



MALMÖ HÖGSKOLA

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 3 oktober 2007

Utskriftsvänlig pdf-fil

Läs mer om idrott och medier på idrottsforum.org

När man inom idrottsvetenskapen pratar om idrottens kommersialisering så är det rätt ofta idrottens koppling till medier som man tänker på. Den kopplingen, som beskrivits som symbiotisk, är den enskilt viktigaste faktorn bakom idrottens utveckling sedan 1970-talet – och det är i all synnerhet televisionen vi talar om här. Kring detta problemområde har det skrivits och publicerats oerhört mycket, också här på idrottsforum.org. Nu föreligger en ny studie i raden, och en med lite annorlunda infallsvinklar. Det är Idrættens Analyseinstitut (Idan) i København som initierat undersökningen av exponeringen av sport på dansk tv åren 1993–2005, och det är Martin Hedal som författat slutrapporten, *Sport på dansk tv: En analyse af samspillet mellem sport og dansk tv, 1993–2005*. Marit Nybelius har läst Hedals rapport för forumets räkning, och i sin recension framhåller hon värdet av den här typen av undersökningar, i det här fallet särskilt den kvantitativa delen, den faktiska mätningen av sport i TV; den kvalitativa, som innebär att en rad personer intervjuas om de kvantitativa resultaten är hon mer tveksam till. Ett av de högtintressanta resultat som hon lyfter fram i sin recension är det faktum att hög grad av TV-exponering för en sport eller en klubb ger bättre tillgång till sponsorer, men det påverkar över huvud taget inte medlemsantalet i sporten eller föreningen.

Intressant om sport på TV i Danmark

Marit Nybelius

Högskolan i Dalarna

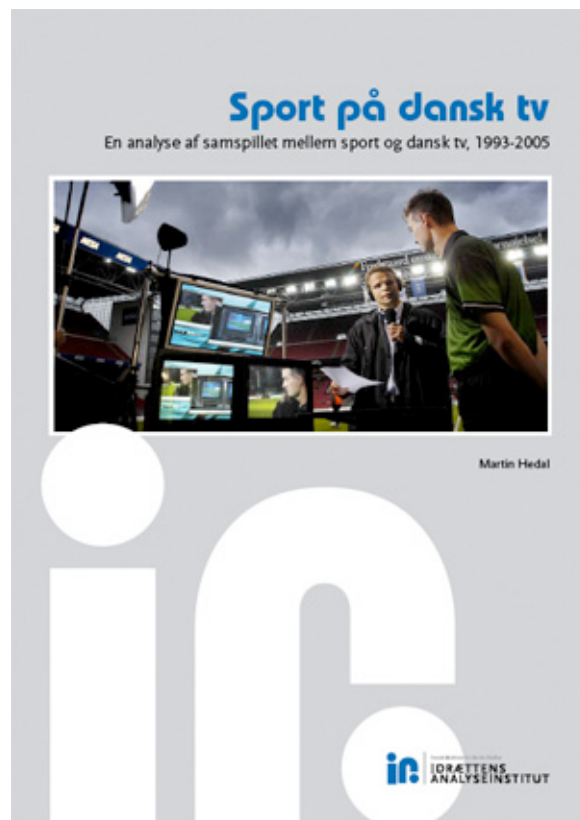
*Martin Hedal***Sport på dansk tv: En analyse af samspillet mellem sport og dansk tv, 1993–2005**

201 sidor

København: Idrættens Analyseinstitut 2006

Vilken betydelse har TV-exponeringen för idrotten? Martin Hedal har gjort en undersökning på temat i Danmark. Ett av de mer överraskande resultaten är att det visas många gånger fler timmar sport i TV, men att danskarna inte tittar på mer sport 2005 än vad de gjorde 1993. Flera kanaler konkurrerar alltså om lika många minuter per dansk/danska. En sådan kunskap kompletterad av ytterligare information om medierna och konsumenterna bör kunna ligga till grund för hur idrottsrörelsens mediestrategier bör byggas och utformas och även hur klubbar och förbund ska få fler medlemmar.

Undersökningen finns i rapporten *Sport på dansk TV: En analyse af samspillet mellem sport og dansk tv, 1993- 2005*. Även om det är en dansk undersökning så ger den möjlighet till en större



förståelse för det aktuella temat även i andra länder, som till exempel Sverige. Vi befinner oss i en idrottsvärld som blir alltmer professionell även på lägre nivåer. Det krävs mer och mer kunskap för dem som är involverade i de olika idrotterna och då inte bara om idrotterna utan om hur man gör en organisation framgångsrik på alla plan. Om man vill nå ut med idrotten till mediepubliken krävs det också att man förstår mediernas sätt att arbeta och organisera sig och hur medierna utvecklas och fungerar rent tekniskt. Hedal fokuserar först och främst på TV-medier i sin undersökning.

Rapporten reder ut en del frågor och begrepp och kan vara en aha-upplevelse för den som vill lära sig mer om ämnet. Undersökningen är dels en kvantitativ mätning av idrottens TV-exponering från 1993 till 2005, dels en kvalitativ undersökning om vad resultatet betyder och hur framtiden spås av personer som är djupt involverade i olika idrottsgrenar. Den kvantitativa undersökningen delar även upp idrotten i olika grenar och även i flera olika kategorier. Några av frågorna som besvaras är: Hur mycket TV-tid får de elva mest populära idrotterna i Danmark? Visas de på de nationstäckande kanalerna eller på de övriga? Och vilken betydelse har det? Hur mycket hela sändningar respektive inslag och nyheter sänds om de olika idrotterna? Flera av resultaten är ganska väntade, som till exempel vilka sporter som får mest TV-exponering i Danmark. Det är fotboll som leder den ligan, handboll är den näst största TV-idrotten och den idrottsgren som har ökat mest under undersökningens tid är handboll, mycket tack vare de framgångar som framförallt damerna hade från mitten av 90-talet och framåt. Idrottsgrenarna har behov av TV-tid. För undersökningen konstaterar att TV-exponeringen är viktig ur det ekonomiska perspektivet (mer TV-tid ger inte minst fler sponsorer) för en klubb, men intressant är att antalet medlemmar inte ökar automatiskt för att idrotten syns mycket i TV. Här menar några av dem som är intervjuade i undersökningen att det är på det lokala planet som klubbarna måste arbeta för att få fler medlemmar, inte med och på TV. Klubben måste vara välorganiserad och trevlig för att medlemsantalet ska öka.

Innan resultatredovisningen börjar, finns det en överskådlig beskrivning av de olika TV-kanalerna i Danmark, hur de olika TV-rättigheterna har varit under perioden för de olika idrotterna och hur undersökningen är uppbyggd. Rapporten består av den beskrivna undersökningen och några för temat aktuella artiklar. Rapporten blir dock lite utdragen, eftersom resultatet av varje idrottsgren är strukturellt likadant uppbyggt och presenterat. En större sammanfattning av rapporten skulle dock passa utmärkt som litteratur för kurser som berör området idrott och medier. En sådan sammanfattning skulle jag rekommendera till varje seriöst satsande idrottsförening oavsett land, för trots att undersökningen är genomförd i Danmark så finns det mycket att relatera till för andra länder också.

Det finns ingen tidigare forskning eller några teorier som rapporten bygger på utan bara några frågor som författaren ställer upp före undersökningen. Den svagare delen i undersökningen är den kvalitativa. Här har Hedal valt att intervjua personer som på olika sätt är förankrade i de olika idrottsgrenarna. Det skulle ha varit intressant att få veta hur han exakt valde ut just dessa intervjupersoner. Positionerna de olika intervjupersonerna har är framförallt generalsekreterare och direktörer för de olika idrottsförbunden, men även andra positioner är representerade i några fall. Vad var kriterierna för att personerna i fråga skulle få ingå i undersökningen? Att den här delen av rapporten känns svagare är framförallt för att de olika intervjupersonerna har väldigt olika kunskapsnivåer om mediernas organisationer, tekniska utveckling, framtid och sätt att arbeta. Detta leder till att vissa intervjupersoner känns som professionella och andra som mycket amatörmässiga. Det hade varit mer intressant om intervjupersonerna hade valts utifrån deras kunskap om ämnet idrott och medier och att de då hade kunnat ge svar som hade varit mer jämförbara.

Att vetenskapen inom det aktuella temat, idrott och medier, är på så pass olika nivå beror naturligtvis delvis på de olika idrottsgrenarnas position i samhället och den ekonomiska aspekten som de olika förbunden lever med, men det är inte allt. Antingen borde Hedal ha valt ut intervjupersoner utifrån deras kunskap om ämnet, eller också borde han ha genomfört en större analys om varför kunskapsnivåerna är så pass olika (är de kanske idrottsgrens- eller personrelaterade?) och hur detta i sin tur kan påverka de enskilda idrotterna. Det finns dock några ljuspunkter i den kvalitativa delen av undersökningen. Det är till exempel när Dansk golf unions generalsekreterare med stor självkritik och självinsikt konstaterar att personerna inom idrottsgrenarna måste vara kvalificerade för att kunna påverka utvecklingen vad det gäller medieexponering och att utan kvalificerad personal hämmas idrottens utveckling på det planet. Han menar också att golfförbundet har något att sälja och därför bör de klara av att påverka sin medieexponering i framtiden. Det finns andra intervjupersoner som inte alls har den insikten och som klagat en del på TV-mediet. Även om de kan ha rätt i att känna att de inte blir helt rättvist behandlade så är det sant, som generalsekreteraren för golfförbundet säger, att det visst går att påverka utvecklingen, men att det måste finnas kunskap för att lyckas med den bedriften.

TV-företagen, om man bortser från public service, konkurrerar om tittare och har inte vissa förhållningsorder vad det gäller rättvisefrågor i fråga om exponeringstid. Idag diskuteras till och med många gånger om ens public service kan följa den förhållningsorden, om kanalerna ska överleva. De klubbar och förbund som har kunskapen om

medierna och som arbetar utifrån välutvecklade och välgrundade mediestrategier har en stor chans att få ett allt större försprång gentemot de övriga som har missat den delen av arbetet. Det är något som vi ser redan idag. Risker för ett mycket segregerat idrottssamhälle, där de ekonomiska förutsättningarna kommer att skilja sig ännu mer markant åt mellan idrotter, men också inom idrotter, är påtaglig och det är här som Hedals rapport kan få idrottsgränarna att förbättra sina förutsättningar för en god TV-exponering och därmed en förbättrad ekonomi med hjälp av sponsorer.

Rapporten bjuder inte på så många överraskningar, men de få som finns gör den läsvärd. Den är dessutom ett bra verktyg för idrottsrörelsens arbete med mediestrategier i framtiden.

Copyright © **Marit Nybelius 2007**

 **Hämta eller köp boken från idan.dk**

 **Hente eller kjøp boken fra idan.dk**

 **Hente eller køb bogen fra idan.dk**