

Från skogsbyn till masstart. Kommodifieringen av längdskidåkningens tv-sändningar från 1980-talet fram till 2015

Av Jonas Lindkvist

Abstract

Emanating from theories on media and sport this study analyses two cross-country races from the 1980s and two from 2015. The study shows that the broadcasts have evolved into something that the spectators on the ground cannot, to the same degree, experience, including increased and more tangible use of graphics, a higher editing frequency, an increased amount of and more mobile cameras yielding more camera angles and positions, more possibilities of close-ups, pans and tracking shots and more special effects in shot. The broadcasts also show an increased focus on contact with viewers through the studio and social media, more interviews, an increased focus on the conflict in narration, and a greater presence of commercials in the broadcast emanating from the athletes. The study shows that a commodification of the television broadcasting of cross-country skiing has taken place by changing the broadcasts into a product as appealing as possible in order to sell it to the tv viewer and thereby increase the commercial value of the sport.

Keywords: Cross-country, skiing, commodification, media sport, sport

Sport är idag en omfattande global underhållningsindustri. Sportsändningar visas varje dag i alla världens länder och de främsta utövarna är kändisar på samma nivå som filmstjärnor, statsöverhuvuden och religiösa ledare. Alla sporter är dock inte lika populära och når inte lika många människor. Större medial uppmärksamhet leder ofta till högre intäkter som gör det möjligt för en sport att utvecklas och nå en större publik.¹ Längdskidåkning har under

1 Jfr David B. Sullivan, "Broadcast Television and the Game of Packaging Sports", i Arthur A. Raney & Jennings Bryant (red.), *Handbook of Sports and Media* (New Jersey 2006), s. 132; Aaron Baker & Todd Boyd (red.), *Out of bounds: Sports, Media and the Politics of Identity* (Bloomington & Indianapolis 1997), s. 13 i introduktionen.

de senaste trettio åren genomgått stora mediala förändringar för att nå flera tittare. En av de första vurmarna för den nya tidens skidåkning i Sverige var Lars Nylin på *Aftonbladet*. Ännu 2002 levde, enligt Nylin, bilden av den tv-sända längdskidåkningen som en väntan på en åkare som ska ”spränga fram ur ett skogsbyn”.² Nylin avsåg då att sporten med sitt stenåldersupplägg var dömd att gå under om inte tv-sändningarna förändrades. Han ville se en masstart som är enkel att följa. Han efterlyste också ”fler kameror, bilder från helikoptrar och skotrar, från högt belägna punkter, därtill mer lättförståelig grafik och mer lättöverskådlig bansträckning”.³

Syftet med den här texten är att undersöka hur tv-sändningarna av längdskidåkning har förändrats över tid, från 1980-talet till idag. I en sportvärld i ständig utveckling för att anpassa sig efter och sträva att uppnå en allt större publik, har längdskidåkningen blivit en av de arenor där diskussionen om tradition kontra förändring har varit som mest intensiv.⁴ Här ska jag undersöka längdskidåkningens anpassningsprocess ur ett filmvetenskapligt och mediehistoriskt perspektiv. Hur har tv-sändningarna av längdskidåkning förändrats från 1980-talet fram till idag? Har sporten som sådan förändrats? Går det att utifrån tv-sändningarna dra slutsatser om huruvida sändningarna har förändrat sporten eller om sporten har förändrat sändningarna? Vilken roll spelar kommersiella krafter för tv-sändningar och sport? För att kunna besvara frågorna har jag jämfört tv-sända längdskidlopp från 1980-talet med lopp från 2015.

Idrott och media

Historikern Lisa Gitelman definierar media som en teknologi som möjliggör kommunikation. Kring teknologin växer det fram sociala och kulturella praktiker och även om mediet kan vara stabilt över tid förändras det i takt med att det skapas nya praktiker.⁵ Audiovisuella medier har formats kring en rad sociala skärningspunkter som rör sig mellan polerna offentligt och privat. Härifrån har olika medieformer utvecklats, primärt de offentlighetsliga public-service-medierna och de privaträttsliga kommersiella medierna.⁶ Televisionen som

2 Lars Nylin, ”Kritik mot längdskidor - då blir folk förbannade”, *Aftonbladet*, 17/12-2002.

3 Lars Nylin, ”Nu är det hög tid att reagera mot skidåkning som tv-sport”, *Aftonbladet*, 10/12-2002.

4 Leif Yttergen, *I och ur spår! En studie om konflikter och hjältar i svensk skidsport under 1900-talet* (Lund 2006); Isak Lidström, ”Att göra folk av skidlöpare: Nationen, regionen och kampen om Vasaloppet 1922-1931”, *Idrott, historia och samhälle: Svenska idrottshistoriska föreningens årsskrift 2014*; Daniel Svensson, ”Changing tracks? The battle between natural and scientific training in Swedish cross-country skiing, 1948-1972”, *Idrott, historia och samhälle*, 2014.

5 Lisa Gitelman, *Always Already New: Media, History and the Data of Culture* (Cambridge 2006), s. 5-7.

6 Jürgen Habermas, *Borgerlig offentlighet: kategorierna ”privat” och ”offentligt”, i det moderna samhället* (Lund 1998), s. 37; Kirsten Drotner, Klaus Bruhn Jensen; Ib Poulsen & Kim Schrøder, *Medier och kultur - En grundbok i medieanalys och medieteori* (Lund 1996), s. 50-52.

medieform har förändrat vårt samhälle i grunden genom att bygga vidare på de förändringar som radions ankomst inledde: Rumsligt genom att bli samlingspunkten i familjens vardagsrum; tidsmässigt genom att tillhandahålla en tablå som människor rättat sin vardag efter samt socialt genom att skapa samtalsämnen för stora delar av befolkningen.⁷ Internet och digitaliseringen från början och mitten av 1990-talet har inneburit stora förändringar för sättet vi använder, talar om och sprider medier och innehållet i dem. Idag använder många personer dator, mobil eller surfplatta som televisionsteknologier, ofta för att de bättre kan tillfredsställa tittarens individuella intresse.⁸ År 2021 använde 94 procent av svenska befolkningen internet, 77 procent såg film och tv digitalt, och 81 procent såg något på YouTube.⁹ Utvecklingen av tv-sänd sport i Sverige fram till 2015 har inneburit ett enormt nytt utbud av nya sportkanaler, både i markbunden tv, det grundläggande kanalutbudet, betalkanaler, samt streamingsajter. Utbudet av tv-sport ökade från 681 timmar i SVT:s båda kanaler säsongen 1986/87 till nästan 100 timmar per dygn 2007, fördelat på sex exklusiva sportkanaler och SVT, TV3, TV4 och Kanal 5. Under en vecka alltså ungefär samma summa som under ett helt år 1986 eller 1987.¹⁰

År 1998 lanserade Lawrence Wenner det idag klassiska begreppet *MediaSport* och menade med det att de två enheterna inte längre kan betraktas som separata: sport är media.¹¹ Thomas Scanlon menar också att det inte finns någon egentlig idrottshistoria utan dess mediehistoria.¹² Visst bedrivs idrott utanför mediernas rampljus, men ser man till elitidrott och vilka som har möjlighet att utöva den är det omöjligt att inte samtidigt diskutera medias inflytande. Samhällets gemensamma kulturella referensramar, som till stor del skapas i och genom massmedier som film, tidskrifter, internet och television, lyfter i allt högre grad fram idrottsstjärnor som gemensamma fokuspunkter. Idrottaren är kanske den mest och enklast igenkännliga hjälten i dagens samhälle.¹³ Tv-mediet kan förvandla idrottsjältar till kändisar. Det sker när idrottsutövarens privatliv hamnar i blickfältet och blir lika viktigt eller

7 Jfr Peter Dahln, *Från Vasaloppet till Sportextra: Radiosportens etablering och förgrening 1925–1995* (Stockholm 1999) för radions betydelse i Sverige; Per Vesterlund "Tablåhändelser: Mediehistoriska aspekter på långfilm i svensk television", i Solveig Jülich; Patrik Lundell & Pelle Snickars (red.), *Mediernas kulturhistoria* (Stockholm 2008), s. 113

8 Pelle Snickar, *Digitalism: När allting är internet* (Stockholm 2014), s. 10–16, 36.

9 Iis (Internetsiftelsen i Sverige) rapport "Svenskarna och Internet 2021: En årlig studie av svenska folkets internetvanor."

10 Peter Dahln, *Sport och medier: En introduktion* (Kristiansand 2008), s. 235–237.

11 Lawrence Wenner (red.), *Mediasports* (Cornwall, Padstow 1998), s. 4-5.

12 Thomas Scanlon "Sports and Media in the Ancient Mediterranean", i Arthur A. Raney & Jennings Bryant (red.), *Handbook of Sports and Media* (New Jersey 2006), s. 3 ff.

13 Jfr Fredrik Schoug, "De ärorikas kamp. Stenmarkshysteri och medial explosion", i Jesper Fundberg; Klas Ramberg & Dan Waldetoft (red.), *Tankar från baslinjen: Humanister om idrott, kropp och hälsa* (Eslöv 2005) s. 106, och Lawrence Wenner, "Sports and Media Through the Super Glass Mirror: Placing Blame, Breast-Beating, and a Gaze to the Future", i Arthur A. Raney & Jennings Bryant (red.), *Handbook of Sports and Media* (New Jersey 2006), s. 53.

tillochmed viktigare än idrottsprestationerna.¹⁴ Längre låg David Beckham och Anna Kournikova i topp i inkomstligan trots att de inte var de främsta i respektive sport. Utseende, stjärnstatus, karisma och beteende utanför idrottsarenan görs till säljbara egenskaper som kan ersätta framgång.¹⁵

Sportsändningar har alltid varit en del av tv-mediet. År 1936 visades OS-tävlingar på offentliga arenor i Berlin och 1939 blev baseboll den första tv-sända sporten i USA. De inledande sändningarna led av tekniska begränsningar, det var svårt att se vad som hände, men med etableringen av vissa grundregler som 180-gradersregeln, där kameran alltid visar en match från samma sida och därmed inte bryter den osynliga linje som går genom bilden, kunde tv-sändningarna bli begripliga.¹⁶ Kommentatorer gjorde tävlingarna personliga och skapade berättelser kring de tävlande. Expertkommentatorn, *colour commentary*, har som uppgift att analysera, kontextualisera, och fylla luckor mellan viktiga händelser. Under stora händelser, när dramatiken är som störst, är det vanligt att kommentatorn förenas i desperation eller jubel med åskådaren.¹⁷

Utvecklingen för tv-sänd idrott har gått mot att ge tv-tittaren något som åskådaren på plats inte kan få, genom exempelvis reprisbilder, mikrofoner på planen, intervjuer i halvtid, djupgående analyser i en studio, delade skärmar och grafik, samtidigt som produktionsuppgiften är att vara så osynlig som möjligt.¹⁸ Sportjournalistiken har förändrats från att referera idrottshändelsen till att analysera och kommentera den, eftersom åskådaren numera förutsätts ha sett den på tv.¹⁹ Videoteknik är ett exempel på en innovation som förändrade synsättet på bland annat amerikansk fotboll, med repris och *slow motion*-sekvenser som visade att sporten inte var brutal och rå, utan styrdes av fitness, teknik, intelligens och smidighet på små ytor.²⁰ Anpassningar efter tv-sändningar, vars tv-rättigheter utgör sportens största inkomstkälla, märks bland annat genom flyttade målstolpar (för att försvåra "tråkiga" *field goals*) *sudden death*-avgörande, förbud mot huvudtacklingar, kortad halvtidspaus för att öka säljbarheten till sponsorer och flyttade matcher för att möjliggöra flera tv-sändningar.²¹

14 Ulf Wallin, *Sporten i spalterna: Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år* (Kungälv 1998), s. 85–86, 217–219 & 223.

15 Gary Whannel, *Media Sport Stars: Masculinities and moralities* (New York 2002), s. 190.

16 Bo Reimer, *Uppspel. Den svenska TV-sportens historia*. (Värnamo, 2002), s. 2, jfr David Bordwell, Kristin Thompson & Jeff Smith, *Film Art: An Introduction* (New York, 2017), s. 231–233 för en genomgång av 180-gradersregeln.

17 David B. Sullivan, "Broadcast Television and the Game of Packaging Sports", s. 138–140.

18 Bo Reimer, *Uppspel*, s. 192.

19 Ulf Wallin, *Sporten i spalterna*, s. 67, 81 & 212–225.

20 J.R. Hitchcock, *Sports and Media* (Terre Haute 1989), s. 2.

21 John J. Stewart, "The Commodification of Sport", i Eric Dunning & Dominic Malcolm, *Sport: Critical*

Concepts in Sociology, Volume IV: Issues in the Sociology of Sport (London & New York 2003), s. 152–153.

Kommodifiering och medialisering

Marit Stub Nybelius har i sin avhandling *Förhandling pågår* visat att längdskidsporten har genomgått en *medialisering* under perioden som är aktuell för den här undersökningen. Begreppet medialisering innebär att en sports struktur förändras av medias inflytande i högre grad än av någon annan aktör, och att denna förändring har skett under längre tid och inte bara kan knytas till en enskild aktör, nation eller sport.²² I sin text "Mediasport: Technology and the Commodification of Postmodern Sport" skriver Michael R. Real om hur idrotten har genomgått en *kommodifiering*, en term som innefattar de flesta aspekter av medialiseringsteorin där sporters struktur förändras för att på olika sätt anpassas till mediala behov, men som fokuserar mer på de bakomliggande kommersiella strukturerna. Kommodifiering reducerar en handling eller objekts värde till det strikt monetära, och i sammanhanget för den här texten kan kommodifiering sägas vara medialisering med kommersiellt syfte. Real hänvisar till statsvetaren Fredric Jameson som bygger på Adorno, Horkheimer och Frankfurterskolan när han definierar samtiden som senkapitalistisk, där kulturen inte längre har den relativa självständighet den en gång åtnjöt utan domineras av postmodern kapitalism som kulturell logik. Ur ett sådant perspektiv blir den moderna medieidrottens spektakel ett logiskt uttryck för den tid vi lever i.²³

Nya medieteknologier har gjort det möjligt för sporter att nå ut till en större publik och dra in större intäkter, men det har också lett till en kommodifiering av allt som sammanknippas med sport. Historiska, estetiska eller relationella värden försvinner, och i takt med att sponsorer och företag får större makt och inflytande lär sig idrottare och ledare att acceptera kommodifieringen som en del av sportens villkor.²⁴ Marknadslogiken dikterar att kommersiell media väljer den sport som ger god underhållning, och lyfter fram de segment ur den som ger störst underhållning. Fokus läggs på dramatik, det spektakulära och det teatraliska.²⁵ John Sewart betraktar kommodifieringen som något i grunden negativt för tv-sänd idrott, men flera tekniska innovationer har också införts tack vare kommodifieringen i syfte att underlätta förståelsen för tittaren och göra evenemanget mer underhållande. Hit hör exempelvis riktade mikrofoner för att uppfatta matchljud, *slow motion*-sekvenser och pausbilder, delade skärmar, specialdesignerade kameror för överblicksbilder och närbilder.²⁶

22 Marit Stub Nybelius, *Förhandling pågår*, s. 69 där hon refererar till medialiseringsmodellen som ställts upp av Marc Dohle och Gerhard Vowe.

23 Michael R. Real, "Mediasport: Technology and the Commodification of Postmodern Sport", i Lawrence Wenner (red.), *Mediasports* (Cornwall, Padstow 1998), s. 20.

24 Michael R. Real, "Mediasport", s. 21.

25 John J. Sewart, "The Commodification of Sport", s. 159.

26 John J. Sewart, "The Commodification of Sport", s. 154.

Skidskyttet genomgick en kommersialisering under 1990-talet då jaktstart och masstart infördes för att tilltala en bredare publik. Åren 1996–2005 ökade skidskyttets sponsorintäkter tack vare den nya satsningen med tv-vänligare grenar från fem till trettiosex miljoner kronor.²⁷ För längdskidåkningen var Skid-VM i Falun 1974 första gången det var möjligt att placera ut kameror i positioner som överensstämde med de officiella tidkontrollerna, och stafetten bevakades med en kamera vid varje kilometersmärke. Sändningarna blev en stor framgång.²⁸ Införandet av masstartsgrenar före individuell start, nya grenar som sprint och sprintstafett och nedkortningen av herrarnas stafettsträcka från 4x10 km till 4x7,5 km gjordes för att anpassa sporten till tv-sändningar och locka publik och sponsorer. Syftet med den individuella sprinten var också att locka nya elitidrottare, främst från länderna i Mellaneuropa, till längdåkning.²⁹

Material

Det jag vill undersöka här är om, och i så fall hur, förändringarna syns i tv-sändningar från 1980-talet och 2010-talet. Vad skiljer sändningarna åt, vilka tekniska och estetiska förändringar har skett och vad innebär det? För att kunna besvara dessa frågor behöver jag analysera skidlopp som på ytan ser likadana ut, från 1980-talet och från nutid. Kraven har varit att det ska vara samma distans som körs, samma stil (klassiskt eller fritt) för de individuella loppen, loppen med herråkare ska jämföras med herråkare och loppen för damåkare ska jämföras med damåkare, sändningen ska vara från Sveriges Television och kommenterad av svenska kommentatorer. Vidare har jag valt skidlopp från mästerskap, eftersom de tilldrar sig störst uppmärksamhet och är lättast att hitta, men inte lopp från OS, eftersom frågan om reklamärvaro under sändning inte är aktuell för OS-sändningar, då reklam där inte är tillåten inne på idrottsarenorna. För att göra undersökningen överskådlig valde jag först att fokusera på endast ett lopp från 1989 och ett lopp från 2015, herrarnas 15 km fri stil vid VM från båda tillfällena, Lahtis respektive Falun. Under sändningarna från Lahtis var finska YLE ansvarig för bildurvalet. Efter att ha granskat sändningarna från 1989 och 2015 insåg jag att jag skulle behöva jämföra ett masstartslupp från då och nu. Eftersom den enda masstart som kördes på 1980-talet var stafett valde jag damernas 4x5 km från VM i Seefeld 1985 och damernas 4x5 km från VM i Falun 2015. Tillgänglighet var den slutliga anledningen till att just de här loppen valdes ut, herrarnas 15 km fritt från VM i Lahtis 1989 finns tillgänglig på SVT:s Öppet Arkiv och damernas 4x5 km från Seefeld finns tillgänglig i sin helhet på YouTube. Sändningarna från 2015 beställdes från Svensk Mediedatabas. Att jag har arbetat med endast två nedslag

27 Dag Vidar Hanstad, *Fullt hus - eventyret norsk skiskyting* (Oslo 2005).

28 Bo Reimer, *Uppspel*, s. 125.

29 Jfr Marit Stub Nybelius, *Förhandling pågår*, s. 113–114.

är för att inte göra undersökningen mer splittrad eller större än nödvändigt. Det är ett medvetet val att inte ta med sändningar från sent 1990-tal och tidigt 2000-tal då de nya grenarna fortfarande inte hade anammat tävlingsformen och tv-sändningarna därför inte kan antas vara genomarbetade så som de är idag. Undersökningen fokuserar på sändningarna av likartade lopp, inte på införandet av nya tävlingsformer.

Längdskidsporten har genomgått flera stora förändringar under de senaste trettio åren. Nya grenar har tillkommit, nya distanser har införts och sättet att åka skidor har förändrats på många sätt.³⁰ Skid-VM i Falun 1974 blev som sagt en stor medial framgång och de tekniska innovationerna hade fortsatt att utvecklas till 1989, men i begränsad form.

Grafik

Sändningen av 15 kilometersloppet i Lahtis 1989 inleds med grafik över vad det är för lopp som ska visas. Texten "15 km f" ligger över bilder på läktare, publik och natur. Medan kommentator Jacob Hård och expertkommentator Eva-Lena Karlsson förklarar vilka som åker loppet och att svenskarna bör ses som favoriter, visas grafik på väderförhållande med termometer, samt var tidkontrollerna kommer att vara. När loppet sedan sätts i gång visas grafik vid tidkontrollerna som visar åkarens tid och den tid han kör mot och försöker utmana. Tiden rullar endast i jämförelse med ledaren, även om åkaren har en sämre tid. I stället är det placeringarna som rullar successivt så att det går att följa hur åkaren ligger till, men inte vilken åkare som ligger närmast i tid. Det blir i stället kommentatorns uppgift att meddela till tittare, precis som avståndet upp till ledaren.

Resultat och tv-bilder från spåren, som grafiken på 1980-talet i stort sett begränsar sig till, var möjligt att få uppleva även på plats på arenan, där en speaker också meddelade olika intressanta tider. Upplevelsen skiljde sig inte särskilt mycket mellan att vara på plats och att vara hemma, men jämför man med 15 km i VM 2015 ser man dock en tydlig skillnad.³¹ Sändningen 2015 inleds med att kommentatorn, även i det här fallet Jakob Hård, hälsar tittarna välkomna och en grafik över alla tävlandes startnummer och starttid som rullar. Expertkommentator Anders Blomqvist analyserar banan med en grafik som läggs direkt över en satellitbild på spåret. Banan fylls successivt i med blå färg, samtidigt som en grafik över höjdskillnaden på banan fylls i med samma blåa färg. Tittaren kan se både var i terrängen loppet körs, samt vilka uppförs- och nedförsbackar som kommer var i banan, samtidigt som Blomqvist kommenterar svårigheter och nyckelpositioner. När loppet sedan

³⁰ Jfr Marit Stub Nybelius, *Förhandling pågår*, s. 31–32, 131–133.

³¹ Jfr Bo Reimer, *Uppspel*, s. 192 för vidare diskussion om skillnaderna mellan att vara på plats och att följa tv-sändningen hemifrån.

startar ligger det grafik med tidtagning uppe varje gång en åkare är i fokus. Grafiken visar åkarens tid, vilken tid ledaren vid den aktuella kontrollen har, samt den tid som åkaren i fokus närmast har att slå, plus placeringar, flagga, nationalitetsförkortning och startnummer för alla aktuella åkare. Vid tillfälle, till exempel när svenske Johan Olsson jagar upp för sista backen, kommer också grafik som visar ur snabbt åkaren kör, visat i kilometer i timmen och liveuppdaterat.

År 1989 är den övriga grafiken begränsad till en tavla över gällande ställning vid en aktuell kontroll, vilken läggs in när man väntar på att nästa intressanta åkare ska komma in i bild. Det är ändå långt mycket mer än vad man får se under damernas stafett över 4x5 km i Seefeld 1985. Ingen tidsgrafik ligger någonsin i bild under loppet och man får inga tidsangivelser på hur långt avståndet är mellan de olika åkarna. I stället är det kommentatorerna som håller koll på tidsdifferenserna. Övrig information fick tittarna själva hålla reda på i tv-soffan.³² Innan damernas stafett 2015 förklaras sträckorna med hjälp av grafik där bilder på svenska och norska åkare ställs mot varandra, och respektive flaggor vajar i bakgrunden. Namn och helkroppsbild på åkarna, samt nummer på sträckan visas, där de aktuella åkarna är längst fram i fokus och de åkare som redan har presenterats flyttas till bakgrunden ur fokus. När tävlingen börjar visas grafik med de olika lagen och deras respektive åkare, och tidsgrafiken ligger i bild hela tiden. Vid bestämda punkter på banan samt vid växling kommer en tydlig tidsangivelse över hur snabbt det har gått och hur långt avståndet är mellan de åkande. I båda jämförelserna syns en tydlig skillnad i användandet av grafik i bild, där det 2015 används i betydligt högre grad, både för att ge mer information till tittaren, men också för att visa en mer estetiskt tilltalande produkt, med presentationen av åkarna som tydligt exempel.

Kameraarbete och klipp

Kameraarbete eller *kinematografi*, är en av de mest centrala aspekterna av rörlig bild. Vilka estetiska val som görs med exempelvis fokus, kontrast, hastighet, perspektiv, inramning, kameraposition och klipp påverkar tittarens upplevelse.³³ Här vill jag undersöka kameraarbetet genom att jämföra 1985 och 2015. Vilka likheter och skillnader kan märkas?

Starten på damernas stafett 1985 filmas med en kamera i en hög position. Den följer åkarna oavbrutet på avstånd i en lång sekvens med bara fyra klipp på de första sex minuterna. Åkarna tar sig under en vägbro, vänder på andra sidan och tar sig under vägbron igen. Inget klipp, ingen närbildskamera, däremot ett försök att zooma in åkarna i ledningen. De första sex minuterna och

32 Jfr David B. Sullivan, "Broadcast Television and the Game of Packaging Sports", s. 138–140 för kommentatorernas betydelse för sändningen.

33 Jfr David Bordwell; Kristin Thompson & Jeff Smith, *Film Art: An Introduction*, s. 159–262 för en grundgenomgång av kinematografi och klipp.

tretton sekunderna av loppet innehåller sammanlagt fyra klipp. Snittiden för de fem första klippen blir 74,6 sekunder, vilket är en evighet när det kommer till sportsändningar. Som jämförelse används det under stafetten 2015 trettio klipp under de första sex minuterna och tretton sekunderna. Ser man till hela tävlingen 1985 är snittiden för klippen 37,5 sekunder, även det helt otänkbart för en sportsändning idag, vilket man förstår när man jämför med snittiden för stafetten 2015, som är tolv sekunder, i sin tur nästan likvärdigt med vad sändningen från 15 km för herrarna 1989 var. Starten på stafetten 2015 filmas med en kamera snett framifrån. Innan starten har man med en *steadicam* fått närbilder på de viktigaste förstasträcksåkarna samtidigt som laguppställningen presenterats med grafik. En kamerabild högt uppifrån ligger kvar i väntan på starten och en klocka räknar ner. Det är sammanlagt två klipp med tio sekunders mellanrum på väg ut från stadion. Under loppet är klipp som varar mellan tio och tjugو sekunder vanliga. Vid något tillfälle dröjer bilden kvar upp till trettio sekunder även när tåten har passerat och väntar in lag som har tappat. Klipp hastigheten på första sträckan när alla de intressanta lagen åker tillsammans är betydligt lägre, för att sedan öka när avstånden mellan de olika lagen blir större och alla inte ryms i samma bild.

Mellan 1985 och 2015 har mycket hänt i kameraarbetet. Fler kameror finns att tillgå för att filma samma sekvens från olika vinklar, med olika inramningar. År 1985 används den överblickande kameran under hela inledningen av loppet, tills åkarna försvinner in i skogen i väntan på att de kan snappas upp med nästa stationära kamera. Vid flera tillfällen används zoom in på skogsbryn eller gläntor där åkarna ska komma. Det är det enda som syns i bild, inga alternativa kamerapositioner plockar upp åkarna, utan bilden ligger kvar tills de är på rätt plats. Bilden av skogsbrynsåkaren är med andra ord fullständigt rimlig att applicera på stafetten från 1985. Kamerorna i spåret är ofta stationära, ibland följer de genom panorering åkarna, men det klipps inte till någon ny kamera. En aktiv kameraföring där kameran panorerar för att följa åkarna ökar medvetenheten om att kameran existerar, jämfört med modern sändning där ett större antal kameror används, med klipp mellan dem. I stadion används också en bärbar kamera inne på startområdet, som på grund av sin låga utgångspunkt ger en begränsad bild av åkarna. Bilden skymms av ledare, icke aktiva åkare och reklamskyltar, något som aldrig händer under stafetten 2015. Kamerorna ute i skogen 1985 följer hela fältet som passerar, zoomar in och ut, panorerar med åkarna, utan klipp långa stunder. En kamera ligger kvar med sin bild i ett par-tre minuter medan alla åkare passerar, utan vare sig resultatgrafik eller sammanfattning av positioner. Enda gången som det händer under stafetten 2015 är vid växling, då kameran ligger kvar och följer lag som ligger lite längre ner i fältet. Här dröjer det nästan två minuter från att ledarlagen passerar till att man får se dem igen ute på banan, men det är också det längsta glappet

under hela sändningen, och de andra lagen som ligger längre ner i fältet följs med återvändande bilder under sändningen. Åkarna är i princip aldrig ur bild.

År 1985 kör åkarna ett varv på fem kilometer ute i skogen, 2015 körs två varv på 2,5 kilometer var, vilket ger mer exponering för stadionpubliken och gör det lättare att använda samma kamerapositioner vid flera tillfällen.³⁴ När åkarna 1985 har kört fyra kilometer växlar bilderna mellan två olika kamerapositioner. Huvudkommentator Christer Ulfbåge, vars uppdrag är att guida tittarna genom sändningen, kommenterar att det «nästan är omöjligt att följa händelserna» eftersom det korsklippas mellan olika positioner, och att "det är väldigt svårt att följa med när man bara följer täten och sedan hoppar in lite hur som helst". Enda tidkontrollen är vid växling, där det går att se lagets placering efter att de har växlat, samt rullande klockor för totaltid och tidsskillnad. Ingen tidsmarkering fastställs för tidsskillnad upp till ledaren när åkarna passerar. År 2015 visas flera bilder ovanifrån som ger bättre perspektiv när alla åkarna är med i loppet, med klipp från ovanifrånperspektiv till helbild till närbild. En närbildskamera visar åkarnas överkropp och panorerer ner till skidorna och upp igen. Senare i loppet när tidsskillnaderna blir större används också klipp mellan olika positioner, men eftersom det hela tiden syns tidsgrafik med avstånd upp till täten i bild är det aldrig svårt att följa var i loppet lagen i bild befinner sig.

Vid 15 km-loppet i Lahtis 1989 finns det två stationära kamerakontroller där åkarna syns i bild med en tidkontroll för hur de ligger till jämfört med andra åkare. Kontrollerna ligger vid 1,6 respektive 7,5 kilometer och är de enda möjligheterna för tittarna att se skidåkarna under loppets gång. Kamerabevakningen innan start på 15 kilometersloppet 1989 består av en kamera som filmar åkarna när de gör sig redo och sedan flyttar till startpositionen för att ge närbilder. Ytterligare en kamera visar åkarna komma i väg från starten. Kameran vid start använder zoom i bild, zoomar in ansiktet på åkaren som ska i väg och zoomar ut igen. År 2015 används i stället en handkamera vid starten, vilket ger möjlighet att filma åkarna, men även att vända kameran mot publiken och ut genom spåret. Åkarna startar och följs de första hundra meterna av en kamera i markhöjd som panorerer med åkaren, sedan klipp till nästa kamera som följer åkaren ut från stadion. Vissa åkare visas med vinklar från båda kamerorna, vissa med bara den första. Om bara den första kameran används följs åkaren i ungefär tio sekunder. Amerikanen Noah Hoffman får till exempel sju sekunder närbild vid start, sedan nio sekunder med första kameran och tolv sekunder med andra kameran.

Det individuella loppet över 15 km 1989 har en snitttid på 11,3 sekunder per klipp över hela loppet, alltså ganska jämförbart med vad damernas stafett

³⁴ Jfr Marit Stub Nybelius, *Förhandling pågår*, s. 112 där hon beskriver hur ändringar av sträckdragning för att få åkarna att passera stadion fler gånger är ett exempel på medialiserade utrymmen – platser där sporten utövas som kan anpassas efter tv.

2015 har. Vid flera tillfällen under loppet ligger kameran kvar i en bild trots att inget händer, vilket ökar snitttiden för klippen. En bild mitt i loppet ligger till exempel kvar utan klipp i exakt en minut, något som inte händer i sändningarna från 2015. Vid stafetten är det bilden från växlingen som hålls längst, men även här klipper man till reprisbilder eller publikbilder för att bryta av, och ingen bild ligger längre än dryga halvminuten utan klipp. Svenske Jan Ottosson startar 15-kilometersloppet som nummer åtta och är första åkare som visas från de olika kontrollerna. När han kommer till 7,5 km följs han av en högt belägen kamera placerad för att kunna följa åkarna under lång tid. Tre kameror vid olika positioner används vid kontrollen. Det finns en högt belägen kamera i stadion som används i enstaka fall, även den är stationär. Inga kameror rör sig, mer än den som följer åkaren på väg ut från startgrindarna. Delad skärm används när två intressanta saker händer samtidigt, men det läggs inte in några bilder från annat än loppet. Inga intervjuer och ingen egen kamera som fångar alternativa saker, till skillnad från 2015. När svenske Johan Olsson har gått i mål i den tävlingen visas i delad skärm med huvudtävlingen bilder från SVT:s egen kamera från presszonen som har hittat Olsson i målområdet.

År 2015 visas det bilder från sex stationer under 15 kilometersloppet. Start, 1,5 km, varvning vid 7,5, 11,5, 12,8 kilometer samt vid målgång. Efter tio startande klipps det för första gången till den första tidkontrollen ute på banan vid 1,5 kilometer. Vid tidkontrollerna har man möjlighet att korsklippa mellan helbild och närbild, vilket används ofta främst för de bättre åkarna, och främst när det är spännande. I början av tävlingen, när färre och sämre åkare är ute i spåret, visas fler klipp på åkare som inte än har startat. Ytterst få klipp under tävlingen varar längre än tio till tolv sekunder. Många klipp ligger just runt tiosekundersgränsen, ibland mer intensiva med inklipp till närbild. Klippet på när ryske Alexander Belov varvar är 25 sekunder långt, vilket är det absolut längsta under loppet. Trots att få bilder varar längre än tio sekunder är snitttiden för klippen 8,2 sekunder. Det är en tydlig skillnad jämfört med 11,3 från 1989, men inte alls samma skillnad som kan märkas för stafetterna. I såväl stafetter som individuella lopp ökar klipphastigheten framemot slutet av loppet, eftersom fler intressanta saker oftast händer samtidigt då. Johan Olsson är den åkare som får mest kameratid under loppet, vilket det finns många förklaringar på. Han är en av förhandsfavoriterna, han är svensk, han startar tidigt i loppet då färre intressanta åkare är ute i spåret, och han visar sig konkurrera om segern i loppet. När Olsson startar följs han av en kamera snett uppfifrån, en kamera som går på en vajer, vilket gör att man kan följa honom längre. Han filmas också med den handhållna kameran i närbild när han startar. Vid första tidkontrollen följs vissa åkare längre med flera kameror, för Olsson är det fyra. Tre stationära kameror som panorerar med åkaren för att följa honom så länge som möjligt, samt en kamera för närbilder, vilket är det som främst skiljer sändningen åt mot 1989. I och med att man klipper in till närbild och klipper

ut igen ökar också klippfrekvensen. När Olsson varvar följs han även här av fyra olika kameror under 56 sekunder.

Fokus i sändningen ligger på en kontroll i taget, där den vid 11,4 km får störst utrymme. Den ligger mitt i "Mördarbacken", den brantaste backen i Falun där det går som tyngst för åkarna och man har möjlighet att följa dem under så lång tid som möjligt med så få kameror som möjligt. Vid målgång får man följa Johan Olsson i sju klipp som sammanlagt varar en minut och åtta sekunder. Det börjar med kameran ovanifrån, sedan stationära kameror i klipp två-tre, kameran ovanifrån i klipp fyra, kamera som rör sig på en räls längs med upploppet i klipp fem, målgången framifrån i klipp sex och närbild (i helfigur) på Olsson i klipp sju. Målgångskameran rör sig nerifrån och upp vid målgång. Det finns också en kamera som kan visa halv- och närbild under upploppet. Den används till exempel för Finn Haagen Kroghs upplopp. Inget av det här, inte heller strategiskt utplacerade mikrofoner som gör att man hör skidstavarnas knirrande i skogen och åkarnas andhämtning, finns i sändningen 1989. Genomgående används 2015 fler kameror i fler positioner och med större rörlighet, vilket möjliggör en närmare fokusering på och tydligare inramning av åkarna. Klippen är tätare och mer regelbundna och blir mer frekventa i slutet av en sändning.

Utanför tävling

Studio innan själva tävlingssändningen för herrarnas 15 kilometerslopp 2015 sätter i gång är sammanlagt en halvtimme lång. Den innehåller sammandrag från gårdagens tävling där Charlotte Kalla tog guld, intervju med Kalla, klipp från prisutdelningen, sedan samtal i studion mellan programledare och experter, intervjuer med de svenska åkarna som ska tävla i dagens tävling, intervjuer med publiken, analys av tävlingen av expertkommentator med hjälp av grafik, samt en historisk återblick för distansen. Inget samtal är längre än ett par minuter långt, och under sändningens gång finns en grafik på en digital klocka nere i vänstra hörnet, som räknar ner till tävlingstart. Studio innan damernas stafett startar har ett snarlikt strukturellt upplägg med skillnad i innehåll på grund av skillnader i distans, historik och aktuella förhållanden. Här intervjuas den stora stjärnan Charlotte Kallas farfar om vad han tycker om sitt barnbarns framfart i spåret, ett tydligt exempel på den ökade sammanblandningen mellan privatliv och offentlighet som Ulf Wallin har visat på.³⁵ Direkt efter följer återigen studion där experterna och tidigare längdskidåkarna Johanna Ojala och Mathias Fredriksson får kommentera Johan Olssons guld, sedan en längre intervju med Olsson. Den sammanlagda sändningstiden från tävlingarna

35 Ulf Wallin, *Sporten i spalterna*, s. 223. Jfr Jürgen Habermas offentlighetsmodell med separata privata och offentliga sfärer (Jürgen Habermas, *Borgerlig offentlighet*, s. 37) som bryter samman i takt med det senkapitalistiska behovet att bryta ner det.

är två timmar och tjugonio minuter, mer än dubbelt så långt som tiden för själva tävlingen.

I jämförelse med loppet 1985 och 1989 blir skillnaden slående, främst eftersom det inte är någon studio alls i sändningarna från 1980-talet. Före sändningarna 1985 och 1989 visas en tickande klocka i bild och 1989 meddelar en tv-hallåa att sändningen från VM i längdskidor snart ska börja. I början av 15 kilometersloppet 1989 anropar kommentator Jakob Hård reportern Christer Ulfbåge. Men under större delen av sändningen är inte Ulfbåge i bild utan tävlingen. Även intervjuer som genomförs med åkare före och efter loppet sker med enbart ljud, inte bild. Reporter Ulfbåge registrerar med hjälp av egen tidtagning de svenska åkarnas utgångshastighet från stadion. Tidtagningen sker vid spåret med egen manuell klocka och blir därför ganska oexakt. När svenske Lars Håland, som gör ett mycket bra lopp, har gått i mål, så klipps det för första gången in till SVT:s egen kamera som visar honom i bild i intervju med Ulfbåge. Bilden ligger dock bara kvar i några sekunder, sedan fortsätter intervjun med enbart ljud. Direkt när svenske Gunde Svan går i mål som vinnare kliver Ulfbåge fram och börjar intervjun, bara ett par sekunder efter målgången.

Efter intervjun med det svenska laget som tagit silver i VM-stafetten för damer 2015 påminner studioankaret André Pops om att man kan se medaljceremonin senare på kvällen på SVT Play eller live i VM-magasinet, kvällssändningen som sammanfattar dagens tävlingar. Som tittare kan du när du följer Vinterstudions sändningar tävla mot experterna i att tippa rätt vinnare och vinna fina priser. Dina kommentarer på SVT:s facebookside eller till tv-sportens twitterkonto kan synas under pågående sändning. Påminnelser om möjligheter till interaktion med SVT:s redaktion kommer med jämna mellanrum under hela sändningen. På Facebook kan man delta i SVT:s tittartävlingar och interagera direkt både före, under och efter loppet, och på Twitter kan man följa andra människors upplevelser av tävlingarna via #twittski-taggen.³⁶ Under VM i Lahtis 1989 beskriver SVT:s kommentator Christer Ulfbåge 1980-talets aktiva protokollförande tittare som följer med skidsändningarna med papper och penna, ivrig att skriva ner mellantider för de viktigaste åkarna. År 2015 finns möjligheten att få alla mellantider direkt via datorn och alla längre sträckor har ändrats från individuell start till masstart, och kommentatorerna beskriver aldrig tittarna som protokollförande. År 1989 sändes VM-tävlingarna på en kanal, och interaktionen med SVT:s sportredaktion skedde via telefon eller brev i efterhand, aldrig under pågående sändning.

³⁶ Jfr Chris Wood & Vince Bengini, "The Coverage of Sports on Cable TV", s. 150 och diskussionen om den utökade interaktiva rollen för kommentatorer i dagens medielandskap.

Reklam

En markant skillnad mellan 1980-talet och 2015 är de kommersiella inslagen. Alla sändningar i den här undersökningen är från SVT där reklam inte är tillåten, men det hindrar dock inte att de kommersiella budskapen kommer fram till tittaren. Såväl sändningen från 15 km som 4x5 km 2015 inleds med sponsorloggor och en röst som berättar vilka företag sändningen sponsras av. Under sändningarna 1985 och 1989 kan man förvisso också se reklam. Åkarna har sponsorer på sina nummerlappar och reklamskyltar finns i bakgrunden på stadion och även ute i spåret, men de har inte placerats för att synas rakt framifrån från valda kamerapositioner. Vid tidkontrollen efter 7,5 km under 15 km-loppet 1989 finns en reklamskylt för Mercedes, vars märke också syns på åkarnas nummerlappar. Det är den enda reklamen som finns ute i spåret och skylten syns ur två olika vinklar, men ingen av dem visar reklamen rakt framifrån för maximal exponering i bild.

År 2015 kantas spåren av en mängd reklamskyltar. Dessa är placerade för att synas rakt framifrån i bild, för största möjliga kameraexponering i relation till de förbipasserande åkarna. Åkarna har också reklam på såväl tävlingsdräkter som nummerlappar. I stafetten får man efter drygt en kilometers åkning en bild från längre avstånd, detta i en uppførsbacke där tempot långsammare och det går att ligga kvar med bilden. Åkarna filmas centrerat i bilden med generös yta på båda sidor om dem. Ytan är fylld med inte mindre än sex reklamskyltar för huvudsponsorn Viessmann, alla filmade rakt framifrån och tydligt synliga i bild. Bilden är komponerad för att få plats med alla skyltar, på lagom avstånd från varandra för att bilden inte ska bli plottrig. Reklamskyltarnas positionering efter kameravinkeln är en generell regel under hela loppet. Under Johan Olssons segerintervju med SVT håller han, som övriga åkare, upp skidor och stavar med tillverkarens namn tydligt i bild. Intervjun med silvermedaljören Maurice Manificat från Frankrike följer samma mönster: tillverkarnas loggor är tydligt synliga, liksom reklamen på kläder och mössa. År 2015 verkar skidåkarna fullständigt medvetna om att de behöver synliggöra sina sponsorer och själva vara reklampelare för att nå ut med det kommersiella budskapet. Kommodifieringen har accepterats som en del av sportens villkor.³⁷

Konflikt och spänning

I sista växlingen i stafetten 1985 sker något högdramatiskt. Norge leder med dryga tio sekunder före Sovjet, men Berit Aunli som ska ge sig ut på sista sträckan bryter staven i växling och får ta lagkamratens stav. Kommentator Ulfbåge är begeistrad över att något sådant överhuvudtaget kan hända. Kontrasten till dagens stavbrott och vurpor i varje sprinttävling är slående. Banor och

³⁷ Michael R. Real, "Mediasport", s. 21.

arenor formas och byggs idag för att ge största möjliga dramatik för tv-tittare. Exempelvis har *skate*-banan i stafetten förenklats för att skapa maximal dramatik på upploppet för tv-tittarna. Efter växlingen till tredjesträckan i stafetten 2015 är det dramatiskt mellan topplagen, där Norge har en liten ledning före Sverige. Maria Rydqvist som åker tredjesträckan för det svenska laget faller när hon är på väg ut från stadion. Kommentatorerna blir besvikna och upprörda, men är ändå inte i närheten av att vara så exalterade som Ulfbåge 1985. Fallet visas inte direkt utan i ett senare skede. Stora delar av banan är kamerabevakad och den löper både nära och inne i stadion. När ryska Romanova i stafetten 1985 gör det avgörande rycket på sista sträckan fångas det inte på bild. I stället kommer åkarna efter en stunds frånvaro från bilden in i en kameraposition där ryskan plötsligt leder med tio sekunder. I några sekunder, innan norskan kommer in i bild, råder det till och med lite oklarhet om hon ligger före eller efter ryskan.

Kombinationen av underhållning och konfrontation, *confrontainment*, är en nyckel i paketeringen av idrottssändningar för att få en så stor publik som möjligt.³⁸ Bryant, Brown, Comisky och Zillman skapade tre versioner av en tennismatch där åskådare antingen fick instruktionen att spelarna var vänner, fiender, eller varken eller. Matchen där spelarna var "fiender" upplevdes som mest spännande och underhållande.³⁹ Genom val av bild, ljud och kommentatorsstämmor konstrueras en berättelse som skapar gemenskap mellan kommentator och åskådare, som betonar individers betydelse och betonar konflikter och dueller för att öka spänningen. Det ökade antalet tv-kameror vid idrottssändningar möjliggör fler val för olika berättarperspektiv.⁴⁰

Konflikterna i längdspåren är tydligare definierade 2015 och den givna antagonisten för svenska längdåkare är dominanten och grannen Norge. Längdskidåkning hade i Sverige en oöverträffad framgångsperiod under 1980-talet, men från att Sverige åtminstone på herrsidan varit den dominerande kraften under 1980-talet tog Norge över från 1990-talet och framåt. År 2015 är det sammanlagda styrkeförhållandet på dam- och herrsidan tydligt att Norge är världsledande och Sverige kommer som en god tvåa. Konflikten med Norge lyfts i sändningarna 2015 fram vid varje tillfälle, men det är också tydligt att det är två vänner som tävlar mot varandra, utifrån de lättsamma intervjuerna i spåret och den trivsamma tonen i studion. Reportern i spåret pratar med norska fans och försöker få dem att inte vara så positiva, eftersom Sverige nu har vunnit guld två dagar i rad. Efter stafetten 2015 intervjuar SVT det vinnande norska laget, och även här blir det lite gnabbande om svenskt mot norskt

38 David B. Sullivan, "Broadcast Television and the Game of Packaging Sports", s. 137.

39 Arthur A. Raney, "Why We Watch and Enjoy Mediated Sports", i Arthur A. Raney & Jennings Bryant (red.), *Handbook of Sports and Media* (New Jersey 2006), s. 318.

40 Peter Dahmén, *Sport och medier*, s. 222–223 där han citerar Mona Kristin Solvoll, *Fotball på fjernsyn - En fengslende fortelling for publikum i stua* (Oslo 1999); Kyrre Overland Andersen, *Fotballvisjoner: Live-sport som estetisk praksis i NRK1 og TV3* (Trondheim 2003).

med god stämning och mycket skratt. Om man verkligen vill ha ett exempel på individualisering och längdåkaren som stjärna så kan man titta på bevakningen av norske Petter Northug. Under sändningarna 2015 är han den enda åkare som får lika mycket tid i bild som de svenska åkarna. Kombinationen av att han tillhör Sveriges största konkurrent Norge, att han är kaxig och rak i både åkstil och uttalanden, och att han backar upp sitt snack med spektakulära vinster om och om igen, gör att han är den perfekta individen att hänga upp en dramaturgi på. Han är det perfekta förkroppsligandet av individualiseringen av längdskidåknningen som idrott och av *confrontainment* som berättarfunktion i sportsändningar.

Under sändningarna från 1985 och 1989 uppstår det flera gånger dödtid när ingen intressant åkare befinner sig vid någon tidkontroll och man egentligen bara väntar på att något ska hända. År 2015 fylls den här dödtiden, som ofta uppstår i början av loppet innan de mest intressanta åkarna är ute på banan, eller i stafetten när åkarna inte är i bild, med intervjuer, andra inslag eller roliga publikbilder. I 15-kilometersloppet 1989 visar man lite naturbilder i stället för att visa åkare som är av mindre intresse. Inga kameror fångar upp åkarna vid andra positioner än de två kontrollerna och vid stadion. Slingan som körs går bara i ett varv, så åkarna varvar aldrig. Publiken i stadion ser bara åkarna vid start och mål. Sändningen består långa stunder av väntan, både för tv-tittarna och åskådarna på plats. Även timingen i produktionsarbetet är mindre strömlinjeformat. När en intressant åkare som man väntat på närmar sig en av tidkontrollerna ute på banan klipper man till starten. Detta eftersom en finländsk åkare, av intresse för finska YLE som är värd för finländska sändningar, är på väg att starta.

År 2015 begränsar sig väntandet till enstaka tillfällen då man vill veta en särskilt intressant åkares mellantider. Framför allt gäller det när det enda hotet mot Johan Olssons VM-guld, franske Maurice Manificat, inväntas vid en tidkontroll. Expertkommentator Anders Blomqvist säger: «Jag hatar och älskar det här väntandet, Jacob.» och kommentator Jakob Hård svarar «Ja, vi får nog snart se en ny bild på Manificat.» Samtidigt som man väntar på den mest intressanta tiden levereras dock tider från andra åkare som konkurrerar om platser längre ner i loppet och som passerar tidkontroller eller går i mål. Kommentatorerna höjer röstvolymen framemot slutet av loppet, och klipptempot mellan de olika kontrollerna ökar då fler intressanta åkare är ute samtidigt vid de olika kontrollerna. I stafetten 2015 visar sändningen från den fjärde sträckan hur spänning prioriteras över ledarbevakning. Tre lag är i särklass under den sista sträckan och Norge har ryckt ifrån till en ointaglig ledning. Därför ligger fokus på silverkampen mellan Sverige och Finland. Eftersom medaljstriden står mellan de här länderna är de i stort sett ensamma i bild under hela sista varvet. Först när de har gått i mål visar man hur det har gått för lagen på

plats fyra till sex, där kommentatorerna har fått beskriva för tittaren hur de har legat till under sista varvet. Dramatiken ligger i kampen om silvermedaljen, och ju närmare mål man kommer, desto mer fokuseras det på just de lagen i bild. Inte på vinnande Norge, inte på lagen längre bak. Dramatik slår vinst.

Slutsats

Stora delar av sändningarna av längdskidåkning har förändrats mellan de båda jämförelsepunkterna. Om man bara ser till ytan kan det tyckas att mycket är sig likt, det är fortfarande skidlopp man sänder, och åkarna är absolut i fokus på samma sätt då som nu. Av granskningen här framgår dock att sändningarna har genomgått en kommodifiering. En av de mer direkta skillnaderna är införandet av Vinterstudion, det långa uppsnacket inför loppet och uppföljningen därefter. Analyser, intervjuer och reportage ger tittaren mängder av information om loppet och dess kontext, och med införandet av sociala medier i sändningarna kan tittaren också interagera på ett helt annat sätt med studion och även idrottarna. På 1980-talet fick man information om loppet och åkarna under tiden som de åkte. Samma typ av information ges även 2015, men mycket annat har också tillkommit. Med hjälp av tydligare och mer avancerad grafik kan man såväl före som under loppet ge en mycket snabbare och bättre service till den som tittar. Åskådaren är inte längre beroende av en manuell tidtagning från en kommentator eller reporter med bättre utsikt, i stället kan denne se själv var åkaren befinner sig tidsmässigt gentemot sina konkurrenter. Många tittare använder idag flera skärmar för att följa sändningarna, där en skärm kan följa loppet ur en vinkel, en annan från en annan vinkel, samtidigt som man kan följa resultatuppdateringen live på skidsportsorganisationens hemsida, eller diskutera loppet i något av de sociala medier där likasinnade också befinner sig.

Kameraarbetet har professionaliserats. År 2015 ser vi fler kameror och intensivare användning av handkameror som gör att man kommer närmare åkaren. Fler närbilder och fler klipp till närbilder även i tävlingssituationer, kameror på räls som följer med åkaren och ger tittaren en upplevelse av hastighet, fler publikbilder och ett tydligare fokus på berättande med bilderna, som när man klipper till fans från en viss nation när en åkare från den nationen har en bra passering. Klipp hastigheten är högre och kameravinklarna fler och närmare. Sändningarna har blivit mer dynamiska och rörliga och produktionen visar upp en större medvetenhet om vad som händer på banan, för att hela tiden kunna fokusera på det som är viktigast och snabbt växla mellan olika händelser och tidkontroller. Utvecklingen med att ge tv-tittaren något som åskådaren på plats inte kan få stämmer väldigt väl överens med förändringen i längdskidsändningar. Reprisbilder, mikrofoner längs med spåren och vid kontroller, intervjuer före, under och efter loppet, djupgående analyser i

en studio, delade skärmar, grafik och så vidare. Allt det här ser vi en ökning av från 1980-tal till 2015.

Det är giltigt att dra slutsatsen att sändningarna har kommit att handla om att göra bra tv, snarare än att skildra en idrottstävling på ett så verklighetsnära sätt som möjligt. Allt är anpassat och uppbyggt för att passa tv-publiken så bra som möjligt. Tittaren får se intervjuer före, under och efter loppet med alla verksamma i landslagsledningen. Landslagschef, tränare, vallare, alla får ge sitt expertutlåtande på vad som kommer att fälla avgörandet. Professionaliseringen av sporten är tydlig om man jämför med 1980-talets intervjuer. Sändningen lyfter fram och deltar aktivt i den kommersiellt gångbara nationella gemenskapen, men det sker i lika hög grad på 1980-talet som 2015. De aktiva idrottarna är 2015 fullständigt medvetna om att de behöver synliggöra sina sponsorer och själva vara reklampelare för att nå ut med det kommersiella budskapet. Kommodifieringen av idrotten är inte bara något som åkarna utsätts för, utan något som de aktivt bidrar till, eftersom högre inkomster gör det möjligt för åkarna att fortsätta utöva sin idrott och om möjligt lägga undan pengar för en tryggad inkomst efter karriären.

Kommersialisering och kommodifiering har, enligt Sewart, stadigt urholkat den demokratiska tanken i att bäste idrottaren vinner, ett av exemplen han använder är den ökade dopningen inom amerikansk idrott, något som förstås också har drabbat längdskidsporten hårt.⁴¹ Han ser kommodifieringen som något i grunden negativt, men flera tekniska innovationer har också införts för att underlätta förståelsen för tittaren och göra evenemanget mer underhållande. Reals tanke om att historiska, estetiska eller relationella värden försvinner i takt med att sponsorer och företag får större makt och inflytande stämmer också i många fall, men man bör komma ihåg att estetiska värden för en idrott är ett flytande begrepp. Upplevelsen av hur en idrott ska se ut för att ge största möjliga underhållning skiljer sig markant från person till person. Reaktionen mot kommodifieringen av längdsporten, framför allt med det ökade antalet masstartar, har i många fall varit just att uppskattningen av de estetiska värdena för längdsporten har fått stå tillbaka för en ökad tydlighet och dramatik i loppet. Det är lättare att se vem som leder och vinner ett masstartslopp än ett individuellt lopp, men man kan argumentera för att något går förlorat i form av estetiska värden i sporten. Längdskidåkning har absolut genomgått en kommodifiering, men populariteten hos SVT:s Vinterstudion där längdskidorna är flaggskeppet som bär sändningarna varje vinter, är omöjligt att förneka. Professionaliseringen av idrotten, som möjliggörs av kommodifieringens ökade intäkter, leder till bättre tränade individer som därmed har möjlighet att utföra mer i längdspåren, vilket i sin tur kan locka fler nya utövare till sporten, då det i högre grad kan vara möjligt att försörja sig på den. Tekniska

⁴¹ John J. Sewart, "The Commodification of Sport", s. 156.

innovationer leder till mer tydlighet och bättre service för tittaren. Samtidigt upplever många de nya masstarterna som tråkiga, enformiga och osportsliga. Kommodifieringens effekter är värda att diskutera, oavsett om man ser dem som huvudsakligt positiva eller negativa. Det vi med säkerhet kan konstatera är att då man jämför 1980-talets sändningar med de från 2015 blir dessa effekter mycket tydliga.