FILMPEDAGOGIK.NU

Fotbolls-VM ur ett mediepedagogiskt perspektiv

© Mikael Kowalski
E-post: fb.filmped@swipnet.se
Telefon 031-12 10 90• Mobil 073-682 75

Fotbolls-VM ur ett mediepedagogiskt perspektiv

Mikael Kowalski arbetar som film och mediepedagog på Folkets Bio i Göteborg. Han är även redaktionsmedlem i filmpedagogik.nu. Lämplig målgrupp för denna handledning är gymnasiet och uppåt. Nivån är anpassningsbar efter aktuell målgrupp

Det kan inte ha undgått någon att det snart är dags för Fotbolls-VM. Större delen av det manliga släktet laddar upp, tar semester, föräldraledigt m.m. Även många kvinnor laddar och ser med förväntan fram emot Fotbolls-VM. Fotbolls-VM är ett evenemang som engagerar miljontals människor. Det är även ett evenemang som just p.g.a. den stora målgruppen visar upp på det senaste inom teknik och berättande.

Som fenomen är fotbolls-VM väldigt intressant att arbeta med i skolan. Det är intressant ur flera aspekter som tekniska, politiska, dramaturgiska, musikaliska och finansiella. Låt oss snabbt gå igenom de olika aspekterna.

1. Den Tekniska

TV-sändningarna från fotbolls-VM ligger i frontlinjen för mycket inom film och TV men även data. Jag ser som mediepedagog fram mot matcherna inte bara av sportsliga skäl utan även utav tekniska skäl. Hur kommer VM att se ut i år? Det är ingen som vet men med tanke på att VM är i de tekniskt avancerade länderna Sydkorea och Japan förväntar jag mig att få se saker som jag aldrig tidigare har sett.

Ett fotbolls-VM ser väl alltid likadant ut kanske ni tänker men så är inte fallet. Låt mig göra bara en kort tillbakablick. För det första har varje VM-turnering (gäller även EM) en egen grafisk profil. Varje VM har ett visst typsnitt, olika information och olika utseendet på informationen i TV-fönstret. Detta är väldigt tydligt när man tittat på t.ex. Eurosport och ser matcher från gamla VM. Då minns man den grafiska profilen på en gång - det behöver inte ens sägas vilket VM det är man känner igen det ändå. Fotbolls-VM brukar erbjuda det senaste inom grafisk design - vilket säkert kommer att synas även i år.

TV-sändningarna har även fört med sig diverse fototekniska nydaningar. 1986 i Mexiko kunde en hel värld förundras över kameror från luften. Vid VM i USA 94 fanns det fler kameror än tidigare och inte minst fanns det stora TV-skärmar på arenorna som möjliggjorde för publiken att se i repris det som skedde på plan. Själv minns jag med förtjusning publikens reaktioner då publiken i slow-motion fick se hur en bulgarisk spelare fick bollen stenhårt i pungen. Som vanligt kallade kommentatorerna det för ljumsken (en kommentatorskod för pungkulor) - men publiken reagerade med ett unisont ljud av smärta. Överhuvudtaget satsade man på att visa publikens reaktioner mer i USA allt för att förbättra matchernas dramaturgi. Vid förra VM i Frankrike använde man en liknande teknik till den i Matrix (innan Matrix kom ut) med stillbildskameror för slow-motion. Tekniken innebar att man kunde få fram bättre och mer precisa repriser än någonsin förut. Helt plötsligt såg man varenda kapning, filmning och vridning på skott - så länge stillbildskamerorna var där. Detta innebar att målen såg än bättre ut men även att folk i TV-sofforna gnällde på domaren för att de inte såg filmningarna eller kapningarna. Domarna har givetvis inte tillgång till TV-

bilderna (även om det börjar höjas röster om kameror vid matcherna som i ishockey). En annan effekt var att folk i TV-soffan tyckte att spelet blivit mycket hårdare - men egentligen var det bara så att stillbilderna blivit bättre.

Vad har vi då att förvänta oss vid VM i Japan? Digitaltekniken är på gång att få sitt stora genomslag vilket medför nya fantastiska möjligheter vad gäller interaktivitet. De som har parabol och har tillgång till Canal Digital kan se alla VM-matcherna bara man betalar deras fotbollspaket.

CanalDigital erbjuder fantastiska nya interaktiva funktioner. Bland alla funktioner som erbjuds kan man nämna att man själv kan välja kamera, visa flera kameror samtidigt och likaså matcher. Man kommer också har mer tillgång till repriser och än mer matchfakta. Man kommer att kunna välja ur vilkets lag perspektiv man vill se matchen t.ex. kan man välja att se Sverige - England utifrån ett svenskt perspektiv (kameror som följer svenska spelare).

Detta innebär också att det bildproducenterna av de matcher vi kommer att få se kommer att ha fler bilder att tillgå och vi kan förvänta oss än mer dramaturgiskt skapade matcher.

2. Den dramaturgiska

Hela VM har givetvis en dramaturgi men även matcherna och matchdagarna. Man kan givetvis inte påverka hur spännande matcherna kommer att bli (ni kanske minns världens sämsta match mellan Turkiet och Sverige i Fotbolls-EM) men bra producenter kan skapa dramatik med hjälp av enkla knep:

- Man skapar dueller mellan spelare, tränare etc. dvs. karaktärer. Förvänta er stora dueller mellan Sven-Göran "Svennis" Eriksson och svenskarna, eller Fredrik Ljungberg och Kanu (som spelar i samma klubblag)

- Man klipper på ett sådant sätt att de känns mer spännande än vad det är dvs. klippning mellan publik och match möjliggör för oss i TV-sofforna att lättare identifiera oss med spänningen på plan.

- Paus vilorna eller mittpunkterna ger möjlighet till analys och andhämtning fast ofta försöker man ha kvar spänning med en fortsatt upptrappning av tidigare nämnda dueller.

Studera och analysera hur man skapar spänning under VM och ni kommer att märka att det har stora likheter med t.ex. nyhetsrapportering och nyhetssändningar

3. Den politiska

VM kommer att bli en folkfest. De flesta svenskar kommer att på något sätt ta del av Fotbolls-VM frivilligt eller ofrivilligt. Detta är förmodligen världens största mediehändelse (trots att USA är ointresserade). Det är en händelse som är intressant att diskutera utifrån många aspekter och många olika skolämnen. Förutom den dramaturgiska aspekten samt den tekniska finns den politiska. Inte har väl fotboll något med politik att göra? Sällan för oss svenskar men matcher som mellan Iran och USA förra VM hade en hel del politisk laddning. Som lärare kan man fråga varför denna match hade en sådan betydelse speciellt i Iran som kan ses i filmen "Iran two minutes later". Varför finns dessa klyftor (och hat) mellan dessa två länder?

I Iran eftersändes nämligen matchen mot USA med två minuter - eftersom regimen inte kunde kontrollera utgången eller reaktionerna på matchen vilket inbjuder till en diskussion om censur och yttrandefrihet. En

annan mycket intressant berättelse på temat om fotboll och politik hittar man i Ryszard Kapuscinskis bok Fotbollskriget. Om hur en till ytan fredlig match till synes startade ett krig i Centralamerika.

Men Fotbolls-VM har även politiska aspekter i Sverige. För som följd av fotbollsturneringar är det ett av de få tillfällen vi får redo på saker om omvärlden. Helt plötsligt får vi se nyheter från Moldavien, Vitryssland eller Azerbajdzjan. Med andra ord kan ni förvänta er ännu mer nyheter från Argentina och fullt med fakta från Nigeria ett land som annars är ganska osynligt i media. Så ladda videon för många intressanta reportage om främmande länder - såväl fördomsfria som smått rasistiska. Dessa reportage kommer ni att få se i såväl fotbolls-VM sändningarna som i de vanliga nyheterna.

4. Den musikaliska

Fotbolls-VM är ett tillfälle som så många andra att lansera ny musik. Men det är även intressant att studera musikanvändningen under VM-turneringen. På samma sätt som man anlitar kompositörer till filmer och TV-program gör man detta till Fotbolls-VM. Årets kompositör är Vangelis som tidigare har gjort filmmusik till Triumfens Ögonblick (vetenskapens värld-signaturen), Blade Runner m.fl. Popartisten Anastacia har gjort årets officiella låt Boom men det är bara en i en lång rad låtar som är officiella. För det finns också alla länders egna låtar - t.ex. i Sverige den i mitt tycke värdelösa låten av Magnus Uggla Vi skall till VM (mig veterligen har vi redan kvalificerat oss). Massor med samlingsplattor kan vi också förvänta oss. Men även reportagen kommer att vara musiksatta för att skapa dramatik och spänning. På samma sätt som man musiksätter nyheter eller dokumentärer. För er som är intresserade av musik och film kommer ni att finna ett ypperligt tillfälle att studera musikpåläggning i flera olika sammanhang i och med Fotbolls-VM.

5. Den finansiella

Fotbolls-VM handlar om stora pengar. Stora pengar påverkar en turnering som fotbolls-VM. För det är inte enbart det sportsliga som är intressant längre. På samma sätt som i många andra mediebranscher handlar det mycket om cross-selling. Med andra ord att sälja flera saker samtidigt. Detta märks kanske främst i reklamen. En av årets mest uppmärksammade reklamfilmer (i alla fall av mina elever) är Nikes nya reklamkampanj. I den lanseras Nikes nya symbol för fotboll - Skorpionen. En symbol som liknar Nikes klassiska logo - swooschen men som är lite mer ny och giftig. Det tar inte slut där. För skorpionen är en viktig del i Nikes kampanj inför fotbolls-VM. De har skapat the scorpion-challange. En turnering som tas upp i reklamen och på nätet kan man se alla matcherna (som det bara visas delar av i reklamen), spela en egen dataturnering eller själv ställa upp i en riktig turnering tillsammans med några kompisar. Nikes fotbollsspelare har också hjälpt att lansera skorpionen genom att visa sina undertröjor när de gjort mål - som givetvis har skorpionen på sig. Detta har t.ex. Fredrik Ljungberg gjort (eftersom han är en av de spelare som har kontrakt med Nike. Utseendet på fotbollsspelare har överhuvudtaget förändrats. Hela lag känns nu förtiden stylade. Främst syns detta i England och i Italien. Italienska landslaget har ett avtal med Kappa som gör att de har unika dräkter och de ser alla ut som hämtade ur en modevisning - inte bara på foton utanför plan men även på plan. Vi kan förvänta oss artiklar i kvinnopressen som går ut på hur snygga, läckra och kända diverse fotbollsspelare är (inget sagt om deras fotbollskunskaper). Men eftersom fotbollsstjärnorna även skall vara varumärken i sig utanför plan så kommer vi att få se allt mer lansering av stjärnor på samma sätt som i USA. Studera reklamen under VM - se vilka som betalar och vilka som har "sålt" sig. Diskutera varumärken utifrån både stjärnor och de varumärken de representerar. Diskutera auktoriteter i reklam och i TV i allmänhet. Varför skall vi köpa en viss öl därför att Peter Forsberg reklam för den? Varför köpa blöjor därför att en barnsköterska säger att de är bra?

Många frågor dyker upp i och med att pengar och reklam blir en allt större del av modern idrott.

Sammanfattningsvis

Fotbolls-VM ger möjlighet till massor av diskussioner kring olika ämnen i skolan. Främst därför att det kommer att beröra alla oavsett om man vill det eller inte. Bara det är ett mycket intressant samtalsämne - varför skall handlar helt plötsligt allt om Fotbolls-VM? Om det mesta i medie under månad handlar eller berör fotboll vad är det då vi inte får se och reda på? Varför måste alla vara intresserade av ett främst manligt intresse dvs. fotboll? För tro mig ingen som inte tänkt stänga in sig i en stuga i skogen i sommar (utan radio, tv etc.) kommer att bli oberörda vad gäller Fotbolls-VM.

Men diskutera gärna även de fem diskussionsämnen som nämnts ovan. Dessa passar in i många olika ämnen allt från de självklara - media, idrott, ekonomi, svenska, musik till de kanske mindre självklara som språk, samhällskunskap och historia