

Pólitísk markaðsfjölmiðlun

Birgir Guðmundsson, dósent í fjölmiðlafræði við hug- og félagsvísindasvið Háskólans á Akureyri

Útdráttur

Flokksfjölmiðlun þreifst hér á landi fram undir síðustu aldamót og sú umbreyting sem Blumler & Kavanagh (1999) kölluðu „Þriðja skeið pólitískrar boðmiðlunar“ og felst m.a. í aukinni sérfræðiþekkingu í boðmiðlun innan stjórnmálaflokka og mikilli fagvæðingu blaðamannastéttarinnar og fjölmiðla, hefur haft styttri tíma til að þroskast en raunin var víða í nágrannalöndunum. Í þessari grein eru birtar niðurstöður úr frambjóðendakönnun sem gerð var meðal frambjóðenda allra stjórnmálaflokka í öllum kjördæmum fyrir Alþingiskosningarnar 2013. Niðurstöðurnar sýna með afgerandi hætti að íslenskir stjórnmálamenn hafa litla tiltrú á fagmennsku blaðamanna, óhæði fjölmiðla gagnvart stjórnmálaflokkum og þeirri óhlutdrægni sem alla jafna er talin fylgja markaðsvæðingu og umbreytingu frá ytri yfir í innri fjölbreytni í fjölmiðlun (Hallin og Mancini, 2004). Þvert á móti virðast stjórnmálamenn sjá íslenskan fjölmiðlamarkað í pólitísku ljósi þar sem flokksmiðlun og ytri fjölbreytni er áberandi mikilvæg. Leidd eru rök að því að þessar niðurstöður styðji að til hafi orðið kerfi „pólitískrar markaðsfjölmiðlunar“ á Íslandi, m.a. vegna mikillar sögulegrar nálægðar flokksfjölmiðlunar, bernsku í fagvæðingu blaðamannastéttarinnar, fárra og frjálslagra reglna um fjölmiðlamarkaðinn, mikillar samþjöppunar eignarhalds á fjölmiðlum og samkrulls eigendavalds og flokkspólitíkur.

Efnisorð: Pólitísk boðmiðlun; pólitísk slagsíða; fagleg fjölmiðlun; stjórnmál og fjölmiðlar; viðhorf stjórnmálamanna.

A Politically Commercial Media System

Abstract

Political parallelism was a characteristic of the Icelandic Media System until the late nineties. The transformation that Blumler & Kavanagh characterized as



Icelandic Review of Politics and Administration Vol. 9, Issue 2 (509-530)

© 2013 Contact: Birgir Guðmundsson, birgir@unak.is

Article first published online Desember 19th 2013 on <http://www.irpa.is>

Publisher: Institute of Public Administration and Politics, Gimli, Sæmundargötu 1, 101 Reykjavík, Iceland

Stjórnmál & stjórnsýsla 2. tbl., 9. árg. 2013 (509-530) (Fræðigreinar)

© 2013 Tengiliður: Birgir Guðmundsson, birgir@unak.is

Vefbirting 19. desember 2013 – Birtist á vefnum <http://www.irpa.is>

Útgefandi: Stofnun stjórnsýslufræða og stjórnmála, Gimli, Sæmundargötu 1, 101 Reykjavík

DOI: <http://dx.doi.org/10.13177/irpa.a.2013.9.2.13>

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

„The third Age of Political Communication“ and includes e.g. increased communication expertise within the political parties as well as professionalization of journalism, thus has had shorter time to develop than in many of the neighbouring countries. In this article the results of a survey among candidates from all political parties and all constituencies in the 2013 parliamentary elections are reported. The findings categorically show that politicians have little faith in the professionalization, impartiality and balance to political parties of the Icelandic media and journalists, characteristics that would be expected to follow the commercialisation of the Media System and transformation from external diversity to internal diversity (Hallin & Mancini, 2004). Icelandic politicians on the contrary view the Media in a political light where political parallelism and external diversity is important. It is argued that in Iceland there has developed a “Politically Commercial Media System” due to a combination of reasons. Among them are the historical proximity of a system of political parallelism, a relatively recent professionalization of journalism, an unregulated media environment and an extreme ownership concentration of the media, where ownership powers and political parties became mixed with each other.

Keywords: Political Communication; political bias; professional journalism; politics & media; views of politicians.

Inngangur

Sigmundur Davíð Gunnlaugsson forsætisráðherra gagnrýndi fréttáflutning og fréttamat fjölmiðla í grein sem hann birti seinni hlutann í júní 2013. Greinin, sem bar yfirskriftina „Fyrsti mánuður loftárása“, vakti talsverða athygli en þar sagði Sigmundur Davíð m.a.: „Það hefur því verið furðulegt að fylgjast með því að engin brella virðist svo aum og enginn útufráningur svo augljós að hann verði ekki að stórfrétt. Látid er eins og það séu undur og stórmerki þegar núverandi ríkisstjórn hverfur frá stefnu fyrri ríkisstjórnar og framfylgir eigin stefnu. Ekkert af þessu á þó að koma á óvart.“ (Sigmundur Davíð Gunnlaugsson, 2013). Forsætisráðherra tók fram í greininni að hann væri ekki að gagnrýna alla fjölmiðla þó hann hafi ekki beinlínis undanskilið neinn, en af samhenginu og þeim dæmum sem hann tók má ráða að hann var meðal annars að vísa til Ríkisútvarpsins. Hugmyndir um flokkspólítískar tengingar hinna ýmsu fjölmiðla hafa komið fram á undanförunum misserum og árum á sama tíma og íslenskt fjölmiðlaumhverfi hefur verið að færast frá flokksfjölmiðlun yfir til markaðsfjölmiðlunar. Þannig hafa viðskiptablokkir og hagsmunaöfl sem tengjast útgefendum og eigendum fjölmiðla verið samhliða með pólitískar tengingar sem hafa í raun viðhaldið ákveðinni tegund af flokksfjölmiðlun eða í það minnsta ákveðinni slíkri upplifun inn í markaðsmiðlunarumhverfið (Davíð Oddsson, 2004). Því er það að þrátt fyrir að helstu fjölmiðlar landsins fylgi ekki yfirlýstri flokkspólítískri stefnu, eru þeir gjarnan taldir af almenningi og stjórnmálamönnum styðja tilteknar stjórnmálastefnur eða hugmyndafræði umfram aðrar. Þessi umræða er sérstaklega vel þekkt úr sögu Ríkisútvarpsins sem ætíð hefur lagt ríka áherslu á pólitískt hlutleysi en hefur margoft á ólíkum tímum verið sakað um að draga taum tiltekinna stjórnmála-

afla (Gunnar Stefánsson, 1997; Guðjón Friðriksson, 2000; Birgir Guðmundsson, 2009). Þessi tortryggni gagnvart fréttastofum Útvarps og Sjónvarps hefur íðulega verið tengd tímabili flokksmiðlunar en gagnvart RÚV líkt og gagnvart fjölmiðlum almennt virðist sem þessi sögulegi arfur hafi lifað inn á tímabil markaðsfjölmiðlunar. Þannig segir Óðinn Jónsson, fréttastjóri RÚV, eftirfarandi um gagnrýni stjórnmalamanna á fréttastofuna í viðtali við Kjarnann í byrjun september 2013: „Þannig hefur það alltaf verið. Ég er mikill áhugamaður um sögu Ríkisútvarpsins og hvernig því hefur vegnað í öldurótinu frá stofnun 1930. Það kemur manni á óvart, og er í raun stórfurðulegt, hvað þetta hefur lítið breyst. Það hafa alltaf verið einhverjir karakterar þarna úti sem hafa verið mjög hátt stemmdir í gagnrýni sinni á Ríkisútvarpið og halda fram miklum samsæriskeningum. Þetta hafa verið sömu ræðurnar frá mönnum frá hægri og vinstri um að við séum tagl-hnýtingar þessara eða hinna. Við höfum alltaf svarað því til að við séum að vinna vinnuna okkar. Og það er enn okkar svar“ (Þórður Snær Júlíusson, 2013).

Frá flokksmiðlun til pólítískrar markaðsfjölmiðlunar

Þrátt fyrir að sagnfræði flokksmiðlunar geri með ýmsum hætti vart við sig í samtímanum hér á landi, er gagnrýni á pólítíska slagsíðu í fréttum þó ekki séríslenskt fyrirbæri. Í fræðilegri umræðu, einkum í Bandaríkjunum, hefur talsvert verið skrifað um upplifun bæði almennings og stjórnmalamanna af pólítískri slagsíðu í fréttum. Í því sambandi er fyrirbærið fjandsamleg fjölmiðlun (e. „hostile media phenomenon“) talsvert rannsakað. Í því felst að fjölmiðlaumfjöllun sem af óvilhöllum aðila er talin nokkuð hlutlaus er skynjuð sem hlutdræg og talin draga taum pólítískra andstæðinga af þeim sem hafa pólítíska skoðun eða stefnu tengda viðkomandi máli (Vallone et al. 1985; D’Alessio & Allen, 2000). Vissulega getur verið erfitt að ákveða með vissu hvort upplifun á pólítískri fréttaslagsíðu stafar af því að slagsíðan er raunveruleg, eða hvort aðrir þættir sem tengjast pólítískri afstöðu skipta meira máli. Hver svo sem raunin er í einstökum tilfellum, þá benda margar rannsóknir til að það þrátt fyrir að raunveruleg slagsíða sé ekki til staðar finnist fólki að um slíkt sé að ræða og því pólítískara sem fólk er, því líklegra er það til að telja að verið sé að hampa skoðunum andstæðinga umfram þess eigin afstöðu (Eveland Jr. & Dhavan, 2003).

Sé horft til þessara almennu rannsókna á fyrirbærinu um fjandsamlega fjölmiðlun og sögulegs bakgrunns íslenska fjölmiðlakerfisins, er rökrétt að álykta að margir stjórnmalamenn álíti að pólítísk slagsíða (e. bias) sé á íslenskum fjölmiðlum í ætt við það sem forsætisráðherra tjáði í grein sinni um „Fyrsta mánuð loftárása“. Flokksfjölmiðlun þreifst hér á landi fram undir síðustu aldamót. Umbyltingin sem Blumler & Kavanagh (1999) kölluðu „Þriðja skeið pólítískrar boðmiðlunar“ og felst m.a. í aukinni sérfræðipökkningu í boðmiðlun innan stjórnmalaflokka og mikilli fagvæðingu blaðamannastéttarinnar og fjölmiðla, hafði því styttri tíma til að þroskast en raunin var víða í nágrannalöndunum. Vissulega benda rannsóknir til að Íslendingar hafi náð tókum á flestum þeim nýjungum í pólítískri boðmiðlun sem fylgja hinni stafrænu tækni og eru einnig hluti af þessu þriðja skeiði pólítísku boðmiðlunarinnar, ekki síður en t.d. Norðmenn. Þannig er í nýlegri rannsókn (Birgir Guðmundsson 2013a) dregið fram mikilvægi heildstæðra

boðmiðlunaráætlanu í pólitískri boðmiðlun á stafrænum tímum í Noregi og á Íslandi og bent á að þær séu, ásamt fleiru, einkennandi fyrir bæði norska og íslenska flokka. Í því felst að stjórnmálaflokkarnir tefli með meðvitundum og skipulögðum hætti saman samskiptum sínum við og notkun á nýjum miðlum og hefðbundnum. Hins vegar kemur þar einnig fram að nokkurs munar gæti í afstöðu íslenskra stjórnmálamanna og norskra til hefðbundinna fjölmiðla á þann veg að þeir norsku telja blaðamenn almennt vinna undir formerkjum faglegrar nálgunar á meðan íslenskir kollegar þeirra telja að pólitískur undirtónn og nálgun sé sterk meðal blaðamanna. Talsverð umræða varð um það í fjölmiðlum síðsumars og á haustdögum 2012 að Framsóknarflokkurinn eða aðilar tengdir honum hefðu hug á að kaupa Fréttatímann. DV flutti þá fréttir af málinu og greindi frá því að framsóknarmenn teldu fjandskap blaðamanna í garð flokksins að einhverju leyti skýra slakt gengi hans í könnunum á þeim tíma. Í frétt DV sagði m.a.: „Af þessum sökum hafa aðilar tengdir Framsóknarflokknum, Sigmundi Davíð Gunnlaugssyni, formanni flokksins sem og Útgáfufélags Tímans sem um tíma rak vefsvæðið tíminn.is, gert að minnsta kosti tvö tilboð í Fréttatímann. Að flokkurinn eignist málgagn sem hafi ásýnd óháðs fjölmiðils er af hópi flokksmanna talið lykillinn að góðum árangri í næstu alþingiskosningum“ (DV,2012).

Þetta er ákveðin vísbending um að flokkspólitísk sjónarmið séu talin sterkari í íslenskum fjölmiðlum en til dæmis norskum, þrátt fyrir að fjölmiðlaumhverfið í báðum löndum einkennist af markaðsfjölmiðlun og þar með „innri fjölbreytni“ (e: internal diversity) helstu miðla. Ekki er ólíklegt að hér skipti máli að breytingin frá flokksmiðlun yfir í markaðsfjölmiðlun hófst nokkru síðar á Íslandi en í Noregi (Östbye og Aalberg, 2008) enda sýnir samanburður á pólitískri boðmiðlun á Norðurlöndum á grundvelli flokkunarmódelis Hallin og Mancini (2004) að þrátt fyrir að Norðurlöndin flokkist undir Norður-evrópskt fjölmiðlakerfi (Northern Europe Democratic Corporatist Model) hafa þau öll einnig sín sérkenni (Strömbäck, Ørsten og Aalberg, 2008).

Hallin og Mancini nota fjögur atriði til að greina fjölmiðlakerfin en það eru:

- a) Uppbygging og þróun fjölmiðlamarkaðarins (e: Media market structure), sem vísar m.a. til þess hvort útbreiðsla dagblaða hafi strax orðið almenn og prentmiðlar öðlast mikilvægi eða hvort ljósvakamiðlar leiki hlutfallslega stórt hlutverk.
- b) Flokksfylgni fjölmiðlanna (e: Political parallelism), eða að hve miklu leyti miðlar endurspeglu flokkakerfið.
- c) Fagmennska í blaðamennsku, sem snýst mest um sjálfstæði blaðamenskunnar og fagleg gildi.
- d) Hlutverk ríkisvaldsins, hvort ríkið skiptir sér af fjölmiðlunum, t.d. með blaðastyrkjum til að viðhalda fjölbreytni, hvort það heldur úti ríkisútvarpi eða setur t.d. lög sem takmarka eignarhald. (Hallin og Mancini, 2004 bls.21)

Norður-evrópska kerfið einkennist hvað varðar fyrstu tvö atriðin af því að frá fyrstu tíð voru dagblöð útbreidd og flokksfjölmiðlun var einkennandi lengst af tuttugustu aldar. Hins vegar hefur það verið að breytast á undanförunum áratugum þannig að markaðs-

miðlun hefur tekið við af flokksmiðluninni og innri fjölbreytni tekið við af ytri fjölbreytni á markaði (Hallin og Mancini, 2004, bls. 29). Í því felst að í staðinn fyrir að margir ólíkir miðlar dragi hver um sig fram ólík sjónarmið og pólítískar áherslur og skapi þannig í heild ákveðna fjölbreytni á umræðutorgi hugmyndanna, þá innbyrðir hver miðill fyrir sig þessa fjölbreytni og gerir henni faglega skil á einum stað á grundvelli sanngirni, jafnvægis og nákvæmni (Bennet, 2005). Þessi einkenni hafa að sumu leyti birtst í íslenskum veruleika (Ólafur Þ. Harðarson, 2008), en sérstaða landsins verður greinilegri þegar hugað er að seinni atriðunum tveim, fagvæðingu blaðamannastéttarinnar og afskiptum ríkisins.

Fagvæðing blaðamannastéttarinnar á Íslandi, sem m.a. vísar til sjálfstæðis hennar og sameiginlegra viðmiða og sjálfstjórnar, á sér stað nokkru síðar en í nágrannalöndum (Ólafur Þ. Harðarson, 2008). Umræða um sjálfstæði blaðamanna og fagleg gildi fer fyrst að verða áberandi um og upp úr aldamótunum síðustu, samhliða því að markaðsfjölmiðlun er að festa sig í sessi. Blaðamannaverðlaun, sem líta má á sem ákveðna vísbendingu um faglegar áherslur, eru sett á laggirnar árið 2003 (Birgir Guðmundsson, 2013b). Blaðamannafélag Íslands hefur hins vegar haldið úti siðanefnd og siðareglum frá því um miðjan sjöunda áratug síðustu aldar, sem er mikilvægur þáttur í sjálfstæði og fagmennsku stéttarinnar. Engu að síður eru enn uppi mjög ólík sjónarmið innan stéttarinnar um hver séu í raun þau grundvallar faglegu gildi sem eigi að vera í slíkum reglum. Þannig hefur á undanförunum misserum ekki náðst samstaða innan stéttarinnar um endurskoðun á þessum reglum, þrátt fyrir að ýmsar tillögur hafi verið útfærðar og settar fram, m.a. á aðalfundum Blaðamannafélagsins (Blaðamannafélag Íslands, 2012).

Afskipti ríkisvaldsins af íslenskum fjölmiðlamarkaði, önnur en þau sem felast í að halda úti Ríkisútvarpi, hafa verið mjög takmörkuð. Reglur sem stuðla eiga að fjölbreytni eða dreifa eignarhaldi, sem nú eru í Lögum um fjölmiðla sem síðast var breytt 2011 en eru að stofni til frá 2010, hafa komið seint fram og ekki haft í för með sér mikil inngríp í markaðinn. Breytingin frá flokksfjölmiðlun yfir í markaðsfjölmiðlun hefur því ekki einvörðungu orðið á tiltölulega stuttum tíma, heldur hefur hún einnig átt sér stað í umhverfi sem er lítið regluvætt og samþjöppun á eignarhaldi hefur verið mikil (Ragnar Karlsson, 2005). Fáir efnahagslega sterkir og valdamiklir aðilar eignuðust fjölmiðlana og samhliða urðu til tengingar milli pólítískra flokka og viðskiptablokka sem áttu fjölmiðla. Til varð ný staða sem kalla má „pólítíska markaðsfjölmiðlun“ sem þróaðist í samspili mikillar samþjöppunar eignarhalds, losaralegs regluverks um fjölmiðla, bernsku fagvæðingar blaðamannastéttarinnar og nokkurra séríslenskra einkenna stjórnmálakerfisins. Meðal þessara einkenna stjórnmálakerfisins má nefna annars vegar tilhneingingu til pólítískrar fyrirgreiðslu og veika hefð skynsemissjórnarsýslu (e: rational-legal authority) og hins vegar tilhneingingu til meirihlutaráðis (e: majoritarian democracy) (Ólafur Þ. Harðarson, 2008, bls.80-81). Bæði þessi atriði koma við sögu í almennri skilgreiningu á pólítískum áhrifaþáttum í módeli Hallin og Mancini (2004). Þessi pólítíska markaðsfjölmiðlun lýsti sér í því að miðlar voru jöfnum höndum kenndir við viðskiptablokkirnar sem áttu þá og þá stjórnmálaflokka sem taldir voru tengjast þessum hagsmunaaðilum. Þannig talaði Davíð Oddsson, þáverandi formaður Sjálfstæðisflokksins og ýmsir fleiri

ráðamenn í flokknum, um „Baugsmiðla“ og að Samfylkingin undir forustu Ingibjargar Sólrúnar Gísladóttur væri bæði skjólstaðingur þeirra og talsmaður (Björn Bjarnason, 2004). Sömu leiðis var Morgunblaðið og Árvakur, útgáfufélag þess, flokkað í hagsmunabandalag með Sjálfstæðisflokki, þróun sem síðan hefur gengið enn lengra eftir að Davíð Oddsson settist þar á ritstjórástól.

Markaðsvæðing fjölmiðlaumhverfis í Norður-evrópska kerfinu hefur almennt verið talin leiða lönd í átt að frjálslyndiskerfi þar sem fagmennska, óhlutdrægni gagnvart stjórnámálum – innri fjölbreytni – sé ríkjandi. Þetta er þó ekki einhlítt og á það hefur verið bent að jafnvel í löndum þar sem frjálslyndiskerfi hefur verið sterkast hafi á síðustu árum einnig komið upp tenging milli fjölmiðlafyrirtækja og stjórnámálaflokka eða stjórnámalahreyfinga. Markaðsvæðingin geti þannig ekki einvörðungu unnið gegn flokksfjölmiðlun, eins og almenna kenningin gerir ráð fyrir, heldur geti hún í sumum tilfellum einmitt stuðlað að flokksfjölmiðlun eða endurnýjað hana þar sem fjölmiðlafyrirtæki sjái sér viðskiptalegan hag í að tengjast tilteknum flokkum eða stefnum. Því kunni að vera, þegar allt kemur til alls, að markaðsvæðingin vinni ekki endilega gegn flokksmiðlun eða ytri fjölbreytni (Strömbäck, Ørsten og Aalberg, 2008).

Tilgátur og rannsóknarspurningar

Þegar umræðan um íslenska fjölmiðla og flokkspólítík – eins og hún birtist m.a. í tilvitnuðum orðum Sigmundar Davíðs Gunnlaugssonar og Óðins Jónssonar hér að framan – er skoðuð, virðist sem tiltrú íslenskra stjórnámálamanna og traust þeirra til faglegrar nálgunar fjölmiðla hér á landi sé ekki mikil. Á sama tíma er gagnrýni af hálfu stjórnámálamanna ekki tekin mjög alvarlega af fjölmiðlamönnum sem líta ekki á stjórnámálamenn sem gjaldgenga matsmenn um fagleg vinnubrögð og jafnvægi í fréttaflutningi.

Í ljósi þeirra fræðilegu hugmynda sem hér hafa lauslega verið reifaðar beinist athyglín sérstaklega að tveimur atriðum, eða hugsanlegum skýringum, í þessu sambandi.

Í fyrsta lagi virðist nálægð sögunnar og flokkspólítískrar arfleifðar svo sterk á Íslandi að hún setur enn mark sitt á umræðuna um fjölmiðla og stjórnámál. Þetta má m.a. rekja til þess að markaðsvæðing fjölmiðla varð í lítt regluvæddu umhverfi með mikilli samþjöppun eignarhalds þar sem pólitísk bandalög mynduðust milli stjórnámálaflokka eða fylkinga og eigenda stórra fjölmiðlafyrirtækja sem mynduðu það sem hér hefur verið kallað pólitísk markaðsfjölmiðlun.

Í öðru lagi virðist sem fyrirbærið fjandsamleg fjölmiðlun (e: hostile media phenomenon) geti skipt máli hvað varðar upplifun stjórnámálamanna af umfjöllun fjölmiðla. Slíkt hefur ekki verið kannað hér á landi svo neinu nemi og ekki eru fyrir hendi upplýsingar sem hægt er að byggja á varðandi það hvort fréttaflutningur fjölmiðla sé í raun hlutdrægur eða hallur undir tiltekna flokka eða sjónarmið. Þó benda niðurstöður rannsóknar Rannsóknarmiðstöðvar Háskólans á Akureyri frá 2004 um fréttaflutning Stöðvar 2 og Ríkisútvarpsins af fjölmiðlafrumvarpsmálum til þess að fyrirbærið fjandsamleg fjölmiðlun hafi skipt máli í þeirri umræðu (Kjartan Ólafsson, 2004).

Fjórar tilgátur spretta fram úr umræðunni hér að framan um þróunina á Íslandi. Í

fyrsta lagi gefur hinn pólítíska markaðsfjölmiðlun, sem svo var nefnd hér að framan, til-efni til að ætla að íslenskir stjórnmálamenn líti svo á að fjölmiðlakerfið á Íslandi sé enn að verulegu leyti byggt á flokksmiðlun og telji því mikilvægt fyrir sig og sinn flokk að hafa sérstakt málagn til að koma skoðunum sínum á framfæri, hvort heldur sem er með því að halda úti hefðbundnum miðli eða nýmiðli af einhverju tagi. Það leiðir til fyrstu tilgátunnar:

Tilgáta 1: Þrátt fyrir markaðsfjölmiðlun og innri fjölbreytni á íslenskum fjölmiðlamarkaði telja íslenskir stjórnmálamenn mikilvægt að hafa eigið málagn til að styrkja pólítíska boðmiðlun sína.

Í beinu framhaldi af þessari fyrstu tilgátu og þeirri röksemdafærslu sem að baki henni liggur og byggir m.a. á hugmyndinni um pólítíska markaðsfjölmiðlun, verður að gera ráð fyrir að íslenskir stjórnmálamenn séu lítt sannfærðir um að markaðsmiðlar séu óháðir flokkum og stjórnmálasamtökum. Sérstaklega má gera ráð fyrir að þeir flokkar sem ekki tengjast hagsmunum eða með sögulegum hætti flokksmiðlun telji fjölmiðlana háða flokkum. Á þeim grunni kemur fram önnur tilgáta:

Tilgáta 2: Hugmyndin um pólítíska tengingu helstu fjölmiðla er sterk meðal íslenskra stjórnmálamanna, sérstaklega þeirra sem tilbeyra nýjum flokkum eða framboðum.

Í ljósi tveggja fyrstu tilgátanna, sem vísa til þróunarinnar frá flokksmiðlun yfir til markaðsmiðlunar í íslensku samhengi, má gera ráð fyrir að stjórnmálamenn hafi tiltekna hugmyndir um hvernig og hvaða flokkum hinir ýmsu fjölmiðlar tengjast, hvort fjölmiðlarnir hafa hægri eða vinstri slagsíðu. Þar kemur einnig til hugmyndin um „fyrirbærð fjandsamleg fjölmiðlun“, sem ætti einnig að hafa áhrif á hvernig stjórnmálamenn upplifa pólítíska slagsíðu helstu fjölmiðla. Það dregur fram þriðju tilgátuna:

Tilgáta 3: Það ræðst af því hvar í flokki íslenskir stjórnmálamenn standa hvernig þeir flokka pólítíska slagsíðu helstu fjölmiðla.

Mikilvægur hluti af umbreytingunni úr flokksmiðlun yfir í markaðsfjölmiðlun og úr ytri fjölbreytni fjölmiðlamarkaðar yfir til innri fjölbreytni er, sem áður segir, fagvæðing blaðamannastéttarinnar (e: professionalisation). Í ljósi hinnar sérstöku þróunar á Íslandi um pólítíska markaðsfjölmiðlun, sem m.a. er dregin fram í tilgátunum hér að ofan, er ólíklegt að stjórnmálamenn á Íslandi telji fagleg sjónarmið ráða ferðinni í stjórnmálafréttum helstu fjölmiðla á Íslandi. Þannig kemur fram síðasta tilgáta sem er eftirfarandi:

Tilgáta 4: Íslenskir stjórnmálamenn hafa litla trú á faglegum vinnubrögðum íslenskra blaðamanna sem fjalla um stjórnmál.

Saman geta þessar fjórar tilgátur varpað gagnlegu ljósi á viðhorf stjórnmálamanna til fjölmiðla og það vantraust sem oft hefur birst og tilvitnuð grein Sigmundar Davíðs Gunnlaugssonar forsætisráðherra og viðbrögð Óðins Jónssonar fréttastjóra RÚV eru dæmi um. Til að kanna sannleiksgildi þessara tilgátna var varpað fram tveimur almennum rannsóknarspurningum. Annars vegar spurningunni: Hver eru viðhorf íslenskra stjórnmál-

málamanna til pólitískis óhæðis og fagmennsku íslenskra fjölmiðla og fjölmiðlamanna? Hins vegar spurningunni: Hversu miklu máli telja íslenskir stjórnmálamenn það skipta fyrir stjórnmálaflokk að hafa eigið málagn?

Aðferð og mælitæki

Til að svara þessum spurningum var gerð lýsandi samanburðarrannsókn í formi vefkönnunar meðal frambjóðenda í öllum kjördæmum og var könnunin opin á meðan á kosningabaráttunni stóð, frá 17. apríl og fram yfir kjördag þann 27. apríl 2013. Sendar voru út 3 ítrekanir, tvær fyrir kjördag og ein á kjördag, þannig að þeir sem ekki höfðu gefið sér tíma til að svara fyrr gætu gert það eftir að kosningu lauk. Þýðið var allir sem buðu sig fram fyrir kosningarnar til Alþingis 2013, en úrtakið var 5-7 efstu frambjóðendur á öllum listum. Miðað var við að fá 5 efstu menn á öllum listum hjá nýjum framboðum, en 7 efstu hjá þeim flokkum sem áður höfðu boðið fram. Ellefu framboð komu fram í öllum kjördæmum, en samtals voru fimmtán listabókstafir/framboð í kjöri, þegar þau framboð sem ekki buðu fram í öllum kjördæmum eru talin með. Alls var könnunin send á 401 frambjóðanda og 241 svaraði eða rétt rúmlega 60%. Ef hins vegar einungis er miðað við frambjóðendur í flokkum sem buðu fram í öllum kjördæmum þá var könnunin send á 371 frambjóðanda og af þeim svöruðu 226, sem er tæplega 61%. Ágætt jafnvægi var í fjölda svara milli flokka og enginn flokkur var hlutfallslega of stór eða lítill í svöruninni í heild. Kynjahlutföll voru 54% karlar á móti 46% kvenna. Aldursdreifingin var þannig að álíka margir voru í aldurshópnum 31-40 ára, 41-50 ára og 51-60 ára eða 25% í hverjum um sig. Síðasti fjórðungur svarenda skiptist milli aldurshópsins 18-30 ára og 61 árs eða meira þannig að 14% voru í ygnri hópnum og 11% í þeim eldri. Skipting svarenda milli kjördæma var tiltölulega jöfn, en flestir komu þó úr Reykjavíkurborg kjördæmunum eða milli 18-19% af heildinni og fæstir úr Suðurkjördæmi eða 15,3% af heildinni.

Fimm spurningar í könnuninni snerust með ýmsum hætti um viðhorf til hæðis og óhæðis fjölmiðla, fagmennsku og hvernig frambjóðendur flokkuðu tiltekna fjölmiðla og verður um þær fjallað hér. Í könnuninni var spurt um ýmislegt fleira og voru þessar spurningar því hluti af umfangsmeiri könnun. Mikilvægt er að draga fram þann fyrirvara að svarendur gátu sleppt að svara spurningum og nýttu svarendur sér það nokkuð í seinni hluta könnunarinnar, þar sem þær spurningar sem hér er fjallað um voru. Svarhlutfallið í þessum spurningum er því umtalsvert lægra en í könnuninni í heild og fór allt niður í milli 160 -170 svör eða 43-44%. Þrátt fyrir lægra svarhlutfall í þessum spurningum virðist samsetning svarenda ekki hafa breyst til muna frá því sem var í heildarsvöruninni eins og samanburður út frá bakgrunnsbreytum um flokk, kyn, aldur og kjördæmi sýnir. Þó kemur í ljós að kynjahlutfall í spurningunum sem hér er fjallað um sé heldur karl-lægara eða 60% á móti 40%. Einnig að frambjóðendur Dögunar og Bjartrar framtíðar hafi hlutfallslega örlítið meiri vigt en í heildarsvöruninni og að Norðurkjördæmin hafi heldur minni vigt en í heildarsvöruninni. Að öðru leyti er samsetning svarenda í þessum spurningum nánast eins og hún er í heildarsvöruninni. Þegar síðan haft er í huga að hér er ekki um tilviljunarúttak að ræða, að fjöldi svara er umtalsverður og svarendahópurinn

endurspeglar þýðið nokkuð vel, ætti þetta ekki að hafa veruleg áhrif á alhæfingargildi könnunarinnar.

Spurningar sem hér eru sérstaklega skoðaðar eru þessar:

- Hversu miklu eða litlu telur þú það skipta fyrir stjórn mála flokk að hafa eigið mál-gagn?
- Telur þú landsdekkandi hefðbundna (ljósvaki og prentmiðlar) íslenska fjölmiðla í dag almennt óháða stjórn mála flokkum?
- Ef meta ætti hlutleysi eða hlutdrægni fréttar og efnistöð landsdekkandi fjölmiðla (að undanskildum leiðaraskrifum) á kvarða frá einum til fimm þar sem 1= alveg hlutlaus og 5= mjög hlutdrægur, hvaða einkunn myndir þú gefa eftirfarandi miðlum: (Fréttablaðið, Morgunblaðið, DV, Viðskiptablaðið, Fréttastofa RÚV, Fréttastofa Stöðvar 2/Bylgjunnar)?
- Ef meta ætti í hvaða átt hugsanleg hlutdrægni fréttar og efnistaka landsdekkandi fjölmiðla beinist, hvernig myndir þú flokka miðlana á vinstri-hægri ás? (Valkostir gefnir: styður vinstri-stefnu; styður vinstri-miðjustefnu; styður miðjustefnu; styður hægri miðjustefnu; styður hægri-stefnu; styður enga stefnu umfram aðra.)
- Hversu sammála eða ósammála ertu eftirfarandi fullyrðingu: „Fréttamat blaða- og fréttamanna á stærri og landsdekkandi fjölmiðlum varðandi íslensk stjórn mála mótast fyrst og fremst af almennum faglegum sjónarmiðum.“ (Valkostir gefnir: mjög sammála; frekar sammála; hvorki sammála né ósammála; frekar ósammála; mjög ósammála.)

Notast var við vefkönnunarforritið SurveyMonkey og Rannsóknarmiðstöð Háskólans á Akureyri sendi könnunina út og annaðist framkvæmd hennar.

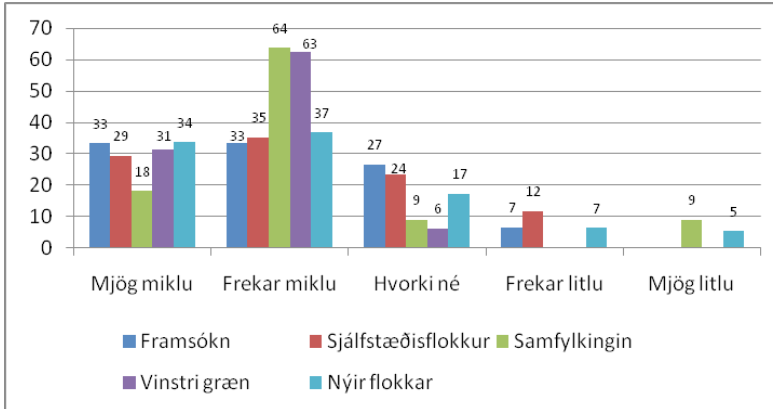
Niðurstöður

Almennt virðast niðurstöðurnar styðja við tilgátturnar sem settar voru fram hér að fram-an en þó misjafnlega vel og blæbrigðin eru athyglisverð. Hér á eftir verður gerð grein fyrir niðurstöðum úr viðhorfskönnuninni og hver spurning fyrir sig skoðuð sérstaklega. Í lokin verða þessar niðurstöður dregnar saman og túlkaðar.

Mikilvægi málgagns

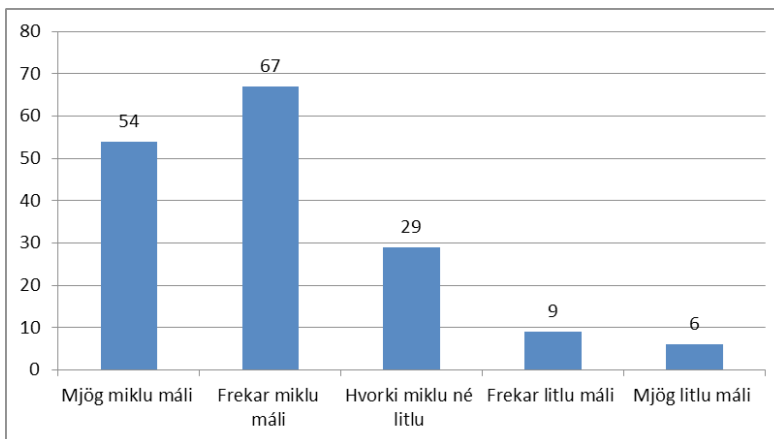
Varðandi mikilvægi þess að hafa eigið mál-gagn virðast íslenskir stjórn mála menn nokkuð einhuga um að slíkt sé heppilegt fyrir stjórn mála flokka. Þannig segja 73,3% þeirra sem svöruðu þessari spurningu að það skipti mjög miklu eða frekar miklu máli fyrir flokk að hafa sitt eigið mál-gagn. Þegar gömlu stjórn mála flokkarnir fjórir, Sjálfstæðisflokkur, Framsóknarflokkur, Samfylking og Vinstri grænir og ný framboð í kosningunum 2013 sem buðu fram í öllum kjördæmum eru skoðuð kemur í ljós að mynstrið er nokkuð ólíkt milli flokka og fylkinga (Sjá mynd 1).

Mynd 1. Hér má sjá hlutfallslegan fjölda (%) svara við spurningunni: Hversu miklu máli telur þú það skipta fyrir stjórnálflokk að hafa eigið málagn? Eins og sjá má telja langflestir að það skipti mjög eða frekar miklu máli



Þannig kemur fram áherslumunur milli Samfylkingar og þó einkum Vinstri grænna og annarra flokka um hversu mikilvægt það er fyrir flokk að hafa málagn, en talsverður hópur framsóknar- og sjálfstæðismanna telur þetta hvorki skipta miklu né litlu máli. Athygli vekur að nýir flokkar og framboð skera sig ekki sérstaklega úr hvað þetta varðar og eru á svipuðu róli og gömlu flokkarnir. Í heildina er niðurstaðan þó afgerandi um að stjórnálflokkur telja flokksmálagn mikilvægt fyrir pólitíska boðmiðlun í samtímanum (Sjá má á mynd 2).

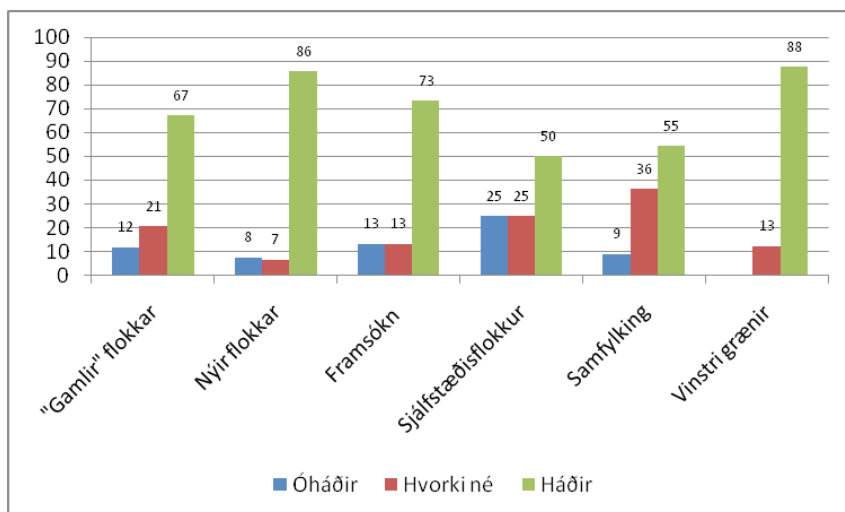
Mynd 2. Hér má sjá hvernig svör allra frambjóðenda skiptust við spurningunni: „Hversu miklu eða litlu máli telur þú það skipta fyrir stjórnálflokk að hafa eigið málagn?“ Gildin sína fjölda svara, en alls svöruðu 165 frambjóðendur þessari spurningu



Háðir eða óháðir flokkum

Afgerandi niðurstaða kom einnig fram varðandi viðhorf stjórnmalamanna til þess hvort helstu fjölmiðlar væru háðir eða óháðir stjórnmalaflokkum. Séu svör allra skoðuð kemur í ljós að 79,3% svarenda telja helstu landsdekkandi fjölmiðla frekar eða mjög háða stjórnmalaflokkum. Þeir sem telja fjölmiðla vera mjög eða frekar óháða eru ekki nema 9,1% svarenda, en 11,6% segja fjölmiðla hvorki háða né óháða fjölmiðlun.

Mynd 3. Myndin sýnir hlutfallsskiptingu svara varðandi spurningu um hvort fjölmiðlar væru háðir eða óháðir flokkum. "Háðir" eru samtala þeirra sem sögðu þá mjög eða frekar háða. "Óháðir" er samtala þeirra sem sögðu fjölmiðla mjög eða frekar óháða stjórnmalaflokkum



Eins og sjá má á mynd 3, kemur fram nokkur munur milli flokka varðandi þessa spurningu. Bæði Sjálfstæðisflokkur og Samfylking hafa nokkra sérstöðu því stjórnmalamenn í þessum flokkum telja mun síður en aðrir að fjölmiðlar séu háðir stjórnmalaflokkum en hinir. Einungis annar hver sjálfstæðismaður og um 55% samfylkingarfólks telur fjölmiðla háða flokkum á meðan sambærilegar tölur fyrir framsóknarmenn er 73% og 88% hjá frambjóðendum Vinstri grænna. Meðaltal nýju framboðanna sem buðu fram í öllum kjördæmum er nálægt því sem það er hjá Vg en 86% frambjóðenda nýju flokkanna telja fjölmiðla frekar eða mjög háða stjórnmalaflokkum. Full ástæða er að halda til haga þessari sérstöðu Sjálfstæðisflokks og Samfylkingar og draga fram að mun meiri líkindi eru hvað þetta varðar með frambjóðendum Framsóknarflokks og Vinstri grænna annars vegar og nýjum flokkum hins vegar, en á milli framsóknarmanna og vinstri grænna og svo hinna „gömlu“ flokkanna. Þessi munur er ekki síst áhugaverður í ljósi þess að umræðan um pólítísk áhrif flokka á fjölmiðla hefur að mestu snúist um tengsl mikilvægra miðla við Sjálfstæðisflokk annars vegar og Samfylkingu hins vegar eins og dregið var fram hér að framan.

Hlutleysi eða hlutdrægni

Íslenskir stjórnmálamenn virðast almennt ekki telja helstu fjölmiðla landsins hlutlaus í fréttaumfjöllun sinni og efnistöfum. Samkvæmt niðurstöðu könnunarinnar er meðaleinkunn fjölmiðlanna í heild 3,62 á skala frá 1 og upp í 5 þar sem 5 merkir mjög hlutdrægur og 1 alveg hlutlaus. Skiptingin er hins vegar misjöfn milli miðla og Morgunblaðið er í talsverðum sérflokki með einkunnina 4,45 og er eini miðillinn sem fær einkunn hærrí en 4 á þessum fimm þrepa hlutdrægnis-hlutleysis mælikvarða.¹ Viðskiptablaðið er næst í röðinni með einkunnina 3,73 en Fréttastofa RÚV er lægst með einkunnina 3,11. Allir miðlarnir eru þannig nokkuð fyrir ofan miðju skalans og þjappa sér á bilið milli 3-4 nema Morgunblaðið sem fer yfir 4 eins og áður segir (sjá töflu 1).

Svo virðist sem stjórnmálamenn úr öllum flokkum séu sammála um að Morgunblaðið sé verulega hlutdrægt í umfjöllun sinni og hlutdrægara en aðrir miðlar. Aðeins sjálfstæðismenn gefa Morgunblaðinu svipaða einkunn og öðrum miðlum og fær það t.d. sömu einkunn og Fréttablaðið frá þeim. Bæði Fréttablaðið og Morgunblaðið fá hins vegar umtalsvert lægri einkunn en DV, sem sjálfstæðismenn telja að sé hlutdrægasti miðillinn. Þar eru sjálfstæðismenn og framsóknarmenn sammála en framsóknarmenn virðast þó almennt telja fjölmiðla mun hlutdrægari en sjálfstæðismenn.

Tafla 1. Hér má sjá einkunnir sem frambjóðendur gáfu fjölmiðlum á fimm þrepa mælikvarða þar sem einkunnin 1= alveg hlutlaus og einkunnin 5= mjög hlutdrægur. Eins og sjá má í neðstu línu töflunnar er RÚV talið minnst hlutdrægt en Morgunblaðið hlutdrægast. Breytileikinn er hins vegar umtalsverður eftir flokkum

Flokkur	Fréttablaðið	Morgunblaðið	DV	Viðskiptablaðið	RÚV	Stöð 2 / Bylgjan	Meðal eink. frá flokki
Björt framtíð	2,17	4,89	2,67	3,72	2,28	3,06	3,13
Framsóknarflokkur	4,13	4,14	4,27	3,87	3,53	3,27	3,87
Sjálfstæðisflokkur	3,41	3,41	4,12	2,76	3,24	3,18	3,35
Hægri grænir	3,92	4,33	3,42	3,42	3,92	3,50	3,75
Flokkur heimilanna	4,14	4,07	3,57	4,31	4,14	4,00	4,04
Regnboginn	4,30	4,30	3,30	3,80	3,70	4,20	3,93
Lýðræðisvaktin	3,40	4,80	2,30	3,78	2,60	3,40	3,38
Samfylkingin	2,45	5,00	2,27	3,70	2,00	3,27	3,12
Dögun	4,00	4,68	2,84	3,89	3,21	4,32	3,82
Vinstri græn	3,40	4,87	2,33	4,40	2,40	3,67	3,51
Píratar	4,11	4,89	3,11	3,67	2,67	3,67	3,69
Meðaleinkunn alls	3,66	4,45	3,14	3,73	3,11	3,61	3,62

Athygli vekur að allt önnur mynd birtist þegar viðhorf samfylkingarmanna er skoðað, en þeir telja Morgunblaðið mjög hlutdrægt (einkunn 5!) en Fréttablaðið og DV skora tiltölulega lágt. Svipað mynstur kemur fram hjá Vinstri grænum varðandi Morgunblaðið og DV en þeir telja hins vegar Fréttablaðið mun hlutdrægara en samfylkingarmenn gera. Þessi saga endurtekur sig þegar viðhorf þessara gömlu flokka til RÚV er skoðað. Það gefur tilefni til að skoða þetta í samhengi stjórnmalafylkinga eða blokka, stjórnarliða og stjórnarandstæðinga (bæði frá kjörtímabilinu 2009-2013 og yfirstandandi tímabili). Ákveðin líkindi eru með einkunnagjöf Samfylkingar og Vg annars vegar og Sjálfstæðisflokks og Framsóknar hins vegar. Samfylkingarmenn og vinstri grænir telja RÚV mun síður hlutdrægt en stjórnmalamenn úr Sjálfstæðisflokki og Framsóknarflokki. Þannig telur Samfylkingin Fréttablaðið, DV og RÚV áberandi hlutlausust í umfjöllun sinni og Morgunblaðið áberandi hlutdrægast. Vinstri grænir eru sammála þeim hvað varðar RÚV, DV og Morgunblaðið en ekki varðandi Fréttablaðið. Sjálfstæðismenn hins vegar leggja Morgunblaðið og Fréttablaðið að jöfnu hvað hlutdrægni varðar og á meðan RÚV er heldur hlutlausara þá telja þeir DV hlutdrægast allra miðla. Framsóknarmenn sýna nákvæmlega sama mynstur nema hvað gildin eru talsvert hærri en hjá sjálfstæðismönnum og munurinn á milli dagblaðanna og RÚV heldur meiri.

Viðhorf stjórnmalamanna úr nýjum flokkum eru nokkuð innbyrðis ólík og þau er ekki hægt að fella með góðu móti undir einn hatt. Flestir þessara flokka telja þó fjölmiðlana verulega hlutdræga og gefa háar einkunnir. Þó vekur athygli að bæði Björt framtíð og Lýðræðisvaktin falla nokkuð í svipað mynstur og vinstri blokk Samfylkingar og Vinstri grænna.

Hvorki Viðskiptablaðið né Fréttastofa Stöðvar 2/Bylgjunnar falla með sama hætti inn í það mynstur sem hér hefur verið nefnt en athygli vekur að einkunnagjöfin er talsvert ólík eftir flokkum. Þannig fær t.d. Viðskiptablaðið lægstu einkunnina hjá sjálfstæðismönnum en þá næst hæstu hjá vinstri grænum.

Hægri eða vinstri slagsíða

Miðað við einkunnagjöfina um hlutleysi og hlutdrægni miðlanna kemur ekki á óvart að Morgunblaðið er með mjög afgerandi hætti sagt styðja hægri stefnu. Um 83% stjórnmalamanna telja blaðið styðja hægri stefnu og tæp 95% telja það styðja hægri eða hægri miðjustefnu. Morgunblaðið og Viðskiptablaðið, sem 64,6% svarenda segja styðja hægri stefnu og rúm 82% að styðji hægri eða hægri miðjustefnu, eru tvímælalaust miðlar hægri stefnu í huga íslenskra stjórnmalamanna. Tveir miðlar skera sig nokkuð úr fyrir að stjórnmalamenn telja þá ekki styðja eina stefnu umfram aðra. Þetta eru DV, en tæpur þriðjungur svarenda nefnir þennan valkost og í minni mæli Fréttastofa RÚV þar sem um fimmtungur svarenda nefnir þennan kost. Þetta er einnig athyglisvert vegna þess að í heild eru þetta líka þeir miðlar sem flestir telja að styðji vinstri- eða vinstri miðjustefnu. Hægri slagsíða kemur í heild fram hjá Fréttastofu Stöðvar 2/Bylgjunnar en Fréttablaðið er sagt í álíka ríkum mæli styðja einhvers konar hægri og vinstri stefnu.

Eins og fram kemur í töflu 2 er breytilegt eftir flokkum hvernig stjórnámálamenn staðsetja fjölmiðla á hægri-vinstri stefnuási. Athygli vekur að ekki ósvipað myndstur má sjá í þessum svörum og kemur fram í einkunnagjöf stjórnámálamanna fyrir hlutleysi hér að framan. Þannig er hægt að greina líkindi með viðhorfum í vinstri blokk Samfylkingar og Vinstri grænna gagnvart staðsetningu fjölmiðlanna og sömu leiðis eru ákveðin líkindi með mati stjórnámálamanna úr borgarlegri blokk Framsóknar- og Sjálfstæðisflokks. Skarpastur er þessi munur í afstöðu flokkanna til fjögurra miðla: Fréttablaðsins, DV, RÚV og Fréttastofu Stöðvar2/Bylgjunnar.

Fréttablaðið er af framsóknarfólki talið hafa vinstri slagsíðu og enginn framsóknarframbjóðandi telur blaðið vera til hægri. Sjálfstæðismenn staðsetja blaðið einnig að stórum hluta vinstra megin við miðju, en jafn stór hluti þeirra telur blaðið vera á miðjunni. Tiltölulega lítill hluti sjálfstæðismanna telur blaðið hægri sinnað. Nær gagnstæð mynd blasir við þegar viðhorf samfylkingarfólks og Vinstri grænna eru skoðuð. Enginn frambjóðandi Vinstri grænna telur blaðið vera til vinstri og aðeins 9% samfylkingarfólks telur blaðið vinstra megin við miðju. Hins vegar telja 88% Vinstri grænna blaðið til hægri á meðan samfylkingarfólk flokkar blaðið ýmist á miðjuna, til hægri eða þá óháð stefnum. Borgaralega blokkinn í stjórnámálum hefur því tilhneigingu til að líta á Fréttablaðið sem vinstra eða vinstra miðjublað á meðan vinstri blokkinn sér það sem óháð, miðju- og/eða hægriblað.

Tafla 2. Hér má sjá hlutfallstölur um það hvernig stjórnmálamenn flokkanna sem buðu fram í öllum kjördæmum flokkuðu fjölmiðlana á hægri-vinstri stefnuási. Sérstaklega eru greindir „gömlu flokkarnir“ fjórir, og síðan ný framboð sem buðu fram í öllum kjördæmum. Einnig má sjá neðst í töflunni samantekt á þessari flokkun fyrir alla stjórnmálaflokka, bæði þá sem buðu fram í öllum kjördæmum og þá sem buðu fram í einu eða tveimur kjördæmum

	Styður vinstri stefnu %	Styður vinstri miðju stefnu %	Styður miðju stefnu %	Styður hægri miðju stefnu %	Styður hægri stefnu %	Engin stefna umfram aðra %
Framsóknarflokkur						
Fréttablaðið	20	80	0	0	0	0
Morgunblaðið	0	0	0	33	67	0
DV	47	27	7	0	7	13
Viðskiptablaðið	0	0	0	13	67	20
RÚV	27	47	7	7	0	13
Stöð 2/Bylgjan	13	40	13	7	0	27
Sjálfstæðisflokkur						
Fréttablaðið	6	35	41	6	6	6
Morgunblaðið	0	0	6	35	53	6
DV	35	41	6	0	0	18
Viðskiptablaðið	0	0	18	6	65	12
RÚV	18	71	0	0	0	12
Stöð 2/Bylgjan	6	35	35	12	0	12
Samfylking						
Fréttablaðið	0	9	36	18	9	27
Morgunblaðið	0	0	0	0	100	0
DV	9	36	27	0	0	27
Viðskiptablaðið	0	0	0	50	40	10
RÚV	0	9	18	18	0	55
Stöð 2/Bylgjan	0	0	18	36	27	18
Vinstri græn						
Fréttablaðið	0	0	13	63	25	0
Morgunblaðið	0	0	0	0	87	13
DV	0	25	31	6	0	38
Viðskiptablaðið	0	0	0	6	81	13
RÚV	0	0	13	47	13	27
Stöð 2/Bylgjan	0	0	6	38	44	13
Nýir flokkar						
Fréttablaðið	12	16	22	24	14	11
Morgunblaðið	0	1	0	8	89	2
DV	12	26	17	5	4	37
Viðskiptablaðið	1	1	4	21	63	10
RÚV	10	26	12	22	10	21
Stöð 2/Bylgjan	10	8	23	30	17	12
Allir flokkar						
Fréttablaðið	9	24	23	24	12	8
Morgunblaðið	0	1	1	12	83	3
DV	16	28	19	4	3	31
Viðskiptablaðið	1	1	6	18	65	11
RÚV	11	27	13	20	9	21
Stöð 2/Bylgjan	6	13	20	28	18	14

Þegar afstaða flokkanna til DV er skoðuð má sjá að borgaralega blokkinn lítur með afgerandi hætti á blaðið sem málsvara sjónarmiða vinstra megin við miðju. Þetta á hins vegar mun síður við um samfylkingarfólk sem sér DV ýmist sem vinstra miðjublað eða þá sem óháð. Hjá Vinstri grænum er sama uppi á teningnum og hjá samfylkingarfólki nema hvað þar segja nokkru fleiri blaðið vera miðjublað eða óháð.

Munurinn milli blokkanna tveggja er þó skýrastur þegar kemur að afstöðu þeirra til Fréttastofu RÚV. Borgaralega blokkinn, framsóknarmenn og sjálfstæðismenn, staðsetja Fréttastofu RÚV með mjög afgerandi hætti vinstra megin við miðju. Hins vegar telja hvorki frambjóðendur Samfylkingar né Vinstri grænna RÚV hallast til vinstri. Samfylkingarfólk staðsetur RÚV á miðjunni eða rétt hægra megin við miðju, en þó að langstærstu leyti (55%) sem óháð og styðja enga stefnu umfram aðra. Tæpur helmingur frambjóðenda Vinstri grænna staðsetur RÚV hins vegar rétt hægra megin við miðju en einnig telur stór hluti þeirra að RÚV sé óháð og styðji enga stefnu umfram aðra.

Viðhorf frambjóðenda til Fréttastofu Stöðvar 2/Bylgjunnar sýnir sumpart spegilmynd af viðhorfunum til hinna þriggja miðlanna sem hér eru teknir út. Borgaralega blokkinn lítur til Stöðvar 2/Bylgjunnar sem stuðningsaðila miðjustefnu, vinstri miðjustefnu eða sem óháða stefnum, á meðan frambjóðendur vinstri blokkarinnar telja hana styðja hægri stefnu.

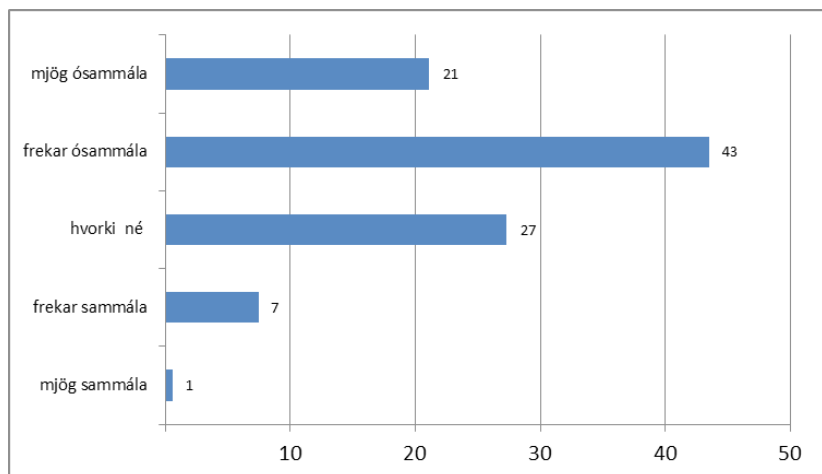
Sú mynd sem teiknast upp þegar frambjóðendur gömlu flokkanna fjögurra staðsetja fjölmiðlana á hægri vinstri stefnuási er því þessi: Borgaraleg blokk sjálfstæðis- og framsóknarmanna lítur á DV, Fréttablaðið og RÚV sem miðla sem styðja sjónarmið vinstra megin við miðju en líta á Stöð 2/Bylgjuna sem miðjumiðil eða vinstri-miðju- og/eða óháðan miðil. Vinstri blokk Samfylkingar og Vinstri grænna hins vegar sér Stöð 2/Bylgjuna sem hægri sinnaðan miðil, en DV og RÚV eru talin vera ýmist óháðir miðlar eða miðju og/eða vinstrimiðju miðlar. Athygli vekur að Fréttablaðið er sagt mun hægri-sinnaðra meðal frambjóðenda Vinstri grænna en Samfylkingar sem vilja flokka blaðið ýmist sem miðjusinnað eða óháð. Með öðrum orðum þá er rík tilhneiging hjá vinstri flokkunum að flokka þá miðla sem hægri flokkar telja vinstrisinnaða, sem ýmist óháða eða miðju- og hægri miðla. Sömuleiðis virðast hægri flokkarnir hafa tilhneingingu til að flokka þá miðla sem vinstriflokkarnir segja hægri-sinnaða, sem ýmist óháða eða nálægt miðjunni.

Afstaða nýrra flokka til miðlanna virðist ekki falla í ákveðið mynstur líkt og afstaða „gömlu flokkanna“. Athygli vekur þó að flestir frambjóðendur þessara flokka telja miðlana styðja við einhverjar tiltekna stefnur þó afar misjafnt sé hvaða stefnur þetta eru. Rétt er að vekja athygli á að margir frambjóðendur nýrra flokka (37%) virðast telja DV óháð og ekki styðja eina stefnu umfram aðra. Að þessu leyti sker DV sig nokkuð úr og aðeins rúmur fimmtungur svarenda úr hópi nýrra framboða telur RÚV, sem kemur næst, vera óháð.

Fagmennska

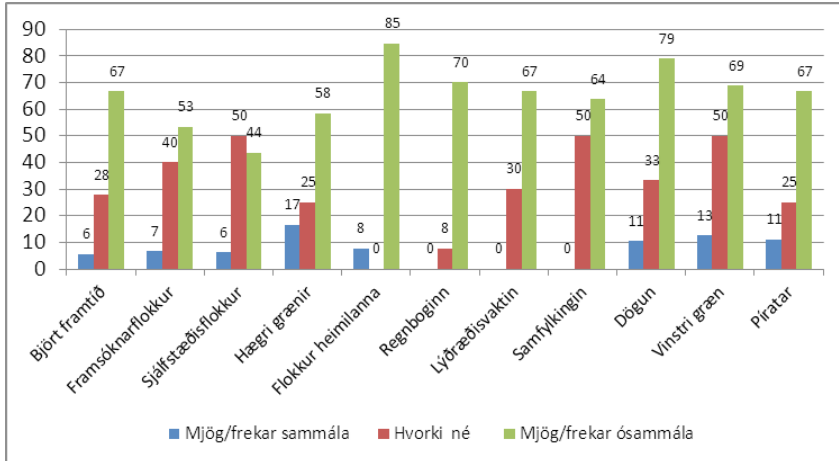
Fagmennska fréttamats blaða- og fréttamanna á landsdekkandi fjölmiðlum nýtur ekki mikils trausts íslenskra stjórnmálamanna. Aðeins örlítill hluti stjórnmálamanna telur að fréttamat varðandi íslensk stjórnmál mótist af almennum faglegum sjónarmiðum. Yfirgnæfandi meirihluti stjórnmálamanna sem voru í framboði fyrir síðustu kosningar, hvort sem um var að ræða nýja flokka eða gamla, eða flokka sem buðu alls staðar fram eða ekki, er ósammála fullyrðingu um að fagleg sjónarmið ráði för í fréttamati, eins og mynd 3 sýnir.

Mynd 4. Hlutfall þeirra sem eru sammála eða ósammála fullyrðingunni: “Fréttamat blaða- og fréttamanna á stærri og landsdekkandi fjölmiðlum varðandi íslensk stjórnmál mótast fyrst og fremst af almennum faglegum sjónarmiðum.”



Þegar viðhorf einstakra flokka eða framboða eru brotin niður og þeir flokkar sem buðu fram í öllum kjördæmum skoðaðir, sést að viðhorfin til fagmennsku blaða- og fréttamanna ráðast að verulegu leyti af því hvar í flokki stjórnmálamenn standa. Gömlu flokkarnir fjórir sýna áberandi minni dómhörku en nýju framboðin. Þannig segjast um 40% framsóknarmanna vera hvorki sammála né ósammála fullyrðingunni en annar hver frambjóðenda Sjálfstæðisflokks, Samfylkingar og Vinstri grænna svarar á sama hátt. En þrátt fyrir þennan mun er heildarmyndin skýr og stuðningur úr röðum stjórnmálamanna við fullyrðingar um fagleg vinnubrögð blaðamanna er lítil eins og mynd 4 dregur fram.

Mynd 5. Hér má sjá hlutfallslega skiptingu svara stjórnmálamanna eftir flokkum við því hvort þeir eru sammála eða ósammála fullyrðingunni: “Fréttamat blaða- og fréttamanna á stærri og landsdekkandi fjölmiðlum varðandi íslensk stjórnmál mótast fyrst og fremst af almennum faglegum sjónarmiðum.”



Þessi niðurstaða er í nokkuð góðu samræmi við að þessir sömu stjórnmálamenn telja mikilvægt að eiga sitt eigið mál gagn. Þeir segja fjölmiðla vera almennt háða stjórnmálaflokkum og þeir gefa miðlunum þá einkunn að vera almennt frekar hlutdrægir og hafa slagsíðu ýmist til hægri eða vinstri.

Samantekt og túlkun niðurstaðna

Þær niðurstöður sem hér hafa verið tundaðar sýna með áberandi hætti að íslenskir stjórnmálamenn hafa litla tiltrú á fagmennsku blaðamanna, óhæði fjölmiðla gagnvart stjórnmálaflokkum og þeirri óhlutdrægni sem alla jafna er talin fylgja markaðsvæðingu og umbreytingu frá ytri yfir í innri fjölbreytni í fjölmiðlun (Hallin og Mancini, 2004). Þessi niðurstaða stendur þrátt fyrir að fyrirvari sé gerður um lágt svarhlutfall við spurningum. Þvert á móti virðast stjórnmálamenn sjá íslenskan fjölmiðlamarkað í pólitísku ljósi þar sem flokksmiðlun og ytri fjölbreytni er áberandi mikilvæg. Fjögur atriði í niðurstöðunum leiða til þessarar niðurstöðu og tengjast þau hvert um sig þeim tilgátum sem settar voru fram í upphafi.

Í fyrsta lagi er það sú áhersla sem stjórnmálamenn leggja á að hafa eigið mál gagn. Tilgátan sem vísaði til þessa liðar var svona: Tilgáta 1: „Þrátt fyrir markaðsfjölmiðlun og innri fjölbreytni á íslenskum fjölmiðlamarkaði telja íslenskir stjórnmálamenn mikilvægt að hafa eigið mál gagn til að styrkja pólitíska boðmiðlun sína.“ Þessi tilgáta var staðfest með afgerandi hætti sem bendir til að stjórnmálamenn telji sig ekki geta treyst á að koma málflutningi sínum á framfæri í helstu miðlum. Slíkt þarf þó raunar ekki endilega að vera óeðlilegt ef það er vegna þess að fagleg blaðamennska kallar á mat á því hvað á erindi í fréttir og búast má við að margt af því sem stjórnmálamenn telja fréttæmt sé í raun ekki þess eðlis að það eigi erindi í fréttir – í það minnsta ekki með þeim hætti sem stjórn-

málamenn vilja. Hins vegar sýna aðrar niðurstöður glögggt að stjórnámálamenn telja fagleg sjónarmið ekki ráða og að innri fjölbreytni fjölmiðlanna sé ekki að virka. Miðlarnir séu hluti af hinu pólitíska litrófi og því sé mikilvægt fyrir flokka að eiga möguleika á að taka þátt í þessari ytri fjölbreytni með því að hafa eigið málagn af einhverju tagi.

Í öðru lagi telja flokkarnir fjölmiðlana almennt háða stjórnámálaflokkum. Önnur tilgátan fær þannig nokkurn stuðning, en hún var svona: Tilgáta 2: „Hugmyndin um pólitíska tengingu helstu fjölmiðla er sterk meðal íslenskra stjórnámálamanna, sérstaklega þeirra sem tilheyra nýjum flokkum eða framboðum.“ Seinni hluti tilgátunnar, sem tengist nýjum framboðum, fær hins vegar ekki stuðning í gögnunum en frambjóðendur nýju flokkanna hafa nokkuð svipaða afstöðu og fulltrúar Framsóknarflokks og Vinstri grænna sem telja miðlana talsvert mikið háða stjórnámálaflokkum. Þetta er hins vegar síður áberandi hjá frambjóðendum Sjálfstæðisflokks og Samfylkingar en hjá öðrum flokkum og framboðum. Í þessu felst ákveðið sérkenni á pólitískum fjölmiðlatengslum. Á þeim tíma sem hin pólitíska markaðsfjölmiðlun hefur verið að mótast, hafa bæði Samfylking og Sjálfstæðisflokkur í almennri umræðu verið tengdir við ákveðnar fjölmiðlablokkir eins og greint var hér að framan og í því samhengi má velja því upp hvort að frambjóðendum þessara flokka finnist þeir að einhverju leyti eiga meiri samleið með skrifum og fréttamati tiltekinna fjölmiðlablokka umfram annarra.

Í þriðja lagi sýna niðurstöðurnar skýra tilhneigingu hjá stjórnámálamönnum til að skipa sér í pólitískar blokkir eða fylkingar í afstöðu sinni til fjölmiðla. Það er í góðu samræmi við þriðju tilgátuna sem sett var fram og byggðist að hluta á tilvísun í fyrirbærið um fjandsamlega fjölmiðlun, en tilgátan var svona: Tilgáta 3: „Það ræðst af því hvar í flokki íslenskir stjórnámálamenn standa hvernig þeir flokka pólitíska slagsíðu helstu fjölmiðla.“ Þannig einkennist afstaðan til DV og RÚV af því að borgaraleg blokk sjálfstæðis- og framsóknarmanna telur þessa miðla til vinstri og þessir sömu aðilar flokka Fréttablaðið sem vinstri- og miðjusinnaðan miðil. Vinstri blokk Samfylkingar og Vinstri grænna telur þessa miðla hins vegar ýmis óháða, miðjusinnaða eða til hægri. Fréttastofa Stöðvar 2/Bylgjunnar fær þann dóm hjá borgaralegu blokkinni að vera á miðjunni eða vinstra megin við hana á meðan vinstri blokkir flokkar hana hægri megin við miðju. Nokkur samhljómur er milli allra flokka um að Morgunblaðið og einnig Viðskiptablaðið séu til hægri en þó er sú skilgreining mun meira sterkari hjá vinstri blokkinni en hjá borgaralegu blokkinni.

Í fjórða lagi sýna niðurstöðurnar litla tiltrú á fagmennsku í fréttamati og að stjórnámálamenn telja að innri fjölbreytni og það jafnvægi og sanngirni sem jafnan er tengd við faglega blaðamennsku sé ekki til staðar á Íslandi. Þetta á þó síður við um frambjóðendur gömlu flokkanna fjögurra en aðra. En þessi almenna niðurstaða er einnig í fullu samræmi við þá tilgátu sem lagt var upp með en hún var: Tilgáta 4: „Íslenskir stjórnámálamenn hafa litla trú á faglegum vinnubrögðum íslenskra blaðamanna sem fjalla um stjórnámál.“ Þessi útkoma kallast á við niðurstöðurnar hér að ofan og er í góðu samræmi við þær. Lítil trú er á innri fjölbreytni og þeirri fagmennsku sem yfirleitt er talin fylgja henni og því leggja stjórnámálamenn áherslu á mikilvægi þess að geta tekið þátt í ytri fjölbreytni með eigin málgangi.

Umræða

Sú mynd af pólitískri boðmiðlun á Íslandi og samspili stjórnmála og fjölmiðla í pólitískri markaðsfjölmiðlun sem teiknast hefur upp í þessari rannsókn er hvort tveggja í senn ný og áður þekkt. Í pólitískri dægurumræðu hefur iðulega verið vísað til helstu fjölmiðla sem handbenda tiltekinna stjórnmálaafli eða fjölmiðlarnir sjálfir jafnvel sagðir virkir gerendur í flokkapólitík (Styrmir Gunnarsson, 2013) rétt eins og var á tímum eiginlegrar flokksmiðlunar. Á hinn bóginn er myndin ný vegna þess að ekki hefur legið fyrir kerfisbundin athugun á þessum tengslum eða hvernig þau birtast. Þrátt fyrir að svörun við þeim spurningum könnunarinnar hafi ekki verið eins mikil og æskilegt hefði verið þá leggur rannsóknin engu að síður ákveðinn grunn að frekari fræðilegri umræðu um þessi tengsl. Sú hugmynd fær mjög ákveðinn stuðning í niðurstöðunum að á Íslandi hafi orðið til pólitískt markaðsfjölmiðlunarkerfi þar sem markaðsvæðingin tekur á sig pólitíska mynd vegna séríslenskra aðstæðna, s.s. samþjappaðs eignarhalds fjölmiðla, síðbúinnar fagvæðingar blaðamannastéttarinnar og sterkar sögulegrar arfleidar. Markaðsvæðingin hafi því ekki leitt til þess á Íslandi sem fræðimenn eins og Hallin og Mancini (2004) hafa skilgreint sem líklegustu þróunina, sem er að stjórnmálatengsl hverfi og fagmennska í blaðamennsku sem birtist m.a. í innri fjölbreytni taki við. Á Íslandi tengja stjórnmálamenn fjölmiðla við pólitík, telja þá hlutdræga og skipa þeim í pólitískar fylkingar. Þessar fylkingar ráðast að umtalsverðu leyti af því hvar í flokki menn standa og hefur fyrirbærið fjandsamleg fjölmiðlun eflaust talsverð áhrif í þeim efnun. Brýnt er í því sambandi að undirstrika að hér er byggt á viðhorfum stjórnmálamanna um mikilvæg atriði, s.s. það hvort fjölmiðlar séu háðir eða óháðir, hlutdrægir eða hlutlausir og hvar í flokki þeir standa og hvort fagmennska ráði för. Það þýðir ekki endilega að skynjun stjórnmálamannanna sé endanlegur mælikvarði á hlutdrægni, óhæði eða pólitíska slagsíðu fjölmiðlanna. Fyrirbærið fjandsamleg fjölmiðlun dregur einmitt fram hættuna á að alhæfa út frá viðhorfum stjórnmálamanna einvörðungu og undirstrikar í leiðinni mikilvægi þess að rannsóknir á þessum tengslum fjölmiðla og stjórnmála haldi áfram og gerðar séu athuganir á því hvort greina megi í raun pólitískar tengingar eða áherslur í fjölmiðlunum, t.d. með innihaldsgreiningum. Allt mat á pólitískri slagsíðu í fréttum er vissulega erfitt og mæliaðferðir og -kvarðar líklegir til að sæta gagnrýni (D'Alessio og Allen, 2000). Hins vegar leiðir sú rannsókn sem hér hefur verið greint frá í ljós mikilvægi þess að slík rannsókn fari fram.

Að því sögðu þá er engu að síður ljóst að það eru stjórnmálamennirnir sjálfir sem eru í aðalhlutverki þegar pólitísk boðmiðlun er annars vegar og því er mikilvægt að upplýst sé hvernig þeir sjá fjölmiðlakerfið fyrir sér. Sú staðreynd ein og sér hversu mikið pólitískt hitamál, setning fjölmiðlalaga og regluverks um fjölmiðla var nánast allan fyrsta áratug aldarinnar dregur fram pólitískt eðli fjölmiðlanna á Íslandi. Greiningin og hugtakið pólitísk markaðsmiðlun, sem rannsóknin dregur fram, getur gagnast sem hlutaskýring á því hvers vegna það mál var jafn viðkvæmt og raun bar vitni. Segja má að í átökum um fjölmiðlafrumvarpið árið 2004 hafi tenging fjölmiðlafyrirtækja og stjórnmálanna birst með nokkuð beinum hætti, en gagnrýni þáverandi stjórnarandstöðu Samfylkingar og

Vinstri grænna á fjölmiðlafrumvarpið 2004 snerist m.a. um að það beindist sérstaklega að tilteknu fyrirtæki (Morgunblaðið, 2004). Eins má líta á hugmyndir framsóknarmanna síðsumars 2012 um kaup á Fréttatímanum í þessu ljósi (DV, 2012).

Þó fyrirbærið um fjandsamlega fjölmiðlun kunni að skýra að einhverjum hluta þá flokkun og þær einkunnir sem einstakir fjölmiðlar fá, er ólíklegt að svo kerfisbundin og útbreidd sjónarmið sem birtast í þessum niðurstöðum séu einvörðungu, svo vísað sé til Óðins Jónssonar, hátt stemmdar samsæriskenningar stjórnmálamanna og „karaktera þarna úti“, sem ekki eiga við nein rök að styðjast (Þórður Snær Júlíusson, 2013). Því kann að vera ástæða fyrir stétt blaðamanna og samtök hennar að fara yfir faglega stöðu sína og tengsl við stjórnmálin með eitthvað öðrum hætti en t.d. samtök blaðamanna í nágrannalöndunum gera. Hér á landi kann að vera sérstök ástæða til að tvinna meira saman stjórnmál og eigendavald í umræðu um sjálfstæði blaðamanna en gert er t.d. á hinum Norðurlöndum þar sem eignarhaldið er ekki jafn samþjappað og tengt flokkspólitík.

Íslenska fjölmiðlakerfið og þróun þess hefur í öllum aðalatriðum fylgt þeirri þróun sem orðið hefur annars staðar á Norðurlöndum og getur sem slíkt flokkast með þeim í niðurröðun í alþjóðlegum samanburði (Ólafur Þ Harðarson, 2008). Hins vegar undirstrikar rannsóknin það sem Negrine (2008) hefur bent á að brýnt er að nálgast pólitíska boðmiðlun í ljósi sögulegs samhengis og þjóðfélagslegra sérkenna þegar verið er að skoða einstök ríki, eins og Ísland, í ljósi almennra greiningarramma og jafnvel yfirfæra þá á viðkomandi lönd.

Aftanmálsgreinar

- 1 Rétt er að draga athyglina að því að hér eru háar einkunnir ekki eftirsóknarverðar fyrir fjölmiðla sem vilja láta líta á sig sem óhlutdræga. Hér er raunar notað hugtakið „hlutlaus“ í merkingunni óhlutdrægur eða sanngjarn í humfjöllun, sem er í samræmi við almenna málnotkun í þessu sambandki. Hins vegar er ljóst að hlutleysi í fjölmiðlum er tæplega til og til álita kom að nota orðið „hlutlægur“. Það var hins vegar ekki gert vegna þess hve orðið hlutleysi er ríkt í málinu þegar kemur að þessu atriði og hvort sem er var verið var að leita eftir sjónarmiðum stjórnmálamannanna.

Heimildir

- Bennett, L. (2005) *News, the Politics of Illusion*. Pearson/Longman, New York
- Birgir Guðmundsson (2013a) „Political Communication in Iceland and Norway in a Digital Age“. Erindi flutt á NordMedia ráðstefnunni 2013. Ósló, Noregi.
- Birgir Guðmundsson (2013b) „Blaðamannaverðlaun í áratug“, *Bládamadurinn*, desember 2013, Bládamannafélagið
- Birgir Guðmundsson (2009) „Traust á sögulegum grunni - rannsókn á fréttareglum Ríkisútvarpsins“, *Stjórnmál og stjórnsýsla*, vefútgáfa, 2. tbl. 5. árg. Stofnun stjórnmála og stjórnsýslu.
- Björn Bjarnason (2004) „Af DV og öðru vegna fjölmiðlafrumvarps“. Vefsetur Björns Bjarnasonar. Sótt 20. september 2013 á slóðina: <http://www.bjorn.is/pistlar/2004/05/12>
- Bládamannafélag Íslands (2012) „Fjörugur umræður um siðareglur“ Vefur B.Í. sótt 3 september 2013 á slóðina: http://press.is/index.php/felagidh/frettir/3007-fjorugar_umraedur_um_sidareglur
- Blumer, J. G. & K., D. (1999) *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*. *Political Communication*, 16(3), August 2012 bls. 209-230.
- D'Alessio, D., & Allen, M. (2000). „Media bias in presidential elections: A meta-analysis“. *Journal of Communication*, 50(4), bls. 133–156.

- Davíð Oddsson (2004) „Ávarp forsætisráðherra á Viðskiptaþingi Verslunarráðs Íslands 2004“ Vefsetur forsætisráðuneytisins. Sótt 2. október á slóðina: <http://www.forsactisraduneyti.is/radherra/raedur-og-greinar/nr/1260>
- DV (2012) Framsókn dreymir um eigið málagn. DV/dv.is 08.08 2012. Sótt 9. desember 2013 á slóðina: <http://www.dv.is/frettir/2012/8/8/framsokn-dreymir-um-eigid-malgagn/>
- Eveland Jr. W.P. & Dhavan, V. S. (2003) The Impact of Individual and Interpersonal Factors on Perceived News Media Bias Political Psychology. Volume 24, Issue 1, 101–117, March
- Guðjón Friðriksson (2000) Nýjustu fréttir! Reykjavík: Iðunn
- Gunnar Stefánsson (1997) Útvarp Reykjavík. Saga Ríkisútvarpsins 1930-1960. Reykjavík: Sögufélag
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). Comparing media systems. three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press
- Kjartan Ólafsson (2004) „Fjölmíðlafrumvarpið og fréttirnar: Samanburður á fréttáflutningi Stöðvar 2 og Ríkissjónvarpsins vorið 2004“. RHA
- Morgunblaðið (2004) „Minnihluti vill að fjölmíðlafrumvarpi verði vísað frá“ Sótt 3. september á: http://www.mbl.is/frettir/innlent/2004/05/11/minnihluti_vill_ad_fjolmidlafrumvarpi_verdi_visad_f/
- Negrine, R. (2008). The transformation of political communication. continuities and changes in media and politics (1st ed.). New York: Palgrave Macmillan
- Ólafur Þ. Harðarson (2008) „Media and Politics in Iceland“ Í Communication Politics: Political Communication in the Nordic Countries (ritstj. Strömbäck, J.; Ørsten, M.; og Aalberg, T.) Nordicom, University of Gothenburg, Sweden
- Ragnar Karlsson (2010) „Þróun fjölmíðlamarkaðarins“. Birt sem Fylgiskjal I með Frumvarpi til laga um fjölmíðla, lagt fyrir Alþingi á 138. Lögjafarþingi 2009–2010 (þingskj. 740, 423. mál), s. 202–372
- Sigmundur Davíð Gunnlaugsson (2013) „Fyrsti mánuður loftárása“, Vefsetur Sigmundar Davíðs Gunnlaugssonar. Sótt þann 25. september 2013 á slóðina: <http://sigmundurdavid.is/fyrsti-manudur-loftarasa/#more-689>
- Strömbäck, J.; Ørsten, M.; og Aalberg, T. Ritstj. (2008) Communication Politics: Political Communication in the Nordic Countries. Nordicom, University of Gothenburg, Sweden
- Styrmir Gunnarsson (2013) Sjálfstæðisflokkurinn í borgarstjórn: Til hvers? Vefsetur Evrópuvaktarinnar, 21. september. Sótt 9. október á slóðina: http://www.evropuvaktin.is/i_pottinum/30267/
- Vallone, R. P.; Ross, L.; og Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. Journal of Personality and Social Psychology, 49, 577–585.
- Þórður Snær Júlíusson (2013) „Umræðan heiftuðleg, húmorslaus og leiðinleg“ Viðtal við Óðinn Jónsson, Kjarninn 3. útgáfa – 5. september – vika 36
- Österbye, H. og Aalberg, T. (2008) „Media and Politics in Norway“ Í Communication Politics: Political Communication in the Nordic Countries (ritstj. Strömbäck, J.; Ørsten, M.; og Aalberg, T.) Nordicom, University of Gothenburg, Sweden