det ikke er et uttalt hierarki i klubben, ser noen det som naturlig at de som kjenner klubben gjennom mange år får bestemme mer. Noen av de som er yngre, hevder at det blir mye ”mimring” og at de eldre bør være mer lydhøre for forslag der ting trenges å fornyes. Det nevnes også at det har vært diskutert forslag som kan få yngre folk til å melde seg inn i klubben, men at disse forslagene er blitt nedstemt. Dette har fått sin motvekt ved at det er tatt inn en ungdomsrepresentant i styret. Det kan da bli lettere for yngre medlemmer å få gjennomslag for sine ønsket selv om de yngre blir i mindretall på medlemsmøtene. BMC har

tatt læring av at hvis klubben skal overleve må de ta yngre medlemmer med i styret, slik som Schein (2017) beskriver i sin teori om at kultur er basert på læring og utvikling over tid.

Mange av medlemmene har vært med i klubben i mange 10-år og selv de yngste har noen år i klubben når de har vært med fra de ble 16 år og tok MC-lappen. Noen sier at de er oppvokst i klubben, at de har mange gode forbilder der og at de blir tatt godt vare på. ”Jeg synes veldig mange av medlemmene i BMC er veldig gode forbilder”. Noen nevner at det finnes en type hierarki i klubben, som fremkommer på flere måter: ”Er du god til å skru, så er du verdifull for klubben” Dette tyder på at de trives i klubben, at de er trygge og føler mestring. Andre sier: ”De som har vært med lenge, de får jo bestemme mer. De bruker jo hersketeknikker og det kan jo være litt artig å høre på” og ”De eldste som har vært med lenge, de tar vi jo godt vare på”. Det kan tyde på at det finnes et uformelt status-hierarki til tross for at det tilsynelatende er en flat struktur og et demokratisk styre.

Jeg får et inntrykk av at hjelpsomhet er en selvfølgelighet som styrer kulturen i klubben. En sier: ”å være med på fellesturer fordi det er vi (BMC) som arrangerer, men også det å bidra på klubbhuset, bidra med å vaske, å stå i baren eller hvis det er noe, å være litt ”lett på foten”, litt som ”poteten” at jeg kan brukes til det meste. De fleste er sånn”. Det virker også som det er det Schein (1985) kaller en grunnleggende antakelse, det viser tillit til at klubben blir godt drevet av styret. Når det kommer opp problemer eller konflikter, blir disse tatt tak i på en diskret og tydelig måte. Det er kanskje en grunn til at folk føler seg trygge og har tillit til at også de blir ivaretatt på en rettferdig, likeverdig og god måte.

Det må også nevnes at før en blir fullverdig medlem i klubben, må en være prøvemedlem både gjennom flere sommer og vinter måneder. Gjennom vintermånedene blir det lagret store verdier i klubblokalene ved at motorsyklene står der. Etter bare noen få måneders prøvemedlemskap får alle medlemmene tilgang til klubbhuset. De kan også etter fylte 25 år låne lokalene til private fester, der de selv står ”ansvarlige” for klubbhuset og syklene som lagres der. Det virker som en selvfølgelighet for alle, at syklene og andres eiendom behandles med respekt.

Holdningene til informantene var tydelig på at de ønsket å holde avstand til 1%-klubber og at det er null-toleranse for narkotika. *Gemma* sier: ”De er ikke velkomne hos oss. Og det er jo viktig at vi ikke begynner å ”innlemre” oss med kriminelle MC-klubber”. Flere sier at de ikke

ønsker at BMC skal assosieres med noe kriminelt. En av informantene forteller om en tidligere MC-klubb der vedkommende var medlem. Klubben het tidligere Roadies MC men ble senere delt i to som ble kalt RAM og Hells. Den ene av disse var det som senere ble Hells Angels Trondheim. En annen forteller en historie fra Sør-Sverige der Hells Angels kom inn på en bensinstasjon. Noen holdt vakt mens de andre fylte bensin og stakk sin vei. Det er derfor ikke rart at de fikk et dårlig rykte på mange måter.

Flere av informantene sier at BMC jobber for å fremstå som ordentlige og klubben er med i Norsk Motorsykkelunion (NMCU), noe som forplikter i forhold til å ta avstand fra illegale rusmidler og kriminalitet. Informantene sier at det er greit å ha dette å forholde seg til også når man må vise vekk folk som ønsker å delta på Saltfjellrally og ikke får komme inn på treffplassen. Det nevnes at flere av medlemmene også legger ned mye arbeid i NMCU. Blant annet på stands på Motorsykkelens dag og i styret der. De får vist frem de fine syklene, men er også med å viser frem klubben fra sin beste side. En lojalitet til NMCU's regler ved en negativ holdning til 1%-klubber er både en uttalt holdning og en grunnleggende antakelse om at BMC som helhet støtter denne holdningen.

I dag er det mer akseptert at alle typer folk kjører motorsykkel og mye av de negative holdningene har heldigvis forsvunnet. En av informantene sier at media har blitt mer oppmerksomme på realitetene. Likevel virker mange skeptiske, som ikke selv har et forhold til motorsykkelmiljøet og informantene har forståelse for det. Syklene bråker som bare ”juling” og folkene er ofte kledd i svart og vester med ulike logoer. De kler seg i ”svarte skinnklær, svarte hjelmer og sykler og alt kan synes svart. Så bråker de også, særlig hvis det kommer flere i følge”. ”Det blir ofte annerledes når jeg tar av meg hjelmen og de ser at det er ei dame”, sier en av medlemmene. Hun sier videre: ”Vi blir godt mottatt både i utlandet, i naboklubbene og i nabokommunene. Jeg føler vi blir godt mottatt uansett, i alle fall der jeg kommer og jeg har nu vært på mange rare plasser, også i utlandet. Jeg har aldri blitt møtt med at jeg blir avvist. Vi blir alltid tatt godt imot”.

## **7.6 Oppsummering**

Jeg har sett på artefaktene og prøvd å lese ut av disse, de verdiene og normene som finnes i klubbkulturen. Det ligger også verdier i de aktive ritualene og holdningene som fremkommer i klubben. Det er tydelig at mange medlemmer yter mye mer enn det som kreves. De er flinke til å frem snakke klubben og det virker som de har en identitet til klubben og stolthet og eierforhold til den. Når det gjelder verdier og normer i klubben har jeg brukt medlemmenes



egne ord og konsentrert meg om det som synes å fremkomme som felles for flere. De verdiene/egenskapene som fremkommer tydeligst blant medlemmene er tilhørighet, respekt, samhold og hjelpsomhet. I tillegg er det klart at klubben tar avstand fra 1 %-klubber, narkotika og annen kriminell aktivitet.

Jeg vil tolke kulturen i klubben til å være sterk og stødig. BMC har overlevd som klubb i 50 år fordi medlemmene har gitt mye til klubben både av tid og arbeidstimer. Samtidig får de noe igjen i form av tilhørighet og samhold. Det kan se ut som det har skjedd en endring i synet på motorsyklister generelt og ikke bare overfor medlemmene i BMC. Det er i dag alle typer folk som kjører sykkel og motorsyklene er blitt dyrere og bedre. Det er ikke lengre bare ungdom som kjører MC. Motorsykkelen er blitt mer akseptert som fremkomstmiddel.

## **8.0 SYNLIG OG UNIK I DET OFFENTLIG ROM**

### **8.1 Omdømmet til BMC**

Datamaterialet som jeg har funnet er tre artikler i Avisa Nordland om Bodø Motorsykel Club. To av dem omhandlet 50 årsjubileet og en var fra Vårslippet. Alle hadde en positiv innstilling til motorsykkelmiljøet og BMC. Positive artikler som i Avisa Nordland (Endelig helg 15.06.2019) gjør BMC synlig på en svært bra måte. Ved at en organisasjon er synlig, blir den også mer åpen for allmenheten. I tillegg er BMC synlig for alle som bruker nettet gjennom Facebook (Facebook.no) og hvis man søker etter Bodø Motorsykel Club på nettet (Google.com).

Organisasjonen må være synlig i samfunnet, slik at utenforstående som kan være aktuelle som nye medlemmer, kan få kjennskap til klubben. Den må også ha en organisasjonskultur som hviler på positive verdier som for eksempel respekt og hjelpsomhet for å rekruttere nye medlemmer til klubben. Organisasjonen må på en eller annen måte fremstå som unik, slik at den er mulig å skille fra andre lignende organisasjoner. I dette kapitlet vil jeg presentere og drøfte omdømmet til BMC i lys av disse to prinsippene synlighet og unikhet.

### **8.2 Synlighet**

BMC har en positiv organisasjonskultur og den er synlig for alle dem som er interessert i motorsykler, men den bør ideelt sett være synlig for alle. Artikkelen jeg har funnet fram er

positive, men stort sett er det fremdeles negativt det som skrives om MC-miljøet.

Motorsykkelfolket generelt er synlig både i trafikkbildet og i Bodø, særlig på våren når asfalten blir tørr og syklene tas ut. MC-folk sier likevel at de ikke føler seg synlige nok og hevder at de blir oversett i trafikken av bilførerne. De er klar over at de er ”myke trafikanter” og sier at bilførerne ikke er flinke til å ta hensyn til motorsyklene på veien. Mange MC-førere sier at de av den grunn kjører med gul vest for å bli sett. Det finnes også en kampanje som arrangeres hver vår som heter ”Se meg” der det settes fokus på motorsykler i trafikken.

Som organisasjon har klubben gjort seg synlig på Bodø Motorsykelklubbs nettside (BMC.no). Her ligger det bilder fra verkstedet (Bunkereren), fra klubblokalene (MC-hytta) og det er også beskrevet hvordan man melder seg inn i klubben. Synligheten til klubben er bra på mange måter, men det kan stilles spørsmål til om den er synlig for dem de ønsker å tiltrekke seg, nemlig yngre MC-kjørere. Spørsmålet er ikke nytt, så det er nok et tema som har vært diskutert både på klubbmøtene og i styret tidligere. Hva som hittil er gjort, er i skrivende stund usikkert.

Det nevnes av flere at det er mye fine og dyre sykler i klubben og ”på kjøretøyet skal storfolk kjennes”. En informant nevner at før vedkommende selv for over 30 år siden ble medlem i klubben, syntes at ”BMC-folk var jålete” ved at de hadde machende kjøreklær og utstyr som passet til sykkelen. ”Det var nok folk som hadde mye penger”. Og synlige var de jo allerede da. Mange av medlemmene bruker logo på gensere og t-skjorter og har også vester med stort klubbmerke. Det er likevel ikke så sikkert at de kommer fra BMC, da det kan være vanskelig å se klubbtilhørighet på vanlige og som oftest sorte kjøreklær. God kvalitet er det ofte, så på den måten er de ikke blitt mindre ”jålete” selv om det kanskje er trafikksikkerhet som er hovedmålet.

### **8.3 Unikhet.**

Medlemmene i BMC har ikke en felles stram kleskode og det er noen ganger vanskelig å skille dem fra medlemmene i andre motorsykelklubber. De har derimot stor grad av individualitet i klubben som har plass for ”alle”. Fellesskapet i klubben kommer til uttrykk på en annen måte, gjennom samhörigheten og det store engasjementet i klubbhuset og bunkereren. Fellesskapet i klubben oppleves fra informantene å være helt spesielt og noe som kanskje gjør at klubben har eksistert så lenge. Solidariteten og fellesskapet i klubben oppleves av mange av medlemmene som unikt.

Både ut fra informantenes utsagn og det som kommer frem i media, ser det ikke ut som Bodø Motorsykelklubb skiller seg nevneverdig ut fra andre klubber. Det er ikke noe spesielt som gjør at klubben eller medlemmene skiller seg ut fra andre MC-klubber. Logoene er om nevnt til forveksling lik logoen til Bodø Glimt fotballklubb, noe som heller ikke gjør den unik og hvis folk ikke har spesiell kunnskap om motorsykler, gjør kanskje ”tøffheten” til medlemmene som kjører i flokk, det vanskelig for utenforstående å ta kontakt. En av informantene sier at han likte den gamle logoen bedre og at den oppfattes som mer unik og autentisk. Han sier at han bruker den gamle logoen på vesten for å holde den levende.

Det som skiller BMC fra andre foreninger og MC-klubber i distriktet, er at de eier et eget klubbhus, at de har tilgang til Bunkeren som er helt unik og det er god økonomi i klubben. Mens andre klubber kanskje kun ønsker å kjøre på turer sammen, er BMC tydelig og klar gjennom regler og praksis, at de har lokaler og faste arrangementer som gjør at klubben i tillegg til å ha det artig også må ta vare på det de har. Det vil derfor være nødvendig med noe dugnadsarbeid fra medlemmenes side. Ikke alle ønsker dette dugnadsarbeidet, men noe av det er de forpliktet til gjennom vedtektene i klubben. Noen sier at det er lite dugnadsarbeid og hvis alle gjør noe, blir det veldig lite arbeid på hver enkelt. Det vil også bli lenge mellom hver gang. Andre synes at det ikke alltid passer å bidra når klubben trenger dem. I slike tilfeller der noen ikke har anledning til å stille opp til arbeid i forbindelse med Saltfjellrally, kan de i stedet gjøre andre oppgaver som å klippe gress rundt klubbhuset eller andre gjøremål.

Klubben har i 2019 eksistert i 50 år, noe som er unikt i seg selv, men medlemsmassen er blitt eldre, MC-treffene er blitt færre og reglene er blitt utviklet videre. Klubbmerket ble endret på 70-tallet til en mer formell og strømlinjeformet logo. Utenom dette er samholdet og fasinasjonen for motorsykler den samme. Mange av de samme arrangementene gjentas år etter år og selv om de settes pris på og oppleves som en fast del av BMC, nevner flere av de yngre medlemmene forsiktig at det kanskje går an å tenke litt nytt.

#### **8.4 Samarbeid med Bodø kommune**

På 70-tallet brukte MC-folket å samles nede ved rekkverket som skilte veien fra havneområdet ved Mathisens Gatekjøkken nedenfor SAS-hotellet. Her hadde de en fast møteplass der de kunne gå av syklene, sitte på ”planken”/rekkverket eller benkene rundt gatekjøkkenet og slå av en prat med motorsyklister og andre forbipasserende. Da passet det jo

også godt å kjøpe seg en pølse eller en cola fra gatekjøkkenet. Dette rekkverket ble av motorsykkelfolk i Bodø og omegn kalt for ”planken”. Hvis det ikke var noen andre der, så satt man bare på planken å venta, så dukket det sikkert opp noen som kjørte rundet rundt SAS-hotellet. For utenbys MC-kjørere var det lett å finne likesinnede for å slå av en prat om felles interesser. ”Planken” ble navnet og symbolet på MC-førernes samlingssted i Bodø sentrum (Facebook, BMC 2017 og 2018) selv om selve rekkverket ikke lenger finnes i sentrum.

”Planken” ble tatt bort i forbindelse med oppjustering av sentrum for mange år siden, men er enda i eie hos en av medlemmene i BMC. BMC ønsker seg ”planken” tilbake eller i alle fall en annen treffplass i sentrum der de kan stå lovlig parkert mens de slår av en prat uten at de må betale parkeringsavgift. I det hele tatt ønsker BMC seg flere parkeringsplasser i sentrum for motorsykler og mopeder og har i flere omganger tatt kontakt med kommunen uten å få noe skikkelig svar. En av medlemmene sier: ”En by på 50.000 innbyggere og så er det bare plass til å parkere 8 motorsykler i sentrum? Jeg synes det er skammelig. Det er mye ungdom som for eksempel kjører moped til og fra jobb og trenger parkeringsplasser i sentrum...og det er mer miljøvennlig. Jeg vet at alle politiske partiene er blitt kontaktet i forbindelse med mangel på MC-parkering i sentrum. På henvendelser til Bodø kommune har vi fått lite tilbakemelding fra politikerne. Vi har jo også politikere blant medlemmene, men heller ikke de har klart å oppnå mye”.

Flere av informantene sier at de tror folk i Bodø har et godt forhold til klubben og at klubben er opptatt av å fremstå som seriøs. Klubben har også vært opptatt av parkeringsplasser for både motorsykler og mopeder i sentrum. Kan det være omdømmet som gjør at de som på vegne av klubben henvender seg til kommunen og kun blir møtt med ”sure avvisninger” i stedet for et høflig og skriftlig svar, slik det må forventes? En informant sier: ”Hvis nå Bodø skulle være kulturhovedstad i Europa, så kunne de jo bare gi Bunkeren til BMC, for den forfaller jo ellers og kommunen er jo ikke interessert i den”. ”BMC skulle egentlig vært profilert som en av Norges eldste klubber. Den har fungert i alle år siden 1969”, ”og når vi snakker om kultur, så er jo det å kjøre MC også kultur og historie”. ”Den eldste sykkelen jeg har hatt, ble solgt i Bodø i 1971 og er sannsynligvis den eneste som er igjen av denne typen sykler i Norge som ble solgt i 1971-72”.

## 8.5 Rekruttering

Flere av de ”gamle” har gjennom år vært lojale medlemmer, men det er ingen tvil om at det nå trenges ”nytt blod” i klubben. Så gjelder det å finne ut om klubben har en kultur som er attraktiv for yngre folk. På klubbens nettside på Facebook.no fant jeg et innlegg der en mann hadde skrevet en ”krass” kommentar, at han for lenge siden hadde prøvd å melde seg inn i klubben men at det hadde vært så vanskelig at han hadde gitt opp. Det var da flere fra styret og av klubbens medlemmer som svarte han at det kunne de ikke skjønne. De skrev også at han selvsagt var velkommen som medlem. Jeg tror ikke han egentlig ønsket å melde seg inn, men heller ønsket å komme med kritikk. Vi skal likevel ikke utelukke at det er en antakelse i klubben, at det er uproblematisk å melde seg inn, men at det for utenforstående kan være vanskelig. Det kan i så fall være noe klubben kan gjøre noe med, hvis de ønsker flere medlemmer.

Mange av medlemmene har vært med i klubben siden starten. Noen har selvsagt sluttet underveis, men noen har fortsatt å være tro til miljøet med det den innebærer, som ekte representanter for MC-kulturen. Å være ekte betyr blant annet at du holder det du lover og er til å stole på. Og selv om kommunikasjonen er god, må det komme innenfra hvis det skal være troverdig (Apeland 2012). En stor del av klubbens medlemmer er ekte på den måten, at når de har begynt å kjøre sykkel, så har de fortsatt med det, eller kommet tilbake selv om de har hatt et opphold på noen år. De fleste jeg snakket med hadde kjørt sykkel i mange år og hadde en identitet som medlemmer og lojalitet til klubben. En av dem fortalte: ” Det har jo vært mye opp og ned, og det er ikke alltid at det har føltes rett å være med, ..men jeg har aldri sluttet, bare tonet ned deltakelsen for en periode”.

## 8.6 Oppsummering

I dette kapitlet har jeg sett på omdømmekriteriene synlighet og det å være unik. Klubben fremstår som synlig i Bodø og i motorsykkelmiljøet i landsdelen. Det skiller seg først og fremst fra andre klubber ved at den har eksistert i 50 år og er på denne måten ganske unik. Klubben oppfattes også ved at organisasjonskulturen er lett synlig, åpen og ærlig og at den fremstår i media som inkluderende med et godt miljø. Dette er noe som kan invitere til å melde seg inn og folk kan tenke at de blir tatt godt imot.

Klubben kunne likevel ble enda mer synlig i det offentlige rom hvis klubben annonserer vårslippet, kurs og andre aktiviteter bedre. Motorsykkelfolket ønsker å være en mer synlig del

av sentrumskulturen og byen for øvrig. De deltar når de blir spurt, for eksempel om å være følgesykler i sykkelløp, men har ikke gjort større fremstøt for å få MC-parkering i sentrum eller å få ”planken” tilbake.

## **9.0 AVSLUTNING**

### **9.1 Funn i undersøkelsen**

Jeg har funnet ut at kulturen i BMC kjennetegnes ved et sterkt fellesskap selv om medlemmene har ulike interesser innenfor MC-miljøet. Dette vises tydelig i medlemmenes klubbbliv, aktiviteter og turer. Bunkeren og klubbhuset er samlingspunkter året rundt og medlemmene trekkes til klubben og arrangementene og aktivitetene der. Medlemmene bruker mye ressurser på Bodø Motorsykel Club, både av tiden sin og i form av pengene de bruker på syklene og sosialt på turene og festene. For enkelte kan man nok kalle det en livstil.

Kulturen i BMC fremstår som sterk og tydelig i symbolbruken. Det gjelder også enkeltmedlemmene, og noen mer enn andre som utmerker seg og bruker klubbens symboler mer aktivt. Da tenker jeg blant annet på logoen, Bunkeren og klubbhuset samt flere av arrangementene som klubben arrangerer eller deltar i. Vårslippet er et av de som er mest synlig i nærmiljøet, ikke bare i Bodø men også i nabokommunene.

Bodø Motorsykel Club er unik ved at den har eksistert i 50 år og har etablert seg som en levedyktig, unik og stødig institusjon i Bodø. Det er rom for mange ulike typer i Bodø Motorsykel Club og medlemmene er forskjellige både som typer og hva de finner mening i og bruker medlemskapet sitt til. Medlemmene hver for seg er i hovedsak ikke mer unike enn andre motorsykkelfolk i Bodø og klubben har mange voksne medlemmer. Det anses som positivt at toleransen er høy men det forventes at medlemmene bidrar til fellesskapet i klubben på en eller flere måter. Dette gir også mening for mange og det er stor frihet fra klubbens side på hvilken måte hver enkelt skal bidra.

Selv om de fysiske og rituelle artefaktene er det mest synlige, er det tydelig for meg at verdiene og normene som ligger i klubbkulturen er det som i hovedsak gjør BMC til en unik MC-klubb. Det jeg har funnet frem til som kjennetegner organisasjonskulturen i Bodø

Motorsykkkel Club og det som best kom frem gjennom analysen av informantenes historier, kan sammenfattes i følgende punkter:

1. Sterk fellesskapsfølelse og identitet til BMC til tross for medlemmenes forskjellighet.
2. Ekte og sterk kultur med mange voksne medlemmer.
3. Klubbens unikheter består av at klubben har mange medlemmer som har et eierskap og lojalitet til klubben. Den er unik i forhold til andre klubber i Bodø ved at BMC har eksistert i over 50 år og har bygd seg opp med klubbhus, verksted og god økonomi.
4. Verdiene som utmerker seg er tilhørighet, respekt, samhold og hjelpsomhet.

## **9.2 Fremtiden – utfordringer og fordeler**

Som nevnt vil en av utfordringene til BMC i fremtiden være å få inn nye og yngre medlemmer. Uttalelser fra noen av de yngste medlemmene er at enkelte ”tviholder på det gamle, selv om det kanskje bør fornyes”. Hvis det ikke skjer vil klubben ”forgubbes” og tilslutt dø ut. For å overleve må de kanskje tørre å gi slipp på noen av de gamle tradisjonene og slippe inn nye ideer. Dette er et hinder som medlemmene er klar over, men det kan likevel være vanskelig å gjøre noe med saken. Det er allerede kommet en ungdomsrepresentant i styret, men det er kanskje ikke tilstrekkelig. For at Bodø Motorsykkkel Club skal overleve må de kanskje tørre å gi slipp på noen av de gamle tradisjonene og gi rom for noe nytt. Klubben må først og fremst tydeliggjøre for egne medlemmer hva som er klubbens formål, for eksempel gjennom en uttalt visjon som gjøres godt kjent blant medlemmene. Verdigrunnlaget og klubbens visjon er etter det jeg kan se, ikke tydelig uttalt i dag. Det er en forventning om at alle medlemmene skal bidra i klubben, samtidig er det mulig å finne nye måter å bidra på.

Det er et faktum at ungdom i dag i større grad kjører scooter eller moped i stedet for de større motorsyklene. De tar da et førerkort for mindre sykler og tar sjeldnere klasse A som er tung motorsykkkel. Det hevdes blant medlemmene at de etter noen år går direkte over til bilsertifikatet når de fyller 18 år. Det er naturlig nok også et økonomisk spørsmål. Ikke så mange unge har råd til å kjøre de dyreste motorsyklene som vi ser blant medlemmene i BMC og mange unge vil kanskje hevde at ”biker-stilen” er utdatert og ”harry” med sine boots og skinnvester.

Det at klubben har eksistert i 50 år gjør at den skiller se ut. Klubben har en fortid og en historie i Bodø. Denne stabile identiteten som en del av kulturen i Bodø, burde kanskje utnyttes bedre? Det har ikke vært skrevet mye i avisene om klubben de siste fem årene men i det siste året fikk klubben flere sider i lokale aviser. Klubben ble igjen aktuell ved at den hadde 50-årsjubileum. Kanskje burde klubben i større grad sjekket ut om omgivelsene har fått riktig inntrykk av det bildet som BMC ønsker å vise, men dette kan jeg ikke se har blitt gjort i noen særlig grad. Hvis klubben ønsker å aktivt jobbe for å bedre omdømmet, kan de undersøke om interessentene som klubben ønsker å trekke til seg, har kjennskap til hvordan de kan bli medlemmer. Jeg har ikke funnet ut om det er gjennomført en slik undersøkelse. En mulighet for å undersøke dette, kan være å ta kontakt med kjøreskoler for MC, og informere om mulighetene ved å være medlem i en klubb. For ferske MC-førere kan det være fordeler med økt kunnskap og fokus på trafiksikkerhet, øvelse på gruskjøring samt læring og holdningsskaping fra erfarne MC-kjørere i BMC.

Fordeler som nevnes er klubbens lokaler og at de har relativt god økonomi. De beskriver seg også som en åpen klubb, og selv om de kanskje ikke oppleves like lett tilgjengelig og åpen for alle, har de et utadrettet fokus der de ønsker et bedre samarbeid med Bodø kommune. BMC ønsker flere parkeringsplasser for motorsykler og mopeder i sentrum og de ønsker svært gjerne ”planken” tilbake, det vil si en treffplass ute for MC-folk og motorsykler i sentrum. BMC ønsker også å være pådriver for ordinære parkeringsplasser for motorsykler og mopeder i sentrum. Dette kan de klare som klubb, samtidig som det er noe som folk fra alle MC-miljøer i og rundt Bodø bør samarbeide om. En slik ordning vil være et gode for alle som kjører motorsykkkel i Bodø, også tilreisende.

For BMC bør det være en hensikt å ha et godt omdømme og være enda mer synlige i det offentlige rom i Bodø, blant annet for å få flere yngre MC-førere til å melde seg inn i klubben. Det bør settes i gang konkrete tiltak ved å kommunisere sterkere ut at ”Her er vi!”, noe som vil kunne skape nyrekruttering til klubben. Saltfjellrally er ikke hva det en gang var, og kanskje bør det finne en ny form hvis det igjen skal bli attraktivt i årene fremover. Klubben har ved positive artikler i media, kanskje overrasket mange, og det bør jobbes mer i mediebildet og i det offentlige rom for å bli mer synlige. Arrangementer som Vårslippet, Motorsykkelens dag og Saltfjellrally kan utnyttes bedre til å gjøre klubben synlig på en positiv måte. MC-klubben kan også gjøre kulturen sin mer synlig utad ved et tettere samarbeid med Bodø kommune og jobbe for å få på plass en treffplass i Bodø sentrum. Ved å



jobbe for flere parkeringsplasser både for mopeder og motorsykler, kan de på denne måten være en alliert for yngre MC-kjørere. Det er mange typer kultur i Bodø og MC-kulturen hører også med her, på samme måte som idrett og musikk-arrangementer.

### **9.3 Oppsummering med kommentar**

Bodø Motorsykel Club og medlemmene er ikke adskilt, det er enkeltmedlemmene som utgjør klubben. Jeg har ”gått inn i” kulturen i klubben og analysert artefaktene, nærmere bestemt klesstilen, logoen, bunkeren, klubbhuset og de aktivitetene som klubben driver med. Jeg har videre sett på verdier og normer, stolthet og identitet samt hierarki, holdninger og subkulturer i klubben. Jeg har også sett på omdømmet, om de er unike i forhold til andre MC-klubber og synlige i det offentlige rom i Bodø. Jeg har også sett på hva som er attraktivt og nødvendig for å rekruttere nye medlemmer til klubben.

Blikket inn i MC-miljøet og Bodø Motorsykel Club er over. Jeg tror at kulturen i andre motorsykelklubber neppe skiller seg vesentlig ut fra det som fremkommer her. Samholdet, fellesskapet og tilhørigheten er trolig det som holder slike klubber sammen, og graden av dette vil bety om de holder sammen lenge slik som i dette tilfellet. Jeg har ikke tro på at funnene i denne studien er revolusjonerende, men heller mer i tråd med eventuelle lignende undersøkelser. Studien har likevel vært spennende å gjennomføre og kan kanskje tilføre ny kunnskap for de som ikke kjenner så godt til MC-miljøet. Det er fint hvis studien kan inspirere til videre forskning på MC-klubbene i Norge og denne spesielle formen for fellesskap for eksempel i forhold til respekt og ære, eller om jenter i MC-miljøet.

Jeg avslutter studiene med ordene til en av mine informanter:

*”Respekt, vennskap og kameratskap er viktig.*

*Vi som er med har ulike interesser i forhold til motorsykel.*

*Noen liker å bare kjøre, noen vil kjøre på vinteren, noen liker å kjøre på grus og noen liker å restaurere.*

*Jeg har funnet ut hvorfor jeg kjører MC. Jeg har funnet ut at for meg er det en opplevelse av total frihet og ansvar samtidig, når jeg setter meg på sykkelen.*

*Nesten hver gang oppdager jeg at jeg etter 2-3 minutter sitter å synger når jeg kjører. Ja sånn er det!”*

## LITTERATUR

Apeland, Nils M. (2009/endret 2012): "*Stjernekommunikasjon*" Artikkel utdelt på forelesning i faget Omdømme, Masterstudiet HRM, 2017-2020).

Avisa Nordland: "*Ungt medlem i gammel jublant*" Artikkel i Endelig Helg om Bodø Motorsykelklubbs 50 års-jubileum. AN 15.06.2019. Artikkel fremkommet i søk fra 2015-2019 – siste 5 år (Atekst-Retriver).

Bodø Motorsykel Club (BMC): bodo.mc.no (2019) Nettside/Hjemmeside for medlemmer.

Bodø Motorsykel Club (BMC): Ideell organisasjon. Nettside med 797 medlemmer (2019).

Bodø Motorsykel Club (BMC): Lukket gruppe for medlemmer (79 medlemmer) (2019).

Brønn, P. S, A. Sjøbu og Ø. Ihlen (2009): "*Åpen eller innadvendt. Omdømmebygging for organisasjoner*". Gyldendal Akademiske, Oslo.

Burns T and G.M. Stalker (1961): "*The Management of Innovation*", Artikkel. Tavistock, London.

Facebook (2019): Bodø Motorsykel Club BMC, Offentlig gruppe (797 medlemmer pr. 31.12.2019)

Facebook.com (2019): Bodø Motorsykel Club (BMC), Medlemsside (79 medlemmer)

Fombrun og van Riel (2004): "*Fame & Fortune. How successful companies build winning reputations*". Financial Times Prentice Hall. Pearson Education Inc. Upper Saddle River, NJ 07458. USA

Jacoben, Dag Ingvar og Jan Torsvik (2019): "*Hvordan organisasjoner fungerer*", Fagbokforlaget 2019 (5.utgave).

Kuvaas, Bård og Anders Dysvik (2016): "*Lønnsomhet gjennom menneskelige ressurser: evidensbasert HRM*", Fagbokforlaget, Bergen.

Kvåle, Gro og Arild Wæraas (2006/2017): "*Organisasjon og identitet – et symbolsk perspektiv*", Det Norske Samlaget, Oslo

Lelienhof, Marcel og Hugo Lauritz Jenssen (2014): "*Helvetes engler – Hells Angels MC Norway*", Font Forlag, Oslo.

NDLA.no: Nasjonal Digital Læringsarena.

Pirsig, Robert M. (1997): *"Zen og kunsten å vedlikeholde en motorsykkel"*, Pax Forlag A/S, Oslo.

Schein, Edgar H. (1985): *"Organizational Culture and Leadership"*, San Francisco, Jossey-Bass. USA.

Schein, Edgar H with Peter Schein (2017): *"Organizational Culture and Leadership" (5th. Edition)*, John Wiley & Sons. Inc. Hoboken, New Jersey. USA.

Skau, Eivind (2019): *"De holder til i en atomsikker fjellhall i Bodø. Duften av motorolje og filterolje har fylt bunkeren i nesten 50 år"* Artikkel i Bodø Nu 15.06.2019, Bodø.

Snls.no. Store norske leksikon, Google 2020.

Strand, Torodd (2001): *"Ledelse, organisasjon og kultur"*, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS, Bergen.

Sutter, Kurt: *"Sons of Anarchy"* TV-serie, første gang sendt i perioden 2008- 2014.

Tjora, Aksel (2012) *"Kvalitative forskningsmetoder i praksis"*, Gyldendal Akademisk forlag, Oslo.

Wikipedia (2019): Om motorsykkelens historie og 1%-klubber.

Wæraas, Arild, Haldor Byrkjeflot og Svein Ivar Angell (2011): *"Substans og framtrede. Omdømmehåndtering i offentlig sektor"*, Universitetsforlaget, Oslo.

Tanker om oppgavens tittel:

Med ordene *"Lukta av lær, olje og tørr asfalt"* tenker jeg på en fin sommerdag. Ordene antyder samhold som en fellesnevner som skaper gleder og forventning om en fin tur. *"Lukta av"/"å få ferten av"* kjøre glede og fellesskap.

## **Vedlegg 1. Søknad om godkjenning.**

Til Styret i Bodø Motorsykelklubb

E-post: [bmc.okonomi@gmail.com](mailto:bmc.okonomi@gmail.com)

### **SØKNAD OM TILLATELSE TIL Å GJENNOMFØRE FORSKNINGSPROSJEKT BLANT BMC'S MEDLEMMER.**

Jeg viser til samtale med leder Cathrin Rendal pr. telefon og søker om å få gjennomføre forskningsprosjekt blant medlemmene i BMC.

Jeg er student på Master i HRM (Human Resource Management (personalledelse) ved Nord Universitet og ønsker å skrive min masteroppgave om BMC's omdømme, ledelse og organisasjonskultur. Jeg har fått temaet godkjent av min veileder ved universitetet.

I den forbindelse ønsker jeg å intervju noen av medlemmene i klubben, både de med lang "fartstid" og noen som er relativt "ferske". Når jeg skriver oppgaven, anonymiseres de som blir intervjuet, men hvis noen har en god historie eller hendelse de vil fortelle om, er det kjempeflott for meg. Informantene velges ut strategisk for å få et bredest og mest representativt utvalg. Informantene blir forespurt og baseres selvfølgelig på frivillig deltakelse.

Jeg tror dette kan bli et spennende og artig prosjekt og håper på positivt og hurtig svar.

Vennlig hilsen

Anne Kristin Sivertsen

## **Vedlegg 2. Brev til informantene.**

Anne Kristin Sivertsen

Børtindgata 7B

8007 Bodø

Mob. 951 52 636

E-post: [annekristin.sivertsen@gmail.com](mailto:annekristin.sivertsen@gmail.com)

BREV TIL MULIGE INFORMANTER:

**VIL DU VÆRE INFORMANT TIL MIN FORSKNINGSOPPGAVE OM  
BODØ MOTORSYKKELKLUBB ?**

Jeg er student på Master i HRM (Human Resource Management/personalledelse) ved Nord Universitet og har fått tillatelse fra BMC til å skrive masteroppgaven min om BMC's omdømme, ledelse og organisasjonskultur. Veileder ved Nord Universitet har også godkjent temaet.

I den forbindelse ønsker jeg å intervju deg for å høre medlemmenes egne meninger og historier. Jeg har laget noen spørsmål (1 side) som handler om de nevnte temaene og aktivitetene i klubben, og håper du kan ta deg tid til å treffe meg og fortelle litt om dine erfaringer fra klubbmiljøet. Det går ikke an å svare "rett eller galt", jeg er bare interessert i å høre din historie.

Intervjuet/samtalen vil ta ca 1 - 1,5 time og du kan bestemme selv hvor du vil gjennomføre samtalen. Det er bare å ta kontakt på telefon eller e-post, så avtaler vi tid og sted.

Vennlig hilsen

Anne Kristin Sivertsen

### **Vedlegg 3. Intervju-guide.**

#### INTERVU-GUIDE – MASTER HRM – BODØ MOTORSYKKELKLUBB

##### Rekruttering:

- Hvordan og når ble du medlem i BMC? / Antall år i klubben?
- Hvor gammel er du nå?
- Kjører du egen sykkel?
- Når tok du MC-lappen?
- Hvorfor er du med i klubben?

##### Aktivitet og miljø:

- Hvilke aktiviteter forbinder du med klubben? Hva er du mest med på?
- Hva tror du er drivkreftene i BMC? (som gjør at den har eksistert i 50 år?)
- Hvordan bygger klubben opp miljøet sitt?
- Hvordan bidrar du som medlem i klubben? (Arrangementer med mer?)

##### Omdømme:

- Hvordan tror du folk flest ser på motorsyklister generelt?
- Hvordan tror du de ser på motorsykelklubber?
- Hvordan tror du BMC ønsker å profilere seg i Bodø og landet for øvrig?
- Hvordan blir ”bikere” møtt utenfor byens grenser? Før og nå - er det noe forskjell?
- Hvordan mener du omdømmet til BMC er? Hos folk i Bodø?
- Og til andre MC-klubber?

##### Ledelse og Verdier/Normer:

- Hvordan ledes klubben?
- Kan du nevne noen regler du kommer på som gjelder i klubben?
- Hvem har bestemt disse reglene?
- Hvilke verdier/normer tror/eller vet du, gjelder for BMC?
- (Stemmer disse med ditt syn?/Har du flere å tilføye som du mener er viktige?)
- Kjenner du til og kan nevne noen spesielle ritualer eller tradisjoner som er viktige i BMC eller motorsykkelmiljøet?

##### Kleskoder og/eller andre kjennetegn:

- Hvordan kjenner man igjen et BMC-medlem? (Klesstil? /Andre kjennetegn?)
- Kan du beskrive eventuelle subkulturer/grupperinger innad i klubben?
- På hvilken måte kan det finnes et ”hierarki” i klubben (for eksempel muligheter til å hevde seg i forhold til økonomisk, teknisk, kunnskap eller annet?)
- Kjenner du til om det forekommer/har forekommet konflikter eller uenighet blant medlemmene/ulike kulturer innad i klubben?
- Hvordan takles ulikhet og eventuelle ulike holdninger og verdier i klubben?

- Er det forskjell på kjønn i BMC-kulturen? Er det for eksempel arenaer i klubben der kvinnene er mer aktive?

Fremtiden:

- Hva tror du er BMC`s utfordringer/fordeler i årene fremover?
- Kan du oppsummere med få ord hva som for deg er meningen med ”klubblivet” i BMC ?