

Idrott och massmedier

Några reflektioner presenterade vi Idrottshistoriskt symposium,
Idrottsmuseet i Malmö den 6 november 2003

Bo Reimer

Konst, kultur och kommunikation, Malmö Högskola

Publicerad på Internet, www.idrottsforum.org 2004-01-27.

Copyright © Bo Reimer 2004. All rights reserved. Except for the quotation of short passages for the purposes of criticism and review, no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the author.

Titeln på mitt inlägg är bred: Idrott och massmedier. Syftet är att ge en bild av – och några reflektioner kring – forskningsläget. Det är inte så lätt att göra på 7-8 sidor. Det hade varit lättare för tio år sedan. Då var ämnet fortfarande åsidosatt både inom idrotts- och medieforskningen. Så är det inte längre – varken internationellt eller inom Skandinavien.

Det finns en utmärkt, nyskriven artikel som beskriver denna utveckling, och som pekar på de tidigare motståndet mot att ta forskning om idrott och medier på allvar.¹ Medierad idrott har varit ett lågstatusområde för medieforskare. Idrott handlar om kropp snarare än själ. Och i jämförelse med till exempel nyheter har idrott ingen samhällsrelevans. Denna syn är naturligtvis extremt tvivelaktig – och numera ifrågasatt. I Skandinavien skrivs för närvarande både den medierade idrottens historia och dagens samspel mellan medier och idrott.

Men jag tänkte gå tillbaka i tiden; detta är ju ett idrottshistoriskt seminarium. Jag tänkte gå tillbaka till hösten 1958. Det hände då något mycket speciellt här i Öresundsregionen i mötet mellan idrott och TV.

TV-serien *Landskamp över Öresund. Nappatag mellan svenska och danska ungdomar* var ett samarbete mellan svensk och dansk television. Åtta program producerades, varav hälften spelades in i Sverige, hälften i Danmark. Programmen handlade om ett möte mellan svenska och danska ungdomar, ett möte som innehöll både idrottstävlingar (friidrott, simning, handboll och fotboll) och lekar (säcklöpning, paddling i bilringar med mera). Lokala

¹ Dahlén, Peter och Knut Helland (2002) "Sport og medier. En forskningsoversikt", *Norsk Medietidsskrift* nr. 2/2002.

idrottsledare hade valt ut ungdomarna och producent för de svenska programmen var Lasse Holmqvist.

Programmen uppmärksammades mest i Skånepressen. Inledningsvis var serien uppskattad. Den 21 december gick emellertid Kvällspostens sportchef Birger Buhre till hårt angrepp mot serien. Han menade att program- och tävlingsledningen hade "fixat" tävlingarna i "skummaste amerikanska proffsboxningsstil". Han återkom med anklagelserna några dagar senare. Fortsättning följde sedan den 29 december i Skånska Dagbladet då chefredaktören Allan Beer tog upp serien. Den anmäldes så småningom till Radionämnden.

Vad var det som hade hänt? Jo, det svenska laget hade i en simtävling i sista stund bytt ut några av sina bästa simmare mot några sämre. Två svenska flickor hade vidare i en annan simtävling beordrats att ta det lugnt. Det sistnämnda erkände simmerskorna. En av dem frågade sin tränare hur hon skulle göra för att simma så långsamt utan att sjunka.

Detta agerande från programmakarna, menade anmälaren, var ett brott mot alla idrottens regler om rent spel. Det var också högst olämpligt att låta ungdomar tro att regler och bestämmelser inte behövde följas.

Sveriges Radio menade att den första anklagelsen var felaktig. Man hade inte alls bytt ut några simmare. Däremot hade man inte använt sina bästa; man ville låta alla vara med. Vad gäller den andra anklagelsen medgav SR att tävlingsledningen hade bett de svenska flickorna att "ta det lugnt". Det betydde emellertid inte att flickorna skulle förlora: man skulle bara undvika att vinna med för mycket. Två skäl angavs. För det första hade man bara en kamera; det hade varit svårt att filma simmarna om de befann sig långt från varandra. För det andra följde man enbart programmets innersta idé, vilket var att visa "nappatag" mellan ungdomar.

Radionämnden friade programserien. Man ansåg att serien byggde på en god idé och att serien var väl genomförd. Men Radionämnden ansåg också att det var "anmärkningsvärt" att simmarna hade blivit uppmanade att ta det lugnt. Man framhöll betydelsen av att ingripander av sådan art inte skulle ske i televiserade idrottstävlingar i framtiden.²

Varför är detta intressant? Det var första gången i Sverige som TV inte bara försöker återge idrottshändelser så realistiskt som möjligt utan *aktivt* försökte skapa något speciellt åt tittarna – detta genom att påverka idrottsevenemanget. Programserien belyser vad jag uppfattar som de viktigaste frågorna för forskning kring sport och medier överhuvud taget.

- Hur väljer medierna att återge (re-presentera) sportevenemang?
- Vilken betydelse har det för upplevelsen som tittare/läsare/lyssnare?
- Vilken betydelse har det för idrotten?

² Protokoll fört vid Radionämndens sammanträde den 31 januari 1959.

Dessa frågor är intressanta i relation till alla medier, men jag kommer här att fokusera på TV. Det är det jag sysslat mest med och det är det som merparten av forskningen handlar om. Sport har alltid visats på TV. Under de olympiska spelen i Berlin 1936 visades evenemang på offentliga arenor i staden. Året efter kunde Londonbor titta på Wimbledonstennis. År 1939 blev baseboll den första idrotten på TV i USA.

Det gemensamma med dessa inledande sändningar var för det första tekniska begränsningar; det var svårt att se vad som skedde. För det andra fanns det en gemensam strävan mot både realism och underhållning. Man ville både återge idrottsevenemangen så verklighetstroget som möjligt och dra in tittarna i skeendet genom att skapa spännande sändningar.

Det senare krävde vissa åtgärder. För att tittarna överhuvud taget skulle kunna förstå vad som hände krävdes för det första en kommentator. Dennes primära uppgift var alltså inte att analysera skeendet utan att vägleda tittarna. För det andra skapades vissa grundregler. Generellt innebar detta en strävan efter *realism*.

Realism är ett svårt begrepp. Sändningar kan ju aldrig rakt upp och ned presentera "verkligheten". Sändningar består alltid av konstruktioner. Det relevanta i detta sammanhang är emellertid producenternas intentioner, vilka var att återge evenemangen så troget som möjligt. Det viktigaste inslaget i denna strävan mot realism var 180-gradersregeln; för att inte förvirra tittarna filmade man alltid från samma sida i ett stadion.

Man försökte alltså ge TV-tittarna en upplevelse som motsvarade upplevelsen av att vara fysiskt närvarande. Men man ville också vara underhållande. Kommentatorn var en *historieberättare*. Det var så radiokommentatorer brukade arbeta, och det var så TV-kommentatorer kunde arbeta så länge bilderna var suddiga.

Tevesportens inledande fas kan ur ett västerländskt perspektiv ses som påbörjad före andra världskriget och som avslutad någon gång under 1960-talet. Under denna fas utvecklades tekniken enormt. På 1950-talet kom zoom-linsen och på 1960-talet kom satellitsändningarna slow motion och möjligheter till repris. Dessa uppfinningar påverkade kanske sportgenren mer än någon annan genre.

Grundkonceptet för hur man producerade idrott i TV ändrades i princip inte under denna fas. Däremot såg direktsändningarna annorlunda ut. Synen på realism problematiserades därmed. Hur realistiska är sändningar som alternerar i allt högre hastighet mellan olika kamerapositioner och som bryter direktsändningen för repris? Innebar detta en utveckling från realism till underhållning? Eller en förändring i synsättet på vad realism i sig "är"? Det kan diskuteras.

Utvecklingen handlade emellertid inte bara om teknik. Det går inte att bortse från en ökad kommersialisering.

Man kan tala om en symbios mellan idrott och medier. Utvecklingen har gått längst i USA. Till exempel: Walt Disney Corporation äger California Angels (baseboll) och Anaheim Mighty Ducks (ishockey), och AOL Time Warner äger Atlanta Braves (baseboll) och Atlanta Hawks (basketboll). Men även i Europa kan man skönja ett ökat sammangående. Berlusconi-gruppen äger både tevestationer och fotbollslaget Milan AC. Tevebolaget Canal Plus äger fotbollslaget Paris St. Germain

Samspelet mellan idrott och medier är kanske tydligast i relation till de olympiska spelen. Internationella Olympiska Kommittén (IOC) hade ekonomiska problem fram till sommarspelen i München år 1972 men sedan dess går teveintäkterna till IOC snarare än till värdnationen. Utvecklingen är enorm. Det amerikanska TV-bolaget NBC betalade 7 miljoner dollar för sommarspelen 1972. Man har nu betalat 2,2 miljarder dollar för de nordamerikanska rättigheterna till vinterspelen 2010 och sommarspelen 2012.

Vad har då den tekniska och den kommersiella utvecklingen lett till? Sportgenren har förändrats. Det har blivit en ökad *upplevelseorientering*. Det finns en allt tydligare strävan mot att ge TV-tittarna något mer än vad man kan uppleva på en idrottsarena som åskådare. Fenomenet är inte nytt. Redan i slutet på 1960-talet började man i USA utveckla sändningarna från amerikansk fotboll genom att använda sig av mikrofoner på plan, handhållna kameror, split screens, förinspelade intervjuer, grafik, med mera. Tanken var att öka dramatiken – och underhållningsvärdet.

Utvecklingen mot en satsning på flera kameror och på en ökad hastighet i sändningarna skedde även i andra länder, och utvecklingen har fortsatt. När Sverige mötte Brasilien i VM-finalen i fotboll 1958 stod TV-bilden stilla i genomsnitt 35 sekunder. När Sverige mötte Belgien i EM år 2000 byttes kameravinkel i snitt var sjunde sekund.

En annan tendens inom ramen för den ökande upplevelseorienteringen kan kallas för historieberättande. Starten kom inför de olympiska spelen i Atlanta då NBC skickade ut team med journalister och kameramän för att göra reportage om idrottare med fascinerande livsöden. Dessa reportage sändes sedan i samband med de olika evenemangen – ibland mitt i dem.

Den viktigaste förändringen är emellertid tendensen till tidsmanipulering. NBC lanserade under OS i Atlanta begreppet "plausibly live". Med detta menade man sändningar som inte var direktsända men som *hade kunnat vara det*. Man ville undvika tråkiga sändningar. Därför skapade man spänning genom att sända lockande trailers – "kan USA ta guld i korta herrstafetten?" – när man redan visste utgången. Om verkligheten inte passade in i berättelserna modifierade man – verkligheten. Det tydligaste exemplet var då gymnasten Kerri Strugs sista hopp i lagtävlingen för damer presenterades som heroiskt och avgörande för guldstriden trots att hoppet var helt betydelselöst; USA hade redan vunnit tävlingen.

Vad vi ser är en *ny logik* för televiserade sportsändningar. I den televiserade sportens första fas styrdes sändningarna huvudsakligen av idrottens logik. Man försökte återge sportevenemangen på idrottens villkor. Idag är det istället den kommersiella televisionens logik som styr. Idrottsevenemangen transformeras så att de dels ska locka så många tittare som möjligt, dels ska passa in i en tevekanals tablå; formatet ska inte skilja sig från andra genrens.

Det här innebär en kraftigare styrning av sändningarna. På den globala nivån dominerar de amerikanska medierna. Produktionerna McDonaldiseras: fotbollsmatcher ska se likadana ut var de än spelas. Och amerikanska idrottare blir alltmer synliga. När den svenske TV-producenten Lennart Jelbe gjorde cykeltävlingarna under sommar-OS 1984 i Los Angeles skulle minst en amerikansk cyklist vara i bild varje varv – oberoende av hur framgångsrika de amerikanska cyklisterna var.

Utvecklingen har även konsekvenser för idrotten i sig. Här handlar det om en intensifiering av en process som har varit i gång under en längre tid. I USA är det fullt naturligt att proffslag flyttar från en stad till en annan när mediemarknaden sviker. Spelet står stilla i baseboll, basketboll och andra grenar medan reklam visas. Regler ändras; idrotter blir enklare och snabbare. Nästa sommarspel i Aten 2004 kommer att utspelas under amerikansk prime time.

Vad betyder detta på nationell eller nordisk nivå? Möjligheterna för nationella mediebolag att göra meningsfulla program påverkas naturligtvis. Här har emellertid den tekniska utvecklingen kommit till hjälp. Globala idrottssändningar blir allt mindre toppstyrda.

När simmaren Gunnar Larsson vann guld på 200 meter medley i München-OS 1972 fick man inte se det i svensk television. "Kurre" Hamrins drömmål i semifinalen i VM 1958 mellan Sverige och Västtyskland visades inte heller direkt. Idag visas "allt".

Man ska kanske därför inte överdriva de amerikanska medieföretagens betydelse. Viktigare är möjligen hur de nationella medieföretagen – public service-företag och andra – agerar. Hu handskas man med förutsättningarna? Konkurrensen ökar om både evenemang och tittare. TV-sporten chockades när man tappade hockey-VM till TV3. Men det handlar inte enbart om relationer mellan medieföretag. Det gäller också spelet med idrottsrörelsen. Varför startade till exempel Sveriges Television Fotbollskväll? Så här uttryckte dåvarande TV-sportchefen E Gentzel det då jag intervjuade honom:

"Det var ju förbundet som ville ha ett eget magasin. Så de spelade ut oss, kan man säga, genom att säga att "ni får inte sända landskamp om inte vi får *Fotbollskväll*". De tvingade oss att ta det. Det var ju ingen direkt som var entusiastisk: "Hur fan ska det hålla med allsvensk fotboll? Det är dötråkigt, går inte att titta på." Men helt plötsligt är det en jättegrej, publiken har ökat med 70 procent, det bara rasar uppåt."³

³ Sid 257 i Bo Reimer: *Uppspel. Den Svenska TV-sportens historia*. Stockholm: Prisma 2002.

Exemplet är naturligtvis inte typiskt för alla idrottsförbund. Det är bara de största som kan agera så. Men exemplet visar på det ömsesidiga beroende som numera existerar mellan medier och idrott.

Vad betyder då allt detta? Den televiserade sportens fascination har historiskt sett legat i direktsändningarnas oförutsägbarhet; det är denna som har legat till grunden för de stora upplevelserna. Idag ligger kanske fascinationen istället i upplevelsen av något spektakulärt. Idrottshändelsen blir del av ett större koncept, där "pre-game shows", invignings- och avslutningsceremonier samt reklam blir lika viktiga inslag i en sändning som själva idrottshändelsen. Syftet blir att göra det televiserade evenemanget mer fascinerande än idrottsevenemanget i sig.

I sitt slutord till debatten kring *Landskamp över Öresund* försökte Kvällspostens Birger Buhre förstå varför programmakarna hade agerat som de hade gjort. Han försökte också skissera en tänkbar utveckling. Han menade att programmakarna hade haft "trycket på sig at programmet skulle vara *TV-mässigt*, som den nya tidens heliga term lyder." Och, fortsatte t han: "På så sätt hamnade man i den dödligt farliga fallgrop, som kan betyda slutet för all idrott i TV, nämligen *styrd, dirigerad TV-idrott*." Orden är inte helt irrelevanta idag.