



Og við byrjum á fótbolta
Íþróttumfjöllun í sjónvarpsfréttum á Íslandi

Benedikt Grétarsson

Lokaverkefni til MA-gráðu í blaða- og fréttamennsku

Félagsvísindasvið



HÁSKÓLI ÍSLANDS

Og við byrjum á fótbolta
Íþróttumfjöllun í sjónvarpsfréttum á Íslandi

Benedikt Grétarsson

Lokaverkefni til MA-gráðu í blaða- og fréttamennsku

Leiðbeinandi: Valgerður Jóhannsdóttir

Félags- og mannvísindadeild
Félagsvísindasvið Háskóla Íslands
Júní 2014

Ritgerð þessi er lokaverkefni til MA-gráðu í blaða- og fréttamennsku og er óheimilt að afrita ritgerðina á nokkurn hátt nema með leyfi rétthafa.

© Benedikt Grétarsson 2014

Reykjavík, Ísland 2014

Útdráttur

Markmiðið með rannsókninni var að komast að því hvort að mikill munur væri á íþróttaumfjöllun ríkisfjölmiðils (RÚV) annars vegar og einkarekins fjölmiðils (Stöð 2 - 365 ehf) hins vegar. Ef svo væri, var tilgangur rannsóknarinnar sá, að varpa ljósi í hverju mismunurinn liggur og einnig að leitast við að útskýra hvers vegna hann sé til staðar. Meginleg rannsókn var gerð á íþróttufréttum sem birtust í sjónvarpi í september og október, árið 2013. Fréttirnar voru flokkaðar eftir íþróttagreinum, hvort að þær væru frá innlendum eða erlendum markaði og hvort að umfjöllunin snérist um íþróttir karla eða kvenna. Þrjár vinsælustu boltaíþróttirnar voru einnig sérstaklega skoðaðar og bornar saman við aðrar íþróttagreinar.

Megin-niðurstöður rannsóknarinnar benda til þess að íþróttufréttir RÚV séu alla jafna fjölbreyttari en hjá Stöð 2.

Knattspyrna, handbolti og körfubolti eru mjög áberandi í sjónvarpsfréttum beggja stöðva og þar er knattspyrnan í ákveðnum sérflokki. Fjölbreytnin er hlutfallslega meiri á RÚV og íþróttufréttir af konum fá sömuleiðis meira vægi. RÚV hefur öðrum skyldum að gegna en einkarekinn fjölmiðill og ber að skoða niðurstöðurnar með það í huga.

Abstract

The purpose of the study was to find out if there is a significant difference between the sports-news that are broadcasted on a public service media (RÚV) or a privately owned media (365 ehf – Stöð 2). If there is a difference, the study is aimed at explaining where that difference is and why there is a difference in the first place. A quantitative study was conducted on all sports news that were broadcasted in September and October in 2013. News was categorized by which sport was being covered, whether they came from a domestic or a foreign source and which gender appeared in the news. The three most popular sports were examined especially and compared with all the other sports in the study.

The main findings of the study showed that the sports news shown at RÚV is more diverse than those shown at Stöð 2.

Soccer, team-handball and basketball are very popular on both tv-stations, especially soccer. Diversity in the sports-news is more common on RÚV and female-oriented news coverage is more likely to be shown there. RÚV has more obligations to fulfill than the private media and the results of this study should be viewed with that in mind.

Formáli

Ritgerðin er fræðilegur þáttur lokaverkefnis til meistaraþráðu í blaða- og fréttamennsku í Félags- og mannvísindadeild við Háskóla Íslands. Lokaverkefnið í heild sinni er 30 einingar og skiptist til jafns í 15 eininga fræðilegan hluta og 15 eininga verklegan hluta. Leiðbeinandi í fræðilega hlutanum er Valgerður Jóhannsdóttir.

Verklegi hlutinn er sjónvarpsþáttur um kraftakeppnina „Sterkasti fatlaði maður heims“ sem haldin var í október 2013. Leiðbeinandi í verklega hlutanum er Óskar Nikulásson.

Efnisyfirlit

1. Inngangur	10
2. Fræði.....	12
2.1 Íþróttir og fjölmiðlar.....	12
2.1.1 Markaðsumhverfi	16
2.2 Innlendar rannsóknir	17
2.3 Alþjóðleg rannsókn	18
2.4 Skyldur ríkisfjölmiðils.....	19
2.5 Rannsóknartilgátan.....	22
3. Framkvæmd.....	23
3.1 Rannsóknaraðferð.....	23
3.2 Úrtak.....	23
3.3 Flokkun fréttar	25
3.4 Gagnaúrvinnsla.....	27
4. Rannsóknarniðurstöður	28
4.1 Heildarfjöldi og uppruni íþróttafréttar	28
4.1.1 Áberandi íþróttagreinar í september.....	31
4.1.2 Áberandi íþróttagreinar í október	33
4.2 Kynjaskipting íþróttafréttar	35
4.2.1 Kynjaskipting Stöðvar 2 í september	35
4.2.2 Kynjaskipting á RÚV í september	37
4.2.3 Kynjaskipting innlendra og erlendra fréttar í september	38
4.2.4 Kynjaskipting Stöðvar 2 í október	39
4.2.5 Kynjaskipting RÚV 1. - 18. október	40
4.2.6 Kynjaskipting RÚV 19. – 31. október.....	42
4.2.7 Kynjaskipting erlendra og innlendra fréttar í október	44
5. Umræður.....	45

6. Þakkir	48
Heimildaskrá	49

Töflur

Tafla 1. Skyldur RÚV og einkarekinna stöðva	21
Tafla 2. Tímabilið sem íþróttafréttir voru skoðaðar í sjónvarpsfréttum RÚV og Stöðvar 2....	25
Tafla 3. Flokkar íþróttafréttanna í sjónvarpi.	25
Tafla 4. Heildarfjöldi fréttatíma í rannsókn.....	28
Tafla 5. Heildartími íþróttafréttanna stöðvanna á rannsóknartímabilinu.	29
Tafla 6. Topp-tíu íþróttagreinar Stöðvar 2 í september.....	31
Tafla 7. Topp-tíu íþróttagreinar á RÚV í september.	32
Tafla 8. Topp-tíu íþróttagreinar á RÚV 1. – 18. október.	33
Tafla 9. Topp-tíu íþróttagreinar á RÚV 19. - 31. október.	34
Tafla 10. Topp-tíu íþróttagreinar á Stöð 2 í október.	34
Tafla 11. Íþrótttaefni RÚV í september, eftir uppruna.	38
Tafla 12. Íþrótttaefni Stöðvar 2 í september, eftir uppruna.	39
Tafla 13. Íþrótttaefni Stöðvar 2 í október.	44
Tafla 14. Íþrótttaefni RÚV 1. - 18. október.....	44
Tafla 15. Íþrótttaefni RÚV 19. - 31. október.....	44

Myndir

Mynd 1. Uppruni íþróttafréttanna Stöðvar 2 í september.	29
Mynd 2. Hlutfall íþróttafréttanna Stöðvar 2 í september, eftir uppruna.	30
Mynd 3. Uppruni íþróttafréttanna á RÚV í september.	30
Mynd 4. Hlutfall íþróttafréttanna á RÚV í september, eftir uppruna.....	31
Mynd 5. Heildartími íþróttafréttanna Stöðvar 2 í september eftir kyni.	36
Mynd 6. Kynjahlutfall íþróttafréttanna Stöðvar 2 í september.	36
Mynd 7. Heildartími þróttafréttanna á RÚV í september, eftir kyni.....	37
Mynd 8. Kynjahlutfall íþróttafréttanna á RÚV í september.	38
Mynd 9. Heildartími íþróttafréttanna Stöðvar 2 í október eftir kyni.	39
Mynd 10. Kynjahlutfall íþróttafréttanna Stöðvar 2 í október.	40

Mynd 11. Heildartími íþróttafréttanna á RÚV 1. - 18. Október, eftir kyni.....	41
Mynd 12. Kynjahlutfall íþróttafréttanna á RÚV 1. - 18. október.	41
Mynd 13. Heildartími íþróttafréttanna á RÚV 19. - 31. Október, eftir kyni.....	42
Mynd 14. Kynjahlutfall íþróttafréttanna á RÚV 19. - 31. október.	43

1. Inngangur

Íþróttir gegna stóru hlutverki í fjölmiðlaumhverfi nútímans. Íþróttafréttamennska hefur, rétt eins og önnur fréttamennska, þróast ört undanfarin ár og þurft að aðlaga sig að breyttum fjölmiðlamarkaði og auknum kröfum notenda efnisins. Íþróttafréttir eru í eðli sínu nokkuð umdeildar að því leiti að þeir sem fylgjast með þeim af áhuga, eru þeirrar skoðunar að þær séu ómissandi hluti af fjölmiðlaumfjöllun og eru oft á tíðum tilbúnir að leggja mikið á sig til að nálgast þessar tegundir fréttar. Hin hliðin eru svo skoðanir þeirra sem líta niður á íþróttafréttir og eru tregir til að viðurkenna þær sem fullgildan meðlim í heimi fréttamenskunnar. Þeir aðilar sem aðhyllast þessa skoðun, geta með engu móti skilið að íþróttafréttir skipti fólk jafn miklu máli og fréttir af stjórnmálum, efnahagsmálum, umhverfismálum o.s.frv. Í þeirra huga eru íþróttafréttir afþreyingarefni með takmarkað vægi og þekkt er sú samlíking að íþróttafréttir séu „dótakassi fréttamiðla“ (Poole, 2009).

Staðreyndin er sú að umfjöllun um íþróttir er eitt vinsælasta efni sem fjölmiðlar bjóða upp á (Capacent, 2010) og fara skyldi varlega í að afskrifa íþróttafréttir sem einhverskonar léttvæga afþreyingu. Gríðarlegur fjöldi fólks stundar íþróttir að staðaldri, bæði til að keppa við aðra og ekki síður sem áhugamál. Fólk stundar áhugamál sín, einmitt vegna þess sem felst í orðinu „áhugamál“, þ.e. vegna áhuga síns á íþróttinni og af fúsum og frjálsum vilja. Íþróttaiðkendum fer fjölgandi og eru nú um 86 þúsund (Íþróttá- og Ólympíusamband Íslands, 2011). Hafa ber í huga að þessar tölur ná eingöngu yfir þá sem eru skráðir í skipulagt starf innan íþróttafélga. Þúsundir Íslendinga stunda íþróttir utan félaga og má benda á greinar eins og stangaveiði, skíði, golf og fjallasport því til stuðnings.

Það er því afar eðlilegt að áætla að allur þessi fjöldi fólks vilji fá faglega fjölmiðlaumfjöllun um það efni sem er þeim kært. Mikil fjölgun sjálfstæðra íþróttamiðla á Íslandi (nánast eingöngu á internetinu) hefur opnað leið fyrir nýja kynslóð íþróttafréttamanna til að láta ljós sitt skína.

Rannsóknir hafa sýnt fram á það með skýrum hætti að vissar íþróttagreinar fá mikið pláss í fjölmiðlum á meðan aðrar greinar rata afar sjaldan eða jafnvel ekkert í fréttuumfjöllun (Kolbeinn Tumi Daðason, 2013). Ástæða þess að vissar íþróttagreinar fá aukið vægi, er að sögn íþróttafréttamanna, sá mikli áhugi sem lesendur hafa á þessum íþróttagreinum. Fótbolti fær ítarlegustu umfjöllunina og aðrar boltaíþróttir á borð við handbolta og körfbolta fylgja þar á eftir (Hlíf Þorgeirsdóttir, 2010). Ekki er hægt að sjá að umfjöllunarefni fjölmiðla sé í beinu samræmi við iðkendatölur íþróttanna sem fjallað er um hverju sinni. Golf er t.d. gríðarlega

útbreidd íþrótt sem fær fremur litla umfjöllun, fimleikar voru með 16.000 iðkendur árið 2012 en fá nánast aldrei pláss í fjölmiðlum (Björn Björnsson og Ómar Freyr Rafnsson, 2010) og svona mætti lengi telja. Erfitt getur reynst að ákveða hvað „sé eggíð og hvað sé hænán“, þ.e.a.s. er knattspyrna kannski svona gríðarlega vinsæl vegna þess að fjölmiðlar hampa henni mikið eða er fjölmiðlaumfjöllunin tilkomin vegna þess hversu mikill áhugi er á íþróttinni?

Samband íþróttar og fjölmiðla er samband sem hentar báðum aðilum. Íþróttir vaxa og dafna, ekki síst vegna þess áhuga sem fjölmiðlar sýna þeim og fjölmiðlarnir geta grætt töluverða fjármuni á umfjöllun sinni um íþróttir. Forráðamenn íþróttafélaga eru fyrir löngu búnir að átta sig á mikilvægi þess að eiga gott samstarf við fjölmiðla. Íþróttafréttamenn fá aðgang að helstu stjórnnum félagsins, sæti á besta stað, veitingar o.fl. Töluvert kapp er lagt á að sinna fjölmiðlafólki sem best, einfaldlega vegna þess að öll umfjöllun er af hinu góða. Fyrir um 20 árum síðan spiluðu menn t.d. knattspyrnu á frostskeiddum völlum og íþróttafréttamaðurinn húkti í óupphituðum vinnuskúr með blað og penna. Nú er öldin önnur og aðstaðan betri. Þeir sem vilja fá faglega umfjöllun, standa klárir með góða nettengingu fyrir blaðamanninn, auðvelt aðgengi að íþróttafólkinu og allir leggja sig fram við að búa til umgjörð sem skilar jákvæðri umfjöllun um íþróttina.

Höfundur þessarar ritgerðar starfar sem íþróttafréttamaður á Ríkisútvarpinu og hefur þess vegna ákveðna innsýn í ástæður þess að sumar íþróttagreinar eru oftár á skjánum en aðrar. Áhugi höfundar á öllu því sem viðkemur íþróttum, varð til þess að ákveðið var að rannsaka hvort að munur væri á íþróttaumfjöllun ríkisfjölmiðils eða einkarekins fjölmiðils.

Markaðsfræði fjölmiðla leikur stórt hlutverk í ritgerðinni, einfaldlega vegna þess að höfundur telur það bestu leiðina til að útskýra mögulegan mun á ríkisreknum fjölmiðli og einkareknum fjölmiðli. Einkarekinn fjölmiðill á allt sitt undir tekjum hins frjálsa markaðar á meðan ríkisfjölmiðill hefur ákveðinn öryggisventil í formi fjárlaga. Jafnframt er ekki hægt að líta framhjá þeim skyldum sem ríkisfjölmiðillinn þarf að uppfylla, lögum samkvæmt.

2. Fræði

2.1 Íþróttir og fjölmiðlar

Íþróttaiðkun hefur fylgt mannkyni frá örófi alda og sú skemmtun að sjá íþróttafólk etja kappi, hefur alltaf heillað áhorfendur. Vissulega hefur íþróttaiðkun breyst í tímanna rás en grunnhugmyndin er alltaf sú sama; við viljum sjá sigurvegara tróna á toppnum og ekki er verra að sá sigurvegari sé okkur að skapi, sé „okkar maður“. Skylmingaþrælar í Rómarveldi voru dáðustu íþróttamenn síns tíma og þúsundir manna fylgdust með afrekum þeirra á „íþróttavellinum“. Íþróttir í Egyptlandi fyrir um 5000 árum voru mikilvægur hluti þess sem Faraó landsins þurfti að stunda. Faraó þurfti að vera öðrum mönnum fremri á íþróttasviðinu til þess að sýna þegnum sínum að hann væri þess verður að stjórna þeim (Raney & Bryant, 2006). Afrek íþróttafólks voru skráð og geta því líklega talist íþróttufréttir þess tíma. Höggmyndir, stytur, hofskreytingar og jafnvel hellamálverk röktu sigra og ósiga þeirra sem börðust um hylli fjöldans og hetjur urðu til í meðförum þeirra sem skráðu frásagnirnar. Þess var vandlega gætt að almúginn fengi að lesa, heyra og túlka sigra og ósiga í gegnum þessa frumstæðu miðla og áhuginn var þá strax til staðar.

Þetta samband íþróttar og fjölmiðla hefur vitanlega breyst mikið í áranna rás. Sambandið hefur styrkst umtalsvert við þær gríðarlegu tækniframfarir sem hafa rutt sér til rúms undanfarin 50 ár. Sjónvarpsbyltingin 1950-1960 opnaði augu fólks fyrir þeim möguleika að verða þátttakendur í atburðum sem gerðust í órafjarlægð. Þegar Neil Armstrong lenti á tunglinu 1969, horfðu yfir 500 milljón manns á þann merka atburð í beinni útsendingu í sjónvarpi (NASA, 2013). Íþróttááhugafólk sá í þessum nýja miðli mikla möguleika og forráðamenn sjónvarpsstöðva voru einnig fljótir að kveikja á perunni. Útsendingar frá hvers kyns íþróttaviðburðum urðu fljótt gríðarlega vinsælar og reyndar eru sjónvarpsútsendingar frá íþróttum mjög áberandi á lista þeirra atburða sem mest áhorf hafa fengið (Nielsen Ratings, 2008).

Ný tegund fjölmiðlunar kallar eftir öðruvísi nálgun á íþróttufréttir, rétt eins og aðrar fréttir. Almennungur er orðinn vanur því að fá efnið til sín afskaplega fljótt og þetta breytir umhverfi íþróttufréttamennsku til muna. Veraldarvefurinn hefur gjörbreytt íþróttiheiminum og hefðbundnir miðlar eins og dagblöð, þurfa að keppa við ótal vefmiðla á borð við fotbolti.net, karfan.is og handbolti.org um hylli áhorfenda og lesenda. Íþróttááhugamenn eru líklega flestir búnir að lesa umfjöllun á netinu, skoða sjónvarpsviðtöl og rýna í tölfraði töluvert áður en dagblaðið birtir sína umfjöllun og því virðist sem íþróttaumfjöllun í dagblöðum sé að heyja

vonlitla baráttu. Engu að síður eru íþróttasíður dagblaðanna ennþá á sínum stað og virðast ekki vera á förum í nánustu framtíð. Þetta rennir stoðum undir hið sterka samband íþrótt og mannlífs, fólk fær einfaldlega ekki nóg af íþróttum og umfjöllun um þær. Íþróttir í fjölmiðlum uppfylla margar þarfir fyrir neytendur efnisins (Woods, 2007)

- Fjölmiðillinn býr til spennu fyrir atburðinn, lýsir atburðinum á meðan hann fer fram og skellir svo í leikgreiningu/gagnrýni/hrós að honum loknum
- Fjölmiðillinn veitir neytendanum innsýn í það sem skiptir máli. Hverjir eru erkifjendur, hver er líklegur til að skora og hvers vegna. Þetta gerir neytendur að „sérfræðingum“ sem geta rætt saman við aðra „sérfræðinga“ um íþróttamálefni.
- Fjölmiðillinn er snjall að draga upp persónuleg málefni íþróttafólks og við veljum okkur hetjur eða skúrka, eftir því hvernig þeir falla inn í okkar lífsmynstur og hugmyndir um stórfengleika. Sögur um nýliða, meidda leikmenn, einhverja sem koma tvíelfdir til baka eftir áföll höfða til okkar og auka áhuga okkar á því að nálgast slíkt efni í gegnum fjölmiðla.
- Fjölmiðlar sem búa til íþróttalefni, eru á margan hátt að veita fólki tækifæri til að komast aðeins frá sínu venjulega lífi um stund. Þú verður hluti af heildinni og þitt álit skiptir máli innan jafningjahópsins (Woods, 2007).

Hvert sem lítið er, blasir við sú staðreynd að þátttaka í íþróttastarfi, hvort heldur það sé með beinni þátttöku sem keppnismaður eða óbeinni þátttöku sem stuðningsmaður, er stór hluti af daglegu lífi okkar. Þar eiga fjölmiðlar stóran hlut að máli.

Íþróttaiðkun almennings fer engu að síður og kannski eðlilega, að mestu leyti fram utan kastljóss fjölmiðla. Ungir iðkendur (undir 16 ára aldri) og hvers kyns íþróttáhugafólk stundar sína íþrótt og taka sjaldan pláss í fjölmiðlum. Íþróttirnar virðast, í þeim skilningi, ekki þurfa á fjölmiðlum að halda. Þegar íþróttir verða órjúfanlegur hluti af hinum gríðarstóra afþreyingariðnaði sem ræður ríkjum í fjölmiðlum, er fyrst hægt að fara að tala um, að náíð samband þessara tveggja aðila sé íþróttalífi mjög mikilvægt (Coakley, 2007). Reyndar má ekki horfa fram hjá því að þeir sem stunda íþróttir fjarri fjölmiðlafári, eru engu að síður neytendur fjölmiðlaefnis. Með þá staðreynd í huga, er hægt að geta sér þess til að góð umfjöllun geti hugsanlega aukið áhugann og fjölgað þátttakendum.

Tangarhald fjölmiðla á íþróttum hefur aukist hægt og rólega í gegnum tíðina og hafa forráðamenn íþróttasambanda jafnvel gengið svo langt að breyta reglum greinarinnar til að

gera hana „fjölmiðlavænni“ (Coakley, 2007). Áður fyrr var samkeppni í minnsta lagi, nánast fákeppni um hylli áhorfenda að íþróttaviðburðum. Fáar en vinsælar íþróttir eins og knattspyrna og handbolti hafa alltaf verið vinsælar á Íslandi og erlendis voru íþróttir á borð við körfubolta og hafnabolta geysivinsælar. Með aukinni tækni og auðveldara aðgengi að alls kyns afþreyingu, þurftu íþróttirnar að þróast í takt við tímann, verða hraðari og meira fyrir augað. Körfuboltareglum var t.a.m. breytt á þann veg að nú er hægt að skora þriggja stiga körfur og einnig var tíminn á skotklukkunni stytur til að fá fleiri stig og meiri hraða (Ramen, 2007).

Þetta eru aðeins nokkur dæmi um það hvernig fjölmiðlar höfðu áhrif á íþróttirnar sem þeir fjölluðu um og ekki þarf að koma á óvart að Bandaríkjamenn gengu manna lengst í því að gera sportið þannig úr grasi að hægt væri að markaðsvæða það. Lengri og fleiri leikhlé voru leyfð í hinum ýmsu íþróttum og á meðan var hægt að troða inn auglýsingum. Bandaríkjamenn elska, sennilega mest allra þjóða, sigurvegara og íþróttum vestanhafs var stillt upp þannig að einhver myndi vinna í lokin (Coakley, 2007). Jafntefli teljast ekki vera ýkja söluvæn vara og því fara menn í framlengingar og bráðabana eins og þeir eigi lífið að leysa, allt til þess að finna sigurvegara og tapara. Skiptar skoðanir eru um það hvort að þessi þróun hafi grafið undir hinum hefðbundnu hefðum og gildum sem voru lögð til grundvallar þegar íþróttin var búin til. Breytingar kalla yfirleitt á einhverskonar viðbrögð en ekki hafa þó allar íþróttagreinir leyft fjölmiðlum að „menga“ reglur sínar og breytast því lítið.

Íþróttalið og íþróttamenn þurfa á fjölmiðlum að halda, einfaldlega til að halda velli í hörðu samkeppnisumhverfi en hver er ávinningurinn hjá fjölmiðlum? Af hverju eru fjölmiðlar að eyða gríðarlegum tíma, mannafla og peningum í umfjöllun um íþróttir? Eins og áður kom fram, þá er samband íþróttar og fjölmiðla í báðar áttir og ein ástæða þess að fjölmiðlar sinna slíkum fréttum, er möguleikinn á fjárhagslegum ávinningi.

Markaðsfræðingar eru fyrir löngu búnir að átta sig á þeim miklu möguleikum sem liggja í auglýsingum á íþróttaviðburðum. Það er engin tilviljun að auglýsingar sem birtast í leikhléum sjónvarpsútsendinga, á íþróttasíðum dagblaða o.s.frv, séu mjög karllægar og höfði til ákeðins hóps neytenda. Bjórframleiðendur eru mjög duglegir að koma sínum skilaboðum á framfæri í hálfleik í fótboltaútsendingu, einfaldlega af þeirri ástæðu að stór hópur þeirra sem sest niður á laugardegi og horfir á fótbolta, eru einnig neytendur bjórs. Þessi hópur lítur gjarnan á útsendingar frá íþróttaviðburðum sem mikilvægan hluta af félagslegum samskiptum við hóp

sem deilir sama áhugamáli. Félagsskapurinn sem er í boði, verður því ein ástæða þess að fólk horfir á íþróttir (Melnick, 1993).

Auglýsingar eru vitaskuld settar fram með það markmið að ná til ákveðins hóps. Auglýsandi nýja ilmvatnsins frá Dolce-Gabbana, myndi t.d. eflaust auglýsa á undan þætti úr sjónvarpsseríunni „Grey’s anatomy“, frekar en í hálfleik á enskum fótboltaleik. Karlmennt eru í meirihluta þeirra sem nýta sér íþróttatengt fjölmiðlaefni (Coakley, 2007) og þetta nýta auglýsendur sér óspart.

Fjölmiðlar eiga stóran hlut í gríðarlegum vinsældum ensku knattspyrnunnar á Íslandi. Takmarkað úrval fjölmiðlaefnis, fyrir um 30-35 árum síðan, varð til þess að þær örfáu mínútur sem íþróttir fengu í sjónvarpi – en aðeins ein sjónvarpsstöð var í boði á Íslandi til ársins 1986 – voru íþróttáhugafólki sem vatn í eyðimerkurgöngu. Á laugardögum kl.15:00 sýndi Ríkissjónvarpið enskan fótboltaleik í fullri lengd og menn settust til að fylgjast með, ekki síst vegna takmarkaðs framboðs. Reyndar voru fótboltaleikirnir vikugamlir og öllum úrslitin löngu kunn en það var ekki aðalatriðið. Með þessum útsendingum skapaðist ákveðin hefð og félagslegur samverutími, feðgar horfðu saman á fótboltann og sonurinn tók upp „trú“ föður síns.

Með bættu aðgengi að fjölmiðlaefni, beinum útsendingum á nánast hvaða tíma sólarhringsins sem er, jókst áhuginn til muna og enski boltinn varð gríðarlega eftirsótt vara. Ríkissjónvarpið missti útsendingarréttinn til Norðurljósa (í dag 365-miðlar), Norðurljós tapaði honum til Skjás eins um tíma en hefur nú náð honum aftur til sín undir merkjum 365-miðla. Hörð baráttan sýnir að eigendur fjölmiðla telja það heillavænlegt að berjast um slíkt efni. Markaðurinn er sterkur og er það mikill að það er algjörlega þess virði að borga háar fjárhæðir fyrir útsendingarréttinn (Skjár einn og Sýn gerðu tilboð í sýningar enska boltans, 2006).

365-miðlar framlengdu nýverið samninginn um útsendingarrétt á ensku knattspyrnunni og borguðu háa fjármuni fyrir góðgætið (Enski boltinn áfram hjá 365 miðlum, 2014). Enski boltinn er vissulega nokkuð sérstakur í þessu samhengi en ekki má horfa fram hjá öðrum íþróttagreinum sem ávallt selja vel.

Handboltinn hefur gjarnan verið kallaður „þjóðariþrótt Íslands“ og hefur nánast undantekningarlaust verið sýndur í opinni dagskrá á Ríkissjónvarpinu. Undanfarið hafa einkaaðilar greinilega séð hag í því að kaupa útsendingarréttinn og árið 2010 sýndi Stöð 2-Sport frá heimsmeistaramóti karla í handknattleik í Svíþjóð. Forráðamenn Stöðvar 2 töldu að

áhugi landsmanna á handbolta væri vel virði fjárhagslegrar áhættu og seldu áhorfendum aðgang að mótinu (Stöð 2 Sport sýnir HM í handbolta, 2010).

2.1.1 Markaðsumhverfi

Íþróttæfni er eftirsótt markaðsvara sem gengur kaupum og sölum og nú er svo komið að á frekar smáu markaðssvæði eins og t.a.m. í Noregi, hefur útsendingarrétturinn á vinsælu íþróttæfni allt að fjórfaldast í verði (Helland & Solberg, 2007).

Franski félagsfræðingurinn Pierre Bourdieu bendir á að markaðurinn hafi náð auknu taki á fjölmiðlum (Bourdieu, 1998) og ekki sé hægt að horfa framhjá þeim miklu áhrifum sem markaðurinn hefur á framþróun fjölmiðla. Bourdieu er þeirrar skoðunar að samkeppni um auglýsendur og sölutölur stjórni ferðinni og þeir fjölmiðlar sem ekki fylgja markaðinum, lendi undir í baráttunni (Bourdieu, 1998).

Íslenskt fjölmiðlaumhverfi er smátt í sniðum og erfitt getur reynst að halda úti fjölbreyttri dagskrá, ekki síst þegar kemur að sjónvarpsefni. Innlent efni er dýrt í framleiðslu og í könnun sem gerð var á tímabilinu 2005 - 2008, kom í ljós að einkareknar sjónvarpsstöðvar sinna innlendri dagskrárgerð með takmörkuðum hætti.

Innlent efni var á dagskrá íslenskra sjónvarpsstöðva í 27% tilvika en erlent efni var samtals 87% af heildinni (Ragnar Karlsson, 2010).

Munurinn á ríkisfjölmiðli (RÚV) og einkareknu stöðvunum (Stöð 2, Skjár Einn) kom berlega í ljós en RÚV sýndi innlent efni í 45% tilvika. Stöð 2 sýndi innlent efni í 22% tilvika og Skjár Einn var með innlent efni á dagskrá í 17% tilvika (Ragnar Karlsson, 2010)

Markaðsumhverfið virðist stýra einkareknu stöðvunum að miklu leyti í átt að því sjónvarpsefni sem er ódýrara í framleiðslu og gefur aukna möguleika á því að skila hagnaði til eigenda sinna. Rannsóknir hafa leitt í ljós að fjölmiðlaumhverfi í vestrænum ríkjum sem er án ríkisfjölmiðils, bíður upp á umtalsvert minna af innlendu efni (Nissen & Lowe, 2011) en reynir þess í stað að hámarka gróða.

Starfsfólk einkarekinna fjölmiðla ræðst því síður en starfsfólk ríkisfjölmiðils í framleiðslu efnis sem er ekki til þess fallið að skapa hagnað fyrir eigendurna. Ekki er talið heillavænlegt að styggja þá sem fæða mann og klæða (Chomsky & Herman, 1988). Óháðir fjölmiðlar geta

að einhverju leyti þjónustað þegnanna um efni en þegar samkeppnin harðnar, minnkar þjónustan og fókusinn fer á það sem skilar mestu (Ward, 2006).

2.2 Innlendirar rannsóknir

Til eru nokkrar íslenskar rannsóknir á íþróttamfjöllun fjölmiðla. Rannsóknir af þessu tagi hafa aðallega komið fram undanfarin 20-25 ár en fjölmiðlar í landinu hafa breyst umtalsvert á þeim tíma. Ríkisútvarpið hafði einokunarstöðu á íslenskum fjölmiðlamarkaði um árabil en í 53 ár (1930-1983) var aðeins ein útvarpsstöð starfandi samfelld á Íslandi. Rás 2 var stofnuð árið 1983 og þremur árum síðar varð algjör bylting á fjölmiðlamarkaðinum, þegar útvarpsstöðin Bylgjan hóf útsendingar. Sama ár hóf Stöð 2 útsendingu á sjónvarpsefni en RÚV hafði þá verið eina íslenska sjónvarpsstöðin í 30 ár (Þorbjörn Broddason, 2005).

Hlíf Þorgeirsdóttir rannsakaði íþróttamfjöllun á Íslandi í MA-ritgerð sinni árið 2010. Niðurstöður hennar leiddu í ljós að íslenskir íþróttafréttamenn fjalla mest um þær íþróttir sem þeir hafa áhuga á. Allir voru þeir karlkyns (engin kona var starfandi íþróttafréttamaður á þeim tíma sem rannsóknin var gerð) og allir höfðu þeir stundað fótbolta á einhverjum tímapunkti. Umfjöllun þeirra snérist mest um fótbolta og samkvæmt niðurstöðum Hlífar, má leiða líkur að því að það megi rekja að miklu leyti til þess að fótbolti er þeirra uppáhaldsíþrótt (Hlíf Þorgeirsdóttir, 2010).

Þó er ekki hægt að slá því föstu að áhugasvið íþróttafréttamanna stjórni allri umfjöllun, aðrir þættir koma einnig við sögu. Þekking íþróttafréttamanns á viðfangsefninu er nefnd sem möguleg ástæða fyrir umfjöllun en vissulega er auðveldara að fjalla um hluti sem menn telja sig hafa vit og þekkingu á. Einnig er minnst á framboð íþróttæfnis, auglýsingatekjur, tímaskort og ekki síst þá staðreynd að sérsambönd „minni“ íþróttagreina, eru ekki nægjanlega vakandi fyrir því að senda frá sér tilkynningar um komandi atburði.

Rannsóknin var fyrst og fremst miðuð að því að rannsaka hvers vegna boltaíþróttir fá mikið vægi í íslenskum fjölmiðlum en ekki hvort að einhver munur sé á umfjöllun ríkisfjölmiðils annars vegar og einkarekins fjölmiðils hins vegar.

Kolbeinn Tumi Daðason gerði árið 2011 rannsókn á íslenskum vefmiðlum, þar sem hann skoðaði mun á íþróttamfjöllun út frá kyni umfjöllunarefnisins (Kolbeinn Tumi Daðason, 2013). Niðurstöður Kolbeins Tuma sýndu fram á tvennt í stuttu máli:

Í fyrsta lagi er íþróttaumfjöllun á Íslandi (a.m.k. í vefmiðlum) afskaplega hliðholl karlmönnum en niðurstöður Kolbeins sýna fram á að 11% íþróttafréttar fjalla um konur og þegar konur eru umfjöllunarefnið, eru það í langflestum tilfellum íslenskar konur.

Í öðru lagi sýnir Kolbeinn fram á að boltaíþróttir rata langoftast (aðallega fótbolti) í íþróttafréttir vefmiðla.

Það sem gerir niðurstöðurnar áhugaverðar (sérstaklega í samhengi við rannsóknina í þessari ritgerð), er sú staðreynd að Kolbeinn tekur fram að sama ójafnvægi gæti á vefmiðlum og á öðrum tegundum miðla. Þó að rannsókn Kolbeins snúist fyrst og fremst um að skoða kynjahlutfallið, eru ákveðin líkindi með niðurstöðum hans og þeim sem koma fram í rannsókninni í þessari ritgerð.

Hvernig íþróttagreinarnar raðast í „mikilvægi“ og hvort kynið er oftast umfjöllunarefni íþróttafréttar, er meðal þess sem var rannsakað og þó að Kolbeinn rannsaki ekki sérstaklega muninn á ríkisfjölmiðlum og einkareknum fjölmiðlum, kemur fram að vefsíðan ruv.is hefur meiri fjölbreytni en hinar vefsíðurnar og fjallar að auki oftast um konur (Kolbeinn Tumi Daðason, 2013).

Rannsókn Björns Björnssonar og Ómars Freyrs Rafnssonar fjallaði um muninn á íþróttaumfjöllun einkarekinna sjónvarpsstöðva annars vegar og Ríkissjónvarpsins hins vegar. Þeir félagar skoðuðu allt íþróttaeefni sem stöðvarnar sýndu og töldu mínúturnar sem hver íþrótt var á skjánum. Þættir og beinar útsendingar rötuðu því inn í rannsóknina en niðurstöðurnar sýndu fram á að RÚV sýndi frá fleiri íþróttagreinum og sinnti íþróttum kvenna einnig betur (Björn Björnsson og Ómar Freyr Rafnsson, 2010).

2.3 Alþjóðleg rannsókn

Umfangsmikil rannsókn á íþróttaumfjöllun fór fram í fimm löndum tímabilið 2004-2005. Ísland, Austurríki, Ítalía, Litháen og Noregur tóku þátt í þessari rannsókn en þar voru íþróttafréttir í blöðum og sjónvarpi í aðalhlutverki (Kjartan Ólafsson (ritstjóri), 2006)

Þar var gerður greinarmunur á íþróttaumfjöllun annars vegar á meðan Ólympíuleikar voru í gangi árið 2004 og hins vegar þegar hefðbundin íþróttadagskrá var í boði, árið 2005. Rannsakendur greindu fréttir eftir innihaldi og kyni og í ljós kom að umtalsverður munur er á umfjöllun fjölmiðla á þessum tveimur mismunandi tímabilum. Þegar „hefðbundin“ tíð er í

Íþróttافرétum, ráða boltagreinar ríkjum en þegar vinsælar greinar Ólympíuleikanna eins og t.d. frjálsar íþróttir eru í boði, þá breytast hlutföllin mikið og aukið jafnræði ríkir meðal íþróttagreina.

Sömu sögu má segja um breytingu á íþróttافرétum sem varða konur sérstaklega, þ.e. að Ólympíuleikarnir hafa jákvæð áhrif á fjölda fréttu sem berast af íþróttafrekum kvenna. Rannsóknin sýndi engu að síður fram á að konur eiga undir högg að sækja í íþróttافرétum en einungis 13% íþróttafréttu fjölluðu um konur á meðan karlmenn voru í aðalhlutverki í 78% tilvika. 9% fréttu voru skilgreindar sem almennar fréttir eða fréttir af báðum kynjum (Kjartan Ólafsson (ritstjóri), 2006).

Niðurstöður rannsóknarinnar leiddu í ljós að íþróttaumfjöllun í íslenskum fjölmiðlum var örlítið fjölbreyttari og fjallaði oft um kvennaíþróttir, heldur en hjá þeim fjórum löndum sem einnig voru aðilar að rannsókninni. Um 18% íþróttafréttu á Íslandi fjölluðu um konur en 69% um karla. Ólympíuleikarnir höfðu jákvæð áhrif á dreifingu íþróttafréttu í íslenskum blöðum og sjónvarpi en hlutur kvenna í íþróttافرétum fór upp í 23% á meðan á leikunum stóð.

RÚV var með útsendingarrétt á Ólympíuleikunum og bar því að miklu leyti ábyrgð á aukinni umfjöllun um konur og einnig aukinni fjölbreytni íþróttafnis í sjónvarpi.

2.4 Skyldur ríkisfjölmiðils

Ríkisfjölmiðill hefur öðrum og fleiri skyldum að gegna en einkarekinn fjölmiðill. Skyldur Ríkisútvarpsins eru skráðar í lög og þar kemur fram að hlutverk ríkisrekins fjölmiðils er ekki síst að tryggja fjölbreytni í efnisvali, gera báðum kynjum jafnt undir höfði í umfjöllun sinni og tryggja að fjölmiðlaefninu sé dreift til allra landsmanna.

Árið 2011 skrifaði þáverandi menntamálaráðherra (Katrín Jakobsdóttir) undir þjónustusamning á milli ríkisstjórnarinnar og Ríkisútvarpsins en samningurinn var gerður á grundvelli 3. Mgr. 3. gr. laga nr. 612007 (Alþingi, Lög um fjölmiðla, 2011). Þessi samningur leysti af hólmi eldri samning frá árinu 2007 og gildir til lok árs 2015.

Þjónustusamningurinn er staðfesting á því sem stendur í áðurnefndum lögum frá alþingi Íslendinga. Þar stendur meðal annars að Ríkisútvarpinu beri að „*miðla vönduðu og fjölbreyttu efni, þ.m.t. afþreyingarefni við hæfi fólks á öllum aldri sem og fræðslu-, íþróttu- og lista- og menningarefni.*“ (Þjónustusamningur, 2011)

Það er því ljóst þegar þessar skyldur (og líklega eru einhverjir sem vilja meina að þetta geti flokkast undir kvaðir) eru settar fram með jafn skýrum hætti og raun ber vitni, að starfsemi ríkisfjölmiðilsins verður með frábrugðnari hætti en starfsemi einkarekins fjölmiðils.

Þarna kemur fram að íþróttæfni sé undir sama hatti og annað efni. Það þýðir einfaldlega að íþróttafréttamenn RÚV, eru bundnir af lögum, til þess að þjóna öllum landsmönnum. Ekki er sérstaklega tekið fram hversu mikið hlutfall íþróttafréttanna eigi að tilheyra hverri íþróttgrein, enda yrði það að mati höfundar (sem unnið hefur á íþróttadeild RÚV í eitt ár þegar þessi ritgerð er skrifuð), algjörlega óframkvæmanlegt.

Í grein 3.6 í samningnum er kveðið á um dagskrárstefnu RÚV og þar er sérstaklega tekið fram hvernig stofnunin eigi að nálgast fréttáflutning af íþróttum.

Ríkisútvarpið skal segja fréttir af, útvarpa og sýna

frá íþróttaviðburðum bæði innanlands og erlendis.

Í umfjöllun skal fjölbreytni höfð að leiðarljósi

og jafnræðis gætt milli íþróttagreina eins og kostur er. (Þjónustusamningur, 2011).

Fræðimaðurinn Eli Noam segir það vekja nokkra furðu fyrir utanaðkomandi aðila að það sé yfirhöfuð hægt að reka meira en eina sjónvarpsstöð í svona örlitlu markaðsumhverfi (Noam, 1991). Sjónvarpsstöðvar á Íslandi voru þrettán talsins árið 2005 en það er mesti fjöldi sem hefur verið starfandi í sögu sjónvarpsútsendinga á Íslandi (Ragnar Karlsson, 2010).

Skýringuna má að miklu leyti rekja til þess að einkareknar stöðvar þurfa ekki að hafa „áhyggjur“ af eins mörgum atriðum sem þarf að uppfylla samkvæmt lögum. Þó að sjónvarpsstöðum hafi fækkað misserin á eftir þessu sögulega hámarki (Ragnar Karlsson, 2010), þá er eins og ákveðin uppsveifla sé aftur hafin. Ríkissjónvarpið og Stöð 2 eru áfram risarnir á markaðinum en sjónvarpsstöðvar á borð við Skjárinn, Omega, Nova TV, ÍNN, Miklagarð, Bravo og N4 eru í loftinu árið 2014, þegar þessi ritgerð er skrifuð

Skyldur og heimildir Ríkisútvarpsins eru mjög frábrugðnar þeim skyldum sem einkareknar stöðvar þurfa að fylgja. Í töflu 1, gefur að líta þær nokkrar þær skyldur sem á Íslandi ríkja um fjölmiðla (Ragnar Karlsson, 2010)

S = Skylda. H = Heimild/ívilnum. * Með takmörkunum fyrir RÚV

Tafla 1. Skyldur RÚV og einkarekinna stöðva

Ákvæði	RÚV	Einkarekin
Tvær hljóðvarpsrásir og ein sjónvarpsrás	S	-
Fréttapjónusta	S	-
Útsending náí til landsins alls	S	-
Opið aðgengi að útsendingu	S	-
Óhlutdrægni	S	-
Lýðræðislegar hefðir í heiðri hafðar	S	S
Krafa um efnislega fjölbreytni	S	-
Takmörk á lengd auglýsingatíma	S	S
Þýðingaskylda erlend efnis	S	S
Innlent og evrópskt efni nemi a.m.k. helmingi af dagskrártíma	S	S
Álaga á skattskylda einstaklinga	H	-
Áskriftir	-	H
Kostun dagskrárliða	H *	H
Auglýsingar	H *	H

Alls hefur RÚV 21 skyldur sem stofnunin þarf að uppfylla en einkareknar sjónvarpsstöðvar hafa aðeins sjö skyldur samkvæmt sömu lögum (Alþingi, 2009)

Út frá þessum lögbundnu skyldum sjónvarpsstöðva á Íslandi er athygisvert að skoða möguleikann á því að markaðsvæða íþróttæfnið sem stöðvarnar sýna. Þar er ein setning sem stendur nokkuð upp úr; „*krafa um efnislega fjölbreytni*“ en þetta þýðir að íþróttafréttamenn t.d. á 365-miðlum, geta einbeitt sér að því að flytja fréttir af þeim íþróttagreinum sem þeir telja að skili mestum hagnaði fyrir vinnuveitendur sína. Íþróttafréttamenn á RÚV þurfa (lögum samkvæmt) að hafa í heiðri fjölbreytni í efnisvali og það þýðir að sýndar eru íþróttagreinar sem laða ekki til sín mikið fjármagn í formi kostunar og auglýsinga.

Markaðshugsjónin verður sífellt mikilvægari í íþróttaumfjöllun eins og sýnt hefur verið fram á undanfarin ár. Kostnaður á sýningarrétti frá meiriháttar íþróttaviðburðum hefur hækkað gríðarlega mikið og hægt er að benda á vinsælt sjónvarpsefni á borð við Heimsmeistaramótið í knattspyrnu en þar hækkaði verðið á sýningarréttinum þúsundfalt (Isiofidis, 2004) á aðeins tólf ára tímabili á árunum 1994-2006.

Ekki þarf að fara langt frá íslenska markaðinum til að finna dæmi um það hversu miklir fjármunir eru í húfi fyrir sýningarrétt (og þ.a.l. möguleikann að selja áskrift að Íþróttaumfjölluninni) á vinsælu íþróttafni. Sjónvarpsréttur fyrir sýningar frá sænsku knattspyrnunni var seldur árið 2005 til fimm ára fyrir upphæð sem nemur tæplega 23 milljörðum íslenskra króna (1.350 milljón SEK). Aðeins tuttugu árum áður, kostaði það sænska ríkissjónvarpið (SVT) um 400 milljónir íslenskra króna (24 milljón SEK) að senda frá öllum íþróttaviðburðum (Engblom & Wormbs, 2007).

Það gefur því auga leið, að einhverjir aðilar sjá hag í því að kaupa íþróttafni dýru verði og munurinn á Íþróttaumfjöllun RÚV annars vegar og Stöð 2 hins vegar skýrist að miklu leyti með því að einkarekna stöðin er að reyna að vinna til baka kostnað vegna kaupa á íþróttafni. RÚV heldur hins vegar áfram að reyna að fylgja þeim skyldum sem settar eru á herðar stofnunarinnar og eltist því minna við hagnaðinn.

Ríkisfjölmiðlar á borð við RÚV eru mikilvægur hluti fjölmiðlaumhverfisins, vegna þess að skyldurnar fela í sér að þjónusta alla þegnanna, bæði þá háværu og þá hljóðlátu. Þetta er ekki síst mikivægt í vestrænum þjóðfélögum, þar sem fjölbreytni mannlífsins er mikil og margir litlir hópar innan heildarinnar (Berg, Lowe, & Lund, 2013).

2.5 Rannsóknartilgátan

Ríkissjónvarpið hefur þá sérstöðu fram yfir aðrar sjónvarpsstöðvar að allir skattborgarar landsins eru áskrifendur að stöðinni í gegnum lögbundinn skatt. Ríkissjónvarpið hefur fleiri skyldum að gegna en einkareknar sjónvarpsstöðvar sem sjá hag sinn í því að sýna sem mest frá því efni sem stöðvarnar hafa greitt háar fjárhæðir fyrir. Því verður rannsóknartilgátan þessi:

RÚV sinnir fleiri íþróttagreinum og íþróttum kvenna betur í sjónvarpsfréttum sínum heldur en Stöð 2 sem er einkarekin sjónvarpsstöð 365-miðla

Rannsóknartilgátan leitast því við að varpa ljósi á þann mun (ef einhver er) sem er á Íþróttaumfjöllun ríkisfjölmiðils í sjónvarpsfréttum annars vegar og Íþróttaumfjöllun einkarekins fjölmiðils hins vegar. Niðurstöðurnar verða settar fram með tilliti til efnisvals, hvort að fréttirnar séu innlendar eða erlendar og hvort að kynin fái jafna umfjöllun hjá báðum aðilum.

3. Framkvæmd

3.1 Rannsóknaraðferð

Rannsóknin í þessari ritgerð byggir á meginlegri aðferðarfræði. Meginleg aðferðarfræði byggir á mælanlegri tölfræði af ýmsum toga. Rannsóknarspurningin er stjórnækið sem notast er við þegar kemur að því að komast að einhverskonar niðurstöðu í rannsókninni. Úrvinnsla tölfræðinnar miðar að því að svara þeim spurningum sem hafa verið settar fram (Amalía Björnsdóttir, 2003)

Eins og í flestum meginlegum rannsóknum, þá er unnið með nafnbreytur í þessari rannsókn. Breyturnar eru settar í ákveðna flokka og tölfræðin skráð með tilliti til þess hversu algeng/óalgeng breytan er. Íþróttagreinar eru okkar nafnbreytur og flokkarnir eru t.d. hvort að íþróttagreinin sé erlend eða um hvort kynið er að ræða í fréttinni sem skoðuð er.

3.2 Úrtak

Rannsóknin í þessari ritgerð beygir sig undir þær reglur sem gott er að hafa í huga þegar úrtak er valið. Úrtakið þarf að endurspegla þýðið á sem skýrastan hátt og stuðla þar með að marktækari niðurstöðum. Þýðið sem um ræðir í þessari rannsókn, eru allar íþróttafréttir sem birtust í sjónvarpsfréttum þeirra tveggja sjónvarpsstöðva sem senda út fréttatíma. Auðvitað væri langöruggast að skoða allar fréttir á ársgrundvelli, ekki síst til að koma í veg fyrir skekkju vegna árstíðarbundinna íþróttagreina, en það er óraunhæft að leggjast í slíka rannsókn þar sem slíkt væri einfaldlega of tímafrekt.

Ákveðið var að rannsaka afmarkað tímabil hjá báðum sjónvarpsstöðvum og meta niðurstöður út frá þeim tölfræðiupplýsingum sem rannsóknin leiddi í ljós. Tveir mánuðir voru skoðaðir (september og október), samtals 61 dagar. Fyrsti dagur rannsóknarinnar var 1. september 2013 en sá síðasti var 31. október 2013. Þessar dagsetningar hafa þann kost að þær ná yfir margar mismunandi íþróttagreinar. Íslenskur fótbolti er m.a. í rannsókninni en eins og aðrar sumaríþróttir, þá víkur hann í lok september að fyrir íþróttagreinum sem aðallega eru stundaðar að vetri til, eins og t.d. körfubolta og handbolta. Þannig fæst ágæt mynd af því sem íþróttafréttamenn leggja áherslu á að sýna í fréttatímum sínum, ekki síst vegna þess að árstíðarskipting íþróttanna kemur inn í rannsóknina.

Ákveðið var að mæla lengd fréttar í sekúndum, frekar en fjölda. Sekúndutalning er allsráðandi í vinnslu sjónvarpsfréttar og gefur sú mæling mun nákvæmari niðurstöður en ef eingöngu væri skoðað hversu oft íþróttagrein bregður fyrir í sjónvarpsfréttum.

Ríkissjónvarpið var rannsakað á tveimur mismunandi tímabilum. RÚV var með tvo íþróttafréttatíma í sjónvarpsfréttum sínum, 1. september til 18. október. Þá var stokkað upp í skipulagningu íþróttadeildar og íþróttafréttunum breytt til muna.

1. september til 18. október var íþróttadeild RÚV undir sama hatti og fréttastofa RÚV og deildi með fréttastofu plássi í fréttatímum stofnunarinnar. Íþróttafréttir í aðalfréttatíma voru um það bil 150 sekúndur (2 ½ mínúta) mánudag til föstudags en 480 sekúndur (8 mínútur) um helgar. Að auki hafði íþróttadeildin 240 sekúndur (4 mínútur) í tíufréttum sjónvarps, sem sendar eru út fjóra daga vikunnar, frá mánudegi til fimmtudags. Alls hafði íþróttadeild RÚV því um 2.700 sekúndur (45 mínútur) á viku til að flytja íþróttafréttir í sjónvarpsfréttum.

19. október færðist íþróttadeildin hins vegar úr tímaplássi fréttastofu og fékk sitt eigið pláss á undan aðalfréttatíma RÚV. Þessi nýji tími var 8-10 mínútur og því ljóst að ekki er hægt að setja þær mælingar með undangengnum mælingum á sekúndufjölda fréttar. Slíkt hefði riðlað vinnuferli og gefið skakka mynd af raunverulegum niðurstöðum rannsóknarinnar. Að auki hélt íþróttadeildin sínu plássi í seinni fréttum, mánudag til fimmtudags. Því var ákveðið að setja fram niðurstöður í tveimur hlutum fyrir RÚV, fyrir og eftir breytingarnar 19. október.

Fyrri hluti rannsóknarinnar á RÚV verður því settur fram sem hrein tölfræðitalning á lengd íþróttafréttar í sekúndum en síðari hlutinn verður settur fram sem dæmi um hlutfall fréttar innan íþróttafréttanna. Hver íþróttafrétt verður skoðuð í samhengi við aðrar fréttir og mæld bæði í sekúndum og hversu mikið prósentuhlutfall hún tekur af fréttatímanum. Þessar niðurstöður verða settar fram fyrir og eftir breytingarnar og skoðað hvort að lenging þess tíma sem íþróttadeildin hefur til að segja fréttir, hafi þau áhrif að hlutfall „minni“ íþróttagreina aukist. Höfundur getur staðfest (verandi starfsmaður RÚV) að hugmyndin á bak við lengingu íþróttafréttar, var ekki síst tilkomin til að geta sinnt fleiri íþróttagreinum en áður.

Stöð 2 er frábrugðin RÚV að því leiti að aðeins er um einn fréttatíma á dag að ræða. Í þessari ritgerð verður stundum talað um „365“ en þá er verið að vísa til fjölmiðlasamsteypunnar 365-miðla ehf. Sé verið að ræða efniskaup, verður talað um 365-miðla en íþróttafréttirnar sem í rannsókninni eru, eru allar undir hatti Stöðvar 2. Íþróttadeildin á þessum einkarekna miðli virðist hafa frjálssari hendur en kollegar þeirra hjá RÚV, að minnsta kosti ef eingöngu er borin saman lengd íþróttafréttar sem birtast í sjónvarpsfréttatímanum. Íþróttafréttir á Stöð 2 eru yfirleitt á milli 180 – 300 sekúndur (3 – 6 mínútur) á virkum dögum en geta svo farið í 800 sekúndur (tæplega 13 mínútur) um helgar. Mælingin á íþróttafréttum Stöðvar 2 var eins frá upphafi til enda og miðaðist við sekúndutalningu hvernar fréttar fyrir sig.

Tafla 2. Tímabilið sem íþrótafréttir voru skoðaðar í sjónvarpsfréttum RÚV og Stöðvar 2.

Ríkissjónvarpið – RÚV	1. September – 18. október	19. október – 31. október
Stöð 2	1. September – 31. október	

3.3 Flokkun fréttanna

Íþrótafréttir eru í eðli sínu nokkurs konar „úrslitaþjónusta“, þ.e.a.s. íþrótafréttamaðurinn er í langflestum tilfellum einfaldlega að greina frá því sem gerðist, frekar en að koma með persónulegan vinkil á fréttina. Ekki var farið út í að greina niður fréttir eftir nálgun fréttamannsins, heldur voru fréttirnar settar í flokk eftir íþróttagrein, hvort að fréttin fjallaði um innlendan eða erlendan atburð og hvort að fréttin væri um karl eða konu.

Tafla 3. Flokkar íþrótafréttanna í sjónvarpi.

Íþróttagrein	Erlent	Innlent	Karlar	Konur
--------------	--------	---------	--------	-------

- Íþróttagrein – skilgreining á því hvaða íþróttagrein er verið að fjalla um í fréttinni.
- Erlent – fréttin gerist í útlöndum eða um erlent lið er að ræða.
- Innlent – fréttin er íslensk eða keppandi/keppendur eru að leika fyrir Ísland.
- Karlar – fréttin fjallaði um karla.
- Konur – fréttin fjallaði um konur.

Fréttir sem íþrótafréttamaðurinn hefur frumkvæði á að þefa uppi og kemur jafnvel með einhverskonar persónulegan stíl inn í fréttina (ágætt dæmi eru innslög Guðjóns Guðmundssonar íþrótafréttamanns hjá 365, meðal annars um sigurhátíðir Íslandsmeistara) eru því ekki flokkaðar sérstaklega, einungis er verið að skoða hversu mikið pláss ákveðin íþróttagrein fær í sjónvarpsfréttum.

Fréttir geta verið litaðar af mörgum þáttum og stundum reynist erfitt að setja íþrótafrétt í ákveðinn flokk. Fyrirnefnt dæmi um innslag Guðjóns um sigurhátíð KR-inga eftir að Íslandsmeistaratitillinn var í höfn var t.a.m. ekki „hefðbundin“ íþrótafrétt, þar sem fjallaði um mannlegu hliðina fyrir utan völlinn. Engu að síður fjallaði fréttin um fögnuð sem var til komin

vegna afreka karlaliðs KR í knattspyrnu og því endaði hún í floknum „knattspyrna – innlent – karlar“.

Sömuleiðis kom upp sú staða að fjallað var sérstaklega um frammistöðu íslensks íþróttamanns erlendis. Þá vöknudu spurningar hvort að þetta væri innlend eða erlend nálgun en að lokum var tekin sú ákvörðun að flokka t.d. frétt um að íslensk landsliðskona í norsku knattspyrnuliði hefði skorað mark í knattspyrnuleik sem fór fram í Noregi, sem „fótbolti – erlent – konur“. Landið þar sem atburðurinn átti sér stað, sér í lagi ef um boltaíþrótt var um að ræða, stjórnaði því oftast flokkun fréttarinnar, fremur en þjóðerni íþróttamannsins. Snúin staða getur komið upp, t.d. tvö lið frá útlöndum að keppa í fótboltaleik á Íslandi. Þetta yrði skráð sem „erlend knattspyrna“. Væri íslenskt félaglið í knattspyrnu hins vegar að spila við erlent lið á Laugardalsvelli, væri það skráð sem „innlend knattspyrna“.

Íslenskur keppandi sem keppir undir merki síns íslenska félags eða fyrir hönd lands og þjóðar, er hins vegar alltaf skráður sem innlendur keppandi. Þar með eru fréttir að íslenska landsliðinu alltaf skráðar sem innlendar, jafnvel þótt að landsliðið sé staðsett fleiri þúsund kílómetra frá Íslandi.

Einnig koma fréttir öðru hvoru sem eiginlega vonlaust er að flokka í einhvern ákveðinn flokk. Gott dæmi er frétt um tendrun Ólympíuleidsins en þar er forseti Alþjóða Ólympíunefndarinnar að koma næstu Ólympíuleikum af stað með formlegum hætti. Fyrir slíkar fréttir var búinn til flokkurinn „annað“ en sá flokkur var notaður töluvert. Áhugaverð innslög um margvíslegar hliðar íþróttar er erfitt að skilgreina eftir íþróttagrein og kyni og sérstaklega jókst þessi þáttur hjá RÚV eftir dagskrárbreytingarnar 19. október.

Eftir breytingarnar hjá RÚV 19. október varð það t.a.m. algengt að fá einhvern í ítarlegt spjall um fréttir síðustu viku og sjálfkrafa varð erfitt að setja fréttina í ákveðinn flokk. Þar sem farið var um víðan völl, bæði erlendis og innanlands og bæði kynin komu við sögu, fór slíkt spjall í flokkinn „Annað“ og eins og áður kom fram, jókst umfang þess flokks umtalsvert eftir dagskrárbreytinguna. Ekki var sérstaklega skoðað, hvoru kyninu viðmælandinn í spjallinu tilheyrði.

Í nokkrum tilfellum eru fréttir sem fjalla um bæði kynin settar í loftið. Mjög gott dæmi er umfjöllun um tvo handboltaleiki, einn leik með körlum og einn leik með konum. Fréttin er í samfelldu rennsli og er því ein frétt. Í slíkum tilfellum var sekúndumælingin skráð fyrst á annað kynið og síðan á hitt. Fréttinni var því skipt í tvo hluta, eftir kyni íþróttafólksins.

3.4 Gagnaúrvinnsla

Töflureikniforritið Microsoft Excel var notað til að halda utan um öll þau gögn sem koma fyrir í rannsókninni. Excel er þeim kostum gætt að frekar einfalt er að keyra inn tölfræði á skilvirkan og öruggan hátt. Öryggisins vegna, voru allar tölur (t.d. prósentur) tvíreiknaðar, til að koma í veg fyrir kerfisvillu og þar með skakkar niðurstöður. Gagnaúrvinnsla var bæði í formi magns (heildartími í sekúndum) og prósentuhlutfalls. Niðurstöður sem þóttu áhugaverðar og/eða koma efninu mikið við, voru settar upp í skýringarmyndir. Þessar skýringarmyndir voru í töflu- og súluritaformi.

4. Rannsóknarniðurstöður

Rannsóknarniðurstöður eru í þremur köflum. Fyrsti kaflinn mun fjalla um niðurstöður rannsóknarinnar í víðum skilningi. Í þeim kafla má finna tölfræðiupplýsingar um magn fréttar, hvaðan þær koma og hvernig þær skiptast á milli þeirra fjölmiðla sem rannsakaðir voru (RÚV og Stöð 2).

Annar kaflinn fjallar um muninn á milli íþróttaumfjöllunar karla annars vegar og kvenna hins vegar.

Þriðji kaflinn er samanburðarkafli. Þar verður lagt mat á það hvort að rannsóknartilgáta standist eða ekki.

4.1 Heildarfjöldi og uppruni íþróttafréttar

Alls voru skoðaðir 61 dagar af íþróttafréttum, 30 dagar í september og 31 dagur í október. Allur septembermánuður var undir sama hatti, þ.e.a.s. allar upplýsingar sem fengust voru meðhöndlaðar á sama hátt. Október var skipt í mismunandi tímabil: fyrir og eftir róttækar breytingar sem gerðar voru á íþróttafréttum RÚV 19. október.

Aðeins voru skoðaðar fréttir sem birtust í fréttatímum en ekki rannsakað sérstaklega hvaða íþróttir birtast í sérhæfðum þáttum sem eru á dagskrá utan fréttatíma.

Alls voru skoðaðir 157 fréttatímar. Tafla 4 sýnir hvernig skiptingin á þessum fréttatímum var í rannsókninni. RÚV hafði fréttatíma tvisvar á dag (19:00 og 22:00) á 35 dögum af 61 sem rannsakaðir voru eða rúmlega 57% þeirra daga sem skoðaðir voru.

Tafla 4. Heildarfjöldi fréttatíma í rannsókn.

	Fréttatími	Fréttir 22:00	Nýr þáttur 19.okt
RÚV	48	35	13
Stöð 2	61	-	-

Tafla 5 sýnir heildartíma (í sekúndum) af íþróttaeftirbúningi í september og október. Mikla aukningu hjá RÚV í október má að mestu skýravegna breytingu á framsetningu íþróttaeftirbúningis en eins og áður hefur komið fram hófst sú breyting 19. október. Meirihluta sekúndutíma hjá RÚV í

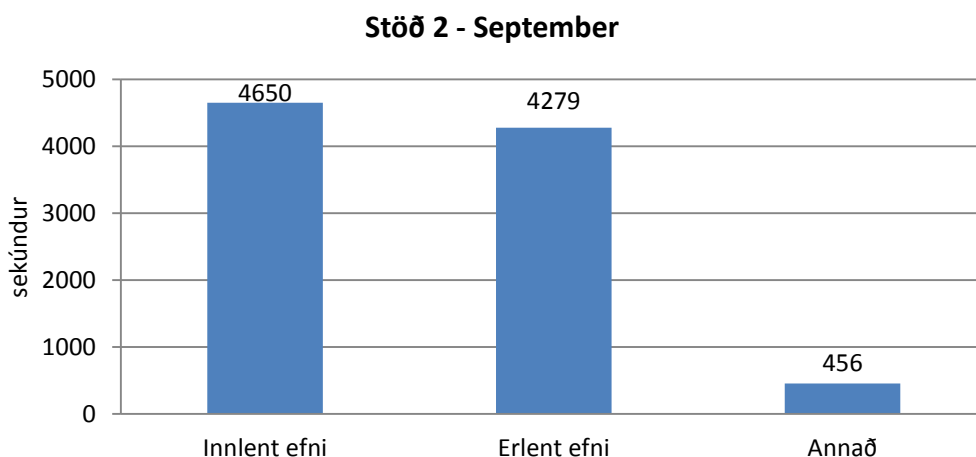
október má rekja til nýja þáttarins, alls 9251 sekúndu eða rúmlega 61% heildartíma stöðvarinnar í mánuðinum.

Tafla 5. Heildartími íþróttafréttastöðvanna á rannsóknartímabilinu.

	September	Október
RÚV	8.892	15.019
Stöð 2	9.385	9.017

Íþróttæfni stöðvanna var flokkað eftir því hvort að það kæmi frá Íslandi eða erlendis frá. Mynd 1 sýnir heildartíma íþróttafréttastöðvar 2 í september og mynd 2 sýnir hversu hátt hlutfall fréttastöðvar 2 flokkast sem innlendar eða erlendar.

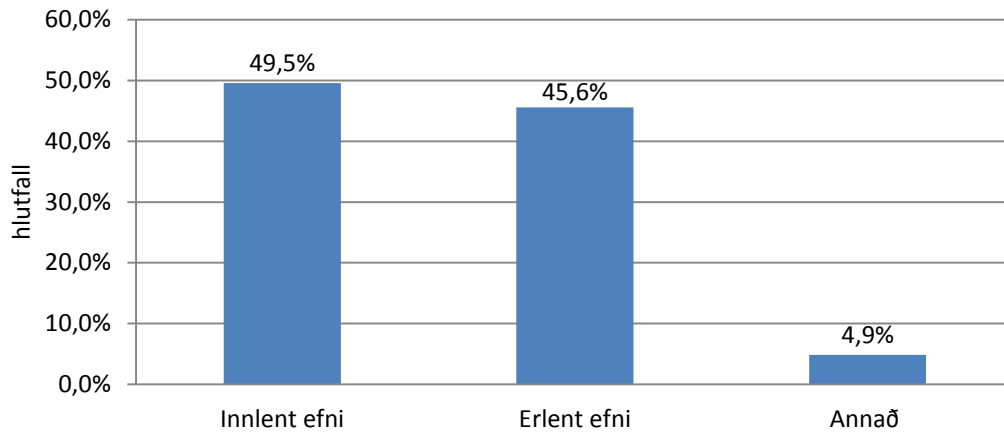
Þriðji flokkurinn, „Annað“, er tilkominn vegna þess að einstaka frétt getur illa flokkast sem erlend eða innlend frétt. Ágætt dæmi er dráttur í riðlakeppni knattspyrnulandsliða. Þar er fjallað um landslið frá ýmsum ríkjum, þ.a.m. Íslandi og jafnvel eiga Íslendingar fulltrúa í salnum þar sem drátturinn fer fram. Fréttin er því um erlendan viðburð þar sem Ísland á engu að síður einhvern hlut að máli.



Mynd 1. Uppruni íþróttafréttastöðvar 2 í september.

Þessar tölur sýna nokkuð stöðugt jafnvægi á milli fréttastöðvar frá innlendum markaði annars vegar og erlendum hins vegar. Mikið af efni 365-miðla er aðkeypt efni frá útlöndum en það efni hefur í raun verið flaggskip stöðvarinnar í gegnum árin. Hér er sérstaklega átt við erlenda knattspyrnu karla, svo sem ensku úrvalsdeildina og Meistaradeild Evrópu.

Stöð 2 - september

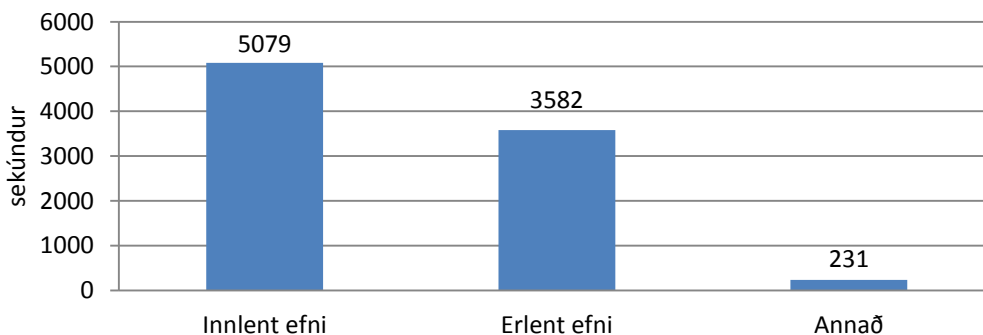


Mynd 2. Hlutfall íþróttafréttanna Stöðvar 2 í september, eftir uppruna.

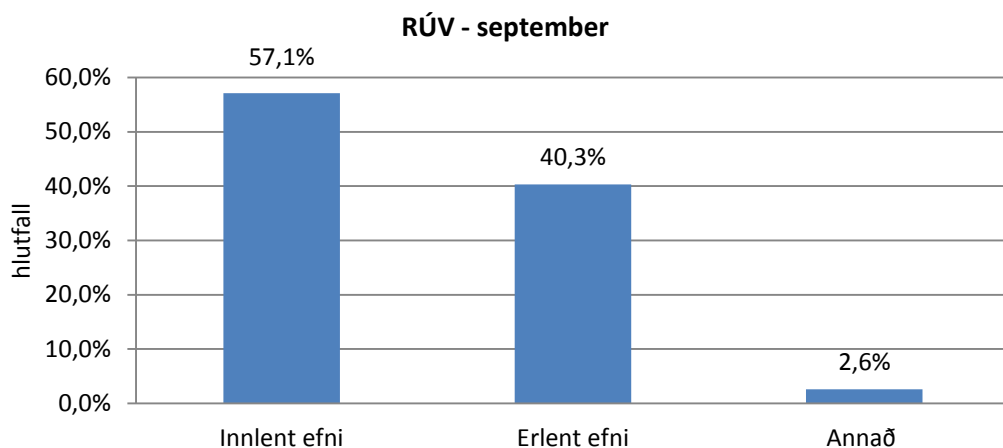
365-miðlar eiga mikið undir áskriftarsölu og því reyna þeir eðlilega að sýna mikið af því efni í fréttatímum sínum sem talið er líklegt til að lokka að fleiri áskrifendum. Hátt hlutfall innlends efnis skýrist að mestu á því að 365-miðlar áttu sýningarrétt á Pepsideild karla í knattspyrnu og lögðu mikinn metnað í að koma því efni á framfæri.

Sams konar skýringarmyndir frá RÚV sýna fram á að stofnunin virðist leggja töluvert meiri áherslu á innlent efni heldur en einkarekna stöðin. Rúmlega helmingur efnis (57,1%) sem sýnt var á RÚV í september getur talist sem innlent íþróttafefni og er það 7,6% prósentum meira en sams konar efni mældist á Stöð 2 í september.

RÚV - september



Mynd 3. Uppruni íþróttafréttanna á RÚV í september.



Mynd 4. Hlutfall íþróttafréttanna á RÚV í september, eftir uppruna.

4.1.1 Áberandi íþróttagreinar í september

Boltaíþróttir hafa lengi haft nokkra yfirburði þegar kemur að umfjöllun fjölmiðla. Knattspyrna er sú íþrótt sem fær mesta athygli og pláss hjá fjölmiðlum og skiptir þá litlu hvort að um erlenda eða íslenska knattspyrnu sé að ræða.

Töflur 6-10 sýna hvaða tíu íþróttagreinar fá mesta umfjöllun hjá RÚV og Stöð 2. Það kemur kannski ekki mikið á óvart að knattspyrna leikur stórt hlutverk í þessum töflum en þó er töluverður munur á áherslum stöðvanna, ekki síst eftir dagskrárbreytinguna hjá RÚV 19. október.

Tafla 6. Topp-tíu íþróttagreinar Stöðvar 2 í september

Stöð 2 - september	Hlutfall
Fótbolti – innlent – karlar	37,2%
Fótbolti – erlent – karlar	32,4%
Annað	4,9%
Fótbolti – innlent – konur	4,5%
Handbolti – erlent - karlar	3,8%
Handbolti – innlent –karlar	3,5%
Tennis – erlent - karlar	3,0%
Golf – erlent – karlar	2,5%
Formúla – erlent – karlar	2,1%
Körfubolti – innlent – karlar	1,0%
Samtals hlutfall af heildartíma	94,9%

Í töflu 6 sést greinilega að áherslur Stöðvar 2 í íþróttafréttum, liggja í boltaíþróttum (sér í lagi fótbolta). Þær tíu íþróttagreinar sem oftast rata í íþróttafréttir stöðvarinnar, eru samtals 94,9% af öllu efni og þar eru boltaíþróttir í aðalhlutverki. Boltaíþróttir (fótbolti, handbolti, körfubolti) eru þannig samtals 83,4% af heildartímanum í september en auk þeirra greina sem komust á topp-tíu listann, þá telja handknattleikur kvenna innanlands (0,8%) og körfuknattleikur kvenna innanlands (0,3%) einnig í heildarmagni boltaíþróttanna sem Stöð 2 sýndi í september.

Efstu tíu íþróttagreinar hjá RÚV eru að mörgu leyti sambærilegar við þær sem eru í töflu Stöðvar 2. Knattspyrna er í þremur efstu sætum listans og knattspyrna karla (innlend og erlend) er í tveimur efstu sætunum hjá RÚV, rétt eins og hjá Stöð 2.

Þrátt fyrir að 365-miðlar ættu sýningarrétt á Pepsi-deildunum í knattspyrnu, er langstærstur hluti þess innlenda efnis sem RÚV sýndi í september frá íslenskri knattspyrnu (69%). Alls voru sýndar 3499 sekúndur af íslenskri knattspyrnu á RÚV í september en 3909 sekúndur hjá 365-miðlum, sem er um 84% af öllu innlendu íþróttafni stöðvarinnar. Íslensk knattspyrna hefur því mjög afgerandi stöðu hjá báðum stöðvum, sér í lagi hjá einkareknu stöðinni.

Tafla 7. Topp-tíu íþróttagreinar á RÚV í september.

RÚV - September	Hlutfall
Fótbolti – innlent - karlar	31,6%
Fótbolti – erlent - karlar	20,3%
Fótbolti – innlent – konur	7,8%
Golf – erlent – karlar	6,3%
Handbolti – innlent - karlar	6,1%
Annað	2,6%
Körfubolti – erlent - karlar	2,5%
Körfubolti – innlent - karlar	2,4%
Handbolti – innlent - konur	2,2%
Frjálsar – erlent - karlar	2,1%
Samtals hlutfall af heildartíma	83,9%

Boltaíþróttir (handbolti, fótbolti, körfubolti) voru samtals 76% af heildarefni RÚV í

september en topp-tíu listinn er öðruvísi samsettur en hjá 365-miðlum. Þær tíu íþróttagreinar sem oftast voru sýndar á RÚV í september, eru samtals 83,9% af heildartímanum. Það er 11% minna hlutfall en hjá Stöð 2.

Þá er hægt að benda á að íþróttir kvenna á topp-tíu lista RÚV, nema samtals um 10% af tíma listans en 4,5% hjá 365-miðlum. Það er þó vert að hafa í huga að deildarkeppni í hand- og körfubolta er ekki hafin í september og því er líklegt að konur fái aukið vægi hjá báðum stöðvum í október þegar deildarkeppnin er hafin.

Erlend knattspyrna er áberandi meira á skjánum hjá Stöð 2 en eins og áður var bent á, liggja mörg helstu tromp 365-miðla í erlendri karlaknattspyrnu og því ætti vægi hans á listanum ekki að koma á óvart. RÚV sýndi erlenda knattspyrnu í 20,3% tilvika og þá var oft um að ræða efni sem sýnt var „með leyfi Stöðvar 2“. Reyndar sýndu báðar stöðvarnar efni sem kom frá hinum aðilanum en ekki var sérstaklega skrásett hversu stór hluti efnisins átti rætur að rekja til „hins aðilans“.

4.1.2 Áberandi íþróttagreinar í október

Athyglisvert er að skoða þær breytingar sem verða á íþróttæfni RÚV eftir breytingar 19. október. Vægi boltagreina minnkar töluvert eins og sjá má á töflum 8 og 9 en boltaíþróttirnar þrjár taka 58,7% af heildartímanum eftir breytingarnar. Fyrir breytingarnar voru boltaíþróttir 82,9% heildartímans í október.

Tafla 8. Topp-tíu íþróttagreinar á RÚV 1. – 18. október.

RÚV	1. okt – 18. okt	Hlutfall
Fótbolti – innlent - karlar		38,5%
Fótbolti – erlent - karlar		14,2%
Handbolti – innlent - karlar		11,7%
Handbolti – innlent - konur		4,8%
Annað		4,4%
Körfubolti – innlent - karlar		3,2%
Handbolti – erlent - karlar		2,7%
Körfubolti – innlent - konur		2,6%
Fótbolti – innlent - konur		2,5%
Golf – erlent - karlar		2,4%
Samtals hlutfall af heildartíma		87%

Tafla 9. Topp-tíu íþróttagreinar á RÚV 19. - 31. október.

RÚV	19. okt – 31.okt	Hlutfall
Annað		20,9%
Handbolti – innlent - karlar		13,1%
Fótbolti – erlent -karlar		11,6%
Handbolti – innlent - konur		11,0%
Fótbolti – innlent - karlar		9,0%
Körfubolti – innlent - karlar		6,7%
Golf – erlent - karlar		5,0%
Íþróttir fatlaðra		3,7%
Skíði - innlent		3,5%
Körfubolti – erlent - karlar		2,7%
Samtals hlutfall af heildartíma		87,2%

Stærsta breytingin felst í liðnum „Annað“ sem fer úr 4,4% heildartíma 1. – 18. október, í 20,9% heildartíma 19. – 31. október. Þetta er hlutfallsaukning um 16,5%, sem verður að teljast umtalsvert. Þessi ákveðni dagskrárliður var gjarnan spjall í myndveri um hin ýmsu málefni tengd íþróttum. Oftast var verið að ræða íþróttir á breiðum grundvelli og ekki hægt að flokka umræðuna sem frétt um ákveðna íþrótt, í ákveðnu landi eða eftir ákveðnu kyni.

Þá virðist fókusinn hafa farið á íþróttagreinar sem ekki náðu inn á listann fyrir breytingarnar. Íþróttir fatlaðra og skíðaíþróttin koma nýjar inn á listann en boltaíþróttir skipa sex sæti af tíu eftir breytingar íþróttaráttarins (19. -31. október) en voru í átta sætum af tíu í fyrri hluta mánaðarins (1. – 18. október).

Stöð 2 heldur sínu striki í október og ekki er mikill munur á áherslum stöðvarinnar frá fyrri mánuði. Erlendur fótbolti hefur þó tekið fyrsta sætið á undan innlendum fótbolta. Efstu deildum innlendarar knattspyrnu lýkur í september (Pepsideild kvenna kláraðist 15.sept. og Pepsideild karla kláraðist 28.sept) og það er án efa skýringin á því að erlend knattspyrna kemst upp fyrir þá íslensku.

Tafla 10. Topp-tíu íþróttagreinar á Stöð 2 í október.

Stöð 2 - Október	Hlutfall
Fótbolti – erlent - karlar	32,8%
Fótbolti – innlent - karlar	31,4%
Körfubolti – innlent – karlar	9,3%
Handbolti – innlent - karlar	4,2%

Formúla – erlent – karlar	4,0%
Annað	3,4%
Golf – erlent – karlar	2,8%
Handbolti – erlent - karlar	2,5%
Körfubolti – innlent - konur	2,3%
Handbolti – innlent - konur	1,8%
Samtals hlutfall af heildartíma	94,5%

Boltaíþróttir (handbolti, fótboldi, körfubolti) eru samtals 86,6% af öllum íþróttufréttum Stöðvar 2 í október. Topp-tíu listinn er mjög líkur þeim lista sem var í september. Eina breytingin á samsetningu listans á milli mánuða, er sú að tennis karla (erlendur) dettur af listanum og innlendur handbolti kvenna kemur inn í staðinn.

4.2 Kynjaskipting íþróttufréttu

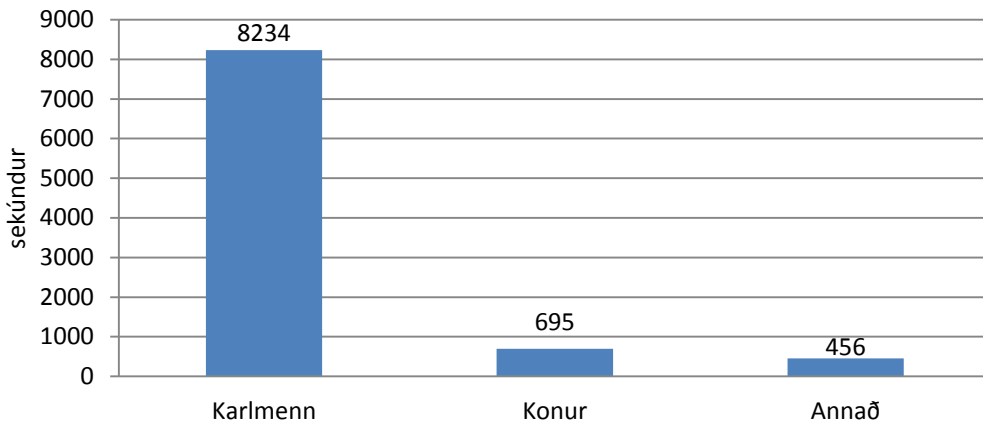
Íþróttufréttunum í rannsókninni var skipt í flokka eftir kyni. Miðað var við íþróttina sjálfa, frekar en viðmælanda í fréttinni. Frétt sem var að stórum hluta viðtal við karlkyns þjálfara, kvennaliðs í handbolta, var því flokkuð sem frétt um kvennaíþróttir.

4.2.1 Kynjaskipting Stöðvar 2 í september

Íþróttufréttir Stöðvar 2 voru samtals 9.385 sekúndur (156 mínútur) í september (sjá töflu 5) og á mynd 5 má sjá hvernig skiptingin var á milli kynja. Eins og áður, er flokkurinn „Annað“, þær íþróttufréttir sem ekki reyndist unnt að kyngreina.

Karlar hafa klárlega yfirhöndina og eru á skjánum í samtals 8.234 sekúndur eða 137 mínútur. Konur eru hins vegar á skjánum í 695 sekúndur eða tæpar 12 mínútur.

Stöð 2 - september

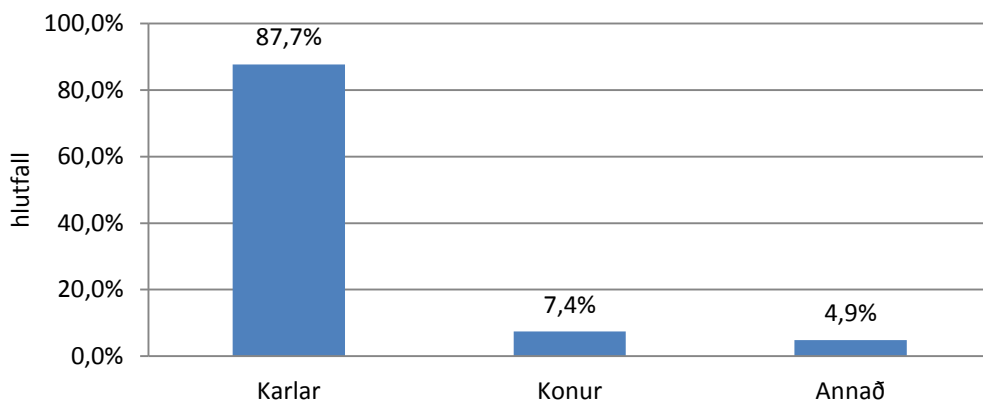


Mynd 5. Heildartími íþróttafréttu Stöðvar 2 í september eftir kyni.

23 undirflokkar „komust á blað“ hjá Stöð 2 í september. Knattspyrna er t.d. eðlilega flokkuð sem íþrótt en hefur engu að síður fjóra undirflokka (karlar/innlent, karlar/erlent, konur/innlent, konur/erlent). Af þessum 23 flokkum voru 8 flokkar skilgreindir sem kvennasport en 15 flokkar skilgreindir sem karlasport.

Mynd 6 sýnir hlutfallslega kynjaskiptingu íþróttafréttu Stöðvar 2 í september. Karlar hafa töluverða yfirburði en næstum níu af hverjum tíu fréttum stöðvarinnar, fjalla um karlkyns íþróttamenn.

Stöð 2 - september



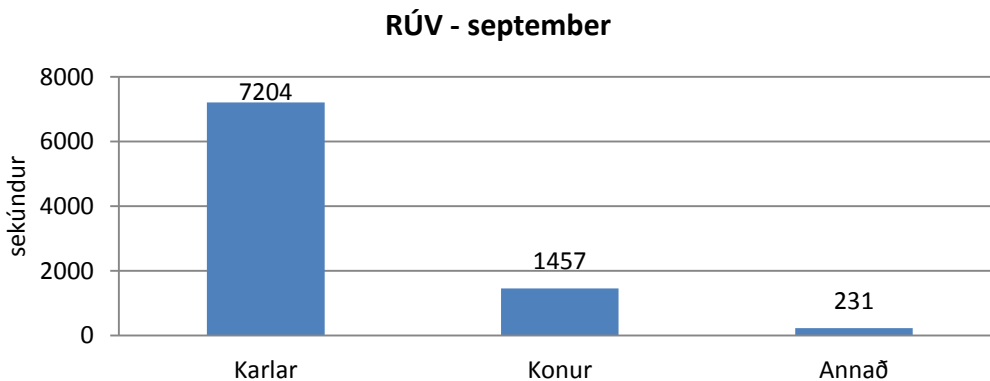
Mynd 6. Kynjahlutfall íþróttafréttu Stöðvar 2 í september.

Boltaíþróttirnar vege mest í þessum hlutfallstölum en samtals voru boltaíþróttir karla (fótbolti, handbolti, körfubolti) 77,9% af heildartíma íþróttافرétta Stöðvar 2 í september. Sömu boltaíþróttir í kvennaflokki voru samtals 5,5% af heildartímanum.

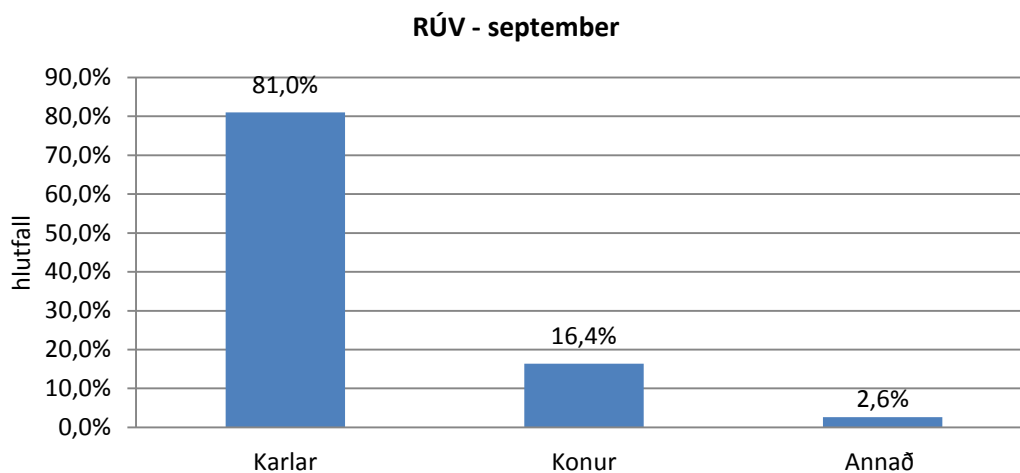
Niðurstöðurnar eru konum ekki í hag og sé miðað við fyrri rannsóknir eru framfarirnar afskaplega litlar. Hafa ber þó í huga að Stöð 2 sýnir mjög mikið frá þeim íþróttum sem stöðin selur í áskrift og þar eru karlaíþróttir í algjöru aðalhlutverki. Enski boltinn, Meistaradeildin, NBA-körfuboltinn, Formúlan o.fl íþróttir eru karlaíþróttir og stöðin gerir þeim mjög hátt undir höfði.

4.2.2 Kynjaskipting á RÚV í september

RÚV sýndi íþróttافرétir í samtals 8.892 sekúndur (148 mínútur) í september (sjá töflu 5). Karlar voru mun oftari viðfangsefnið en karlkyns-íþróttافرétir voru samtals 7.204 sekúndur (120 mínútur) á skjánum á meðan konur voru á skjánum í 1.457 sekúndur (24 mínútur).



Mynd 7. Heildartími þróttافرétta á RÚV í september, eftir kyni.



Mynd 8. Kynjahlutfall íþróttafréttu á RÚV í september.

Mynd 8 sýnir að umfjöllun RÚV í september er að langmestu leyti helguð íþróttum karla. Konur virðast í fljótu bragði eiga erfitt uppdráttar hjá hinum ríkisrekna fjölmiðli, ekki síður en hjá einkareknum fjölmiðli á borð við Stöð 2.

4.2.3 Kynjaskipting innlendra og erlendra fréttu í september

Konur eiga sína fulltrúa nánast eingöngu úr innlendum íþróttagreinum. Þetta sést vel á töflu 11 en þar er íþróttafni RÚV í september skipt niður í erlent og innlent efni.

Tafla 11. Íþróttafni RÚV í september, eftir uppruna.

	Innlent efni	Erlent efni
Karlar	3876 (76,3%)	3328 (92,9%)
Konur	1203 (33,7%)	254 (7,1%)

Tími kvenna eykst tölvvert hlutfallslega, ef aðeins er tekið mið að því hvaðan efnið kemur. Þannig fer hlutur kvenna úr 16,4% í heildartíma íþróttafréttu RÚV í 33,7%, ef eingöngu er skoðað það efni sem kemur af innlendum markaði. Erlent efni er hins vegar nánast eingöngu af íþróttum karla.

Tafla 12 sýnir samskonar samanburð kynjanna hjá Stöð 2 þegar tekið er tillit til þess hvort að efnið kemur af innlendum eða erlendum markaði.

Tafla 12. Íþróttafni Stöðvar 2 í september, eftir uppruna.

	Innlent efni	Erlent efni
Karlar	4041 (86,9%)	4193 (98,0%)
Konur	609 (13,1%)	86 (2,0%)

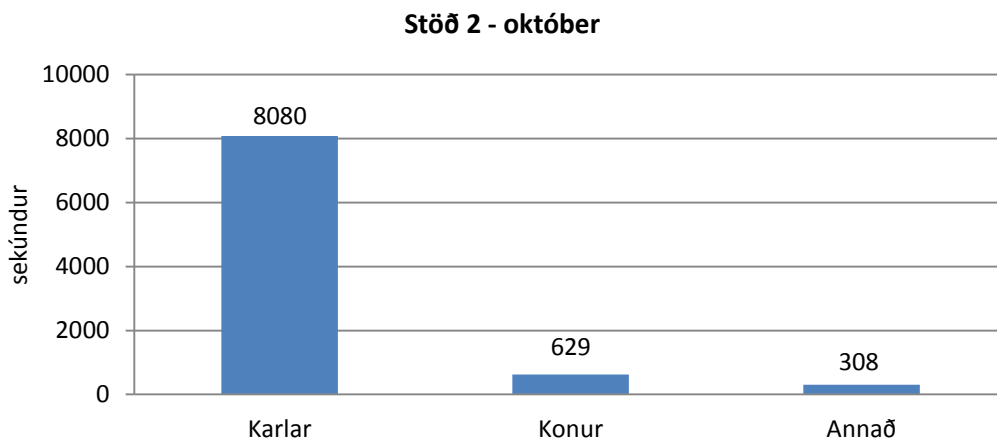
Rétt eins og hjá RÚV, eykst hlutur kvenna um nánast helming, þegar innlendar fréttir eru teknar sérstaklega til skoðunar (fer úr 7,4% í 13,1%). Erlendar fréttir af íþróttafrekum kvenna, eru hins vegar nánast ósýnilegar. Íþróttir kvenna á erlendum markaði eru aðeins 2,0% af heildartíma erlends íþróttafnis og aðeins um 0,9% af heildartíma íþróttafnis (9.385 sek.) stöðvarinnar í september.

Af þessum hlutfallstölum, kemur kannski ekki á óvart hversu hátt hlutfall kvennaíþróttar tilheyrir boltaíþróttum. Hjá RÚV voru boltaíþróttir samtals 1018 sekúndur af 1457, sem gerir 69,9% af heildartíma kvenna í íþróttafréttum í september.

Boltaíþróttirnar voru sömuleiðis áberandi hjá Stöð 2 en 519 sekúndur af 695 sekúndum falla undir boltaíþróttir (74,7%).

4.2.4 Kynjaskipting Stöðvar 2 í október

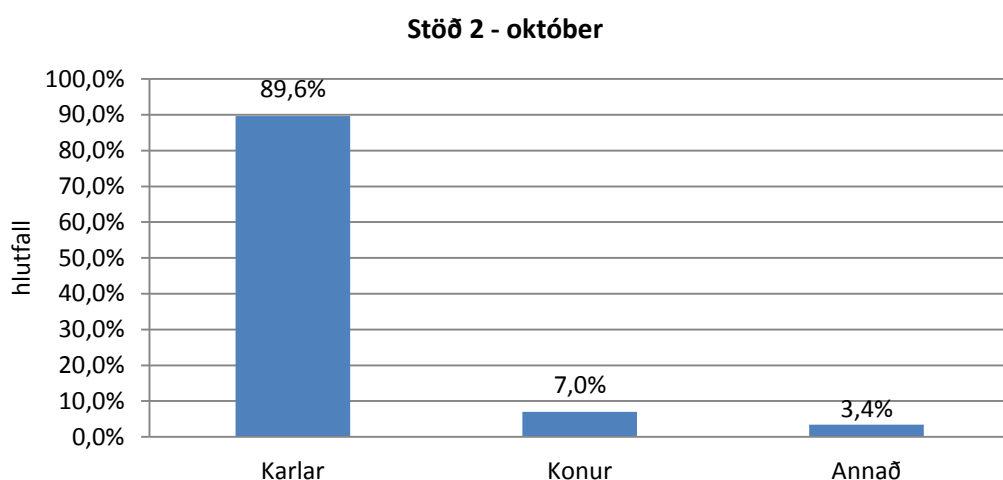
Ekki er marktækur munur á hlutfalli kynja í íþróttafréttum milli mánuða hjá Stöð 2. Heildartími íþróttafréttar var örlítið minni en í september (fór úr 9385 sekúndum í 9017 sekúndur) en skiptingin var áfram mjög svipuð.



Mynd 9. Heildartími íþróttafréttar Stöðvar 2 í október eftir kyni.

Mynd 10 sýnir hlutfallsskiptingu íþróttafréttanna milli kynja og þar kemur í ljós að hlutfall fréttanna um konur og kvennaíþróttir lækkar um 0,4% frá fyrri mánuði (fer úr 7,4% niður í 7%).

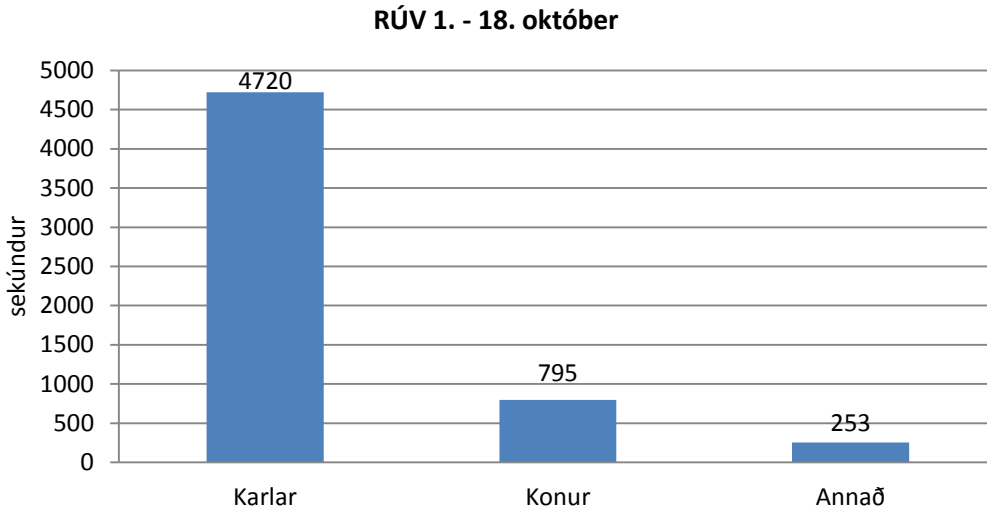
Karlmenn eru umfjöllunarefni í 89,6% tilfella hjá Stöð 2 í október og verður það að teljast fremur hátt hlutfall. Októbermánuður inniheldur m.a. deildarkeppni í handbolta og körfubolta í kvennaflokkum rétt eins og í karlaflokkum en umfjöllunin er þrátt fyrir það, frekar takmörkuð.



Mynd 10. Kynjahlutfall íþróttafréttanna Stöðvar 2 í október.

4.2.5 Kynjaskipting RÚV 1. - 18. október

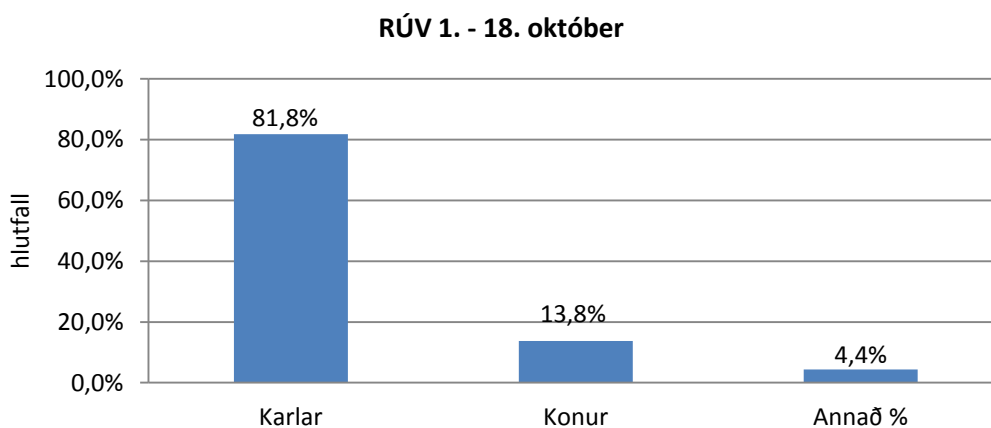
Eins og áður hefur komið fram, þá varð breyting á framleiðslu íþróttaféna á RÚV en breytingin fól ekki síst í sér lengri tímaramma. Hugmyndin með þessum breytingum var sú, að fleiri íþróttagreinir kæmust að og unnt væri að fjalla ítarlegar um allar íþróttir. Niðurstöður októbermánaðar verða því framsettar í tveimur tímabilum. Fyrra tímabilið er 1. – 18. október og síðara tímabilið er 19. – 31 október.



Mynd 11. Heildartími íþróttafréttá á RÚV 1. - 18. Október, eftir kyni.

Ekki er raunhæft að bera saman heildartíma októbermánaðar við heildartíma september, þar sem sekúndufjöldi breyttist mikið við breytingar íþróttapáttarins 19. október.

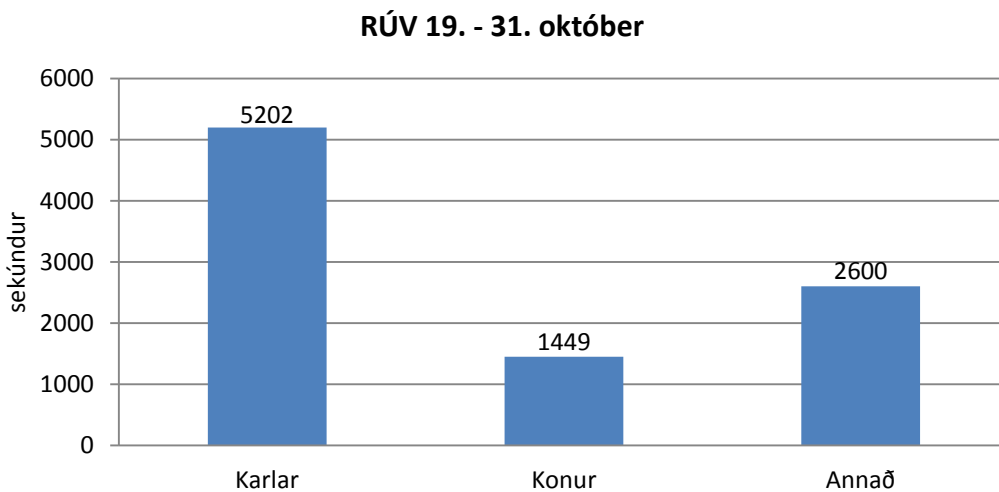
Að meðaltali eru þó lengri íþróttafréttir dag hvern þessa fyrstu 18 daga í október. Í september voru íþróttir að meðaltali í 296 sekúndur á dag en fyrstu átján daga október voru íþróttafréttir að meðaltali í 320 sekúndur á dag. Þarna munar tæplega hálfri mínútu en ástæðuna má að einhverju leyti rekja til aukinnar umfjöllunar vegna góðs árangurs íslenska karlalandsliðsins í knattspyrnu. Mynd 12 sýnir hlutfall íþróttfréttá eftir kynjum og þar hefur heldur dregið úr magni íþrótttefnis kvenna. Einungis 13,8% fréttá snúast um konur en í september var hlutfallið 16,4%.



Mynd 12. Kynjahlutfall íþróttafréttá á RÚV 1. - 18. október.

4.2.6 Kynjaskipting RÚV 19. – 31. október

Karlar halda áfram að vera í aðalhlutverki hjá RÚV eftir breytingarnar á íþróttapættinum. Það sem breytist einna helst, er að flokkurinn „Annað“ eykst mikið í umfangi. Þar vegur mest ýmiskonar spjall í myndveru en ekki er hægt að flokka það eftir kyni.

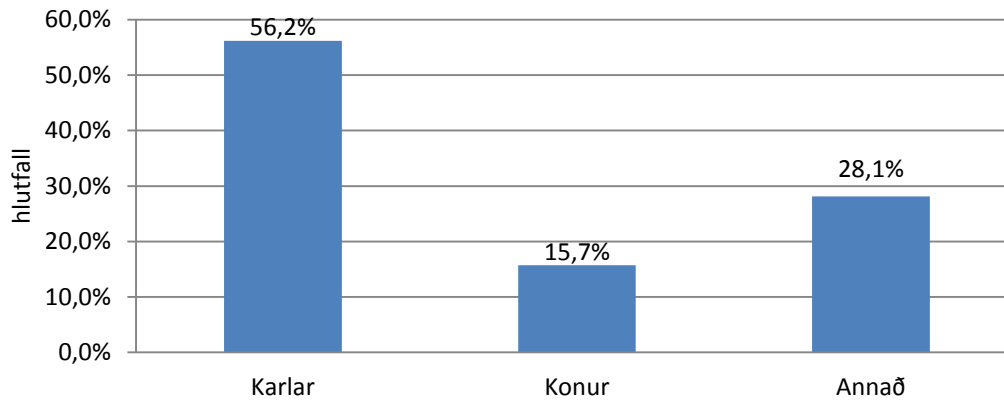


Mynd 13. Heildartími íþróttafreita á RÚV 19. - 31. Október, eftir kyni.

Hlutfallslega eykst hlutur kvenna ekki mikið við breytingarnar. Kvennaíþróttir voru sýndar í 15,7% tilfella eftir breytingarnar en voru í 13,8% fyrri hluta októbermánaðar. Þetta er því aukning sem nemur tæpum tveimur prósentustigum.

Mynd 14 sýnir kynjahlutfall íþróttafreita RÚV á tímabilinu 19. – 31. október. Fjölbreytnin virðist hafa aukist, að því leyti að karlar eru ekki með sömu yfirburða stöðu og í fyrri mánuði (81% í september) og fyrri hluta októbermánaðar (81,8%).

RÚV 19. - 31. október



Mynd 14. Kynjahlutfall íþróttafréttar á RÚV 19. - 31. október.

Breytingarnar virðast því í fljótu bragði ekki rétta hlut kvenna umtalsvert. Hluttur karla er búinn að minnka mjög mikið, fer úr 81,8% í 56,2%. Þetta er rúmlega 25% minna hlutfall karla en það sem er athyglivert, er sú staðreynd að allar þessar sekúndur skila sér ekki til kvenna.

Vissulega fá kvennaíþróttir aukna umfjöllun í gegnum flokkinn „annað“ en þar er oft farið um víðan völl. Karlar fá þó einnig sinn tíma þar og því má segja að hlutföllin í þessum flokki falli jafnt á milli kynjanna.

Eftir stendur því sú staðreynd að breytingarnar á dagskránni hjá RÚV, virkuðu aðallega á þann veg að karlar misstu mikinn tíma í íþróttafréttum en tími kvenna jókst frekar lítið í samræmi við þær breytingar.

Rétt er að geta þess að 11. október og 15. október lék íslenska karlalandsliðið í knattspyrnu tvo mikilvæga leiki og tryggði sér umspilsrétt í undankeppni HM. Næstu tvær vikur á eftir, var umfjöllun um landsliðið í algjöru hámarki þegar dregið var um mótherja Íslendinga og ekki síður um þá atburði sem snéru að meintu hneyksli í sölu aðgöngumiða á mikilvægasta landsleik Íslands í sögunni. Þetta gæti skýrt takmarkaðan hlut kvenna á þessu tímabili en engu að síður er niðurstaðan nokkuð slæm, ekki síst þar sem RÚV hefur skyldum að gegna gagnvart öllum landsmönnum og ber jafnframt að gæta jafnréttis milli kynja.

Engu að síður eru konur í sókn hjá RÚV, sé eingöngu horft til innlendra fréttar. Það sést best með því að skoða töflur 14 og 15 í næsta kafla.

4.2.7 Kynjaskipting erlendra og innlendra fréttu í október

Tafla 13. Íþrótttaefni Stöðvar 2 í október.

	Innlent efni	Erlent efni
Karlar	4151 (87,1%)	3929 (99,7%)
Konur	617 (12,9%)	12 (0,3%)

Tafla 14. Íþrótttaefni RÚV 1. - 18. október.

	Innlent efni	Erlent efni
Karlar	3228 (83,4%)	1492 (90,8%)
Konur	643 (16,6%)	152 (9,2%)

Tafla 15. Íþrótttaefni RÚV 19. - 31. október.

	Innlent efni	Erlent efni
Karlar	3307 (65,7%)	2237 (98,2%)
Konur	1728 (34,3%)	41 (1,8%)

5. Umræður

Rannsóknartilgátan „RÚV sinnir fleiri íþróttagreinum og íþróttum kvenna betur í sjónvarpsfréttum sínum heldur en Stöð 2 sem er einkarekin sjónvarpsstöð 365-miðla?“ er samkvæmt þeim gögnum sem fengust úr rannsókninni, að standast. Ríkissjónvarpið (RÚV) sinnir fleiri íþróttagreinum, sýnir meira frá íslenskum íþróttum og síðast en ekki síst sinnir RÚV íþróttum kvenna betur í fréttatímum sínum.

Stærstu boltagreinarnar (fótbolti, handbolti, körfubolti) eru mjög fyrirferðamiklar hjá báðum stöðvum. Rannsóknin leiddi í ljós að áherslurnar í september eru í sjálfu sér ekki ósvipaðar hjá RÚV og Stöð 2. Í septembermánuði fjölluðu 76% íþróttufréttar á RÚV um einhverja af þessum þremur boltagreinum á meðan hlutfallið var umtalsvert hærra hjá Stöð 2 eða 94,9%.

Það munar því tæpum 20 prósentustigum á þessum tveimur stöðvum en umfjöllun Stöðvar 2 snýst að langmestu leyti um knattspyrnu karla. Þetta er í samræmi við fyrri rannsóknir (Björn Björnsson og Ómar Freyr Rafnsson, 2010) en 365-miðlar voru með sýningarrétt á bæði íslenska og enska fótboltanum og lögðu áherslu á það efni sem kostaði fyrirtækið peninga en er um leið líklegt til að skila nýjum áskrifendum. Tæplega 70% allra íþróttufréttar á Stöð 2 í september fjölluðu um knattspyrnu karla á meðan hlutfallið var 51,9% hjá Ríkissjónvarpinu.

Svipað er uppi á teningnum þann hluta októbermánaðar þegar RÚV var með íþróttufréttir innan fréttatíma fréttastofu. Reyndar má sjá nokkra aukningu boltaíþróttufréttar þetta tímabil en að einhverju leyti má skýra aukninguna með því að benda á tvo landsleiki karlalandsliðsins 11. og 15. október en þessir leikir fengu gríðarlega mikið pláss í öllum íþróttufréttum, fyrir leikina, á meðan á leikjunum stóð og ekki síst eftir að þeim lauk. RÚV sýndi frá boltaíþróttum í 82,9% tilvika á þessu tímabili en það var auking um tæplega sjö prósentustig.

Stöð 2 dró heldur úr umfjöllun um boltaíþróttir í október en stöðin sýndi slíkar íþróttufréttir í 86,6% tilvika. Einnig dró úr umfjöllun um karlafótbolta en slíkar fréttir voru rúmlega 64% af öllum íþróttufréttum Stöðvar 2 í október. Þó að hlutfallið sé nokkuð hátt, minnkar það engu að síður umtalsvert frá fyrri mánuði, þegar það var 69,6%. Ástæðuna má að öllum líkindum rekja beint til þess að íslenskir knattspyrnumenn luku formlega keppni 28. september.

Athyglisverðar breytingar verða á dagskrá RÚV eftir breytingarnar á íþróttufréttum þeirra frá og með 19. október. Fleiri íþróttagreinar fá aukið vægi og meðal annars komast íþróttir fatlaðra og skíðamennska inn á topp-tíu listann á þessu tímabili. Boltaíþróttir hrynja niður

listann og eru 54,1% af sýningartímanum en það verður að teljast mikil umskipti frá þeim tæplega 83% sem þær höfðu fyrir breytingarnar.

Rétt er að benda á að í kjölfar þeirrar ákvörðunar RÚV að draga sig út úr fréttatímanum og lengja íþróttafréttirnar, hættu stöðvarnar að skiptast á íþróttafni. Forráðamenn íþróttadeildanna voru ekki sammála um hvernig túlka ætti þessar breytingar og svo fór að stöðvarnar skrúfuðu alveg fyrir þann sið að skiptast á efni. Þetta þýðir að sjálfsögðu að RÚV var ekki lengur með aðgang að miklu magni af boltaíþróttafni og má þar nefna ensku knattspyrnuna, Meistaradeild Evrópu og þýska handboltann. Að sama skapi fékk Stöð 2 ekkert íþróttafni af atburðum sem RÚV tók upp og má þar nefna frjálsar íþróttir, sund og fleira. Nærtækasta dæmið um hvernig þessar breytingar breyttu íþróttafréttum á RÚV má sjá á hlutfalli íþróttafréttanna um karlknattspyrnu. Fyrir „efnaskipta-stríð“, var knattspyrna karla 52,7% (1. – 18. okt) en hrapaði svo niður í 20,6% þegar efni frá Stö 2 hætti að berast til RÚV. Ekki má þó horfa framhjá þeirri staðreynd að verkefnum karlalandsliðsins í knattspyrnu var lokið, sem og allri knattspyrnu innanlands.

Eins og bent hefur verið á með tilvísun í fyrri rannsóknir (Hlíf Þorgeirsdóttir, 2010), er ákveðin venja fyrir því að kynjahalli sé í íþróttafréttum. Karlar fá mikið pláss en konur hafa um árabíl átt undir högg að sækja. Hlutverk RÚV er samkvæmt lögum að sinna öllum íþróttagreinum, stuðla að jafnrétti og fjölbreytni í efnisvali sínu. Íþróttafréttum RÚV er heilt yfir, umtalsvert betur skipt á milli kynjanna heldur en fréttum Stöðvar 2 en þó má gagnrýna ríkisfjölmíðilinn fyrir að sinna kvennaíþróttum ekki betur en raun ber vitni.

Þó að hlutfallið sé betra hjá RÚV, er ekki þar með sagt að hlutfallið sé nógu gott. RÚV var með íþróttafréttir sem fjölluðu um konur í 13-16% tilvika á meðan rannsóknin var framkvæmd. Stöð 2 var á sama tíma með umfjöllun um konur í 7% tilvika. Athyglisvert er að skoða breytinguna eftir 19. október en svo virðist sem minnkandi hlutfall karlkyns íþróttafréttanna skili sér ekki til kvenna. Íþróttafréttirnar á RÚV verða vissulega fjölbreyttari en hlutfall fréttanna sem fjalla um konur mjög lítið (fer úr 13,8% í 15,7%). Fréttirnar verða frekar á „gráu svæði“, þar sem erfitt eða ómögulegt reynist að flokka þær sem karla- eða kvennafréttir. Þarna er klárlega möguleiki fyrir RÚV að bæta sig og sinna enn betur því hlutverki sem stofnunin á að sinna samkvæmt lögum.

Undirritaður hefur í starfi sínu fengið að sjá hvaða íþróttafréttir „selja“ betur en aðrar. Ágæt mæling fæst t.d. úr vefkerfi ruv.is en þar fá fréttir um konur nánast aldrei mikla athygli. Frétt um Íslandsmet í kvennaflokki í íþróttagrein sem ekki þykir vera „spennandi“ (sund er gott

dæmi en þar eru sett Íslandsmet nánast á hverju móti), fær alltaf miklu minni lesningu en frétt um hugsanleg kaup Manchester United á einhverjum miðlungsleikmanni. Þetta er staðreynd líklega stjórnar það framsetningu og forgangi þeirra fréttu sem íþróttafréttamenn birta. Höfundur getur aðeins talað út frá eigin hugmyndum en klárlega hefur það komið fyrir í starfi mínu sem íþróttafréttamaður, að ég hafi birt frekar „ómerkilega“ frétt um vinsæla íþróttagrein, heldur en „merkilegri“ frétt um íþróttagrein sem fær nánast enga athygli.

Ágætt dæmi var úrslitaleikur Íslandsmótsins í krullu en þar velti höfundur alvarlega fyrir sér, hvort að hann ætti að „fórna“ þeirri frétt fyrir nokkur glæsileg mörk úr fótboldadeild sem ekki telst til þeirra stærstu í heiminum.

Áhugi höfundar á viðfangsefninu var kveikjan að því að rannsóknin var gerð. Íþróttir og allt sem þeim tengist eru órjúfanlegur hluti af lífi höfundar og nú bendir margt til þess að íþróttafréttamennska sé það fag sem undirritaður muni sinna næstu árin. Þetta setur höfund í góða stöðu til að fjalla um málið af þekkingu og einnig eykur það möguleikann á því að nálgast nothæft efni í rannsóknina. Gallinn getur hins vegar verið sá að höfundur ritgerðar er í starfi hjá öðrum aðilanum sem í rannsókninni er. Þannig gæti skapast sú hætta að höfundur sé orðinn samdauna vinnuumhverfi sínu og reki því ekki augun í hugsanlega vankanta á rannsókninni og gagnaúrvinnslu. Annað sem mætti bæta í rannsókninni er lengd þess tímabils sem rannsakað er. Tveir mánuðir af tólf gefa ekki heildstæða mynd af íþróttafréttum beggja sjónvarpsstöðva og hugsanlegt er að niðurstöðurnar yrðu á annan veg, ef tímabilið yrði 6-12 mánuðir. Einnig er það forvitnilegt og óheppilegt á sama tíma, að RÚV skyldi ákveða stórar breytingar á íþróttafréttum sínum akkúrat á meðan rannsókn stóð. Þessar breytingar höfðu auðvitað mikil áhrif á niðurstöðurnar en einmitt þess vegna var niðurstöðum rannsóknarinnar skipt í „fyrir og eftir breytingar“. Fylgífiskur þessara breytinga (stopp á öll efnaskipti á milli stöðvanna) hefur því haft áhrif á þær niðurstöður sem fengust.

Ríkisútvarpið sinnir skyldum sínum um fjölbreytni í efnisvali en þó er ekki hægt að horfa framhjá þeirri staðreynd að boltaíþróttir karla eru mjög fyrirferðamiklar. Fækkun starfsmanna undanfarin misseri og harkalegur niðurskurður hefur sett íþróttadeild RÚV í erfiða stöðu.

RÚV getur ekki eingöngu treyst á fjárframlög frá ríkinu og þarf að nálgast fjármuni á hinum almenna auglýsingamarkaði, rétt eins og einkareknu sjónvarpsstöðvarnar. Hægt er að velta fyrir sér hvort að íþróttadeild RÚV myndi sinna íþróttum á annan hátt, fengi deildin hærri fjárframlög úr ríkissjóði eða yrði umfjöllunin áfram mest um þá íþróttaviðburði sem selja best í formi kostunar og auglýsinga?

Hvort að stofnunin nái að halda áfram að sinna sínu hlutverki, ræðst af því hvort að nauðsynlegur fjöldi starfsmanna, tækjabúnaður og fjármagn verði til staðar. Án þessara hluta, mun Íþróttadeild RÚV eiga í vandræðum með að sinna lögbundnum skyldum sínum að mati höfundar.

6. Þakkir

Höfundur vill koma á framfæri þökkum til leiðbeinenda sinna í ritgerðinni, sem gáfu sér ávallt tíma til að breyta og bæta ritgerðina og verkefnið af heillindum. Einnig fá samnemendur mínir í náminu þakkir fyrir margar góðar hugmyndir og nauðsynlegan félagsskap. Sérstakar þakkir fær konan mín, Lilja Valdimarsdóttir, sem hefur alltaf stutt mig af öllum mætti í því sem ég hef tekið mér fyrir hendur. Ég tileinka þessa ritgerð börnunum mínum þremur, sem hvert á sinn hátt hafa gefið mér svo mikið í lífinu.

Heimildaskrá

- Alþingi. (9. mars 2009). *Frumvarp til laga um fjölmiðla*. Sótt 23. apríl 2014 frá www.althingi.is: <http://www.althingi.is/altext/138/s/0740.html>
- Alþingi. (20. apríl 2011). *Lög um fjölmiðla*. Sótt 2. maí 2014 frá www.althingi.is: <http://www.althingi.is/lagas/141b/2011038.html>
- Amalía Björnsdóttir. (2003). Útskýringar á helstu tölfræðihugtökum. Í S. H. Kristjánsson (Ritstj.), *Handbók í aðferðafræði og rannsóknum í heilbrigðisvísindum* (1. útg., bls. 117). Akureyri: Háskólinn á Akureyri.
- Berg, C. E., Lowe, G. F., & Lund, A. B. (2013). *A market failure perspective on Value creation in psm. The Value of public service media*. (G. F. Lowe, & F. Martin, Ritstj.) Gautaborg: Nordicom.
- Björn Björnsson og Ómar Freyr Rafnsson. (2010). Íprótttaumfjöllun í sjónvarpi. Háskóli Íslands, Félags- og mannvísindadeild.
- Bourdieu, P. (1998). *On Television and Journalism*. London: Pluto Press.
- Capacent. (2010). *Fjölmiðlar*. Sótt 29. júní 2012 frá Capacent: <http://www2.capacent.is/?PageID=194&templateid=50>
- Capacent. (2010). *Fjölmiðlar*. Sótt 10. apríl 2012 frá Capacent: <http://www2.capacent.is/?pageid=59&templateid=50>
- Chomsky, N., & Herman, E. S. (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Coakley, J. (2007). *Sports in society: Issues and Controversies* (9. útg.). New York: McGraw-Hill.
- Engblom, L. A., & Wormbs, N. (2007). *Radio och TV efter monopolet. En kamp om politik, pengar, public och teknik*. Stokkhólmi: Ekerlids Förlag.
- Enski boltinn áfram hjá 365 miðlum. (6. febrúar 2014). *Viðskiptablaðið*, 4.
- Helland, K., & Solberg, H. A. (2007). Journalism. An instrument to promote TV Sports Rights? Í M. Desbordes (Ritstj.), *Marketing and Football* (bls. 51-83). London: Elsevier.

- Hlíf Þorgeirsdóttir. (2010). Hvað er að fréttu af fimleikum? Reykjavík: Háskóli Íslands, Félagsvísindadeild.
- Isiofidis, P. (27. janúar 2004). *Public Television in Small EU Member States: Challenges and Strategies*. Sótt 2. maí 2014 frá <http://www.yle.fi/ripe/2004/>
- Íþróttá- og Ólympíusamband Íslands. (2011). Sótt 12. apríl 2012 frá Heimasíða Íþróttá- og Ólympíusambands Íslands: <http://www.isi.is/library/content/files/public/skjol/Rit/Tolfraedi/I%C3%B0kendur%202010.pdf>
- Kjartan Ólafsson (ritstjóri). (2006). *Sports, media and stereotypes - women and men in sports and media*. Akureyri: Jafnréttisstofa.
- Kolbeinn Tumi Daðason. (2013). Íþróttáfréttamennska á Íslandi. Íþróttáumfjöllun um karla og konur á íslenskum vefmiðlum. Reykjavík: Háskóli Íslands, Félags- og mannvísindadeild.
- Melnick, M. J. (1993). Searching for sociability in the stands: A theory of sports spectating. *Journal of sport*, 44-60.
- NASA. (19. júlí 2013). www.nasa.gov. Sótt 30. apríl 2014 frá NASA: http://www.nasa.gov/mission_pages/apollo/missions/apollo11.html#.U2FaZFfIk-A
- Nielsen Ratings. (8. september 2008). Sótt 30. apríl 2014 frá Nielsen.com: <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2008/beijing-olympics-draw-largest-ever-global-tv-audience.html>
- Nissen, C. S., & Lowe, G. F. (2011). *Small Among Giants: Television Broadcasting in Smaller Countries*. Göteborg: Nordicom.
- Noam, E. (1991). *Television in Europe*. New York: Oxford University Press.
- Poole, G. A. (2009). Back to the future. *Columbia Journalism Review*, 47(5), 19-21.
- Ragnar Karlsson. (14. maí 2010). *Frumvarp til laga um fjölmiðla*. Sótt 2. maí 2014 frá www.althingi.is: <http://www.althingi.is/altext/138/s/0740.html>
- Ragnar Karlsson. (2010). Íslenskt sjónvarp eða sjónvarp á Íslandi? *Rannsóknir í félagsvísindum XI*, 226-241.

- Ramen, F. (2007). *Basketball: Rules, tips, strategy and safety*. New York: The Rosen publishing group.
- Raney, A. A., & Bryant, J. (Ritstj.). (2006). *Handbook of sports and media*. New Jersey: Mahwah.
- Skjár einn og Sýn gerðu tilboð í sýningar enska boltans. (11. nóvember 2006). *www.mbl.is*. Sótt 30. apríl 2014 frá <http://www.mbl.is/greinasafn/grein/1113517/>
- Stöð 2 Sport sýnir HM í handbolta*. (10. ágúst 2010). Sótt 30. apríl 2014 frá *mbl.is*: http://www.mbl.is/sport/handbolta/2010/08/10/stod_2_sport_synir_hm_i_handbolta/
- Ward, D. (2006). Can the market provide? Public Service Media, market failure and public goods. Í C. S. Nissen (Ritstj.), *Making a difference: Public Service Broadcasting in the European Media Landscape*. Eastleigh: John Libby Publishing.
- Woods, R. B. (2007). *Social issues in sports*. Illinois: Champaign.
- Þjónustusamningur. (24. maí 2011). *Vefsíða Ríkissjónvarpsins*. Sótt 2. maí 2014 frá *www.ruv.is*: http://www.ruv.is/files/thjonustusamningur_juni_2011.pdf
- Þorbjörn Broddason. (2005). *Ritlist prentlist nýmiðlar*. Reykjavík: Háskólaútgáfan.