



2010

Þjóðarspegillinn

# Íslenskt sjónvarp eða sjónvarp á Íslandi?

Ragnar Karlsson

Félags- og mannvísindadeild  
Ritstjórar: Gunnar Þór Jóhannesson og Helga Björnsdóttir

Rannsóknir í félagsvísindum XI. Erindi flutt á ráðstefnu í október 2010

Ritrynd grein

Reykjavík: Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands

ISBN 978-9979-9956-6-1



HÁSKÓLI ÍSLANDS

# Íslenskt sjónvarp eða sjónvarp á Íslandi?<sup>1</sup>

Ragnar Karlsson

Óvenju mikil fyrirferð útlends efnis hefur verið eitt helsta sérkenni íslensks sjónvarps allt frá því að útsendingar Sjónvarpsins hófust árið 1966. Ísland hefur þrúfaldlega vermt svo gott sem botnsætið samkvæmt alþjóðlegum (Nordenstreng og Varis, 1974; Varis, 1985) og evrópskum rannsóknum (Sepstrup, 1989; De Bens, Kelly og Bakke, 1992; De Bens og de Smaele, 2001). Niðurstaða slíkra athugana er enn óhagstæðari fyrir íslenskt sjónvarp ef aðeins er miðað við leikið efni (De Bens o.fl., 1992; De Bens og de Smaele, 2001; EAO, 2009). Þegar þess er gætt að sjónvarpið er sá miðill sem hefur verið frekastur á athygli okkar má færa fyrir því rök svo sem mælingar sýna að enginn miðill sem á undan hafi komið hafi veitt erlendum menningarstraumum af slíkum þunga inn í þjóðlífið eins og sjónvarpið (Þorbjörn Broddason, 2005, bls. 77). Í þessu samhengi er spurning hvort rétt sé að tala um íslenskt sjónvarp yfirhöfuð, líkt og Finn Lyngje þáverandi útvarpsstjóri Grænlandska útvarpsins (*Grønlands radio*) spurði þegar fyrir dyrum stóð stofnun þjóðarsjónvarps í heimalandi hans um miðjan áttunda áratug síðustu aldar. Hann taldi eðlilegra að tala um „sjónvarp í Grænlandi“ fremur en „grænlandskt sjónvarp“ þegar haft væri í huga að það efni sem löndum hans stæði til boða yrði um ófyrirséða framtíð að stærstum hluta af útlendum uppruna (Lyngje, 1977, bls. 107).

Samkvæmt Jeremy Tunstall má greina „augljósa goggunarröð á fjölmiðla-mörkuðum innan heimsálfa og um veröldina“, þar sem „ríki og svæði efst í goggunarröðinni flytja út til þeirra sem eru skör neðar“ (Tunstall, 2008, bls. 235 og 245). Mannfjöldi hefur augljóslega mikil áhrif á það að þau „lönd sem eru fámennust flytja mest inn. Vegna takmarkaðra möguleika til að notfæra sér áhrif stærðarhagkvæmni fjölmiðla geldur þjóðríki sem telur aðeins fáeinar milljónir íbúa fyrir smæð sína og tekjur standa ekki undir umtalsverði framleiðslu sjónvarpsefnis eða kvikmyndaframleiðslu“ (Tunstall, 2008, bls. 126).

Viðskipti með sjónvarpsefni milli þjóða ráðast að miklu leyti af „menningarlegri nálægð“ (*cultural proximity*) milli þjóða (Straubhaar, 2007), eða því sem sumir vilja nefna „landfræðileg málsvæði“ (*geolinguistic regions*) (Sinclair, 2009; Sinclair, Jacka og Cunningham, 1996, bls. 11-14) ellegar „landfræðilega menningarmarkaði“ (*geocultural markets*; Hesmondhalgh, 2007, bls. 220-21; Sassoon, 2002). Ríkrar tilhneigingar gætir þannig meðal þjóða að sýna fremur efni frá löndum sem þau deila með sama tungumáli og löndum sem þær finna til menningarlegs skyldleika við. Frá þessu eru þó mikilsverðar undantekningar. Stórþjóðir hafa tilhneigingu til að sýna síður efni frá sínum helstu keppinautum og löndum sem standa neðar í „goggunarröðinni“. Smáþjóðir hneigjast, hins vegar, til að sýna efni frá stærri nágrönnum (Tunstall, 2008).

Donald Sassoon leggur til að greinarmunur sé gerður á milli ríkja eftir því hvar þau eru stödd í því sem hann nefnir „stigskipt valdakerfi menningar“ (*hierarchy of cultural power*). Í fyrsta lagi eru ríki sem hafa yfirburði á sviði framleiðslu menningarafurða (*culturally dominant states*). Þessi ríki fullnægja að miklu leyti eftirspurn á heimamarkaði og þau eiga mörg hver auðvelt um vik með útflutning þar sem þau tilheyra gjarnan stærra og sameiginlegu tungumálasvæði og geta þannig mætt eftirspurn á útlendum

---

1 Þessi samantekt er að stórum hluta byggð á Karlsson og Broddason (2010).

mörkuðum. Ríki sem þannig er ástatt um eru gjarnan umsvifamiklir útflytjendur en flytja takmarkað inn. Augljósasta dæmið þar um eru Bandaríkin. Í öðru lagi, eru ríki með stóran heimamarkað en sem takmarka innflutning vegna „verndarsjónarmiða“ og eiga takmarkaða möguleika á umfangsmiklum útflutningi á menningarsviðinu. Sovétríkin fyrrverandi eru dæmi þar um og Kína í dag. Í þriðja lagi eru ríki þar sem framleiðsla menningarafurða er umtalsverð og innflutningur sömuleiðis mikill en eru ófær um útflutning í miklum mæli svo sem af tungumálaástandum. Dæmi um ríki sem falla í þennan hóp eru Indland og Japan. Að síðustu eru ríki sem Sassoon skilgreinir sem „menningarlega undirokuð“ (*culturally dominated states*) í þeim skilningi að eigin framleiðsla megnar langt í frá að fullnægja eftirspurn heima fyrir. Þessi hópur ríkja þarf því að reiða sig á innflutning í stórum stíl. Útflutningsmöguleikar þessara ríkja eru gjarnan verulega takmarkaðir sökum þess að þau tilheyra litlu málsvæði. Smáríki falla flest hver í þennan flokk (Sassoon, 2002, bls. 114-15).

Fullyrða má að Ísland falli í neðsta þrepið í þeirri menningarlegu „goggunar-röð“ sem þeir Tunstall og Sassoon gera að umtalfni. Uppistaða þess efnis sem sýnt er í íslensku sjónvarpi er óhjákvæmilega af erlendum uppruna. Þar skiptir mestu smæð íslensks þjóðfélags með innan við 320.000 íbúa og tungumál sem við deilum ekki með öðrum. Kostnaður við dagskrárgerð fyrir sjónvarp er því hlutfallslega hár og tekjurnar næsta litlar í samanburði við það sem gerist á stærri mörkuðum. Þrátt fyrir að þessar aðstæður gætu bent til „náttúrulegrar einokunar“ (*natural monopoly*; Noam, 1991) þá einkennist íslenskur sjónvarpsmarkaður af talsverðri fjölbreytni svo að nokkurri undrun sætir er varðar fjölda þeirra stöðva sem í boði eru en síður í úrvali efnis.

Í þessari grein verður fjallað um framboð efnis í íslensku sjónvarpi eftir uppruna og hvaða breytingar hafa þar orðið á frá þeim tíma þegar Ríkisútvarpið hafði einkarétt til sjónvarpsútsendinga og til dagsins í dag sem einkennist af fjölbreyttu framboði sjónvarpsrása. Sjónvarp á Íslandi einkennist af lágu hlutfalli innlends dagskrárefnis, svo mjög að Ísland hefur þrífaldlega mælt í eða við neðsta sæti meðal þjóða heims. Með tilkomu sjónvarpsins hér á landi var erlendum menningarstraumum veitt af áður óþekktum krafti inn í þjóðfélagið. Með þetta í huga er ástæða til að spyrja hvort íslenskar sjónvarpsstöðvar geti í raun talist innlendir fjölmiðlar. Hér á eftir verður leitast við að varpa ljósi á sérstöðu íslenskra fjölmiðla og íslenskrar fjölmiðla-menningar og á áhrif hinnar nýju boðskiptatekni, sem einkenni síðari hluta tuttugustu aldarinnar á þjóðlífið. Efni Sjónvarpsins og einkastöðvanna Skjás 1 og Stöðvar 2 verður borið saman með tilliti til uppruna dagskrár.

## Erlent dagskrárefni á tímum einkaréttar Ríkisútvarpsins

Ísland var eitt síðasta landið í Evrópu til að hefja sjónvarpsrekstur. Ytri aðstæður réðu miklu um tímasetningu á stofnun Sjónvarps Ríkisútvarpsins líkt og átti við í mörgum þróunarlöndum (Katz og Wedell, 1977). Þegar Sjónvarpið hóf reglubundnar útsendingar haustið 1966 hafði bandaríska herliðið á Miðnesheiði starfrækt eigin sjónvarpsstöð innan herstöðvarinnar í meira en áratug. Fimm árum síðar var sendistyrkur stöðvarinnar fimmfaldaður og náðu útsendingarnar til höfuðborgarsvæðisins og víðar. Vafalítið fögnuðu margir þeirri nýbreytni sem sjónvarpið var og fjöldamörg heimili urðu sér úti um sjónvarpstæki í kjölfarið til að ná útsendingu stöðvarinnar. Ekki voru þó allir jafn hrifnir. Að mati margra var hér um freklega íhlotun erlends herveldis í íslensk menningarmál að ræða. Fullyrða má að aukin útsendingargeta hersjónvarpsins og andstaða fjölmargra framámanna í menningarmálum gegn útsendingunum, þvert á flokkslínur og annars ólíka afstöðu til veru hersins hér á landi og hverndarsamningsins, hafi orðið til þess að flýta stofnun Sjónvarpsins, sennilega um nokkur ár, sem viðbrögð gegn „óæskilegum“ amerískum menningarstraumum fremur en fyrirfram ígrunduð ákvörðun byggð á félagslegum og menningarlegum

markmiðum (sjá Broddason, 1979, 1996a, bls. 41-2, 1996b; Hörður Vilberg Lárusson, 1998).

Frá fyrstu tíð samanstóð dagskrá Sjónvarpsins að langmestu leyti af innfluttu efni sem átti sér fá ef nokkur fordæmi í hinum iðnvædda heimi. Samkvæmt tímamótarrannsókn þeirra Kaarle Nordenstreng og Tapio Varis á flæði sjónvarpsefnis snemma á áttunda áratugnum sem náði til 60 sjónvarpsstöðva í 50 löndum í öllum heimsálfum reyndist Sjónvarpið í fimmta hæsta sæti hvað fyrirferð erlends efnis varðaði þar sem meira en tveir þriðju hlutar dagskráartímans voru helgaðir innfluttu efni (Nordenstreng og Varis, 1974). Sérstaða Íslands var staðfest frekar í framhaldsrannsókn áratug síðar (Varis, 1985).

Á þeim tíma sem einkaréttur Ríkisútvarpsins til sjónvarpsútsendinga var við lýði (1966–1986) var erlent efni í Sjónvarpinu að mestu leyti fengið frá Bretlandi og Bandaríkjunum, eða að jafnaði u.þ.b. einn fjórði hluti af útsendingartímanum frá hvoru landi um sig. Þrátt fyrir margvísleg söguleg og menningarleg tengsl við önnur Norðurlönd nam hlutfall efnis frá þeim að jafnaði innan við tíunda hluta. Efni frá öðrum löndum og svæðum var miklum mun sjaldséðara (Hagstofa Íslands, 2003, bls. 274-78).

## Eftir afnám einkaréttarins

Sjónvarpsmarkaðnum hér á landi hefur verið umbylt frá afnámi einkaréttar Ríkisútvarpsins til sjónvarps árið 1986. Samfara tæknilegum breytingum sem orðið hafa í sjónvarpi á síðari árum hefur sjónvarpsstöðvum ekki einasta fjölgað heldur hefur sjónvarpsefni sem áhorfendum stendur til boða margaldast. Rétt er að slá varnagla við þegar kemur að því að kasta tölu á sjónvarpsstöðvar (sbr. EAO, 2009, bls. 108-10). Nú er sjónvarp sent út með ýmsum hætti. Áhorfendur eiga þess kost að taka á móti sjónvarpsmerki á margvíslegan máta, yfir Netið, í gegnum tölvu og farsíma, yfir kapal og í gegnum loftnet, svo fátt eitt sé upp talið. Um þessar mundir, tæpum aldarfjórðungi eftir að sjónvarp á vegum einkaaðila var heimilað, geta landsmenn valið á milli níu eiginlegra innlendra sjónvarpsstöðva sem ýmist hafa upp á bjóða almennt efni eða sérefni, auk Sjónvarpsins. Til viðbótar gefst sjónvarpsáhorfendum þess kostur að ná u.þ.b. 100 útlendum sjónvarpsstöðvum sem sendar eru um gervihnött og dreift er til áskrifenda í viðstöðulausu endurvarpi, auk þáttasölusjónvarps (*Pay-TV*; Ragnar Karlsson, 2010, bls. 280-287).

Samtímis fjölgun sjónvarpsstöðva hefur útsendum stundum sjónvarps fjölgað sexfalt á innan við áratug. Þessa aukningu er ekki einungis að rekja til aukins fjölda sjónvarpsstöðva, heldur einnig lengri daglegs útsendingartíma, en margar einkareknu stöðvanna senda út allan sólarhringinn. Þeirra á meðal eru Stöð 2 og Skjár 1. Útsendingartími Sjónvarpsins er mun takmarkaðri. Þetta hefur leitt til þess að umfang erlends sjónvarpsefnis hefur stórlega aukist. Á sama tíma hefur innlent efni aukist með harðnandi samkeppni milli stöðva um athygli áhorfenda og auglýsingafé. Frá 1995 til 2008 nær tvöfaldaðist sýningartími innlends efnis á þeim þremur stöðvum sem hér eru gerðar að umtalsefni, eða úr 1.800 stundum í 3.500 stundir. Á hinn bóginn var hlutfall innlends efnis á stöðvunum þremur svo til óbreytt árið 2008 og það var árið 1995, eða ríflega fjórðungur (Ragnar Karlsson, 2010, bls. 288-90 og 295-302).

Dagskrá Sjónvarpsins er um margt frábrugðin dagskrám Skjás 1 og Stöðvar 2, jafnt á kjörtíma sem daglangt.<sup>2</sup> Sjónvarpið leggur ríkari áherslu á efni sem flokka má undir upplýsingu en einkareknu stöðvarnar þar sem leikið efni og önnur afþreying er höfð í hávegum (sjá Ragnar Karlsson, 2010; Karlsson og Broddason, 2006).

<sup>2</sup> Kjörtími vísar til þess tíma dags þegar áhorfið er að jafnaði mest. Hann er hér skilgreindur frá kl. 19 til kl. 23 fyrir Sjónvarpið og Skjá 1 en fyrir Stöð 2 frá kl. 18:30 er fréttatími stöðvarinnar hefst til kl. 23.

Tafla 1 sýnir dagskrártíma Sjónvarpsins, Skjás 1 og Stöðvar 2 á árabílinu 2001–2008 eftir uppruna. Til að draga úr vægi sveiflna milli ára eru tölur sýndar sem fjögurra ára meðaltöl. Eins og lesa má úr töflunni skipar erlent efni stóran sess í dagskrá allra stöðvanna. Merkjalegur munur er þó á milli stöðva, jafnt er varðar hlutfall erlends efnis og eftir uppruna. Erlent efni er að hlutfalli umtalsvert hærra á einkareknu stöðvunum Skjá 1 og Stöð 2 en í Sjónvarpinu. Töluverður munur er á uppruna erlenda efnisins milli stöðva. Sjónvarpið leggur nokkra rækt við efni frá Evrópu (þ.m.t. Norðurlöndum) á meðan evrópskt efni er hverfandi á dagskrá hinna stöðvanna. Bandarískt efni er langsamlega mest á öllum stöðvum. Það er talsvert fyrirferðarmeira á Skjá 1 og Stöð 2 en heimaefnið efni.

Tafla 1. Dagskrá Sjóvarpsins, Skjás 1 og Stöðvar 2 eftir uppruna 2001–2008 (hlutfallsleg skipting, %; Ragnar Karlsson og Þorbjörn Broddason, 2010, 226; endurgerð höfunda)

	Innlent	Erlent	Evrópskt*	Þar af		Bandarískt ð/óskilgr.**		Samtals	Stundir á ári
				Norrænt	Breskt				
Samtals									
2001–2004	31	69	13	2	8	49	5	100	13.122
2005–2008	27	73	14	2	10	50	8	100	14.925
Sjóvarpið									
2001–2004	43	57	18	3	10	29	9	100	3.532
2005–2008	45	55	22	5	12	29	4	100	3.944
Skjár 1 <sup>+</sup>									
2001–2004	23	77	3	–	3	74	–	100	2.799
2005–2008	17	83	10	–	10	72	0	100	2.919
Stöð 2									
2001–2004	23	77	16	1	10	50	11	100	6.791
2005–2008	22	78	11	1	8	53	14	100	8.062

Skýringar: Fjögurra ára meðaltöl. Námundaðar tölur.

\* Að frátöldu innlendu efni.

\*\* Fjölpjóðleg samframleiðsla.

<sup>+</sup> Útsendingartími að frátöldum tónlistamyndböndum.

Mismunandi dagskrárframboð Sjónvarpsins og einkareknu stöðvanna má að nokkru skýra út með tilliti til þeirra sérstöku krafna sem löggjafinn gerir til sjónvarps í almannajónustu (sbr. Ragnar Karlsson, 2010, bls. 230-33; Karlsson og Broddason, 2006). Kröfur til einkareknu stöðvanna eru tiltölulegar mildar í samanburði við þær ríku skyldur sem Ríkisútvarpinu eru lagðar á herðar (sbr. Útvarpslög nr. 53/2000).

Starfsemi Ríkisútvarpsins er skilgreind annars vegar með lögum (Lög um Ríkisútvarpið ohf. nr. 6/2007) og hins vegar með þjónustusamningi milli mennta- og menningarmálaráðherra og Ríkisútvarpsins (Mennta- og menningarmálaráðuneytið, 2007). Samkvæmt samningnum er Ríkisútvarpið skuldbundið að auka hlut innlends sjónvarpsefnis á kjörtíma í 65 af hundraði fyrir árið 2011. Hlutfall norræns efnis skal aldrei vera minna en fimm prósent af heildar dagskrártíma.

Innlend dagskrárgerð fyrir sjónvarp hefur að mestu verið einskorðuð við fréttir og fréttatengt efni, skemmtipætti í sjónvarpssal og íþróttafeni. Regluleg framleiðsla leikins efnis hefur reynst íslenskum sjónvarpsstöðvum þung í skauti (Ragnar Karlsson, 2010, bls. 295-96). Á undanförunum árum hefur innlendri dagskrárgerð eigi að síður vaxið nokkuð fiskur um hrygg. Hlutfall innlendra dagskrárliða nemur nú fast að helmingi af útsendingartíma Sjónvarpsins. Þrátt fyrir það er það enn eftirbátur annarra norrænna stöðva í almannajónustu eins og sýnt er í töflu 2. Sjónvarpið sker sig einnig frá systurstöðvum sínum á Norðurlöndum hvað varðar umfang efnis frá Norður Ameríku. Hlutur þess er mun stærri í dagskrá Sjónvarpsins en annarra stöðva. Athygli vekur að hlutdeild evrópsks efnis, annars en norræns, er lægst í Sjónvarpinu. Á hinn bóginn sýnir Sjónvarpið hlutfallslega meira af efni frá Norðurlöndum en nokkur hinna norrænu stöðvanna. Megnið af því norræna efni sem Sjónvarpið sýnir er fengið í gegnum samstarfsvettvang norrænna sjónvarpsstöðva í almannajónustu, *Nordvision*. Reyndar sýnir engin önnur stöð en Sjónvarpið árlega jafn margar dagskrárstundir af efni frá Nordvision (Carlsson og Harrie, 2010, bls. 101).

Tafla 2. Uppruni efnis á dagskrám norrænu sjónvarpsstöðva í almannaþjónustu (hlutfallsleg skipting, %) (Ragnar Karlsson og Þorbjörn Broddason, 2010, bls. 228)

	Stöð/stöðvar	Innlent	Norrænt	Evrópskt, annað	Norður amerískt	Annað*
Finnland (2007)	YLE TV1	60	2	29	8	–
	YLE TV2	59	1	21	16	3
Ísland (2008)	Sjónvarpið	46	6	17	29	2
Noregur (2006)	NRK 1, 2	57	3	23	15	2
Svíþjóð (2008)	SVT 1, 2	63	4	18	11	4

Skýringar: Sambærilegar upplýsingar um skiptingu dagskrár eftir uppruna á stöðvum Danmarks Radio - DR eru ekki fáanlegar.

\* Fjölpjöldlegt samframleiðsla og óflokkað.



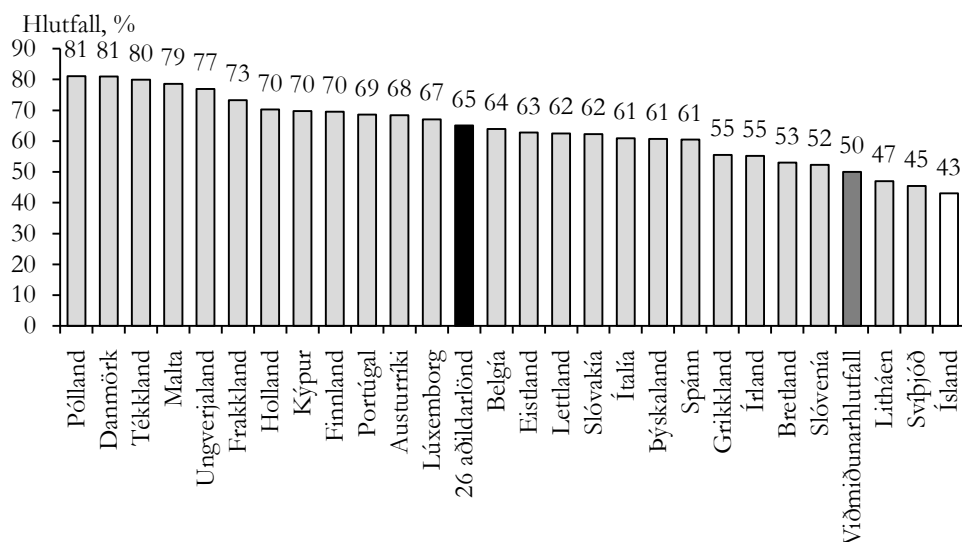
## „[P]ví Evrópa er fjarri“

„[P]ví Evrópa er fjarri. Og eyjan er raunverulega / óræð...“, orti enska skáldið Wystan Hugh Auden (Auden, 2007, bls. 21), til úrskýringar á því hvers vegna hann og skáldbróðir hans Louis McNeice fundu sér tímabundinn gríðarstað á Íslandi sumarið 1936 frá skarkala heimsins og yfirvoandi stríðsátökum í Evrópu „þar til veröldin kæmi í bakið á þeim á nýjan leik“ (Longley, 1988, bls. 49-51). Enn þann dag í dag er Evrópa í órafjarlægð að því er varðar efni á íslenskum sjónvarpsstöðvum.

Á seinni árum hefur heildarhlutfall evrópsks efnis íslenskra sjónvarpsstöðva með almenna skírskotun numið um það bil 14 hundraðshlutum af dagskránni. Þetta hlutfall hækkar í 40 prósent þegar heimaefnið efni er talið með. Íslenskar sjónvarpsstöðvar verja sínu minni tíma í evrópskt efni en flestar aðrar sjónvarpsstöðvar álfunnar. Á síðustu árum hafa Íslendingar dregist enn lengra aftur úr en áður (EAO, 2009).

Hið lága hlutfall efnis frá Evrópu er umhugsunarvert í ljósi þess að Ísland hefur í krafti aðildar að Evrópska efnahagssvæðinu undirgengist ákvæði útvarps- og sjónvarpstilskipunar Evrópusambandsins („*The audiovisual media services directive*“)<sup>3</sup> þess efnis að sjónvarpsstöðvar skuli kosta kapps að fylla meirihluta útsendingartíma hefðbundinnar dagskrár með evrópsku efni (að innlendu efni meðtöldu; European Commission, e.d.).<sup>4</sup>

Íslendingar hafa lengi átt í basli með að uppfylla kröfuna um helmingshlut evrópsks sjónvarpsefnis. Þannig voru þeir lægri en nokkur önnur þjóð sem hefur undirgengist reglugerðina árið 2006 (sjá mynd 1). Hlutfall evrópsks efnis á íslensku sjónvarpsstöðvunum mældist 45 af hundraði eða nokkru fyrir neðan sett viðmiðunarmörk og langt fyrir neðan meðaltal þeirra 26 landa sem samanburðurinn nær til (European Commission, 2008; Mennta- og menningarmálaráðuneytið, e.d.).<sup>5</sup>



Mynd 1. Hlutfall evrópsks sjónvarpsefnis á dagskrá í Evrópulöndum 2006 (hlutfall, %) (European Commission, 2008; Mennta- og menningarmálaráðuneytið, e.d.; endurgerð höfundu)

<sup>3</sup> Tilskipunin öðlaðist fyrst gildi árið 1989 sem „The Television Without Frontiers Directive“.

<sup>4</sup> Að frátöldum sýningum á fjarsöluþáttum, auglýsingum, leikjum og íþróttaviðburðum.

<sup>5</sup> Nokkra varúð ber að hafa við túlkun þessara talna þar sem aðeins er um tilmæli til sjónvarpsstöðva að ræða og gagnaöflun og eftirlit yfirvalda með framkvæmd tilskipunarinnar er á misjafnan veg farið eftir löndum.

Þessa stöðu mála má einkum rekja til hinnar miklu aukningar bandaríks sjónvarps-efnis í kjölfar afnáms einkaréttar Ríkisútvarpsins á níunda áratug síðustu aldar. Frá þeim tíma hefur evrópskt efni af öllu tagi verið á undanhaldi þótt þess hafi óneitanlega gætt mest á sviði afþreyingarefnis.

Bandarískt sjónvarpsefni stendur mjög traustum fótum í flestum Evrópulöndum enda eru flest þeirra, jafnvel hin fjölmennustu, beinlínis háð innflutningi leikins efnis. Í þessum efnum má þó sjá skýran mun milli stöðva og fer hann eftir því hvernig tekjum þeirra er háttað og hvort þær gegna almannapjónustuhlutverki (EAO, 2009, bls. 163-66). Árangurinn af tveggja áratuga viðleitni Evrópusambandsins til að auka hlut evrópsks efnis innan sinna vébanda er fátæklegur svo ekki sé sterkara að orði kveðið. „Ekkert bendir til þess að sjónvarpsmarkaðir Evrópu séu að taka á sig evrópskan svip“ segir Andrea Esser (2009, bls. 29).

Eftir því sem sjónvarpsviðnæði hefur vaxið fiskur um hrygg hneigjast evrópskar sjónvarpsstöðvar í auknum mæli til að leggja áherslu á sýningar á innlendu efni á kjörtíma og að sýna ódýrara innflutt efni á öðrum tíma dags þegar færri eru að horfa.

Þrátt fyrir vaxandi samleitni og samhæfingu Evrópuþjóða á mörgum sviðum stjórnsýslu og efnahagsmála gætir slíkrar viðleitni mun síður á vettvangi menningar. Megineinkenni evrópska sjónvarpsmarkaðarins, sem um leið er meginveikleiki hans, er hversu sundurleitur hann er með tilliti til tungumála. Afleiðingarnar eru stórfelldir erfiðleikar við að halda uppi arðbærri framleiðslu sjónvarpsefnis (Biltereyst og Pauwels, 2007; de Smaele, 2009). Til að tefla ekki á tæpasta vað er öruggara fyrir sjónvarpsstöðvar að sýna fremur innflutt efni frá Bandaríkjunum sem hefur þegar sannað vinsældir sínar en að hætta á óvissar móttökur efnis af framandlegra tagi..

## Trójuhesturinn? Alþjóðlegt efni í heimafengnum búningi

Efnisframleiðsla fyrir sjónvarp hefur alla tíð byggt á fyrirmyndum fengnum annars staðar frá. Í árdaga sjónvarps var ekki óalgengt að framleiðendur leituðu í smiðju hljóðvarpsins að fyrirmyndum. Svo dæmi sé tekið fékk sjónvarpið „sápu-óperuna“ (*soap opera*) að láni frá hljóðvarpinu. Sjónvarp í einstökum löndum er að meira og minna leyti byggt á erlendum fyrirmyndum, eftiröpun, ef ekki beinlínis „rit-stuldi“ (Tunstall, 2008, bls. 12 o.áfr.). Með aukinni eftirspurn eftir sjónvarpsefni á síðari árum samfara fjölgun sjónvarpsstöðva og stórlega aukins útsendingartíma hefur skapast grundvöllur fyrir alþjóðlega verslun með svonefnda „forskriftarþætti“ (*format programmes*) þar sem uppskriftin að sjónvarpsþáttum og seríum er seld sjónvarpsframleiðendum og sjónvarpsstöðvum til endurgerðar (Moran, 2009).

Á íslenskum sjónvarpsstöðvum hefur líkt og í öðrum löndum hafist framleiðsla innlends efnis sem byggt er á erlendum forskriftum (sjá töflu 3). Þessi þróun vekur spurninguna um það hvenær efni geti talist innlend framleiðsla og hvenær ekki. Svárið er ekki einhlítt (Tunstall, 2008, bls. 6).

Tafla 3. Forskriftarþættir í íslensku sjónvarpi (Ragnar Karlsson, 2010, bls. 299, tafla 7.9; endurgerð höfundar)

Stöð	Upphaflegt heiti	Heiti í íslenskrri endurgerð	Tegund efnis	Upphaf sýninga á íslenskrri endurgerð	Ríkisfang rétthafa	Upphaf sýninga á upphaflegri gerð
Sirkus <sup>1</sup>	The Love Boat	Ástarfleyið	Raunveruleikaþáttur	2005	Bandaríkin	1977
Skjár 1	How Clean is Your House	Allt í drasli	Raunveruleikaþáttur	2005	Bretland	2003
	The Bachelor	Íslenski piparsveinninn	Raunveruleikaþáttur	2005	Bandaríkin	2002
	Are You Smarter than a 5th Grader?	Ertu skarpari en skólakrakki?	Keppni	2007	Bandaríkin	2007
	The Singing Bee	Singing Bee	Keppni	2008	Bandaríkin	2007
	America's Funniest Home Videos <sup>2</sup>	Fyndnar fjölskyldumyndir	Skemmtiþáttur	2009	Bandaríkin	1989
Stöð 2	Who Wants to Be a Millionaire?	Viltu vinna milljón?	Keppni	2003	Bretland	1998
	American Idol <sup>3</sup>	Idol stjörnuleit	Keppni	2003/ 2005	Bandaríkin	2002
	The Lyrics Board	Það var lagið	Keppni	2005	Írland	1992
	X-Factor	X-Factor	Keppni	2005	Bretland	2004
	The Block	Hæðin	Raunveruleikaþáttur	2008	Ástralía	2003
	Wipe Out	Wipeout – Ísland	Keppni	2009	Holland	2008

Skýringar:

<sup>1</sup> Nú Stöð 2 Extra.

<sup>2</sup> Byggt á japönsku þáttaröðinni „Kato-dan Ken-dan Gokigen TV“, upphaflega sýnd á Tokyo Broadcasting System (TBS) upp úr 1980.

<sup>3</sup> Byggt á bresku þáttaröðinni „Pop Idol“ sem var upphaflega tekin til sýninga á ITV árið 2001.

Þegar sjónvarpsefni er tekið til sýninga utan heimalandsins er jafnan gripið til einhverra ráða til að auðvelda áhorfendum í viðtökulandinu að njóta þess. Talsetning er mjög róttæk aðgerð, sem beitt er meðal stórbjóðanna, en textun, sem tíðkuð er meðal hinna fámennari þjóða Evrópu, er miklu hófstílltari íhlutun í verkið. Á hinn bóginn gefa neðanmálstextar aðeins stytta útgáfu af hinu talaða máli á skjánum (Broddason, 1999, bls. 186-89).

Efni, sem er framleitt samkvæmt erlendri forskrift er ævinlega flokkað sem innlend framleiðsla (Moran, 2004, bls. 265). Gagnrýnendur, framleiðendur, stjórnálamenn og eftirlitsaðilar hafa látið hjá líða að taka afstöðu til munarins á efni framleiddu samkvæmt erlendum forskriftum og efni af þjóðlegum uppruna. Þessi afstaða (eða skortur á afstöðu) auðveldar sjónvarpsstöðvum að fullnægja kröfum um heimaefni og evrópskt efni. Efni unnið eftir forskrift nýtur ekki síður hylli áhorfenda en innlent efni og því virðist nærtækt að halda áfram á þessari braut, líkt og segir í ljóði Gertrude Stein *Sacred Emily*, „Rós er rós, er rós, er rós“ (*Rose is a rose is a rose is a rose*; Stein, 1999), með öðrum orðum einfaldlega með því að nefna hlutinn höfum við vakið ímyndir og tilfinningar honum tengdar fremur en að tala um áþreifanlegan veruleika. Hér er ástæða til að staldra við því ekki er allt sem sýnist. Hafa verður í huga menningarlegar afleiðingar þess að leggja að jöfnu endurgerð erlends efnis við algerlega heimaefni efni. Alþjóðlegar eftirlíkingar eru tvennrar náttúru, framandlegar og kunnuglegar í senn, líkt og þegar Hemingway í skáldsögu sinni *Hverjum klukkann glymur* (*For Whom the Bell Tolls*), lét Jordan segja að laukur, fyrir utan ilminn, væri eins og rós: „Nauðalíkur rós. Rós er rós er laukur“ (Hemingway, 1980, bls. 265).

## Forgangsröð notenda

Niðurstöður nýlegrar könnunar á menningarneyslu benda til þess að íslenskir sjónvarpsnotendur taki heimaefni efni, sem þeir geta tengt eigin tilveru og umhverfi, fram yfir erlent efni (Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands, 2010, bls. 40). Þessi niðurstaða sætir litlum tíðindum. Hvar sem er í heiminum laðast áhorfendur að sjónvarpsefni, sem sprottið er úr eigin tungumáli og kunnuglegum menningarþáttum, jafnvel án tillits til framleiðslugæða þess. Tunstall segir:

Flestir íbúar heimsins kjósa skemmtikrafta sem líkjast þeim í útliti, tali, kímigáfu og öllu háttarni; leika sömu leiki, eiga sömu trú og sömu heimssýn. Þeir velja einnig innlendar fréttir, hvort heldur um er að ræða stjórnmál, veður eða knattspyrnu og aðrar íþróttir (Tunstall, 2008, bls. xiv).

Þrátt fyrir mikið framboð erlends (aðallega bandaríks) sjónvarpsefnis á íslenskum sjónvarpsstöðvum nýtur íslenskt efni almennrar hylli áhorfenda. Þetta má glögglega lesa í töflu 4, sem sýnir 20 vinsælustu sjónvarpsþætti í tiltekinni viku. Einungis tveir erlendir dagskrárliðir ná í hóp efstu tíu vinsælustu dagskrárliðanna en hins vegar raðar bandarískt efni sér í neðri sæti listans.

Tafla 4. Tuttugu áhorfshæstu dagskrárliðir í íslensku sjónvarpi (2.–8. ágúst 2010) (Capacent, 2010; endurgerð höfundar)

Röð	Upphaflegt heiti dagskrá	Áhorf, %	Upprunaland	Tegund efnis	Stöð
1	Fréttir*	24	Ísland	Fréttir	Sjónvarpið
2	Veðurfréttir*	23	Ísland	Veður	Sjónvarpið
3	Hvaler	23	Noregur	Fjölskyldudrama	Sjónvarpið
4	Poppunktur	23	Ísland	Spurningaþáttur	Sjónvarpið
5	Fréttir Stöðvar 2*	21	Ísland	Fréttir	Stöð 2
6	Fagur fiskur í sjó	21	Ísland	Matreiðsluþáttur	Sjónvarpið
7	Maður eins og ég	19	Ísland	Gamanmynd	Sjónvarpið
8	Kastljós*	18	Ísland	Samfélags- og dægurm:	Sjónvarpið
9	Barnmorskorna	18	Svíþjóð	Heimildaðáttur	Sjónvarpið
10	Tíufréttir*	17	Ísland	Fréttir	Sjónvarpið
11	Animal Fillers	17	Þýskaland	Náttúrulífsþáttur	Sjónvarpið
12	Helgarsport	16	Ísland	Íþróttufréttir	Stöð 2
13	Ísland í dag*	14	Ísland	Samfélags- og dægurm:	Stöð 2
14	American Dad	11	Bandaríkin	Teiknimyndaðáttur	Stöð 2
15	Meteor	10	Bandaríkin	Spennuþáttur	Stöð 2
16	America's Got Talent	10	Bandaríkin	Keppni	Stöð 2
17	The Simpsons	10	Bandaríkin	Teiknimyndaðáttur	Stöð 2
18	Meteor	10	Bandaríkin	Spennuþáttur	Stöð 2
19	Veður 18:23*	10	Ísland	Veður	Stöð 2
20	Two and a Half Men	9	Bandaríkin	Gamanþáttur	Stöð 2

Skýringar: Aldur áhorfenda 12–80 ár.

\* Áhorf yfir vikuna.

## Meiriháttar misgengi?

Erlent (bandarískt) dagskrárefni hefur sett svo sterkan svip á íslenskt sjónvarp að ef til vill má taka undir með persónu í kvikmynd Wims Wenders *Im Lauf der Zeit* frá 1976: „Kanarnir hafa tekið sér bólfestu í undirvitund okkar.“ Ekki er nóg með að bandarískt efni sé ríkjandi í sjónvarpi heldur stendur það enn traustari fótum á íslenskum kvikmynda- og mynddiskamarkaði (Karlsson, 2002a, 2002b).

Halldór Laxness, setur viðlíka skoðun fram hispurslaust þegar hann segir í grein um kvikmyndina amerísku frá 1928 að heita megi að

kvikmyndin... frá Hollywood sé orðin eitt aðal uppeldismedal Íslendinga. Douglas Fairbanks, Tom Mix og John Gilbert og þeirra frúr hafa meira aðdráttarafl og sterkari uppeldisáhrif í Reykjavík en séra Friðrik Friðriksson, Sigurður Jónsson skólastjóri og Ásgeir Ásgeirsson fræðslumálastjóri. Kvikmyndin ameríska hefur áfjádari aðdáendur en allar íslenskrar listgreinar samanlagðar (Halldór Laxness, 1955, bls. 119).

Raunar er markaðsstaða bandarískis dagskrárefnis víða um heim slík að taka má undir með breska kvikmyndaframleiðandanum David Puttnam, sem segir að grundvallarröskun hafi orðið milli heims ímyndanna, sem hreyfimyndirnar skapa, og hins daglega lífs almennings (ívitnað hér í Boyd-Barrett, 1998, bls. 160). Silvio Waisbord bendir á að þótt þjóðir búi við veika og fátæka fjölmiðla, sé ekki þar með sagt að menning þeirra standi höllum fæti. Þjóðernisstyrkur og þjóðrækni er háð mörgum þáttum og því er ekki líklegt að þjóð yfirgefi þjóðerni sitt fyrir atbeina fjölmiðlunar af erlendum toga (Waisbord, 2004, bls. 384).

Þjóðleg menning hvers lands mun halda áfram að sækja styrk til innlendra fjölmiðla, hvað sem líður skæðadrífu efnis frá heimsvæddum sjónvarpsstöðvum (Waisbord, 2004, bls. 386-87). Annars vegar hlúa fjölmiðlarnir að þjóðerniskennd með því að halda á lofti kunnuglegum menningarsniðum. Tungutak fjölmiðlanna eflir tilfinninguna um aðild að þjóðlegri menningu. Fjölmiðlarnir veita stöðug tækifæri fyrir sameiginlega reynslu í þágu samkenndar, þrátt fyrir sundrunu áhorfendahópanna og yfirlýsingar um endalok línulegrar dagskrár og miðstýrðra fjölmiðla (t.d. Jenkins, 2006; Lotz, 2007; Pavlik, 2009; Turner, 2009).

## Heimildir

- Auden, W. H. (2007) Íslandsför. Bréf til Christophers Isherwood, dándimanns. Ögmundur Bjarnason þýddi. *Jón frá Bægisá - Tímarit þýðenda*, 11, 21-22.
- Biltreyest, D. og Pauwels, C. (2007). Our Policies Keep on Reinventing the Past: An Overview of EU Policy-Making in the Audiovisual Domain. Í L. d'Haenens og F. Saeys (ritstjórar), *Western Broadcast Models: Structure, Conduct and Performance* (bls. 25-78). Berlín: Mouton de Gruyter.
- Boyd-Barrett, O. (1998). Media Imperialism Reformulated. Í D. K. Thussu (ritstjóri), *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance* (bls. 157-76). London: Arnold.
- Broddason, Þ. (1979). Ameríkansk fjernsyn í Island. *Samtiden*, 88(2), 49-51.
- Broddason, Þ. (1996a). *Television in Time: Research Images and Empirical Findings*. Lund: Lund University Press.
- Broddason, Þ. (1996b). Icelandic Television: The Demise of Pretensions. Í I. Bondebjerg og F. Bono (ritstjórar), *Television in Scandinavia: History, Politics and Aesthetics* (bls. 70-90). Luton: Luton University Press.
- Broddason, Þ. (1999). A Wasted Miracle? Í C. L. Christensen (ritstjóri), *Börn, unge og medier. Nordiske forskningsperspektiver* (bls. 175-92). Gautaborg: NORDICOM.
- Capacent (2010, ágúst). *Fjölmiðlakannanir: Sjónvarp – Topp 10 – vikan 2.–8. ágúst 2010 12–80 ára*. Sótt 19. ágúst 2010 af <http://www2.capacent.is/?pageid=2193>
- Carlsson, U. og Harrie, E. (ritstjórar). (2010). *Nordiska public service-medier i den digitala mediekulturen. Pengar, politiken och publikken*. Gautaborg: NORDICOM.
- De Bens, E. og de Smaele, H. (2001). The Inflow of American Television Fiction on European Broadcasting Channels Revisited. *European Journal of Communication*, 16(1), 51-76.
- De Bens, E., Kelly, M. og Bakke, M. (1992). Television Content: Dallasification of Culture? Í K. Siune og W. Truetschler (ritstjórar), *Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe* (bls. 75-100). London: Sage.
- de Smaele, H. (2009). The Enlarged Audio-visual Europe: The Many Faces of Europeanization. Í A. Charles (ritstjóri), *Media in the Enlarged Europe: Politics, Policy and Industry* (bls. 13-21). Bristol: Intellect Books.
- EAO. (2009). *Yearbook 2009 (2. bindi). Trends in European Television*. Strassborg: European Audiovisual Observatory.
- Esser, A. (2009). Trends in Television Programming: Commercialization, Transnationalization, Convergence. Í A. Charles (ritstjóri), *Media in the Enlarged Europe: Politics, Policy and Industry* (bls. 23-35). Bristol: Intellect Books.
- European Commission. (2008, júlí). *Eighth Communication on the Application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC „Television without Frontiers“, as amended by Directive 97/36/EC, for the period 2005-2006. Commission Staff Working Document Accompanying Document to the Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and The Committee of the Regions, COM (2008) 481*. Sótt 28. júlí 2010 af [http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/art\\_4\\_5/2008\\_2310\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/tvwf/art_4_5/2008_2310_en.pdf)
- European Commission. (e.d.) *Audiovisual and Media Policies*. Sótt 9. júlí 2010 af [http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/provisions/scope/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/provisions/scope/index_en.htm)
- Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands. (2010, janúar). *Íslensk menningarvog. Könnun á menningarneyslu Íslendinga*. Sótt 26. júlí 2010 af [http://bella.mrn.stjr.is/utgafur/islensk\\_menningarvog\\_skyrsla\\_lokaeintak.pdf](http://bella.mrn.stjr.is/utgafur/islensk_menningarvog_skyrsla_lokaeintak.pdf)
- Hagstofa Íslands. (2003). *Fjölmiðlun og menning – Media and Culture 2003*. Reykjavík: Hagstofa Íslands.
- Halldór [Kiljan] Laxness. (1955). Kvikmyndin ameríska 1928. Í Halldór [Kiljan] Laxness, *Alþýðubókin* (4. útgáfa, bls. 119-41). Reykjavík: Mál og menning.
- Hemingway, E. (1980). *Hverjum klukkann glýmur* (Stefán Bjarman þýddi). Reykjavík: Mál og menning. (Upphaflega gefið út 1940).
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries* (2. útgáfa). London: Sage.

- Hörður Vilberg Lárusson. (1998). Hernám hugans. Hugmyndir manna um áhrif Keflavíkursjónvarpsins á íslenskt þjóðerni. *Ný Saga*, 10, 19-37.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Karlsson, R. (2002a). Cinema's Nine Lives: Fall and Revival of the Theatrical Film Market in Iceland 1965–2000 [rafræn útgáfa]. *European Audiovisual Observatory (Film – National Reports)*. Sótt 10. ágúst 2010 af [http://www.obs.coe.int/oea\\_publications/eurocine/index.html](http://www.obs.coe.int/oea_publications/eurocine/index.html)
- Karlsson, R. (2002b). Long-Time-A-Dying: Transformation of the Cinema Exhibition Market in Iceland 1980–2000. *Nordicom Review*, 23(1–2), 301-16.
- Karlsson, R. og Broddason, Þ. (2006, nóvember). Between the Market and the Public: Content Provision and Scheduling of Public and Private TV in Iceland. Rannsóknarpappír lagður fram á ráðstefnunni RIPE@2006 Conference, Amsterdam. Sótt 17. júlí 2010 af <http://yle.fi/ripe/papers.html>
- Karlsson, R. og Broddason, Þ. (2010). Television in Iceland or Icelandic Television? Í Þ. Broddason, U. Kivikuru, B. Tufte, L. Weibull og H. Østbye (ritstjórar), *Norden och världen. Perspektiv från forskningen om medier och kommunikation. En bok tillägnad Ulla Carlsson – The Nordic Countries and the World: Perspectives from Research on Media and Communication. A Book for Ulla Carlsson* (bls. 221-37). Gautaborg: Göteborgs universitet.
- Katz, E. og Wedell, G. (1977). *Broadcasting in the Third World: Promise and Performance*. Cambridge: Harvard University Press.
- Longley, E. (1988). *Louis MacNeice: A Study*. London: Faber and Faber.
- Lotz, A. D. (2007). *Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- Lynge, F. (1977). *Tanker i et Bulldozerspor. Kulturens betydning for udviklingen i Grønland*. Nuuk: Det Grønlandske Forlag.
- Lög um Ríkisútvarpið ohf. nr. 6/2007.
- Mennta- og menningarmálaráðuneytið. (2007, mars). *Samningur um útvarpsþjónustu í almannapágu*. Sótt 18. júlí 2010 af <http://brunnur.stjr.is/mrn/logogregl.nsf/FF6C-260B2319251D002567BA004D88CB/034288DD68D2E243002572A7004D5B91>
- Mennta- og menningarmálaráðuneytið. (e.d.). *Upplýsingar um framkvæmd 16. og 17. greinar evróputilskipunarinnar um hljóð og myndmiðla „The Audiovisual Media Services Directive“ árið 2006*. Óútgefin gögn.
- Moran, A. (2009) *New Flows in Global TV*. Bristol: Intellect Books.
- Moran, A. (2004). The Pipe and the Crust: Television Program Formats. Í R. C. Allen, og A. Hill (ritstjórar), *The Television Studies Reader* (bls. 258-66). London: Routledge.
- Noam, E. (1991). *Television in Europe*. New York: Oxford University Press.
- Nordenstreng, K. og Varis, T. (1974). *Television Traffic – A One-Way Street? A Survey and Analysis of the International Flow of Television Programme Material*. Paris: UNESCO.
- Pavlik, J. V. (2008). *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press.
- Ragnar Karlsson. (2010, mars). *Þróun fjölmiðlamarkaðarins. Fylgiskjal 1 með Frumvarpi um fjölmiðla, þskj. 740/2009–2010*. Sótt 12. júlí 2010 af <http://www.althingi.is/altext/138/s/pdf/0740.pdf>
- Sassoon, D. (2002). On Cultural Markets. *New Left Review*, 17(Sept./Okt.), 113-126.
- Sepstrup, P. (1989). Implications of Current Developments in West European Broadcasting. *Media, Culture and Society*, 11(1), 29-54.
- Sinclair, J. (2009). Latin America's Impact on World Television Markets. Í G. Turner, og J. Tay (ritstjórar), *Television Studies After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era* (bls. 141-48). London: Routledge.
- Sinclair, J. Jacka, E. og Cunningham, S. (1996). Peripheral Vision. Í J. Sinclair, E. Jacka og S. Cunningham (ritstjórar), *New Patterns in Global Television: Peripheral Vision* (bls. 1-32). Oxford: Oxford University Press.
- Stein, G. (1999). *Geography and Plays*. Mineola: Dover. (Upphaflega gefið út 1922).
- Straubhaar, J. D. (2007). *World Television: From Global to Local*. Thousand Oaks: Sage.



- Tunstall, J. (2008). *The Media Were American: U.S. Mass Media in Decline*. New York: Oxford University Press.
- Turner, G. (2009). Television and the Nation: Does this Matter any More? Í G. Turner og J. Tay (ritstjórar), *Television Studies After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era* (bls. 54-64). London: Routledge.
- Útvarpslög nr. 53/2000. Sótt 22. júlí 2010 af <http://www.althingi.is/lagas/-138a/2000053.html>
- Varis, T. (1985). *International Flow of Television Programmes*. París: UNESCO.
- Waisbord, S. (2004). Media and the Reinvention of the Nation. Í J. D. H. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger og E. Wartella (ritstjórar), *The SAGE Handbook of Media Studies* (bls. 375-92). Thousand Oaks: Sage.
- Þorbjörn Broddason. (2005). *Ritlist, þrentlist, nýmiðlar*. Reykjavík: Háskólaútgáfan.