



Välkommen till Allsvenskan 2021 -
en liga för supportrarna!

En reklamfilm om den unika säsongen
2021.

Reklamfilm: 30 sekunder

Till: C MORE

Gjord av: Jonathan Lindgren

Målgrupp: Allsvenska/fotbollssupportrar runt om i Sverige

Generellt om idén/konceptet: Filmen ska ha en övergripande varm och somrigkänsla och ska stå som motpol mot dels “den moderna fotbollen”, the super league samt lägga fokus på det unika med Allsvenskan. Ligan har en historia av närhet till supportrarna som dels tar sig uttryck i 51% regeln. Därför ska filmen centreras runt supportrarna, men i den digitala miljön. Där den dels visar hur supportrar och sporten fortfarande skapar gemenskap även fast de utmanande omständigheterna, men samtidigt hur tomt det är utan supportrarna på plats. Ytterligare fokuspunkter i filmen är diversitet, mångfald och gemenskap. Den digitala miljön har öppnat upp möjligheten för folk att kunna delta i gemenskapen, runt om i hela Sverige. Där folk som tidigare bott på en annan del av Sverige inte kunnat följa sitt lag, delta på årsmöten och vara aktiva i supportergrupper, kan nu göra det inom den digitala världen.

Slagord: Diversiteten, mångfalden, demokratiseringen nu när alla kan ta del av sporten på samma villkor. Visar upp en homogen supporterskara. Det är för supportrar av supportrar. CMORE, klubbarna och spelarna är också supportrar av sporten i grunden. Tillsammans hittar vi kreativa lösningar när passionen för sporten driver oss.

Manus:

Scen 1: Visar ett äldre par som ser på fotboll tillsammans. Kameran går bakifrån och zoomar sakta men säkert in över axlarna (Föräldrar). På soffbordet står en dator/ipad eller liknande. Där två yngre killar sitter och tittar på fotboll. Kameran zoomar in på dessa och fortsätter sedan in i deras “rum”. (Barnen till föräldrarna). I det rummet sitter en av killarna ned i soffan medans den andra står upp bredvid soffan(visar nervositet och engagemang). Han står med en mobil i handen och har facetime igång med sin flickvän eller kompis? Kameran zoomar in från datorn på soffbordet till killens mobil och kommer ut i kompisens mobils perspektiv. Kompisen är ute och går i naturen men följer med i matchen genom sin telefon. Från det perspektivet tas kameran från mobilens perspektiv och ställer sig ovanför honom. Så man ser killen i naturen gå med sin mobil i handen. Kameran börjar zoomas ut, ovanför träd och berg och vidare upp och stannar på ett perspektiv ovanför hela Sverige. Under alla sekvenser hörs samma ord om hur dom hejar på lagen: såg du det där?? Det där ska vara rött kort!! Det där är frispark. Måljubel!! Känslan ska vara att vi ändå är kopplade till varandra även fast vi inte är tillsammans fysiskt.



alamy stock photo



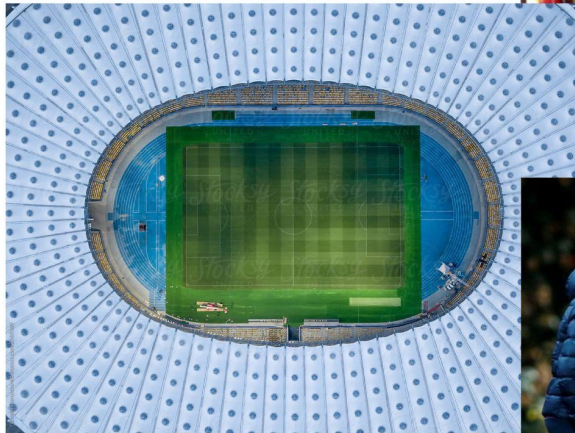
www.shutterstock.com · 1970883824

Scen 2: Utzoomning på hela sverige som visar nodar där folk över hela Sverige ser på matchen tillsammans från ett bird eye perspektiv.. Nodarna visas ungefär som värmelampor eller el runt om i Sverige. Som lyser starkt där människor sitter och tittar på fotboll. I bakgrunden hörs massa olika människor samtidigt heja på en och samma match. Ljuden slås ihop. Folk från olika städer, som tidigare inte kan ha deltagit i matchen kan nu sitta i den digitala kontexten och fortfarande vara en del och heja på sitt favoritlag.



Scen 3: Från bird eye perspektivet av Sverige - inzoomning på en specifik match som spelas på någon arena runt om i Sverige. Som det verkar som att alla dessa människor tittar på. På matchen hör man bara spelarna skrika till varandra. Domaren säger något. Tränaren säger något. Bollen sparkas. Det ska kännas tomt. Som om det vore inomhus på en fotbollsplan. Ekot ska höras. Men ändå intensiteten i matchen. Det ska visa kontrasterna att fotbollen “överlever” och fortgår men att den inte är sig lik utan supportrarna. Utan supportrarna är matchen precis som en pojkmatch. Sakta i scenen börjar samma ljud från utzoomningsperspektivet höras. Högre och högre.

Avslutas med: Välkommen till Allsvenskan 2021 - en liga för supportrar. Känslan ska befästa närheten och den familjära känslan i Allsvenskan.



Ljud: Ljudet kommer huvudsakligen tas upp Icke diegetiskt genom folie, voice over och bakgrundsmusik. Dialoger spelas in i studio efter filmning för att lättare kunna timea ljud och bild samt för att kunna kontrollera miljön. Scen 1 består av dialoger som sägs av skådespelare på plats. Dessa är de enda diegetiska ljuden som tas upp på inspelningsplats. Detta görs då scenen spelas in i redan kontrollerade miljöer. Dialogerna är enkla meningar som: Såg du målet?? Såg du det där?? Det där ska vara rött kort!! Det där är frispark. Måljubel!!

Under scen 2, stora perspektivet över Sverige använts redan befintligt ljud från människor som ropar och hejar tillsammans. Dessa kan antingen klippas ihop eller hittas som separat fil online. Bifogat finns ett exempel på detta ljud här nedanför. Scen 3 tas ljudet upp (diegetisk) från inspelningsplats. Samma atmosfär, från en tom arena där endast spelarnas, tränarnas och domarnas röster hörs. Dessa tas upp genom utplacerade mikrofoner runt om på arenan. Utöver det kommer folie/tramp ljud behövas tas upp för att klippas ihop med boll ljudet från match, spelare som springer, in-zoomnings ljud mellan perspektiven, ljud från personen som går i

naturen osv. Bakgrundsmusik tas beslut om i klippningsstadiet. Då det är viktigt att det matchar den generella känslan i filmen.

<https://www.youtube.com/watch?v=fBwvU8XDE6U>

Casting: Scen 1: Börjar med ett par som ser på en fotbollsmatch. Söker efter ett par mellan 50-60 år, med olika etnicitet för att spegla mångfaldet i både Sverige och inom fotbollen. Viktigt att de avspeglar glädje och sundhet. Inte den typiska soffliggaren. Deras profil matchas med deras två söner som ser på matchen tillsammans. Ålder mellan 20-30 år. Då det ljudet inte avslöjar deras relation behövs det att deras utseende berättar det. Både mellan varandra och till "föräldrarna". Viktigt för den familjära känslan som förmedlas. Tredje personen som är ute och går i naturen är en svensk kille i samma ålder som bröderna. Ska spela en vän till dessa. Inga specifika krav på utseende.

Äldre par exempelbild:



Bröder exempelbild:



Vän exempelbild:



Scen 3: Fotbollsspelarna ska visa på mångfald. Behövs 7-8 st spelare för att fylla skärmen. Ska se ut som riktiga fotbollsspelare med samma kroppstyp o.s.v. Centralt är mångfald på utseendena.

Platser: Scen 1: Spelas in i två olika vardagsrum med soffa och tv. Ett typiskt svenskt hem. Ifall möjligt skulle det vara bra med naturligt solljus för att förmedla sommarkänslan. Detta går även att göra med ljussättning ifall det behövs.

Naturscenen tas från en typisk svensk skog. Där personen ses gå mitt ute i skogen. Förslagsvis i mitt Sverige.

Scen 3: Fotbollsmatchen tas från en de mindre fotbollsarenorna i Sverige för att visa på det lite amatöraktiga men familjära/folkhems känslan. Alternativ på arenor: Örjansvall (Halmstad), Stora Valla (Degerfors), Strandvallen (Mjällby).



Teknik: Ett huvudsakligt tekniskt moment som behövs är inzoomning/transition genom skärmarna för scen 1. Jag bifogar hur det skulle kunna se ut här nedanför. Genom inzoomning på en skärm under inspelning kan detta genom premier klippas ihop med nästa scen. Så att kameran rör sig igenom skärmarna. Utöver det kommer även ett annat tekniskt moment vara in och utzoomning över Sverige i scen 2 och 3. Jag bifogar även hur det skulle kunna se ut här nedanför. För detta krävs det antingen flyg eller drönbilder alternativt båda två. Flygbilder högst upp som klipps ihop med drönbilderna i slutet som flyger ned mot arenan för att skapa just ett birds eye perspektiv. Ifall flygbilder är för svårt kan det största perspektivet göras grafiskt för att sedan klippas ihop med drönbilder.

Klippning mellan skärmar: <https://streamable.com/tl0wmj>

Utzoomning: <https://streamable.com/7mlq0o>

Inzoomning: <https://streamable.com/3d2l6r>

Visuell tonalitet: Filmen ska spelas in under sommarmånaderna för att visa upp en ny sida av digitaliseringen. Därför spelas en scen in ute i naturen. Personer som tittar på tv ska ha solljus kommande från fönster. Likadant i utzoomning och inzoomning över Sverige. Vill skapa en VM-94 känsla sett till bilder och stämning i filmen. Det ska vara glatt, hoppfullt, somrigt, värme. Det ställs i kontrast till hur digitala lösningar brukar visas upp. I en vinter kontext med mörka toner. Denna film ska istället visa upp hur vi håller oss närvarande och behåller gemenskapen genom det digitala under sommarens månader. Tanken är att kunna visa upp samma känsla även fast fansen inte får närvara på matchen idag.



Avslutning: Säsongen 2021 ramar Allsvenskan in av en helt unik kontext, där samtliga aktörer behövt anpassa sig. Spelarna spelar utan närvarande fans, klubbarna tappas biljettintäkter och supportrar får hitta nya vägar att delta. Genom den här reklamfilmen vill jag koka ned det unika med denna kontext och frambringa hur Allsvenskan, klubbarna, spelarna och supportrarna tar sig igenom denna kris tillsammans. Med fokus på dels närhet och det lokala samt mångfald och diversitet vill jag visa upp hur flexibelt och dynamiskt svensk fotboll är. Samt hur Allsvenskan är en liga för supportrarna.