

Íslenskir blaðamenn í breyttum heimi: Aukin áhersla á klassísk gildi en undir vaxandi þrýstingi

Birgir Guðmundsson, prófessor við Félagsvísindadeild Háskólans á Akureyri
Jón Gunnar Ólafsson, lektor við Stjórn málafræðideild Háskóla Íslands
Valgerður Jóhannsdóttir, dósent við Stjórn málafræðideild Háskóla Íslands

Útdráttur

Í þessari grein er fjallað um rannsókn á viðhorfum íslenskra blaðamanna til hlutverks síns í samfélaginu og upplifun þeirra af utanaðkomandi þrýstingi á störf sín. Fjölmíðlaumhverfið á Íslandi hefur gengið í gegnum miklar breytingar á undanförunum árum sem hafa, eins og í öðrum löndum, breytt því hvernig fréttir eru búnar til, þeim dreift og hvernig lesendur nálgast fréttir og jafnframt vakið spurningar um hlutverk fjölmiðla. Vaxandi samkeppni um athygli fólks, áhrif netsins, samfélagsmiðla og áhrifamikilla tæknifyrirtækja hafa meðal annars leitt til fjárhagserfiðleika á íslenskum fjölmiðlamarkaði, gjaldþrota og uppsagna. Markmið rannsóknarinnar er að kanna hvort og þá hvernig þessar breytingar hafa haft áhrif á viðhorf blaðamanna til þess hvert þeir telja vera hlutverk sitt í samfélaginu og jafnframt hvort þeir telja utanaðkomandi þrýsting á dagleg störf sín hafa aukist. Rannsóknin felst í spurningakönnun sem lögð var fyrir blaðamenn vorið 2021 (n=239) og eigindlegum viðtölum við þrjátíu blaðamenn. Spurningakönnunin er hluti af alþjóðlegri samanburðarrannsókn, Worlds of Journalism Study (WJS), sem miðar að því að kortleggja starfsaðstæður blaðamanna, viðhorf og vinnuáferðir þeirra. Niðurstöðurnar eru bornar saman við WJS könnunina frá árinu 2012 (n=209). Niðurstöður sýna að íslenskir blaðamenn leggja meiri áherslu á það nú en áratug áður að hlutverk þeirra sé fyrst



Icelandic Review of Politics and Administration Vol. 20, Issue 1 (25-48)

© 2024 Contact: Valgerður Jóhannsdóttir, vaj@hi.is

Article first published online June 20th 2024 on <http://www.stjornmalogstjornsysla.is>

Publisher: Institute of Public Administration and Politics, Gimli, Sæmundargötu 10, 102 Reykjavík, Iceland

Stjórn mála & stjórnsýsla 1. tbl. 20. árg. 2023 (25-48) Fræðigreinar

© 2024 Tengiliður: Valgerður Jóhannsdóttir, vaj@hi.is

Vefbirting 20. júní 2024 - Birtist á vefnum <http://www.stjornmalogstjornsysla.is>

Útgefandi: Stofnun stjórnsýslufræða og stjórnmála, Gimli, Sæmundargötu 10, 102 Reykjavík

DOI: <https://doi.org/10.13177/irpa.a.2024.20.1.2>

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 License.

og fremst að veita hlutlægar upplýsingar um það sem gerist í samfélaginu og að veita valdhöfum aðhald. Um leið er ljóst að þeir telja að utanaðkomandi þrýstingur á dagleg störf sín hafi aukist. Það á einkum við um blaðamenn á einkareknum miðlum, en síður um féлага þeirra á Ríkisútvarpinu.

Efnisorð: Blaðamennska; hlutverk; utanaðkomandi áhrif; lýðræði; fjölmiðla-stefna.

Icelandic journalists in a changing media system: Emphasizing classic journalistic roles but under increasing pressure

Abstract

In this article we examine changes in role perceptions of Icelandic journalists and the pressure they perceive on their daily work. The media environment in Iceland has gone through drastic changes in recent years which has, as in other countries, altered the way news is produced, distributed, received, and the overall role the news media plays in society. Increasing competition for peoples' attention, the impact of the internet, social media and powerful tech giants, have among other things resulted in financial difficulties in the media market, bankruptcy and layoffs. The purpose of the research presented here is to examine if and how these changes have affected journalists' views about their role in society and if they perceive increased pressure on their work. We present data from the international comparative Worlds of Journalism Study (WJS) in Iceland from 2021 (n=239). The new data is both quantitative and qualitative, i.e., a survey among the news journalism population in the country and qualitative in-depth interviews with 30 journalists. The findings are compared to the results from WJS in 2012. Our results indicate that Icelandic journalists place greater emphasis now than a decade earlier on classic journalistic roles, such as being a detached observer and scrutinizing those in power. At the same time, they report encountering more external interference and pressure in their work, especially journalists working for private media outlets but to a lesser extent those in the Public Service Media.

Keywords: Journalism; role perceptions; external influences; democracy; media policy.

Inngangur

Starfsumhverfi og staða blaðamanna á Íslandi og á alþjóðavettvangi hefur tekið miklum breytingum frá því um síðustu aldamót. Þær má að verulegu leyti rekja til tæknipróunar og nýsköpunar í samskiptaiðnaði, tilkomu samfélagsmiðla og óritstýrðs upplýsingakerfis sem vaxið hefur upp við hliðina á hefðbundinni fjölmiðlun og stýrt er af tæknirisum eins og Google og Meta. Þessar breytingar hafa valdið fjölmiðlum verulegum fjárhagserfiðleikum en einnig haft mikil áhrif á umræðuna um blaðamenn og blaðamennsku og oft

en ekki vakið spurningar um eðli fagsins og hlutverk þess almennt. Samkrull miðlunarleiða hefðbundinna fjölmiðla og netmiðlunarleiða samfélagmiðlanna, í það sem hefur verið kallað blandað fjölmiðlakerfi (e. hybrid media system), hefur enn flækt starfsaðstæður blaðamanna, samhliða því að dregið hefur úr dagskrárvaldi þeirra (Chadwick 2017).

Þær breytingar sem hér er lýst eru alþjóðlegar í eðli sínu og hafa bankað upp á hjá flestum þjóðum í einhverri mynd. Nákvæmlega með hvaða hætti það gerist fer eftir aðstæðum í hverju landi fyrir sig eða jafnvel eftir tilteknum svæðum sem hafa svipuð eða keimlík þjóðfélagskerfi og menningu. Þannig hafa Norðurlöndin gjarnan verið sett saman í hóp og ídulega talað um norrænt velferðarkerfi fjölmiðla (Syvertsen o.fl. 2014) þar sem greina megi ýmsa sameiginlega þræði. Ísland hefur að sumu leyti fallið inn í þessa mynd, en þó haft ákveðna sérstöðu (Jón Gunnar Ólafsson & Valgerður Jóhannsdóttir 2021).

Hér á landi hafa stjórnvöld brugðist við þróuninni með því meðal annars að lögfesta opinberan stuðning við einkarekna fjölmiðla (Lög um breytingu á lögum um fjölmiðla nr. 58. 2021). Lögin fólu því í sér verulega stefnubreytingu. Ísland hafði fram að þessu skorið sig nokkuð úr í norrænum samanburði, en í Danmörku, Noregi og Svíþjóð hafa fjölmiðlastyrkir verið hryggjarstykkið í fjölmiðlastefnu landanna frá því á áttunda áratug síðustu aldar og jafnframt verið mikilvæg breyta í að flokka Norðurlöndin saman í tiltekna tegund fjölmiðlakerfa (Hallin & Mancini 2004; Brüggeman 2013; Syvertsen o.fl. 2014). Hér á landi hafði opinber stuðningur við fjölmiðlun hins vegar einskordast við rekstur Ríkisútvarpsins og almennt ríkjandi stefna að best væri að ríkið skipti sér sem minnst af einkareknum fjölmiðlum (Ragnar Karlsson 2004). Lilja Alfredsdóttir, ráðherra fjölmiðla á Íslandi, hefur sagt að hún vilji fara „dönsku leiðina“ (Arnar Þór Ingólfsson 2022) og þannig færa Ísland nær einkennum hins norræna samanburðar.

Því fer þó fjarri að eining hafi ríkt um þessa stefnubreytingu á Alþingi eða innan ríkisstjórnarinnar. Birgir Guðmundsson og Valgerður Jóhannsdóttir (2024) greindu umræðu um málið á Alþingi og var niðurstaðan meðal annars að þingmenn allra flokka væru almennt sammála um að staða einkarekinna fjölmiðla væri grafalvarleg og grípa yrði til aðgerða, enda hefðu fjölmiðlar mjög mikilvægu hlutverki að gegna í lýðræðissamfélögum. Verulegur ágreiningur væri hins vegar milli stjórnarflokkanna um hvaða leiðir væri best að fara. Ljóst er þó af þeim drögum að fjölmiðlastefnu sem ráðherra fjölmiðlamála hefur kynnt fyrir árin 2024-2030 að stefnan er sett á áframhaldandi styrkjakerfi og stuðning við einkarekna fjölmiðla (Menningar- og viðskiptaráðuneyti 2024).

Mitt í hringiðu samskiptabyltingarinnar - tæknilegra, rekstrarlegra, lagalegra og pólitískra breytinga á fjölmiðlum – standa blaðamennirnir sjálfir og þurfa að íhuga starfsaðstæður sínar, hlutverk sitt og sjálfsmynd. Blaðamannafélag Íslands hefur kvatt sér hljóðs í umræðunni undanfarin ár og hvatt til aðgerða til að efla fjölmiðla og blaðamennsku, en lítið hefur verið rannsakað hvernig blaðamenn sjálfir sjá hlutverk sitt eða hvaða áhrif þessar miklu hræringar undanfarinna áratuga hafa haft á fagvitund þeirra eða hugmyndir um starfið. Hvaða augum líta þeir hlutverk sitt? Í þessari grein verður gerð grein fyrir niðurstöðum könnunar sem gerð var meðal íslenskra blaðamanna vorið 2021. Könnunin

er sambærileg við könnun sem gerð var 2012 og gefur því ekki einvörðungu upplýsingar um stöðuna núna, heldur líka um það hvað hefur breyst undanfarin áratug. Þessi gögn eru íslenskur hluti alþjóðlegrar rannsóknar Worlds of Journalism Study rannsóknarhópsins, en gögnin gefa einstakt tækifæri til að skoða hugmyndir blaðamannastéttarinnar um hlutverk sitt og hvernig þær hugmyndir hafa breyst á miklum umbyltingartímum. Jafnframt verður fjallað um niðurstöður úr eigindlegum viðtölum við blaðamenn þar sem kafað var dýpra í efnið. Engar upplýsingar af þessu tagi hafa legið fyrir áður hvað varðar Ísland. Mjög mikilvægt er fyrir alla umræðu og stefnumótun um fjölmiðla að ljóst sé hvernig blaðamenn sem fagstétt sjái hlutverk sitt og þróun þess.

1. Hvað er blaðamennska?

Fræðileg umræða um stöðu blaðamannastéttarinnar nú á dögum hefur ekki síst beinst að því hvaða áhrif umbylting undanfarinna áratuga hafi haft á fagmennsku og fagvitund stéttarinnar og hvað greini blaðamennsku og blaðamenn frá annarri starfsemi og starfsstéttum. Sú umræða öðlaðist aukið vægi þegar „landamæri“ blaðamennsku og ýmissar annarrar starfsemi á sviði upplýsinga varð óskýrari með mikilli fjölgun boðmiðlunargátta og ofgnóttar upplýsingaframboðs. Umræðan snýst þá gjarnan um fagmennsku og hvernig og hvort hún sé að aukast eða minnka (sjá t.d. Aldridge & Evetts 2003; Evetts 2011; Lewis 2012; Schudson & Anderson 2009 og Waisbord 2013). Raunar hefur verið á það bent að ferli fagvæðingar er alls ekki alltaf einfalt eða línulegt, heldur getur fagvæðing verið að aukast á einu sviði blaðamennsku eða á tilteknum svæðum, á meðan hún er minni og jafnvel að minnka á öðrum svæðum og sviðum (Nolan 2008; Hallin & Mancini 2004; Witschge & Nygren 2009; Schudson 2001). Fagvitund eða fagmennska hefur þannig verið grundvallarbreyta í umræðunni um blaðamennsku og raunar má rifja upp að fagmennska í blaðamennsku er ein af fjórum grunnbreytum í flokkun Hallin og Mancini (2004, 21), einni áhrifamestu kenningu eða greiningu á fjölmiðlakerfum seinni ára. Hinar breytturnar eru útbreiðsla fjölmiðla, tengsl stjórnmála og fjölmiðla (e. political parallelism), og umfang ríkisafskipta á fjölmiðlamarkaði.

Birgir Guðmundsson og Sigurður Kristinsson (2019) hafa bent á að fagmennska sé ekki fyrirbæri sem hægt sé að mæla eða negla niður í eitt skipti fyrir öll. Sú ímynd eða hugmyndafræði fagmennsku sem blaðamannastéttin hafi, verði til í samræðu og starfsháttum og móti sjálfmynd blaðamanna og fagvitund. Í þessu sambandi hefur verið greint á milli tveggja tegunda fagmennsku, þ.e. innri og ytri fagmennsku. Innri fagmennska (e. occupational professionalism), lítur að ýmsum faglegum gildum blaðamannastéttarinnar, s.s. ritstjórnarlegu sjálfstæði og áherslu á almannaþjónustu og möguleikum blaðamanns á að fylgja eigin sannfæringu á grundvelli mats hans á almannahagsmunum. Ytri fagmennska (e. organisational professionalism) hefur hins vegar meira að gera með að ná með skilvirkum hætti markmiðum viðkomandi fjölmiðlafyrirtækis eða skipulagsheildar (Evetts 2006). Þessi aðgreining er mikilvæg í ljósi aukinnar markaðsvæðingar og tæknibreytinga undanfarna áratugi, sem er líkleg til að auka þrýsting og vægi ytri fagmennsku. Starf blaðamannsins getur þannig orðið sífellt jafnvægislist eða málamiðlun milli þessara póla (Örnebring 2009). Á Íslandi virðist sem ytri fagmennskan hafi verið að vinna

á framan af 21. öldinni, þrátt fyrir að verulegar tilraunir hafi samhliða verið gerðar, og sé enn verið að gera, af hálfu Bláðamannafélags Íslands til að ýta fram gildum innri fagmennsku (Birgir Guðmundsson & Sigurður Kristinsson 2019; Sigríður Dögg Auðunsdóttir 2024). Í rannsókn meðal stjórnenda íslenskra fjölmiðlafyrirtækja, bendir Guðbjörg Hildur Kolbeins (2015) á að áhrif eigenda og hagnaðarsjónarmið geti verið dulin og miðlað óbeint til blaðamanna í gegnum stjórnendur (sjá einnig Hanitzsch o.fl. 2019b).

Mikilvægi „ímyndar eða hugmyndafræði“ (Evetts 2011) faglegrar blaðamennsku er augljóslega mikið þrátt fyrir að það sé nokkuð misjafnt nákvæmlega hvaða gildi talið er að þar sé um að tefla. Hallin og Mancini (2004, 34-36) nefna t.d. „sjálfstæði, sérstök fagleg gildi, og almannaþjónustu.“ Witschge and Nygren (2009, 39) hins vegar tína til fimm atriði, þar á meðal þekkingareinokun, sérstaka menntun og sterkt fagfélag með siðareglur og ekki síst hugmyndafræði almannaheilla umfram efnahagslegan ávinning. Algengasta og eitt mikilvægasta atriðið í þessari hugmyndafræði er líklega þjónustan við almenning og að koma til hans upplýsingum sem eiga við hann erindi. Þetta hlutverk er mjög greinilega undirstrikað í formálanum að alþjóðlegum siðasáttmála blaðamanna: „Ábyrgð blaðamannsins gagnvart almenningi gengur framur allri annarri ábyrgð, sérstaklega ábyrgðinni gagnvart vinnuveitanda og stjórnvöldum“ (Press.is e.d.). Í inngangi að nýjum siðareglum Bláðamannafélags Íslands er einnig áréttað að frumskylda blaðamanns sé gagnvart almenningi (Bláðamannafélag Íslands 2023).

Þó almannaþjónusta hlutverkið sé sameiginlegt flestum hópum blaðamanna þá eru áherslur og útfærslur afar misjafnar eftir löndum og svæðum og auk þess mörg önnur hlutverk sem lögð er mismikil áhersla á, en eru þó öll tilraun til að nálgast „ímynd og hugmyndafræði“ fagmennskunnar. Þessi fjölbreytni endurspeglar ólíka (blaðamennsku) menningu sem aftur er afgerandi um það hvers eðlis viðkomandi fjölmiðlakerfi er. Í bók sinni um blaðamenskumeningu vítt um heiminn „Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe“ (Hanitzsch o.fl. 2019a) benda höfundar á að umræðan og áralangur ágreiningur um blaðamennsku og hið „sanna inntak“ hennar sé í raun vestrænt hugtak og endurspegli vestræna slagsíðu þar sem flestar rannsóknir á blaðamennsku hafi farið fram í vestrænum lýðræðisríkjum. Það sé því eðlilegt þegar verið sé að rannsaka blaðamenskumeningu í heiminum öllum, að leggja til grundvallar aðrar skilgreiningar á blaðamenskunni en þær sem reyni að höndla einn algildan kjarna hennar. Þeir benda á að víða í Asíu sé það talin ábyrg blaðamennska að stuðla að samhljómi í samfélaginu og virðingu fyrir yfirvöldum. Hugmynd sem er vestrænum blaðamönnum flestum framandi. Eins taka blaðamenn víða í Arabaríkjum virkari þátt í stjórnmálum en þekkest á Vesturlöndum. Hanitzsch og félagar leggja til að skoða blaðamennsku sem félagslega stofnun annars vegar og hins vegar að hún sé búin til og henni viðhaldið í gegnum samræður eða rökræður (e. discursive institutionalism). Bláðamennska sé félagsleg stofnun í þeim skilningi að hún sé samansafn af formlegum og óformlegum reglum, gildum og venjum á tilteknum stað og tíma sem í raun myndi þann ramma sem blaðamennskan starfar innan og nýir blaðamenn læra að virða og mótast inn í. Þannig getur blaðamennska – eða í raun blaðamenskumeningin – verið ólík eftir svæðum, stjórnarfari og menningu. „Þar af leiðandi verða dómur um það að hve miklu leyti blaðamenn beygja

sig undir faglega staðla því aðeins merkingarbærir að miðað sé við þau samfélög sem þeir starfa í og á grundvelli mælikvarða sem er skilgreindur af staðbundinni menningu og væntingum,“ (Hanitzsch o.fl. 2019a, 27).

Í öðru lagi verður hugmyndin um faglega blaðamennsku til í gegnum samræðu um hlutverk og gildi blaðamenskunnar, hver þau séu og hver þau ættu að vera. Sú samræða er viðvarandi og henni lýkur ekki á einhverjum tilteknum punkti en endurnýjast í framvindu samtalsins og rökræðunnar. Hvað er blaðamennska og hvað ekki og hvað er góð blaðamennska og hvað ekki? Það eru dæmi um umræðu sem á sér stað innan hinnar félagslegu stofnunar sem blaðamennskan er og umræðan mótast af verkefnum dagsins í samspili við „ímynd og hugmyndafræði“ fagsins. Tilvist og viðhald blaðamennsku sem félagslegrar stofnunar snýst því í raun ekki um formlega eða lagalega viðurkenningu. Blaðamennska hefur ekki neinn sannan, réttan kjarna en mótast í samræðu blaðamanna, vinnuveitenda þeirra og annarra í samfélaginu. Þessi samræða er aldrei hlutlaus, heldur vettvangur togstreitu og niðurstaðan er mótuð af því umhverfi sem hún sprettur úr á hverjum tíma (Hanitzsch o.fl. 2019a, 23-45). Með öðrum orðum, blaðamennska dregur dóm af því samfélagi sem hún er sprottin úr og pólitísku og efnahagslegu umhverfi sínu.

2. Blaðamennska á Íslandi

Fjölmiðlakerfið á Íslandi, og þar með blaðamennskan sem hér er stunduð, hefur í fræðilegri umfjöllun um fjölmiðlakerfi jafnan verið spyrnt saman við blaðamennsku á Norðurlöndum. Slík tenging getur tæplega talist óeðlileg, enda margt skylt með þessum þjóðum, þó ýmislegt sé og hafi verið ólíkt hvað varðar umgjörð fjölmiðla eins og vikið var að hér að framan. Þó munurinn milli landanna skipti máli eins og rakið verður hér að neðan, er menningin ekki það frábrugðin að ætla má að „ímynd og hugmyndafræði“ um fagmennsku blaðamanna sé í öllum aðalatriðum svipuð (Ahva o.fl. 2017).

Ísland hefur verið talið, ásamt öðrum Norðurlöndum, falla inn Norður-evrópska flokkinn í þriggja líkana kerfi Hallin og Mancini (Ólafur Þ. Harðarson 2008). Margt er líka sameiginlegt með íslenska fjölmiðlakerfinu og þeirri mynd af norrænu velferðarkerfi fjölmiðlunar sem Syvertsen o.fl. (2014) hafa dregið upp og sagt að einkenni Norðurlöndin. Íslenskir fræðimenn hafa hins vegar bent á að þrátt fyrir að fjölmiðlakerfið hér á landi eigi ýmislegt sameiginlegt með grannríkjum sínum á Norðurlöndum, t.d. útbreidda og jafna fréttanotkun (Valgerður Jóhannsdóttir 2021), þá sé líka ýmislegt frábrugðið (Jón Gunnar Ólafsson & Valgerður Jóhannsdóttir 2021).

Meðal þeirra þátta sem bent hefur verið á að séu sér-íslenskir eru nokkrir sem beinlínis skipta máli fyrir blaðamennsku og blaðamenn. Vakin hefur verið athygli á að afskiptaleyfi ríkisvaldsins á Íslandi af fjölmiðlamarkaðnum skapi landinu talsverða sérstöðu. Þetta á við um fjölmiðlastyrki og önnur stuðningsinngrip, sem þar til nýlega voru ekki til staðar á Íslandi (Birgir Guðmundsson 2018, 2021; Valgerður Jóhannsdóttir & Jón Gunnar Ólafsson 2018; Valgerður Jóhannsdóttir 2019). Annars staðar á Norðurlöndum hafa styrkir til einkarekinna fjölmiðla mildað mjög áhrif síharðnandi samkeppni um auglýsinga- og áskriftartekjur (Hjarvard & Kammer 2015), en hér landi hefur stafræna byltingin leitt til umtalsverða fjárhagserfiðleika á fjölmiðlamarkaði, gjaldþrota og upp-

sagna. Breytt umhverfi hefur haft mælanleg áhrif á markaðslegan þrýsting á blaðamenn, að mati þeirra sjálfra (Birgir Guðmundsson & Sigurður Kristinnsson 2019; Valgerður Jóhannsdóttir 2022) og rannsóknir benda til þess að áhrifanna gæti einnig í innihaldinu (Birgir Guðmundsson 2012; Valgerður Jóhannsdóttir 2020). Þá telja blaðamenn sjálfir að stjórnmalamenn geti nú haft meiri áhrif í breyttu umhverfi en áður, meðal annars vegna fækkunar blaðamanna, minni reynslu hjá starfandi blaðamönnum, vægi samfélagsmiðla og meiri hraða í vinnslu fréttu, sérstaklega á netinu (Jón Gunnar Ólafsson 2021, 2024). Auk þessa hafa fræðimenn bent á að fagmennska í blaðamennsku byrjaði að þróast síðar á Íslandi en á hinum Norðurlöndunum (Birgir Guðmundsson 2009). Þannig koma fyrstu siðareglur Blaðamannafélags Íslands til dæmis ekki fyrr en um miðjan sjöunda áratuginn, nokkuð sem hafði þróast á hinum Norðurlöndunum mörgum áratugum fyrr (Romanova og Bergman 2024). Sömuleiðis hófst skipuleg endurmenntun blaðamanna - í smáum stíl þó - ekki á vegum Blaðamannafélagsins fyrr en undir 1980 og fólst þá m.a. í að fá tækifæri til að nýta endurmenntunarræði sem norrænir blaðamenn höfðu komið sér upp á vegum norrænnar samvinnu. Menntun á háskólastigi sérstaklega ætluð blaðamönnum kemur svo enn síðar (Þröstur Haraldsson 1987; Birgir Guðmundsson 2009).

Sú skoðun að sterkt tengsl séu á milli stjórnmála og fjölmiðla (e. political parallelism) virðist einnig útbreiddari hér á landi, en annars staðar á Norðurlöndum. Meirihluti stjórnmálamanna og rétt rúm 40% kjósenda upplifir mikil eða mjög mikil tengsl milli stjórnmála og fjölmiðla en aðeins um 9% stjórnmálamanna og um 20% kjósenda telja þessa tengsl lítil eða mjög lítil (Birgir Guðmundsson 2021). Þessi tengsl hafa teygst sig frá tímabili flokksmiðlunar og yfir í markaðsmiðlunina, en áberandi athafnamenn sem keyptu sig inn í fjölmiðla í byrjun aldarinnar hafa haft pólitískar tengingar sem varð til þess að kerfið var skilgreint „pólitísk markaðsfjölmiðlun.“ Hugsanleg skýring á þessu kann að vera söguleg nálægð flokksfjölmiðlunarinnar og/eda það hve seint fagmennskan tók við sér hér á landi miðað við hin Norðurlöndin (Birgir Guðmundsson 2013).

Rétt er að benda á tvö atriði í viðbót sem nefnd hafa verið sem mótandi fyrir íslenska blaðamennsku umfram það sem þekkist í nágrannalöndunum. Annars vegar eru það áhrif fjármálahrunsins og hins vegar er það smæð hins íslenska fjölmiðlamarkaðar. Auk þess að leiða til fjöldauppsagna á blaðamönnum og mikils samdráttar í fjölmiðlum hafði fjármálahrunið 2008 gríðarleg áhrif á traust og tiltrú á hinum ýmsu stofnunum samfélagsins og segja má að þetta vantraust hafi kristallast í búshaldabyltingunni (Jón Gunnar Bernburg 2016). Fjölmiðlar voru engin undantekning og þeir fengu á sig umtalsverða gagnrýni í Rannsóknarskýrslu Alþingis fyrir að hafa ekki veitt fjármálakerfinu aðhald en dansað með í hrunadansi útrásarinnar (Vilhjálmur Árnason o.fl. 2010). Í þessu andrúmi vantrausts fjallaði Blaðamannafélagið um ádrepur skýrslunnar og tók undir mikilvæg atriði í henni, m.a. um að skerpa þyrfti á aðhaldshlutverki stéttarinnar (Blaðamannafélag Íslands 2010). Reyndar heyrðust líka raddir úr röðum blaðamanna sem voru ósammála forystu Blaðamannafélagsins á þeim tíma og brást einn höfundur Rannsóknarskýrslunnar síðar við með því að fullyrða að innan stéttarinnar væri að finna sjónarmið sem ekki samrýmdust sannri fagmennsku (Vilhjálmur Árnason 2014). Loks má nefna að íslenskur fjölmiðlamarkaður er agnar smár í alþjóðlegum samanburði og mannauðsmál

viðvarandi áskorun og tækifæri og möguleikar blaðamanna eru takmarkaðir bæði hvað varðar efnisöflun, efnisval og úrvinnslu og möguleika til starfsþróunar (Jón Gunnar Ólafsson 2020; Valgerður Jóhannsdóttir o.fl. 2021).

Því má segja að þótt almenn „ímynd og hugmyndafræði“ fagmennskunnar sé svipuð á Íslandi og á hinum Norðurlöndunum eða Norður-Evrópu, þá eru líkur á að þróun hinnar félagslegu stofnunar blaðamennskunnar hér á landi í gegnum umræðu með tilheyrandi félagsmótun nýrra blaðamanna hafi séríslensk einkenni. Í þessari grein munum við gera tilraun til að kortleggja stöðu blaðamennskunnar og þróun hennar á umliðnum árum á Íslandi, með því að kanna hver blaðamannastéttin telur vera sín helstu hlutverk og kanna hver áhrif ýmiss ytri þrýstings eru.

Rannsóknarspurningarnar sem leitast verður við að svara eru tvær og hvor þeirra í tveimur liðum.

1. Hver telja íslenskir blaðamenn helstu hlutverk sín vera? Hafa hugmyndir þeirra um hlutverk sitt breyst frá því það var kannað 2012 og þá hvernig?
2. Hvaða þættir telja blaðamenn að hafi áhrif á dagleg störf þeirra? Hefur mat þeirra á áhrifaþáttum á störf sín breyst frá því það var kannað 2012 og þá hvernig?

3. Rannsóknargögn og aðferðir

Rannsókn þessi byggir annars vegar á gögnum úr spurningakönnun sem lögð var fyrir íslenska blaðamenn vorið 2021 og hins vegar eigindlegum viðtölum við þrjátíu blaðamenn sem tekin voru árið 2021 og vorið 2022. Spurningakönnunin er hluti af alþjóðlegri samanburðarrannsókn, Worlds of Journalism Study (WJS), sem nær til yfir eitt hundrað landa og miðar að því að kortleggja starfsaðstæður blaðamanna, viðhorf og vinnuáferðir (Worlds of Journalism, e.d.). Reyndur þýðandi var fenginn til að þýða enskan spurningalista yfir á íslensku og hann var síðan yfirfarinn og ræddur af rannsóknarteymi WJS á Íslandi og starfsmanni Félagsvísindastofnunar Háskóla Íslands, sem sá um framkvæmd könnunarinnar. Spurningalistinn var lagður fyrir starfandi blaðamenn hér á landi vorið 2021. Upplýsingar um þýðið var aflað úr félagatali Blaðmannafélags Íslands og Félags fréttamanna,¹ af heimasíðum fréttamiðlanna og bornar undir rit- og fréttastjóra. Alls voru 442 blaðamenn í þýðinu og var svarhlutfallið 54% (n=239). Ísland tók einnig þátt í WJS-rannsókninni 2012 og við berum saman niðurstöður úr spurningakönnunum tveimur. Svarhlutfallið 2012 var 53,5% (n=209) (Lauerer & Hanitzch 2019).

Til að kafa dýpra í einstaka þætti spurningalistans voru framkvæmd eigindleg hálfstöðluð (e. semi-structured) viðtöl við þrjátíu blaðamenn. Stuðst var við markvisst úrtak (e. purposive sample) (Rosenthal 2016) þar sem þátttakendur voru ekki valdir með handahófi heldur passað upp á breidd í viðmælendahópnum með tilliti til aldurs, starfsaldurs, kyns, hvaða miðlum þeir störfuðu á og svo framvegis. Markmiðið var að fá inn-sýn í störf blaðamanna á Íslandi með því að ræða við fjölbreyttan hóp sem starfar við fagið í dag. Viðtölin voru hljóðrituð og tekin árið 2021 og vorið 2022. Flest viðtölin voru

í kringum klukkutími að lengd, en það lengsta var tæpar tvær klukkustundir og það stysta um fimm tíu mínútur. Allir viðmælendur skrifuðu undir upplýst samþykki. Nafnleyndar var gætt þar sem líklegra þótti að viðmælendur tjáðu sig með opnari hætti ef ekki væri hægt að rekja upplýsingarnar til þeirra. Viðtalsramminn byggði á meginlegga spurninga-listanum frá WJS og var meðal annars spurt út í starfsaðstæður blaðamanna, stöðuna á fjölmiðlamarkaði og hlutverk blaðamanna og fjölmiðla. Fyrir niðurstöðurnar í þessari rannsókn voru viðtölin kóðuð og þemagreind (Braun & Clarke 2006) út frá svörum er snúa að hlutverki fjölmiðla og blaðamanna og áhrifum á störf þeirra. Ekki var safnað eigindlegum gögnum árið 2012 og því getum við ekki borið viðtölin saman við eldri viðtöl. Eigindlegu gögnin sem við söfnuðum árið 2021 og 2022 nýtast hins vegar til að varpa skýrari mynd á stöðu mála í samhengi við spurningakönnunina árið 2021.

WJS-rannsóknin og meginleggi spurningalistinn ná til margra þátta í starfi blaðamanna, en í þessari grein skoðum við svör við spurningum annars vegar um hvaða augum blaðamenn líta hlutverk sitt og hins vegar spurningum um möguleg áhrif eða

| Hlutverk | Áhrifaþættir |
|---|---|
| 1. Óhlutdrægi greinandinn | 1. Pólitísk áhrif |
| Að vera óhlutdrægur áhorfandi | Stjórnmalamenn |
| Að skýra og greina atburði líðandi stundar | Opinberir embættismenn |
| Að leyfa fólki að tjá skoðanir sínar | Hagsmunahópar |
| 2. Eftirlits / aðhaldshlutverk | Fólk úr viðskiptalífinu |
| Að fylgjast grannt með þeim sem völdin hafa | Almannatenglar |
| Að hvetja fólk til að taka þátt í stjórnmálum | 2. Efnahagsleg áhrif |
| Að veita upplýsingar sem fólk þarf til að mynda sér pólitískar skoðanir | Hagnaðarsjónarmið fjölmiðlafyrirækis |
| 3. Erindreki breytinga | Tillit til auglýsenda |
| Að vera málsvari samfélagslegra breytinga | Notendakannanir |
| Að hafa áhrif á almenningsálitið | 3. Innri áhrif / innan ritstjórnar |
| Að móta pólitíska stefnu | Yfirmenn á ritstjórn |
| Að styðja vöxt og viðgang þjóðarinnar | Ritstjórnarstefna |
| 4. Þjónustumiðað hlutverk | Eigendur fjölmiðlafyrirtækis |
| Að veita skemmtun og afþreying | Stjórnendur fjölmiðlafyrirtækis |
| Að segja fréttir sem laða að sem flesta | 4. Starfstengd áhrif |
| Að leiðbeina og veita ráðgjöf í daglegu lífi | Tímamörk |
| | Aðgangur að þjörgum til fréttaoöflunar |
| | Siðareglur |
| | Aðgangur að upplýsingum |
| | Fjölmiðlalög og reglugerðir |
| | Samband við heimildarmenn |
| | 5. Persónubundin áhrif |
| | Samstarfsfólk á ritstjórn |
| | Persónuleg gildi |
| | Vinir, kunningjar og fjölskylda |
| | Starfsfélagar á öðrum miðlum |

Mynd 1. Flokkun á meginhlutverkum blaðamanna og áhrifaþáttum í starfi þeirra

þrýsting sem þeir telja sig finna fyrir í starfi sínu.

Í greiningu okkar notum við flokkun á hlutverkum og áhrifaþáttum sem hið alþjóðlega teymi WJS hefur notað (Hanitzsch o.fl. 2019b, 2019c). Hlutverk blaðamanna eru flokkuð í fjögur meginhlutverk: óhlutdrægur greinandi, eftirlits- og aðhaldshlutverk, erindreki breytinga og þjónustumiðað hlutverk. Áhrif á dagleg störf blaðamanna eru flokkuð í 5 flokka: pólitísk áhrif, efnahagsleg áhrif, innri áhrif, starfstengd áhrif og persónubundin áhrif. Á mynd 1 má sjá hvaða atriði eða svarmöguleikar tilheyra hverjum flokki.

Í greiningu okkar skiptum við innri áhrifum síðan í tvennt, áhrif innan ritstjórnar (yfirmenn á ritstjórn, ritstjórnarstefna) og áhrif eigenda og stjórnenda utan ritstjórnar. Þátttakendur voru spurdir hversu mikilvæg tiltekin atriði væru í daglegu starfi þeirra sem blaðamaður á 5 punkta Likert-kvarða; alls ekki mikilvægt (1), ekki mjög mikilvægt (2), nokkuð mikilvægt (3), mjög mikilvægt (4), ákaflega mikilvægt (5). Einnig hvaða áhrif tilteknir þættir hefðu á starf þeirra á kvarðanum; alls engin áhrif (1), lítil áhrif (2), nokkur áhrif (3), töluverð áhrif (4), mjög mikil áhrif (5).

Kíkvaðrat próf var notað til að meta hvort munurinn á mælingum 2012 og 2021 væri tölfraðilega marktækur. Við útreikning á meðaltali var skor svarenda í hverju atriði fyrir sig lagt saman og deilt í með fjölda atriða í hverjum flokki hlutverka og áhrifaþátta. Við mat á marktækni munar á meðaltölum var notað t-próf óháðra úrtaka.

Tafla 1 sýnir samsetningu svarenda 2012 og 2021. Meðalstarfsaldur var 9,9 ár 2012 en nokkuð hærri árið 2021 eða 11,6 ár.

Tafla 1. Tíðnitafla fyrir kyn, útbreiðslusvæði, eignarhald og stöðu 2012 og 2021

| | 2012 | | 2021 | |
|----------------------|--------|----------|--------|----------|
| | Fjöldi | Hlutfall | Fjöldi | Hlutfall |
| Karl | 116 | 65% | 134 | 64% |
| Kona | 63 | 35% | 76 | 36% |
| Staðbundinn miðill | 22 | 11% | 23 | 11% |
| Landsdekkandi miðill | 187 | 90% | 185 | 89% |
| Einkarekinn miðill | 158 | 76% | 149 | 71% |
| Ríkisrekinn miðill | 51 | 24% | 61 | 29% |
| Yfirmaður | 67 | 35% | 54 | 26% |
| Undirmaður | 126 | 65% | 154 | 74% |

4. Niðurstöður

Rannsóknir hafa sýnt að flestir blaðamenn líta svo á að þeirra mikilvægasta hlutverk sé að vera óhlutdrægur greinandi atburða líðandi stundar (Hanitzsch o.fl. 2019c). Það er hlutverkið sem blaðamenn um allan heim, ekki síst á Vesturlöndum, hafa haft í mestum hávegum og næst mikilvægast er aðhaldshlutverkið. Það gildir einnig um íslenska blaða-

menn og sú sannfæring hefur styrkst frá því það var síðast kannað 2012, eins og sjá má á töflu 2.

Tafla 2. Mikilvægi mismunandi hlutverka í daglegu starfi – meðaltal eftir árum

| | 2012 | 2021 | p | |
|-------------------------------|------|------|------|-----|
| Óhlutdrægi greinandinn | 4,12 | 4,28 | .02 | * |
| Eftirlits- og aðhaldshlutverk | 2,77 | 3,25 | .001 | *** |
| Erindreki breytinga | 1,90 | 2,34 | .001 | *** |
| Þjónustumiðað hlutverk | 2,93 | 3,00 | .39 | |

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$. Meðalskor á 5 punkta Likert-kvarða: alls ekki mikilvægt (1), ekki mjög mikilvægt (2), nokkuð mikilvægt (3), mjög mikilvægt (4), ákaflega mikilvægt (5).

Taka ber fram að vægi einstakra atriði sem mynda hlutverkin fjögur (sjá mynd 1 í kafla 3) vegna misþungt í hugum blaðamanna. Þannig segja um níu af hverjum tíu að það sé mjög eða ákaflega mikilvægt að skýra og greina atburði, en þrír af hverjum fjórum að það sama eigi við um að leyfa fólki að tjá skoðanir sínar. Áherslan á aðhaldshlutverkið hefur aukist markvert frá 2012 til 2021, en það á fyrst og fremst við um að fylgjast grannt með valdhöfum en síður um að hvetja fólk til pólitískrar þátttöku en aðeins rúmlega 10 af hundræði telja það mjög eða ákaflega mikilvægt. Athygli vekur að mikilvægi þess að þjónusta lesendur eða áhorfendur hefur ekkert breyst frá 2012, að mati blaðamanna, þótt markaðsvæðing og samkeppni um athygli hafi farið mjög harðnandi. Þá vekur athygli aukin áhersla á hlutverk erindreka breytinga, en í samanburði á hlutverkaskilningi norræna blaðamanna (Ahva o.fl. 2016) skáru íslenskir blaðamenn sig úr, þar sem það hlutverk vóg mun minna í þeirra huga, en hjá norrænum félögum þeirra.

Mikill einhugur virðist vera meðal blaðamanna um mikilvægi óhlutdræga greinandans og aðhaldshlutverkið, óháð því hvort þeir vinna hjá RÚV eða einkareknum fjölmiðlum, eins og sjá má á töflu 3. Hlutfallslega fleiri blaðamenn á einkareknum miðlum telja hins vegar mjög eða ákaflega mikilvægt að vera málsvarar samfélagslegra breytinga, hafa áhrif á almenningsálitid og styðja viðgang þjóðarinnar, en breytingin frá 2012 til 2021 er ekki tölfræðilega marktæk nema síðast talda atriðið. Marktækur munur er hins vegar á afstöðu blaðamanna til þess sem kallað er þjónustumiðað hlutverk, eftir því hvort þeir starfa á ríkisreknum eða einkareknum miðli. Hlutfallslega mun fleiri blaðamenn einkarekinna miðla telja mjög eða ákaflega mikilvægt að skemmta notendum sínum, skrifa fréttir sem laða að sem flesta og að leiðbeina fólki í daglegu lífi, en félagar þeirra á Ríkisútvarpinu.

Tafla 3. Mikilvægi hlutverka að mati blaðamanna, eftir eignarhaldi fjölmiðils 2021

| | Mjög eða ákaflega mikilvægt (%) | | |
|---|---------------------------------|-------------|---------|
| | Einkareknir | Ríkisreknir | p |
| Að vera óhlutdrægur áhorfandi | 85% | 85% | .43 |
| Að skýra og greina atburði líðandi stundar | 92% | 91% | .90 |
| Að leyfa fólki að tjá skoðanir sínar | 66% | 72% | .39 |
| Að fylgjast grannt með þeim sem völdin hafa | 80% | 84% | .66 |
| Að hvetja fólk til að taka þátt í stjórnmálum | 12% | 9% | .79 |
| Að veita upplýsingar sem fólk þarf til að mynda sér pólitískar skoðanir | 55% | 57% | .57 |
| Að vera málsvari samfélagslegra breytinga | 32% | 17% | .06 |
| Að hafa áhrif á almenningssálitid | 19% | 8% | .08 |
| Að móta pólitíska stefnu | 4% | 0% | |
| Að styðja vöxt og viðgang þjóðarinnar | 37% | 20% | .02 * |
| Að veita skemmtun og afþreying | 41% | 29% | .005 ** |
| Að segja fréttir sem laða að sem flesta | 43% | 22% | .003 ** |
| Að leiðbeina og veita ráðgjöf í daglegu lífi | 23% | 10% | .04 * |

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Samanburður við niðurstöður könnunarinnar 2012 sýnir að munurinn á afstöðu blaðamanna einkarekinni miðla og á Ríkisútvarpinu virðist ekki hafa breyst. Í báðum hópum hefur fjölgað hlutfallslega álíka mikið þeim sem telja mjög eða ákaflega mikilvægt að vera málsvarar breytinga í samfélaginu og að styðja við viðgang þjóðarinnar frá 2012. Athyglisvert er hins vegar að nánast sama hlutfall blaðamanna á einkareknum miðlum leggur áherslu á mikilvægi þess að skemmta notendum sínum 2012 (43%) og 2021 (41%), en meðal blaðamanna Ríkisútvarpsins hefur þeim fjölgað úr 22% árið 2012 í 29% áratug síðar.

4.1 Áhrif á dagleg störf blaðamanna

Ritstjórnarlegt sjálfstæði hefur löngum verið hið heilaga grál fagvitundar og sjálfsmýndar blaðamanna. Blaðamaður tekur sjálfur ákvörðun um hvað hann fjallar um og hvernig, byggt á eigin mati á frétt næmi, mikilvægi og erindi málsins við lesendur sína. Eins og rætt var hér að framan benda rannsóknir til þess að síharðnandi samkeppni um athygli fólks og aukin markaðsvæðing hafi leitt til þess að þrýstingur eða áhrif á störf blaðamanna hafi farið vaxandi (Benson & Hallin 2007; Curran o.fl. 2010; Birgir Guðmundsson & Sigurður Kristinsson 2019; Valgerður Jóhannsdóttir 2020; Jón Gunnar Ólafsson 2021). Niðurstöður okkar sýna að blaðamenn telja sjálfir að svo sé (tafla 4).

Tafla 4. Mat blaðamanna á áhrifaþáttum í starfi sínu, eftir árum, %

| | Engin áhrif/lítill áhrif | | Nokkur áhrif | | Töluverð / mjög mikil áhrif | | p |
|--|--------------------------|------|--------------|------|-----------------------------|------|----------|
| | 2012 | 2021 | 2012 | 2021 | 2012 | 2021 | |
| Pólitísk áhrif | | | | | | | |
| Stjórnmalámaenn | 85 | 82 | 12 | 9 | 3 | 9 | .03 * |
| Opinberir embættismenn | 84 | 81 | 13 | 9 | 3 | 10 | .008 ** |
| Hagsmunahópar | 86 | 75 | 13 | 20 | 2 | 5 | .03 * |
| Fólk úr viðskiptalífínu | 86 | 83 | 10 | 10 | 5 | 7 | .58 |
| Almannatenglar | 80 | 76 | 16 | 18 | 4 | 6 | .57 |
| Efnahagsleg áhrif | | | | | | | |
| Hagnaðarsjónarmið fjölmiðlafyrirækis | 77 | 70 | 16 | 17 | 7 | 14 | .14 |
| Tillit til auglýsenda | 88 | 84 | 8 | 10 | 3 | 5 | .48 |
| Notendakannanir | 66 | 48 | 23 | 30 | 11 | 22 | .002 ** |
| Innri áhrif / innan ritstjórnar | | | | | | | |
| Yfirmenn á ritstjórn | 25 | 12 | 28 | 22 | 47 | 66 | .001 *** |
| Ritstjórnarstefna | 21 | 16 | 34 | 31 | 45 | 53 | .26 |
| Innri áhrif / utan ritstjórnar | | | | | | | |
| Eigendur fjölmiðlafyrirtækis | 89 | 77 | 5 | 12 | 6 | 11 | .007 ** |
| Stjórnendur fjölmiðlafyrirtækis | 83 | 64 | 10 | 16 | 7 | 20 | .001 *** |
| Starfstengd áhrif / þrýstingur | | | | | | | |
| Tímamörk | 6 | 14 | 21 | 21 | 73 | 66 | .045 * |
| Aðgangur að þjórgum til fréttáöflunar | 8 | 18 | 23 | 20 | 69 | 63 | .02 * |
| Síðareglur | 14 | 30 | 21 | 19 | 66 | 52 | .001 *** |
| Aðgangur að upplýsingum | 4 | 11 | 13 | 20 | 82 | 69 | .005 ** |
| Fjölmiðlalög og reglugerðir | 34 | 53 | 27 | 22 | 39 | 26 | .001 *** |
| Samband við heimildarmenn | 25 | 30 | 27 | 29 | 48 | 42 | .38 |
| Persónubundin áhrif | | | | | | | |
| Samstarfsfólk á ritstjórn | 12 | 21 | 23 | 38 | 66 | 41 | .001 *** |
| Persónuleg gildi | 22 | 16 | 27 | 30 | 51 | 54 | .32 |
| Vinir, kunningjar og fjölskylda | 63 | 46 | 25 | 32 | 13 | 22 | .002 ** |
| Starfsfélagar á öðrum miðlum | 70 | 70 | 20 | 23 | 10 | 7 | .4 |

* p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001.

Niðurstöðurnar sýna skýrlega að blaðamenn telja að áhrif annarra á störf sín, hvort heldur er innan eða utan fjölmiðlafyrirtækisins sem þeir starfa hjá, séu meiri núna en þegar það var kannað 2012. Tímamörk, aðgangur að þjórgum til fréttáöflunar, eða önnur atriði sem flokkast til starfstengdra áhrifa, telja blaðamenn hins vegar hafa minni áhrif á starf sitt 2021 en 2012.

Þó það sé hlutfallslega lítil hópur sem telur pólitísk áhrif vera mikil er tilhneigingin eiga að síður skýr. 2021 telja hlutfallslega marktækt fleiri að stjórnmalámaenn, embættismenn og hagsmunahópar hafi töluverð eða mjög mikil áhrif á störf sín, en gerðu það

2012. Sömu sögu er að segja af efnahagslegum áhrifum. Þeim fækkar hlutfallslega sem telja að hagnaðarsjónarmið eða auglýsendur hafi engin eða lítil áhrif á starf sitt, þótt breytingin sé ekki tölfræðilega marktæk. Marktæk breyting hefur hins vegar orðið á mati blaðamanna á áhrifum notendakannanna, en sem kunnugt er hefur ný tækni fært þeim aðgang að upplýsingum um hversu margar lesa fréttirnar þeirra í rauntíma (Nguyen 2013). Innan við helmingur segir að notendakannanir hafi engin eða lítil áhrif á störf sín 2021, samanborið við tvo af hverjum þremur 2012 og þeim sem segja að þær hafi töluverð eða mjög mikil áhrif fjölgar úr 11% í 22%. Athygli vekur einnig að það fjölgar hlutfallslega verulega í hópi þeirra sem segja að eigendur og stjórnendur fjölmiðlafyrirtækisins hafi töluverð eða mikil áhrif á starf sitt. Tafla 5 sýnir niðurstöðurnar saman- dregnar í fimm flokka og meðaltal 2021 og 2012 (á fimm punkta Likert-kvarða).

Tafla 5. Mat blaðamanna á áhrifaþáttum í starfi sínu, eftir árum – meðaltal

| | 2012 | 2021 | p | |
|---------------------------------|------|------|------|-----|
| Pólitísk áhrif | 1,65 | 1,81 | .051 | |
| Efnahagsleg áhrif | 1,78 | 2,03 | .004 | ** |
| Innri áhrif / innan ritstjórnar | 3,31 | 3,60 | .001 | *** |
| Innri áhrif / utan ritstjórnar | 1,65 | 2,06 | .001 | *** |
| Starfstengd áhrif | 3,93 | 3,44 | .005 | ** |
| Persónubundin áhrif | 2,88 | 2,93 | .525 | |

* p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001.

Lítill munur reynist vera á mati blaðamanna á áhrifum á störf sín eftir því hvort þeir eru hjá einkareknum fjölmiðli eða ríkisreknum. Eina undantekningin eru efnahagslegu áhrifin, sem hlutfallslega mun fleiri blaðamenn á einkareknum miðlum telja vera veruleg eða mjög mikil, en raunin er meðal starfssystkina þeirra á RÚV (tafla 6).

Tafla 6. Mat blaðamanna á efnahagslegum áhrifaþáttum í starfi 2021, eftir eignarhaldi fjölmiðils (%)

| | Engin áhrif / lítil áhrif | | Nokkur áhrif | | Töluverð áhrif / mjög mikil áhrif | | p |
|-----------------------|---------------------------|-----------|--------------|-----------|-----------------------------------|-----------|----------|
| | Einkarek. | Ríkisrek. | Einkarek. | Ríkisrek. | Einkarek. | Ríkisrek. | |
| Hagnaðarsjónarmið | 61 | 93 | 22 | 3 | 17 | 3 | .001 *** |
| Tillit til auglýsenda | 80 | 95 | 13 | 3 | 7 | 2 | .02 * |
| Notendakannanir | 44 | 59 | 29 | 32 | 27 | 9 | .02 * |

* p < 0,05; ** p < 0,01, *** p < 0,001.

Samanburður við niðurstöðurnar 2012 sýna að bilið milli blaðamanna á einkareknum fjölmiðlum og ríkisrekna miðlinum hvað mat á efnahagslegum áhrifum varðar hefur breikkað mjög.

4.2 Viðtöl við blaðamenn – hlutverk og áhrif

Líkt og nefnt var áður þá voru framkvæmd þrjátíu viðtöl við blaðamenn til að kafa dýpra í einstaka þætti spurningalistans. Allir viðmælendur voru beðnir um að skilgreina hlutverk fjölmiðla og blaðamanna. Nánast allir viðmælendur svöruðu þessari opnu spurningu á sama hátt. Viðmælendur sögðu í eigin orðum að fjölmiðlar og blaðamenn eigi 1) að miðla mikilvægum upplýsingum og 2) að veita aðhald. Eins og einn viðmælandi (viðtal 4) orðaði þetta varðandi hlutverk blaðamanna í dag:

Að endurspeglu þjóðfélagið og upplýsa. Að fjalla um það sem er að gerast á hverjum tíma fyrir sig. Og svo auðvitað þurfa þeir að kunna að spyrja réttu spurninganna svo það sé ákveðið aðhald gagnvart bæði stjórnmalunum og eins viðskiptalífínu. Og með því að upplýsa og spyrja réttu spurninganna þá ertu að veita aðhald. Þetta fer hönd í hönd.

Svörin í viðtölunum passa mjög vel við það sem við sjáum úr meginndlega hluta rannsóknarinnar þar sem óhlutdrægi greinandinn og eftirlits- og aðhaldshlutverkið voru mest áberandi. Margir viðmælendur nefndu að þeir hefðu áhyggjur af aukinni dreifingu falsfrétta og upplýsingaóreiðu. Hlutverk blaðamanna varðandi miðlun á traustum og réttum upplýsingum væri sérstaklega mikilvægt í óreiðukenndu upplýsingaumhverfi á netinu. Þetta hlutverk hafi í raun aldrei verið jafn mikilvægt og nú. Hvað varðar greinandahlutverkið var mjög algengt í viðtölunum að blaðamenn nefndu sérstaklega að það væri mjög mikilvægt að blaðamenn væru ekki að miðla sínum eigin skoðunum í tengslum við fréttaskrif og það passar vel við svarið um „að vera óhlutdrægur áhorfandi“ sem 85% svarenda í WJS-könnuninni árið 2021 töldu mjög eða ákaflega mikilvægt.

Fróðlegt var að sjá að nánast enginn viðmælandi nefndi eitthvað í tengslum við að vera erindreki breytinga þegar spurt var út í hlutverk en í kringum þriðjungur viðmælenda kom á einhvern hátt inn á skemmtanagildi fjölmiðla, sem fellur undir þjónustumiðað hlutverk blaðamanna. Viðmælendur nefndu skemmtanagildið aldrei í upphafi í tengslum við hlutverkið, heldur fékk það að fylgja með í framhaldi af öðrum hlutverkum líkt og einn viðmælandi (viðtal 7) orðaði þetta varðandi hlutverk blaðamanna og fjölmiðla í dag:

Fyrst og fremst að veita þetta aðhald. Þetta aðhaldshlutverk er mjög mikilvægt finnst mér allavega. Aðhald gagnvart stjórnvöldum. Og því tengt að fjalla um það sem skiptir máli að almenningur viti. Það er hlutverk númer eitt, tvö og þrjú að segja frá því sem skiptir fólki máli. Svo má kannski deila um það hlutverk hvort að fjölmiðlar eigi að veita lesendum einhvers konar skemmtiefni. En það er allavega stór partur af fjölmiðlum í dag. Þetta er afþreying.

Það kemur ekki á óvart að skemmtanagildið hafi verið nefnt af þriðjungum viðmælenda en það rímar ágætlega við niðurstöðurnar úr könnuninni frá 2021 þar sem 41% blaðamanna

sem starfa hjá einkareknum miðlum og 29% sem starfa á Ríkisútvarpinu töldu það „að veita skemmtun og afþreyingu“ vera mjög eða ákaflega mikilvægt. En það sem viðtölin bæta við þessar niðurstöður og skein í gegn í svörunum er að þetta hlutverk var ekki í forgangi heldur kom í framhaldi í umræðu um upplýsingamiðlun og aðhaldshlutverkið.

Líkt og bent var á þá telja blaðamenn að tímamörk og aðgangur að björgum til fréttáöflunar hafi minni áhrif á starf sitt 2021 en 2012. Þrátt fyrir það nefndu langflestir svarenda árið 2021, eða 87%, að tímamörk hafi töluverð, mjög mikil eða nokkur áhrif á starfið sitt og það sama átti við um 83% svarenda þegar spurt var út í aðgang að björgum til fréttáöflunar. Þetta rímar vel við svörin í viðtölunum en nánast allir viðmælendur nefndu að vinnuaðstæður væru slæmar, tímapressa mikil og að aðgangur að björgum til fréttáöflunar af of skornum skammti. Það var sérstaklega áberandi hvað blaðamenn á netmiðlum ræddu mikið um þessa þætti í starfinu og eins nefndu nokkrir viðmælendur af Ríkisútvarpinu að þeir væru meðvitaður um að vinnuaðstæður hjá þeim væru betri en á mörgum einkareknum miðlum þó þeir væru jafnframt meðvitaðir um að þær hefðu versnað til muna á sínum vinnustað undanfarin ár.

Svörin í viðtölunum varðandi önnur áhrif á starfið voru ekki jafn skýr. Viðmælendur vildu almennt ekki kannast við að eigendur eða stjórnendur fjölmiðlafyrirtækja hefðu áhrif á störf þeirra en margir nefndu þó að eignarhald á tilteknum fjölmiðlum á Íslandi væri áhyggjuefni og að það væri mjög augljóst að sumir eigendur hefðu beinlínis keypt fjölmiðla til að hafa áhrif á fréttáflutning og umræðuna í samfélaginu. Margir nefndu að yfirmenn sínir og ritstjórnarstefna hefðu áhrif á þeirra störf en það voru einna helst blaðamenn á netmiðlum sem nefndu að efnahagslegir þættir hefðu áhrif á þeirra daglega starf. Þetta var rætt í samhengi við mikilvægi þess að fréttirnar þeirra væru lesnar. Að þetta skipti máli upp á að miðillinn þeirra vinsæll og gæti selt auglýsingar. Varðandi pólitísk áhrif þá könnuðust blaðamenn almennt ekki við að þau hefðu áhrif á störf þeirra en líkt og með svörin varðandi eigendur og stjórnendur fjölmiðlafyrirtækja þá nefndu nokkrir viðmælendur að stjórnmalamenn og hagsmunahópar væru vissulega að reyna að hafa áhrif á þeirra störf, meðal annars með því að gera lítið úr fjölmiðlum og blaðamönnum í viðtölum og í skrifum á samfélagsmiðlum.

5. Umræða

Rannsóknarniðurstöðurnar hér að framan leiða í ljós að umtalsverðar breytingar hafa orðið á hugmyndum blaðamanna um hlutverk sitt frá 2012 til ársins 2021. Þetta mætti líka orða þannig að áherslur hafi skerpst varðandi skilning á blaðamennsku sem félagslegrar stofnunar á Íslandi. Á það hefur verið bent að samhengi sé milli hugmynda blaðamanna og þess sem þeir síðan í raun taka sér fyrir hendur þannig að óhætt er að gera ráð fyrir að viðhorfin endurspegli að verulegu leyti raunverulega stöðu (Mellado 2021). Í öllu falli ræður mat blaðamanna á starfsumhverfi sínu og áhrifaþáttum þess augljóslega miklu um það samtal og þá rökraðu sem mótast og þróast blaðamenskuna á hverjum tíma (Hanitzsch o.fl. 2019) og hér á eftir verða nokkur slík atriði skoðuð nánar.

Ljóst má vera að íslenskir blaðamenn hafa þegar á heildina er lítið svipaða hugmynd og þeir höfðu varðandi „ímynd og hugmyndafræði“ faglegrar blaðamennsku

Þar sem langflestir leggja mikla áherslu á að vera óháður greinandi og eftirlits- og aðhaldshlutverkið. Áherslan á hlutverk hins óháða greinanda er marktækt meiri árið 2021 miðað við 2012, en breytingin er ekki bara marktæk heldur beinlínis mjög mikil varðandi aukna áherslu á aðhaldshlutverkið. Miðað við samhljóminn hjá stéttinni má fullyrða að samstaða sé um að þetta tvennt sé það sem hún telur vera megin-einkenni faglegrar blaðamennsku. Niðurstöður úr eiginlegu viðtölunum staðfesta þessi megin-einkenni. Breytingin frá því 2012 – á árunum eftir fjármálahrunið og útkomu rannsóknarskýrslu Alþingis – sýnir að þessi afstaða hefur verið að styrkjast. Ef þetta er sett í samhengi við þróun samfélagsumræðunnar sem blaðamennskan lifir og hrærist í er ekki óeðlilegt að líta á þessa styrkingu sem ákveðin viðbrögð við samfélagsþróuninni. Annars vegar sem tilraun til að herða á sjálfsmynd og hugmyndinni um trúverðugt almannaþjónustuhlutverk stéttarinnar í eftirhruns samfélagi spillingarumræðu og vantrausts á stofnanir, stjórnmál og fjölmiðla. Hins vegar til að marka blaðamenskunni sérstakan bás og skýrari „landamæri“ gagnvart vaxandi áhrifum og umfangi hins óritstýrða upplýsingakerfis, bloggara, samfélagsmiðla og upplýsingaóreiðu almennt.

Um nokkurra ára skeið hefur mátt heyra þennan tón koma úr herbúðum Blaðamannafélags Íslands og núverandi forysta félagsins hefur gripið þann bolta af miklum krafti. Vill hún koma þessum skilaboðum um eðli blaðamennsku sem aðhaldsafls og óháðs greinanda út fyrir raðir stéttarinnar til að auka vitund almennings um mikilvægi blaðamennsku fyrir samfélagið í sérstakri auglýsingaherferð. Niðurstöðurnar sem kynntar voru hér að framan um hlutverk blaðamanna, bergmála einmitt í þessum auglýsingatexta en þar segir m.a.: „Blaðamenn draga saman upplýsingar, setja hlutina í samhengi og greiða úr óreiðunni. Þeir koma á framfæri ólíkum sjónarmiðum, setja fram staðreyndir og kanna sannleiksgildi þess sem sagt er.“ Enn fremur segir í auglýsingatexta: „Aukin pólarísing og upplýsingaóreiða gerir það að verkum að aldrei hefur verið meiri þörf fyrir vandaða blaðamennsku til að veita aðhald og greina rétt frá röngu“ (Sigríður Dögg Auðunsdóttir 2024).

Það vekur ekki síður athygli í niðurstöðunum að samhliða því að blaðamenn leggja meiri þunga á þessi meginhlutverk sín, verða aðrar breytingar á hugmyndum blaðamanna um hlutverk sitt, sem telja má að tengist áherslunni á aðhald og hlutlæga greiningu. Þannig kemur fram aukin áhersla á blaðamennsku sem erindreka breytinga af einhverju tagi, en tæpur fimmtungur blaðamanna telur þetta mikilvægt hlutverk samkvæmt niðurstöðum WJS-könnunarinnar frá 2021. Óháð því hvers eðlis einstakar breytingar kunna að vera sem blaðamenn telja að þeir eigi að beita sér fyrir og hvort hægt sé að flokka þær með einhverjum hætti sem pólitískar, þá er er hlutverk erindrekans náskykt aðhaldshlutverkinu. Það er hvorki ólíklegt né óeðlilegt að samhliða því að aukin áhersla er lögð á að vakta og benda á almannahagsmunir fylgi einhvers konar skilningur á því hvað séu slíkir hagsmunir, hvenær sé farið á svig við þá svo samfélagið skaðist og hverju þarf að breyta til að bæta samfélagið. Spilling og lögbrot eru augljóslega eitthvað sem gengur gegn almannaheill og aðhald og afhjúpun á slíkri háttsemi er óumdeilanlega hluti af erindi blaðamanna við að breyta samfélaginu. Hins vegar geta línur verið óljósari þegar almannaheill er skilin í víðara samhengi félagslegs réttlætis eða siðferðis og aðhalds-

og erindrekahlutverkið því túlkað sem pólitísk vegferð. Líklegt er að slíkt gerist jafnvel frekar á Íslandi vegna þeirra miklu skynjuðu samfylgdar stjórnmála og fjölmiðla sem áður var nefnd (Birgir Guðmundsson 2021).

Áhugavert gæti því verið að skoða samspil og samverkun þessara hlutverka, aðhalds- hlutverksins og hlutverks erindreka breytinga. Þetta eru einmitt þau hlutverk sem mælast hafa breyst mest milli kannanna, enda kallast þau á þegar áhersla færist á að afhjúpa spillingu eða óráðsú eða hvað eina sem á erindi við almenning og gengur greinilega gegn hagsmunum hans. Afhjúpunarblaðamennska, sem sú tegund rannsóknarblaðamennsku sem upplýsir um hneyksli, hefur vissulega lengi verið til sem hluti af ímynd og hugmyndafræði íslenskra blaðamanna um faglega blaðamennsku, en áherslan á hana virðist hafa aukist og jafnvel að rýmri siðferðilegar heimildir séu til að „afhjúpa sannleikann“ með eftirminnilegum hætti en áður var. Í þessu sambandi má benda á að afstaða blaðamanna til óhefðbundinna eða umdeilda vinnubragða hefur breyst marktækt frá því 2012 þannig að mun meiri stuðningur er nú en áður við að nota umdeildar aðferðir, s.s. faldar myndavélar, illa fengin gögn, eða villa á sér heimildir (Friðrik Þór Guðmundsson & Valgerður Jóhannsdóttir 2023). Eflaust skipta hér máli mikilvæg fréttamál sem sett hafa mark sitt á íslenska þjóðfélagsumræðu frá hrúni, fréttamál sem byggt hafa á óhefðbundnum vinnubrögðum bæði hér innanlands og í alþjóðlegum gagnaleikum.

Sérstaklega áhugavert er að skoða breytingar á sjálfsmýnd og skilningi blaðamanna á hlutverki sínu í tengslum við þá þætti sem þeir segja að hafi áhrif á starf þeirra. Niðurstöðurnar benda mjög eindregið til þess að blaðamenn meti það svo að áhrif annarra á dagleg störf sín hafi aukist frá árinu 2012. Tímaskortur, skortur á björgum til fréttaoöflunar og aðgangur að upplýsingum hefur lengi verið umkvörtunarefni lítilla og fámennra fjölmiðla en þessa þætti telja blaðamenn hafa minni áhrif á störf sína en þeir gerðu 2012. Langflestir upplifa þó enn að þessir þætti hafi mikil áhrif og viðtölin við starfandi blaðamenn árin 2021 og 2022 staðfesta það. Sömu sögu er að segja af áhrifum siðareglna og laga og reglna um fjölmiðla, það er að færri telja nú að þessir þættir hafi áhrif en gerðu árið 2012. Þegar kemur að pólitískum eða efnahagslegum áhrifum snýst dæmið hins vegar við. Þar er tilhneigingin skýr. Þó það sé ekki mjög stór hópur blaðamanna sem telur þrýsting af þessu tagi hafa mikið áhrif á störf sín hefur þeim fjölgað hlutfallslega sem telja áhrifin töluverð eða mjög mikil frá árinu 2012 til 2021. Það kemur heim og saman við niðurstöður rannsókna um aukna markaðsvæðingu í fjölmiðlum (Jón Gunnar Ólafsson 2021; Valgerður Jóhannsdóttir 2020; Birgir Guðmundsson 2013, 2019).

Það er einnig athyglisvert hversu mjög blaðamenn telja að áhrif stjórnenda fjölmiðilsins sem þeir starfa hjá hafa aukist. Tveir af hverjum þremur blaðamanna segja að ritstjórar hafi mikil eða mjög mikil áhrif miðað við tæplega helming árið 2012 og einn af hverjum fimm segir það sama um stjórnendur utan ritstjórnar, samanborið við 7% 2012. Á sama tíma er talsvert minni hópur – en þó stærri en 2012 – sem telur eigendavaldið hafa mikil áhrif, en eins og rætt var hér að framan eru áhrif eigenda og hagnaðarsjónarmiða gjarnan dulin og miðlað til blaðamanna gegnum stjórnendur (Guðbjörg Hildur Kolbeins 2015; Hanitzsch o.fl. 2019b).

Eðlilegt er að velta fyrir sér hvort hægt sé að skoða þetta í ljósi togstreitu um innri

(e. occupational) og ytri (e. organisational) fagmennsku, þar sem ytri fagmennskan er skilgreind meira á forsendum fjölmiðlafyrirtækisins en innri fagmennskan á forsendum tiltekinnar gilda og hugmyndafræði blaðamenskunnar. Það væri í takt við niðurstöður Birgis Guðmundssonar og Sigurðar Kristínssonar (2019) um að málamiðlanir milli þessara þátta í starfi íslenskra blaðamanna virtust í vaxandi mæli hneigjast til að vera á forsendum ytri (e. organisational) fagmennsku, þ.e. fyrirtækjanna sjálfra. Þessi þróun er þó hvergi nærri einhlít, því niðurstöðurnar sýna að samhlíða þessu telja blaðamenn áhrif ritstjórnarstefnu og áhrif samstarfsfólks á ritstjórninni á dagleg störf sín marktækt meiri nú en þeir gerðu 2012. Því má segja að niðurstöðurnar dragi fram aukin áhrif ritstjórnanna sjálfra og samræðunnar sem þar á sér stað í skilgreiningu og skilningi blaðamenskunnar sem félagslegrar stofnunar á Íslandi. Í þeirri samræðu mótast hugmyndir blaðamanna um hlutverk sitt og erindi við samfélagið og má líta svo á að aukin áhersla á hlutverk hins óhlutdræga greinanda og varðhunds almannahagsmuna, sé ekki aðeins tilraun til að greina blaðamenn frá öðrum miðlurum efnis, heldur einnig andsvar við vaxandi utanaðkomandi áhrifum á starf sitt.

6. Lokaorð

Niðurstöður þessarar rannsóknar sýna glöggt að hugmyndin um blaðamennsku á Íslandi er lífræn og breytileg þó ákveðin vestræn og norræn grundvallaratriði svífi yfir vötnum. Hin félagslega stofnun blaðamenskunnar mótast í umróti þjóðfélagsþróunarinnar og sérstaklega í umræðu innan samfélags fjölmiðlanna. Íslenskir blaðamenn hafa brugðist við með nokkuð augljósum hætti eins og hér hefur verið rakið, með því að leggja meiri áherslu á klassísk gildi blaðamennsku. Vera kann að sívaxandi upplýsingaóreiða og falsfréttir verði til að draga úr togstreitunni milli innri og ytri fagmennsku. Í framboðsflóði upplýsinga, afþreyingar og upplýsingaóreiðu gætu gagnreyndar og staðfestar upplýsingar orðið rekstrarleg lyftistöng fyrir fjölmiðla. Fram kom í eiginlegu viðtölunum að blaðamenn telja sjálfir að í ljósi upplýsingaóreiðu og falsfrétta á netinu, sé það mjög mikilvægt hlutverk fjölmiðla að miðla traustum upplýsingum. Innri fagmennskan verði þannig (aftur) eftirsótt í samfélagi sem í raun var búið að gengisfella hana með miklu framboði ókeypis markaðs- og skemmtanavæddra upplýsinga. Þar geta einnig haft áhrif fyrirhuguð viðbrögð og aðgerðir á sviði rekstrar og lagalegs og pólitískis umhverfis, enda miðar stuðningur stjórnvalda við einkarekna fjölmiðla að því að þeir „hafi tök á að efla fjölbreytt og vandað efnisframboð sem lúti sömu grundvallarsjónarmiðum og almennt gilda um fjölmiðlaþjónustu í almannapágu“ (Menningar- og viðskiptaráðuneyti 2024, 16-17).

Hins vegar eru breytingar á sjóndeildarhringnum sem líklegar eru til að hafa enn frekari áhrif á afstöðu og sjálfsmynd blaðamanna, en það er tæknileg þróun tengd gervigreind. Í drögum að fjölmiðlastefnu (Menningar- og viðskiptaráðuneyti 2024, 15) segir að efni unnið af gervigreind komi ekki í stað faglegra fjölmiðla en tilkoma hennar þýði að fjölmiðlar verði að „endurhugsa hlutverk sitt og tilgang. Mikilvægt er að viðhalda samfélagslegu trausti til fjölmiðla, að þeir nái til allra aldurshópa og veiti réttar og áreiðanlegar upplýsingar.“ Nú þegar hefur gervigreind veruleg áhrif á störf blaðamanna og

framleiðslu fjölmiðlaefnis, þar með talið fréttu. Ógerningur er að segja til um nákvæmlega hver viðbrögð blaðamanna verða, en miðað við það sem hér hefur komið fram um hreyfiafl blaðamennskunnar er ekki ólíklegt að stéttin, bæði hér á landi og erlendis, muni leita enn frekar í hugmyndafræði innri blaðamennsku, ekki síst siðferðileg gildi og hvernig almannatjónustuhlutverkinu verði best þjónað.

Aftanmálgreinar

- 1 Félögin voru sameinuð í eitt félag, Blaðannafélag Íslands 1. júní 2022 <https://www.press.is/is/um-felagid/utgefid-efni/frettir/blada-og-frettamenn-sameinast-i-eitt-felag>
- 2 Rannsóknin var styrkt af Rannsóknasjóði (nr. 207250 og nr. 218058).

Heimildir

- Ahva, L., Van Dalen, A., Hovden, J.F., Kolbeins, G.H., Nilsson, M.L., Skovsgaard, M. og Våliveronen, J. (2017). „A Welfare State of Mind? Nordic journalists' conception of their role and autonomy in international context“, *Journalism Studies* 18(5), 595–613. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1249005>
- Aldridge, M. og Evetts, J. (2003). „Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism“, *The British journal of sociology*, 54(4), 547–564. <https://doi.org/10.1080/0007131032000143582>
- Arnar Þór Ingólfsson (2022). „Hver er „danska leiðin“ í málefnum fjölmiðla?“, *Kjarninn.is*, 15. febrúar. <https://kjarninn.is/skyring/hver-er-danska-leidin-i-malefnum-fjolmidla/>
- Benson, R. og Hallin, D.C. (2007). „How States, Markets and Globalization Shape the News: The French and US National Press, 1965–97“, *European Journal of Communication* 22(1), 27–48. <https://doi.org/10.1177/0267323107073746>
- Birgir Guðmundsson (2009). „The Icelandic journalism education landscape“, í G. Terzis (ritstj.), *European journalism education* (bls. 149–158). Chicago, Intellect.
- Birgir Guðmundsson (2012). „Umraðuvettvangur íslenskra dagblada með hliðsjón af greiningarramma Colin Sparks“, *Stjórnmal & stjórnsýsla* 8(2), 323–342. <https://doi.org/10.13177/irpa.a.2012.8.2.7>
- Birgir Guðmundsson (2013). „Pólítísk markaðsfjölmiðlun“, *Stjórnmal & stjórnsýsla* 9(2), 509–530. <https://doi.org/10.13177/irpa.a.2013.9.2.13>
- Birgir Guðmundsson (2018). „Media in a Microstate“, í G. Barucello, Jakob Þór Kristjánsson, Kristín Margrét Jóhannsdóttir og Skapti Ingimarsson (ritstj.), *No One is an Island, an Icelandic perspective* (bls. 25–40), Cambridge Scholars Publishing.
- Birgir Guðmundsson (2021). „Political parallelism in Iceland“, *Nordicom Review* 42(S2), 53–69. <https://doi.org/10.2478/nor-2021-0017>
- Birgir Guðmundsson og Sigurður Kristinsson (2019). „Journalistic professionalism in Iceland: A framework for analysis and an assessment“, *Journalism* 20(12), 1684–1703. <https://doi.org/10.1177/1464884917695416>
- Birgir Guðmundsson og Valgerður Jóhannsdóttir (2024). „Iceland and the Nordic media welfare model: A fragile support and uncertain future“, í P. Jakobsson, J. Lindell og F. Stiernstedt (ritstj.), *The future of the Nordic media model: A digital media welfare state?* (bls. 155–176). Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855893-7>
- Blaðamannafélag Íslands. (2010). „Fjölmiðlar og skýrsla Rannsóknarnefndar Alþingis“, *Press.is* http://press.is/index.php/felagidh/frettir/2716-fjolmidlar_og_skyrsla_rannsoknarnefndar_althingis
- Blaðamannafélag Íslands (2011). „Viðbrögð BÍ við skýrslu Rannsóknarnefndar Alþingis“, *Blaðamaðurinn* 33(1), (bls 14–16). Reykjavík. https://www.press.is/static/files/bladamadurinn/bladamadur_april_low_1.pdf

- Blaðamannafélag Íslands (2023). „Siðareglur Blaðamannafélags Íslands. Samþykktar á aðalfundi BÍ 23. mars 2023“, *Press.is* <https://www.press.is/is/faglegt/sidavefur/sidareglur-bi>
- Braun, V. og Clarke, V. (2006). „Using thematic analysis in psychology“, *Qualitative Research in Psychology* 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E., og Castro, L. (2014). „Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems“, *Journal of Communication* 64(6), 1037–1065. <https://doi.org/10.1111/jcom.12127>
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Curran, J., Salovaara-Moring, I., Coen, S. og Iyengar, S. (2010). „Crime, foreigners and hard news: A cross-national comparison of reporting and public perception“, *Journalism* 11(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/1464884909350640>
- Evetts, J. (2006). „Introduction: Trust and Professionalism: Challenges and Occupational Changes“, *Current Sociology* 54 (4), 515–531. <https://doi.org/10.1177/0011392106065083>
- Evetts, J. (2011). „A new professionalism? Challenges and opportunities“, *Current sociology* 59(4), 406–422. <https://doi.org/10.1177/0011392111402585>
- Forum on Information & Democracy. (2021). „A New Deal for Journalism”. <https://informationdemocracy.org/working-groups/sustainability-of-journalism/>
- Guðbjörg Hildur Kolbeins (2015). „Icelandic media firms viewed from the perspective of agency theory“, *Stjórnmal & stjórnsýsla* 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.13177/irpa.b.2015.11.1.1>
- Hallin, D., og Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Hanitzsch, T., Ahva, L., Alonso, M. O., Arroyave, J., Hermans, L., Hovden, J. F., Hughes, S., Josephi, B., Ramaprasad, J., Shapiro, I. og Vos, T. P. (2019a). „Journalistic Culture in a Global Context: A Conceptual Roadmap“, í T. Hanitzsch, J. Ramaprasad, F. Hanusch, og A. S. de Beer (ritstj.), *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe* (bls. 103–131). Columbia University Press. <http://www.jstor.org/stable/10.7312/hani18642.5>
- Hanitzsch, T., Ramaprasad, J., Arroyave, J., Bergansa, R., Hermans, L., Hovden, J. F., Láp, F., Laurerer, C., Tejkalová og Vos, T. P. (2019b). „Perceived influences: Journalist’s awareness of pressures on their work“, í T. Hanitzsch, J. Ramaprasad, F. Hanusch, & A. S. de Beer (ritstj.), *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe* (bls. 23–46). Columbia University Press. <http://www.jstor.org/stable/10.7312/hani18642.5>
- Hanitzsch, T., Vos, T. P., Standaert, O., Hanusch, F., Hovden, J. F., Hermans, L. og Ramaprasad, J. (2019c). „Role Orientations: Journalists’ views on their place in society“, í T. Hanitzsch, J. Ramaprasad, F. Hanusch, og A. S. de Beer (ritstj.), *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe* (bls. 23–46). Columbia University Press. <http://www.jstor.org/stable/10.7312/hani18642.5>
- Hjarvard, S. og Kammer, A. (2015). „Online news: Between private enterprise and public subsidy“, *Media, Culture & Society* 37(1), 115–123. <https://doi.org/10.1177/0163443714553562>
- Jón Gunnar Ólafsson (2020). „Factoring size into the equation: Media studies, politics, and small states“, *Nordic Journal of Media Studies* 2(1), 145–156. <https://doi.org/10.2478/njms-2020-0013>
- Jón Gunnar Ólafsson (2021). „Superficial, shallow and reactive: How a small state news media covers politics“, *Nordicom Review* 42(2), 70–86. <https://doi.org/10.2478/nor-2021-0018>
- Jón Gunnar Ólafsson (2024). „Rethinking journalist-politician relations using a small state framework: Mobile generalists, personal closeness and professional distance“, *Journalism Studies* 25 (1), 19–37. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2289879>
- Jón Gunnar Ólafsson og Valgerður Jóhannsdóttir (2021). „Media and politics in Iceland“, í E. Skogerbo, Ø. Ihlen, N. N. Kristensen, og L. Nord (ritstj.), *Power, communication, and politics in the Nordic countries* (bls. 51–68), Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855299-3>
- Jón Gunnar Bernburg (2016). *Economic Crisis and Mass Protest: The Pots and Pans Revolution in Iceland*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315578699>

- Lewis, S. C. (2012). „The tension between professional control and open participation“, *Information, Communication & Society* 15(6), 836–866. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.674150>
- Lög um breytingu á lögum um fjölmiðla, nr. 38/2011 (stuðningur við einkarekna fjölmiðla), nr.58 (2021). <https://www.althingi.is/altext/151/s/1503.html>
- Menningar- og viðskiptaráðuneyti (2024). „Drög að tillögu til þingsályktunar um aðgerðaráætlun í mál-efnum fjölmiðla fyrir árin 2024–2030“, *Samráðsgátt stjórnvalda*, mál nr. S-70/2024. <https://island.is/samradsgatt/mal/3709>
- Mellado, C. (2021). „Journalistic Role Performance and the News“, í C. Mellado (ritstj.), *Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective*. Routledge Research in Journalism.
- Nolan, D. (2008). *Professionalism without professions? Journalism and the paradox of 'professionalization'*, Proceedings from the Annual Conference of the Australian Sociological Association. Melbourne: TASA & SAANZ. <https://www.tasa.org.au/wp-content/uploads/2011/05/Nolan-David-Session-19-PDF.pdf>
- Nordicom (2022). „Direct media subsidies to news media – a Nordic overview“, *Fachtsheet 2022:1* (October), <https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/faktablad/factsheet-2022-1-direct-media-subsidies-to-news-media.pdf>.
- Nguyen, A. (2013). „Online news audiences: the challenges of web metrics“, Í S. Allan og K. Fowler-Watt (ritstj.), *Journalism: New Challenges* (bls. 146–161). Poole, England: CJCR: Centre for Journalism & Communication Research, Bournemouth University.
- Ólafur Þ. Harðarson (2008). „Political Communication in Iceland“, í J. Strömbäck, M. Ørsten, & T. Aalberg (ritstj.), *Communicating politics: Political communication in the Nordic countries* (bls. 63–82). Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg.
- Press.is (e.d). Alþjóðlegur síðasáttmáli blaðamanna 2019, <https://www.press.is/is/faglegt/sidavefur/althjodlegar-sidareglur-bladamanna>
- Ragnar Karlsson (2004). „Iceland: Mapping the newspaper market 1980–2003“, *Relation 1* (1S1), 223–263. Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. <http://hw.oeaw.ac.at/?arp=0x000620c5>
- Romanova, R. og Bergman, M. (2024). Similar systems, different self-regulations. Í P. Jakobsson, J. Lindell og P. Stiernstedt (ritstj.), *The future of the Nordic Media Model. A Digital Media Welfare State?* (bls. 55–70), Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg. <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1846340/FULLTEXT01.pdf>
- Rosenthal, M. (2016). „Qualitative research methods: Why, when, and how to conduct interviews and focus groups in pharmacy research“, *Currents in Pharmacy Teaching and Learning* 8 (2016), 509–516. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cptl.2016.03.021>
- Sigríður Dögg Auðunsdóttir (2024). „Vitundarherferð um mikilvægi blaðamennsku“, *Press.is*, 19.03.2024 <https://www.press.is/is/um-felagid/utgefid-efni/frettir/vitundarherferd-um-mikilvægi-bladamennsku>
- Schudson, M. (2001). „The objectivity norm in American journalism“, *Journalism* 2(2), 149–170. <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>
- Schudson, M., og Anderson, C. (2009). „Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism“, í K. Wahl-Jørgensen og T. Hanitzsch (ritstj.), *The handbook of journalism studies* (bls. 108–121). New York: Routledge.
- Syvrtsen, T., Mjøs, O. J., Enli, G. og Moe, H. (2014). *The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era*. University of Michigan Press. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/24027/1/1006106.pdf>
- Valgerður Jóhannsdóttir (2019). *The state of the news media in Iceland in the beginning of the 21st century* [Doctoral dissertation, University of Roskilde]. Roskilde.
- Valgerður Jóhannsdóttir (2020). „Commercialization in the Icelandic Press: An analysis of hard and soft news in major print and online media in Iceland in times of change“, *Journalism* 21(11), 1762–1778. <https://doi.org/10.1177/1464884918768494>

- Valgerður Jóhannsdóttir (2021). „News consumption patterns in Iceland“, *Nordicom Review* 42(S2), 87–101. <https://doi.org/10.2478/nor-2021-0019>
- Valgerður Jóhannsdóttir (2022). *Editorial autonomy under increasing pressure from internal and external forces*, Fyrirlestur fluttur á ráðstefnu Félags stjórnmálafræðinga, Félagsfræðingafélags Íslands og Stofnunar stjórnsýslufræða og stjórnmála, 25. ágúst, Reykjavík.
- Valgerður Jóhannsdóttir og Jón Gunnar Ólafsson (2018). „The Icelandic news media in times of crisis and change“, *Stjórnmál & stjórnsýsla*, 14(1), 189–210. <https://doi.org/10.13177/irpa.a.2018.14.1.9>
- Valgerður Jóhannsdóttir, Jón Gunnar Ólafsson og Friðrik Þór Guðmundsson (2021). „Iceland: A small media system facing increasing challenges“, í J. Trappel og T. Tomaz (ritstj.), *The Media for Democracy Monitor 2021: How leading news media survive digital transformation* (bls. 275–314). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855428>
- Vilhjálmur Árnason (2014) „Valdið fært til fólksins? Veikleikar og verkefni íslensks lýðræðis í aðdraganda og eftirmálum hrunsins“, í Vilhjálmur Árnason (ritstj.) *Hugsmiðar: Um siðferði, stjórnmál og samfélag* (bls. 149–186). Reykjavík: Háskólaútgáfan og Siðfræðistofnun.
- Vilhjálmur Árnason, Salvör Nordal og Kristín Ástgeirsdóttir (2010). „Siðferði og starfshættir í tengslum við fall íslensku bankanna 2008“, í Páll Hreinsson, Sigríður Benediktsdóttir og Tryggvi Gunnarsson (ritstj.) *Aðdragandi og orsakir falls íslensku bankanna 2008 og tengdir atburðir*, 8.bindi, Reykjavík: Alþingi.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing professionalism: Journalism and news in global perspective*. John Wiley & Sons.
- Witschge, T. og Nygren, G. (2009). „Journalistic Work: A Profession Under Pressure?“, *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 37–59. <https://doi.org/10.1080/16522354.2009.11073478>
- Worlds of Journalism (e.d.) WJS 2021 – 2023: Mapping journalism’s hostile environment. <https://worldsofjournalism.org/>
- Umbricht, A. (2014). *Patterns of newsmaking in Western journalism: a content analysis of newspaper across six Western democracies and five decades* [Doctoral dissertation, University of Zurich]. Zurich
- Þróstur Haraldsson (1987). „Grúskað á safni. Slitrus úr sögu BÍ fram á sjötta áratuginn“, *Blaðamaðurinn* 4. tbl. 9. árgangur.
- Örnebring, H. (2009). *The two professionalisms of journalism: Journalism and the changing context of work*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.

