

## Fíklar í bata

### Um lífsgleðifyrirtækið SkjáEinn, raunveruleikasjónvarp og góðærishugsun útrásaráranna

#### *Inngangur*

„Ég er fíkill í bata“. Þetta sagði nemandi í kvikmyndafræði í námskeiði um sjónvarpsþáttaraðir. Verið var að ræða um raunveruleikasjónvarp og fíkn nemans var bundin slíkum þáttaröðum sem hann sagðist ekki hafa horft á í nokkrar vikur. Fleiri nemendur í kennslustofunni kinkuðu kalli og virtust tengja við ummæli þeirrar sem var í bata og umræðan fór fljótt að snúast um það hversu vanabindandi slíkt sjónvarpsþefni getur verið. Um er að ræða grein sem er í sífelldum gagnvirkum tengslum við áhorfendur, sem eru ekki síður mikilvægir þátttakendur en sjálfir „leikendurnir“. Raunveruleikasjónvarpið hefur frá upphafi treyst á beina þátttöku áhorfenda en það hverfist einnig um sjálfsbetrun og sjálfsstjórn (e. *self-governance*).<sup>1</sup> Því mætti allt eins snúa merkingu tilvitnunarinnar hér að framan á haus því hvers kyns fíklar í bata sækja vissulega í raunveruleikasjónvarpið þar sem það höfðar ekki síst til vilja fólks sem vill bæta sig á ýmsum sviðum – eða verða „besta útgáfan af sjálfu sér“.

Áhorfendur hafa jafnframt átt virkan þátt í mótnun og þróun raunveru-

<sup>1</sup> Jafnan er rætt um að raunveruleikaþáttabyltingin í sjónvarpi hafi byrjað í kringum aldamótin með sýningum á bandarísku sjónvarpsþáttunum *Big Brother* (2000–) og *Survivor* (2000–). Þættirnir áttu sér þó evrópskar fyrirmyndir sem komu fram á sjónarsviðið undir lok tíunda áratugarins. Árið 2001 hóf þáttaröðin *Pop Idol* göngu sína í Bretlandi sem svo varð aðlagður um allan heim, þekktastur á Vesturlöndum var líklega *American Idol* sem fór í loftið 2002. Á þessum fyrstu árum 21. aldar voru fjölmargir raunveruleikaþættir framleiddir sem höfðu víðtæk og varanleg áhrif á sjónvarpsþáttááhorf og -framleiðslu.



leikasjónvarpsins<sup>2</sup> eins og sjá má af þáttaröðum á borð við *Gogglebox* sem hóf göngu sína 2013 þar sem fylgst er með áhorfendum heima í stofusófanum og viðbrögðum þeirra við raunveruleikabætti sem er í gangi á skjánum fyrir framan þá. Þá má jafnframt nefna svokölluð viðbragðsmyndbönd (e. *reaction video*) á YouTube sem hafa á síðustu árum orðið geysivinsæl, en þau ganga út á það sama. Myndavélinni er beint að andliti eins eða fleiri áhorfenda sem flestir sýna ýkt svipbrigði, eru fullir aðdáunar, hrópa upp yfir sig eða fórna höndum yfir einhverri hneisunni sem blasir við. Allt í framleiðslunni snýst um viðbrögðin, framkoma þátttakenda, klippingar, tónlist, það hvert myndavélinni er beint og hvernig þysjað er inn (tilfinningaþrungin andartök kalla til dæmis gjarnan á langar nærmyndir af andlitum).<sup>3</sup> Auk þess er framleiðslan ódýr, raunveruleikasjónvarpið er að miklu leyti knúíð áfram af ókeypis vinnuafli sem innir vinnu sína af hendi með því einu að „vera það sjálft, en í fáránlegum aðstæðum og undir stanslausu eftirliti“.<sup>4</sup> Í framleiðslu sjónvarps-efnisins eru jafnframt notuð fremur ódýr melódramatísk bellibrögð til að hafa áhrif á viðbrögð áhorfenda – en hetjur og hreinræktaðir skúrkar eru sívinsælt viðfangsefni í slíkum þáttum, sérstaklega þeim þar sem hópur fólks deilir tilteknu rými undir eftirliti og keppir um verðlaun eða upphæfð.<sup>5</sup> Allt þetta hefur líklega haft áhrif á viðtökurnar því ýmsir hafa lýst yfir áhyggjum af vinsældum raunveruleikasjónvarpsins og menningarástandi samtímans. Egill Helgason beinir til dæmis athyglinni að lágkúrulegum smekk í pistli frá árinu 2005 en viðhorf hans endurspeglar afstöðu fjölmargra:

<sup>2</sup> Aukið samtal við áhorfendur er eitt af því sem hefur hjálpað sjónvarpsstöðvunum að draga fólk að skjánum. En upp úr aldamótum varð talsvert hrun í áhorfi á annars konar og hefðbundnara sjónvarpsefni (til dæmis á gaman-, drama-, spennuþáttum og sápuóperum). Nægir að nefna að í Bretlandi árið 1995 náðu 225 sjónvarpsþættir til fleiri en 15 milljón áhorfenda en enginn tíu árum síðar. Raunveruleikasjónvarpið er stór liður í því að sjónvarpsstöðvarnar hafa náð augum áhorfenda á ný. Sjá til dæmis Yngvar Kjus, „New industry dynamics. Lessons from reality TV in Norway“, *Politics of Reality Television*, ritstjórar Marwan M. Kraidy og Katherine Sender, New York: Routledge: 2010, bls. 161–176, hér bls. 161.

<sup>3</sup> Annette Hill, *Reality TV*, New York: Routledge, 2015, bls. 9.

<sup>4</sup> Sjónvarpsþáttaröðin *Survivor* hafði til dæmis þénað langt umfram kostnað í gegnum auglýsingatekjur áður en fyrsti þátturinn af fyrstu seríunni var sýndur í Bandaríkjunum í maí árið 2000. Framleiðslukostnaður er ekki einungis í lágmarki vegna þess að þátttakendur eru ekki leikarar heldur er sögusviðið oft tiltekið rými sem er ódýrt að koma upp og handritsvinna takmörkuð (því að þótt handrit séu vissulega oft skrifuð fyrirfram (frásagnarrámminn) þá fer mesta vinnan við söguþráðinn fram eftir upptökur í klippiherberginu).

<sup>5</sup> Dæmi um slíka þætti eru *Big Brother*, *Survivor*, *Americas Next Top Model*, *The Bachelor*, *Love Island* og svo mætti lengi telja.

Þegar ég er í líkamsræktinni er opið fyrir fjórar sjónvarpsstöðvar sem maður kemst varla hjá að horfa á nema maður setji blöðkur fyrir augun. Það er ráðgáta hversu mikið af sjónvarpsefni nútímans gengur út á að höfða til lægstu hvata. Þarna er fólk sem gleypir orma, fólk sem grenjar á skerminum af löngun til að komast í lýtaaðgerðir, ungt fólk sem stundar hórerir á strandhótelum, fólk sem traðkar á náunganum í von um að vinna einhverjar furðulegar keppnir, fólk sem hikar ekki við að bera lágkúrulegustu tilfinningar sínar á torg [...] Einhvern tíma trúðu menn því að sjónvarp gæti í aðra röndina verið menntandi fjölmiðill. Það fer lítið fyrir því núna, óraunveruleikinn hefur endanlega náð völdum og maður veit ekki hvert stefnir.<sup>6</sup>

Ummælin hér í upphafi draga fram hvernig neyslu á raunveruleikasjónvarps-efni er einmitt gjarnan líkt við fíkn, eða saktbitna sælu, svona eins og lesendum og áhorfendum sé ekki beinlínis sjálfrátt þegar þeir leggjast í ólifnað og háma í sig *Love Island* eða *Bachelorette*.<sup>7</sup> Þó er sannleikurinn sá, eins og félagsfræðingurinn Danielle J. Lindemann bendir á, að stærstur hluti Vesturlandabúa fylgist með raunveruleikasjónvarpi.<sup>8</sup> Veruleiki þessa sjónvarpsefnis verður heldur ekki umflúinn, hver svo sem afstaða áhorfandans er því að jafn miðlægt afþreyingarefni er óhjákvæmilega alltaf í umræðunni og birtist í fjölmiðlum, auglýsingum, á samfélagsmiðlum, í umræðu á kaffistofunni, í matarboðum eða fermingarveislum.<sup>9</sup> Vitneskjan um tiltekna þætti, viðfangs-

<sup>6</sup> Egill Helgason, „Skrattinn með í ráðum“, *Vísir.is* 1. september 2005, sótt 3. febrúar 2022 af <https://www.visir.is/g/2005509010323/skrattinn-med-i-radum>. Egill ræðir í sama pistli viðhorf Gregs Dyke, þáverandi forstjóra BBC, sem lýsir ótta sínum við þróunina í sjónvarpsþáttagerð og líkir raunveruleikaþáttum við viðundrasýningar. Um þetta hef ég einnig skrifað í grein minni um tengsl íslenskra bókmennta í upphafi 21. aldar og raunveruleikasjónvarpsins sem þá var nýtilkomið. Sjá Sigrún Margrét Guðmundsdóttir, „Þar sem verra er betra. Raunveruleikaþáttur í hryllingsleikhúsinu Yosoy“, *Skírnir* haust/2020, bls. 370–404.

<sup>7</sup> Sama viðhorf birtist til þeirra greinabókmennta sem er sérstaklega beint að konum, svo sem ástarsögum. Þetta er eins og óviðráðanleg hvöt til að sækja í eitthvað skaðlegt og mætti kannski líkja við það að stelast í skyndibita. Hann er vondur fyrir líkamann, vekur skömm með þeim sem neytir og ákveðnar hugmyndir um hömluleysi eru bundnar neyslunni.

<sup>8</sup> Danielle J. Lindemann, *True Story. What Reality TV Says About Us*, New York: Farrar, Strauss & Giroux, 2022, bls. 7.

<sup>9</sup> Þessu til stuðnings má nefna að undirrituð sá ekki einn einasta þátt af *Keeping up with the Kardashians* (2007–2021), sem teljast má þekktasti raunveruleikasjónvarpsþáttur í sögu vestrænnar þáttagerðar. Þó þekki ég nánast alla meðlimi Kardashian-fjölskyldunnar með nafni og helstu há- og lágpunkta í einkalífi þeirra umtöluðustu.

efni þeirra og persónur verður þannig óumflýjanlegur hluti af menningunni – og þar með veruleika okkar flestra – hvort sem menn horfa á þá eða ekki.<sup>10</sup>

Hér á landi hafa erlendir raunveruleikaþættir notið mikilla vinsælda allt frá því að bandarísku sjónvarpsþættirnir *Survivor* voru teknir til sýninga á SkjáEinum árið 2000, en Árni Þórarinsson ræðir stöðu þeirra í íslensku menningarlífi í rækilegri umfjöllun um menningarfyrirbærið í grein sem birtist í *Tímariti Morgunblaðsins* 2005: „Íslendingar, sem eru ofurnæmir og ginnkeyptir fyrir nýjungum og úskufyrirbrigðum, horfa varla á annað og tala varla um annað en raunveruleikasjónvarp. Í spjalldálkum dagblaðanna og á netinu er þessi umræða afar fyrirferðarmikil“.<sup>11</sup> Enda leið ekki á löngu þar til hafist var handa við framleiðslu á séríslensku raunveruleikasjónvarps-efni. Hér verður dregin upp mynd af upphafsárum íslenska raunveruleikasjónvarpsins, sem kalla mætti gullaldarár slíkrar þáttagerðar.

Jafnvel þótt vissulega megi finna raunveruleikaþætti á öðrum íslenskum sjónvarpsstöðvum en á SkjáEinum – til dæmis Stöð 2 – verður athyglinni sérstaklega beint að honum enda sker hann sig úr þegar kemur að þessari tilteknu þáttagerð. Hér á eftir verða dregin fram helstu einkenni hennar og getið um erlendar fyrirmyndir. Hún verður sett í menningarsögulegt samhengi, meðal annars í tengslum við upphafsár SkjásEins, en kúltúrin sem viðgekkst á sjónvarpsstöðinni einkenndi allt frá verkefnavalinu til vinnustaðamenningarinnar en lá jafnframt í þeim margbreytilegu venslum sem má finna á milli fyrirtækisins og tíðarandans eins og komið verður að hér á eftir. Einnig verður sjálft raunveruleikasjónvarpið lesið saman við tíðarandann á þessum árum því að tímabilið sem einkum verður skoðað er frá 2000–2006, einmitt þegar útrásin stóð sem hæst.

### *Raunveruleikinn framreiddur*

Hvað skyldi svo heyra undir þessa grein, raunveruleikasjónvarp? Það er óhætt að fullyrða að hugtakið þekki nánast allir sem hafa horft á sjónvarp eða fylgst með (samfélags)miðlum. Flestir gera sér jafnframt grein fyrir því að það er svolítið villandi því að greinin er jafn mótuð af frásagnarfræðilegum kröfum og hefðbundnari sjónvarpsgreinar. Eðli framleiðslunnar er slíkt að atburðir eru settir í tiltekið orsakasamhengi og framvindunni stýrt inn í frásagnarformgerðir sem áhorfandinn þekkir, en segja má að meló-

<sup>10</sup> Danielle J. Lindemann, *True Story. What Reality TV Says About Us*, bls. 8.

<sup>11</sup> Árni Þórarinsson, „Því okkar er raunveruleikinn, mátturinn og dýrðin ...“, *Tímariti Morgunblaðsins* 25. september 2005, bls. 12–18, hér bls. 12.

drama einkenni raunveruleikabáttagerð öðru fremur. Þar fá áhorfendur að sjá ástarsögur framreiddar, sögu undirmálsmanneskjunnar sem efnast<sup>12</sup> og öðlast frama eða einstaklinga sem komnir eru í öngstræti og umbylta lífi sínu til betri vegar. Þetta eru gjarnan sögur þar sem réttlætið nær fram að ganga þó að stundum nái hreinræktuð illmenni einnig fram vilja sínum.<sup>13</sup> Þátttakendur eru þar að auki í óraunverulegum aðstæðum. Þeir eru gjarnan valdir eftir ítarleg viðtöl þar sem leitað er eftir tilteknum persónuleikaeinkennum sem ýta undir eldfimt og sjónvarpsvænt ástand.<sup>14</sup> Stundum er þeim einnig stýrt í tilteknar áttir í viðtölum eða þá að þeir eru sviptir svefni, en algengast er að þeir séu í litlu eða engu sambandi við veruleikann utan sögusviðsins sem þeir hírast í og ekki síst undir stanslausu eftirliti. Allt hlýtur þetta að

<sup>12</sup> Svokallaðar „rags to riches“ sögur nutu einmitt mikilla vinsælda í kringum síðustu aldamót en þær eru mótaðar af hugmyndinni um bandaríska drauminn. Þótt þær yrðu sérstaklega fyrirferðarmiklar á kreppuárunum þekjka flestir eldri fyrirmyndir eins og *Gulleðið* (1925) eftir Charlie Chaplin. Af frásögnum sem standa nær áhorfandanum í tíma má nefna söguna af veðhlaupahestinum *Seabiscuit* (sem vann hverja keppnina á fætur annari í Bandaríkjunum á fjórða áratugnum) en Laura Hillenbrand skrifaði um afrek hans í *Seabiscuit. An American Legend* (1999) sem var einnig kvikmynduð (Gary Ross, 2003). Flestir muna einnig eftir skáldsögunni *Q & A* (Vikas Swarup, 2005) og kvikmyndaaðlögun Dannys Boyle sem kom út árið 2008 undir nafninu *Slumdog Millionaire*. Í frásögnum af þessu tagi detta persónur með litla framtíðarvon í lukkupottinn en þetta er líka helsta viðfangsefni raunveruleikasjónvarps, einkum hæfileikabátta á borð við *Idol* (*American Idol* gekk frá 2002 til 2016) og *X-Factor* (2004–2018). Einnig má nefna *Britain's Got Talent* (2007–) en þekktasti keppandi þáttaraðarinnar er Susan Boyle sem kom öllum að óvörum þegar hún söng lagið „I Dreamed a Dream“ úr *Vesalingunum* og grætti dómarrann með steinhjartað, Simon Cowell. Susan varð heimsfræg í kjölfarið og þénaði tugi milljóna punda, en áður hafði enginn trúað því áður að Susan kæmist áfram í þættinum þar sem hún þótti bæði of gömul og of skrýtin í útliti til að eiga kost á því að verða stjarna.

<sup>13</sup> Sem dæmi má nefna að „illmennið“ Richard Hatch stóð uppi sem sigurvegari fyrstu *Survivor* sjónvarpsþáttaraðarinnar, en hann sveifst einskis til þess að vinna. Hann var ekki aðeins svikull og slægur í sjálfum sjónvarpsþáttunum heldur lét hann hjá líða að greiða skatta af vinningsfénu sínu og lenti í steininum. Framganga hans í þáttunum hafði víðtæk áhrif á hernaðaráætlanir þeirra keppenda sem á eftir komu, en hann og aðrir af sama sauðahúsi minna um margt á tilteknar myrkar persónugerðir úr bókmenntum og kvikmyndum. Sjá til dæmis „The 10 Most Successful Reality TV „Villains Ever““, *The Things.com* 25. febrúar 2021, sótt 3. febrúar 2022 af <https://www.thethings.com/the-most-successful-reality-tv-villains-ever/>.

<sup>14</sup> Í handbók frá árinu 2004 sem skrifuð var fyrir þá sem hyggja á þátttöku í raunveruleikasjónvarpi er einmitt töluvert gert úr gildi persónusköpunarinnar og ráðleggjum um framkomu í umsókn, viðtölum og svo sjálfum þáttunum. Sjá John Sade og Joe Borgenicht, *The Reality TV Handbook. An Insider's Guide*, Philadelphia: Quirk Books, 2004.

hafa áhrif á framvindu frásagnarinnar og viðbrögð keppenda svo þau verði frábrugðin hinu venjubundna.<sup>15</sup>

Þó að hugtakið raunveruleikasjónvarp taki nú til nánast allrar miðlunar á skemmtiefni sem rís úr raunverulegum aðstæðum (e. *factual entertainment*), er það síkvikt fyrirbæri og kannski ekki einfalt að njörva það niður með einhlítri skilgreiningu. Sjónvarps- og kvikmyndafræðingurinn Jonathan Bignell bendir á það svo snemma sem 2005 að „raunveruleikasjónvarpið sé eins og krossgötur þar sem ólík orðræða innan og utan sjónvarpsþáttamenningarinnar mætist og skarist.“<sup>16</sup> Lýsingin fangar það sem er sérstaklega flókið við raunveruleikasjónvarp, því að merking þess er mótuð af þjóðfélagsstöðu áhorfendahópsins, auk þess sem landfræðilegir og menningarlegir þættir skipta máli.<sup>17</sup> Raunveruleikasjónvarpið er í raun yfirhugtak fyrir fjölbreytta viðburði þar sem einkenni heimildarmynda, hæfileikakeppna, leikjaþátta, spjallþátta, sápuopera, melódrama og íþróttaviðburða marka undirgreinarnar og skilja þær í sundur. Það kallar því á að margbrotnu samhengi þess séu gerð skil.<sup>18</sup>

Þessu er ágætlega lýst með orðum fjölmiðlafræðingsins Johns Corner sem segir að raunveruleikasjónvarpið sé rými þar sem ólíkar greinar rekast á og fléttast saman (e. *inter-generic space*) fremur en að vera afmörkuð grein.<sup>19</sup>

<sup>15</sup> Ármann Jakobsson ræðir eðli raunveruleikans í raunveruleikaþáttum í grein sinni „Róbinsonsögur frá 21. öldinni. Í tilefni af komu veruleikasjónvarpsins til Íslands“, *Skírnir* 1/2006, bls. 82–104.

<sup>16</sup> Jonathan Bignell, *Big Brother. Reality TV in the Twenty-first Century*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005, bls. 171.

<sup>17</sup> Annette Hill, *Reality TV*, bls. 9.

<sup>18</sup> Það hafa verið ýmsar vangaveltur um upphaf raunveruleikasjónvarpsins í Bandaríkjunum, en þegar á fimmta áratug 20. aldar var framleitt sjónvarpsefni sem sýndi fólk í ýmsum aðstæðum án þess að handrit væri fyrir hendi. Til dæmis hefur raunveruleikasjónvarpið verið rakið til spurningaþátta (e. *quiz shows*) 6. áratugarins og leikjaþátta 7. áratugarins (svo sem stefnumótaþátta eins og *The Dating Game* (1965–1974 og með reglubundnum hléum allt fram til 1999)). Þá hafa verið dregin fram tengsl raunveruleikasjónvarpsins og heimildamynda eða þáttagerðar. Einnig hefur verið sýnt fram á skyldleika þess við þætti sem gengu út á faldar myndavélar, sá fyrsti sinnar tegundar var *Candid Camera* sem sýndur var í bandarísku sjónvarpi frá 1948 til 2014. Danielle J. Lindemann, *True Story*, bls. 11. Einnig má nefna þættina *An American Family* (1973) þar sem fylgst var með lífi hinnar bandarísku Loud-fjölskyldu á heimili hennar. Þættirnir urðu afar vinsælir og eru með því sniði sem áhorfendur í upphafi 21. aldar áttu að venjast og þá er ótalin þáttaröðin *The Real World* sem hóf göngu sína á MTV-sjónvarpsstöðinni árið 1992. Raunveruleikaþættir hafa einnig verið tengdir við lífsreynslusögur kvenna sem birtust í tímaritum á Bretlandi á 19. öld og þannig mætti lengi halda áfram.

<sup>19</sup> Annette Hill gerir þessar hugmyndir Johns Corner að umræðuefni sínu í *Reality TV*,

En ef við veljum að líta á fyrirbærið sem slíkt rými getur verið forvitnilegt að skoða hvað það afhjúpar um menninguna og hið félagslega og pólitíska samhengi sem það birtast í. Raunveruleikasjónvarp byggir nefnilega að stórum hluta á forsníðum (e. *format*) sem eru löguð að mismunandi menningarsamfélögum og fjölmiðlalandslagi.

Forsnið eru í rauninni uppskrift eða grunngerð sem er breytt eftir því sem við á í löndum og á menningarsvæðum.<sup>20</sup> Raunveruleikaforsniðin sem komu fram á sjónarsviðið snemma á þessari öld eru þekkt um allan heim, til dæmis þau sem kalla eftir atkvæðagreiðslu áhorfenda við lok hvernar sýningar (til dæmis *Idol* og *X-Factor*) og þau sem eru tekin upp fyrirfram en virkja áhorfendur og opinbera umræðu eftir hvern þátt (matreiðslukapp-leikarnir *MasterChef* (2010–) væru dæmi um slíka þætti). Þessi forsníð færa sér í nyt hvers konar krossmiðlun, til dæmis símaatkvæðagreiðslur, þátttöku áhorfenda á viðburðum sem sýndir eru beint, samfélagsmiðla og opinbera umræðu í útvarpi, dagblöðum og tímaritum. Öllum þessum þáttum er ætlað að gera áhorfið eftirsóknarvert, og víxlverkun miðlanna er líklega ein stærsta ástæðan fyrir því að áhorf á sjónvarp eykst stórlega eftir tilkomu raunveruleikaforsniðsins.<sup>21</sup> Aðlaganirnar eða staðfæringarnar segja þá sitthvað um þjóðirnar sem þáttunum er beint til. Hugmyndafræðin og gildin sem birtast í raunveruleikasjónvarpinu verða til í flóknu samspili á milli þjóðar, kyns, stéttar, stjórnuímyndar keppendanna og þáttastjórnenda, pólitíkur og hnattvæðingar.<sup>22</sup> En raunveruleikaþættirnir birta ekki einungis ólíkar áherslur á milli menningarsvæða heldur má einnig merkja í þeim ýmsar breytingar eða hræringar sem eiga sér stað innan þjóðfélaganna.<sup>23</sup>

---

bls. 9, en hún vísar í John Corner, „Comments to Author“, 25. maí 2014.

<sup>20</sup> Þekktustu dæmin um slíkar aðlaganir eru kannski söngva- og hæfileikaþættirnir *Idol* og *X-Factor*, en þættir eftir fjölmörgum forsníðum hafa verið framleiddir um allan heim. Íslenskir fjölmiðlar hugðu líka á útrás á þessum vettvangi. Dagskrárstjóri SkjásEins komst þannig að orði árið 2005: „Við erum ... með bæði íslensk og erlend formöt til athugunar, en einnig erum við með hugmyndir um framleiðslu leikins efnis. Og mér er kunnugt um að hérlendis eru núna í þróun ný íslensk raunveruleikaformöt sem ætlunin er að setja á erlendan sjónvarpsmarkað. Íslenska útrásin nær því ekki aðeins til bankanna og stórfyrirtækjanna.“ Sjá Árni Þórarinnsson, „Því okkar er raunveruleikinn, mátturinn og dýrðin ...“, bls. 18.

<sup>21</sup> Annette Hill, *Reality TV*, bls. 13.

<sup>22</sup> Katherine Sender, „Real Worlds. Migrating Genres, Travelling Participants, Shifting Theories“, *The Politics of Reality Television. Global Perspectives*, ritstjórar M. Kraidy og K. Sender, bls. 1–11, hér bls. 3.

<sup>23</sup> Sem dæmi um það hvernig raunveruleikaþættir endurspeglar samfélagsástand má nefna að í Rússlandi voru á dögnum (2022) sýndir raunveruleikaþættir sem nefnast

Hér á landi gripu flestar sjónvarpsstöðvar þetta tækifæri til þess að vinna þætti inn í erlend forsníð fegins hendi, ekki síst út frá hagkvæmnisjónarmiðum. Heimir Jónasson dagskrárstjóri innlendrar dagskrár á Stöð 2 ræðir um þessa nýju gerð sjónvarpsefnis í viðtali við *Fréttablaðið* árið 2005: „Formatþættirnir eru að svínvirka en fólk upplifir *Idol* sem íslenskan þátt. Í honum eru íslenskar hetjur með vonir, væntingar og vonbrigðum. Þátturinn er sniðinn að íslenskum aðstæðum.“ Heimir tekur jafnframt fram að sjónvarpsstöðvarnar fái leiðbeiningar eða reglur og aðstoð erlendra eigenda í byrjun þáttagerðar.<sup>24</sup> Helgi Hermannsson dagskrárstjóri á SkjáEinum segir frá tilraunum með raunveruleikaforsnið á sjónvarpsstöðinni árið 2005. „Okkur langaði að prófa format-þátt sem væri ekki of umfangsmikill og okkur fannst hugmyndin myndin“. Þátturinn sem um ræðir er *Allt í drasli* (2005–2008), úr smiðju FremantleMedia og nefnist á frummálinu *How Clean is Your House* (2003–2009). Margrét Sigfúsdóttir og Heiðar Jónsson stýrðu þrifum landsmanna harðri hendi í gegnum skjáinn en þetta var bara byrjunin á því sem koma skyldi því að *Íslenski bachelorinn* (2005) leit dagsins ljós sama ár. Helgi ræðir jafnframt um hagkvæmni forsníðanna sem gáfu sjónvarpsstöðvunum færi á að „ganga inn í ákveðna grunnvinnu sem búið [væri] að vinna“ og tiltekur að þetta komi sér sérstaklega vel fjárhagslega „því þegar tími og peningar eru af skornum skammti, verður freistandi að kaupa úthugsaðar og tilbúnar lausnir að utan“.<sup>25</sup>

Rætur íslenska raunveruleikasjónvarpsins liggja því ekki síst í erlendum fyrirmyndum. En það er líka staðbundin útfærsla því að efnistökin og umgjörðin rísa úr góðærisstemningunni sem ríkti hér á landi í upphafi 21. aldar.

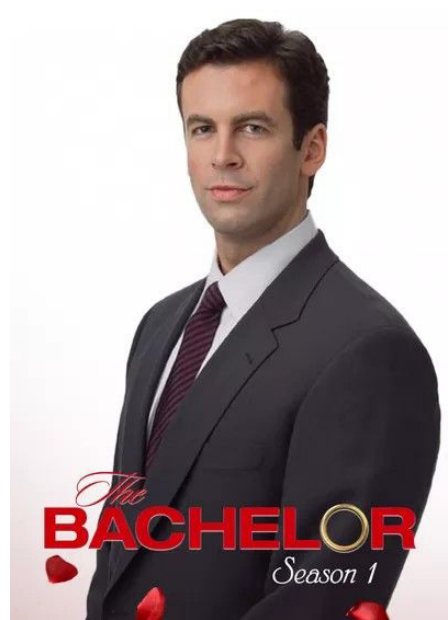
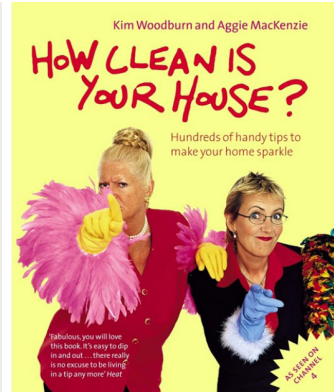
---

„Ég er ekki hommi“, þar sem átta karlmenn áttu að ljósstra upp um samkynhneigða karlmanninn í hópnun. Þessir þættir eru augljóst dæmi um áróður í þágu valdamikilla einstaklinga í samfélaginu, en þeir voru kostaðir af rússneskum stjórnmálamanni. Sjá „Russian politician fronts ‘guess who’s gay’ reality show“, Julian O’Shaughnessy, *The Times* 27. apríl 2022, sótt 2. febrúar 2022 af <https://www.thetimes.co.uk/article/russian-politician-fronts-guess-whos-gay-reality-tv-show-v09378hm7>.

<sup>24</sup> Þórdís Lilja Gunnarsdóttir, „Heimsyfírráð eða dauði“, *Fréttablaðið* 2. apríl 2005, bls. 26. Í sama viðtali skýtur Heimir reyndar föstum skotum á samkeppnisaðilann, Skjá-Einn þegar hann segir: „Erlendis hefur lengi tíðkast að kaupa formöt en hérlandis hefur verið lenska að „stela“ formötum. Dæmi um slíkt [...] *Djúpa laugin* eða *Dating Game* frá Sony (1965) sem er eitt frægasta format í heimi.“ Ármann Jakobsson hefur jafnframt bent á tengsl *Djúpu laugarinnar* við enska stefnumótþáttinn *Blind Date* með Cillu Black (1985) í greininni „Róbinsonsögur frá 21. öldinni“, bls. 87.

<sup>25</sup> Þórdís Lilja Gunnarsdóttir, „Heimsyfírráð eða dauði“, bls. 26.





Íslenskar aðlaganir og fyrirmyndirnar.

„[L]ífsgleðifyrirtæki“ stofnað

Íslensk sjónvarpsþáttagerð hefur verið óvenju metnaðarfull frá því í árdaga sjónvarpsins, sérstaklega þegar litið er til smæðar þjóðarinnar, þess að lengi vel var aðeins Ríkissjónvarpið við lýði eða allt til ársins 1986 þegar Stöð 2 hóf göngu sína sem fyrsta áskriftarsjónvarpsstöðin hér á landi. Þættir á borð við *Stundina okkar* (1966–), *Undir sama þaki* (1977), *Stíklur* (1977–2005), *Fasta liði eins og venjulega* (1985), *Heilsuþælið í Gervabverfi* (1987), *Spaug-*

*stofuna* (1989–2016, með hléum), *Gettu betur* (1986–), *Á tali hjá Hemma Gunn* (1987–1995) urðu geysivinsælir og landsmenn voru jafnan límdir við skjáinn þegar þjóðþekktir leikarar og fjölmiðlamenn stigu fram á sjónarsviðið í þessum þáttum sem venjulega voru í gangi á besta útsendingartíma (e. *prime time*).<sup>26</sup> En það er kostnaðarsamt að búa til leikið sjónvarpsefni, sem felur í sér að greiða þarf faglærðum leikurum, handritshöfundum og leikstjórum. Við bætist alls framleiðslukostnaður við tæki og tæknivinnu og það gefur augaleið að ein ríkisrekin sjónvarpsstöð og eitt áskriftarsjónvarp á 350 þúsund manna málsvæði verður seint arðbær rekstur.

Því má atla að raunveruleikasjónvarpið hafi komið eins og himnasending í hendur íslenskra dagskrárstjóra þar sem kostnaðurinn við framleiðsluna er umtalsvert lægri en gengur og gerist þegar um er að ræða leikið efni. Jafnframt má halda því fram að íslenska raunveruleikasjónvarpið sé nátengt næstu byltingu á sjónvarpsmarkaðnum eftir tilkomu áskriftarstöðvarinnar Stöðvar 2. Þar var um að ræða stofnun SkjásEins sem var fyrsta íslenska sjónvarpsstöðin sem var alfarið rekin á auglýsingatekjum – eða réttar, sem þannig var kynnt þar til annað kom í ljós. Útsendingar sjónvarpsstöðvarinnar SkjásEins hófust í október 1998 en þá var fjölmiðillinn í eigu Íslenska sjónvarpsfélagsins. Fyrsta árið var áherslan lögð á „létt afþreyingarsjónvarp“, þætti eins og *Late Show* Davids Letterman (1993–2015), *Dallas* (1978–1991) og *Allo Allo* (1982 og 1984–1992). Tveir ungir kaupþýslumenn keyptu síðan stöðina árið 1999 og hófu rekstur hennar í svolítið breyttri mynd, þeir Árni Þór Vigfússon og Kristján Ragnar Kristjánsson, sem þá voru fyrrum skóla-bræður úr Verzlunarskólanum.<sup>27</sup> Sá fyrrnefndi ræðir upphafið í viðtali við *Morgunblaðið* sama ár. Þar segir:

„Okkur langaði til að stofna fjölmiðla- og lífsgleðifyrirtæki,“ heldur Árni Þór áfram og rifjar upp hvernig hugmyndin að því að stofna sjónvarpsstöð varð til í huga hans. „Ég sat einn fyrir framan

<sup>26</sup> Líta má svo á að fyrirrennarar íslenska raunveruleikasjónvarpsins séu erlendar fyrirmyndir en líkt og annars staðar í heiminum eru leikjaþættir á borð við *Gettu betur*, *Söngvakeppni framhaldsskólanna*, hæfileikakeppnir á borð við *Landslagið* og undankeppni Eurovision söngvakeppninnar sýndir í sjónvarpi áratugina á undan. Þetta eru viðtals- og dægurþættir sem skilgreina má sem blöndu af skemmtun og fræðslu.

<sup>27</sup> Eins og fram kom víða, meðal annars í fréttatilkynningu frá fyrirtækinu, þá varð sjónvarpsstöðin á „skömmum tíma vinsælasti fjölmiðill landsins.“ Lögð var áhersla á innlenda þáttagerð í bland við sýningar erlendra þátta og „sala auglýsinga [stöð] straum af öllum rekstri stöðvarinnar“. „Stafrænt sjónvarp um ADSL í Bolungarvík í vikunni“, *Víðskiptablaðið* 23. nóvember 2004, sótt 13. febrúar 2022 af <https://www.vb.is/frettir/stafrnt-sjonvarp-um-adsl-i-bolungarvik-i-vikunni/>.

sjónvarpið og var að horfa á Skjá einn. Allt í einu laust því niður í huga minn að ákveðinn neista vantaði í íslenskt sjónvarp. Báðar stóru sjónvarpsstöðvarnar sigldu nokkurn veginn á lygnum sæ og tækju litla áhættu í innlendri dagskrárgerð. Nú væri lag að stofna sjónvarpsstöð fyrir Íslendinga með áherslu á umræðuna úti í samfélaginu. Að sjálfsögðu beið ég ekki boðanna og sló á þráðinn til Kristjáns vinar míns. Eini gallinn var að hann var við nám í Bandaríkjunum svo að ég vakti hann upp um miðja nótt.<sup>28</sup>

Árni Þór segir svo í viðtali við fréttir Stöðvar 2 að rúmlega 50% af öllu efni stöðvarinnar verði innlend framleiðsla. Þegar fréttamaður spyr „hvernig í ósköpunum ætlið þið að fara að því“ svarar framkvæmdastjórinn: „fólk mun sjá það á næstu misserum“.<sup>29</sup> Líklega var hugmyndin sú að auglýsingar greiddu fyrir þáttagerðina og fram kom að efnið yrði ódýrt í framleiðslu,<sup>30</sup> en Árni dregur athyglina að mannlega þættinum þegar hann segir: „[v]ið ætlum að einbeita okkur að fólki í þessari dagskrá, þeim málefnum sem fólk reynir á sjálfu sér og ræðir um á hverjum degi, heima, í vinnunni, með fjölskyldunni, í vinahópum, á kaffihúsum. Við viljum sjá daglegt líf fólks á Skjá einum, það sem er að gerast núna á Íslandi.“<sup>31</sup> Markhópur sjónvarpsstöðvarinnar var að sögn Árna „[u]ngt fólk á öllum aldri, fólk sem er tilbúið að skemmta sér, fólk sem er móttækilegt fyrir áhrifum. Allir sem eru ungir í anda og lifa í nútímanum, íslenskum raunveruleika.“<sup>32</sup>

Eins og síðar varð ljóst kom stærstur hluti peninganna á endanum ekki frá auglýsingatekjum, heldur var sjónvarpsstöðin rekin með peningum sem dregnir höfðu verið undan frá Landssímanum og félagarnir voru ákærðir fyrir hylmingu og peningaþvætti og fengu báðir dóm árið 2005 fyrir aðild sína í fjádrættinum. Málið varð þekkt sem Landssímamálið og meðal annars fjallað um það í þættinum *Sönn íslensk sakamál* (2012). Í þættinum og

<sup>28</sup> Anna G. Ólafsdóttir, „Hagnaður í afmælistánuði“, *Morgunblaðið* 22. október 2000, bls. 31–32.

<sup>29</sup> „Landssímamálið“, *Sönn íslensk sakamál*, leikstjórar Sævar Guðmundsson og Gunnar Björn Guðmundsson, handritshöfundar Þór Jónsson, Sölvi Tryggvason og Ragnhildur Sverrisdóttir, Reykjavík: Herkill og Purkur, 2012.

<sup>30</sup> „Stafrænt sjónvarp um ADSL í Bolungarvík í vikunni“, *Viðskiptablaðið* 23. nóvember 2004, sótt 13. febrúar 2022 af <https://www.vb.is/frettir/stafrnt-sjonvarp-um-adsl-i-bolungarvik-i-vikunni/>

<sup>31</sup> Árni Þórarinnsson, „Hjartað á skjánum“, *Morgunblaðið* 17. október 1999, bls. 8B–9B, hér bls. 8B.

<sup>32</sup> Sama heimild, bls. 8B.

umfjöllun um dómsmálið kemur fram að Sveinbjörn, bróðir Kristjáns sem starfaði hjá Landssímanum fyrst sem aðalféhirðir frá 1999 til 2002 og svo sem aðalgjaldkeri vorið 2003,<sup>33</sup> byrjar í maí 1999 að leggja inn á Kristján bróður sinn af reikningi Landssímans – án þess að stjórnendur hefðu hugmynd um – og inn á reikning fyrirtækis Kristjáns og Árna Þórs „Alvöru lífsins“. Greiðslurnar fóru þannig fram að „Kristján lét Sveinbjörn vita hver fjárþörf þeirra félaga væri“ og Sveinbjörn lagði peninginn inn á reikning fyrirtækisins.

Piltarnir höfðu áður hagnast töluvert á uppsetningu *Hellisbúans* ásamt Bjarna Hauki Þórssyni sem margir töldu að væri fjárhagslegur grunnur Skjá eins, en Árni Þórarinsson getur sér þess meðal annars til í viðtali við nafna sinn Þór í tilefni af opnun sjónvarpsstöðvarinnar að leiksyningin sé „trúlega fjárhagslegt stökkbretti þeirra félaga ofan í djúpu laugina“.<sup>34</sup> Árni Þór lætur að því liggja að staðan í samfélaginu sé einkar hliðholl ungum eldhugum og gefur í skyn að bankarnir hafi verið viljugir til þess að lána þeim fyrir rekstrinum þegar hann segir: „Við höfum auðvitað þurft á gríðarlega mikilli lánaþyrngreiðslu að halda. Sem betur fer hefur bankakerfið fengið aukna trú á ungum, kraftmiklum mönnum með góðar hugmyndir, eins og við teljum okkur vera.“<sup>35</sup> Þegar upp var staðið voru millifærslurnar frá Landssímanum rúmlega 250 milljónir og ekki hægt að greina á milli hversu mikið fór í einkaneyslu Árna Þórs og Kristjáns og hvað stóð undir rekstrinum á SkjáEinum.

Gott er að hafa í huga að nýju eigendurnir voru aðeins 23 ára gamlir og því rétt komnir af barnsaldri. Því er mikilvægt að gagnrýnin í umfjöllun þessari beinist ekki síður að því samfélagi sem færir slík völd í hendurnar á svo óreyndum mönnum án þess að doka við og spyrja sig hvort kaupendurnir séu í raun hæfir til þess að reka sjónvarpsstöð. Á fyrstu árum aldarinnar var andrúmsloftið í þjóðfélaginu auðvitað mótað af blindri trú á unga kraftmikla menn með góðar hugmyndir, svo vísað sé í orð Árna Þórs hér að ofan. Guðni Elísson hefur fjallað um það hvernig útrásarvíkingarnir báru fyrir sig bernsku og vankunnáttu í fjármálum til þess að rökstyðja velgengni sína í viðskiptalífínu. Hann bendir á að á góðærisárunum hafi menn orðið „fjármálasérfræðingar á Íslandi án þess að gerðar væru kröfur um sérstaka menntun á sviðinu. Meira að segja þeir sem keyptu bankana höfðu enga

<sup>33</sup> Sjá „Játar fjárdrátt upp á 250 milljónir króna hjá Landssímanum. Réttarhöld að hefstast yfir fyrrverandi aðalgjaldkera Landssímans og fjórum öðrum sakborningum“, *Morgunblaðið* 15. apríl 2004, sótt 2. febrúar 2022 af <https://www.mbl.is/greinasafn/grein/792443/>.

<sup>34</sup> Árni Þórarinsson, „Hjartað á skjánum“, bls. 8B.

<sup>35</sup> Sama heimild, sami staður.

reynslu af bankarekstri.<sup>36</sup> Hann rifjar upp orð Hannesar Smárasonar þar sem hann segir að þakka megi „reynsluleysi ungu kynslóðarinnar“ árangur Íslendinga í fjármálaheiminum.<sup>37</sup>

Þetta er sama viðhorf og fjölmiðlafræðingurinn Mark Andrejevic lýsir í mikilvægu verki sínu, *Reality TV. The Work of Being Watched*. En hann segir menntun og reynslu skipta engu máli þegar um er að ræða þátttöku í raunveruleikasjónvarpi – hún flækist bara fyrir. Allir geti verið með og staðið sig vel.<sup>38</sup> Á Íslandi var þetta raunar tekið skrefi lengra því starfsmenn og stjórnendur stöðvarinnar unnu undir sömu formerkjum og þátttakendur raunveruleikaþáttaraðanna samkvæmt skilgreiningu Andrejevics. Frásagnir starfsmanna af vinnu sinni við SkjáEinn og andrúmsloftinu á staðnum renna stoðum undir þennan samanburð. Kristófer Dignus sem starfaði um skeið á SkjáEinum, meðal annars sem leikstjóri, lýsir því í sjónvarpsþætti um málið sem gerður var árið 2012 að engar athugasemdir hafi verið gerðar við svimandi upphæðir í fjárhagsáætlunum hans en hann vann við það að gera mjög stóra og dýra „trailera“ fyrir sjónvarpsstöðina. Og Jóhannes Tryggvason, tæknimaður segir í sama þætti: „Ég bara trúði því að þeir væru þetta klárir“.<sup>39</sup>

En hinir nýju sjónvarpsstöðvaeigendur biðu ekki boðanna því að fyrsti íslenski þátturinn sem sór sig í ætt við raunveruleikasjónvarp leit fljótlega dagsins ljós: þáttaröðin *Tantra*, sem sýnd var á SkjáEinum árið 2001.<sup>40</sup> Þættirnir eru hugarfóstur Guðjóns Bergmann þáttastjórnanda en skömmu áður hafði hann gefið út bók um efnið. Eins og Steinunn Inga Óttarsdóttir kemst að orði í umfjöllun um þættina sem birtist í *Lesbók Morgunblaðsins* á meðan þeir voru enn í sýningu þá komu fram í hverjum þætti pör sem „lýs[tu] reynslu sinni af samlífinu og ýmsum æfingum sem þeim [var] sett fyrir að prófa í hjónarúminu og fj[ölluðu] síðan um kynlíf sitt fyrir og eftir kynnin af tantra.“<sup>41</sup> Umfjöllunin sýnir hversu nýtt af nálinni raunveruleikasjónvarpið

<sup>36</sup> Guðni Elísson, „Staðleysan Ísland og mýtan um okkur sjálf“, *Tímarit Máls og menningar* 4/2009, bls. 10–25, hér bls. 19.

<sup>37</sup> Guðni Elísson, „Vogun vinnur ... Hvar liggja rætur íslenska fjármálahrunsins?“, *Saga XLVII*: 2/2009, bls. 117–146, hér bls. 142.

<sup>38</sup> Mark Andrejevic, *Reality TV. The Work of Being Watched*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004, bls. 6–7. Um kenningar Andrejevic fjallaði ég nánar um í greininni „Þar sem verra er betra. Raunveruleikaþáttur í hryllingsleikhúsinu Yosoy“, sjá til dæmis bls. 383, 390 og 401.

<sup>39</sup> „Landssímamálið“, *Sönn íslensk sakamál*.

<sup>40</sup> Tantra-kynlíf er upprunnið í austurlenskri jógaheimspeki og snýst um að virkja kynorkuna sem leið til andlegs þroska.

<sup>41</sup> Steinunn Inga Óttarsdóttir, „Kynlífi pakkað í plast“, *Lesbók Morgunblaðsins* 2. júní 2001, bls. 2.

er í upphafi aldarinnar, það er talað um „fyrstu fræðsluþætti um kynlíf í sögu íslensks sjónvarps“. Og vitanlega voru þeir sýndir á besta sýningartíma stöðvarinnar svo ætla má að áhorfendur hafi verið ófáir ef marka má yfirlýsingar um vinsældir og dreifingu SkjásEins.<sup>42</sup>

Á þessum tíma var raunveruleikasjónvarpið svo nýtt af nálinni að ekki var komið íslenskt hugtak yfir fyrirbærið, enda var það aðeins ári áður en landsmenn voru kynntir fyrir austurlenskum tantrafræðum sem fyrsta þáttaröð *Survivor* var sýnd á SkjáEinum.<sup>43</sup> Það leið svo ekki á löngu þar til dagskrárdeildir sjónvarpsstöðvanna fóru að kynna hugmyndir að séríslenskum þáttum sem bókstaflega átti að framleiða undir hattinum raunveruleikasjónvarp. Kynlíf var ofarlega á listanum yfir söluvænt sjónvarpsefni, en líklega tengdist það fremur tíðarandanum en þáttum Guðjóns Bergmann. Eitt af því sem Skjár tveir,<sup>44</sup> sem var skammlíf systursjónvarpsstöð SkjásEins, hafði á þrjónunum árið 2003 voru þættirnir *Viva Las Vegas*, sem áttu að sýna útflutning á íslenskum konum. Hugmyndafræðin að baki þáttunum hljómar ekki ósvipað „Fancy a Dirty Weekend“ auglýsingaherferð Icelandair frá sama tíma, nema nú átti að senda fegurðardísir úr norðurheimi út af örkinni til að krækja í bandaríska viðskiptamógúla í stað þess að laða erlenda karlmenn í helgar-

<sup>42</sup> Mjög skiptar skoðanir voru um þessa þætti, en eins og Steinunn greinir frá þótti mörgum þeir hálfvandráðalegir þar sem þörin ræddu um kynlíf sitt á móta hversdagslega og húsverkin eða matargerð og afhjúpuðu frammí fyrir alþjóð leyndustu tilfinningar sínar og fantasíur. Eins og Guðjón bendir sjálfur á gætir nokkurs tvískinnungs í umræðunni um kynlíf á þessum árum, en hann gerði áhugaleysi fjölmiðla um þættina að umræðuefni sínu í viðtali við *DV* árið 2002. Þar segir hann: „Mér þótti leiðinlegt að fjölmiðlar þögðu um þessa þætti og tóku því ekki fagnandi að umræðu um kynlíf hefði verið lyft á hærra plan. Áfram héldu fjölmiðlar að tala um súlustaðina, vændið og klámvæðingu netsins“. Sjá sm, „Þjáningin er góð svipa“ *DV* 15. júní 2002, bls. 28–29, hér bls. 28. Þess má geta að á sama tíma voru heilsíðu-auglýsingar frá súlustöðum eins og Óðali daglegt brauð á síðum dagblaðanna, karlar og konur skiluðu inn lista undir dagskrárliðnum „10 konur / karlar sem mig langar mest til að sofa hjá“ sem birtist um mánaðaskeið í *Helgarpóstinum* og jafnvel birtust þar myndir af barnaklámi í umfjöllun um slíkt, sem réttlætt var með því að strika yfir augu fórnarlambanna með svörtu striki, sjá til dæmis gþ, „HP á slóð íslenskra öfugugga“, 26. september 1996, bls. 6–7.

<sup>43</sup> Þegar SkjárEinn tók *Survivor* til sýninga var ekki komið íslenskt heiti yfir þessa gerð sjónvarpsefnis heldur voru þættirnir sagðir teljast til „svokallaðra „Real Life“ þátta þar sem fylgst [væri] með venjulegu fólki í óvenjulegum aðstæðum“. Sjá „Sterkur Skjár í vetur“, *Fókus* 18. ágúst 2000, bls. 14.

<sup>44</sup> Skjár tveimur var ætlað að vera eins konar mótvægi við SkjárEinn þar sem auk sjónvarpsþáttanna yrði lögð mikil áhersla á bíómyndir en fyrirhugað var að hafa svokölluð bíókvöld þrjú kvöld vikunnar. Sjá „Systurstöðvar vinna saman“, *Morgunblaðið* 7. september 2003, bls. 11.

ferðir til landsins.<sup>45</sup> Þættirnir voru kynntir svona af Helga Hermannssyni dagskrárstjóra:

Við höfum fengið sex fallegar og vel gefnar íslenskar stúlkur til liðs við okkur við gerð þessara þátta, en meiningin er að þær haldi ásamt myndatökuliði til spilaborgarinnar Las Vegas í nóvembermánuði með það að markmiði að ná sér í huggulega, skemmtilega, ríka ameríska karlmenn til að giftast, helst í ferðinni. Gerðir verða sjö þættir á fjórtán dögum og segja má að þetta verði hin íslenska útgáfa af raunveruleikasjónvarpi.<sup>46</sup>

Ekkert varð af gerð þáttanna, en hugmyndin að þeim sem sjónvarpsefni var óneitanlega í samræmi við andrúmsloftið í samfélaginu á þessum tíma: Í upphafi endurspeglar raunveruleikaþættirnir að einhverju leyti gildismatið sem einkennist ekki síst af kvenfyrirlitningu og klámvæðingu. Einn af fyrstu þáttunum sem SkjárEinn framleiddi undir stjórn þeirra Árna Þórs og Kristjáns Ra var stefnumótaþáttaröðin *Djúpa laugin*, sem fyrst var sýndur á Íslandi árið 2000. Þar var eftir lukkupari hvers þáttar um sig fylgt eftir í rómantískri stefnumótaferð.<sup>47</sup> Oftar en ekki var mikið áfengi haft um hönd til að auka á óvissu og spennu – sem átti sennilega að auka líkurnar á að þættirnir enduðu vel, ef svo má að orði komast.<sup>48</sup>

<sup>45</sup> Um þessar tilboðsferðir skrifaði til dæmis Úlfhildur Dagsdóttir í „Náttúrulega svalt. Íslensk náttúra, næturlíf og nautnir í boði Flugleiða“ sem birtist í *Lesbók Morgunblaðsins* 19. október 2002, bls. 4–5; Guðni Elísson greinir frá fleiri slagorðum herferðarinnar, til dæmis „áreittu fegurðardís“ (e. *Pester a beauty queen*) í pistlinum „Sóðaferðir Flugleiða“, *Lesbók Morgunblaðsins* 5. apríl 2003, bls. 2; Heiða Jóhannsdóttir setur herferðina í menningarsögulegt samhengi í greininni „Under the Tourist Gaze. Reykjavík as the City that Never Sleeps“ úr *The Cultural Reconstruction of Places*, ritstjóri Ástráður Eysteinnsson, Reykjavík: University of Iceland Press, 2006, bls. 111–121.

<sup>46</sup> „Systurstöðvar vinna saman“, bls. 11.

<sup>47</sup> Fyrstu sjónvarpsþættir nýrrar dagskrár voru þó af fjölbreyttum toga, Unnur Steinson stýrði lífsstílsþættinum *Útlit*, Björn Jörundur grillaði fyrir gesti sína, Erpur Eyvindarson ferðaðist um landið og spjallaði við fólk í þættinum *Íslensk kjötsúpa*, Bjarni Haukur Þórsson var einnig með spjallþátt á „léttu nótnum“ og þá ber að nefna *Brúðkaupsþáttinn Já* með Elínu Björnsdóttur. Sjá „Silfrið kveður og grillið tekur við“, *Morgunblaðið* 28. maí 2000, bls. 54. Allt eru þetta þættir sem teljast til fyrirrennara raunveruleikaþáttanna, leikjaþættir og spjallþættir þar sem rætt er við raunverulegt fólk. Áður höfðu þættir um dægurmál verið á dagskrá SkjásEins, helst ber að nefna umræðuþátt Egils Helgasonar, *Silfur Egils* sem hóf göngu sína stofnunarár stöðvarinnar 1999.

<sup>48</sup> Þessi ofuráhersla á vímuefni og kynlíf náði ákveðnu hámarki í þætti *Djúpa laugar-*

*Er allt í drasli heima hjá þér?*

Tara Liss-Mariño bendir á það í umfjöllun sinni um efnahagskerfi raunveruleikasjónvarpsins að spurningin um hvað sé raunveruleiki og hvað skáldskapur eigi ekki við slíkt sjónvarp. Það sem málið snúist helst um sé hvernig blekkingarleikur greinarinnar endurspeglir sannleika sem sé talsvert verðugra viðfangsefni: hvernig valdi sé miðlað og framfylgt.<sup>49</sup> Í svipaðan streng tekur Nick Couldry sem setur raunveruleikasjónvarpið jafnvel í víðara pólitískt samhengi. Hann segir að vangaveltur um sannleiksgildi raunveruleikasjónvarpsins afvegaleiði okkur, beini okkur frá þeim veruleika sem það afhjúpi. Sá snýst að hans mati fyrst og fremst um vald fjölmiðlanna yfir félagslegum veruleika okkar og mýtunum sem við sem áhorfendur tengjum við sjálfa fjölmiðlastofnunina.<sup>50</sup> Couldry dregur þá ályktun að þótt sjálfsábyrgð einstaklingsins sem rekja megi til hugmyndafræði nýfrjálshyggjunnar sé vissulega veigamikill þáttur í boðskap raunveruleikaþáttanna sé hún ekki aðalstoðin sem slíkt sjónvarpsefni hvíli á. Raunveruleikasjónvarpið sé fremur vettvangur þar sem valdinu sé viðhaldið og reglum framfylgt fyrir opnum tjöldum, frammi fyrir þjóðinni – og að það afhjúpi um leið efnahagslega, félagslega og pólitíska stefnu.

Couldry segir frásagnarformgerð þáttanna veigamikinn lið í því að veita áhorfendum taumhald. Eins og flestir kannast við er niðurröðun atburða jafnan borin uppi af mikilvægum eða krítískum andartökum, sem oft hverfast um að hegðun eins eða fleiri þátttakenda er fordæmd af öðrum, ekki aðeins keppinautunum. Í þáttunum eru valdhafarnir yfirleitt auðþekkjandlegir. Það eru sérfræðingar á borð við sálfræðinga sem meta trúverðugleika

---

*innar* árið 2003, þegar þrír úr bandarísku sjónvarpsþáttaröðinni *Jackass* (2000–2002) kepptust um að heilla tvo þátttakendur úr Ungfrú Ísland.is. Tónninn er sleginn í upphafi þáttarins þegar stjórnandinn Hákon spyr einn Jackass-piltanna, Ryan Dunn: „Hvað gerir þú á fyrsta stefnumóti?“ Hann fær þetta svar: „Fyrsta stefnumóti? Ertu að bjóða mér?“ [...] „Ég reyni auðvitað að komast í buxurnar hjá stelpunni. Gera það ekki allir?“ Þetta var reyndar ekki eina skiptið sem stúlkunum í Ungfrú Ísland.is var beitt fyrir bandaríska karlmenn, því eins og Úlfhildur Dagsdóttir skrifaði um í „Af gæsum, meyjum í háska og drekum“ í *Veru* 2/2002, bls. 70, þá höfðu aðstandendur Ungfrú Ísland.is í samstarfi við Flugleiðir „auglýst nettilboð; ferð til Íslands, miði á keppnina og miði í VIP partýið á eftir“. Í greininni lýstu bandarískir karlmenn reynslu sinni af íslenskum konum. Þar á meðal voru vörubílstjóri og ráðgjafi sem lýstu konunum eins og genabættum og undurfögurum hryssum.

<sup>49</sup> Tara Liss-Mariño, „Introduction“, *The Politics of Reality Television. Global Perspectives*, bls. 157–161, hér bls. 157.

<sup>50</sup> Nick Couldry, „Making populations appear“, *The Politics of Reality Television. Global Perspectives*, bls. 194–206, hér bls. 194.



þátttakenda, markmið og ásetning; matreiðslumeistara sem segja til um hæfi þeirra, tónlistarframleiðendur, englafjáfrestar, viðskiptamógúlar og svo mætti lengi telja. Sérþekking valdhafanna staðfestir svo réttmæti niðurstöðunnar í hverjum þætti (hver vinnur og hver er kosinn burt). Couldry segir að það sem sé mest sláandi við þessa nýju gerð af félagslegu og félags- og uppeldisvaldi (e. *pedagogic authority*) sem fjölmiðlar öðlast í gegnum raunveruleikasjónvarpið sé tæpitungulaust og ófalið dómsvald þess yfir „venjulegu fólki“, sem þeir beita án þess að hirða nokkuð um hversu viðkvæmir einstaklingarnir sem verða fyrir því kunna að vera. Þannig segir Couldry að almenningur læri meðal annars að hegða sér, í samræmi við það gildismat sem birtist í raunveruleikasjónvarpinu og tengdu fjölmiðlaefni.<sup>51</sup> En hvernig hegðun skyldi þar með vera samfélagslega æskileg?

Inntakið í frásagnarformgerð greinarinnar er gjarnan á þá leið að heilbrigðar sálir búi í hraustum líkómum / falgum kroppum / hreinum húsum og þar fram eftir götunum.<sup>52</sup> Þættirnir boða að ytra byrðið endurspegli sálarlífið sem birtist á ólíka vega eftir því hvort um ræðir *Biggest Loser*, *Supernanny*, *Extreme Makeover*, *Revenge Body with Khloe Kardashian*, *MasterChef* og svo mætti lengi telja.<sup>53</sup> Áhorfendur geta horft á þætti sem þessa og lært af mistökum þátttakenda og því virka þeir sem nokkurs konar sjálfstjórnaræfingar – þótt viðbrögðunum sé að sínu leyti stjórnað. Fólkið sem situr við

<sup>51</sup> Sama heimild, bls. 200.

<sup>52</sup> Hægrisinnuð sjálfsrækt af þessum toga er einnig grundvallarboðskapur sálfræðingsins Jordans Peterson. Til dæmis hljóðar regla númer sex í sjálfshjálparbókinni *12 Rules for Life. An Antidote to Chaos* svona: „Taktu til á heimilinu þínu áður en þú gagnrýnir heiminn“ (e. „Set Your House in Order Before You Criticize the World“), Sjá Jordan Peterson, *12 Rules for Life. An Antidote to Chaos*, Toronto: Penguin Random House, 2018, bls. 304; Og regla númer átta í bókinni *Beyond Order: 12 More Rules for Life* er á þessa leið: „Reyndu að gera eitt herbergi á heimili þínu eins fallett og mögulegt er“ (e. „Try to make one room in your house as beautiful as possible“). Sjá Jordan Peterson. *Beyond Order: 12 More Rules for Life*, New York: Penguin, 2021, bls. 378. Þessi heimsýn Peterson (og raunveruleikabáttanna) endurspegladist í því að hann niðurlægði á opinberum Twitter-reikningi sínum sundfatamótel á forsíðu *Sports Illustrated* sem honum þótti of þung til að geta talist falleg. Sjá Brahmjot Kaur, „Jordan Peterson leaves Twitter after claiming Sports Illustrated Swimsuit's first Asian American cover model is 'not beautiful'“, *7news* 25. maí 2022, sótt 27. maí 2022 af <https://7news.com.au/lifestyle/beauty/jordan-peterson-leaves-twitter-after-claiming-sports-illustrated-swimsuits-first-asian-american-cover-model-is-not-beautiful-c-6853488>.

<sup>53</sup> Lesa má um sjálfsbetrunarboðskap raunveruleikasjónvarpsins í grein minni „Þar sem verra er betra“. Sjá einnig Alda Björk Valdímarsdóttir, *Jane Austen og ferð lesandans. Skáldkonan í þremur kvemmagreinum samtímans*, Reykjavík: Háskólaútgáfan, 2018, til dæmis bls. 348–349 og um tengsl við raunveruleikasjónvarpsþætti á borð við *The Swan* og *Extreme Makeover*, bls. 138–139.

skjáiinn lærir að það ber sjálft ábyrgð á líkama sínum og andlegri velferð.<sup>54</sup> Þetta viðhorf endurspeglast svo dæmi sé tekið í nokkurs konar lífsstílsviðtali við Þórð Má Jóhannesson, þáverandi forstjóra Straums fjárfestingabanka sem birtist í *Fréttablaðinu* árið 2005. Viðtalið var tekið í World Class líkamsræktarstöðinni í Laugum sem var afar viðeigandi því að lögð voru að jöfnu líkamsstyrkur og hreysti og uppsveifla fjárfestingabankans sem hann líkir meðal annars við „veðhlaupahest [...] sem fer lengra og hraðar en hinir“. Hann ræðir um uppsveiflu og afl bankans í kjölfar einkavæðingarinnar. Ekki verður hjá því komist að sjá bankann sem hliðstæðu við þróttmikla manninn sem lætur aldrei hjá líða að mæta í ræktina þrátt fyrir annir í viðskiptalíf-inu. Hann segir: „[K]rafturinn skiptir miklu máli. Peningarnir búa ekkert til sjálfir. Við erum að nýta okkur markaði og það er fólkið og mannauðurinn sem er að skapa þessi verðmæti.“<sup>55</sup> Hollmetið sem fór ofan í hraustan kropp Þórðar þetta tiltekna hádegi var einnig útlistað í smáatriðum í greininni – og auðvitað hvað það kostaði: Sveppasúpa, ýsa og grænmeti fyrir 2070 krónur.<sup>56</sup> Fjölmargir frískir einstaklingar eins og Þórður Már komu ekki síst fram í sjónvarpsþáttum á borð við *Út að borða með Íslendingum* þar sem Björn Jörundur var gestgjafi og ræddi við valinkunna einstaklinga á veitingastöðum eins og titillinn gefur til kynna; *Silikon* með Önnu Rakel Róbertsdóttur og Berki Hrafn Birgissyni sem fjölluðu um skemmtanalíf, tísku og fleiri dægurmál og *Innlit og útlit* með Völu Matt. Guðni Elísson hefur einmitt greint í einum af mánaðarlegum pistlum sínum í *Lesbókinni* frá þessu tímabili hvernig sjálfsmynd og innræti íbúanna – og þar með þjóðarinnar – endurspeglast í glæsilegum hífýlum: „Í þessari smekklega lýstu veröld bera baðherbergi heiðarleika vitni og eldhúsplötur gera fólk að marmaramanneskju eða einstaklingi með stáltaugar.“<sup>57</sup> Allir þessir þættir voru framleiddir fyrir Skjá-Einn í árdaga sjónvarpsstöðvarinnar, en segja má að ris hennar og hrun séu ein af skýrari af birtingarmyndum tíðarandans.

Í viðtalinu við Þórð Má koma skýrt fram þau boðorð nýfrjálshyggjunnar um sjálfsstjórn sem birtust í raunveruleikaþáttum samtímans, til dæmis þau sem finna má í *Allt í drasli* sem gengur út á að sýna skítug heimili, van-

<sup>54</sup> Beverley Skeggs og Helen Wood, *Reacting to Reality TV. Performance, Audience and Value*, New York: Routledge, 2012, bls. 29.

<sup>55</sup> Myndmálið minnir jafnframt á lýsingar Árna Þórs á þeim Kristjáni sem hann segir vera „kraftmikl[a]“ unga menn í viðtali við Árna Þórarinsson eins og kemur fram fyrr í þessari grein.

<sup>56</sup> Hafliði Helgason, „Kraftmikill á nýfrjálsum markaði“, *Fréttablaðið* 13. apríl 2005, bls. 16.

<sup>57</sup> Guðni Elísson, „Íslenskar innréttingar“, *Rekferðir*, Reykjavík: Háskólaútgáfan, 2011, bls. 43–45, hér bls. 44.

hæfa íbúa, hreinsun og úrbætur.<sup>58</sup> Þættirnir snerust um ýkt látbragð, skömm, iðrun, yfirbót og syndaaflausn. Í 3. þætti fyrstu þáttaraðar (2005) þrifa Margrét og Hreiðar heimili ungs pars í miðborginni. Eins og yfirskrift þáttarins lætur uppi, „Eitthvað rotið í 101“, þá er ekki seinna vænna að hefjast handa því íbúarnir eiga á von á barni og geta augljóslega ekki boðið erfingjanum tilvonandi upp á að fæðast inn í þessa óreiðu – sem ekki er gert lítið úr. Þættirnir *Allt í drasli* eru eins og myrka hliðin á *Innlit og útlit* Völu Matt þar sem „eitthvað rotið“ þrífst ekki bara í húsum heldur einnig í hugum þátttakenda, sem í þessu tilfelli er dauðasyndin leti. Verðlaun þátttakenda fyrir að gangast niðurlægingunni á hönd – en þeir eru skammaðir eins og smábörn fyrir lifnaðarháttinn – eru fólgin í hreinu húsi, lífsstílsreglum sem verðandi foreldrarnir þurfa að fylgja, eftirliti þáttastjórnenda sem koma við tveimur vikum eftir að tiltektin fer fram – og áframhaldandi eftirliti því þau hóta því að koma óvænt í heimsókn þegar íbúarnir eiga þess síst von. Þessir þættir eru afar skýrt dæmi um það hvernig valdhafarnir, skúringaparið Margrét og Hreiðar, beita ýktum líkamshreyfingum (fingri rennt eftir tölvuskjá og rykið á fingurgómnum skoðað nákvæmlega með tilheyrandi stunum og grettum), tónlist, sögumanni, myndatöku og klippingu, allt í þeim tilgangi að sýna sóðana í sinni verstu mynd. Það fer ekkert á milli mála hvert samfélagslega aðhaldið er, áhorfendur vilja ekki standa í sporum þeirra fordæmdu í hreinsunareldinum og taka sig því væntanlega á.<sup>59</sup>

<sup>58</sup> Samfélagslegar áherslur fyrstu ára aldarinnar rötuðu markvisst inn í sjónvarpsefni eins og Ármann Jakobsson hefur sýnt. Í greininni „Allur raunveruleiki er framleiddur. Um *Sigtið* með Frímanni Gunnarssyni“ greinir hann kringumstæðnakómedíuna *Sigtið* þar sem sögupersónan Frímanni er þáttastjórnandi en hann er leikinn af Gunnari Hanssyni. Viðfangsefni þáttanna er samfélagsgerðin árið 2006 og hverfist um neyslu, sjálfshjálp og betrun en markmiðið er að þvinga þannig hinar skapandi stéttir til að færa sig sem næst miðjunni. Ármann segir að þættirnir dragi fram hvernig „íslenskt samfélag snýst öðru fremur um meðferð og betrun og leit að eins konar fullkomnun, leit sem lýkur þó aldrei og er því mikilvægur drifkraftur í kapítalísku samfélagi.“ Sjá: „Allur raunveruleiki er framleiddur. Um *Sigtið* með Frímanni Gunnarssyni“, *Ritið* 1/2011, bls. 151–177, hér bls. 172.

<sup>59</sup> Þessir þættir sverja sig í ætt við *Supernanny* (2004–2008) þar sem ofurfóstra kennir vanhæfum foreldrum að ala upp börnin sín, yfirhalingarþætti á borð við *The Biggest Loser* (2004–2016 og 2020–) sem kennir fólki að ná tókum á græðginni og líkamsástandinu. Allir þessir þættir eiga það sameiginlegt að valdhafarnir láta keppendur finna til skammar yfir núverandi ástandi og brjóta þá þannig til hlýðni. Þannig á *Allt í drasli* ýmislegt sameiginlegt með yfirhalingarþættinum *Nýtt útlit* sem einnig var sýndur á SkjáEinu (2009), en þar aðstoðaði Karl Berndsen konur og karla í vanda við að breyta útliti sínu og auka þar með sjálfstraust, útgeislun og ná í kjölfarið öðrum markmiðum. Aðferðin er sú sama og í fyrrgreindum þáttum eins og sjá má af þessu samtali Karls og Ísaks aðstoðarmanns hans um fataskáp viðfangsefnisins í

En hvað skyldi knýja fólk til þess að taka þátt í slíkri niðurlægingu á opinberum vettvangi? Hugsanlega er það hugmyndin um frægð og frama, tækifæri sem kunna að koma upp í kjölfarið<sup>60</sup> eða þrá eftir því að vinna bug á löstum sínum.<sup>61</sup> En þátttaka hins almenna borgara er fyrst og fremst hagkvæm fyrir framleiðslufyrirtækið eða sjónvarpsstöðina því eins og fjölmiðla- og menningarfræðingurinn Laurie Ouellette bendir á í inngangi að greinasafni sínu *A Companion to Reality Television* „þá reiðir raunveruleikasjónvarp sig á hæfileika venjulegs fólks, ófaglærða einstaklinga sem tilheyra ekki fagfélögum sem gera kröfur um menntun“.<sup>62</sup> Þetta hefur Andrew Ross kallað „pólítískt efnahagskerfi viðvaninganna“ sem tengist reyndar ekki einungis þátttakendum sjálfum heldur er einnig háð virkni og vinnuframlagi áhorfenda. Þannig hrindir raunveruleikasjónvarpið af stað eins konar gagnvirku efnahagskerfi sem felur í sér markaðssetningu og eftirlit neytenda.<sup>63</sup> Á þann hátt getur það haldið kostnaði við dreifingu og markaðssetningu í algeru lágmarki með því að virkja ókeypiss vinnuframlag bæði þátttakenda og áhorfenda.<sup>64</sup>

---

fyrsta þætti fyrstu þáttaraðar: Karl: „Ja hérna, jajaja. Þetta færi ég ekki einu sinni í með ruslið [...] Hún þarf virkilega á aðstoð að halda. [...] hvenær heldurðu að hún hafi verið í þessu?“ Ísak: „[19]96“. Karl: „[19]96? Nei, [19]86!“

<sup>60</sup> Dæmi eru um það hér á landi að þátttakendur í raunveruleikasjónvarpi hafi fengið störf við fjölmiðla og fáeinir keppendur í hæfileika- og söngvakeppnum á borð við *X-factor* og *Idol* vinna til dæmis við tónlist eftir þátttökuna.

<sup>61</sup> Arna Vilhjálmssdóttir sigurvegari í *Biggest Loser* Ísland árið 2017 lýsir þessari þrá í viðtali nokkru síðar. Hún segir: „Ég hef alltaf elskað *Biggest Loser*. Ég er gömul íþróttastelpa og sá alltaf fyrir mér að ef ég myndi bara komast þarna inn þá gæti ég þetta alveg [...] Á þessum tíma var ég komin á rosalega slæman stað andlega og ég ákvað að gefa þessu annan séns og reyna að komast í þættina. Þetta var síðasta hálmstráið sem ég var að reyna að grípa í til að koma mér á rétt ról.“ Sjá Guðrún Ósk Guðjónsdóttir, „Ég er svona, og hvað?“, *DV* 16. júlí 2019, sótt 2. mars 2022 af <https://www.dv.is/fokus/stjornufrettir/2019/07/16/arna-sigradi-biggest-loser-og-deilir-nu-hvetjandi-myndum-samfelagsmidlum-eg-er-svona-og-hvad/>.

<sup>62</sup> Laurie Ouellette, „Introduction“, *A Companion to Reality Television*, ritstjóri Laurie Ouellette, New Jersey: Wiley-Blackwell, 2014, bls. 1–9, hér bls. 5.

<sup>63</sup> Vinnuframlag áhorfenda í samtímanum fer ekki síst fram á samfélagsmiðlum þar sem þeir eru virkri í að deila efni úr raunveruleikaþáttum, vörum sem raunveruleikasjörnur framleiða. Nefna má að áhrif Kardashian-fjölskyldunnar teygja sig langt út fyrir raunveruleikaþættina sem gerðu meðlimi hennar eins fræga og raun ber vitni, því stjörnur úr þáttunum eiga hver sinn samfélagsmiðlareikning þar sem þær starfa sem áhrifavaldar, framleiða eigin vörulínur og hafa þannig viðtækari áhrif á lífsstíl og heimssýn fylgjenda sinna en nokkurn hefði sjálfsagt órað fyrir að stjörnur raunveruleikaþátta gætu haft í árdaga slíkrar þáttagerðar. Þannig vinna áhorfendur augljóslega ekki einungis í þágu sjónvarpsstöðvanna heldur veltur staða og virði stjarnanna ekki síst á lækum, fylgjendum og deilingum á samfélagsmiðlum.

<sup>64</sup> Andrew Ross, „Reality Television and the Political Economy of Amateurism“, *A*



„Stóru verðlaunin“ geta verið af ýmsum toga.

## Allir um borð

Raunveruleikasjónvarp sækir ekki bara til hugmyndafræði nýfrjálslyggjunnar þegar kemur að sjálfshjálp og sjálfsstjórn. Það leiðir einnig til einnig til eins konar spilavítishugarfars þar sem sjálfboðaliðar bjóða sig fram í von um að vinna stóru verðlaunin. Að viti Ross smitast þessar áherslur yfir á samfélagið, sem í heild verður eins og hæfileikakeppni viðvanninga þar sem aðeins sárafáir eiga þess kost að detta í lukkupottinn og hinir fjölmörgu óheppnu sem lögðu sitt af mörkum fá aldrei greitt fyrir framlagið.<sup>65</sup> Þetta er

*Companion to Reality Television*, bls. 29–39, hér bls. 29–30. Ross bendir einnig á að listin að framleiða fjölmiðlaefni ókeypis á þennan hátt eigi sér langa sögu og rekur hana til lesendabréfa sem birtust í prentuðum dagblöðum. Þessi vettvangur hefur svo blásið út, eins og flestir vita, eftir tilkomu athugasemdakerfa í fjölmiðlum, á vefsíðum og samfélagsmiðlum á netinu. Einnig nefnir hann vandamáladálka í prentuðum blöðum, þar sem angist lesenda selur vafalítið fleiri eintök. Og hér á landi hafa innsendar „Lífsreynslusögur“ verið fastur liður í tímaritinu *Vikunni* í áratugi, en þetta efni eins og annað hefur vafalaust verið framleitt af ritstjórn í bland við sannar sögur sem borist hafa til þess að viðhalda samfellu á milli tölublaða. Þær kalla því jafnframt á spurningar um framleiddan raunveruleika, rétt eins og raunveruleikasjónvarpsefni. Þetta efni er hrárra og óspilltara en hefðbundnari fjölmiðla greinar, því það veitir lesendum innsýn í líf annarra lesenda og fremur ódýrt efni til að prenta og birta. Þá er athugasemdakerfi fjölmiðlanna einnig af sama meði, þar sem forvitni um viðbrögð annarra lesenda eru jafnvel ekki síður kveikja þess að fólk smellir á fréttir.

<sup>65</sup> Þá má velta því fyrir sér hvort raunveruleikaþættirnir spegli ekki fremur samfélags-

í rauninni miðill sem er knúinn áfram af framlagi þátttakenda og áhorfenda, allt fyrir fjárhagslegan ávinning „hússins“ eða sjónvarpsstöðvarinnar.

Framlagið er ekki síst fólgið í því hvernig keppendur miðla tilfinningum og höfða þannig til þeirra sem á horfa, því eins og Beverley Skeggs og Helen Wood hafa lýst í bók sinni *Reacting to Reality Television. Performance, Audience and Value* leggja óvenjulegar aðstæður raunveruleikasjónvarpsins áherslu á frammistöðu (e. *performance*) venjulegs fólks frammi fyrir kvikmyndavélinni. En frammistaðan getur aukið eða minnkað virði þátttakenda allt eftir því hversu mikil eða lítil tilfinningaleg viðbrögð hún vekur með áhorfendum. Þær Skeggs og Wood segja einnig að það skipti máli að keppendurnir séu jafnan ófaglærðir, hugmyndin er sú að um venjulegt fólk sé að ræða sem sýni raunverulegar tilfinningar.<sup>66</sup> En eins og Andrew Ross tekur fram þá njóta þátttakendur af þeim sökum ekki þeirra réttinda sem samið hefur verið um innan stéttarféлага leikara. Því eigi einungis hæfileikafólkið í allra vinsælustu þáttunum kost á því að efnast verulega af þátttökunni en eftir því sem vinsældirnar séu minni verði líkurnar á hagnaði hverfandi. Auk þess sé persónulegur kostnaður við þátttökuna fremur mikill, þar sem einstaklingarnir á skjánum séu gjarnan sviptir svefni eins og fram kom hér fyrir og látnir ganga fyrir sterku áfengi til þess að skapa spennu, átök og uppgjör – og þar með eftirsóknarvert sjónvarpsefni.<sup>67</sup>

Þetta viðhorf birtist með hvað ýktustum hætti í *Ástarfleyinu*, sem kallað hefur verið alræmdustu sjónvarpsþættir Íslandssögunnar. *Ástarfleyið* var

---

gerðina sem knúin er áfram af þessu hugarfari en að þeir hafi bein áhrif á hana. Reyndar mætti varpa fram þeirri spurningu hvort spilavítishagkerfið sé ekki ein af undirstöðum akademískra stofnana á borð við Háskóla Íslands þar sem kennsla er meðal annars borin uppi af stundakennurum sem fá ekki greitt í samræmi við vinnuframlag. Sjá til dæmis grein Magnúsar Þórs Þorbergssonar, „Metum menntun til launa, *Fréttablaðið* 23. maí 2018, sótt 1. apríl 2022 af <https://www.frettabladid.is/skodun/metum-menntun-til-launa>.

<sup>66</sup> Beverley Skeggs og Helen Wood, *Reacting to Reality TV. Performance, Audience and Value*, bls. 25. Í greininni „Þar sem verra er betra“ stýðst ég meðal annars við kenningar þeirra til að greina hvernig gróði sjónvarpsstöðvanna / framleiðslufyrirtækjanna er í beinu samræmi við tilfinningaleg viðbrögð áhorfenda, þeim mun meiri harmleikur sem fer fram á sviðinu því meiri peningur kemur í kassann.

<sup>67</sup> Mikil áfengisneysla hefur verið hluti af þessum iðnaði frá upphafi, hún er liður í því að búa til „gott sjónvarpsefni“ sem iðulega gengur út á opinbera niðurlægingu keppenda. Enda hafa sífellt fleiri lögsóknir litið dagsins ljós í Bandaríkjunum, Bretlandi og Frakklandi sem vonir standa til að geri starfsumhverfi þátttakenda öruggara. Sjá til dæmis Andrew Ross, „Reality Television and the Political Economy of Amateurism“, bls. 33.



Valdimar Flygenring, kapteinninn um borð í Ástarfleyinu og keppendurnir fjórtán, en nokkrir þeirra urðu vinsælir gestir í „hverjir voru hvar“ dálkum dagblaðanna vikurnar og mánuðina eftir að þáttirnir höfðu runnið sitt skeið.

framleitt fyrir sjónvarpsstöðina Sirkus árið 2005<sup>68</sup> en þar var unnið eftir stefnunni um frammistöðu venjulegs fólks.<sup>69</sup> Um það bil 450 ungmenni sóttu um að taka þátt og fá að sigla með Ástarfleyinu við Tyrklandsstrendur

<sup>68</sup> Sjónvarpsstöðin var í eigu 365 sem þá var rekin af Gunnari Smára Egilssyni, en „sirkusstjóri“ var einmitt Árni Þór Vigfússon, sem áður hafði rekið SkjáEinn, en hann hafði verið dæmdur til fangavistar fyrir aðild sína að Landssímamálinu aðeins tæpum tveimur árum áður. Gunnar Smári ræddi um fyrri störf hins nýráðna stöðvarstjóra og sagði að hann væri ekki „hræddur við að ímynd fyrirtækisins skað[af-ist] þó svo dæmdur fjárglæpamaður [væri] ráðinn í stöðu Sirkusstjóra.“ „Höfðað til fólks undir fertugu“, *Vísir* 24. júní 2005, sótt 1. maí 2022 af <https://www.visir.is/g/2005506240399/hofdad-til-folks-undir-ferugu>.

<sup>69</sup> Fleiri þáttaraðir höfðu þennan ganginn á, þátttakendur í stefnumótþáttinum *Djúpu lauginni* voru gjarnan orðnir fremur slompaðir þegar upptökur hófust sem jök á óvissuþáttinn og þar með skemmtanagildi þáttarins. Það var jafnan haft áfengi um hönd á stefnumótunum í *Íslenska bachelornum* sem ætla má að hafi átt drjúgan þátt í því sem kalla mætti hápunkta þáttaraðanna en á einum slíkum lýkur stefnumóti piparsveinsins við þrjár stúlkur í fyrstu þáttaröð með því að allir skríða saman upp í rúm. Næstu daga leiðir atvikið til átaka og uppgjörs í húsinu þar sem stúlkurnar búa næstu daga.

með kapteininum Valdimar Flygenring sem sá um þáttastjórnina. Fjórtán keppendur voru valdir „af sálfræðilegri kostgæfni“, <sup>70</sup> en að sögn Guðmundar Arnar Guðmundssonar kynningarstjóra Sirkuss voru einu skilyrðin fyrir þátttöku þau að vera „opin, á lausu og til í hvað sem er“. <sup>71</sup> Haukur Valdimar Pálsson var einn af tókumönnum þáttarins. Hann varð reyndar seinna nokkurs konar keppandi þegar hann var kosinn um borð í *Ástarfleyið* eftir að hafa verið fluttur í land vegna ástarsambands við stúlku um borð. Mörkin á milli þátttakenda og þeirra sem unnu við upptökur og utanumhald máðust þannig út með augljósum hætti, allir voru gjaldgengir í raunveruleikabáttinn. Haukur lýsir umgjörðinni, þar sem áfengi og hugmyndin um kynlíf áttu greinilega að hrinda af stað æsispennandi atburðarás. Hann segir:

[V]ið vorum settir í að taka upp meira svona aukaefni. Það var mikil bjartsýni í gangi og þetta var akkúrat að detta í hápunkt góðærisins. Það var gert ráð fyrir að þetta myndi slá í gegn og það þyrfti að hafa aukaefni fyrir DVD-diskinn eða ef þetta yrði kannski selt til erlendra sjónvarpsstöðva. Það voru miklir peningar settir í þetta og einhvers staðar sá ég að okkur hafi tekist að drekka áfengi fyrir heilar fjórar milljónir, en þetta var líka mikið keyrt á sponsi. Einnhverjir 25 kassar af Egils Lite voru teknir með út, en þá var hann nýkominn á markað. Svo drakk maður kannski lókal bjórinn Efes mest þar til vélarnar fóru í gang og þá var það bara beint í Lite bjórinn. Svo vorum við send út með einhverja 1.000 smokka. [...] Það er nokkuð furðulegt hve mikil spenna myndaðist og hálfgerð keppnisskap þrátt fyrir að enginn vissi hvert lokatakmarkið var. Sá fyrsti sem var rekinn frá borði táraðist en það sem verra var er að allir hinir keppendurnir hágrenjuðu með honum. Kannski ekki skrítið eftir þrjá daga af stanslausri drykkju. <sup>72</sup>

Umgjörðin fór að taka sinn toll því undir lokin var andrúmsloftið orðið heldur stirt á milli þátttakenda og þeir jafnvel farnir að sjá eftir því að hafa skráð sig til leiks:

<sup>70</sup> „Alræmdasti þáttur Íslandssögunnar. Haukur leysir frá skjóðunni um *Ástarfleyið*“, *DV* 25. febrúar 2018, sótt 1. maí 2022 af <https://www.dv.is/fokus/folk/2018/02/25/alraemdasti-thattur-islandssogunnar-haukur-leysir-fra-skjodunni-um-astarfleyid/>.

<sup>71</sup> „Ástarfleyinu ýtt úr vör“, *Morgunblaðið* 6. september 2005, sótt 25. janúar 2022 af <https://www.mbl.is/greinasafn/grein/1036720/>.

<sup>72</sup> „Alræmdasti þáttur Íslandssögunnar. Haukur leysir frá skjóðunni um *Ástarfleyið*“, *DV* 25. febrúar 2018, sótt 1. maí 2022 af <https://www.dv.is/fokus/folk/2018/02/25/alraemdasti-thattur-islandssogunnar-haukur-leysir-fra-skjodunni-um-astarfleyid/>.



Lokaþátturinn var svo haldinn í stúdíói Stöðvar 2. Þar voru þátttakendur mættir ásamt kapteininum og mikil spenna lá í loftinu, ekki bara af því þeir vissu ekki til hvers var að vinna, heldur var stemningin milli okkar keppendanna orðin smá vandræðaleg. Við horfðum alltaf á þættina saman fyrst en svo fór það að tvístrast eftir að á leið. Þá sáum við loksins allt sem gerðist bak við tjöldin og sumir voru kannski líka farnir að sjá eftir þátttökunni. Þá urðu hlutirnir aðeins stirðari. Við vorum held ég samt öll frekar spennt að sjá hvað væri í verðlaun. Ég reyndi samt þarna að sannfæra Kíu um að við þættumst vera saman en svo kom í ljós að það voru fleiri með sömu hugmyndir. Það var flett ofan af einhverju slíku og myndaðist slæm stemning í salnum.<sup>73</sup>

Það sem er ekki síst athyglisvert í þessari frásögn er að keppendur höfðu ekki hugmynd um það hver verðlaunin væru og vel hugsanlegt að ekki einu sinni framleiðendur hafi verið búnir að ákveða hvað kæmi í hlut sigurvegaranna. Raunveruleikaþættirnir sem voru af þessum toga urðu ekki mjög margir, en hugsanlega er það vegna þess að þátttakan ein þótti nógu stór verðlaun eins og Ármann Jakobsson veltir fyrir sér í tengslum við stöðu íslensks raunveruleikasjónvarps andspænis því bandaríska í grein sinni „Róbinsonsögur frá 21. öldinni“. Hann segir:

Hér á landi fylgir því ekki ennþá sama upphefð að hafa komið fram í sjónvarpi. Eins finnst enginn sem er tilbúinn til að bjóða 70 milljónir í verðlaunafé. Ennþá eru íslensk afbrigði veruleikaþátta mun stífari en þau bandarísku. [...] Það gæti staðið íslenskum stórabróðurþáttum fyrir þrífum að ávinningurinn af því að verða að athlægi í sjónvarpi er ekki samur og vestra þar sem jafnvel gestir Paradísarhótelsins höfðu eitthvað upp úr krafsinu.<sup>74</sup>

Mark Andrejevic hefur skrifað um það hvernig raunveruleikasjónvarpið virkji persónulega reynslu þátttakenda í þágu kapítalísks hagkerfis. Áhorfið feli í sér að við lögum okkur að nýjum viðmiðum í eftirliti, sem snýr að lífsstílsvali þátttakenda og þar af leiðandi áhorfenda. Hann greinir jafnframt frá því hvernig raunveruleikasjónvarpið birtir fremur íróníska útgáfu af lýðræði, þar sem framleiðendur geta látið mögulegt boð um þátttöku hanga á

<sup>73</sup> Sama heimild.

<sup>74</sup> Ármann Jakobsson, „Róbinsonsögur frá 21. öldinni“, bls. 103.

spýttunni og þannig virkjað áhorfendur til að taka þátt í framleiðslu fremur ódýrs og ábatasams skemmtiefnis. Þetta kallar hann vinnuna sem feli í sér að á mann sé horft. Andrejevic bendir á að eitt af því sem geri þessa sjónvarpsþætti aðlaðandi sé að allir geti verið með, sérþekking, menntun og reynsla sé jafnvel til trafala – og í þessu samhengi afar forvitnilegt að raunveruleika-sjónvarpið endurspegli hagkerfi og gildismat samfélaganna sem það sprettur úr.<sup>75</sup> Eftirlitið nær líklega hámarki í þáttum eins og *Ástarfleyinu*, þar sem hópi fólks er hrúgað saman á einangraðan stað í tiltekinn tíma og sérhver keppenda getur átt það á hættu að allt sem hann eða hún gerir og segir fari fram fyrir augum myndavélanna.<sup>76</sup>

Þáttagerð af þessu tagi náði ekki mikilli fótfestu hér á landi, þótt undan-tekning á því sé *Íslenski bachelorinn* (2005) en SkjárEinn framleiddi aðeins eina þáttaröð af honum. Hann er unninn upp úr bandaríska forsníðinu *The Bachelor* sem hóf göngu sína árið 2002<sup>77</sup> og lærdómurinn sem áhorfendur eiga að draga af áhorfi þáttarins er mikilvægi þess að taka áhættuna á að opna sig til þess að eiga möguleika á ástinni. Kona sem tekur því fagnandi að fá tækifæri til þess að vera í þáttunum staðfestir að hún þrái að finna ástina og að hún sé viljug til þess hætta ýmsu til þess. Ekki síst gefur þátttakan til kynna að konan sé þess verð að vera elskuð. Hún fagnar af þeim sökum því tækifæri að vera tilfinningalega berskjölduð undir eftirliti og er tilbúin til þess að vera ein af mörgum konum sem piparsveinninn hefur áhuga á. Þar með sættir hún sig við stórkostlegt óvissuástand sem snýst um það hvort piparsveinninn komi til með að velja hana og gefur líka til kynna að henni líði ekki of illa í samfélagi þar sem fjöllyndi er hluti af ásætlanlegum forréttindum karla. Þetta er allt hluti af prófraunum konunnar sem ganga út á að kanna hversu tilbúin hún er til þess að elska og vera elskuð, nokkurs konar

<sup>75</sup> Mark Andrejevic, *Reality TV. The Work of Being Watched*, bls. 6.

<sup>76</sup> Þekktasti þátturinn af þessu tagi er vitaskuld hollenski raunveruleikaþátturinn *Big Brother* sem var endurgerður um allan heim en hann dregur nafn sitt af eftirlitskerfinu í skáldsögu George Orwell, *Nítján hundruð áttatíu og fjögur*. Þar höfðu þátttakendur aðgang að vefmyndavélum allan sólarhringinn þar sem áhorfendur gátu horft á játningar þeirra hvenær sem er. Þetta fyrirkomuleg minnir óþægilega mikið á reimleikahús í hrollvekjum því að þátttakendur eru lokkaðir inn með gylliboðum sem eru of góð til að vera sönn og eru undir stanslausu eftirliti andlitslausra og ókunna afla í framleiðsluherberginu eða við skjái um allan heim.

<sup>77</sup> Þættirnir hafa notið mikilla vinsælda á Vesturlöndum, en nú hafa verið framleiddar 26 seríur af *The Bachelor* og 18 árgangar af afleiddum þætti *The Bachelorette* (2003). Lokapátturinn í *The Bachelor* nú í ár var til að mynda tekinn upp á Íslandi og til marks um áhorfið var fjallað um það fjölmiðlum og aðdáendur söfnuðust saman á tökustað (í Sky Lagoon) til að horfa á þáttinn saman.

græðandi ferðalag (e. *therapeutic journey*). Frásögnin í þáttunum hverfist um það hvernig konurnar falla á þessum ástarprófum og mistekst þannig að ná í ástina.<sup>78</sup>

Þátttakendur í *Íslenska bachelornum* voru sautján íslenskar stúlkur sem kepptu allar um hylli smiðsins Steingríms Randvers Eyjólfsssonar. Meðan á þáttunum stóð bjuggu stúlkurnar saman í einingahúsi í bandarískum stíl á Suðurlandi og skiptust á að fara á stefnumót með prinsinum.<sup>79</sup> Jenný Ósk Jensdóttir, sú sem hreppti piparsveininn að lokum, sýndi allajafna mikið jafnaðargeð í gegnum eldraunir þáttanna. Til dæmis sleppti hún því að yfirheyra Steingrím eða lýsa yfir vanþóknun sinni þegar einu af nokkrum fjölda-stefnumótum lauk uppi í rúmi með þremur keppenda. Uppátækið vakti talsverða reiði í stúlknaðsinu en Jenný hélt sínu striki. Áhorfendur greindu þennan sjálfsbetrunarboðskap þáttanna sem beint var að konum og voru ekkert endilega sáttir við fyrirkomulagið. Helgi Snær Sigurðsson skrifar um þættina í pistli sem birtist í *Morgunblaðinu* í nóvember 2005. Hann segir:

Það er hinn innri maður sem skiptir öllu í *Íslenska bachelornum*. Fegurðin kemur að innan o.s.frv. *Íslenski bachelorinn* fær að velja úr glás af stelpum sem eru allar að leita sér að eiginmanni. Þær fundu hann ekki á Gauki á Stöng en Steini er draumamaður þeirra allra. Ótrúleg tilviljun. Þurftu bara eitt stefnumót. Stelpurnar keppa í því að vera sætar og sjarmerandi fyrir Steina. Hann er „æssleur“ strákur. Vá, hvaða rakspíra notar Steini eiginlega? Sjónvarpið hefur víst alveg ótrúlega áhrif á fólk, bæði innan sem utan þess.<sup>80</sup>

Sálfræðingur var meðal annars hafður með í ráðum í þáttaröðinni til þess að hafa eftirlit með andlegri heilsu keppenda og það var ekki síst hans álit sem staðfesti að viðhorf kvennanna væru sannarlega góð og gild. Með því vottaði hann einnig réttmæti þáttagerðarinnar, það er að segja: aðkoma sálfræðingsins að þáttunum normalíseraði þessa hegðun, því hann samþykkti með nærveru sinni að karlar mættu eiga í fjölmörgum ástarsamböndum í einu og konur þyrftu að vera heillandi og skilningsríkar.

Ef marka má umræður áhorfenda á netinu og í viðhorfspistlum þá er sú

<sup>78</sup> Rachel E. Dubrofsky, *The Surveillance of Women on Reality Television. Watching the Bachelor and the Bachelorette*, Lanham, MD: Lexington, 2011, bls. 11.

<sup>79</sup> Ármann Jakobsson hefur líkt formgerð þessa og fleiri þátta við söguna af Öskubusku í greininni „Róbinsonsögur 21. aldarinnar“, til dæmis bls. 102–103.

<sup>80</sup> Helgi Snær [Sigurðsson], „Imbar í kassa“, *Morgunblaðið* 6. nóvember 2005, bls. 26.

hugmyndafræði viðvaningsins sem Nicks Couldry gerir að umfjöllunarefni sínu alltumlykjandi í *Íslenska bachelorinum*, eða eins og einn þeirra kemst að orði í bloggi sínu:

[f]lestir virðast sammála um að botninum sé náð í íslenskri dagskrárgerð. Kynnirinn er líklega mesti amatör sem sést hefur í íslenskum þætti fyrr og síðar. En þetta skiptir ekki máli. Þátturinn [svo] fær áhorf og það er væntanlega aðalatriðið fyrir stjórnendur Skjás eins. Fólk horfir á þetta til að sjá hvað þetta er lélegt, hlær að þessu og hneykslast.<sup>81</sup>

Hagfræði raunveruleikasjónvarpsins þjónar sjaldnast keppendum, að minnsta kosti tók frægðarsól íslenska piparsveinsins að hníga hratt eftir að þáttunum lauk því um einu og hálfu ári seinna birtist viðtal við hann á *Vísir.is* þar sem hann segir: „Það fór eiginlega allt illa sem gat farið illa á meðan þessu Bacheolor-dæmi stóð,“ en tilefni viðtalsins var það að í *Lögbirtinga-bláðinu* hafði komið fram fram að bú Steingríms yrði tekið til gjaldþrotaskipta. Fram kemur að honum þyki sem „raunveruleikaþátturinn hafi farið ansi illa með hann“ því fjárhagsvandræði hans stöfuðu óbeint af honum.<sup>82</sup> Ekki einungis eru starfsmenn raunveruleikasjónvarpsins réttindalausir og utan stéttarféлага meðan á þátttökunni stendur heldur eiga þeir einnig á hættu að verða fyrir gríðarlegu tekjutapi þann tíma sem þeir vinna við að vera til sýnis. Það þarf þó vart að taka fram að afleiðingarnar sem slíkt getur valdið koma síst fram í ummælum sálfræðingsins í þáttunum.

Að þessu öllu sögðu liggur ljóst fyrir að þótt íslenska raunveruleikasjónvarpið hafi kannski ekki hlotið náð fyrir augum gagnrýnenda þessi fyrstu ár voru „allir“ að gera hvort tveggja í senn, að horfa á það og að skrifa um það. Af því má vera ljóst að það að horfa á raunveruleikasjónvarp er ekki óvirk reynsla. Danielle J. Lindman segir að þetta sé áhorf sem breyti okkur, bæði áhorfendum og þátttakendum, enda sé beint orsakasamhengi á milli þess sem fram fer á skjánum og því hvernig fólk hugsar um heiminn og hreyfi sig um í honum og sem slík sé raunveruleikasjónvarpið kannski ekki síst uppsetta menningarbundins kvíða okkar sem horfum.<sup>83</sup>

<sup>81</sup> „Íslenski bachelorinn“, *blesadurkarlinn.blogspot.com*, sótt 2. mars 2022 af <http://blesadurkarlinn.blogspot.com/2005/11/slenski-bachelorinn-flestir-virast.html?m=0>.

<sup>82</sup> „Piparsveinn í fjárhagskröggum“, *Vísir.is* 12. janúar 2007, sótt 13. febrúar 2022 af <https://www.visir.is/g/20071922878d>.

<sup>83</sup> Danielle J. Lindemann, *True Story. What Reality TV Says About Us*, bls. 7.

## *Hvað segir raunveruleikasjónvarpið okkur þá um raunveruleikann?*

Það er ekki einungis þátttaka áhorfenda í raunveruleikasjónvarpinu sem skiptir sköpum til að viðhalda efnahagslegum ávinningi. Það sama átti við um viðskiptalífið, íslenskir áhorfendur tóku þátt í fjörinu eins og margoft hefur verið bent á, stoltir að eiga svo öfluga fulltrúa í efnahagslegum kapp-leikum heimsbyggðarinnar. Væntingar landsmanna til efnahagslífsins stóðu kannski ekki svo fjarri einni af þeim frásagnarformgerðum sem eru hvað vinsælastar í raunveruleikasjónvarpinu og sagt var frá hér í byrjun, sagan af hetjunni sem rís úr örbyrgð til efna vegna skapgerðar sinnar, hæfileika, inn-rætis eða dugnaðar.

Við stofnun SkjásEins hafði Árni Þór velt því fyrir sér að fara í nám í sjónvarps- eða kvikmyndafræðum en segir að „atburðarásin hafi einfaldlega orðið svo hröð að hann hafi byrjað að læra af reynslunni.“ Hagkerfið sem var við lýði í rekstri sjónvarpsstöðvarinnar var því einnig að mörgu leyti sambærilegt því sem gengur og gerist innan raunveruleikasjónvarpsins, en af orðum Árna má ráða að hann hafi ekki þurft að læra neitt til að átta sig á því hvernig væri best hægt að draga fram auðinn í (sam)starfsfólki sínu. Hann segir „enginn prófessor getur kennt mér hvernig best sé að finna og virkja hæfileika einstaklinganna. Á því námi er besti skólinn reynsla mín af fólki og verkefnum dag frá degi.“<sup>84</sup> En „mannauðurinn“ var ekki einungis virkjaður með því að lokka fram það besta í hverjum og einum launþega. Á sama tíma og Árni Þór og Kristján Ragnar stofnuðu SkjáEinn opnuðu þeir skemmtistaðinn Prikið. Og starfsfólk naut svo sannarlega góðs af því. Allir sem unnu hjá sjónvarpsstöðinni fengu úthlutað sérstöku reikningsnúmeri á Prikinu, sem þá var einn af svölustu stöðum bæjarins – eins og flest annað sem þessir tveir snertu á. Þegar vinnudegi lauk var gjarnan skundað á barinn og drukkið út á krít, svo var heildarskuldin dregin af laununum við útborgun um mánaðarmót. Þetta reyndist á endanum djöfullegt hringrásarhagkerfi, því margir af starfsmönnum enduðu í skuld við laungreiðendurna mánuð eftir mánuð, þar sem drykkjan var meiri en launin sem þeir þénuðu og var hlutskipti þeirra því ekki svo ólíkt reynslu Steingríms piparsveins – og annarra þátttakenda raunveruleikasjónvarpsins.<sup>85</sup>

<sup>84</sup> Árni Þórarinsson, „Hjartað á skjánum“, bls. 9B.

<sup>85</sup> Um margt minna þessir viðskiptahættir einnig á verklagið sem Jóhann Bogesen kaupmaður viðhafði í plássinu Öseyri við Axlarfjörð í skáldsögu Halldórs Laxness, *Sölku Völku*.

Þegar öllu er á botninn hvolfst snúast raunveruleikasjónvarpið, sjónvarpsstöðin og menningarástandið á fyrstu árum aldarinnar um sjónarspil og áhorfendur. Stöðin var því háð að blekkingunni um raunveruleikann væri viðhaldið. Starfsfólkið birtist í sömu slúðurdálkum og raunveruleikastjörnum í dagblöðum sem lesin voru af sömu áhorfendum og þeim sem sátu við skjáinn þegar *Nýtt útlit*, *Allt í drasli* eða *Nylon* var í gangi. Starfsmennirnir á SkjáEinum voru sýnilegir í skemmtanálífinu, þeir sinntu eftirsóknarverðu starfi á svölum vinnustað og var hleypt fram fyrir raðirnar inn á skemmtistaði bæjarins, eða eins og tækniamaðurinn Jóhannes Tryggvason benti á þá var nóg að vera í flíspeysum merktum SkjáEinum.<sup>86</sup> Öll umgjörðin minnir á hversu stór hluti áfengisneyslan var í raunveruleikasjónvarpsíðnaðinum frá upphafi, enda er hún er liður í því að búa til „gott sjónvarpsefni“.<sup>87</sup>

En þegar það er svona gaman hugsa fæstir um það hvaðan peningarnir koma eða hver hinn raunverulegi ávinningur sé. Það er bara svo óskaplega gaman. Aðbúnaður starfsmanna SkjásEins var að þessu leyti eins og raunveruleikasjónvarpsstjarna því að í báðum tilfellum hegðar sjónvarpsstöðin sér eins og reimleikahús. Þátttakendur eru lokkaðir inn með hugmyndinni um frægð og frama, glamúrtilboðum í fjölmiðlum og skemmtanabransanum. Þegar inn er komið reynast þeir sjálfir svo vera lífæð sjónvarpsstöðvanna, þar sem tilfinningar þeirra og viðbrögð við aðstæðum eru til sýnis fyrir áhorfendur og umbreytast í virði. Í þeim skilningi halda þátttakendur uppí „húsinu“, en ekki síður áhorfendur sem láta tælast inn á öðrum forsendum; kannski gægjuþörf. Að einhverju leyti laðar samanburður við keppendur okkur einnig að skjánum vegna þess að hann vekur þórðargleði en undir niðri býr jafnframt vonin um að skjótfengin lukka sé til.<sup>88</sup> Í sameiningu

<sup>86</sup> „Landssímamálið“, *Sönn íslensk sakamál*.

<sup>87</sup> Sífellt fleiri lögsóknir hafa litið dagsins ljós í Bandaríkjunum, Bretlandi og Frakklandi en vonir standa til að þær geri starfsumhverfi þátttakenda öruggara. Sjá til dæmis Andrew Ross, „Reality Television and the Political Economy of Amateurism“, bls. 33.

<sup>88</sup> Svo má vitanlega ekki líta framhjá því að raunveruleikasjónvarp í samtímanum hefur líka upplýsingagildi sem tekur til kima sem annars væru okkur lokaðir eins og Katrín Guðmundsdóttir lýsir í pistli sem hún flutti í *Lestinni* á RÚV árið 2021, en hún segir: „Ég elska raunveruleikasjónvarp. Ég hef verið hugfangin af því alveg síðan ég sá *Survivor* í fyrsta skipti á Skjá einum í kringum síðustu aldamót. Síðan þá hef ég meðal annars stúderað bílskúrssölur, byggingaframkvæmdir, líkamsmálningu, hundabjálfun og kókuskreytingar, svo fátt eitt sé nefnt. Ég verð samt að viðurkenna að stundum horfi ég á raunveruleikasjónvarpið mitt í leyni, þar sem viðhorf fólks til þáttanna á það til að vera svolítið neikvætt og auðvitað vil ég ekki að smekkur minn eða jafnvel skynsemi sé dregin í efa. En raunveruleikasjónvarp er samt ekkert svo

mynda þátttakendur, starfsmenn og áhorfendur eins konar eilífðarvél sem sér húsinu fyrir orku.<sup>89</sup> Eða eins og Kristófer Dignus, leikstjóri og fyrrum starfsmaður SkjásEins, kemst að orði: „Það var rosa baráttuvilji. Það voru rosa margir að vilja að þetta gengi upp. [...] Maður datt inn í einhverja svona mógæsingastemningu [...] að þetta væri að fara að skipta máli í sjónvarps-sögunni á Íslandi. Og það er alveg rétt, þetta er einstakt í sjónvarpsögunni og breytti áhorfi Íslendinga, þar sem allt í einu var hægt að horfa á sjónvarpið – fjölbreytt sjónvarpsefni – ókeypis nánast hvenær sem er.“ Síðar bætir hann við: „Maður hefði kannski átt að fatta eitthvað. Þetta var aðeins *to good to be true*“.<sup>90</sup>

## ÚTDRÁTTUR

Í greininni er fjallað um upphafsár íslenska raunveruleikasjónvarpsins, sem kalla mætti gullalदारar þess, frá 2000–2006. Raunveruleikasjónvarpið er sett í menningar-sögulegt samhengi, meðal annars í tengslum við upphafsár SkjásEins, en kúltúrinn sem viðgekkst á sjónvarpsstöðinni einkenndi allt frá verkefnavalinu til vinnustaðameningarinnar en lá jafnframt í þeim margbreytilegu venslum sem má finna á milli fyrirtækisins og tíðarandans. Einnig er raunveruleikasjónvarpið lesið saman við tíðarandann á þessum árum því að á tímabilinu sem einkum er skoðað stóð útrásin einmitt sem hæst. Það er sett í samhengi við hugmyndafræði nýfrjálshyggjunnar, ekki síst sjálfsstjórn.

*Lykilorð:* Sjónvarpsmenning, menningarfræði, raunveruleikasjónvarp, SkjárEinn, útrásin

---

vitlaust. Þó svo að sumt fólk sem birtist í því sé það kannski, smávegis. Þvert á móti gefur það okkur greiðan aðgang að ýmsum örsamfélögum og menningarkimnum sem að öðrum kosti væru flestum bæði fjarlægir og lokaðir heimar.“ Sótt 6. maí 2022 af <https://www.ruv.is/frett/2021/02/09/mannlegur-samhljómur-yfirgnaefir-formulurnar>.

<sup>89</sup> Þessi samanburður á raunveruleikasjónvarpinu og reimleikahúsinu var ræddur í þaula í greininni minni, „Þar sem verra er betra“.

<sup>90</sup> Viðtal við Kristófer Dignus í þættinum „Landssímamálið“, *Sönn íslensk sakamál*.

ABSTRACT

**Recovering addicts: On the exuberant company Skjár Einn,  
reality television and the upswing mindset of the Icelandic “outvasion”.**

This article covers the first years of Icelandic reality television, or what might also be regarded as the genre’s golden age, from 2000 to 2006. The reality television is studied in a cultural historical context, for instance in connection to the initial years of Skjár 1, where the prevailing culture and ideology characterized everything from project choices to workplace culture and was also quite evident in the diverse connections between the company and the zeitgeist. Furthermore, reality television is compared to its contemporary culture, as it is no coincidence that this particular programming emerged concurrently with the Icelandic financial “outvasion”. This is put in context with the ideology of neoliberalism and self-governing.

*Keywords:* Television culture, culture studies, reality television, SkjárEinn, the out-  
vasion

SIGRÚN MARGRÉT GUÐMUNDSDÓTTIR

doktor í íslenskum bókmenntum

smg1@hi.is