



HÁSKÓLI ÍSLANDS

Félags- og mannvísindadeild

MA-ritgerð

Blaða- og fréttamennska

Hvað er að fréttastofum?

Hlíf Þorgeirsdóttir

Júní 2010



HÁSKÓLI ÍSLANDS

Félags- og mannvísindadeild

MA-ritgerð

Blaða- og fréttamennska

Hvað er að fréttastofum?

Hlíf Þorgeirsdóttir

Júní 2010

Leiðbeinandi: Valgerður Anna Jóhannsdóttir

Nemandi: Hlíf Þorgeirsdóttir

Kennitala: 230368-5549

Ágrip

Þessi ritgerð er fræðilegur hluti meistaraverkefnis í blaða- og fréttamennsku við félags- og mannvísindadeild Félagsvísindasviðs Háskóla Íslands. Í ritgerðinni er fjallað um íþróttafréttir og hvað er fjallað um þar og hvað ekki.

Sagt er frá hlutverki og ábyrgð fjölmiðla og dagskrárvaldi þeirra. Fyrri rannsóknir um íþróttir í fjölmiðlum eru skoðaðar, bæði innlendar og erlendar. Einnig er litið á forvarnir og hlutverk íþróttar í samfélaginu. Fjölmennur hópur Íslendinga æfir mismunandi íþróttagreinar en einhverra hluta vegna njóta þær mismikillar hylli íþróttafréttamanna.

Í rannsóknarhluta ritgerðarinnar er varpað ljósi á það hvað ræður því hvað ratar í íþróttafréttir og hvað ekki. Tekin voru viðtöl við alla skráða einstaklinga innan Samtaka íþróttafréttamanna og einnig sendar spurningar til 27 sérsambanda innan Íþróttar- og Ólympíusambands Íslands.

Markmiðið með rannsókninni var að varpa ljósi á það hvað ræður því hvað ratar í íþróttafréttir og hvað ekki og að opna á umræðu um mikilvægi þess að fjalla um allar íþróttagreinar í ljósi þess hvaða áhrif fjölmiðlar hafa.

Niðurstöður leiddu í ljós að íþróttafréttamenn eru einsleitir hópur karla sem allir hafa stundað fótbolta. Flestir þeirra töldu sig hafa mesta þekkingu á boltaíþróttum og þar lá líka áhugasvið þeirra. Boltagreinar voru ríkjandi í svörum hjá íþróttafréttamönnum á mörgum sviðum og má leiða líkur að því að það hafi áhrif á hvað fjallað er um í íþróttafréttum. En aðrir þættir hafa líka áhrif eins og þekking, framboð, auglýsingatekjur, áskriftargjöld, tímaleysi og eða plássleysi.

Abstract

This essay is the theoretical part of a final thesis in Journalism and Mass communication at the Department of Human and Social Sciences at the University of Iceland. The essay analyzes sports news with regards to its coverage

Roles and responsibility of media and their program content is discussed. Previous research on sports in the media is reviewed, both domestic and foreign. The essay also looks at prevention and the role of sports in society. Large part of the population of Iceland practices different types of sports, but only a subset of them find their way into media coverage.

The theoretical part of the thesis sheds light on what determines which sports find their way into sports news and which sports do not. Recorded interviews were conducted with all members of the Union of Sports Journalists. Questions were also sent to all 27 sport federation within The National Olympic and Sports Association of Iceland.

Objective of the study is to bring to the forefront how important role media plays in exposure to different types of sports.

Results showed that sports journalists are homogeneous group of males who have all pursued soccer. Most of them felt they had the most knowledge of ball related sports and in that field also lied their interests. Ball related sports were dominant in correspondence with the sports journalists in many areas and is likely to affect what is covered in the sports news. Other factors also play a role such as knowledge, availability, advertising revenue, subscription fees, time and availability of space.

Formáli

Höfundur þessarar ritgerðar hefur starfað innan fimleikahreyfingarinnar í 37 ár. Fyrst sem almennur iðkandi, síðan keppandi, dómari, þjálfari, og foreldri barns í fimleikum, og hefur einnig setið í stjórn Íþróttafélagsins Gerplu og í nefndum Fimleikasambands Íslands (FSÍ). Höfundur situr nú í nefnd um fimleika fyrir alla hjá Fimleikasambandi Íslands og er fulltrúi í nefnd hjá Evrópska fimleikasambandinu (UEG).

Vegna þessara tengsla höfundar við íþróttahreyfinguna hefur hann í gegnum árin fylgst mikið með umfjöllun íþróttafréttanna í fjölmiðlum, og séð að mismikið er fjallað um íþróttagreinar. Það hefur alltaf vakið undrun höfundar, en nú var tækifærið komið til að kanna hverju þetta sætir.

Þessi ritgerð er lokaverkefni í meistaranámi í blaða- og fréttamennsku við félags- og mannvísindadeild Háskóla Íslands. Vægi ritgerðar er 30 ECTS einingar og skiptist í tvo hluta, sem hvor um sig er 15 ECTS einingar. Þessi hluti er fræðilegi hlutinn og var unninn undir handleiðslu Valgerðar Önnu Jóhannsdóttur. Hinn hlutinn er útvarpsþáttur þar sem fjallað verður um fimleika, sá partur er unninn undir handleiðslu Guðna Tómassonar.

Efnisyfirlit.

Ágrip	3
Abstract	4
Formáli	5
Efnisyfirlit	6
Myndaskrá	7
1 Inngangur	8
1.1 Uppbygging ritgerðar	8
2 Markmið og rannsóknarspurningar	9
2.1 Markmið	9
2.2 Rannsóknarspurningar	9
3 Hlutverk fjölmiðla	10
3.1 Dagskrárvald fjölmiðla (agenda setting)	11
3.2 Vald fjölmiðla	15
4 Íþróttir í fjölmiðlum	17
4.1 Fyrri rannsóknir um íþróttir	18
4.2 Hlutverk íþróttar í samfélaginu	21
4.3 Íþróttir og forvarnir	22
5 ÍSÍ	24
5.1 Samtök Íþróttifréttaamanna	24
5.2 Íþróttir og peningar	25
6 Rannsókn og framkvæmd	26
6.1 Úrvinnsla viðtala við íþróttifréttaamenn	27
6.2 Úrvinnsla svara frá sérsamböndunum	36
7 Niðurstöður og umræður	39
7.1 Hver heldur boltanum á lofti?	39
8 Lokaorð	45
Heimildir	48
Viðauki	51

Myndaskrá

Mynd 1 Aldur íþróttafréttamanna.....	27
Mynd 2 Menntun íþróttafréttamanna.....	28
Mynd 3 Íþróttagreinar sem íþróttafréttamennirnir hafa stundað	28
Mynd 4 Þær íþróttagreinar sem makar og börn íþróttafréttamanna stunda eða hafa stundað.....	29
Mynd 5 Íþróttagreinar sem íþróttafréttamennirnir höfðu mest gaman af að skrifa/fjalla um.	30
Mynd 6 Íþróttagreinar sem íþróttafréttamönnum þótti skemmtilegast að horfa á.....	30
Mynd 7 Þær íþróttagreinar sem íþróttafréttamennirnir hafa mestu þekkinguna á (flestar töldu upp 2-4 íþróttagreinar).....	35
Mynd 8 Þær greinar sem sérsamböndin telja að fái mestu umfjöllunina í fjölmiðlunum	37

1 Inngangur

Fjölmiðlar eru eitt af áhrifaríkustu öflum samtímans. Þeir móta skoðanir og viðhorf fólks í miklum mæli í nútíma samfélögum. Fjölmiðlarnir bera því mikla ábyrgð. Þeir hafa vald til að ákveða hvað fjallað er um hverju sinni. Íþróttir eru mikið stundaðar á Íslandi og um allan heim en samkvæmt tölum frá ÍSÍ voru tæplega 110 þúsund iðkendur skráðir innan íþróttasambandanna á Íslandi árið 2008. Þetta er fjölmennur hópur sem æfir mismunandi íþróttagreinar, en 27 sérsambönd eru skráð hjá Íþrótt- og Ólympíusambandi Íslands. Þar að auki æfir fjöldinn allur af fólki íþróttir sér til heilsubótar og gamans án þess að vera í félagi eða sérsambandi.

Einhverra hluta vegna er mismikið fjallað um einstakar íþróttagreinar í fjölmiðlum landsins. Boltagreinar eru þar vinsælastar. Fótbolti, handbolti og körfubolti einoka nánast alla íþróttaumfjöllun hér á landi sem og erlendis. Margar íþróttagreinar rata sjaldan í fjölmiðla.

Fótbolti er vinsælasta íþróttagreinin ef litið er til iðkendafjölda hér á landi. Golfið er í öðru sæti hestaiþróttir koma næstar og svo fimleikar í fjórða sæti. Íþróttافرéttir í dagblöðum og ljósvakamiðlum endurspeglar ekki þennan veruleika nema að hluta því rannsóknir sýna að mest er fjallað um boltagreinar. Aðrar fámennari íþróttagreinar fá litla sem enga athygli fjölmiðla.

1.1 Uppbygging ritgerðar

Ritgerðin skiptist í átta kafla og nokkra undirkafla. Í upphafi er ágríp af efni ritgerðarinnar bæði á íslensku og á ensku, þar má einnig finna formála, efnisyfirlit og myndaskrá. Í fyrsta kafla er inngangur ásamt uppbyggingu ritgerðar. Í öðrum kafla eru markmið og rannsóknarspurningar kynntar. Í þriðja kafla er fjallað um hlutverk fjölmiðla og dagskrárvald fjölmiðla þar sem gerð er grein fyrir nokkrum fjölmiðlakeningum. Fjórði kaflinn snýr að íþróttum í fjölmiðlum, eldri rannsóknir eru skoðaðar og fjallað lítillega um hlutverk íþróttar í samfélaginu og forvarnir. Í fimmta kafla er Íþrótt- og Ólympíusamband Íslands kynnt og Samtök íþróttافرéttamanna. Fjallað er lítillega um íþróttir og fjármál. Sjötti kafla inniheldur rannsóknina sjálfa, úrvinnslu hennar og í sjöunda kaflanum eru niðurstöður dregnar saman ásamt umræðum. Í áttunda kafla eru lokaorð en heimildaskrá má finna aftast ásamt viðauka.

2 Markmið og rannsóknarspurningar

2.1 Markmið

Í þessari ritgerð verður fjallað um íþróttافرétir og hvað er fjallað um þar og hvað ekki. Kannað er hvort íþróttaiðkun eða áhugi íþróttافرéttamanna skipti þar máli eða hvort aðrir þættir spili inni. Viðhorf sérsambanda ÍSÍ til umfjöllunar fjölmiðla verður einnig kannað.

Markmiðið með þessari ritgerð er meðal annars að varpa ljósi á hvað ræður því hvað ratar í íþróttافرétir og hvað ekki, og að stuðla að umræðu um mikilvægi þess að fjalla um allar íþróttagreinar í ljósi áhrifa fjölmiðla.

Í Samtökum íþróttافرéttamanna eru 16 manns, allt karlar. Flestir þeirra starfa á dagblöðum, útvarps- og sjónvarpsstöðvum. Tekin voru viðtöl við alla nema þrjá, en þeir voru annaðhvort í námsleyfi eða ekki starfandi við þá miðla sem nefndir voru að ofan.

Sérsamböndunum 27 innan ÍSÍ var sendur tölvupóstur með spurningum um viðhorf þeirra til umfjöllunar fjölmiðla um íþróttir. Á svörum sérsambandanna og íþróttافرéttamannanna er ritgerðin byggð.

2.2 Rannsóknarspurningar

1. Hefur íþróttaiðkun eða áhugasvið íþróttافرéttamanna áhrif á val þess íþróttæfnis sem fjallað er um í fjölmiðlum?
2. Af hverju er áhersla á boltaíþróttir í fjölmiðlum?
3. Hver/hvað ræður því hvaða íþróttir er fjallað um í fjölmiðlum?

3 Hlutverk fjölmiðla

Fjölmiðlar gegna stóru hlutverki og bera mikla ábyrgð í nútíma samfélagi. Margir fræðimenn telja að miðlarnir séu eitt af áhrifaríkustu öflum samtímans þar sem þeir móti skoðanir og viðhorf fólks víða um heim.¹

Starf fjölmiðla er verndað af tjáningarfrelsisákvæðum ýmissa alþjóðasáttmála, eins og 10. gr. Mannréttindasáttmála Evrópu, 19. gr. alþjóðasamnings um borgaraleg og stjórnmálaleg réttindi og 19. gr. mannréttindayfirlýsingar Sameinuðu þjóðanna, auk 73. gr. stjórnarskrár Íslands.²

Í nýju frumvarpi til laga um fjölmiðla segir að markmið laganna sé að stuðla að tjáningarfrelsi, frelsi til upplýsinga, fjölmiðlalæsi, fjölbreytni og fjölraði í fjölmiðlun. Með því móti sé stuðlað að því að hugmyndir og skoðanir fátta ráðandi einstaklinga innan miðlanna séu ekki ríkjandi. Þannig getur almenningur metið upplýsingar og tekið afstöðu til þess er þeir miðla.³

Samkvæmt frumvarpinu eiga fjölmiðlar að miðla fjölbreyttu efni og stuðla að því að mismunandi sjónarmið komi fram. Þeir eiga að gefa ólíkum hópum samfélagsins kost á að tjá skoðanir sínar og sjónarmið og stuðla að gagnkvæmum skilningi og virðingu fyrir ólíkum sjónarmiðum mismunandi hópa í samfélaginu.⁴

Margbreytileg fjölmiðlun stuðlar að menningarlegri fjölbreytni í samfélaginu hverju sinni. Fjölbreytnin hjálpar almenningi að taka afstöðu, meta og að taka þátt í lýðræðislegum ákvörðunum. Hlutverk fjölmiðla er líka að veita stjórnvöldum aðhald. Auk hinna þriggja arma ríkisvalds, löggjafavalds, dómsvalds og framkvæmdavalds eru fjölmiðlar hið svokallaða „fjórða vald“. Ekki er hægt að meta til jafns vald fjölmiðla og ríkisins en óneitanlega hafa fjölmiðlarnir mikið vald þar sem þeir geta haft áhrif á skoðanir almennings.

Hornsteinn faglegs fréttáflutnings er að setja upplýsingar í rétt samhengi og að sleppa engu sem getur haft áhrif á upplýsingagildi fréttarinnar. Það er því hlutverk fréttamanns að búa til leiðarvísi fyrir hinn almenna borgara svo að hann geti tekið þátt í þjóðfélagsumræðunni hverju sinni og tekið afstöðu. Nauðsynlegt er að miðla upplýsingum og

¹ McQuail, 2005:164

²<http://echr.coe.int/echr/en/hudoc>

³ http://www.menntamalaraduneyti.is/media/MRN-pdf/Frumvarp_til_laga_um_fjolmidla_2009.pdf

⁴http://www.menntamalaraduneyti.is/media/MRN-pdf/Frumvarp_til_laga_um_fjolmidla_2009.pdf

flytja fréttir frá öllum þjóðfélagshópum. Ein leið til að auka fjölbreytni umfjöllunarefnis fjölmiðla er að fréttamenn komi úr ólíkum hópum samfélagsins og hafi ólíkan bakgrunn, skoðanir og áhugamál.⁵

Blaða- og fréttamenn, líkt og margar aðrar starfstéttir, hafa langan vinnudag og segja má að þeir yfirgefi aldrei vinnuna sína því þeir virðast alltaf vera á verði og í leit að fréttæfni.⁶ Það er þó nokkuð augljóst að fjölmiðill getur aldrei flutt eða birt nema brot af öllu því efni sem honum berst eða hann aflar sér⁷

Blaða- og fréttamenn þurfa sjálfir að hafa tilfinningu fyrir ábyrgð sinni í starfi. Þeir geta þó stuðst við siðareglur Blaðamannafélags Íslands sem endurspeglast í reglum sem blaða- og fréttamenn víða um heim hafa sett sér. Almennigur verður að geta treyst því að fjölmiðlar séu ekki undir áhrifum frá hagsmunaaðilum og að umfjöllun miðlanna mótist ekki af persónulegum skoðunum ritstjóra né fréttamanna.⁸

3.1 Dagskrárvald fjölmiðla (agenda setting)

Fjölmiðlar hafa það vald að ráða því hvað þeir birta og hvernig þeir beita áhrifum sínum, hugtak þessu ná tengt er dagskrárvald fjölmiðla.⁹

Blaða- og fréttamenn taka meðvitað og ómeðvitað ákvarðanir um það hvernig á málum er tekið og hvernig fjallað er um fréttirnar eða atburðinn (hvernig þeir ramma inn textann).¹⁰

Á fyrstu áratugum 20. aldarinnar snérist helstu fjölmiðlakeningar um það að miðlarnir væru mjög áhrifamiklir og að neytendur væru viljalaus verkfæri. Fjölmiðlar voru taldir hafa áhrif á viðmið, skoðanir og hegðun fólks.¹¹

Árið 1938 flutti bandaríska útvarpsstöðin CBS leikrit undir stjórn Orson Welles sem fjallaði um innrás Marsbúa á Bandaríkin. Áhrifin sem þessi flutningur hafði á um eina milljón Bandaríkjamanna var ótrúlegur, fólk var skelfingu lostið og hélt að New York væri rústir einar eftir eiturefnaárás Marsbúanna. Sumir hlustendur flúðu heimili sín í ofboði, og símalínur til fjölmiðla voru rauðglóandi. Þetta dæmi sannar það ekki að neytendur séu viljalaus verkfæri en sýnir fram á áhrifin sem miðlar geta haft.

⁵ Skýrsla nefndar menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla 2005

⁶ Þorbjörn Broddason, 2005a:159

⁷ Þorbjörn Broddason, 2005b:33

⁸ Skýrsla nefndar menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla 2005

⁹ McQuail, 2005:548

¹⁰ McQuail, 2005:548

¹¹ McQuail, 2005:458

Um miðbik 20. aldarinnar þóttu fjölmiðlarannsóknir benda til þess að áhrif fjölmiðla væru óbein og takmörkuð. Rannsóknir bentu til þess að þær upplýsingar sem neytandinn fékk frá miðlinum breyttu ekki viðhorfum hans og að ekki væri jafnaðarmerki á milli breyttra viðhorfa og breyttrar hegðunar.¹²

Á seinni hluta 20. aldarinnar birtust fyrstu niðurstöður langtímarannsóknna. Þessar rannsóknir sýndu að fjölmiðlar hafa félagsleg áhrif sem hægt er að nýta til að ná félagslegum – og stjórnmálalegum völdum. Sjónvarpið kom til sögunnar og átti það stóran þátt í því að endurvekja trúna á áhrif og vald fjölmiðla.¹³

Allt frá árinu 1900 hafa ný sjónarmið komið fram í fjölmiðlafræðikenningum. Þessi sjónarmið útiloka ekki fyrri tímabil en litið er svo á að fólk sé mjög háð fjölmiðlum í sínu daglega lífi en um leið hafi hver og einn skilning á því sem hann sér og heyrir. Fjölmiðlar segi fólki hvað það eigi að hugsa um en ekki hvað það eigi að hugsa.¹⁴

Kenningar um fjölmiðla og áhrif þeirra hafa verið allt frá því að fjölmiðlarnir teljist hafa fullkomið vald eða áhrif á neytandann til þess að vera áhrifalitlir.¹⁵

Kenningin um dagskrárvald (agenda setting) kom fyrst fram um 1972. Það voru þeir Maxwell McCombs og Donald Shaw sem kynntu niðurstöður rannsóknar sinnar sem þeir gerðu 1968 á áhrifum fjölmiðla í forsetakosningunum í Chapel Hill í Norður Karólínu.¹⁶

Rannsókn þeirra sýnir mikla fylgni á milli þess sem fjölmiðlarnir birtu og þess sem almennum neytendum fjölmiðla fannst vera mikilvægt.¹⁷ Þeir rannsökuðu um 100 óákveðna kjósendur og athuguðu hvað þeim fannst vera mikilvægast og báru saman við það sem fjölmiðlarnir töldu mikilvægast eða það sem fjölmiðlarnir fjölluðu um á þeim tíma. Niðurstaðan var nánast eins og þeir bjuggust við, það er að fólk hafi sömu skoðun og fjölmiðlarnir sögðu þeim að hafa. Samkvæmt kenningunni segja fjölmiðlarnir ekki fólki hvað það eigi að hugsa, heldur hvað það eigi að hugsa um.¹⁸

Walter Lippmann benti á í bók sinni *Public Opinion. The World Outside and the Pictures in our Heads* sem kom út árið 1922¹⁹ að þær upplýsingar sem birtast í miðlunum leiki lykilhlutverk við að móta raunveruleikaskynjun fólks. Hann sagði að almenningi sé

¹² McQuail, 2005:458-459

¹³ McQuail, 2005:459-460

¹⁴ McQuail, 2005:461-462

¹⁵ Alda Guðrún Áskelsdóttir, 2009

¹⁶ McCombs, 2004:x-xi

¹⁷ McQuail, 2005:512

¹⁸ Þorbjörn Broddason, 2005c

¹⁹ McCombs, 2004:3

sagt frá heiminum áður en það sjái hann í raun og að fólk ímyndi sér flesta hluti áður en það upplifi þá.²⁰ Með þessum ábendingum Lippmanns var kominn grunnur af því sem seinna varð „agenda setting“.

Miðlar geta gefið einu máli meira vægi en öðru með því að fjalla ítrekað um það mál og haft þar með áhrif á það sem almenningur hugsar. En mikil samsvörun er á milli þeirra mála sem mestu umfjöllunina fá í fjölmiðlum og hvernig fólk hugsar og raðar málum eftir mikilvægi.

Fréttamiðill getur aðeins flutt brot af öllu því efni sem honum berst eða hann aflar sér, og ekki er til neinn endanlegur mælikvarði á mikilvægi fréttæfnis. Orðið *mikilvægt* er afstætt, en best væri fyrir fjölmiðil að segja frá þeim atburðum sem snerta almenning mest og sem ætla má að hafi áhrif á líf neytanda miðilsins.²¹

Fræðimaðurinn Marshall McLuhan hélt því fram að prentið hefði gengið af ættbálka-samfélaginu dauðu í hinum vestræna heimi en rafvæðingin hefði endurvakið það í heimsporpi samskiptabyltingarinnar.²²

Frægasta kenning hans er líklega hin meitlaða setning „medium is the message“ sem vísar til þess að boðskapur fjölmiðla er þeir sjálfir. Eða með öðrum orðum að boðskiptahættirnir móti veruleikann.²³ McLuhan taldi að miðillinn væri framlenging á okkur sjálfum, eins og hamar væri framlenging handa okkar og hjól væri framlenging fóta okkar.²⁴ Kenningar McLuhans hafa verið gagnrýndar af mörgum en margir telja að hann eigi vaxandi erindi við samtímann.²⁵

Þá er vert að minnst á félagsnámskenninguna (social learning) og ræktunarkenninguna (cultivation). Þær kenningar hafa verið notaðar til að útskýra áhrif fjölmiðla á fólk.

Fræðimaðurinn Albert Bandura er leiðandi í félagsnámskenningunni, en samkvæmt henni er líklegt að fólk líki eftir hegðun fyrirmyndanna sem það sér í sjónvarpinu.²⁶ Félagsnámskenningin fjallar um siðgæðisþroskann og í henni er horft á samspil hegðunar, starfsemi hugans og umhverfis, sem lykilatriði í þroska.

²⁰ Lippmann, 1998:81

²¹ Þorbjörn Broddason, 2005b:33

²² Þorbjörn Broddason, 2005b:69

²³ McLuhan, 1994:7

²⁴ <http://www.aber.ac.uk/media/Students/ram0202.html>

²⁵ <http://www.aber.ac.uk/media/Students/ram0202.html> og Þorbjörn Broddason, 2005b:71

²⁶ McQuail, 2005:483

Samkvæmt félagsnámskenningum hafa margir þættir áhrif á félagsmótun einstaklingsins. Kenningin er byggð á víxlverkun, þannig hefur einstaklingurinn áhrif á umhverfi sitt og samskipti við annað fólk og sömu þættir hafa svo áhrif á einstaklinginn.²⁷

George Gerbner var einn af áhrifamestu fræðimönnunum á bak við ræktunarkenninguna. Hann benti á að í kenningunni væri horft á miðlana í heild sinni sem og einstaka hluti þeirra. Kenningin sýnir að neysla hefur áhrif á sýn notandans á heiminn því mótunaráhrif fjölmiðlanna geta valdið því að einstaklingur sjái brenglaða mynd af veruleikanum.²⁸

Ræktunarkenningin segir frá því að það sem fólk sér í sjónvarpi móti að stórum hluta heimssýn þess og það fari að telja það sem það sjái í sjónvarpinu eðlilegt. Því meira sem fólk horfi á sjónvarp því líklegra sé það til að telja að heimurinn sé hættulegur og glæpatíðni sé að aukast, og að það sé sjálft í hættu að verða fórnarlamb glæpa.²⁹

Samkvæmt ræktunarkenningunni hefur neysla áhrif á sýn notandans á heiminn þar sem mótunaráhrif fjölmiðla geta valdið því að einstaklingur myndi brenglaða mynd af veruleikanum. Áhorfandinn getur því í kjölfar of mikillar neyslu ofmetið eða vanmetið raunveruleikann. Ræktun er vísbending um stöðugt, endurtekið, almennt munstur ímynda og hugmynda sem eru sýndar í sjónvarpi.³⁰

Tækninni fleygir áfram og á síðustu áratugum hafa nýir fjölmiðlar komið til skjalanna. Eldri fjölmiðlarnir hafa líka breyst og margir hverjir hafa bætt við sig nýrri tækni. Með hverjum nýjum fjölmiðli hafa menn velt vöngum yfir áhrifum miðilsins (á neytandann) en þau hafa oft á tíðum verið talin skaðleg og þá sérstaklega ungum börnum og unglingum.³¹

Fjölmiðlarnir hafa áhrif á neytendur á margan hátt. Fólk notar veðurfregnir í miklum mæli og láta það sem veðurfræðingarnir segja hafa áhrif á gerðir sínar, svo sem hvort farið er af stað í útilegu í þennan eða hinn landshlutann. Neytendur fjölmiðla horfa, hlusta eða lesa líka auglýsingar sem birtar eru í fjölmiðlum og fara svo af stað og kaupa þann hlut sem auglýstur var. Svona mætti lengi telja upp áhrifin sem fjölmiðlarnir hafa á okkur. En fjölmiðlarnir miðla líka ýmsum öðrum fróðleik sem og afþreyingu og skemmtun sem margir hafa gaman af.

²⁷ Santrock, 2006:49-50

²⁸ McQuail, 2005:129-130

²⁹ McQuail, 2005:552

³⁰ McQuail, 2005:495-499

³¹ Jensen & Rosengren, 2005:54

3.2 Vald fjölmiðla

Forsvarsmenn dagblaða, tímarita og ljósvakamiðla hafa lengi haldið því fram að fagleg blaða- og fréttamennska sé undirstaða lýðræðislegs þjóðfélags. Fjölmiðlar eiga að veita aðhald með því að halda uppi faglegri og sanngjarnri umfjöllun. Fjölmiðlar þurfa að gæta þess að afurðir/umfjöllunarefni mótist ekki af hagsmunum eigenda og auglýsenda eða persónulegum skoðunum blaðamanna eða fréttastjóra.³²

Fjölmiðlar hafa þó í reynd aldrei verið algjörlega óháðir þrýstingi hvort heldur frá eigendum eða auglýsendum og skoðanir blaðamanna og fréttastjóra geta ávallt haft einhver áhrif á umfjöllunarefnið. Fréttir og fréttatengd umfjöllun verður því ávallt fyrir þrýstingi úr ýmsum áttum.

Fréttamenn taka ákvörðun um það hvað telst frétt næmt þannig að valið sjálft hlýtur alltaf að ráðast af mati fréttamanna og fréttastjóra.³³ Því er ekki síður mikilvægt í fjölmiðlarýni að skoða hvað fjölmiðlar ákveða að fjalla ekki um en að skoða um hvað þeir fjalla. Sú kenning hefur verið sett fram að fjölmiðlar, sem hafi það að markmiði að upplýsa og skemmta lesendum/áhorfendum, verði fyrir áhrifum og þrýstingi úr ólíkum áttum. Til að mynda frá eigendum fjölmiðils, auglýsendum og heimildarmönnum,³⁴ og til eru mörg dæmi um það þó svo að útgefendur og ritstjórar séu ófúsir til að viðurkenna það.³⁵

Samþjöppun hefur átt sér stað á fjölmiðlamarkaði. Stórar fjölmiðlasamsteypur hafa orðið til og eigendur kunna að eiga hagsmuna að gæta á öðrum mörkuðum en fjölmiðlamarkaði.

Auglýsendur hafa mikil áhrif á fréttamat og umfjöllun. Auglýsendur greiða stóran hluta af rekstrarkostnaði fjölmiðla. Fjölmiðlar eru því sérstaklega viðkvæmir fyrir hagsmunum auglýsenda. Auglýsendur geta beitt þrýstingi, t.d. með því að hóta að hætta að auglýsa í miðlinum.³⁶

Ritstjórar og blaða- og fréttamenn taka því afdrifaríkar ákvarðanir á hverjum degi inni á ritstjórnnum fjölmiðlanna, þegar þeir gegna hliðvörsluhlutverkinu því þeir geta og hafa vald til að stjórna því hvað almenningur les, sér og heyrir

Fréttirnar sem fjölmiðlar flytja geta haft áhrif á skynjun almennings á því hvert aðalmálið er hverju sinni. Þannig geta fjölmiðlar haft áhrif á viðhorf, hugsanir og

³² Siðareglur blaðamannafélags Íslands.

³³ Preston, 2009:49-71

³⁴ McQuail, 2005:309

³⁵ Þorbjörn Broddason, 2005b:38

³⁶ *Skýrsla nefndar menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla 2005.*

samræður almennings við aðra í samfélaginu. Það má því fullyrða að þær áhrifaríku ákvarðanir sem blaða- og fréttamenn taka hafi marktæk áhrif á heimsmynd almennings.³⁷

³⁷ McCombs og Reynolds, 2002:1-18

4 Íþróttir í fjölmiðlum

Þegar fjölmiðlar gera eina íþróttagrein að umtalsefni hafa þeir áhrif á það sem neytandi sér, les eða heyrir og þeir ráða því hvernig sú ímynd og umfjöllunin um íþróttagreinina birtist neytendum. Hvort hún er jákvæð, neikvæð, góð eða slæm. Velgengni eða öllu heldur vinsældir íþróttagreinarinnar er því að miklu leyti komin undir fjölmiðlum. Sumir fjölmiðlar byggja verulega á íþróttufréttum, og íþróttir byggja vinsældir og velgengni sína mikið á fjölmiðlum. Íþróttir og fjölmiðlar hafa áhrif hvort á annað og spilar auglýsingagildi og vinsældir þar stóran hlut. Þegar íþróttagrein er aðeins stunduð til að hafa af henni gaman og til að þjálfra líkamann hefur það ekki mikla þýðingu fyrir íþróttagreinina að fá umfjöllun í fjölmiðlunum, en þegar íþróttagrein byggir mikið á auglýsingatekjum skiptir það miklu máli. Án íþróttaumfjöllunar í fjölmiðlum væru margar greinar ekki svona vinsælar, iðkendur og áhorfendur væru færri og því hefði íþróttagreinin ekki úr eins miklu fjármagni að moða.³⁸

Vinsældir íþróttarinnar eru háðar þeirri ímynd sem fjölmiðlarnir birta og ef engin frétt er birt um viðkomandi íþróttagrein eru það skilaboð til samfélagsins um að íþróttagreinin skipti ekki máli. Hún sé ekki þess virði að fjallað sé um hana. Hið sama má segja um íþróttir barna og unglunga sem sárasjaldan er fjallað um í fjölmiðlunum. Íþróttir fullorðinna eru helsta umfjöllunarefni miðlanna og sendir það því börnum og unglungum skýr skilaboð um að þeirra íþróttaiðkun skipti ekki máli í samfélaginu. Ósýnilegir einstaklingar eða hópar, sem aldrei eða sjaldan er fjallað um í fjölmiðlum eru á táknrænan hátt ekki til. Það að sjást eða heyrast í fjölmiðlum er í einhverjum skilningi forsenda þess að vera til, að vera tekin gild í samfélagsumræðunni.³⁹

Hlutverk fjölmiðlanna er að upplýsa, fræða, skemmta og vera farvegur mismunandi skoðana.

Þegar íþróttufréttir eru skoðaðar má sjá að fjölbreytnin er ekki mikil í þeim greinum sem birtar eru, hvort sem það er í sjónvarpi eða dagblöðum.

Fótbolti er yfirgnæfandi í allri umfjöllun hjá fjölmiðlum hér á landi samkvæmt rannsóknnum sem gerðar hafa verið. Það kemur kannski ekki á óvart þar sem umfjöllunin endurspeglar áhuga almennings á íþróttinni, en samt er það spurning um orsök og

³⁸ Coakley, 1994:333-337

³⁹ Anna Lilja Þórisdóttir, 2010

afleiðingu. Fótbolti er útbreiddasta íþróttin í öllum heiminum og samkvæmt tölum ÍSÍ er fótboltinn með flesta iðkendur.⁴⁰ Með því að fjalla mikið um einhverja íþróttagrein skapar það henni vinsældir, fólk verður áhugasamara og þekking um greinina verður meiri.⁴¹

4.1 Fyrri rannsóknir um íþróttir

Margar rannsóknir hafa verið gerðar sem fjalla um íþróttir og umfjöllun fjölmiðla. Í B.A-ritgerð Önnu Guðrúnar Steindórsdóttur skoðaði hún meðal annars íþróttaumfjöllun tveggja dagblaða og bar saman hversu mikið var fjallað um íþróttagreinar og fjölda iðkenda þeirra. Hún tók fyrir íþróttafréttir í Morgunblaðinu og Fréttablaðinu í heilt ár eða frá 1. janúar 2006-31. desember 2006 og skoðaði ekki bara íþróttasíður heldur allt blaðið, því stundum kemur það fyrir að íþróttafréttir læðast yfir á hinar blaðsíðurnar. Niðurstöður sýndu að mikill mismunur er á milli íþróttagreina í umfjöllun blaðanna. Mest er fjallað um fótbolta eða um 53%, þar á eftir kemur handbolti með um 27% og svo körfubolti með um 8% umfjöllun. Golf var með um 5% umfjöllun en allar aðrar íþróttagreinar fengu 1% umfjöllun eða minna. Fimleikar fengu einungis 0,45% umfjöllun í blöðunum. Þessar fjórar íþróttagreinar fótolti, handbolti, körfubolti og golf fá um 93% af allri umfjöllun í dagblöðunum. Rannsóknin sýndi líka að magn umfjöllunar um íþróttagreinar er ekki í neinu samhengi við iðkendafjölda greinanna. Knattspyrna fékk 49388,4 dálksentímetra, handknattleikur 38924,37 og körfuknattleikur 9680,9. Fimleikar fengu hins vegar einungis 834,2 dálksentímetra í blöðunum tveimur og er þó með svipaða iðkendatölu og handboltinn og fleiri iðkendur en körfuboltinn.⁴²

Þessar niðurstöður eru í takt við norræna rannsókn sem gerð var árið 2002 en þar kemur fram að þó iðkendur séu þrisvar sinnum fleiri í siglingaíþróttum og standi sig betur á alþjóðamótum en akstursíþróttamenn eru fréttir af akstursíþróttum frekar birtar í miðlum í Danmörku. Samband akstursíþróttanna í Danmörku hefur yfir meiri peningum að ráða og er duglegra við að kynna íþróttina. Það er talin skýringin á því hversvegna umfjöllunin er meiri.⁴³ Í rannsókn Önnu Guðrúnar kemur fram að boltagreinar fá langmesta umfjöllun sem bitnar á öðrum fjölmönnum greinum eins og hestamennsku, fimleikum og frjálsum

⁴⁰ Rúna H. Hilmarsdóttir, 2009

⁴¹ Kjartan Ólafsson 2006

⁴² Anna Guðrún Steindórsdóttir, 2007

⁴³ http://www.playthegame.org/upload/soeren_schultz.pdf

íþróttum. Misjafnt var þó eftir blöðum hve mikið íþróttagreinunum var mismunað. Kynjamunurinn var einnig mikill og erlend umfjöllun tók toll af þeirri innlendu.⁴⁴

Árið 2004 unnu Ísland, Austurríki, Litháen, Noregur og Ítalía saman að rannsókn er nefndist *Sports, Media and Stereotypes. Women and Men in Sports and Media*. Verkefna-
stjórn var í höndum Jafnréttisstofu en Evrópusambandið fjármagnaði verkefnið. Markmið
rannsóknarinnar var tvíþætt, annars vegar að skapa þekkingu á hlut og hlutverkum karla og
kvenna í íþróttum í Evrópu og hins vegar að finna leiðir til að brjóta upp staðalmyndir
kynjanna í tengslum við íþróttir. Skoðaðar voru um 1700 íþróttufréttir og þess gætt að
hvert land ætti um 20% fréttu í gagnagrunninum. Tvö ólík tímabil voru skoðuð þannig að
engin ein íþróttagrein væri allsráðandi á tímabilinu og voru bæði skoðaðar fréttir úr
blöðum og sjónvarpi. Helstu niðurstöður sýndu að karlmenn birtust oftast en konur í íþróttu-
fréttum og að meirihluti fréttu fjallaði um hópíþróttir einkum fótbolta og er það sam-
bærilegt við aðrar rannsóknir sem gerðar hafa verið og sýna að fótbolta er yfirgnæfandi af
því efni sem sýnt er í fjölmiðlum.

Karlmenn eru gerðir að meiri hetjum í fjölmiðlunum og áherslan oft á frægð þeirra og
einkalíf á meðan umræðan um konur er frekar um íþróttina sjálfa en persónuna. Þannig
sýndi rannsóknin að evrópsk íþróttaumfjöllun styrkir hefðbundnar staðalmyndir kynjanna.

Mun færri konur en karlar eru íþróttufréttamenn. Sjónarmið, gildi og viðmið karlanna
eru því ríkjandi í íþróttufréttamennsku.⁴⁵ Þetta er svipað hér á landi þar sem engin kona er
skráð í Samtökum íþróttufréttamanna⁴⁶

Í skandinavískri rannsókn sem gerð var 2002 voru skoðaðar 3196 íþróttufréttagreinar sem
birtust í níu dagblöðum frá Danmörku, Svíþjóð og Noregi. Rannsóknin sýndi að íþróttu-
fréttirnar voru mjög svipaðar, snérist allar um það sama, að birta fréttir af íþróttahetjum, bestu
liðunum og félögunum. Litlar sem engar fréttir voru birtar um málefni íþróttu í víðara sam-
hengi eins og áhrif þeirra á menningu, samfélagið, fjármálahlíð eða heilsu og heilbrigði fólks
yfirhöfuð. Niðurstöður sýndu að dönsk blöð eru að missa lesendur íþróttufréttu vegna þess að
þeir einblína aðeins á fáar íþróttagreinar og þá aðallega karlkyns keppnisgreinar. Lítið er fjallað
um almennar íþróttir sem almenningur stundar sér til heilsuþótar. Áhorf á íþróttufréttir TV 2 í
Danmörku hefur minnkað um meira en helming og sama má segja um hlustun á útvarp og
lestur íþróttufréttu í blöðunum. Í könnuninni kemur fram að umfjöllun um fótbolta er um

⁴⁴ Anna Guðrún Steindórsdóttir, 2007

⁴⁵ Kjartann Ólafsson, 2006

⁴⁶ <http://www.sportpress.is/>

52,2% allra íþróttafréttanna sem birtar eru í þessum þremur löndum en þar á eftir kemur handbolti með um 8,1%. Einungis 8% af umfjölluninni í blöðunum er um konur og ef ekki væri fyrir danska kvennahandboltann og norskar skíðakonur sem standa sig vel væri lítil sem engin umfjöllun um konur í blöðunum.⁴⁷

Þó svo að um 2 milljónir manna taki þátt í sjálfboðaliðastörfum íþróttahreyfingarinnar og um 35-40% af íbúum Danmerkur, Noregs og Svíþjóðar iðki almennar íþróttir er umfjöllunin um þennan þátt einungis um 1% af allri íþróttaumfjöllun blaðanna.

Olav Skaaning Andersen ritstjóri íþróttafréttanna hjá danska dagblaðinu Ekstra Bladet segir í skandínavísku rannsókninni að það sé vissulega hlutverk blaðsins að fjalla um allar íþróttagreinar og allar hliðar íþróttanna, þó sé það alltaf barningur að fá fréttir sem fjalla um íþróttir með tengingu við heilbrigði eða samfélagið birtar á íþróttasíðum blaðanna, þær endi oft á öðrum síðum sem tengjast heilbrigði eða samfélaginu sjálfu og teljast því ekki beint til íþróttafréttanna.⁴⁸

Rannsókn sem gerð var árið 2005 og bar heitið *The International Sport Press Survey* er ein stærsta rannsókn sem gerð hefur verið á umfjöllun fjölmiðla um íþróttir. Hún byggir á skandínavísku rannsókninni en fer dýpra í hlutina. Tíu lönd voru skoðuð á fyrstu sex mánuðum ársins 2005. Um 37 blöð voru tekin fyrir og 10.000 íþróttagreinar.⁴⁹ Rannsóknin sýnir að íþróttasíðurnar í dagblöðunum eru fullar af fréttum um tiltekna tegund íþróttar, oftast boltagreinar. Rannsóknin sýnir líka að fréttir af íþróttahetjum og alþjóðlegar fréttir af íþróttaviðburðum auka áhuga styrktaraðila, fjölgar áhorfendum og þannig aukast auglýsingatekjur. Rannsóknin sýnir að blöðin eiga erfitt með að fjalla um það sem ekki hefur verið birt í sjónvarpi eða það sem gerist eftir að slökkt hefur verið á sjónvarpsvélunum. Blöðin aka í raun upp eftir sjónvarpsfréttunum því það er auðveldara, fljótlegra og ódýrara, og er þetta því ein af ástæðum þess að alls staðar birtast sömu fréttirnar um sama fólkið, af sömu leikjunum og sömu íþróttunum.

Í könnuninni kemur fram að íþróttafréttir eru svipaðar í öllum löndunum þó svo að menning og saga landanna sé ólík, forgangsröðun fréttanna er hin sama þó svo að blöðin séu starfrækt í mismunandi heimsálfum.

Boltaíþróttir eru stærstar í þessum löndum en um 50,9% íþróttafréttanna í Evrópu fjalla um fótbolta, 53,% í Bretlandi fjalla um fótbolta, 28,5% fréttanna í Bandaríkjunum fjalla um

⁴⁷ Coakley, 1994:345 og http://www.playthegame.org/upload/soeren_schultz.pdf

⁴⁸ http://www.playthegame.org/upload/soeren_schultz.pdf

⁴⁹ <http://www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey-2005.html>

körfubolta og í Ástralíu eru um 27,7 % fréttar um ástralskan fótbolta. Þó svo að prósentutölurnar í Bandaríkjunum og Ástralíu séu lægri þá eru boltaiþróttir engu að síður stærstar í þeim löndum líka. Íþróttir fyrir börn, unglunga og almennar áhugamanna íþróttir ná ekki nema 2,5% umfjöllun í löndunum tíu og konur sjást sjaldan í blöðunum þar sem íþróttarfréttir um karla eru um 86% af allri umfjöllun.

Ritstjórar segjast birta þær fréttir sem lesendur vilji. Lesendur vilji sjá staðreyndir um úrslit leikja, sjá hvernig fótboltahetjurnar búi, hvernig bílum þeir aki og hverjum þeir séu giftir. Lesendur vilji síður lesa um lyfjamisnotkun, styrktaraðila eða pólitíska baráttu innan íþróttasambanda eða félaga. Ritstjórar segja því í könnuninni að áhorfandinn eða lesandinn ráði því miklu um hvað sé birt og hvað ekki. Það sé lesendur sem haldi aftur af íþróttarfréttamönnum að skrifa og fjalla um aðrar hliðar sportsins. Danska blaðamanna félagið telur þó að með því að fjalla svona einhliða um íþróttir séu dagblöðin í Danmörku að missa stóran hóp lesenda sem eru konur, börn og unglingar en þau eru stór hluti allra sem stunda íþróttir í Danmörku.⁵⁰ Í raun ætti það að vera eftirsóknarvert fyrir fjölmiðla að sinna þessum hópum, börnum, unglungum og konum meira en gert er því það getur verið jákvætt fyrir ímynd miðilsins og sölu.⁵¹

Þrátt fyrir allar þær milljónir manna sem stunda almennar íþróttir þá eru einungis 1% fréttanna sem birtast í miðlunum sem fjalla um almennar áhugamannaíþróttir og hreyfingu.⁵² Ekki kemur fram hvort verið er að tala eingöngu um íþróttasíður eða blaðið sem heild.

4.2 Hlutverk íþróttar í samfélaginu

Áhrif íþróttaiðkunar eru mikil hér á landi. Þjóðarstolt Íslendinga vex til muna þegar afreksfólkinu okkar í íþróttum gengur vel og hjörtu landsmanna slá í takt þegar sýnt er frá stórviðburðum á sviði íþróttar í fjölmiðlum. Þetta er oft auðgreinanlegt eins og þegar íslenska handboltalandsliðið varð í öðru sæti á Ólympíuleikunum 2008 og aftur í janúar 2010 þegar sama landslið komst í úrslit á Evrópumeistaramótinu í handknattleik og hafnaði í þriðja sæti. Vissulega eru það ekki allir landsmenn sem fylgjast með en þessi velgengni íþróttamanna skilar sér fljótt út í samfélagið.

Breiður hópur fólks iðkar sína íþrótt og leggur sig fram, án þess að sagt sé frá því á hverjum degi. Óeigingjarnt starf er unnið bæði af þjálfurum, foreldrum og öðrum til þess

⁵⁰ <http://www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey-2005.html>

⁵¹ Hlynur Birgisson og Ólafur Már Þórisson, 2008

⁵² <http://www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey-2005.html>

að íþróttagreinarnar fái að blómstra. Íþróttir og vettvangur þeirra er eins og spegill lífsins þar sem iðkendur þurfa að takast á við mótlæti eða meðbyr, sigur eða tap, uppgjöf eða afrek, hafa elju og úthald, einbeitingu og styrk. Íþróttir geta verið skemmtilegar og gefandi þó að ekki sé allt mælt í sigrum.⁵³

4.3 Íþróttir og forvarnir

Þátttaka í íþróttum er sannarlega engin ávísun á „heilbrigða sál í hraustum líkama“, en hún minnkar líkur á félagslegum vanda.⁵⁴

Rannsóknir sýna að íþróttir hafa í flestum tilvikum mikið forvarnargildi og jákvæð áhrif íþróttaiðkunar á ungt fólk hafa oft verið staðfest. Ítrekaðar rannsóknir hafa leitt í ljós að ungmenni sem iðka íþróttir neyta síður vímuefna, hafa meira sjálfstraust og þjást síður af kvíða, þunglyndi eða sálrænum kvillum.⁵⁵ Þau hugsa betur um heilsuna, mataræði og almennt tileinka þau sér hollari lífshætti. Íþróttir stuðla að betri líkamlegri og andlegri heilsu og er það samfélaginu öllu til góða.⁵⁶

Börn og unglingar eru í stöðugri leit að fyrirmyndum og þá er oft nærtækt að grípa til þeirrar ímyndar sem fjölmiðlar gefa af íþróttamönnum. Á íþróttabingi Íþrótt- og Ólympíu-sambands Íslands sem haldið var 17. apríl 2009 flutti mennta- og menningarmálaráðherra ávarp og þar kom fram að hann hefði áhyggjur af því hve lítið væri fjallað um almennings-íþróttir og ekki síður íþróttir barna og unglunga í miðlum landsins. Hann taldi brýnt að líta til skyldna Ríkisúttvarpsins á því sviði.⁵⁷

Með því að birta myndir og fjalla um íþróttahetjur og afrek þeirra eru íþróttafréttamenn að hvetja aðra til að setja sig í spor hetjanna og fylgja fordæmi þeirra.⁵⁸

Ábyrgð fullorðinna íþróttamanna/kvenna, íþróttabjálfa og fjölmiðla er mikil. Íþróttamenn/konur og þjálfarar verða að vera góðar fyrirmyndir. Ef íþróttir eru auglýstar með bjór og sigarettum og sýndar eru myndir af afglöpum eða hneykslismálum íþróttamanna í fjölmiðlum er hætta á að unglungum séu send misvísandi skilaboð.⁵⁹

⁵³ Eitzen, D. S. 2005:21-40

⁵⁴ http://isi.is/servlet/IBMainServlet/Bannlisti.htm?nwr_from_page=true&nwr_more=2097&ib_page=196&iw_language=is_IS

⁵⁵ http://timarit.is/view_page_init.jsp?issId=131909&pageId=1940613&lang=is&q=una%20maria%20óskarsdóttir%20íþróttir

⁵⁶ Þórunn Steindórsdóttir, 2000

⁵⁷ <http://www.menntamalaraduneyti.is/radherra/raedur/2009/04/17>

⁵⁸ http://timarit.is/view_page_init.jsp?issId=131909&pageId=1940613&lang=is&q=una%20maria%20óskarsdóttir%20íþróttir

⁵⁹ Bouroncle, A. og Rauhamaki, S. 2005:156

Börn og unglíngar eru áhrifagjarnasti neytendahópurinn og oft á tíðum fyllast íþróttafélögin eftir stórmót eins og Ólympíuleika, Evrópu- og heimsmeistaramót af litlum stúlkum og drengjum sem vilja líkjast Ólafi Stefánssyni, Völu Flosadóttur eða Eiði Smára. Það hefur því sýnt sig að fjölmiðlar skipa stóran sess í því að hvetja til íþróttaiðkunar hjá ungvíði landsins. Það er hins vegar umhugsunarefni hvort fjölmiðlar nái til allra, þar sem fyrirmyndirnar sem sýndar eru í miðlunum eru flestar af sama toga og af sama kyni, það er fullorðnir karlmenn.

5 ÍSÍ

ÍSÍ eru heildarsamtök íþróttahreyfingarinnar á Íslandi. Íþróttasamband Íslands var stofnað 1912. Árið 1997 sameinuðust Íþróttasambandið og Ólympíunefnd Íslands og úr varð Íþrótt- og Ólympíusamband Íslands (ÍSÍ). Það samanstendur af 8 íþróttabandalögum og 18 héraðssamböndum. Innan ÍSÍ starfa 27 sérsambönd og 8 íþróttanefndir. Markmið ÍSÍ er að samræma, efla, skipuleggja, og stuðla að þróun hvers kyns íþróttar, jafnt almennings- sem og afreksíþróttar.

Árið 2008 voru 109.005 iðkendur skráðir hjá samböndunum og var það fjölgun um tvö þúsund frá því árið 2007.⁶⁰

5.1 Samtök Íþróttafréttamanna

Samtök Íþróttafréttamanna voru stofnuð þann 14. febrúar 1956. Samtökin voru stofnuð meðal annars í þeim tilgangi að vinna að betri aðstöðu fyrir íþróttafréttamenn og að vinna að aukinni útbreiðslu íþróttar.

Allir íþróttafréttamenn sem störfuðu fyrir dagblöðin, íþróttablöð og þeir sem fluttu fréttir um íþróttir í útvarpi voru gjaldgengir í samtökin. Íslenskir íþróttafréttamenn hafa tekið virkan þátt í norrænu samstarfi frá því um 1955, og þingum alþjóðlegra samtaka íþróttafréttamanna í áraraðir.

Vinnuaðstaða íþróttafréttamanna hefur batnað umtalsvert frá því að þeir hófu að berjast fyrir betri aðstöðu og í dag þykir orðið sjálfsagt að gera ráð fyrir starfsaðstöðu blaðamanna þegar íþróttavöllur eða íþróttahús eru hönnuð. Samtök Íþróttafréttamanna sjá líka um að velja Íþróttamann ársins. Kjörrið hefur farið fram í beinni útsendingu síðustu árin og er einn stærsti viðburður íþróttarársins, en hann er í samstarfi við ÍSÍ og kjör íþróttamanns sérsambandanna.

Félagar í Samtökum Íþróttafréttamanna eru 16 og einn með aukaaðild. Tveir starfa á RÚV, fimm á Stöð2-Sport, fjórir á Morgunblaðinu, þrír á Fréttablaðinu/Vísir og einn á DV. Einn meðlimur er á vegum UMFÍ og svo einn aukaaðili. Allt eru þetta karlar.⁶¹

⁶⁰ Rúna H. Hilmarsdóttir, 2009

⁶¹ <http://www.sportpress.is/>

5.2 Íþróttir og peningar

Tilvera íþróttagreina byggist ekki á fjölmiðlum en vinsældir íþróttagreina byggja mikið á fjölmiðlum.⁶² Fólk iðkaði íþróttir löngu fyrir tíma fjölmiðla og sumar íþróttagreinar eru stundaðar án afskipta fjölmiðla í dag. En umfjöllun um íþróttaviðburð hjálpar íþróttagreininni mikið fjárhagslega, til dæmis hvað varðar að fá áhorfendur á viðburði og sölu á ýmsum varningi.

Í mörgum íþróttagreinum er jafnaðarmerki á milli keppnisíþróttar og peninga. Setning Rogers Kahn fréttamanns lýsir þessu ágætlega: „*Sport is too much a game to be a business and too much a business to be a game*“.⁶³

Íþróttir eru orðnar að „bissness“ og afreksíþróttafólkið orðið að söluvöru. Sigur snýst orðið um peninga úti í hinum stóra heimi og fjárhæðirnar sem íþróttafólk fær eru svimandi háar. Knattspyrnumenn eru seldir á margar milljónir, golfstjörnur fá líka milljónir fyrir sigur á mótum og jafnvel kylfusveinar fá margföld laun íslensks verkafólks fyrir það eitt að bera golfpoka stjórnunnar. Auglýsingatekjur íþróttafólks hafa margfaldast á síðustu áratugum og líður varla sá dagur að maður sjái ekki einhverja íþróttastjórnuna kynna vörur fyrir fyrirtæki hvort sem það eru íþróttavörur, drykkir eða snyrtivörur.

Peningamaskínan er líka á ferð hér á Íslandi en ekki í sama mæli og til dæmis í Bandaríkjunum. Mörg íþróttafélög og sérsambönd berjast í bökkum og erfitt er fyrir þau að byggja upp metnaðarfulla afreksstefnu vegna fjárskorts.

Margir Íslendingar eru atvinnumenn í boltaíþróttum og segja má að afrekssjóður ÍSÍ haldi uppi litlum hópi af afreksíþróttafólki, eða í það minnsta hjálpi því að stunda sína íþrótt. En fjárhæðirnar sem afreksfólkið hér á landi fær eru ekki að neinu leyti samþærilegar því sem gerist erlendis. Margir íþróttafreksmenn þurfa að stunda fjáröflun og reyna að betla peninga hjá sem flestum fyrirtækjum og einstaklingum til þess eins að geta sinnt íþrótt sinni af fullum krafti. Hafa ber í huga að þó svo að margir atvinnuíþróttamenn hafi há laun hafa margir þeirra enga eða litla menntun, allur tími þeirra og orka fer í æfingar. Atvinnumennskan varir ekki alla ævi og þá þarf íþróttafólkið að byggja upp sinn atvinnuferil frá grunni kannski komið á miðjan aldur.⁶⁴

⁶² Coakley, 1994:333

⁶³ Eitzen, D. S. 2005:225

⁶⁴ Coeklay, 1994:321

6 Rannsókn og framkvæmd

Rannsóknin var tvíþætt. Markmiðið með fyrri hlutanum var að kanna íþróttaiðkun og áhugasvið þeirra sem skráðir eru í Samtök íþróttafréttamanna, og að varpa ljósi á hvað ræður því hvað ratar í íþróttafréttir og hvað ekki. Ákveðið var að tala eingöngu við þá íþróttafréttamenn sem skráðir eru í samtökin vegna þess að þeir eru í fullri vinnu við fjölmiðlana. Íþróttafréttamennirnir voru heimsóttir á fjölmiðlana um miðjan febrúar, spurningar (sjá í viðauka) lagðar fyrir þá, og svör þeirra tekin upp á diktafón. Unnið var upp úr viðtölunum, svörin skráð inn í tölvu og yfirfarin. Spurningar og svör voru flokkuð saman og reynt að draga saman svörin. Oft voru svörin það löng og ólík að ekki fannst nein ein sameiginleg niðurstaða.

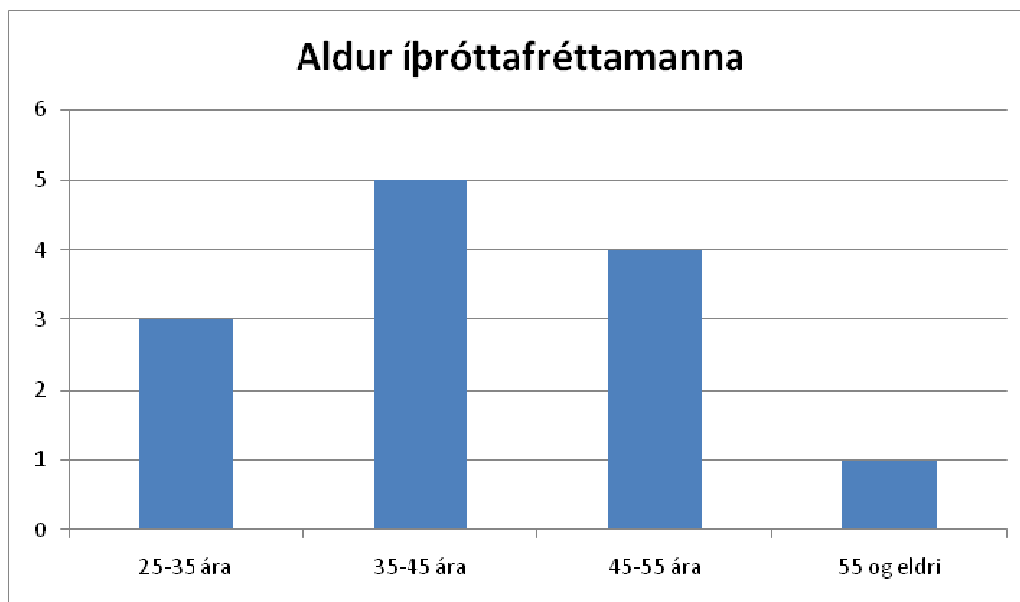
Í síðari hluta rannsóknarinnar voru könnuð viðhorf sérsambanda inna ÍSÍ á umfjöllun viðkomandi íþróttagreina í fjölmiðlum. Tuttugu og sjö sérsamböndum voru sendar spurningar í byrjun mars (sjá viðauka) sem þau svöruðu með tölvupósti. Eftir viku voru einungis átta sérsambönd búin að svara og því var send ítrekun til sambandanna sem skilaði sjö svörum. Svörin fimmtán voru flokkuð, skráð inn í tölvu og dregin saman.

Rannsóknarspurningarnar eru þrjár: Í þeirri fyrstu er kannað hvort íþróttaiðkun eða áhugasvið íþróttafréttamanna hafi áhrif á val þess íþróttæfnis sem fjallað er um í fjölmiðlum, í annarri spurningu er leitast við að athuga hversvegna fjölmiðlar leggja svona mikla áherslu á boltagreinar og í þriðju spurningu er kannað hvað ráði því hvaða íþróttir fjallað er um í fjölmiðlum.

Í þessari rannsókn var stuðst við aðferðir eigindlegra rannsókna. Notast var við hálfopnar spurningar og þrátt fyrir að þær leiði oft til langra, órammaðra svara, þá telur höfundur að í þessu tilviki gegni þær mikilvægum tilgangi til að fá frjálst upplýsingaflæði frá viðmælendum, þar sem raunveruleg sýn þeirra og skoðanir koma fram.

6.1 Úrvinnsla viðtala við íþróttافرéttamenn

Íþróttافرéttamennirnir eru flestir á aldrinum 35.- 55. ára. Allir voru þeir karlkyns, engin kvenkyns íþróttافرéttamaður er starfandi á fjölmiðlunum. Er það í raun svipað eins og gerist í öðrum löndum, konur láta ekki mikið fyrir sér fara í þessari stétt.⁶⁵



Mynd 1 Aldur íþróttافرéttamanna

Spurt var: Hvað hefur þú unnið lengi sem íþróttافرéttamaður?

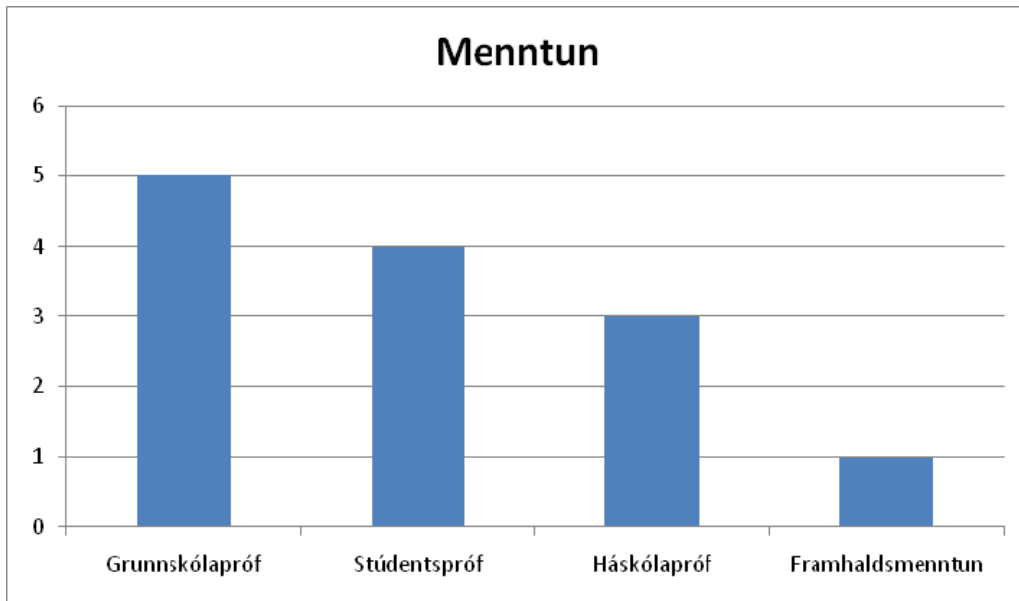
Í ljós kom að starfsaldur íþróttamanna dreifist frá bilinu tvö ár og upp í tuttugu og níu ár. Meðalstarfsaldur hópsins er 13,2 ár, og þrír af þrettán íþróttافرéttamönnum hafa starfað skemur en fimm ár.

Mikið aldursbil er á sumum fjölmiðlunum og sagði einn íþróttافرéttamaður að með þeim niðurskurði sem hefði verið undanfarin misseri þá hefðu fjölmiðlarnir misst mikla reynslu-bolta og þekkingu út úr fyrirtækjunum.

Spurt var: Hvaða menntun hefur þú?

Íþróttافرéttamennirnir hafa allir lokið grunnskólaprófi, en fimm af þrettán luku ekki öðru prófi. Fjórir hafa stúdentspróf og þrír hafa lokið háskólaprófi og einn framhaldsnámi. Þó svo að íþróttافرéttamennirnir hafi fæstir háskólamenntun eru þeir flest allir með góða og mikla starfsreynslu á fjölmiðlum.

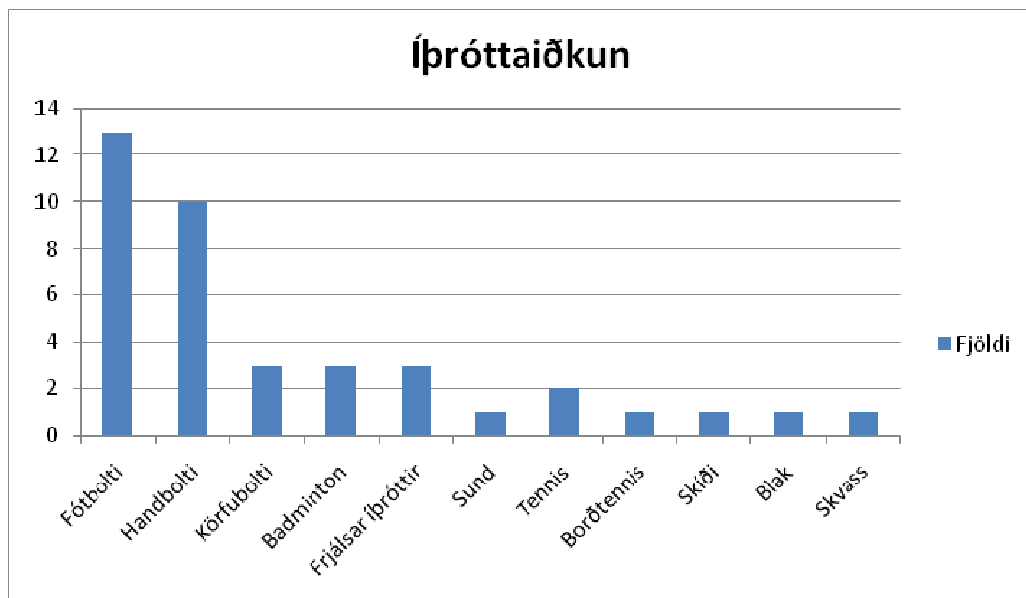
⁶⁵ Coakley, 1994:346



Mynd 2 Menntun íþróttafréttamanna

Spurt var: Hefur þú stundað íþróttir og þá hvaða?

Allir höfðu íþróttafréttamennirnir stundað íþróttir en mismargar íþróttagreinar, allt frá einni og upp í sjö. Allir þrettán höfðu stundað fótbolta. Tíu höfðu stundað handbolta. Þrír höfðu stundað körfubolta og þrír höfðu líka stundað frjálssar íþróttir og badminton. Tveir nefndu tennis og aðrar greinar eins og blak, sund, borðtennis og skvass komu fyrir einu sinni.



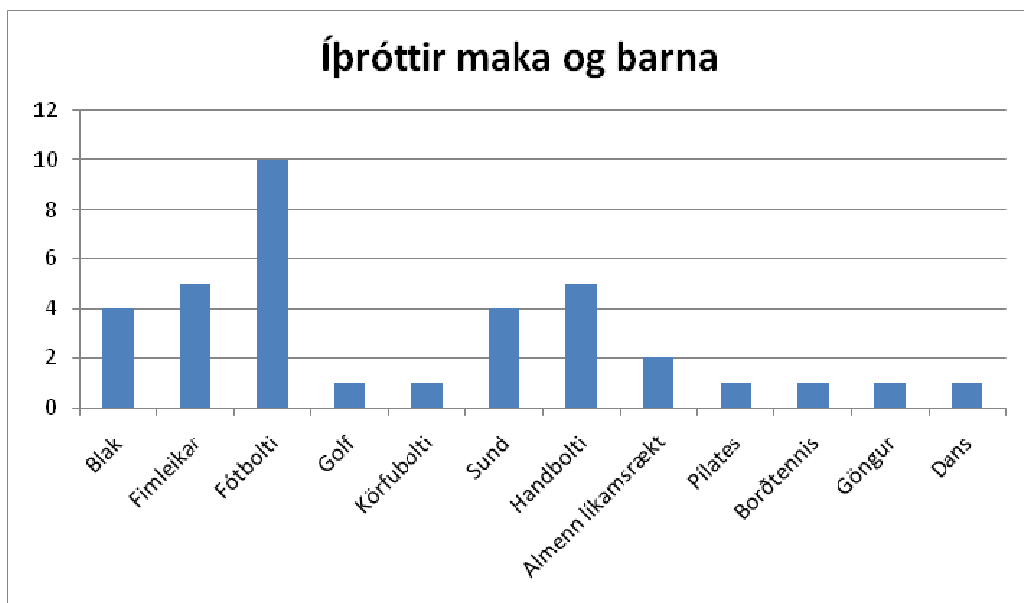
Mynd 3 Íþróttagreinar sem íþróttafréttamennirnir hafa stundað

Spurt var: Stundar þú íþróttir núna?

Allir íþróttافرéttamennirnir stunda einhverskonar líkamsrækt fyrir utan einn sem svaraði spurningunni neitandi. Fimm þeirra æfa fótbolta, fjórir sér til heilsubótar og einn spilar með liði og er skráður í félag. Fimm nefndu almenna líkamsrækt, hlaup, skíði og gönguferðir. Einn nefndi körfubolta og annar golf.

Spurt var: Stunda börn þín eða maki íþróttir, og þá hvaða?

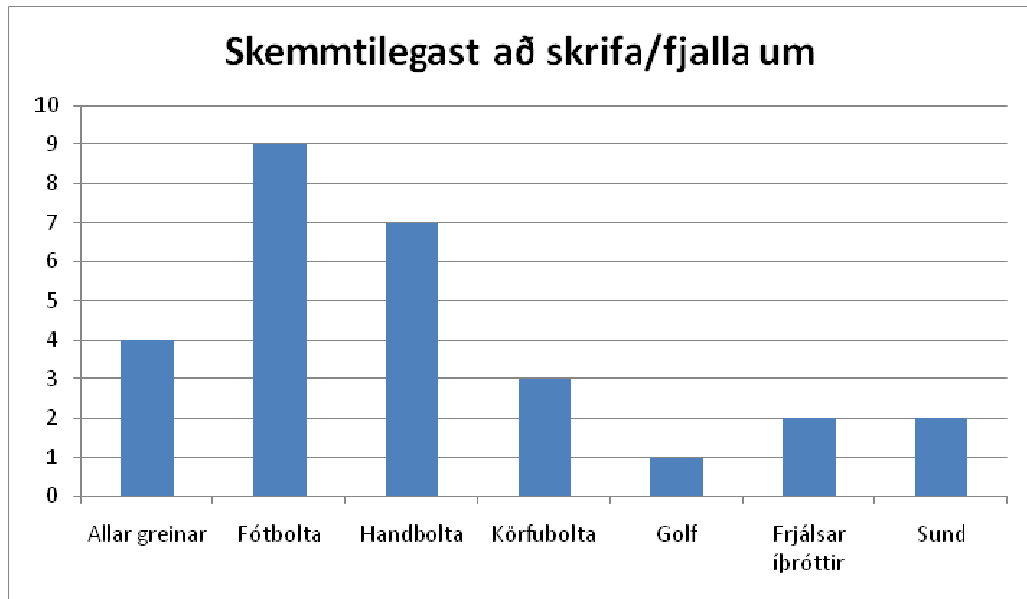
Tíu af þrettán áttu börn sem stunda eða höfðu stundað íþróttir. Í heildina var útkoman sú að flest börnin stunduðu eða höfðu stundað fótbolta. Tíu af þrettán íþróttافرéttamönnum áttu börn sem höfðu stundað eða stunduðu fótbolta. Handbolti og fimleikar komu fimm sinnum við sögu, sund fjórum sinnum og svo körfubolti, borðtennis, blak og dans einu sinni. Makar voru yfirleitt virkir í íþróttum eða höfðu verið það á yngri árum; þar kom blak, sund, handbolti, fótbolta, pilates, gönguferðir og almenn líkamsrækt við sögu. Sannkallaðar íþróttafjölskyldur!



Mynd 4 Þær íþróttagreinar sem makar og börn íþróttافرéttamanna stunda eða hafa stundað

Spurt var: Hvaða íþróttir hefur þú mest gaman af að skrifa/fjalla um?

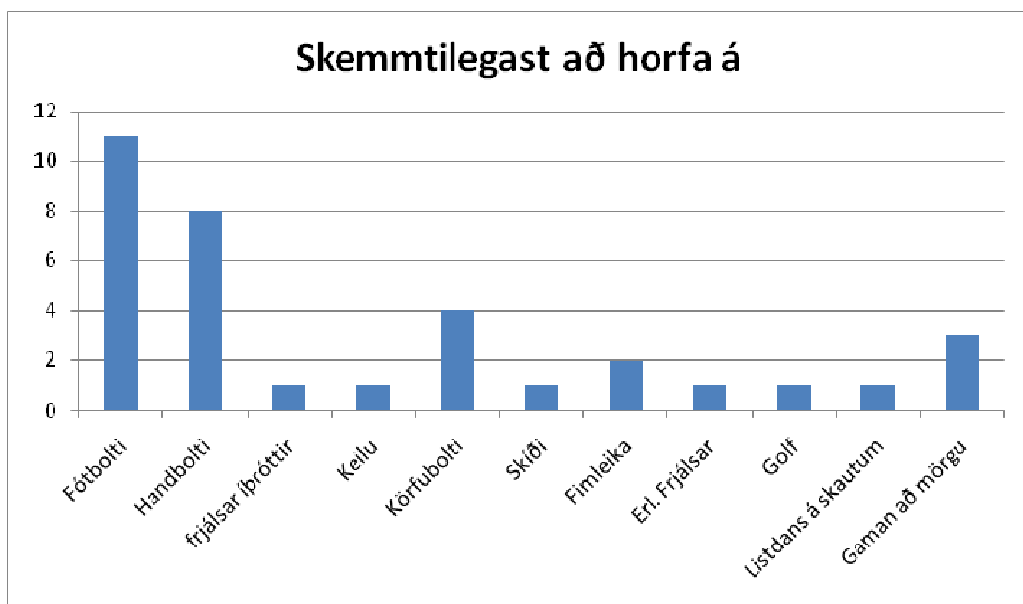
Tveir nefndu að það væri misjafnt og þeir gætu ekki gert uppá milli íþróttagreina. Sex nefndu að þeir hefðu mest gaman af því að fjalla um fótbolta og eins og einn orðaði það „*fótboltinn er númer eitt, tvö og þrjú*“. Fjórir nefndu fótbolta og eða handbolta en tóku svo fram að það væri eiginlega gaman að fjalla um allar greinar. Þrír nefndu líka körfuboltann með fótboltanum. Aðrar greinar sem fram komu voru golf, frjalsar íþróttir og sund en þeim var bætt við fyrir aftan boltagreinar. Fótboltinn var nefndur í níu svörum af þrettán.



Mynd 5 Íþróttagreinarnar sem íþróttafréttamennirnir höfðu mest gaman af að skrifa/fjalla um.

Spurt var: Hvaða íþrótt þykir þér skemmtilegast að horfa á?

Ellefu íþróttafréttamenn nefndu fótbolta annað hvort einan og sér eða með öðrum íþróttagreinum. Hinir tveir nefndu handbolta. Átta af þrettán nefndu handbolta í svörum sínum en handbolta, fótbolta og kórfulbolta komu oftast fram í svörunum. Einn íþróttafréttamannanna tók það sérstaklega fram að hann væri kannski ekkert frábrugðin öðrum karlmönnum og veldi því fótbolta, handbolta og kórfulbolta. Þrír greindu svo frá því að þeir horfðu mest á boltaíþróttirnar það er fótbolta, handbolta og kórfulbolta vegna þess að mest



Mynd 6 Íþróttagreinarnar sem íþróttafréttamönnum þótti skemmtilegast að horfa á.

væri sýnt frá þeim íþróttagreinum í fjölmiðlunum. „Maður er jú alinn upp við það að horfa á þessar greinar enda mest sýnt af þeim greinum en auðvitað dettur maður inni að horfa á greinar eins og fimleika og listdans á skautum á Ólympíuleikunum. Það skiptir ekki máli hvort þú hafir áhuga á íþróttum eða ekki þú dettur inni svona greinar þar sem þetta er svo flott þetta er svona millibil á milli þess að vera íþrótt eða list og það höfðar til svo margra og það er ofsalega gaman að horfa á þetta“. Einn íþróttافرéttamaður taldi upp greinar sem börnin hans stunduðu og sagði þær líka skemmtilegar auk fótboltans og handboltans.

Spurt var: Boltagreinar eru mjög ráðandi í íþróttافرéttum almennt, hvað finnst þér um það?

Svörin við þessari spurningu voru mjög mismunandi; íþróttافرéttamennirnir minntust á marga hluti og fóru úr einu í annað, en hjá mörgum kom svarið um að þetta væri eðlilegt því fótbolta væri stærsta íþrótt í heimi.

„Ja fótboltinn er bara vinsælastur, stuðningsmenn Liverpool skipta þúsundum og þeir kaupa áskrift og horfa, þetta eru eiginlega bara nokkurskonar trúarbrögð eða ofar trúarbrögðum“. Einn sagði: „Íslendingar horfa miklu meira á fótbolta heldur en Bretar. Ef þú ert með Stöð 2 Sport getur þú séð allt að 360-380 leiki í beinni útsendingu. Enski boltinn er eiginlega þjóðariþrótt Íslendinga nema þegar það er stórmót í handbolta“.

Hjá flestum íþróttافرéttamönnum kom það fram að það væri alltaf eitthvað í gangi í boltagreininum allt árið um kring. Fjöldi móta og viðburða í boltagreininum gæti verið ástæða þess að þær fengju svona mikla umfjöllun. Enski boltinn, handboltinn og körfuboltinn eru á veturna og svo á sumrin þá væri íslenski fótboltinn bæði karla og kvenna. „Fjölmiðlar sinna fyrst og fremst þeim stóra hópi sem stundar þessar íþróttir, en fréttaflutningur er ekki alltaf í samræmi við stór sérsambönd og marga iðkendur, því oft er lítið um að vera í sumum íþróttagreinum og mót stopul. Í sjálfu sér tengist þetta ekkert fjölda iðkenda, hestaiþróttir, golf og fimleikar hafa fleiri iðkendur en handboltinn og körfuboltinn en fimleikarnir ja þeir hafa bara ekki náð neinum alvöru árangri á alþjóðavettvangi. Hafa kannski verið góð á Norðurlandamóti og jú verið tvisvar sinnum í öðru sæti á Evrópumóti í hópfimleikum og þá hafa þau líka fengið mikla umfjöllun. En þú getur ekki leyft þér að fjalla um Jón Jónsson til dæmis í skylmingum ef hann getur ekkert á alþjóðavettvangi því eftir að við fengum þessar rafrænu mælingar þá getur þú séð áhorfið“.

Einn íþróttافرéttamaður var ekki hundrað prósent fylgjandi því að umfjöllunin væri svona mikil af boltagreininum og fannst það synd að á sínum miðli væri erlent efni oft tekið

fram fyrir það íslenska. Hann taldi auglýsingar líka skipta miklu máli því oft væri fréttum af smærri íþróttagreinum skipt út fyrir auglýsingu.

Annar íþróttafréttamaður taldi þetta þó vera verulega slæmt og þá sérstaklega fyrir börnin sem hefðu ekki nægar fyrirmyndir „*krakka vantar alltaf fyrirmyndir og við bölvum því oft að geta ekki gert betur en niðurskurður hefur verið mikill við höfum þurft að segja upp 40% af starfsfólki á síðustu þrem árum og þurft að henda út þáttum en það stórvantar svona magasínþátt sem tekur á fleiri íþróttagreinum*“. Hann taldi það gríðarlega mikilvægt að börnin kæmst að í sjónvarpinu „*allir vilja komast að í sjónvarpinu sjáðu bara krakkana sem hoppa og skoppa í kringum okkur þegar við erum að taka viðtöl eftir leiki. Þau eru að hugsa hvenær verð ég svona góður og frægur að komast í sjónvarpið*“.

Annar íþróttafréttamaður sagði að oft kvörtuðu foreldrar yfir því að ekkert hefði verið sýnt frá íþróttamóti barna þeirra „*það á ekki að vera einhver gulrót fyrir börnin að komast í sjónvarpið. Fyrir hvern eru börnin að æfa?*“

RÚV reynir að hafa jafnvægi í þessu að sögn íþróttafréttamanns „*í helgarpakkanum hjá okkur þá er kannski fótbolti í um eina mínútu og svo aðrar greinar í sjö mínútur. Þetta sérðu ekki í nokkrum öðrum miðli*“. Hann taldi skýringuna á því að greinar sem margir iðka eins og hestaiþróttir og golf fengju litla umfjöllun í fjölmiðlum vera þá að það væru í raun bara helmingur iðkendanna sem stunduðu greinarnar sem keppnisíþrótt, hinir hefðu hana sem fjölskylduáhugamál. „*Já og svo fimleikarnir þeir hafa kannski það vandamál að vera krakkasport. Bestu stelpurnar eru kannski 13-14 ára og eru útbrunnar eftir 2-3 ár það er vandamál því bæði hefur takmarkaður fjöldi áhuga á því að horfa á og það er erfitt fyrir greinina að byggja upp stjörnur með svona unga iðkendur sem hverfa svo af sjónarsviðinu eftir 2-3 ár, þannig er það ekki í handboltanum eða fótboltanum. Það þurfa að vera fyrirmyndir þær toga og það hjálpar greininni. En fimleikafólk það leggur mikið á sig en getur minna en ekkert á stórmótum*“. Höfundur benti á árangur hóp fimleikafólks tvisvar sinnum annað sætið á Evrópumóti og svo Norðurlandameistaratitil og fékk þá svar „*ja það er svona secondary það eru ekki alvöru fimleikar þannig lagað séð. En gömlu áhaldafimleikarnir ég meina það er bara klikkun að horfa á þá enda er það svolítið þannig að þeir sem hætta í áhaldafimleikum fara í hóp fimleika*“.

Nokkrir íþróttafréttamenn minntust á að fimleikar væru bæði fallett og gott sjónvarpsefni en annað hvort var fjölmiðillinn þeirra ekki sá rétti til að sýna frá fimleikum eða þá að áhorfendafjöldinn í stúkunnni var ekki nægjanlegur og það segði sitt um vinsældir

íþróttarinnar. „Oft erum við skammaðir fyrir að sinna ekki konum og öðrum smærri greinum en svo sitja kannski 40 manns uppi í áhorfendastúkunni. Það segir sitt“.

Spurt var: Hvort finnst þér mikilvægara að sýna breiddina í íþróttum og gera sem flestum greinum skil eða að fjalla ítarlegar um færri greinar?

Flestir voru þeir sammála um að breiddin skipti mestu máli, og sögðu líka að boltaíþróttirnar þrjár það er fótbolti, handbolti og körfubolti væru vinsælustu íþróttagreinar og því væri nauðsynlegt að fjalla um þær. Tímaleysi og plássleysi kom líka fram í svörunum og töldu sumir að ekki væri hægt að keppa við stærri miðlana í þeim efnum þar sem þeir hefðu ekki jafnmargar mínútur til útsendingar eða jafnmargar blaðsíður til að vinna með í blöðunum. Einn svaraði því til að það færi ekki saman hvað hann vildi og hvað fjölmiðillinn hans þyrfti að gera „mér finnst oft á tíðum að við mættum fjalla meira um einstaka viðburði eða atburði betur, en við erum skyldugir til að sinna sem flestum og það missir stundum marks að sýna margar greinar í mýflugumynd, en við gerum okkar besta“. Annar íþróttafréttamaður sagði að minni sérsamböndin gætu ekki gert þá kröfu að fá jafnmikla umfjöllun og stóru greinarnar „við erum ekki bara hér til að sinna íþróttahreyfingunni. Við erum að sinna okkar áhorfendum og hlustendum og verðum bara að þú veist give the people what they want“.

Spurt var: Hvort telur þú að sé meira ráðandi á fjölmiðlunum í heild sinni. Þ.e að þeir fjalli um breiddina eða fær greinar?

Morgunblaðið og RÚV fengu þá umsögn að þau sinntu breiddinni best, en Fréttablaðið, DV og Stöð 2 sinntu stóru greinunum, það er fótbolta, handbolta, körfubolta og golfi. Í svörunum mátti sjá að miðlarnir fjalla oftast um það efni sem þeir eru að selja eins og enska fótboltann, þýska handboltann og fleira. Flestir töldu að það væru oft bara tvær til þrjár greinar sem birtust í fjölmiðlunum fyrir utan Morgunblaðið og RÚV. „En það má ekki vera áfellisdómur yfir fjölmiðla því þeir eru bara að sýna það sem fólk vill sjá eða lesa“ Einn íþróttafréttamaðurinn benti á að minni greinarnar innan sérsambandanna fengju birtingu í samræmi við það hve margir hefðu áhuga á íþróttinni en sagði svo „en svo er það alltaf spurning hvort áhuginn sé svona lítill af því að umfjöllunin er lítil“. Birting íþróttafréttanna fer ekki saman við iðkendatölur sérsambandanna því „margir stunda hestaíþróttir en hafa kannski ekkert gaman af því að horfa á þær í sjónvarpinu“ Annar íþróttafréttamaður sagði „sumt virkar bara betur í sjónvarpi en annað og hestaíþróttir ég veit það ekki...jú jú kannski hefur fólk gaman af því að sjá fallega hesta í sjónvarpinu en ég verð að viðurkenna að ég hef ekki beint mikinn skilning á hestaíþróttum“. Fjölmiðlarnir

virðast birta það sem er vinsælast hverju sinni „þegar landsliðið í handbolta er að spila á stórmótum þá fer áhorfið uppi 80-90% og slær öll met þess vegna sýnum við frá og hversvegna? Jú því þeir eru góðir í sinni íþrótt, þeir ná árangri“. Svar eins íþróttafréttamanns var á þá leið að áskriftarsjónvarpið væri í raun ekki frjálst þeir þyrftu að auglýsa sína dagskrá og þá líka í íþróttafréttatímum „þeir eiga bara að gera það sem er fjárhagslega hagkvæmt en þeir gera ekki rassgat fyrir íslenskt íþróttalíf. Það eru bara allt aðrar forsendur hjá þeim“.

Spurt var: Hvort er meira ráðandi á þínum vinnustað?

Starfsmenn Morgunblaðsins og RÚVildu meina að þeir væru að sinna breiddinni og aðrir íþróttafréttamenn á öðrum miðlum tóku undir það. Starfsmenn Fréttablaðsins og DV sögðust sinna því sem væri vinsælast og þar af leiðandi mest lesið en það væri að skrifa um boltaíþróttirnar þrjár fótbolta, handbolta og körfubolta. „Eins og markaðurinn er í dag og það umhverfi sem við búum við í dag þá teljum við það skipta máli að sinna vinsælli greinunum heldur en hitt“. Annar sagði „auðvitað vildi maður vera að sinna sem flestum greinum og maður finnur hve þakklátt fólkið er þegar eitthvað birtist sem hefur kannski ekki fengið mikla umfjöllun áður“. „Við fókuserum á stórugreinarnar það er boltagreinararnar þó svo að þær séu kannski ekki stórar í iðkendamótum þá eru þær stórar í lesendatölum, þannig er það bara“. Íþróttafréttamenn á Stöð 2 segjast vegna plássleysis sinna keppnisíþróttum og þá séu boltaíþróttirnar stærstar enda flestir samningar stöðvarinnar við boltagreinararnar.

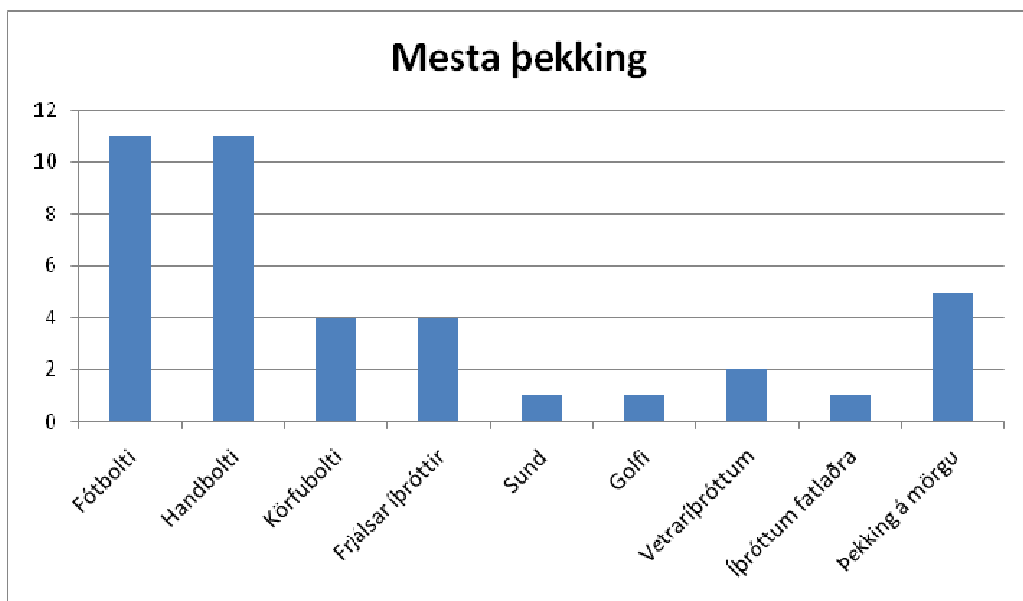
Spurt var: Hvaða íþróttgrein heldur þú að þínir lesendur/áhorfendur/hlustendur hafi mestan áhuga á?

Tíu af þrettán íþróttafréttamönnum svöruðu því til að fótboltinn væri langvinsælastur „það sést á lesendatölum að fótboltinn selur enda stærsta greinin í öllum heiminum“. Einn tók svo til orða að hann hefði engar nýjar tölur og því væri erfitt að segja hvaða grein væri vinsælust en sagði síðar „eldri mælingar sýna að ef þú ferð úr fótboltafrétt og yfir í hestafrétt þá dettur áhorfið niður, sem er óskiljanlegt því hestaíþróttin er önnur stærsta greinin“. Hann var með ákveðna skoðun á þessu „ef þú tekur fréttir af fótbolta eða handboltamanni þá eru miklir peningar í kringum þá og peningar hafa alltaf höfðað mikið til fólks. Það eru fréttir úr daglegu lífi þeirra sem eru með hundruð milljóna í laun, það er í raun bara þessi áhugi á ríka og fræga fólkinu. Í hestum, dansi og eitthvað svona eru þetta allt fréttir af úrslitum það er hver vann það er engin söguþráður það er ekkert æsi-spennandi að gerast það er það sem ég vil meina að trekki áhorf“.

Einn íþróttafréttamaður taldi handboltann vera langvinsælastan, áhorfstölur segðu það „við höfum fengið gríðarlegar áhorfstölur bæði í handbolta og fótbolta, en svo höfum við fengið absúrd tölur eins og í formúlu eitt kappakstrinum og það er skrýtið. Við höfum ekki einu sinni kappakstursbila hér á landi og enginn hér er að stunda þessa grein. Það tókst bara að mynda einhverja gríðarlega spennu í kringum þessa íþrótt“. Annar benti á það að körfuboltinn hefði ekki verið vinsæll fyrr en upp úr 1987 eða 1988 því þá hafi verið byrjað að sýna frá NBA deildinni „fyrst horfði enginn á körfuboltann en svo greip um sig nokkurskonar æði og hann er vinsæll í dag en kannski ekki jafn vinsæll og hann var þegar Michael Jordan var, stjörnurnar og karakterarnir ráða þessu svolítið“. Einn sagðist ekki hafa hugmynd um það hverju hans áhorfendur/lesendur eða hlustendur hefðu áhuga á.

Spurt var: Á hvaða íþróttagreinum hefur þú mestu þekkinguna á?

Flestir íþróttafréttamennirnir töldu sig hafa mestu þekkinguna á fótbolta og handbolta „Það segir sig sjálfst ég æfði þessar greinar“. Sumir töldu það kost að þekkja greinarnar bæði fræðilega og tæknilega og einn sagði „Það væri heppilegt að hafa sem fjölbreyttustu þekkinguna innan íþróttadeilda hjá fjölmiðlum en ekki bara fótboltasnillinga“. Fjórir töldu upp íþróttagreinar en bættu svo við að þeir hefðu góða þekkingu á flestum íþróttagreinum. Íþróttakennaraháskólinn hafði greinilega hjálpað þeim sem í honum höfðu verið bæði í því að þekkja íþróttirnar betur og svo með það að þar höfðu þeir kynnst fólki úr mismunandi íþróttagreinum „það kemur sér vel í þessari vinnu að vera með góð tengsl inni sem flestar íþróttagreinar“.



Mynd 7 Þær íþróttagreinar sem íþróttafréttamennirnir hafa mestu þekkinguna á (flestar töldu upp 2-4 íþróttagreinar)

Spurt var: Er sérstakur íþróttaritstjóri/íþróttafréttastjóri starfandi innan þíns vinnustaðar?

Á einum miðlinum var enginn titlaður íþróttaritstjóri eða íþróttafréttastjóri þar tekur íþróttafréttamaðurinn sjálfur ákvarðanir en fær oft ábendingar frá samstarfsfélögum og ritstjóra blaðsins. Á öllum hinum fjölmiðlunum var einn eða tveir íþróttaritstjóri/-íþróttafréttastjóri starfandi.

Spurt var: Hver eða hverjir ákveða hvað er tekið fyrir hvern dag?

Á flestum fjölmiðlunum er ákvörðunin um það hvað tekið skuli fyrir hvern dag, samvinna allra á deildinni, þó svo að íþróttaritstjórar eða íþróttafréttastjórar beri ábyrgðina á því sem fjallað er um. Margir tóku það fram að það væri undir þeim sjálfum komið hvað þeir fjölluðu um. Einn íþróttafréttamaður taldi það vera augljóst að eins og á veturna þá væri það aðallega Íslandsmótin í handbolta og körfubolta „*annars er þetta bara opið, menn hafa komið sér upp tengslaneti og skrifa bara um það sem þeir hafa áhuga á og svo er fjallað um það sem er að gerast á hverjum degi*“. Margir nefna sjálfstæði íþróttafréttamanna og svo það að þetta sé allt góð samvinna þeirra á milli. Áskriftarsjónvarpsstöðin sagðist verða að huga að því efni sem hún er með (á sínum sportrásum) og reyna að koma því fyrir í fréttatímunum líka, það er fótbolti, körfubolti, erlent golf og handbolti. Íþróttafréttamenn á áskriftarsjónvarpinu kvarta undan tímaleysi, niðurskurður sé búinn að vera mikill og að þeir hafi færri mínútur til að koma sínum íþróttafréttum á framfæri en keppinauturinn. „*við íþróttafréttamenn hér erum íþróttafréttamenn af heilum hug og gerum allt til að þóknast öllum áhugahópum um íþróttir og nýtum helgarnar til þess því þá höfum við fleiri mínútur í útsendingu. Við skiljum fullvel þá gagnrýni sem við höfum verið að fá um að við sýnum alltof mikið af fótbolta, en við erum að fjalla um það efni sem flestir hafa áhuga á og þá viðheldur það áhuganum á því efni sem við erum að sýna... það að við fjöllum aðeins um það sem við höfum áhuga á er misskilningur en ég skil vel þá gagnrýni*“. Í samtali við íþróttafréttamann hjá áskriftarstöðinni kom fram að þeir þyrftu að fá sterka styrktaraðila til þess að eiga möguleika á því að sýna frá minni íþróttagreinum.

6.2 Úrvinnsla svara frá sérsamböndunum

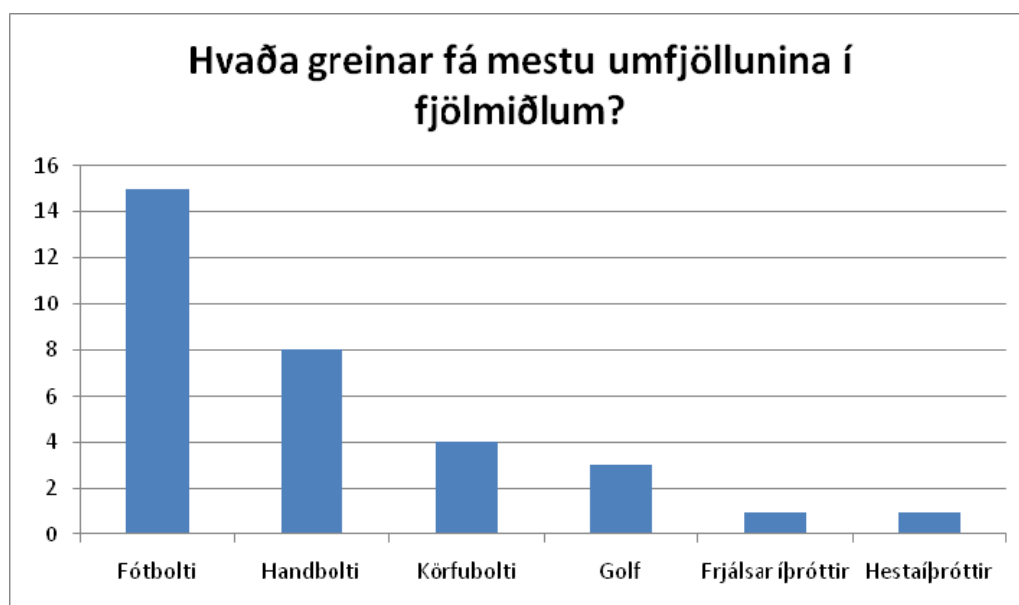
Sérsamböndin eru 27 en svör bárust frá rúmum helmingi þeirra við spurningalista sem sendur var í tölvupósti. Fimmtán sérsambönd svöruðu og voru sjö svarendur titlaðir sem framkvæmdastjórar, fjórir voru formenn og þrír starfsmenn á skrifstofu sérsambandanna. Iðkendafjöldi þessara sérsambanda var frá 250 til um 20.000 manns.

Spurt var: Ert þú sátt/ur við þá umfjöllun sem samband þitt/íþróttagrein þín fær í fjölmiðlum?

Tólf af þeim fimmtán sérsamböndum sögðust ekki vera sátt við þá umfjöllun sem íþróttagrein þeirra fengi í fjölmiðlum. Eitt sérsamband var mjög sátt, annað nokkuð sátt og það þriðja sagðist vera sátt við suma fjölmiðla en ekki aðra.

Spurt var: Hvaða íþróttagreinar telur þú að fái mestu umfjöllun í fjölmiðlunum?

Öll fimmtán sérsamböndin nefndu fótboltann. Handbolti og körfubolti komu svo næst. Allir nefndu fótboltann en nefndu svo eina eða tvær aðrar íþróttagreinar.



Mynd 8 Þær greinar sem sérsamböndin telja að fái mestu umfjöllunina í fjölmiðlunum

Hver telur þú vera skýringuna á því?

Sjö af fimmtán svöruðu því til að áhugasvið íþróttafréttamanna spilaði þar stærstan hluta. En einnig var nefnt einhæf skoðun íþróttafréttamanna á því hvað væri vinsælt, bakgrunnur íþróttafréttamanna væri sá sami allir kæmu örugglega úr boltanum og því auðveldast fyrir þá að halda sér við það sem þeir þekktu. Nokkrir töldu íþróttafréttamenn hafa lítinn áhuga á því að kynna sér aðrar greinar „Íslenskir fjölmiðlar elta hvor annan og sýna lítið sjálfstæði“.

Tveir nefndu að sérsamböndin væru misgóð að koma sér á framfæri, aðgengi að efni væri auðveldast í fótbolta og að KSÍ hefði sterkan fjárhag til að standa vel að kynningarmálum. Einn talaði um að það væri hefð að vera bara með boltagreinar í fjölmiðlunum. Einnig var minnst á að mestu peningarnir væru í boltanum, keppnisreglur einfaldar, fjöl-

menni og vinsældir boltagreinnanna væru miklar, áhuga almennings á fótbolta og að þetta væri gott sjónvarpsefni.

Spurt var: Er þitt samband með virkan fjölmiðlafulltrúa eða manneskju sem er í góðum tengslum við íþróttufréttamenn fjölmiðlanna?

Svörin við þessu skiptust í tvennt, átta sambönd sögðust vera með einhvern sem sæi um þessi mál, það er að senda inn fréttatilkynningar og úrslit móta. Oftast var um framkvæmdastjóra eða sjálfboðaliða sambandanna að ræða en eitt samband sagði að það væri með sérstakan markaðs- og kynningarstjóra á sínum snærum. Hin sjö sérsamböndin sögðust ekki vera með virkan fjölmiðlafulltrúa eða manneskju sem væri í góðum tengslum við fjölmiðlana. Eitt samband sagði „við vorum með slíkan einstakling en erum búnir að gefast upp á því, því það skipti ekki neinu máli. Virtist fara eftir vindátt hvernig umfjöllunin var ef hún þá var einhver“.

Spurt var: Er þitt samband duglegt við að koma á framfæri við fjölmiðla upplýsingum um keppnir og aðra viðburði?

Tíu sérsambönd segjast vera dugleg við að senda upplýsingar til fjölmiðla. Þrjú sérsambönd segjast reyna eftir bestu getu en skorti fjármagn og mannskap til þess. Aðeins eitt sérsamband sagðist ekki senda neitt til fjölmiðla, og annað samband sagðist aðeins senda til þeirra fjölmiðla sem sýnt hafi þeim áhuga í gegnum tíðina. Svar frá einu sambandinu var á þessa leið „við reynum að senda fjölmiðlunum en það hefur þó dregið úr því þar sem það er ósköp letjandi að eyða vinnu í það þegar það skilar litlum sem engum árangri“.

7 Niðurstöður og umræður

Í upphafi var lagt upp með þrjár spurningar.

Rannsóknarspurningarnar voru:

1. Hefur íþróttaiðkun eða áhugasvið íþróttafréttamanna áhrif á val þess íþróttaefnis sem fjallað er um í fjölmiðlum?
2. Af hverju er áhersla á boltaíþróttir í fjölmiðlum?
3. Hver/hvað ræður því hvaða íþróttir fjallað er um í fjölmiðlum?

7.1 Hver heldur boltanum á lofti?

Boltagreinar voru ríkjandi í svörum hjá íþróttafréttamönnum á mörgum sviðum og má leiða líkur að því að það hafi áhrif á hvað fjallað er um í íþróttafréttum. Rannsóknin sýndi að áhugasvið íþróttafréttamanna innan íþróttanna er mjög líkt. Allir höfðu þeir stundað fótbolta og ellefu af þrettán höfðu einnig stundað handbolta. Flestir höfðu mest gaman af því að skrifa /fjalla um fótbolta og handbolta og sama má segja um þær íþróttagreinar sem þeim þótti skemmtilegast að horfa á en þar komu fótbolta, handbolta og körfubolti oftast fram. Þekking íþróttafréttamanna var líka mest á fótbolta og handbolta en ellefu af þrettán sögðust hafa mestu þekkinguna á fótbolta og handbolta.

Í skýrslu nefndar menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla kemur fram að nauðsynlegt sé að miðla upplýsingum og flytja fréttir frá öllum þjóðfélagshópum. Ein leið til þess að auka fjölbreytni umfjöllunarefnis fjölmiðla sé að fréttamenn komi úr ólíkum hópum samfélagsins og hafi ólíkan bakgrunn, skoðanir og áhugamál.⁶⁶ Forvitnilegt væri að vita hvernig ráðning íþróttafréttamanna fer fram. Engin kona er starfandi innan stéttarinnar og svipaða sögu má segja af fjölmiðlum erlendis, kveníþróttafréttamenn eru fáar.⁶⁷ Karllæg sjónarmið, viðmið og gildi eru því ráðandi í íþróttafréttamennsku. Nokkrar konur hafa starfað sem íþróttafréttamenn á undanfönum misserum en einn íþróttafréttamaðurinn gaf þessa skýringu á því hversvegna engar konur væru í stéttinni núna „*konur þær brenna fljótt út eða snúa sér að barneignum*“. Barneignir eru varla ástæða þess að konur haldist ekki í stéttinni. Konur í öðrum starfsstéttum eignast líka börn og halda áfram að vinna við sitt fag. Stór hluti íþróttafréttamanna á líka börn og allir eru þeir enn að störfum.

⁶⁶ http://www.menntamalaraduneyti.is/media/MRN-pdf/Frumvarp_til_laga_um_fjolmidla_2009.pdf

⁶⁷ Coakley, 1994:346

Í þessari rannsókn sést að íþróttافرéttamenn hafa líkan bakgrunn og áhugamál. Hópurinn er einsleitur og áhuginn á boltagreinum yfirgnæfandi. Áhugi íþróttافرéttamanna á boltagreinum virðist endurspeglast í umfjöllun fjölmiðla. Sumir íþróttافرéttamennirnir virðast gera sér grein fyrir því að það vanti upp á fjölbreytnina í umfjöllun fjölmiðlanna en einn sagði: „*Það væri heppilegt að hafa sem fjölbreyttustu þekkinguna innan íþróttadeilda hjá fjölmiðlum en ekki bara fótboldasnillinga*“. Flestir töldu að aðeins tvær til þrjár íþróttagreinar væru ríkjandi í allri umfjöllun fjölmiðlanna fyrir utan RÚV og Morgunblaðið. Íþróttافرéttamennirnir töldu að meiri breidd væri í umfjölluninni á þeim tveim fjölmiðlum.

Segja má að íþróttافرéttamenn séu líklegri til að fjalla um boltagreinar en aðrar íþróttagreinar því þeir segja sjálfir „*menn hafa komið sér upp tengslaneti og skrifa bara um það sem þeir hafa áhuga á og svo er fjallað um það sem er að gerast á hverjum degi*“. Því má ætla að það sé undir þeim komið hvað sé fjallað um eða ekki fjallað um í fjölmiðlunum.

Þó svo að flestum íþróttافرéttamönnum þætti það að sýna breiddina í íþróttum mikilvægara heldur en að fjalla ítarlegar um færri íþróttagreinar þá kemur það skýrt fram hjá þeim að boltagreinar, fótolti, handolti og körfubolti, eru vinsælastar og að þeim beri að fjalla um þær. „*Það er bara eðlilegt þar sem keppnishefðin er ríkust í fótboldanum og hann er stærsta íþróttagreinin í heiminum. Fótoltinn er á toppnum þó fólki líki það betur eða verr*“. Annar sagði „*ég horfi mest á boltagreinar af því að það er mest sýnt af þeim*“.

Margar ástæður komu fram í svörum íþróttافرéttamannanna hversvegna áherslan sé svona mikil á boltagreinar. En aðal ástæðan sem þeir nefndu var vinsældir boltagreinnanna. „*Þær eru bara vinsælastar*“ sögðu nokkrir íþróttافرéttamenn en aðrir sögðu að þeim þætti það að mestu leyti eðlilegt að sýna svona mikið af boltanum „*þetta er það sem fólk vill sjá*“.

Höfundur ritgerðar er ekki viss um að svo sé. Mikil ásókn er á áhorfendabekki á mörgum erlendum stórmótum. Þegar miðaverð á viðburði Ólympíuleikanna er skoðað kemur í ljós að eftirspurn eftir miðum á úrslit í áhaldafimleikum er svo mikil að miðarnir eru verðlagðir hærra en inn á aðra viðburði á Ólympíuleikunum. Inn á opunar- og lokaathöfnina eru dýrustu miðarnir en svo koma fimleikar.

Gaman er að bera saman verð inn á handbolta og fimleikamót á Ólympíuleikunum. Sú staðreynd blasir við héraendis að fjölmiðlar fjalla nánast ekkert um fimleika ef umfjöllunin er borin saman við umfjöllun um handbolta.

Handbolti:

10-15 evrur á undankeppni í handbolta

15-25 evrur á undanúrslit í handbolta

30-45 evrur á úrslit í handbolta

Fimleikar:

35-65 evrur á undankeppni í fimleikum

120-200 evrur á úrslit í fimleikum

Á Ólympíuleikum er mikill munur á miðaverði inn á úrslitaviðburði þessara greina. Og hlýtur það að segja sitt um vinsældir íþróttarinnar.⁶⁸

Aðrar ástæður sem íþróttافرéttamennirnir nefndu voru hlutir eins og þekking, framboð, auglýsingatekjur, áskriftargjöld, tíma- eða plássleysi og skipulagsleysi sérsambandanna. Þeir sögðu að áhorfs/lesendatölur og mælingar væru háar þegar fjallað væri um boltann „*Mér finnst það í takt við íþróttافرéttamannastéttina og tíðarandann, ég meina mesta áhorfið er á þessa kappleiki, ég þarf ekki að segja neitt meira*“.

Einn íþróttافرéttamaðurinn sagði „*þegar farið er úr fótboltafrétt yfir í aðra íþrótt eins og til dæmis hestaíþróttir þá dettur áhorfið niður*“. Gaman væri að velta því fyrir sér hverjir það eru sem horfa á íþróttافرéttir í sjónvarpinu. Ein skýring á því hversvegna áhorfið dettur niður þegar farið er úr fótboltafrétt yfir í aðra íþróttافرétt gæti verið sú að þeir sem horfa á íþróttافرéttir hafi bara áhuga á boltagreininum og takmarkaðan áhuga á öðrum greinum. Þess vegna fara þeir frá skjánum þegar aðrar íþróttagreinar eru sýndar. Þeir sem ekki hafa áhuga á boltagreinum eru kannski löngu búnir að gefast uppá íþróttافرéttum og nenna ekki að horfa á þær vegna þess að meirihluti tímans fer í boltaíþróttir og þeir vita það.

Íþróttافرéttamenn nefndu líka að alltaf væri eitthvað í gangi hjá boltagreininum, mót væru í gangi allt árið um kring annað en hjá öðrum íþróttagreinum þar sem mót væru sjaldnar eða með margra vikna millibili og gott væri ef samböndin gætu skipulagt sig betur „*það eru kannski tvö til þrjú Íslandsmót sömu helgi í mismunandi íþróttagreinum og svo kannski ekkert helgina á eftir. Það gæti auðveldað íþróttافرéttamönnum þar sem við erum faliðaðir og yfirleitt bara með einn myndatökumann til að dekkja allt sem gerist*“. Annar íþróttافرéttamaður sagði að framboðið væri ekki það sama í minni greininum. Höfundur ritgerðar telur að þó framboðið af mótum hjá minni greininum sé ekki það sama og hjá þeim stærri gætu íþróttافرéttamenn engu að síður fjallað um margt annað, tekið fyrir mannlega þáttinn, talað við iðkendur, þjálfara og fleiri eins og einn íþróttافرéttamaðurinn sagði „*íþróttافرéttirnar þurfa ekki bara að snúast um úrslit móta, það hafa allir gaman af þessum mannlegu fréttum líka*“.

⁶⁸ <http://www.tickets.athens2004.com/>

Íþróttافرéttamennirnir eru allir í Samtökum íþróttafréttamanna en í fjórðu grein laga þeirra stendur meðal annars að tilgangur samtakanna sé að auka útbreiðslu íþróttar,⁶⁹ ekki eru tilteknaðar neinar sérstakar íþróttagreinar og því má ætla að um allar íþróttir sé að ræða, ekki bara þær sem mest framboð er af.

Mannekla og tímaleysi í útsendingu eða plássleysi á síðum blaðanna var líka nefnt sem ástæða þess að lítið er fjallað um aðrar greinar en boltann. Mátti rekja það til þess niðurskurðar sem fjölmiðlar hafa gengið í gegnum síðastliðin misseri „*Hvað áttu að vera að eyða miklu púðri í smærri greinar ef þú hefur kannski bara 3 mínútur í fréttum, ef þú getur ekki komið þínu efni út til dæmis hvort að Liverpool hafi verið að spila eða Arsenal og Manchester*“. Sumir miðlarnir þurfa að sinna því sem þeir eru að selja í áskrift og hefur það áhrif á misræmi á milli þeirra íþróttagreina sem fjallað er um í þeim miðli „*Margir halda að við veljum efni eftir okkar áhuga en það er misskilningur við verðum fyrst og fremst að fara eftir markaðnum, við verðum að sinna áskrifendum okkar*“.

Fimleikar eru krakkasport sagði einn íþróttafréttamaðurinn og taldi að enginn eða fáir hefðu áhuga á því að fylgjast með þeim. Boltagreinar búa frekar til stjórnur en fimleikar. Erfitt væri að búa til stjórnur úr fimleikakrökkum sem hættu svo að æfa á unglingsárum. Þannig væri það ekki í fótbolta og handbolta þar væri íþróttafólkið eldra og stundaði íþrótt sína lengur. Þetta er ekki rétt hjá íþróttafréttamanninum því fimleikar eru stundaðir af mjög svo breiðum aldurshóp og fullorðna fólkið í fimleikum keppir líka á mótum.

Annar nefndi að fólk hafi í raun mestan áhuga á „*rika og fræga fólkinu*“. Miklir peningar væru í kringum fótboltann og handboltann, og peningar höfði til neytendanna. „*Það eru fréttir úr daglegu lífi þeirra sem eru með hundruð milljóna í laun, það er í raun bara þessi áhugi á ríka og fræga fólkinu*“.

Sérsamböndin 27 fengu sendan spurningalista í tölvupósti og bárust svör frá 15 þeirra. Iðkendafjöldi þessara sérsambanda var frá 250 til um 20.000 manns. Tólf af fimmtán sérsamböndum sögðust ekki vera sátt við þá umfjöllun sem íþróttagreinin þeirra fengi í fjölmiðlum. Eitt sérsamband var mjög sátt, annað nokkuð sátt og það þriðja sagðist vera sátt við suma fjölmiðla en ekki aðra. Öll fimmtán sérsamböndin nefndu að fótboltinn fengi mesta umfjöllun en síðan handbolta og körfubolta. Átta af fimmtán svöruðu því til að áhugasvið íþróttafréttamanna spilaði þar stóra rullu. Einnig var nefnd einhæf skoðun íþróttafréttamanna á því hvað væri vinsælt og bakgrunnur íþróttafréttamanna væri sá sami,

⁶⁹ <http://www.sportpress.is/>

allir kæmu örugglega úr boltanum. Íslenskar og erlendar rannsóknir sem fjallað var um í kafla 4.1 styðja við þessi svör frá sérsamböndunum því þau sýna að boltagreinar fá mestu umfjöllunina í fjölmiðlum og að umfjöllunin er einhliða.

Langtíma áhorf og aðdáun getur haft áhrif á skoðanir og ímynd neytandans. Neytendur íþróttafréttara fara því að halda að fótbolli, handbolli og körfubolti séu þær einu sönnu íþróttagreinar og að aðrar greinar séu ekki jafn mikils virði, því ef þær væru einhvers virði þá væri fjallað um þær í fjölmiðlum. Miðlarnir hamra á sömu greinunum í gríð og erg og brengla því sýn neytandans á íþróttum í heiminum.⁷⁰

Fjölmiðlar skapa ímyndir fyrir íþróttagreininna og íþróttamennina sem þeir skrifa eða fjalla um og spila því stórt hlutverk í mótun umgjörðar íþróttarinnar sem er lesendum eða neytendum sýnileg. Íþróttafréttamenn skrifa um það sem þeir hafa áhuga á, lítið sem ekkert er skrifað um margar íþróttagreinar og má leiða líkur að því að þær greinar séu ekki jafn áhugaverðar fyrir íþróttafréttamanninn og kannski að hann hafi enga þekkingu á greininni.⁷¹ „Ef við horfum gagnrýnum augum á það sem við erum að gera þá sinnum við þessum high profile greinum of mikið en það er okkar trú að þetta sé það sem selur en svo kemur umræðan um eggid og hænuna og öll sú umræða hvort kemur á undan. Selur þetta bara af því að við erum bara að fjalla um þetta eða hvað?“ eins og einn íþróttafréttamaður nefndi. Annar sagði: „Þetta er hefð (að sýna mikið af boltagreinum) og í raun er þetta hálfgerð hringekja, umfjöllun í fjölmiðli stuðlar að vinsæld greinar og trekkir að áhorfendur. En oft er talað um að fjölmiðlarnir búi til áhugann og skapi íþróttagrein vinsæld en ég segi að það sé á hinn veginn áhuginn á greininni skapar henni vinsældir og því fara fjölmiðlar af stað og taka viðtöl eða mynda“. Þetta svar á engan vegin við svar næsta íþróttafréttamanns sem sagði: „þegar farið var að sýna fyrst frá NBA körfuboltanum hér á landi 1987 eða 1988 var áhuginn og áhorfið ekki mikið en svo greip um sig nokkurskonar æði og allir fóru að horfa á körfuboltann“. Þessi orð segja meira en nokkur önnur um það vald og þau áhrif sem fjölmiðlar geta haft á íþróttagreinar. Margt bendir til þess samkvæmt ummælum íþróttafréttamannsins að fjölmiðlarnir hafi skapað körfuboltanum vinsældir hér á landi. Sama má segja um formúluna sem enginn stundar hér á landi en er gríðarlega vinsæl samkvæmt áhorfsmælingum. Fjölmiðlarnir hafa náð að skapa réttu stemminguna fyrir sumar íþróttir betur en aðrar.

⁷⁰ McQuail, 2005:129-130

⁷¹ Coakley, 1994:331-356

Án íþróttaumfjöllunar í fjölmiðlum væru margar greinar ekki svona vinsælar, iðkendur og áhorfendur væru færri og því hefðu íþróttagreinar ekki úr eins miklu fjármagni að móða.⁷² Í norrænu rannsókninni kom fram að meira væri fjallað um akstursíþróttir en siglingar í Danmörku. Siglingarmenn standa sig þó mun betur á alþjóðamótum, skýringuna segja þeir að sé að finna í peningum. Akstursíþróttir í Danmörku hafi meiri peninga og eigi því auðveldara með að koma sinni íþróttagrein á framfæri.⁷³ Tekjulindir KSÍ eru margfalt það sem aðrar íþróttagreinar hafa sagði einn íþróttufréttamaður „*KSÍ er bara ríki í ríkinu miðað við önnur sérsambönd*“. Því meira sem stóru greinarnar stækka því stærra bil verður á milli íþróttagreina, stóru greinarnar hafa meiri peninga til umráða og ná því að auglýsa sína grein, draga til sín áhorfendur og um leið meira fjármagn. Spurningin er hvort kemur á undan eggid eða hænán? Eru greinarnar svona stórar vegna þess að mikið er fjallað um þær í fjölmiðlum eða er mikið fjallað um þær af því að þær eru stórar? Einn íþróttufréttamaður sagði að ef þeir ættu að geta fjallað meira um minni íþróttagreinar þá þyrftu þeir að fá styrktaraðila. Það gæti verið erfitt að fá styrktaraðila til að fjölmiðlarnir geti fjallað um minni greinarnar því ef engin umfjöllun hefur verið eða í það minnsta lítil er óvíst að nokkurt fyrirtæki sjái sér hag í því að auglýsa.

Áhugasvið íþróttufréttamanna speglast í íþróttaumfjöllun fjölmiðlanna. Boltagreinar voru ríkjandi í svörum hjá íþróttufréttamönnum á mörgum sviðum og má leiða líkur að því að það hafi áhrif á hvað fjallað er um í íþróttufréttum. Margt annað hefur áhrif á það hvað ratar í miðlana, en því verður ekki svarað hér, það kallar á frekari rannsóknir. Erfitt var að draga eina ályktun af svörum íþróttufréttamannanna og hugsanlega voru spurningarnar of opnar en höfundur fannst það þjóna vissum tilgangi, það er að fá frjálst upplýsingaflæði frá viðmælendum, þar sem raunveruleg sýn þeirra og skoðanir koma fram.

⁷² Coakley, 1994:333-337

⁷³ http://www.playthegame.org/upload/soeren_schultz.pdf

8 Lokaorð

Oftar en ekki birtast einungis íþróttافرéttir af boltagreininum, það er fótbolta, handbolta og körfubolta, í fjölmiðlum landsins. Þessum íþróttagreinum er hampað af íþróttافرétta-
mönnum, ráðherrum, forseta landsins og samfélaginu í heild. Árangur landsliðsins í handbolta hefur verið glæsilegur á undanförunum misserum en svo má líka segja um annað íþróttafólk. Árangur hópþímleikastúlkna úr Gerplu hefur verið mjög góður undanfarið en þær hafa í tvígang verið í öðru sæti á Evrópumeistaramóti og verið í fyrsta og þriðja sæti á Norðurlandameistaramóti. Mikið misræmi er hins vegar í fjölmiðlaumfjöllun þessara tveggja íþróttagreina og hefur handboltinn vinninginn hvað það varðar. Það er skrytið að hugsa til þess að ef enginn fréttuumfjöllun hefði verið um „strákana okkar“ á Ólympíuleikunum og Evrópumeistaramótinu þá hefði samfélagið ekki fengið að taka svona mikinn þátt í gleðinni og stressinu sem leikunum fylgdu. Fjölmiðlarnir skapa þennan vettvang fyrir okkur hin til að fylgjast með og er það þakkarvert en það mætti samt vera meiri fjölbreytni í þeim stórmótum sem þeir fjalla um.

Fjölmiðlarnir og dagskrárgerð þeirra hjálpa íþróttagreinum að blómstra. Engin umfjöllun þýðir í raun að greinin skipti engu máli og sé ekki þess virði að sýna frá henni. Áhugasvið íþróttافرéttamanna hefur kannski margt um þetta að segja, en margt annað spilar líka inni þessa umræðu. Íþróttافرéttamönnum hefur fækkað mikið vegna niðurskurðar hjá fjölmiðlum, tími útsendra íþróttافرétta hefur styst og plássleysi er innan blaðanna. Peningar skipta líka miklu máli, áskriftamiðlar birta þær fréttir sem þeir halda að neytendur vilji, og auglýsingatekjur hafa áhrif.

Rannsóknir sýna að boltaumfjöllun í fjölmiðlum er yfirgnæfandi. Fót-, hand- og körfubolta- mót hafa að margra mati aðgengilegra form en aðrar íþróttagreinar. Þessi mót eru tæknilega ekki flókin fyrir almenning að horfa á og skilja. Annað má kannski segja um margar aðrar íþróttir þar sem dómgæslan er flóknari og almenningur á í meiri vandræðum með að skilja það sem fram fer. Það er því hlutverk íþróttافرéttamanna að setja sig inni flóknari íþróttagreinar og matreiða þær fyrir neytendur svo að þeir skilji betur. Flest sérsambönd hafa einstaklinga á sínum snærum sem gætu hjálpað íþróttافرéttamanni að útskýra tæknina, og eru sumir fjölmiðlanna duglegir að nýta sér þá sérþekkingu.

En hvað er til ráða fyrir hinar íþróttagreinar sem litla eða enga umfjöllun fá og hvernig geta íþróttafélög og sérsambönd komið til móts við íþróttافرéttamenn og fjölmiðla?

Sérsamböndin og íþróttafélögin geta verið dugleg við að senda tölvupósta og hringja í fjölmiðlana til að láta vita af skemmtilegum mótum, atburðum og forvitnilegum mannlegum fréttum. Ekkert sérsamband getur þó í raun ætlast til þess að miðlarnir fjalli um það nema þá kannski RÚV vegna stöðu sinnar, en RÚV á að sinna öllum landsmönnum og gæta að því að hafa fjölbreytni í dagskrá sinni. „*Það er ekki nóg að hringja tveimur dögum fyrir mót og ætlast til að við mætum, við viljum skipuleggja okkur með margra daga fyrirvara*“ sagði einn íþróttafréttamaður.

Stóru boltagreinar þurfa ekki að selja ímynd sína til fjölmiðlanna en litlu íþróttagreinar þurfa að gera það. Eitt sérsambandanna nefndi að KSÍ hefði sterkan fjárhag til að standa vel að kynningarmálum en flest önnur sambönd hefðu ekki fjármagn til þess. Eitt samband sagði að það hefði verið með kynningarfulltrúa en þeir væru búnir að gefast upp „*því það skipti ekki neinu máli. Virtist fara eftir vindátt hvernig umfjöllunin var ef hún þá var einhver*“. Og annað samband sagði „*við reynum að senda fjölmiðlunum en það hefur þó dregið úr því þar sem það er ósköp letjandi að eyða vinnu í það þegar það skilar litlum sem engum árangri*“. Íþróttafréttamennirnir kvarta yfir því að vita ekki um atburði og keppni en sérsamböndin kvarta yfir því að það skili litlum árangri að láta vita.

Íþróttafréttamennirnir minntust sumir á það að þeir gerðu sér grein fyrir því að minni sérsamböndin hefðu ekki öll bolmagn eða mannskap til að láta þá vita um mót og aðra atburði, en þeir væru þakklátir fyrir allar þær fréttir sem þau létu þá vita um „*en samt er eins og að sum samböndin geri sér ekki grein fyrir því að við fjöllum ekki um hluti sem við vitum ekki af*“. Sum sérsamböndin eru mjög dugleg að láta fjölmiðlana vita og færa þeim fréttir en önnur eru ekki eins dugleg „*það eru ekki öll sambönd að kveikja á perunni, ég meina ef þú hringir til dæmis í frjálsíþróttafélögin þá færðu oft bara þær fréttir að þeir séu bara að æfa. Það eru engar fréttir og svo færðu líka ja þér kemur ekkert við hver er meiddur hann eða hún verður orðin góð/ur þegar keppnistímabilið hefst. Ég meina hvernig eigum við að vinna úr þessu ef þau segja bara að ekkert sé að gerast, svo kannski fréttum við útundan okkur að tíu manna hópur af börnum séu að keppa úr útlöndum kannski í sundi eða eitthvað*“.

Fyrirmyndir er eitt af því sem íþróttafréttamennirnir töluðu lítið um. Fyrirmyndirnar sem fjölmiðlarnir sýna eru flestar góðar en allar eru þær eins, koma úr sömu greinunum og eru flestar karlkyns. Fjölmiðlarnir gætu spilað stærra hlutverk í því að skapa börnum og unglingum fyrirmyndir. Flestar fyrirmyndirnar sem fjölmiðlarnir fjalla um eru karlar sem koma úr boltagreinum. Boltastrákarnir eru finar fyrirmyndir og ekki hægt að kvarta undan

þeim en það er ekki þar með sagt að fyrirmyndirnar mættu ekki vera fleiri, koma úr fleiri íþróttagreinum og jafnvel vera kvenkyns líka. Engin starfandi kona er íþróttافرéttamaður, og skýrir það kannski að hluta til að sjónarmið, viðmið og gildi karlanna eru ráðandi í íþróttافرéttamennsku.

Heimildir:

- Alda Guðrún Áskelsdóttir. (2009). *Áhrif eigenda á íslenska fjölmiðla*. Óbirt MA ritgerð: Háskóli Íslands, Félagsvísindadeild.
- Anna Guðrún Steindórsdóttir. (2007). *Íþróttافرéttir í dagblöðum*. Óbirt BA ritgerð: Háskóli Íslands, Menntavísindasvið.
- Anna Lilja Þórisdóttir. (2010). *Dáðleysi kvenna. Eða er öðru um að kenna? Stjórnmalakonur í fjölmiðlum fyrir Alþingiskosningarnar 2009*. Óbirt MA ritgerð: Háskóli Íslands, Félagsvísindadeild.
- Bouroncle, A. og Rauhamaki, S. (Ritstj.). (2005). *Sport And Substance Use In The Nordic Countries*. Finnland: Nad Publication No.45
- Coakley, J. (1994). *Sports in society: Issues and Controversies* (5. Útgáfa). Missouri, Usa: Mosby
- Eitzen, D. S. (ritstj.). (2005). *Sport in Contemporary Society An Anthology* (7. útgáfa). Boulder: Paradigm Publishers
- Frumvarp til laga um fjölmiðla* . 2009. Sótt þann 20. janúar 2010 http://www.menntamalaraduneyti.is/media/MRNpdf/Frumvarp_til_laga_um_fjolmidla_2009.pdf
- Hlynur Birgisson og Ólafur Már Þórisson. (2008). *Íþróttir barna og unglunga í dagblöðum*. Óbirt BA ritgerð: Háskólinn á Akureyri, Félagsvísinda- og lagadeild.
- Jensen K. B. og Rosengren K. E. (2005). Five Traditions in Search of the Audience. Í D. McQuail, P. Golding og Els de. Bens (Ritstj.). *Communication Theory & Research, an EJC Anthology*. London: Sage Publication
- Kjartan Ólafsson. (Ritstj.). (2006). *Sports Media and Stereotypes – Women and Man in Sports and Media*. Akureyri: Jafnréttisstofa.
- Lippmann, W. (1998). *Public Opinion*. With a New Introduction by Michael Curtis. New Brunswick: Transaction Publishers.
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: the mass media and public opinion* Cambridge UK: Polity Press.

- McCombs, M. og Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world. Í Bryant, J. og Zillmann D (ritstj.). *Media effects: Advances in Theory and Research* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media The Extensions of Man*. England: Routledge London.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory* (5. útgáfa). London: Sage publication.
- Preston, P. (2009). *Making the news: Journalism and news cultures in Europe*. London: Routledge
- Rúna H. Hilmarisdóttir. (2009). *Tölfræði 2007: Tölur um starfsemi íþróttahreyfingarinnar á árinu*. Reykjavík: Oddi ehf
- Santrock, John W. (2006). *Life-span development* (10. Útgáfa). Boston: McGraw-Hill
- Síðareglur Blaðamannafélags Íslands* sótt þann 20. Janúar 2010 af <http://press.is/static/files/gamalt/sidareglur.pdf>
- Skýrsla nefndar menntamálaráðherra um íslenska fjölmiðla*. Apríl 2005. Reykjavík. Sótt þann 6. janúar 2010 af <http://bella.stjr.is/utgafur/fjolmidlanefnd.pdf>
- Vefur Mannréttindadómstóls Evrópu. Sótt þann 7. janúar 2010 af <http://echr.coe.int/echr/en/hudoc>
- Þorbjörn Broddason. (2005a). The Sacred Side of Professional Journalism. Í D. McQuail, P. Golding og Els de. Bens (Ritstj.). *Communication Theory & Research, an EJC Anthology*. London: Sage Publication
- Þorbjörn Broddason. (2005b). *Ritlist prentlist nýmiðlar*. Reykjavík: Háskólaútgáfan
- Þorbjörn Broddason (2005c, janúar). *Fjórða grein valdsins. Fjölmiðlar, áhrif og ábyrgð*. Sótt þann 24. janúar 2010 af http://kistan.is/Default.asp?Sid_Id=28001&tre_rod=004|&tId=2&FRE_ID=39786&Meira=1
- Þórunn Steindórsdóttir. (2000). *Íþróttir og lífsstill ungs fólks*. Sótt 3. Febrúar 2010 af http://77www.lydheilsustod.is/media/afengi/rannsoknir/Itrottir_og_lifstill.PDF
- http://isi.is/servlet/IBMainServlet/Bannlisti.htm?nwr_from_page=true&nwr_more=2097&ib_page=196&iw_language=is_IS sótt þann 2. febrúar 2010.

http://timarit.is/view_page_init.jsp?issId=131909&pageId=1940613&lang=is&q=una%20marí%20óskarsdóttir%20ípróttir sótt þann 11. Janúar 2010.

<http://www.aber.ac.uk/media/Students/ram0202.html> sótt þann 23. febrúar 2010.

<http://www.menntamalaraduneyti.is/radherra/raedur/2009/04/17> sótt þann 15. janúar 2010

<http://www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey-2005.html> sótt þann 10. febrúar 2010

http://www.playthegame.org/upload/soeren_schultz.pdf sótt þann 10. febrúar 2010

<http://www.sportpress.is/> sótt þann 5. Febrúar 2010.

<http://www.tickets.athens2004.com/> sótt þann 8. janúar 2010.

Viðauki

Spurningar fyrir íþróttافرéttamenn

Aldur á bilinu 25-35 ___ 35-45 ___ 45-55 ___ 55 og eldri ___

Kyn ___ Menntun _____

1. Hvað hefur þú unnið lengi sem íþróttافرéttamaður?
2. Hefur þú stundað íþróttir og þá hvaða?
3. Stundar þú íþróttir núna / hvaða íþróttir?
4. Hvaða íþróttir hefur þú mest gaman af að skrifa/fjalla um?
5. Hvaða íþrótt þykir þér skemmtilegast að horfa á?
6. Er sérstakur íþróttaritstjóri/íþróttافرéttastjóri starfandi innan þíns vinnustaðar?
7. Hver eða hverjir ákveða hvað er tekið fyrir hvern dag?
8. Stunda börn þín eða maki íþróttir, og þá hvaða?
9. Hvort finnst þér mikilvægara að sýna breiddina í íþróttum og gera sem flestum greinum skil eða að fjalla ítarlegar um færri greinar?
10. Hvort telur þú að sé meira ráðandi á fjölmiðlunum í heild sinni. Þ.e að þeir fjalli um breiddina eða fár greinar?
11. Hvort er meira ráðandi á þínum vinnustað?
12. Hvaða íþróttagrein heldur þú að þínir lesendur/áhorfendur/hlustendur hafi mestan áhuga á?
13. Boltagreinar eru mjög ráðandi í íþróttافرéttum almennt, hvað finnst þér um það?
14. Á hvaða íþróttagreinum hefur þú mestu þekkinguna á?

Hlíf Þorgeirsdóttir heiti ég og er meistaranemi í Bláa- og fréttamennsku við Háskóla Íslands. Ég er að vinna að MA ritgerð þar sem ég fjalla um íþróttumfjöllun í fjölmiðlum. Mig langar því að fá að spyrja ykkur nokkurra spurninga. Ég vona að þið takið vel í það að svara þeim spurningum sem ég sendi ykkur í stuttu máli, og eins fljótt og auðið er.

1. Nafn á sér sambandi _____
2. Kyn þess er svarar _____
3. Hvert er hlutverk þitt hjá sambandinu?
Formaður _____ Framkvæmdarstjóri _____ Annað _____
4. Ert þú sátt/sáttur við þá umfjöllun sem samband þitt/íþróttagrein þín fær í fjölmiðlum? _____

5. Hvaða íþróttagreinar telur þú að fái mestu umfjöllun í fjölmiðlunum? _____

6. Hver telur þú að skýringin sé á því?

7. Er þitt samband með virkan fjölmiðlafulltrúa eða manneskju sem er í góðum tengslum við íþróttafréttamenn fjölmiðlanna?

8. Er þitt samband duglegt við að koma á framfæri við fjölmiðla upplýsingum um keppnir og aðra viðburði?

9. Hversu margir iðkendur eru í þínu sambandi? _____

Ef þið hafið einhverjar spurningar er ykkur velkomið að hafa samband við mig í tölvupósti hlifthorgeirs@gmail.com eða í síma 6923210

Bestu kveðjur

Hlíf Þorgeirsdóttir