



Idolverkstad

Publicerad: 29 november 2015

Författare: Michael Jestin

För några veckor sedan skrev jag en krönika om den då nystartade bloggen som hålls av sex av våra svenska manliga volleybollproffs. Det är kul att volleybollen sprids på lite modernare sätt och med tanke på den magra medieuppmärksamheten som sporten får så måste klubbarna och spelarna göra sig själva till idoler.

Även Volleybollförbundet vill sprida sporten genom att ha hakat på den populära "ta över vårt instagramkonto"-trenden. Detta görs genom att en elitseriespelare blir "veckans profil" och får under en vecka lägga upp bilder och skriva om sitt liv, sin träning, sin bakgrund, sin vardag, sin mamma, sin katt, sin matta... ja, i princip om vad som helst. Jag tycker att det är ett riktigt roligt initiativ och jag läser posterna med glädje men när man bläddrar igenom inläggen så blir det väldigt tydligt hur olika professionaliteten är från spelare till spelare.

Som svensk är det svårt att mätta sin volleybollhunger och man får ofta åka långa sträckor för att se bra livevolleyboll. Själv är jag fortfarande i studentåldern vilket innebär att det ofta är den ekonomiska faktorn som sätter käppar i hjulen då jag vill se volleyboll. Trots detta har jag ändå fått mig en okej dos av världsvolleybollen. Jag har sett matcher från koreanska ligan, tyska Bundesliga, amerikanska collegeligan och en hel del landslagsmatcher. En slående skillnad mellan länder, där Sverige tyvärr hamnar

i botten, är i idoliseringen av spelarna. Jag har diskuterat detta i ett flertal krönikor men det går inte att undkomma när man pratar om något som detta instagramprojekt. Tanken med projektet är att de elitseriespelarna ska få lite publicitet och ses från en häftigare vinkel. Problemet blir bara att få svenska spelare vet hur man promotar sig själva.

För en dryg vecka sedan hade jag turen att få se mitt livs första Champions League-match. Vi prickade in en match där vår svenska stjärna Marcus Nilsson spelade mot ett lag i södra Tyskland. Något som slog mig efter matcher var professionalismen hos Marcus. Efter matcher gick han prydligt fram till den stora klungan av fans, posade för ett antal foton, skakade ett antal händer, gav några kramar och signerade någon fanbild. Sedan vinkade han av supportrarna, gav några tummar upp och gick bort mot omklädningsrummen. Samma sak hände ute på parkeringen, då jag av oklar anledning fann mig poserandes med Marcus turkiska lag och hela deras ditresta turkiska hejarklack, Marcus poserade för en bild per kamera med ett lagom entusiastisk leende och gick sedan och satte sig på bussen. I efterhand förstår jag inte riktigt varför jag blev förvånad över denna uppenbara professionalism med tanke på att han är en världsstjärna men det kändes underligt att se denna uppenbara idolvana hos en svensk volleybollspelare.

För att nu återkomma till volleybollförbundets instagramkoncept så måste jag ännu en gång säga att jag uppskattar det enormt och att jag starkt gillar idén. Men det som snabbt blir tydligt är att elitseriespelarna behöver en kurs i proffsighet. Det är en klasskillnad mellan inläggen av tidigare proffsspelare som Aida Rejzovic eller Peter Lundgren och de som mindre världsvana spelare gör. Peter och Aida håller sig till sak, det är rent och snygg om volleyboll, träning och livet runt omkring. Många andra spelares inlägg ser mer ut som vilka instragram- eller facebookposter som helst, menat för de närmsta vännerna. En snabbkurs i hur man gör sig själv till en idol skulle vara mycket användbart för våra elitseriespelare. Kanske kan det till och med vara värt att ta lite från den stora "hur ska vi bygga ut ungdomsverksamheten"-satsningen för att lära klubbar och spelare att marknadsföra sig själva och göra sig till idoler.

Källa: LindeNytt.com

<https://lindenytt.com/nyheter/idolverkstad/>