

Hvað sagt er um bændur og búalið

Innihaldsgreining á fjölmiðlum um landbúnað og matvælaframleiðslu

Bjarni Rúnarsson

HUG- OG FÉLAGSVÍSINDASVIÐ

Lokaverkefni til BA gráðu í fjölmiðlafræði

Hvað sagt er um bændur og búalið

Innihaldsgreining á fjölmiðlum um landbúnað og matvælaframleiðslu

Bjarni Rúnarsson

6 eininga lokaverkefni
sem er hluti af
Bachelor of Arts-prófi í fjölmiðlafræði

Leiðbeinandi
Birgir Guðmundsson

Félagsvísindadeild
Hug- og félagsvísindasvið
Háskólinn á Akureyri

Akureyri, maí 2020

Titill: Hvað sagt er um bændur og búalið.

Stuttur titill: Innihaldsgreining á fjölmiðlum um landbúnað og matvælaframleiðslu
6 eininga lokaverkefni sem er hluti af Bachelor of Arts-prófi í fjölmiðlafræði.

Höfundarréttur © 2020 Bjarni Rúnarsson

Öll réttindi áskilin

Félagsvísindadeild

Hug- og félagsvísindasvið

Háskólinn á Akureyri

Sólborg, Norðurslóð 2

600 Akureyri

Sími: 460 8000

Skráningarupplýsingar:

Bjarni Rúnarsson, 2020, B.A. verkefni, félagsvísindadeild, hug- og félagsvísindasvið,
Háskólinn á Akureyri, 56 bls.

Prentun: Háskólaprent.

Reykjavík, maí 2020

„Ég lýsi hér með yfir að ég einn er höfundur þessa verkefnis og að það er ágóði eigin rannsóknar.“

Bjarni Rúnarsson

„Það staðfestist hér með að lokaverkefni þetta fullnægir að mínum dómi kröfum til B.A.- prófs við hug- og félagsvísindasvið.“

Birgir Guðmundsson

Útdráttur

Fjölmiðlar gegna mikilvægu hlutverki í lýðræðissamfélögum og ábyrgð þeirra er mikil. Meginhlutverk fjölmiðla er að veita aðhald að öðrum þáttum lýðræðisins. Flæði upplýsinga eykst sífellt þar sem upp spretta upplýsingagáttir sem ekki eru allar traustsins verðar og ber að nálgast með gagnrýnum hætti. Skoðað var hversu mikið og með hvaða hætti íslenskir fjölmiðlar fjalla um landbúnað og matvælaframleiðslu í miðlum sínum. Til athugunnar var frétttaflutningur dagblaða, Morgunblaðsins og Fréttablaðsins, útvarpsrása Rásar 1 og 2 auk Bylgjunnar og sjónvarpsfréttir RÚV og Stöðvar 2. Gerð var innihaldsgreining yfir tveggja vikna tímabil og gögn tekin saman út frá orðaleit í gagnasafni. Leitað var eftir hugtökum sem tengjast landbúnaði og matvælaframleiðslu og út frá því var tekið saman hversu mikið er fjallað um landbúnaðarmál út frá heildarfrétttaflutningi. Einnig var rýnt ofan í kjölin á þeim fréttum sem fluttar voru á tímabilinu og leitast við að varpa ljósi á með hvaða hætti það er gert og hverjir standa að baki þeirri umfjöllun. Fjölmiðlanotkun er breytileg eftir því hvar fólk er búsett og á hvaða aldri það er. Talsverður breytileiki er í fjölda fréttta í dagblöðum á milli daga, en í ljósvakamiðlum er hann jafnan svipaður. Niðurstöður þessarar rannsóknar benda til þess að tiltölulega lítið sé fjallað um landbúnað og matvælaframleiðslu í hefðbundnum dagbundnum miðlum hér á landi. Sú umfjöllun sem þó er til viðhöfð er frekar jákvæð og styðst við fáar heimildir. Stærstur hluti umfjöllunar innan málaflokksins er á sviði félagsmála og stjórn mála en lítið er fjallað um starf bænda til sveita og það sem á sér stað í dreifðari byggðum landsins. Í málaflokknum er frekar rætt við karla en konur og þeir eru frekar í forgrunni og forsvari fyrir landbúnað og matvælaframleiðslu.

Lykilorð: landbúnaður, fjölmiðill, byggðarþróun, fjölmiðlanotkun og samfélagsmiðlar.

Abstract

Media is an important aspect of democratic societies and carries a great responsibility towards democracy. The main role of the media is to restrain aspects of democracy. As flow of information increases, the stream of unreliable information becomes a treat in society which need to be approached in a critical manner. In this paper I looked at how much and in what manner the Icelandic mainstream media covers agriculture and food production. I looked at two newspapers, Morgunblaðið and Fréttablaðið, the Icelandic national broadcasting service, RÚV, both radio and television news and Stöð 2 and Bylgjan, which is a private run news company. I did a content analysis for two weeks and did a word search in a news database where I looked for concepts related to agriculture and food production. Doing that gave me stats to put into context how much the media covers topics about the issue and furthermore I looked into in what manner the discussion was. Media use differs between social groups in Iceland. It differs between peer groups, residence groups etc. Total news count also differs between days, especially in news papers. The results of this research indicate that agriculture is not a topic that is prominent in the media. However media coverage regarding agriculture and food production is mainly positive but refers to one source. The media mainly covers topics regarding social matters and politics, rather than farmers and production matters in rural areas. Men are more prominent than women in media coverage of agriculture and food production.

Key words: agriculture, media, development of building sites, media use and social media.

Formáli

Þessi ritgerð er lokaverkefni mitt í fjölmiðlafræði frá Háskólanum á Akureyri og gildir til sex eininga. Verkefni markar lok þriggja ára náms frá hug- og félagsvísindasviði upp á 180 ECTS einingar. Ástæða þess að ég ákvað að taka þetta efni fyrir er fyrst og fremst áhugi minn á byggðarmálum og atvinnuháttum í dreifðari byggðum. Meðal þess sem ég tel mikilvægt er að fræða ungmenni og börn í skólum um landbúnað og náttúru landsins. Ég hef áður lokið námi í búfræði frá Landbúnaðarháskóla Íslands og tekið þátt í starfi Samtaka ungra bænda með þetta að leiðarljósi, m.a. með fyrirlestrahaldi í framhaldsskólum á höfuðborgarsvæðinu. Þar upplifði ég greinilega þörf til að fræða ungmenni um hvað fer fram í sveitum og hvaðan matvæli eru upprunnin. Bilið á milli sveitar og borgar er að aukast og það þarf að brúa með einhverjum hætti. Þegar kom að því að velja lokaverkefni rifjaðist þessi tími upp fyrir mér og vangaveltur fóru á flug. Í samráði við Birgi Guðmundsson, leiðbeinanda minn, ákváðum við að ég skildi gera innihaldslýsingu á nokkrum hefðbundnum fjölmiðlum hér á landi til að sjá hversu mikið er fjallað um þessi mál og hvernig sú umfjöllun er sett upp. Með því leitast ég við að tvinna saman reynslu mína úr landbúnaði sem stendur mér nærri og nýja þekkingu á sviði fjölmiðlafræði. Ég vil þakka samnemendum mínum fyrir einkar ánægjulega samfylgd í gegnum námið sem glæddi einmannalegt fjarnám lífi og veitti stuðning sem seint verður fullþakkaður. Leiðbeinanda mínum Birgi Guðmundssyni vil ég þakka fyrir góða leiðsögn sem og öðrum góðum kennurum fyrir velvild og hlýhug og tækifæri sem námið veitti mér. Kára Finnssyni hjá Credit Info þakka ég kærlega fyrir liðlegheit og aðstoð við gagnaöflun. Jónu Kristjönu Hólmgeirsdóttur þakka ég hjartanlega fyrir yfirlestur og góð ráð. Að lokum vil ég þakka fjölskyldu minni fyrir hvatningu og stuðning í náminu, og þá sérstaklega sambýliskonu minni Halldóru Egilsdóttur fyrir óþrjótandi þolinmæði, hlýju og alúð.

Af því fréttum enn á ný

Íslensk græðgi heiminn blekki

Þetta er svindl og svínarí

svona gera bændur ekki.

(Höf: Halldór Blöndal. Vísnahorn Morgunblaðsins 5.2.2020.)

Efnisyfirlit

<i>Útdráttur</i>	v
<i>Abstract</i>	vi
<i>Formáli</i>	vii
<i>Myndaskrá</i>	ix
<i>Töfluskrá</i>	x
<i>Inngangur</i>	1
Fjaraskipti og breytt samskipti	4
Breytt almannarými	7
<i>Áreiðanleiki og traust til fjölmiðla</i>	12
Fjölmiðlalæsi	14
Samspil stjórn mála og aðhaldshlutverk fjölmiðla	15
<i>Aðferðafræði</i>	20
<i>Niðurstöður</i>	23
<i>Umræður</i>	34
Byggðapróun í átt til þéttbýlli svæða	37
<i>Lokaorð</i>	39
<i>Heimildaskrá</i>	42

Myndaskrá

Mynd 1. Þróun fjölda sauðfjár og fiðurfénaðar. (Hagstofa Íslands, 2020)	2
<i>Mynd 2. . Þróun í fjölda dýra á Íslandi frá árinu 1703-2017. (Hagstofa Íslands, 2020).....</i>	<i>3</i>
Mynd 3. Hér sést hversu neysla á hvítu kjöti hefur aukist frá árinu 1983 á sama tíma og sama tíma og samdráttur hefur átt sér stað í framleiðslu á kindakjöti (Hagstofa Íslands, 2020)	4
Mynd 4. Dagleg fjölmiðlanotkun allra aldurshópa á Íslandi. Tölur frá árinu 2011. (Birgir Guðmundsson,2012b).....	8
<i>Mynd 5. Dagleg fjölmiðlanotkun á Íslandi árið 2011 eftir búsetu. (Birgir Guðmundsson, 2012b)</i>	<i>9</i>
Mynd 6. Dagleg fjölmiðlanotkun á Íslandi árið 2011 eftir aldri. (Birgir Guðmundsson, 2012b) ..	10
Mynd 7. Spurt var: „Hversu mikið eða lítið traust berð þú til eftirfarandi aðila?“. (Könnun MMR um traust í garð fjölmiðla árið 2016.)	14
Mynd 8. Heildarfjöldi fréttar á miðlunum fimm á tímabilinu.	23
Mynd 9. Talsverður munur er á meðalfjölda fréttar eftir birtingarformi eins og sjá má.....	24
Mynd 10. Hugtök sem leitað var eftir í gagnasafninu komi mjög misoft fram í fréttum í fjölmiðlum	25
Mynd 11. Sé lítið á heildarfjölda fréttar sem innihéldu hugtökin sem leitað var eftir kemur í ljós að 191 frétt af 239 fjölluðu ekki um landbúnað við nánari skoðun.	27
Mynd 12. Stærstur hluti fréttar um landbúnað er á jákvæðum nótum. Helmingur þeirra syðst aðeins við eina heimild.	28
Mynd 13. Skipting viðmælenda og umfjöllunarefnis fjölmiðla um landbúnað og matvælamál. .	29
Mynd 14. Málaflokkurinn fær heldur meira rými í Morgunblaðinu en Fréttablaðinu. Munurinn er þó ekki mikill.	30
Mynd 15. Landbúnaðartengdar fréttir í ljósvakamiðlum fá svipaðan tíma í hvert skipti.	31
Mynd 16. Um þriðjungur þess efnis sem birtist í fjölmiðlum um landbúnaðarmál er aðsent efni, en tveir þriðju hlutar kemur frá ritstjórnnum miðlanna.	32
Mynd 17. Karlar eru einir í forgrunni umfjöllunar um landbúnaðarmál í 63 prósentum tilfella en konur aðeins í átta prósentum tilfella.	33

Töfluskra

Tafla 1. Tíðni fréttanna í hverjum miðli þar sem fréttir sem innihalda leitarorðin koma fyrir í hlutfalli við heildarfjölda fréttanna.....	26
--	----

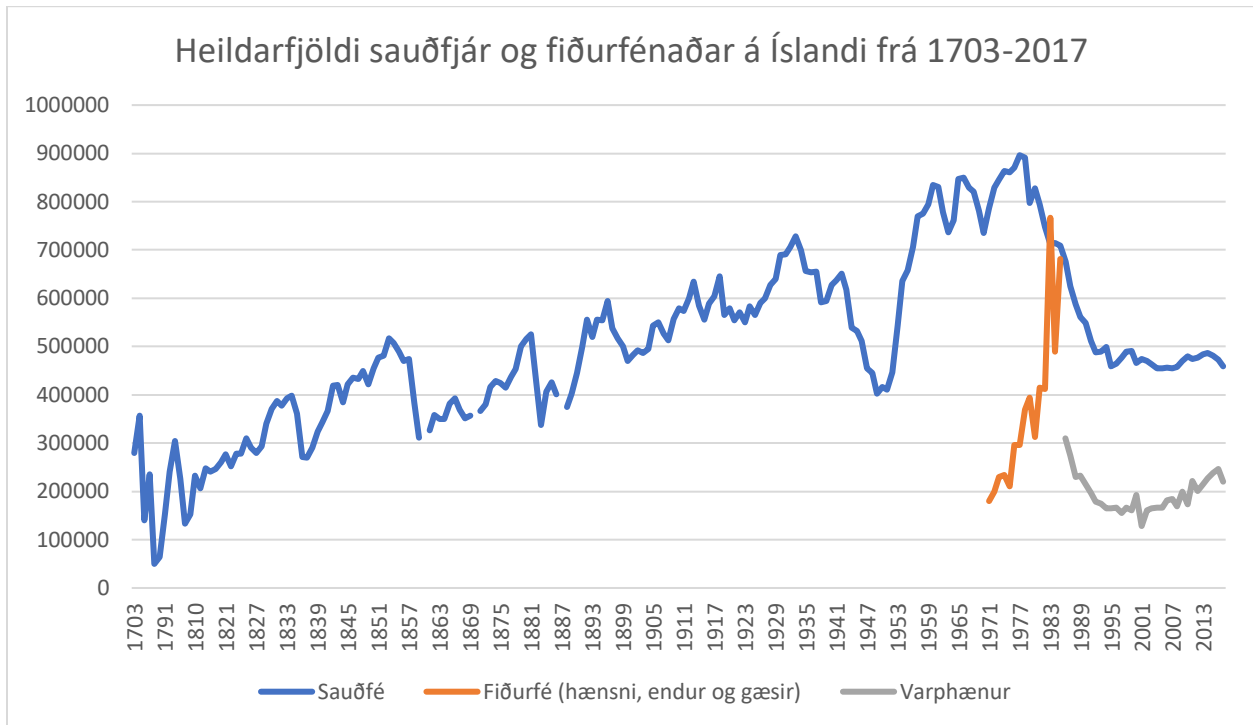
Inngangur

Landbúnaður hefur verið stundaður hér á landi allt frá landnámi fyrir tæpum 1150 árum síðan. Í aldanna rás hefur hann tekið margvíslegum breytingum í takt við breytta búsetu, tækniframfarir og breytingar í samfélaginu. Til langs tíma var landbúnaður ein af meginatvinnugreinum þjóðarinnar og afkoma fólksins byggðist á því að yrkja landið og lifa af því sem framleitt var í sveitunum. Saga þjóðarinnar er samofin landbúnaðarsögunni þar sem lengi vel áttu landsmenn allt sitt undir í að draga björg í bú til sveita. Lengi vel var stór hluti jarða á Íslandi í eigu goða og valdamanna í samfélaginu sem leigðu bændum jarðir til búsetu. Það kerfi var í gildi allt fram á 19. öld þegar kaupfélög voru sett á laggirnar og sjálfstæðisbarátta brann í brjóstum landsmanna. Upp frá því jókst ræktun hér á landi til muna og nútímavæðing hefur smátt og smátt átt sér stað allar götur síðan (Árni Daníel Júlíusson, 2014). Hin síðari ár hefur byggð hér á landi þróast í auknum mæli í átt til þéttbýlli svæða úr strjálbýli. Árið 2014 bjuggu um 16.300 manns í strjálbýli og hafði þá fækkað um tæplega 2000 manns frá árinu 2000, eða sem nemur um ellefu prósentum. Vestfirðingum hefur fækkað hlutfallslega mest, eða um fjórðungur, en flestir höfðu flutt úr strjálbýli á Norðurlandi eystra, um 600 manns (Hjalti Jóhannesson og Jón Þorvaldur Heiðarsson, 2015). Samkvæmt tölum Hagstofunnar frá árinu 2015 höfðu um 3.500 manns landbúnað sem aðalstarf sitt, og hafði þá fækkað um 400 frá árinu 2008. Sé litið til skiptingar á milli kynja sést að árið 2015 voru 2.200 karlar starfandi í landbúnaði, en 1.300 konur. Oft á tíðum er það svo að konur hafa ekki fulla atvinnu af landbúnaði, heldur gegna öðrum störfum utan búans, frekar en karlarnir (Sigríður Elín Þórðardóttir og Anna Lea Gestsdóttir, 2015).

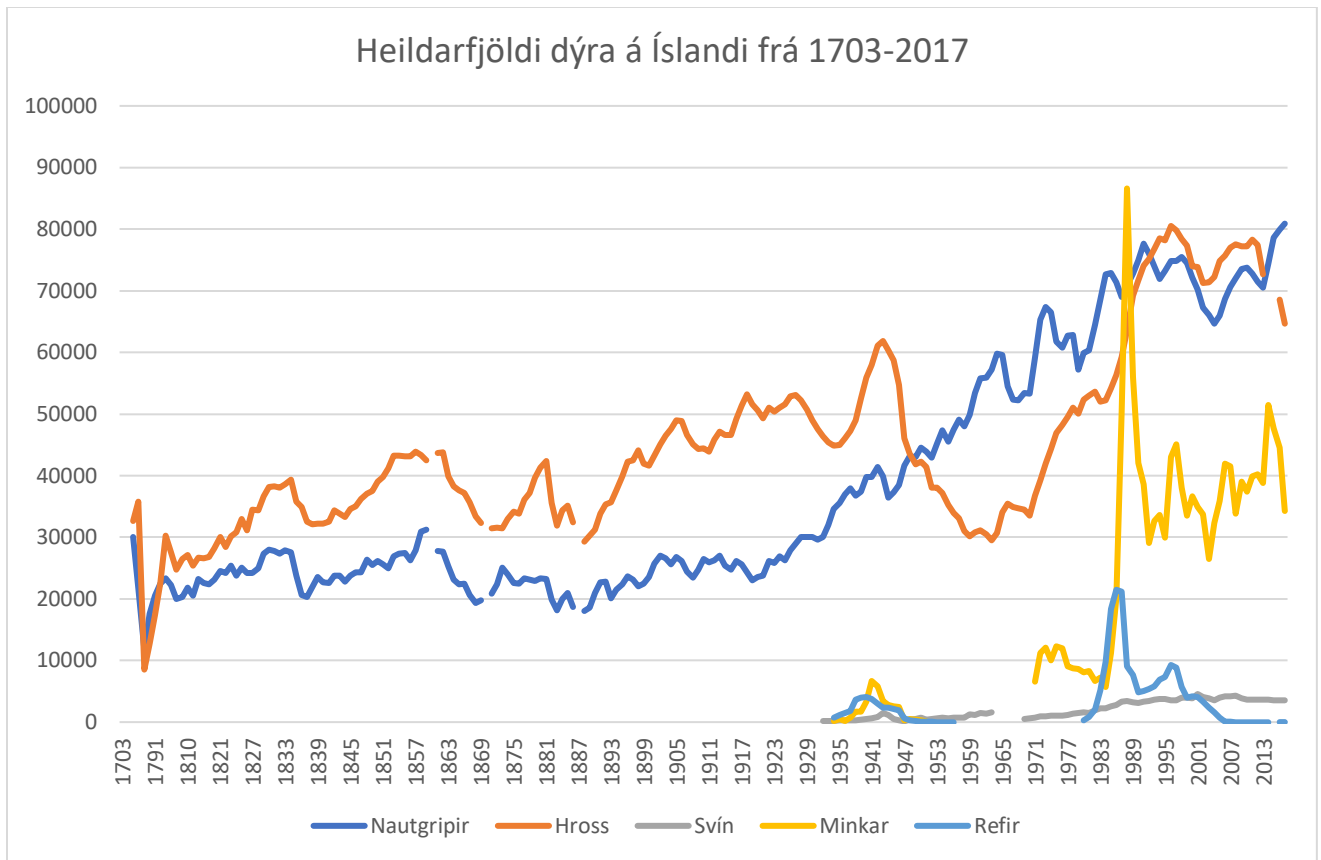
Einn mælikvarði á meðvitund þjóðarinnar um það starf og framleiðslu sem á sér stað í dreifðari byggðum landsins getur verið að kanna hversu mikið og með hvaða hætti fjallað er um þessa starfsemi í innlendum fjölmiðlum. Með því er hægt að skapa forsendu til að átta sig á hversu fyrirferðarmikil umræða um málaflokkinn er í samfélaginu.

Gildi landbúnaðar fyrir þjóðarbúskap Íslendinga hefur breyst mikið seinustu ár og áratugi. Aðrar atvinnugreinar hafa komið fram svo sem iðnaður, ferðaþjónusta og ýmsar þjónustugreinar. Breytt neyslumynstur í samfélaginu hefur til að mynda leitt til fækkunar á sauðfé í landinu, en frá því um 1970 hefur fé fækkað um hátt í helming samkvæmt tölum Hagstofu Íslands sem sjá má á

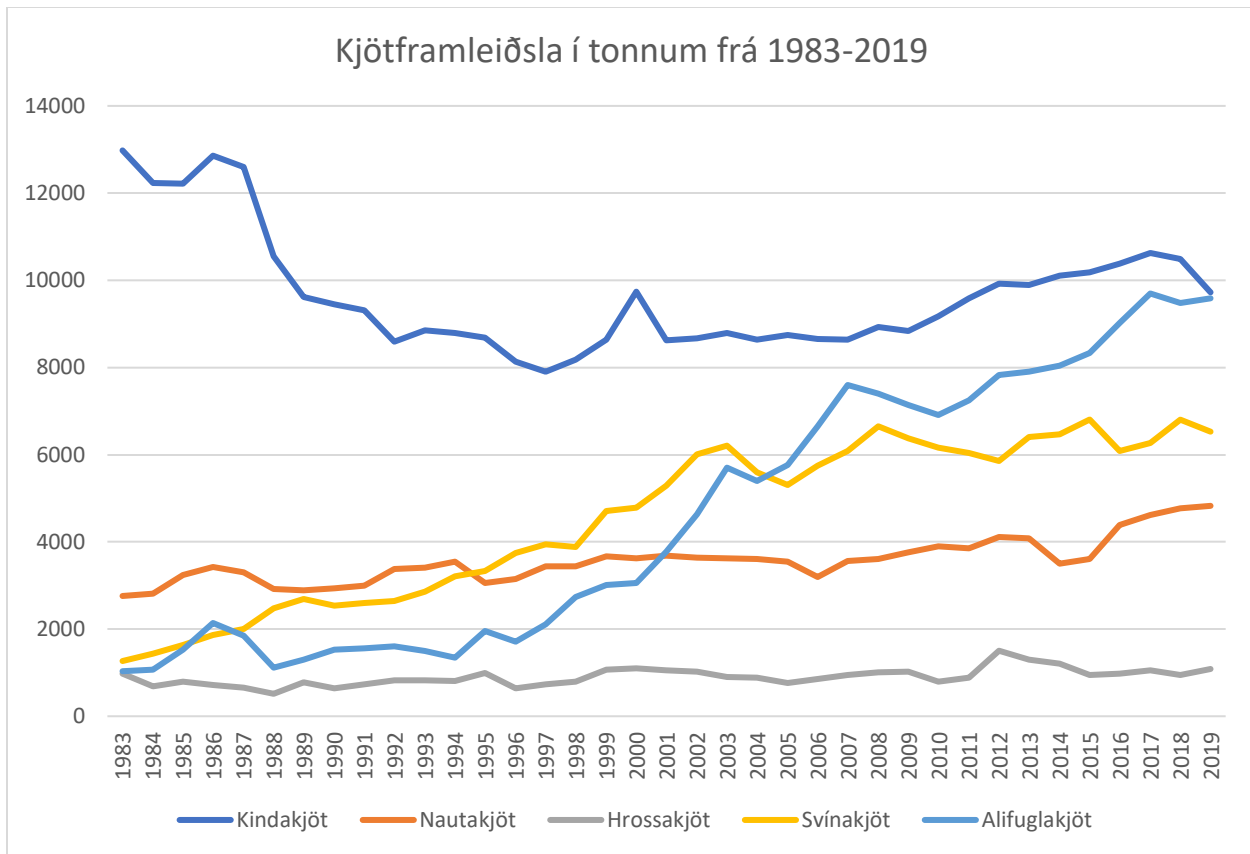
myndum 1 og 2. Á sama tíma jókst neysla á hvítu kjöti (kjúklingi og svínakjöti) mikið sem og nautakjöti.



Mynd 1. Þróun fjölda sauðfjár og fiðurfénaðar. (Hagstofa Íslands, 2020)



Mynd 2. . Þróun í fjölda dýra á Íslandi frá árinu 1703-2017. (Hagstofa Íslands, 2020).



Mynd 3. Hér sést hversu neysla á hvítu kjöti hefur aukist frá árinu 1983 á sama tíma og sama tíma og samdráttur hefur átt sér stað í framleiðslu á kindakjöti (Hagstofa Íslands, 2020)

Fjarskipti og breytt samskipti

Samskipti á milli fólks í samfélaginu hafa breyst mikið með tilkomu aukinna fjarskipta og tækniframfara og þar er fólk til sveita engin undantekning, hvort sem um er að ræða hér á landi eða annars staðar. Undanfarin ár hefur verkefni á vegum stjórnvalda verið í gangi sem ber nafnið *Ísland ljóstengt* sem felur í sér að ljósleiðaravæða dreifbýl svæði til að bæta fjarskipti í dreifðari byggðum. Markmiðið er að ljósleiðaravæða 99,9 prósent íslenskra heimila með 100 mb/sek nettengingu fyrir árið 2021 (Stjórnarráð Íslands, e.d.).

Tilkoma samfélagsmiðla hefur gjörbreytt samskiptaformi fólks og innleiðing þeirra inn í landbúnað hefur víða orðið til þess að skapa tengsl á milli framleiðenda og neytenda víða um heim auk þess að skapa vettvang fyrir aukna samvinnu á milli landa (Suchiradipta og Saravanan, 2016). Hversu langt sú þróun er komin er breytilegt eftir því hversu þróaður landbúnaður í hverju landi er og hverjar efnahagsaðstæður eru hverju sinni.

Á Indlandi til að mynda hefur orðið talsverð breyting á því hvernig neytendur fá upplýsingar um landbúnað. Fyrir tíma snjalltækni gegndu sjónvarpsmiðlar, dagblöð og tímarit lykilhlutverki í að upplýsa almenning um landbúnað og aðrar atvinnugreinar en samhliða aukinni notkun almennings á tölvun og snjalltækjum hefur fólk í auknum mæli tileinkað sér nýjar boðleiðir (Lathiya, Rathod og Choudhary, 2015). Tilkoma samfélagsmiðla á borð við Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, WhatsApp og Agropedia hefur leitt til aukinnar tengslamyndunar innan bændasamfélagsins á Indlandi og skapað félagslegt gildi fyrir bændur sjálfa, enda er starf bænda í eðli sínu einmanalegt þar sem oft og tíðum getur liðið langur tími án þess að bóndi hitti nokkurn nema dýrin í kringum sig. Því er það óvítiræður kostur fjarskipta að geta átt samskipti við kollega og fylgst með því sem er að eiga sér stað. Ókostur samfélagsmiðla aftur á móti er að þeir geta tekið mikinn tíma frá fólki í vinnu, sem kemur niður á afköstum auk þess sem persónuleg náin samskipti þar sem fólk hittist í eigin persónu gætu minnkað. Því er nauðsynlegt að finna jafnvægi í notkun, því þannig geta samfélagsmiðlar nýst framleiðendum til aukinnar samvinnu og aukinna tengsla við neytendur og markaði (Lathiya, Rathod og Choudhary, 2015).

Rannsóknir á fjölmiðlum hafa verið stundaðar frá því á þriðja áratug 20. aldar en á þeim tíma féll það yfirleitt félagsfræðingum og stjórnmálafræðingum í skaut að rannsaka fjölmiðla og notendur þeirra (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2017). Talsverður munur var á bandarískum og evrópskum rannsóknum í fjölmiðlafræði framan af 20. öldinni þar sem í Bandaríkjunum var ríkari áhersla á rannsóknir á áhrifum fjölmiðla, eins og t.d. áhrifum kvikmynda á börn og unglunga og áhrifum áróðurs á almenning. Á hinn bóginn beindust evrópskar rannsóknir frá sama tíma að hlutverki ríkisfjölmiðla og viðfangsefni og eðli fjölmiðlanna. Á Norðurlöndum hefur verið sérstaklega rík áhersla á að greina orðræðu innan miðlanna (Guðbjörg Hildur Kolbeins, 2017).

Fjölmiðlamarkaðurinn hefur tekið stórkostlegum breytingum á heimsvísu með tilkomu internetsins og þeirri tækniþyngingu sem átti sér stað í kjölfarið með tölvutækni, snjalltækjavæðingu og auknu framboði af fjölmiðlaefni. Út frá sjónarhorni neytenda hefur sú breyting orðið að hver og einn einstaklingur mótar sinn eigin veruleika í fjölmiðlaheiminum í stað þess að vera óvirkur neytandi sem er mataður af fjölmiðlunum (Bennet og Segerbert, 2013).

Umræða um umhverfismál verður sífellt fyrirferðarmeiri í ljósi þess að framtíðarþúsetumöguleikar komandi kynslóða eru í óvissu vegna breytinga á loftslagi um allan

heim. Það kemur til vegna mikillar losunar koltvísýrings (CO₂) frá notkun jarðefnaeldsneytis í tengslum við iðnað, samgöngur og nýtingu auðlinda sem hefur margfaldast frá því að iðnbyltingin hófst í lok 18. aldar (Umhverfisráðuneytið, 2008). Landbúnaði fylgir talsverð losun gróðurhúsalofttegunda, svo sem metan og nituroxíð auk koltvísýrings. Metan er mjög öflug gróðurhúsalofttegund sem verður til við innnyflagerjun í búfenaði en auk þess verður losun vegna framræsingar, áburðarotkunar, geymslu og meðhöndlunar búfjáraburðar og eldsneytisnotkunar (Jón Guðmundsson, 2016).

Þó að flestir séu sammála um að losun frá landbúnaði sé neikvæð, þá eru skiptar skoðanir um hvernig eigi að leggja mat á þau út frá forsendum (Hörður Kristjánsson, 2018). Það á raunar almennt við um umhverfisáhrif vegna landbúnaðar. Þar spila fjölmiðlar stórt hlutverk í að koma réttum upplýsingum í hendur fólks. Í rannsókn sem gerð var við Iowa-háskóla í Bandaríkjunum (2017) var kannað með hvaða hætti væri fjallað um svokallaða „ferskvatnskrísu“ í ríkinu. Fylkið reiðir sig að stórum hluta á landbúnað, en um 90 prósent af landsvæði fylkisins er nýtt til landbúnaðarframleiðslu, einkum til kornræktar og sojabaunaræktunar. Tilbúinn áburður sem notaður er til ræktunarinnar rennur ofan í ár og læki á leið sinni til sjávar í gegnum Missisippifljót og veldur þar mengun á drykkjarvatni (Krajewski, 2017). Bændur þar vestra hafa lítinn áhuga sýnt því að bregðast við þessu vandamáli og skella skuldinni á aðra, þátt fyrir að yfirvöld í ríkinu hafi boðið fram lausn til að draga úr losun til mikilla muna (Royte, 2017)

Þegar kemur að því að koma skilaboðum til hópa sem leika lykilhlutverk í aðgerðum, eins og bændur, er ekki sama hvernig upplýsingum er komið til skila. Í eðli sínu er búskapur meira en vinna og vinnustaður í augum bænda, því búskapurinn hefur oft á tíðum meiri þýðingu en svo í augum þeirra líkt og Wilkening benti á árið 1962.

Þó svo að upplýsingagjöf um landbúnað sé ekki endilega frábrugðin upplýsingagjöf á öðrum sviðum, þá er það hinn mikli fjölbreytileiki sem ríkir innan landbúnaðarins og hin nánu tengsl á milli fjölskyldulífs og búskapar sem og viðkvæm efnahagsleg, félagsleg og menningarleg áhrif sem aðskilur þann hóp frá öðrum. Þessi atriði gera það að verkum að það er sérlega mikil áskorun fyrir sérfræðinga að breyta viðhorfi þessa hóps. (Krajewski, 2017).

Þar með er ekki sagt að ábyrgðin sé ekki þeirra sem valda mengun líkt og ferskvatnskrísan í Iowa ber með sér, síður en svo. Hins vegar er mikilvægi réttra upplýsinga mikilvægur liður í því að skapa sátt á milli deiluaðila, sem og til að hagsmunaaðilar geri sér grein fyrir alvarleika og umfangi

vandamála sem kunna að koma upp. Þá skiptir höfuðmáli að upplýsingar séu skiljanlegar og aðgengilegar fyrir hvern sem er, óháð stöðu og menningu.

Með aukinni vitund um kolefnisfótspor matvara gera neytendur í auknum mæli kröfu um að matvæli séu framleidd samkvæmt ýrtruðu kröfum um velferð, heilnæmi og aðbúnað. Upprunamerkingar matvæla í landbúnaði eru talsvert á eftir sambærilegum greinum eins og sjávarútvegi, sem hefur í auknum mæli tileinkað sér tækniframfarir til að hægt sé að rekja tilbúnað vörur á markaði allt til frumframleiðanda. Tilgangur upprunamerkinga er að tryggja neytendum og framleiðendum upplýsingar um hvaðan vörur, hvort sem það eru aðföng eða tilbúnað vörur, koma. Þannig sé t.a.m. hægt að nýta sér sérstöðu vöruflokka í markaðssetningu með tilliti til hreinleika, menningar o.s.frv. (Sveinn Margeirsson, 2009).

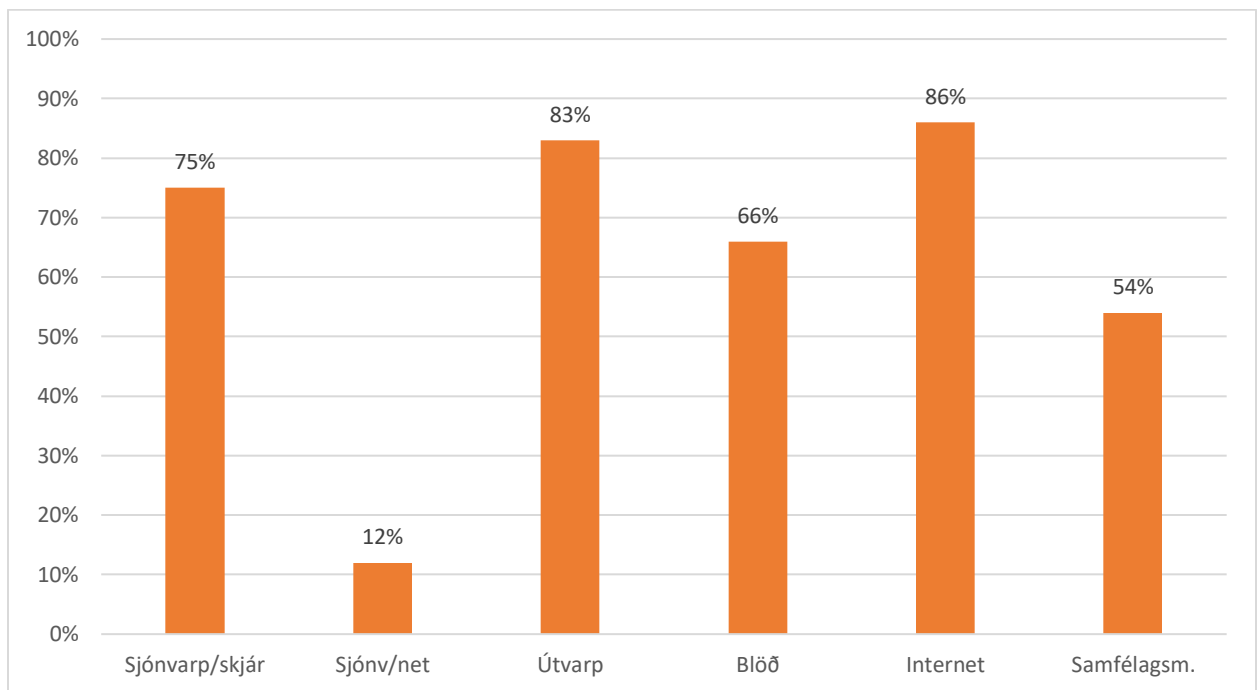
Notkun á fjölmiðlum hefur tekið miklum breytingum og þróun í miðlun upplýsinga verið mjög hröð, sérstaklega með tilkomu internetsins og öllum þeim nýjungum sem það hefur upp á að bjóða. Fyrst og fremst þýðir það að aðgengi og hraði upplýsinga hefur aukist til muna. Allt sem fjölmiðlar fjalla um fer á internetið og hægt er að greina frá atburðum og málefnum um leið og það á sér stað. Varðveisluhlutverk internetsins er ekki síður bylting því aðgengi að upplýsingum er mun meira en áður þekktist og tíðkaðist.

Breytt almannarými

Allt frá upphafi hafa fjölmiðlar fært fréttir og upplýsingar inn í eitthvað sem kallast almannarými. Það er óáþreifanlegt en gegnir hlutverki í lýðræðissamfélaginu sem vettvangur mismunandi skoðana og rökræðu. Almennarýmið er mælikvarði á hversu vel borgaralegt samfélag stendur með tilliti til lýðræðislegrar umræðu (Birgir Guðmundsson, 2012b). Það sem kallað hefur verið almannarými hefur færst í átt til uppskiptingar og hólfaskiptingar með breyttu landslagi í fjölmiðlum, hvort sem það er hér á landi eða á heimsvísu. Það hefur bæði sína kosti og galla. Annars vegar er vert að nefna að með auknu aðgengi að miðlun efnis skapast vettvangur fyrir hvern sem vill til að koma sinni meiningu á framfæri án ritskoðunar. Aftur á móti getur aukin hólfun komið niður á lýðræðislegri umræðu þar sem hún skiptist niður í fastmótuð hólf þar sem ekkert kemst að nema bergmál. Í því felst að veruleiki hvers og eins í netheiminum mótast af hegðun og ýtir undir samskipti við fólk, fyrirtæki, félög, stjórnmálaflokka, verslanir eða annað sem endurspeglar sambærileg sjónarmið og ýtir undir sannfæringu hvers og eins um að sú endurspeglun sé algild í samfélaginu. Slíkt fyrirbæri kallast bergmálshellir, (e. *echo chamber*). Í

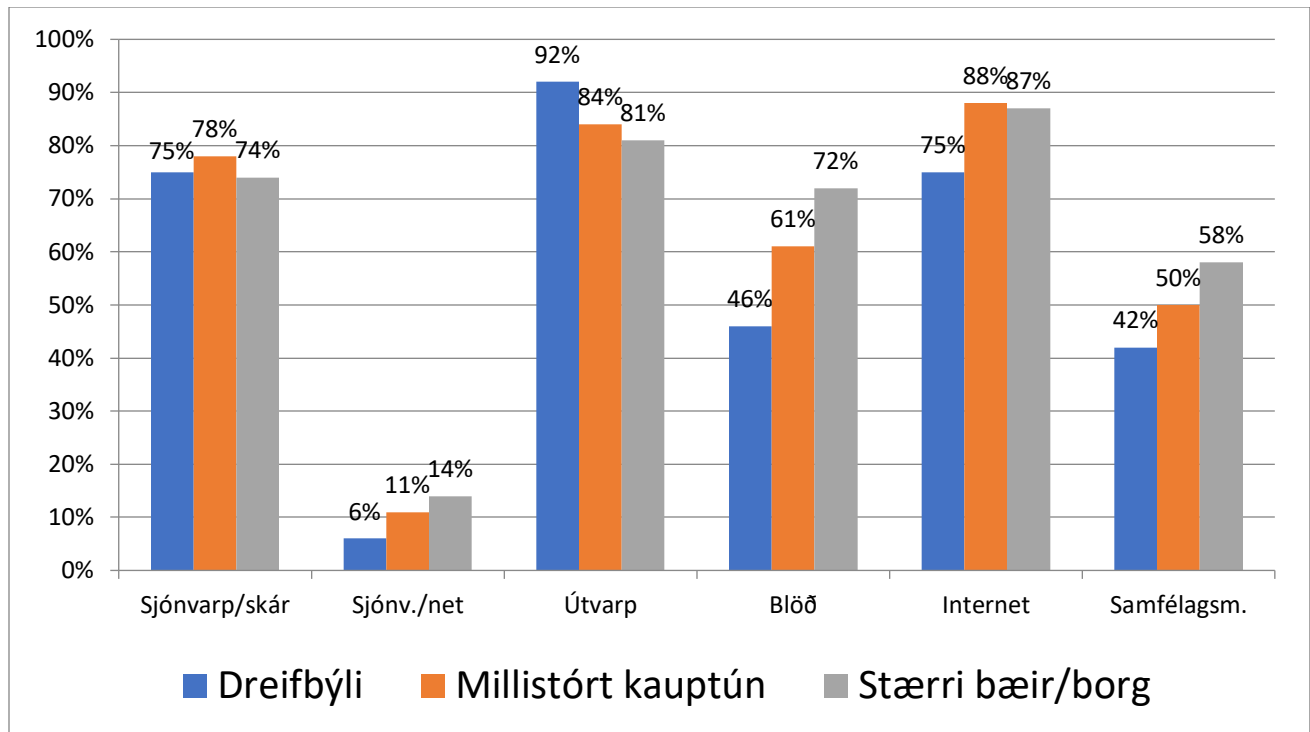
slíkum helli heyrir maður aðeins sína eigin rödd og enduróm eigin skoðana frá umhverfinu. Slík þrenging á sjóndeildarhring getur haft í för með sér skaðleg áhrif á lýðræðislega og upplýsta umræðu í samfélaginu (Mancini, 2013).

Þegar litið er til notkunar almennings á fjölmiðlum sést að sífellt fleiri notfæra sér internet og samfélagsmiðla, en aðeins tveir af hverjum þremur lesa dagblöð. Þessar tölur eru frá því árið 2011 og því má velta því fyrir sér hvort sú þróun hafi ekki haldið áfram, þ.e.a.s. að fleiri noti netið í stað þess að lesa dagblöð. Sér í lagi í ljósi þess að frá árinu 2011 hafa blöðin sjálf sett aukinn kraft í að gefa út efni á netinu og samfélagsmiðlum.



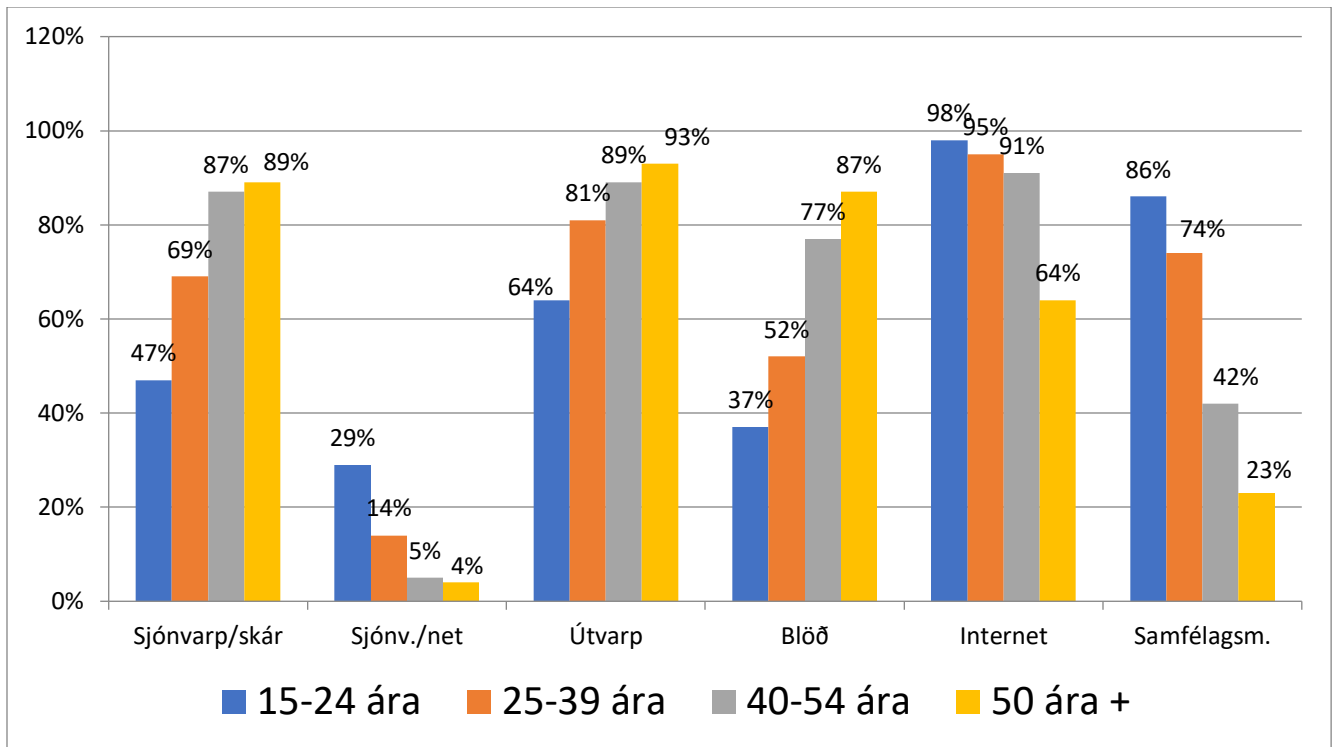
Mynd 4. Dagleg fjölmiðlanotkun allra aldurshópa á Íslandi. Tölur frá árinu 2011. (Birgir Guðmundsson, 2012b)

Fjölmiðlanotkun hér á landi er breytileg eftir því hvort fólk er búsett í dreifbýli, í kaптúni eða í stærri bæjum/borg. Fólk í dreifbýli er líklegra til að hlusta á útvarp en les síður dagblöð, netsíður og horfir síður á sjónvarp í gegnum internetið og samfélagsmiðla (Birgir Guðmundsson, 2012b).



Mynd 5. Dagleg fjölmiðlanotkun á Íslandi árið 2011 eftir búsetu. (Birgir Guðmundsson, 2012b)

Þá er talsverður breytileiki milli aldurshópa þegar kemur að fjölmiðlanotkun. Yngra fólk notar samfélagsmiðla og sjónvarp í gegnum netið mun meira en þeir sem eldri eru, en fólk á miðjum aldri og eldra fólk les frekar dagblöð, hlustar á útvarp og horfir á sjónvarp.



Mynd 6. Dagleg fjölmiðlanotkun á Íslandi árið 2011 eftir aldri. (Birgir Guðmundsson, 2012b)

Út frá þessum forsendum má segja að almannarýmið sé að taka breytingum, þ.e.a.s. notkunin færir í átt að sérsníðnum veruleika hjá hverjum og einum og notandinn er virkari í því að nálgast efni sem höfðar til hans, í stað þess að vera óvirkur áheyrandi.

Aðgerðasinnar hafa í gegnum tíðina tekið sig saman til að mótmæla því sem þeir kalla aðgerðir nýfrjálshyggjunnar til alþjóðavæðingar. Í þeim aðgerðum getur falist mótspyrna gegn ójafnrétti eða misrétti á hinum ýmsu sviðum, svo sem á vinnumarkaði. Einnig hafa aðgerðasinnar mótmælt í auknum mæli aðgerðaleyfi stjórnvalda í umhverfismálum og þeirri vá sem steðjar að þjóðum heims í tengslum við hlýnun jarðar (Bennet, Segerbert, 2013). Ástæða þess að aðgerðasinnar leggjast í auknum mæli gegn nýfrjálshyggjunni er að í henni felast minni afskipti hins opinbera og frelsi einstaklingsins til athafna. Í tímans rás hefur sú breyting orðið á formi mótmælanna að þau snúast ekki endilega um eitt málefni í einu þar sem stórir hópar fólks koma saman og halda mótmælaspjöldum á lofti, heldur er hegðun og lífsstíll fólks í auknum mæli orðin birtingarmynd mótmælanna. Hver og einn einstaklingur stendur fyrir sinn málstað með venjum sínum og hegðun, svo sem í klæðnaði; vörumerki, uppruni, notuð föt (*second hand*), matarvenjum; *vegan*, beint frá býli, *fair trade*, *slow food* o.s.frv. og lifnaðarháttum; færri ferðalög

og almennt minni neyslu. Til að koma skilaboðum sínum á framfæri og breiða út boðskap sinn og upplýsingar sem einstaklingur eða hópur er gjarnan stuðst við samfélagsmiðla og miðla sem eiga samskipti beint við aðra einstaklinga (Bennet, Segerbert, 2013).

Áreiðanleiki og traust til fjölmiðla

Undanfarin ár hefur umræða um áreiðanleika fjölmiðla verið hávær, sér í lagi vestanhafs þar sem áreiðanleiki upplýsinga sem eru í umferð þykir ekki alltaf eins og best verður á kosið fyrir lýðræðislega umræðu (Giglietto, Lannelli, Rossi, og Valeriani, 2019). Margar þjóðir hafa gripið til aukinnar lagasetningar til að bregðast við svokölluðum falsfréttum, eða upplýsingaóreiðu. Áhrif fjölmiðla á skoðanir og álit fólks eru margvísleg, til að mynda í garð nýrra vísinda og uppgötvana á sviðum eins og nanótækni í iðnaði (Ho, Scheufele, & Corley, 2013). Í innihaldsgreiningu sem gerð var á fjölmiðlum í Bandaríkjunum á árunum 2000 til 2003 kom í ljós að jákvæð umfjöllun um nanótækni vó þyngra en neikvæðar afleiðingar slíkrar tækni í augum neytenda þegar þeir mótuðu álit sitt í garð tækninnar (Ho, Scheufele, & Corley, 2013). Þýskaland og Frakkland hafa gripið til hertrar lagasetningar vegna dreifingar falsfrétta. Í Frakklandi eru lögin bundin við dreifingu rangra upplýsinga og fréttu í tengslum við kosningar og í aðdraganda þeirra. Þeim er ætlað að standa vörð um lýðræðislega umræðu og upplýsingagjöf (Einar Hugi Bjarnason, 2020).

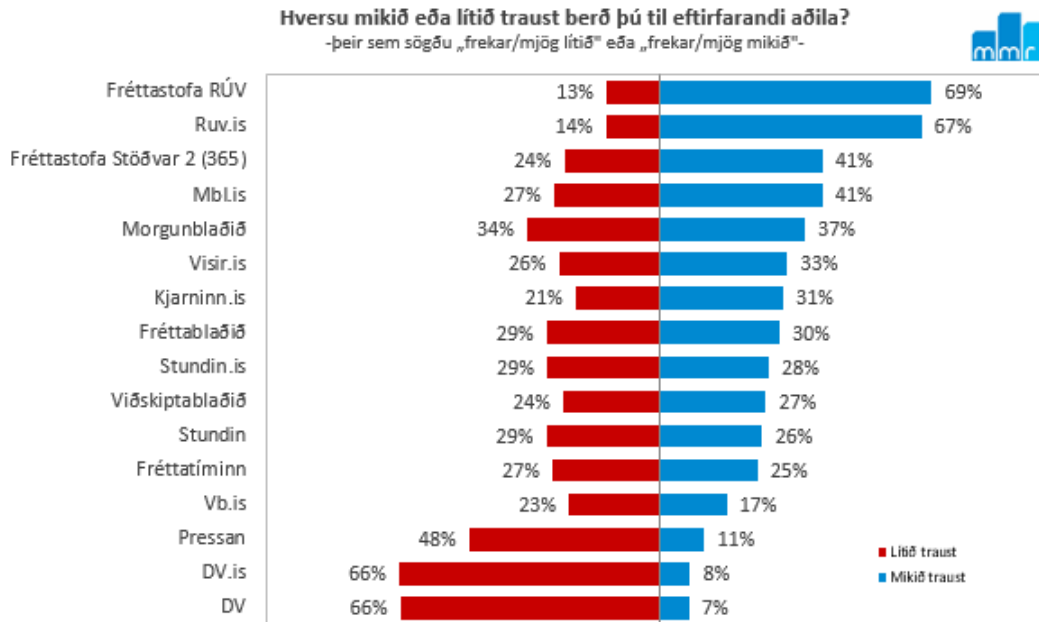
Traust á milli almennings og fjölmiðla er mjög mikilvægt í þágu þess að koma réttum og sönnnum upplýsingum á framfæri. Misjafnt er með hvaða hætti almenningur metur miðla trausta og áreiðanlega. Þá ákvörðun taka þeir út frá þrennu: uppruna upplýsinga, hversu áreiðanleg eða trúverðug sagan (upplýsingarnar) eru og samhengi upplýsinganna (Giglietto, Lannelli, Valeriani & Rossi, 2019).

Sérstaða fjölmiðlamarkaðs hér á landi gagnvart almenningi, og stjórnvöldum felst fyrst og fremst í smæð markaðarins og nálægðarvandi er mjög algengur þar af leiðandi. Tilkoma tvískipts fjölmiðlakerfis (e. *hybrid media system*) felst því helst í að kjósendur og almenningur myndar einhvers konar tengsl sín á milli þar sem persóna frambjóðenda er eins og áður segir í forgrunni. Tvískipting fjölmiðlakerfisins felst í samþættingu á milli hefðbundnu miðlanna (blaða og ljósvakamiðla) í bland við nýmiðla (samfélagsmiðla, persónuleg skrif, vefsvæði, auglýsingar o.s.frv.) (Birgir Guðmundsson, Hafdís Björg Hjálmarsdóttir og Vera Kristín Vestmann Kristjánsdóttir, 2019).

Mikilvægi hefðbundinna miðla fyrir frambjóðendur gefur ástæðu til að ætla að hefðbundin fjölmiðlun hafi enn tilgang í samfélaginu, en sé ekki að láta undan í samkeppni við samfélagsmiðla. Tilkoma þeirra hefur ruggað bátnum þar sem samkeppni um athygli er sífellt að

harðna og flæði upplýsinga eykst stöðugt. Við slíkar aðstæður geta hefðbundnu miðlarnir tileinkað sér kosti og meðbyr samfélagsmiðlanna með því að notfæra sér þá til miðlunar á efni sem á upptök sín innan hefðbundinnar miðlunar. Umræða um tvískipt fjölmiðlakerfi fór hátt í tengslum við forsetakosningar í Bandaríkjunum árið 2016. Falsfréttir og óáreiðanleiki fjölmiðla hefur farið mjög hátt í aðdraganda og kjölfar kosninganna þar í landi (Giglietto, Iannelli, Valeriani, & Rossi, 2019). Fjölmiðlakerfið í Bandaríkjunum er mjög frábrugðið því kerfi sem við þekkjum hér á landi þar sem fjölmiðlar starfa alfarið á almennum markaði þar, en ekki eru opinberir miðlar í boði sem hafa lagalega skyldu gagnvart hinu opinbera. Hagsmunir slíkra miðla bera gjarnan vott um að starfa í þágu ákveðinna stjórn málaafna og annarra hagsmuna, beint og óbeint (Hallin, e.d.).

Hvað varðar fjölmiðlamarkað hér á landi ríkir almennt mikið traust á milli almennings og fjölmiðla yfir höfuð. Það er þó breytilegt milli miðla hversu mikið traust almenningur ber í garð hvers fjölmiðils. Hér er rekin sú stefna að ríkið hefur aðkomu að rekstri eigin fjölmiðils, RÚV, sem nýtur mikils trausts, en aðrir miðlar njóta heldur minna trausts, miðað við könnun sem MMR gerði árið 2016 (MMR, 2016). Umhverfi fjölmiðla hér á landi stendur frammi fyrir talsverðum breytingum hvað varðar aðkomu hins opinbera þar sem fyrir Alþingi liggur um þessar mundir endurskoðun laga um fjölmiðla. Hún miðar að því að létta undir með rekstri einkarekinna fjölmiðla á formi endurgreiðslu hluta kostnaðar sem fellur til við öflun og miðlun ritstjórnarefnis að uppfylltum ákveðnum skilyrðum (Þingskjal nr.645/2019-2020. Frumvarp um breytingu á lögum um fjölmiðla nr. 38/2011).



Mynd 7. Spurt var: „Hversu mikið eða lítið traust berð þú til eftirfarandi aðila?“. (Könnun MMR um traust í garð fjölmiðla árið 2016.)

Fjölmiðlalæsi

Mikilvægi fjölmiðlalæsis fer vaxandi í heimi þar sem upplýsingastreymi er mikið og skilaboðum haldið að hverjum og einum í takt við hegðunarmynstur. Í grunninn gengur fjölmiðlalæsi út á þá færni að meðtaka og túlka skilaboð í fjölmiðlum með gagnrýnum hætti, án þess að rengja allt sem þar kemur fram. Fjölmiðlalæsi er skilgreint af Framkvæmdastjórn ESB sem eiginleika til að nálgast, greina og meta áhrif og styrk fjölmiðlaefnis svo sem myndefni, hljóð og skilaboð sem borin eru á borð í hversdagsleikanum og spila hlutverk í nútímamenningu hvers og eins. Aukinheldur felst fjölmiðlalæsi í eiginleikanum að tjá sig með fullnægjandi hætti í fjölmiðlum sem hver og einn hefur aðgengi að og nær til allra flokka fjölmiðla, hvort sem það er útvarp, sjónvarp, netmiðlar eða samfélagsmiðlar. Tilgangur fjölmiðlalæsis er að auka meðvitund neytenda um áhrif fjölmiðla á hversdagsleika og skoðanir og ímynd sem hver og einn mótar út frá upplýsingum sem er einn af hornsteinum lýðræðisins (European Commission, 2011.)

Þegar talað er um að við séum gagnrýnin á þær upplýsingar sem blasa við okkur er ekki átt við að reyna að finna þeim allt til foráttu og draga sannleiksgildi alls í efa, heldur fremur að kryfja upplýsingar til mergjar og setja í samhengi við samtímann. Þannig eru fordómar og

fyrirframmótaðar hugmyndir lagðar til hliðar og sjónarhorni okkar breytt (Henry Alexander Henrysson og Páll Skúlason, 2014). Þó ekki sé hægt að skilgreina gagnrýna hugsun í þaula felur hún í flestum tilfellum í sér hugarfar sem vert er að velta fyrir sér við upplýsinganálgu og almennt í umræðum og samskiptum. Þannig skuli hver sem leitast við að tileinka sér gagnrýna hugsun leita svara við spurningum á borð við hvað felist í skoðunum manns, hvers vegna maður sé að mynda sér skoðun á tilteknu umræðuefni, hvert samræmið sé við núverandi hugmyndir og skoðanir, hvort öll hugtök séu auðskilin og samræmi í skilningi á milli aðila og hvort skilningur sé til staðar um gögn sem liggja fyrir um tiltekin mál. Sjötta spurningin felur í sér hvort röksemdafærslur séu að baki skoðunum eða hvort að þær hafi orðið fyrir áhrifum frá mælskubrögðum eða öðrum rökvillum (Henry Alexander Henrysson og Páll Skúlason, 2014). Um seinustu spurninguna segir Henry A. Henrysson (2018) eftirfarandi í grein sinni:

Síðasta, mikilvægasta og líklega flóknasta spurningin er sú að reyna að gera sér grein fyrir hvað myndi gerast ef allir hefðu sömu skoðun og breyttu í samræmi við hana. Skoðanir eru sjaldnast einkamál. Hver og einn breytir oftast í samræmi við skoðanir sínar. Ef við ætlum að gera gagnrýninni hugsun hærra undir höfði í hugmyndaheimi okkar þurfum við að leyfa hugsun okkar að tengjast hinu mögulega – því sem ætti að gerast. Vitund um afleiðingar er hluti þess að vera athugull á allar hliðar hvers máls. Markmiðið er að gera einhvers konar langtímaplön fyrir sjálfan sig og aðra. Auðvitað kunnum við að þurfa að hugsa í styttri lotum en þá eigum við að geta gert sjálfum okkur og öðrum grein fyrir því hvers vegna ekki var horft til lengri tíma. Þar kemur samræðu[-] og rökræðuviljinn fram.

Samspil stjórn mála og aðhaldshlutverk fjölmiðla

Hlutverk fjölmiðla í samfélaginu hefur tekið breytingum á seinustu áratugum. Um það leyti sem sjónvarpsvæðing varð í Evrópu um miðja seinustu öld vanmátu stjórn málamenn mátt miðilsins hrapalega. Í stað þess að aðlaga málflutning og upplýsingagjöf til kjósenda í takt við tækniþróunina reiddu þeir sig á hefðbunda miðlun í gegnum dagblöð og flokksmálgögn líkt og þeir höfðu áður gert. Sænskir stjórn málamenn töluðu opinskátt um að þeir hefðu ekki mikla trú á sjónvarpinu til að koma mikilvægum boðskap sínum (Strömback, 2008). Í tengslum við kosningar hér á landi hefur komið í ljós aukið vægi samfélagsmiðla við að koma skilaboðum og upplýsingum til kjósenda. Stjórn málafólk lítur í auknum mæli til samfélagsmiðla og internetsins í þeirri vegferð að koma sínum skilaboð áleiðis í stað þess að reiða sig á hefðbundnari miðla, eins

og dagblöð, útvarp og sjónvarp (Birgir Guðmundsson, Hafdís Björg Hjálmarsdóttir og Vera Kristín Vestmann Kristjánsdóttir, 2019). Viðhorfsbreytingu mátti greina meðal stjórnámálanna hér á landi í kringum sveitarstjórnarkosningar árið 2014 en þá sögðust níu af hverjum tíu hafa nota samfélagsmiðilinn Facebook mikið eða mjög mikið en í sveitarstjórnarkosningunum þar á undan notuðu sjö af hverjum tíu miðilinn mikið eða mjög mikið til að koma sér á framfæri (Birgir Guðmundsson, Hafdís Björg Hjálmarsdóttir og Vera Kristín Vestmann Kristjánsdóttir, 2019).

Talað hefur verið um að stjórnámál og fjölmiðlar séu að þróast samkvæmt ákveðnu mynstri. Fjölmiðlavæðing stjórnmála (e. *mediatization*) vísar til þess að stjórnmálin eru orðin sniðin fyrir fjölmiðla og fjölmiðlarnir gegna sömuleiðis lykilhlutverki fyrir stjórnmálin. Í hugtakinu felst með hvaða hætti samspil fjölmiðla og stjórnmála skapa fjölvítt ferli þar sem upplýsingum er miðlað á báða bóga þar sem fjölmiðlar verða uppspretta pólitískra skilaboða og ríghalda í sjálfstæði sitt (Strömbäck. 2008). Þessi breyting hefur ekki síður skapað áskoranir fyrir þá sem standa í kosningabaráttu. Í grunninn snýst kosningabaráttu um að ná athygli kjósenda og koma sínum sjónarmiðum og stefnumálum á framfæri, hvort sem það er í einstaklingskjöri eða nafni einhvers stjórnmálaafsls. Áður fyrr gegndu hefðbundnir miðlar lykilhlutverki í því sambandi og stór hluti kosningabaráttunnar fór fram ýmist á síðum dagblaða eða í útvarpi og/eða sjónvarpi. Í seinni tíð hefur tilkoma samfélagsmiðla spilað sífellt stærra hlutverk og hafa stjórnmálaflokkar reynt að leggja sig fram við að ná til yngri kjósenda í gegnum miðla eins og Snapchat, Instagram og Twitter. Facebook er sérstakt fyrirbæri sem ekki er unnt að taka inn í þá jöfnu, þar sem útbreiðsla miðilsins er langt umfram það sem gerist og gengur með hina miðlana, en 93 prósent þeirra sem tóku þátt í könnun MMR árið 2018 nota Facebook reglulega (Birgir Guðmundsson, 2019). Það er langt umfram notkun á öðrum samfélagsmiðlum. Það undirstrikar hversu mikilvægur hluti af kosningabaráttunni Facebook er. Frambjóðendur meta það svo að mikilvægi Facebook í tengslum við kosningar sé mjög mikið (Birgir Guðmundsson, 2019).

Minni stjórnmálaflokkar sem hafa minna fjármagn í sínum kosningasjóðum geta séð sér leik á borði í því að notfæra sér samfélagsmiðla því hefðbundnar auglýsingar í dagblöðum og ljósvakamiðlum eru mun kostnaðarsamari en samfélagsmiðlar. Oft hefur einnig komið fram gagnrýni á fjölmiðlar á Íslandi að ekki sé fjallað með jöfnum hætti og á sama hátt um stjórnmálaflokka. Til að mynda gagnrýndu stjórnmálaflokkar sem ekki buðu fram á landsvísu þá

ákvörðun RÚV fyrir Alþingiskosningarnar 2017 að bjóða aðeins fulltrúum flokka sem buðu fram á landsvísu að taka þátt í umræðuþætti sem sýndur var í sjónvarpi kvöldið fyrir kjördag (Milla Ósk Magnúsdóttir, 2017). Framboðum hefur fjölgað talsvert, sér í lagi í alþingiskosningum árin 2013, 2016 og 2017 (Birgir Guðmundsson, 2019), sem gerir umfjöllun um stefnumál og áherslur hvers framboðs umfangsmeiri og kallar á aukinn tíma og pláss í hefðbundnum miðlum.

Notkun á samfélagsmiðlum er heldur algengari meðal yngri frambjóðenda en þeirra sem eldri eru (Birgir Guðmundsson 2019). Leiða má líkur að því að þeir telji mikilvægt að komast í beina snertingu í gegnum samfélagsmiðla við sína kjósendur og mögulega kjósendur. Bent er á að slík persónugerving frambjóðenda á samfélagsmiðlum geti haft í för með sér breytingar á pólitísku landslagi innan flokka, þar sem persóna frambjóðenda er sett í forgrunn fremur en stefna og málefni stjórn málaflokksins. (Enli & Skogerbø, 2013; Karlsen, 2011; Karlsen & Enjolras, 2016). Persónuvernd gaf út álit sitt á notkun stjórn málaflokka á samfélagsmiðlum snemma árs 2020. Þar er bent á einsleitni í notkun samfélagsmiðla hér á landi og þá breytingu sem er að eiga sér stað í upplýsingamiðlum, sér í lagi til ungs fólks (Björg Thorarensen, Aðalsteinn Jónasson, Ólafur Garðarsson, Vilhelmína Haraldsdóttir og Þorvarður Kári Ólafsson, 2020):

Í þessum málum hefur komið í ljós að mikil hætta er fyrir hendi á því að herjað verði á borgara í Evrópuríkjum, aðallega á samfélagsmiðlum, með þeim hætti að flókin algrím séu notuð til þess að beina röngum, villandi og persónusniðnum upplýsingum að einstaklingum án þeirra vitundar. Getur afleiðingin orðið sú að grafið sé undan trúverðugleika og lögmæti kosninga, auk þess sem þannig er reynt að hafa bein áhrif á niðurstöður þeirra. Sömu sjónarmið og að framan greinir eiga við á Íslandi eins og lýst hefur verið að framan. Má jafnvel færa fyrir því rök að þau eigi enn frekar við hér en annars staðar í Evrópu í ljósi þeirrar umfangsmiklu og einsleitu notkunar samfélagsmiðla sem hér viðgengst. Sú staðreynd að rúmlega níu af hverjum tíu fullorðnum einstaklingum á Íslandi nota sama samfélagsmiðilinn gerir úrvinnslu upplýsinga úr þjóðfélagsumræðu auðveldari en ella fyrir þá sem búa yfir tæknilegri þekkingu til þess og skapar kjöraðstæður fyrir ólögmæta vinnslu persónuupplýsinga. Í því upplýsingaumhverfi sem nú ríkir eru margir, ekki hvað síst ungt fólk, sem ekki lesa prentmiðla og sækja í reynd allar sínar upplýsingar um og fréttir af því sem fram fer í samfélaginu á vettvang samfélagsmiðla. Mikilvægt er að samfélagið og stofnanir þess geri þá kröfu til stjórn málasamtaka að þau umgangist þá tækni sem samfélagsmiðlar bjóða upp á af ábyrgð. Séu persónuupplýsingar notaðar á samfélagsmiðlum í samræmi við persónuverndarlög ættu þeir að geta gegnt uppbyggilegu og góðu hlutverki við miðlum upplýsinga og ættu sem slíkir að geta ýtt undir lýðræðislega þátttöku og bætt getu kjósenda til að geta tekið ákvarðanir á grundvelli réttra upplýsinga.

Álitið endurspeglar þá breytingu sem hefur orðið í miðlun upplýsinga á þann hátt að stjórn málaöfl, sem og aðrir hagsmunaaðilar, leita í auknum mæli að leiðum til að aðlagast breyttum aðstæðum með það að leiðarljósi að klæðskerasníða upplýsingar að hverjum og einum og þeim er markvisst haldið og beint að ákveðnum hópum í gegnum samfélagsmiðla (Birgir Guðmundsson o.fl. 2019). Slíkar aðgerðir ganga þó nærri friðhelgi einkalífs fólks og eru vandmeðfarnar. Ástæða þess að vísað er til þessara breytinga í samspili fjölmiðla og stjórn mála er að undirstrika að breytingar í samskiptum og samspili þátta í samfélaginu eru að eiga sér stað í seinni tíð. Þannig hafa tengsl fólks í þéttbýli við starfsemi og mannlíf í sveitum sömuleiðis tekið breytingum undanfarin ár. Börn eru ekki send í sveit í eins miklum mæli og áður þekktist og íbúar sem búa í þéttbýli hafa e.t.v. enga tengingu við landbúnaðarsvæði. Því er mikilvægt að brúa það bil með fjölbreyttum hætti í fjölmiðlum og kanna hvort að stóru fjölmiðlar landsins séu að fjalla um málefni sem snúa að matvælaframleiðslu í landinu og landbúnaðarmálum. Þá er vert að spyrja með hvaða hætti það sé gert og hvernig þær fréttir eru rammaðar inn í miðlum.

Lýðræði felur í sér að almenningur hafi aðkomu að stjórnarfari samfélagsins og geti komið skoðunum sínum og gjörðum á framfæri óhindrað og tekið þátt í umræðu samfélagsins. Valdaskipting lýðræðisins byggist á trausti á milli þegna og því gegna réttmætar upplýsingar mikilvægu hlutverki í að skapa traust á milli einstaklinga, stofnana lýðræðisins og innan samfélagsins í heild sinni. Ef litið er almennt yfir svið fjölmiðlanna er hlutfallslega minna framboð af pólitískum fréttum þar sem heildarfjöldi fréttu hefur aukist umtalsvert. Sá vöxtur er ekki til kominn af auknum áhuga eða eftirspurn eftir hörðum fréttum heldur frekar mýkri fréttum (Van Aelst o.fl. 2017). Tækniframfarir hafa hinsvegar skapað tækifæri nýrra fréttagátta til að koma fram á sviðið og fjalla um stjórn mála í ríkari mæli en áður. Netsíður hafa til að mynda möguleika á að vera með mun víðtækari eða nákvæmari úttektir og umfjöllun en dagblöð sem takmarkast af plássi á síðum eða sjónvarp sem þarf að skapa sér tekjur með auglýsingatímum og skemmtiefni. Klæðskerasniðinn „raunveruleiki“ hvers og eins hefur svo mikið að segja um það hvað ratar inn á borð hvers og eins. Samfélagsmiðlar og netmiðlar skapa hverjum og einum birtingarmynd af raunveruleikanum eftir því hvar áhugasvið og þægindarammi hvers og eins liggur (Van Aelst o.fl.,2017).

Ljóst þykir að landbúnaður sem atvinnugrein stendur frammi fyrir miklum áskorunum á komandi árum á ýmsum sviðum eins og áður var komið inn á, svo sem gagnvart breytingum í byggðapróun. Ímynd landbúnaðar hér á landi verður sífellt mikilvægara verkefni í kjölfar breyttra neyslu og kröfu samfélagsins um heilnæmi og velferð dýra og umgengni um land. Líkt og áður hefur verið komið inn á hefur þróun í landbúnaði sömuleiðis áhrif á byggðapróun í landinu. Byggðapróun er í þá átt að fólki fækkar til sveita og tæknivæðing verður sífellt meiri. Með aukinni tækni geta skapast tækifæri til að brúa bil á milli þeirra sem standa í brúnni við frumframleiðslu afurða og þeirra sem neyta þeirra. Með auknum fjarskiptum gefst fólki til sveita tækifæri á að taka virkan þátt í þjóðfélagsumræðunni. Fjölmiðlar bera mikla ábyrgð gagnvart samfélaginu í heild að veita öllum öngum samfélagsins aðhald, hvort sem það er á sviði stjórnmála, atvinnumála, byggðamála eða annarra samfélagsmála. Með sama hætti og stjórnmálamenn hafa tileinkað sér breyttar leiðir til að ná til sinna kjósenda er umhugsunarvert fyrir landbúnaðinn í heild sinni að velta fyrir sér hvort hægt sé að ná til samfélagsins með nýjum hætti.

Með tilliti til þessara þátta sem fram hafa komið er rannsóknarspurningin lögð fram. Hversu mikið er fjallað um landbúnaðarmál og matvælaframleiðslu í fjölmiðlum á Íslandi? Enn fremur er spurt: Hvernig er umfjöllun um landbúnaðarmál og matvælaframleiðslu háttað í fjölmiðlum?

Aðferðafræði

Til að svara rannsóknarspurningunni var stuðst við innihaldsgreiningu á íslenskum fjölmiðlum. Þó var mengi fjölmiðla sem til rannsóknar voru einskorðað við fjóra miðla sem gefa út dagblöð á hverjum degi. Auk þess voru til skoðunar ljósvakamiðlar sem senda út fréttir á hverjum degi í útvarpi og sjónvarpi. Því nær rannsóknin til Morgunblaðsins, Fréttablaðsins, RÚV og Stöðvar 2 og Bylgjunnar. Vefmiðlar voru undanskildir auk þeirra blaða sem eru gefin út sjaldnar.

Innihaldsgreining felur í sér kanna skráð samskipti og hvernig þau koma fyrir sjónir. Innihaldsgreining miðar við að rannsóknargögn séu skoðuð út frá því sjónarhorni hver áherslan er í til dæmis fjölmiðlum, bókum eða öðrum miðlum. Þannig má leggja mat á áherslur fjölmiðla á ákveðin málefni út frá því rými sem málefnið fái (Sigríður Halldórsdóttir, 2016).

Innihaldsgreiningu er beitt til að varpa ljósi á og greina hvernig umræðu um tiltekin málefni er háttað á ákveðnum umræðuvettvangi, svo sem í bókmenntum, fjölmiðlum eða annars konar miðlum. Við rannsóknir með innihaldsgreiningu er tekið fyrir ákveðið tímabil og skilgreint hvaða efnisþætti á að leita eftir (orð, tákni o.þ.h.). Almenn er innihaldsgreiningu ætlað að draga saman stórt safn af gögnum og skilgreina flokka á kerfisbundinn hátt út frá fyrirframákveðnu kerfi. Það er í höndum rannsakenda hverju sinni hvort að nálgun hans gagnvart eiginlegum gögnum sé magnbundin eður ei (Weber, 1990). Innihaldsgreiningu hefur verið beitt í auknum mæli frá því um miðja 20 öld, sér í lagi meðal félagsvísindafólks, svo sem í mannfræði og annarra sem vilja koma auga á orðræðu í samfélögum, nú sem á öldum áður. Innihaldsgreining verður sífellt aðgengilegri rannsóknaraðferð þar sem tækni til greiningar hefur fleygt fram undanfarin ár. Til dæmis er orðið framkvæmanlegt að koma gömlum handskrifuðum texta á aðgengilegra form og þar með hægt að greina hann ítarlega (Krippendorff, 2013).

Með það að leiðarljósi að svara rannsóknarspurningunum voru tekin saman gögn úr Fjölmiðlavakt Credit Info fyrir tveggja vikna tímabil, sem valið var af handahófi, og tekið saman hversu margar fréttir birtust í fyrirframákveðnum fjölmiðlum hér á landi. Til viðbótar var gagnasafnið skoðað með það að leiðarljósi að rýna í með hvaða hætti sé fjallað um matvælaframleiðslu og landbúnað í fjölmiðlum.

Til að fá fram niðurstöður úr gagnasafninu voru ákveðin leitarorð sett fram sem tengjast landbúnaði og matvælaframleiðslu. Hugtökin ná helst til framleiðslu til sveita, en ekki

sjávarútvegs. Hugtökin geta komið fyrir í mismunandi hlutum fjölmiðlanna, svo sem í umræðu, fréttum, viðtölum eða í uppskriftum (eðli málsins samkvæmt). Hugtökin sem leitað var eftir í gagnasafninu voru eftirfarandi: *landbúnaður, bændur, sauðfjárændur, kúabændur, svínabændur, hrossabændur, hestamenn, mjólk, kjöt, egg, ull, grænmeti, kjúklingur, dýr, nautgripir, sauðfé, hestar, hænur, svín, sláturhús, afurðastöð, sauðfjárafurðir, matvælaöryggi, matur, matvælaframleiðsla, Beint frá bónda, Beint frá býli og heimavinnsla afurða*. Niðurstöður leitarinnar geta gefið til kynna að hugtökin birtist endurtekið, þ.e.a.s. sama fréttin getur innihaldið mismunandi hugtök og því kemur sama frétt fyrir oft en einu sinni í vissum tilfellum. Við úrvinnslu var ákveðið að útiloka orðið *egg* þar sem það kom óeðlilega oft fyrir miðað við önnur hugtök. Í ljós kom að gagnasafnið leitar að öllum orðhlutum og beygingarmyndum, og því kom orðið óhemju oft fyrir, þar sem til að mynda einn ljósmyndari Morgunblaðsins ber nafnið Eggert og borgarstjóri Reykjavíkur ber föðurnafnið Eggertsson. Eftir á að hyggja hefði átt að útiloka orðið *dýr* sömuleiðis þar sem það hafði litla sem enga vísun í dýraríkið í gagnasafninu.

Til að rannsaka ítarlega hvernig umræðu um landbúnað og matvælamál er háttað var farið yfir hverja færslu sem kom fram í gagnasafninu og hún greind ítarlega. Þannig fæst fram þverskurður af því hvernig fjallað er um málefnið. Til greiningarinnar voru meginflokkar ákveðnir fyrirfram. Í fyrsta lagi þurfti að ákvarða hvort að fréttin yfirhöfuð fjallaði um landbúnaðarmál eða matvælaframleiðslu. Ef hún fjallaði ekki um málefnið fékk hún merkingu um að svo væri ekki, og hlaut ekki frekari greiningu. Við greininguna gætti rannsakandi að því að vera hlutlaus við nálgun sína og að allar færslur fengju sömu meðhöndlun. Þannig var réttmæti rannsóknarinnar aukið til muna. Ef fréttin fjallaði um málefnið var hún flokkuð eftir því hvaða skilaboð hún hafði. Annars vegar var metið hvort fréttin taldist jákvæð, neikvæð eða hvorki né. Til að ákvarða það var leitast við að setja sig í spor þess sem fréttin fjallaði um eða viðmælanda og reynt að draga ályktanir um hvort viðkomandi fyndist fréttin koma vel út fyrir sig og sinn málstað eða ekki. Ef fréttin taldist hlutlaus fékk hún merkinguna *hvorki né*.

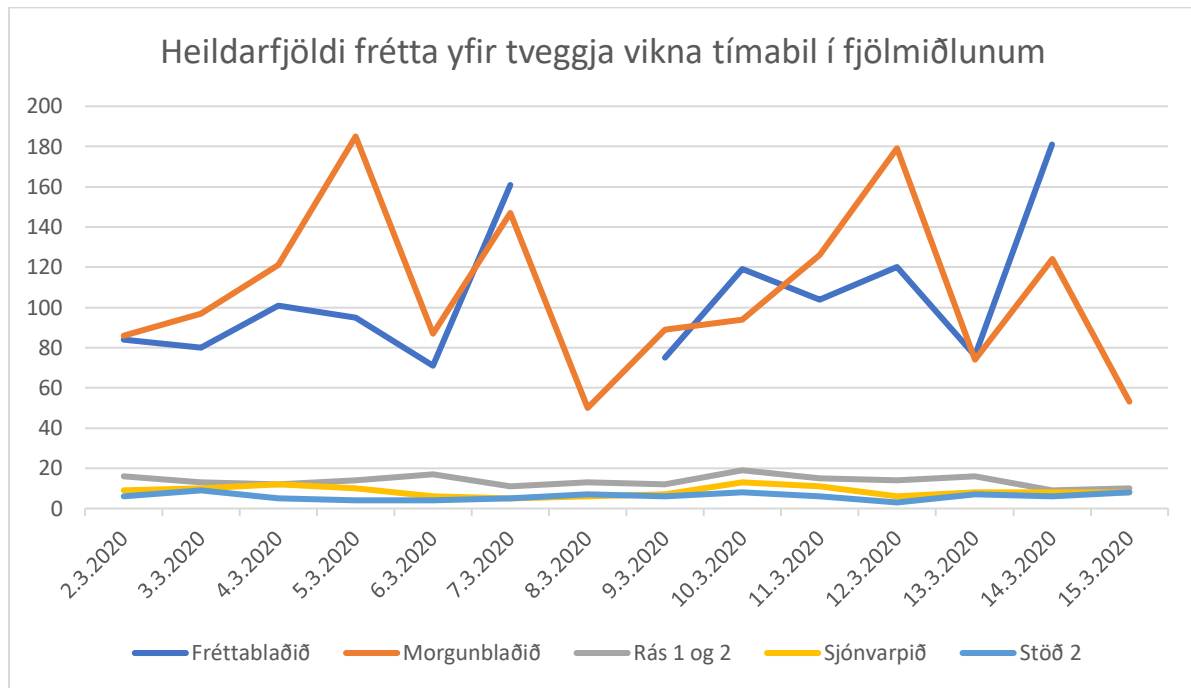
Jafnframt var reynt að leggja mat á hvort að fréttin teldist vönduð og faglega unnin, þ.e.a.s. hvort að fyrir henni væru fleiri en ein heimild (ef þær voru fyrir hendi). Frétt þar sem rætt var við einn viðmælanda fékk merkinguna *ein heimild* en ef rætt var við fleiri eða vitnað til upplýsinga með öðrum hætti fékk hún merkinguna *tvær eða fleiri heimildir*. Þá var skráð niður

hversu mikið pláss hver grein hlaut í dagblaði, eða hversu langan tíma í ljósvakamiðlum. Þessar upplýsingar voru skráðar í gagnasafninu út frá mælingum Credit info. Þar var mælt hversu marga fersentímetra hver grein fékk í blaðinu (sm²). Einnig var skráð hver (embætti sem viðmælendur gegna o.þ.h.) eða hvaða málefni væru í forgrunni í hverri umfjöllun og hvort efnið hefði komið frá ritstjórn (unnið af blaðamanni) eða hvort að það væri aðsent, til að mynda aðsendar greinar, skoðanir eða kynningar. Út frá niðurstöðum þessara mælinga voru dregnar ályktanir um með hvaða hætti umfjöllun um landbúnað og matvælaframleiðslu er í fjölmiðlum hér á landi.

Niðurstöður

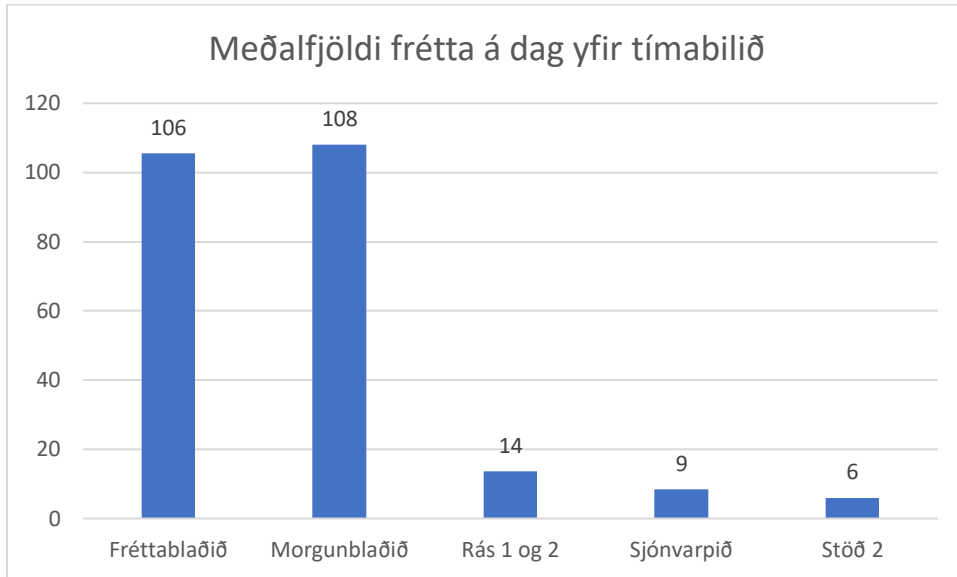
Sé litið á heildarumfjöllun blaðanna kemur í ljós að talsverður breytileiki er í heildarfjölda fréttu á hverjum degi, sér í lagi hjá dagblöðunum tveimur. Dagblöðin bera höfuð og herðar yfir ljósvakamiðlana hvað varðar fjölda birtra fréttu á degi hverjum, eðli málsins samkvæmt þar sem útgáfa dagblaða felur í sér mun fleiri fréttir í hverri útgáfu en ljósvakamiðlun, auk þess sem ekki er litið til vefmiðla sem innihalda oft á tíðum fleiri færslur en rata í útvarp/sjónvarp. Þessi munur sést á mynd 1. Vakin er athygli á því að Fréttablaðið kemur ekki út á sunnudögum og því vantar punkta þá daga á mynd 1 þar sem sjá má heildarfjölda fréttu yfir tveggja vikna tímabil.

Megináhersla Morgunblaðsins virðist vera að gefa út veglegasta og stærsta blaðið á fimmtudögum og laugardögum miðað við þessa mælingu. Fréttablaðið virðist leggja áherslu á að hafa sem flestar fréttir í laugardagsútgáfu sinni, enda er það ígildi tveggja daga þar sem blaðið er ekki gefið út á sunnudögum. Breytileikinn í ljósvakamiðlum er ekki mikill enda hafa þær útsendingar takmarkaðan tíma á hverjum degi í dagskrá sinna miðla. Því er viðbúið að fjöldi fréttu sé svipaður á milli daga.



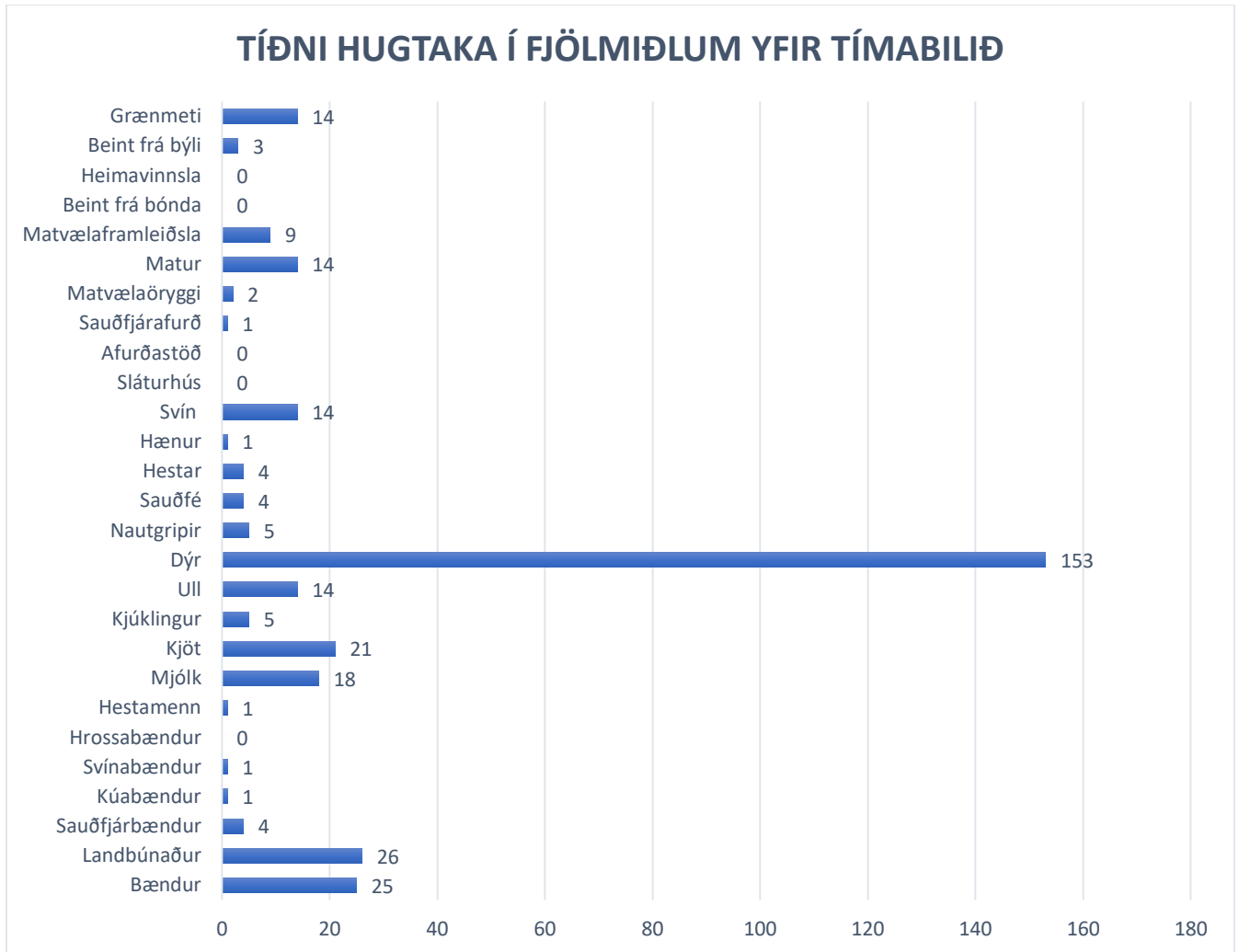
Mynd 8. Heildarfjöldi fréttu á miðlunum fimm á tímabilinu.

Meðalfjöldi fréttanna í dagblöðunum er mjög svipaður á milli Fréttablaðsins og Morgunblaðsins, sem og á milli fréttatíma RÚV og Stöðvar 2. Heldur fleiri fréttir eru þó í hverjum fréttatíma RÚV, eða níu á móti sex hjá Stöð 2. Hafa þeir í huga það sem nefnt var áður að ekki eru allir útvarpsfréttatímar hjá RÚV og Bylgjunni mældir, heldur aðeins hádegisfréttir og kvöldfréttir.



Mynd 9. Talsverður munur er á meðalfjölda fréttanna eftir birtingarformi eins og sjá má.

Þegar tíðni hugtaka er skoðuð kemur í ljós að oftast koma hugtökin *matur*, *grænmeti*, *ull*, *kjöt*, *mjólk*, *landbúnaður* og *bændur* fyrir í fréttum. Lítið virðist vera fjallað um búgreinar og afurðastöðvar miðað við þessa mælingu en sauðfjárþændur voru nefndir alls fjórum sinnum og kúabændur og svínabændur einu sinni. Nánar má sjá niðurstöðu mælingarinnar á myndinni hér að neðan.



Mynd 10. Hugtök sem leitað var eftir í gagnasafninu komi mjög misoft fram í fréttum í fjölmiðlum

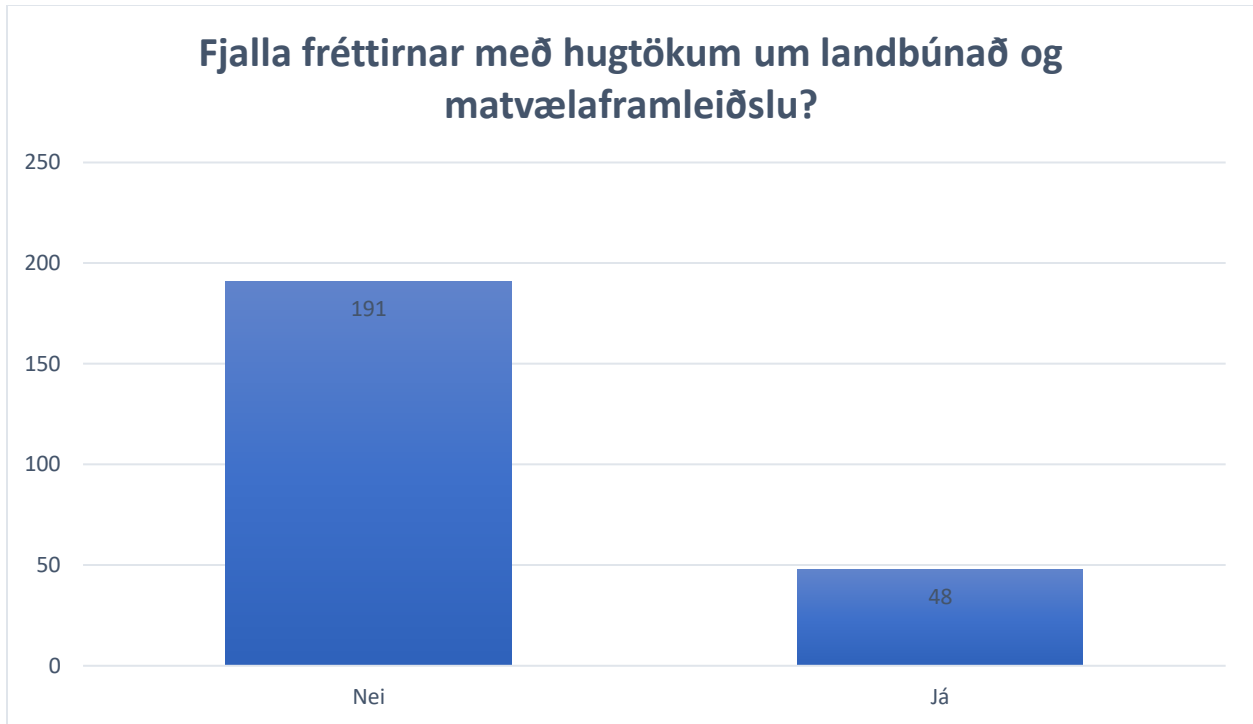
Þessar niðurstöður þarf að nálgast með það fyrir augum að orð eins og *dýr* koma fyrir í margs konar orðum sem eiga ekkert tengt við landbúnað. Orðið *dýr* getur átt við ótal önnur orðasambönd og því er ekki nærri því alltaf um dýr í landbúnaðarlegri merkingu að ræða. Eftir á að hyggja hefði verið réttara að undanskilja orðið, þar sem merking þess í fjölmiðlum er sjaldnast vísun til dýraríkisins, heldur nánast undantekningalaust vísar það til verðlags, eða annars, eins og síðar verður útlistað við nákvæmari innihaldsgreiningu.

Miðill	Tíðni landbúnaðarfrétta	Heildarfjöldi fréttar	Hlutfall
RÚV	8	119	7%
Morgunblaðið	276	1408	20%
Stöð 2	8	85	9%
Rás 1 & 2	13	190	7%
Bylgjan	8	161	5%
Fréttablaðið	138	1252	11%

Tafla 1. Tíðni fréttar í hverjum miðli þar sem fréttir sem innihalda leitarorðin koma fyrir í hlutfalli við heildarfjölda fréttar.

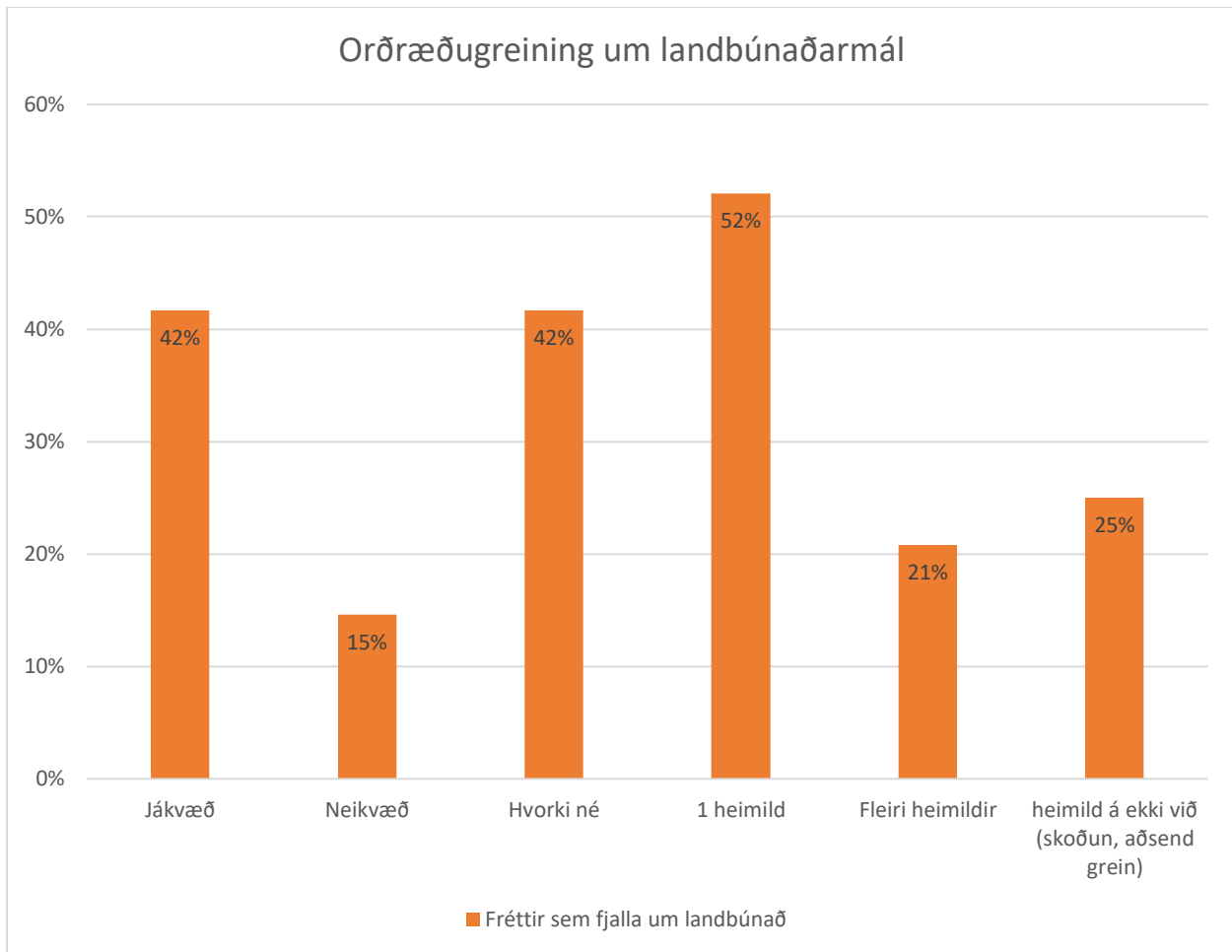
Hver miðill var skoðaður og hlutfall landbúnaðartengdra fréttar miðað við heildarfréttafjölda skoðaður. Til landbúnaðartengdra fréttar teljast allar fréttir sem innihalda hugtökin sem leitað er eftir í gagnasafninu. Í Morgunblaðinu er hlutfallið hæst samkvæmt mælingunni eða um 20 prósent og ellefu prósent í Fréttablaðinu. Landbúnaðartengd hugtök koma fyrir í um sjö prósentum sjónvarpsfréttar hjá RÚV og níu prósentum sjónvarpsfréttar hjá Stöð 2. Þá koma þau fyrir í sjö prósentum fréttar í útvarpi á Rás 1 og 2 og fimm prósentum fréttar á Bylgjunni. Það skal þó tekið fram að úrtakið nær til allra fréttar þar sem hugtökin í orðaleitinni koma fyrir og því er ekki víst að þær fjalli allar um landbúnaðarmál eins og nánar verður komið að síðar.

Til að kanna nánar hvernig orðræða er um matvæla- og landbúnaðarmál var farið nánar ofan í saumana á gagnasafninu með það að leiðarljósi að rýna ítarlega í hvers kyns orðræða væri viðhöfð og hvernig fréttirnar eru rammaðar inn. Aðeins fimmtungur þeirra fréttar sem innihéldu hugtökin úr orðaleitinni fjallaði um landbúnað og matvælaframleiðslu með beinum hætti.



Mynd 11. Sé litið á heildarfjölda fréttanna sem innihéldu hugtök sem leitað var eftir kemur í ljós að 191 frétt af 239 fjölluðu ekki um landbúnað við nánari skoðun.

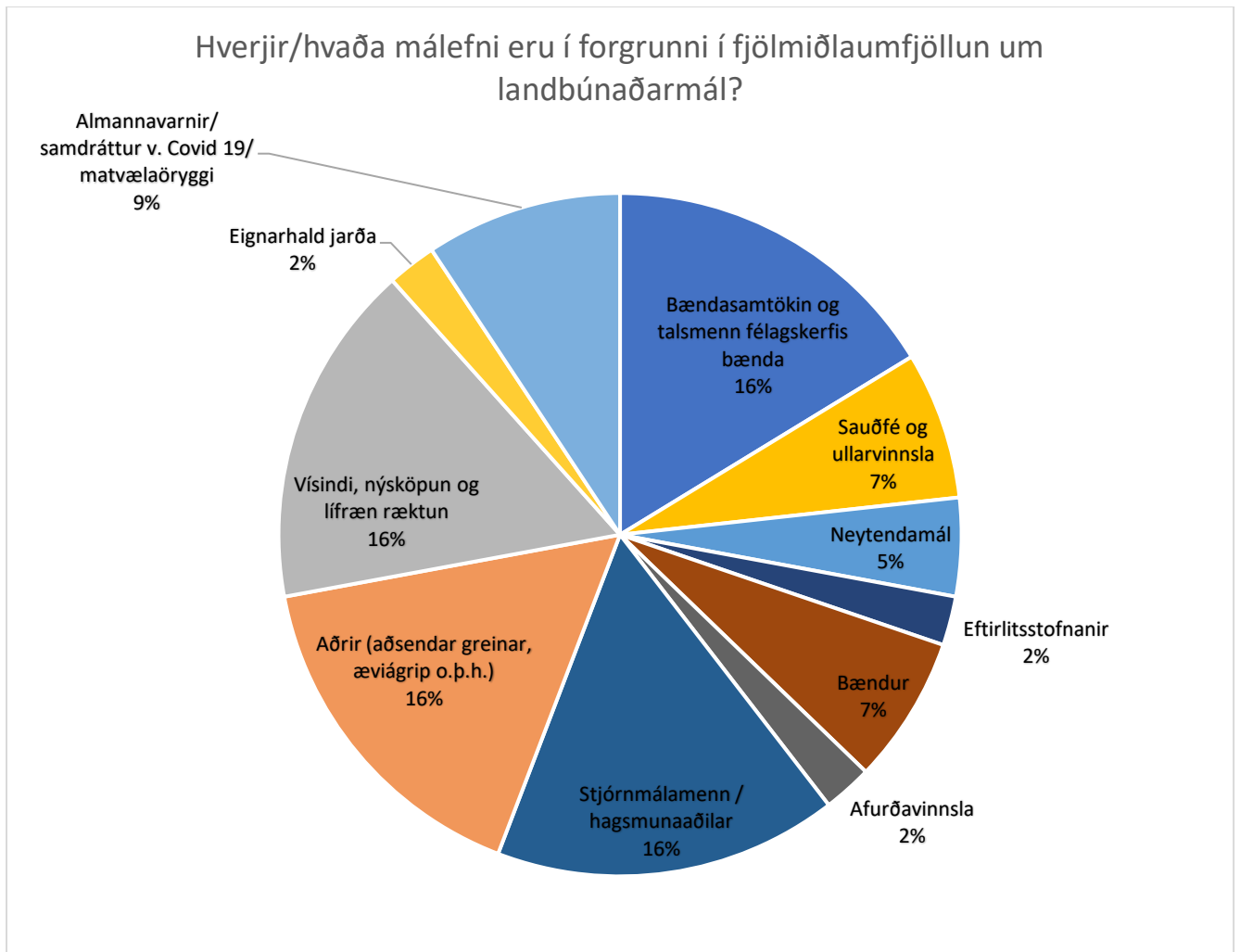
Til að glöggva sig betur á því hvernig fjallað er um landbúnaðarmál voru þær fréttir sem raunverulega fjalla um matvælaframleiðslu og landbúnað skoðaðar sérstaklega. Í 42 prósentum tilfella telst umfjöllun vera jákvæð og í 15 prósentum tilfella neikvæð. Í 42 prósentum tilfella er hún hvorki né. Sú umfjöllun sem þó fer fram er því yfirleitt jákvæð (sjá mynd 12), þó mælingin sýni fram á að hugtökunum sem leitað var eftir og eiga við landbúnað og matvælaframleiðslu sé sjaldnast beitt á þeim vettvangi (sambanber mynd 11).



Mynd 12. Stærstur hluti fréttanna um landbúnað er á jákvæðum nótum. Helmingur þeirra syðst aðeins við eina heimild.

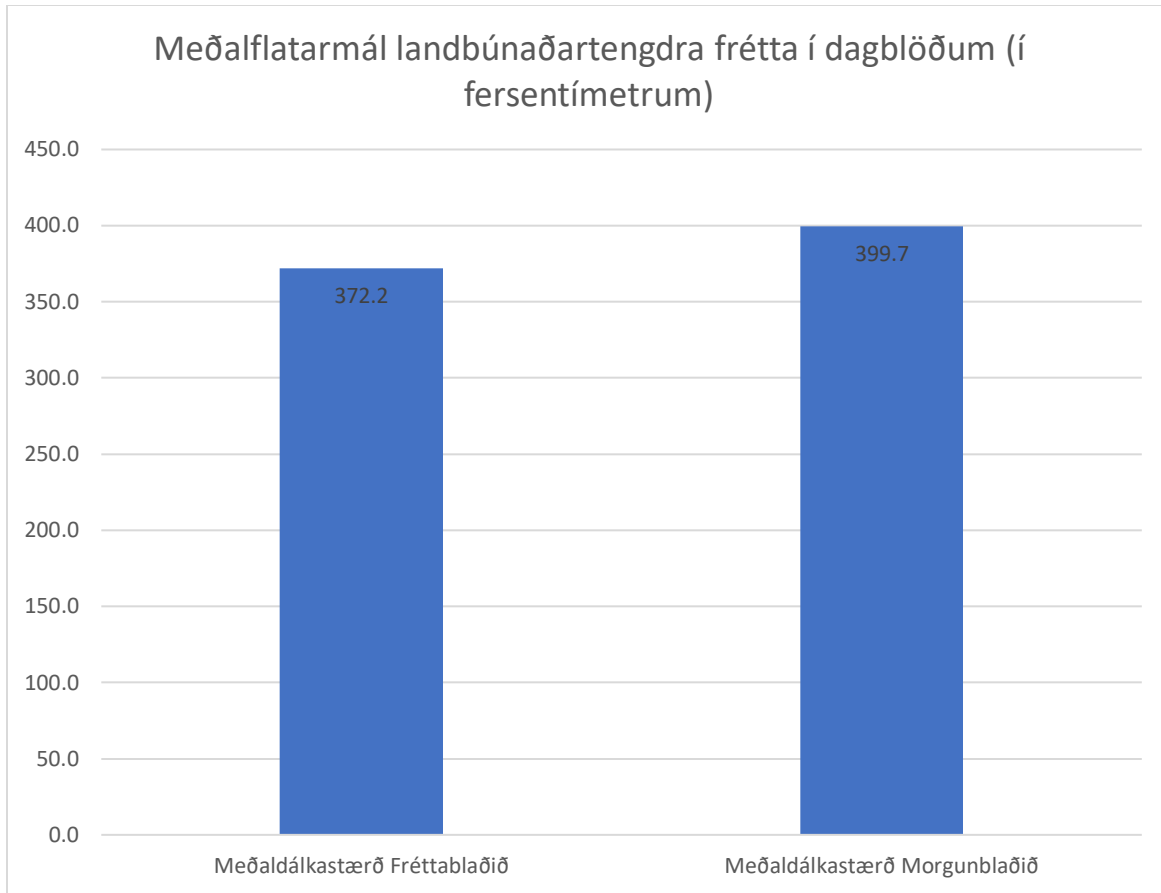
Sé litið til fréttanna sem fjölluðu um landbúnað studdist rúmlega helmingur fréttanna við eina heimild, 21 prósent við fleiri en eina og fjórðungur á ekki við þar sem ekki var um ritstjórnarefni að ræða heldur aðsent efni. Það gefur til kynna að sú umfjöllun sem unnin er á ritstjórnnum styðjist yfirleitt við fáar heimildir.

Þær fréttir sem fjalla um landbúnað voru skoðaðar út frá því hverjir og hvaða málefni eru í forgrunni í tengslum við umfjöllun fjölmiðla. Stærstur hluti fréttanna sneri að stjórnámálumönnum og hagsmunasamtökum bænda, í flestum tilfellum Bændasamtökum Íslands, en einnig umfjöllun um nýsköpun og vísindi sem og lífræna ræktun. Það skal þó tekið fram að á tímabilinu fylgdi Fréttablaðinu sérblað þar sem fjallað var sérstaklega um lífræna ræktun. Eflaust ýtti það tíðni umfjöllunar um lífræna ræktun talsvert upp á við.



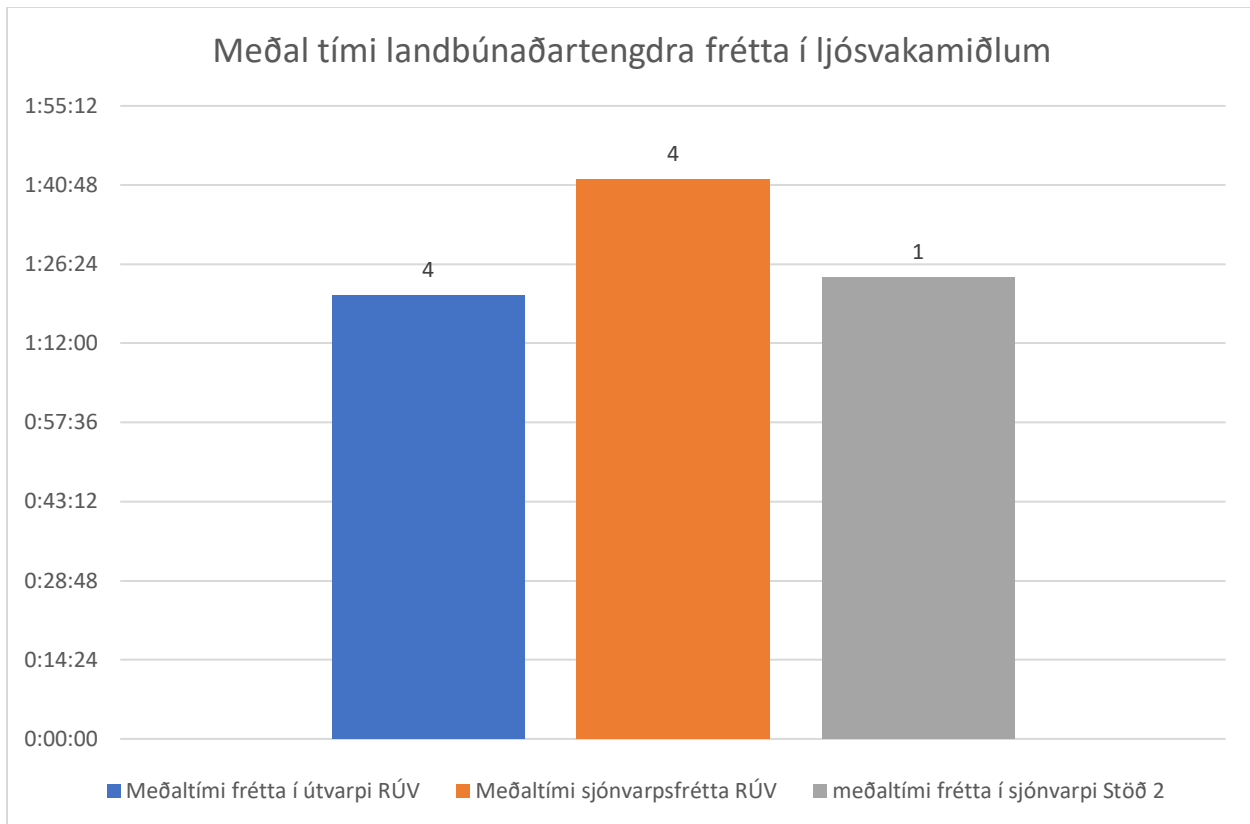
Mynd 13. Skipting viðmælenda og umfjöllunarefnis fjölmiðla um landbúnað og matvælamál.

Tæp níu prósent fréttu um landbúnað fjölluðu um almannavarnir og þá sérstaklega um matvælaöryggi í landinu. Bændur voru sjálfir í forgrunni í sjö prósentum tilfella. Meðalstærð fréttu í dagblöðunum tveimur var 391 fersentímetri. Fréttirnar fengur heldur meira rými í Morgunblaðinu miðað við Fréttablaðið, en þó er munurinn ekki mikill eins og sést á mynd 14.



Mynd 14. Málaflokkurinn fær heldur meira rými í Morgunblaðinu en Fréttablaðinu. Munurinn er þó ekki mikill.

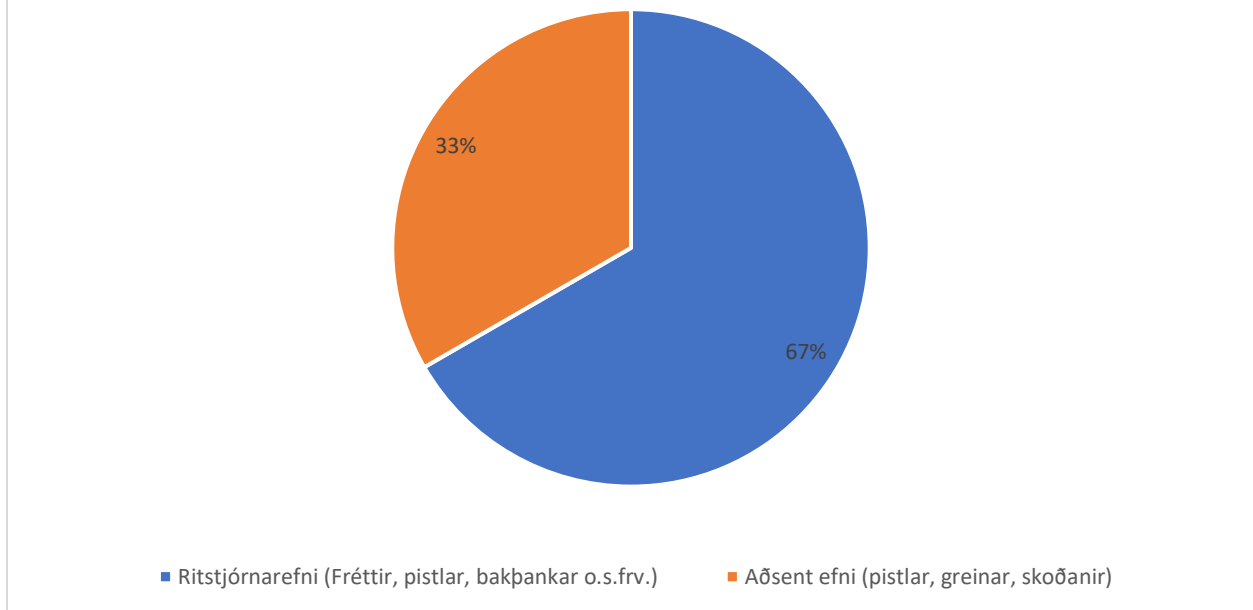
Í ljósvakamiðlum mældist lítill munur á meðaltali þess tíma sem hver frétt um landbúnað fær í fréttatímum hvers fjölmiðils. Séu allir miðlar teknir til athugunar er hver frétt að meðaltali um ein og hálf mínúta að lengd. Vakin er athygli á því að engin frétt mældist á Bylgjunni á þessu tímabili og því nær mælingin ekki til þess miðils. Lengstur er tíminn í sjónvarpsfréttum RÚV en stýstur í útvarpsfréttum sama miðils.



Mynd 15. Landbúnaðartengdar fréttir í ljósvakamiðlum fá svipaðan tíma í hvert skipti. Talan ofan við hverja súlu gefur til kynna fjölda fréttu á tímabilinu í hverjum ljósvakamiðli.

Þá var gerður greinarmunur á þeim fréttum sem koma frá ritstjórnnum miðlanna, og því efni sem kemur frá utanaðkomandi. Hér voru aðeins teknar til greina þær fréttir sem fjalla um landbúnað og kom þar í ljós að þriðjungur efnis sem fjallar um landbúnað kemur frá öðrum en ritstjórnnum miðlanna. Undir þann flokk falla innsend skrif frá hagsmunaaðilum, stjórnámálamönnum, náttúrufræðingum og þar fram eftir götunum.

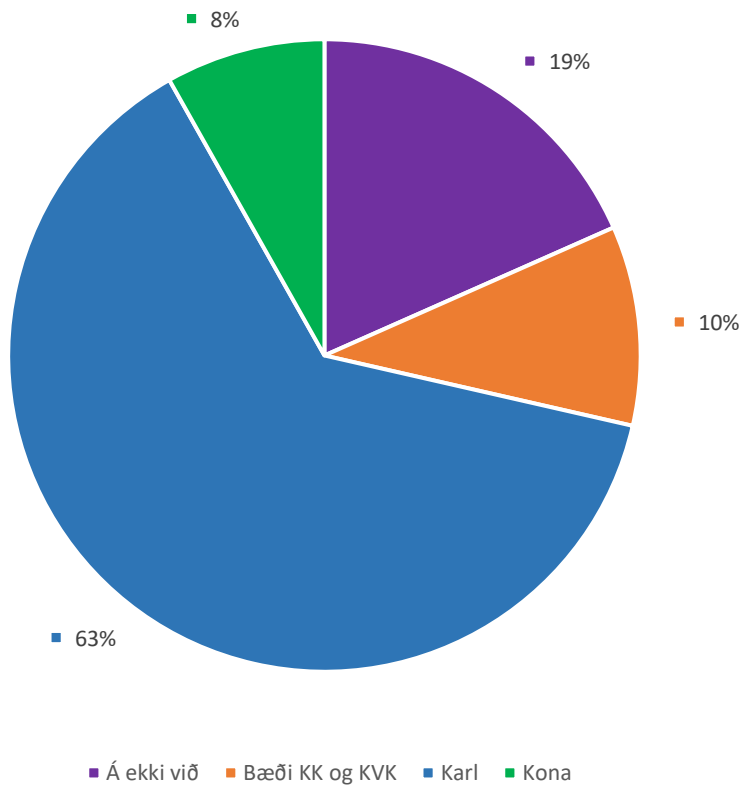
Hverjir skrifa um landbúnaðarmál á Íslandi?



Mynd 16. Um þriðjungur þess efnis sem birtist í fjölmiðlum um landbúnaðarmál er aðsent efni, en tveir þriðju hlutar kemur frá ritstjórnnum miðlanna.

Einnig var kannað hvort frekar væri rætt við eða fjallað um karla en konur. Úrtakið náði aðeins til þeirra fréttu sem fjalla um landbúnað og þar kemur í ljós að karlar eru í miklum meirihluta í umræðu um landbúnaðarmál. Í 63 prósentum tilfella eru karlar í forgrunni en konur aðeins í átta prósentum tilfella. Í tíu prósentum tilfella var bæði rætt við karl og konu og í 19 prósentum tilfella var ekki nein persóna í forgrunni svo ekki var ástæða til að greina á milli kynja í þeim tilfellum.

Hvort eru karlar eða konur í forgrunni?



Mynd 17. Karlar eru einir í forgrunni umfjöllunar um landbúnaðarmál í 63 prósentum tilfella en konur aðeins í átta prósentum tilfella.

Umræður

Þegar litið er yfir umfjöllun um landbúnaðarmál miðað við heildarfréttafjölda má segja að hún sé af afar skornum skammti. Ef til vill meta hefðbundnir fjölmiðlar hér á landi það sem svo að þeim beri ekki rík skylda til að fjalla um málaflokkinn þar sem þegar er til fjölmiðill sem helgar sig að stærstum hluta landbúnaði og landbúnaðarmálum. Einn fjölmiðill er gefinn út hér á landi sem snýr með beinum hætti að málefnum landbúnaðar og matvælaframleiðslu en það er Bændablaðið. Þó svo sá miðill geri þessum málum skil, þá nær sú miðlun ekki til miðla sem koma út daglega á landsvísu, eins og úrtak þessarar rannsóknar miðar við. Blaðið er gefið út hálfsmánaðarlega auk þess sem þar er haldið úti vefsvæði og nýverið bættist hlaðvarp inn í flóru útgáfuleiða miðilsins.

Í ljósi þess sem áður hefur komið fram um tiltölulega litla umfjöllun miðlanna um landbúnaðarmál má velta því fyrir sér hvort samfélagslegar breytingar í átt til þéttbýlisvæðingar hafi áhrif á fréttamat fjölmiðlafólks í dag. Tengsl þeirra sem búa í þéttbýli og þeirra sem búa í strjálbýli minnka, fólki í strjálbýli fækkar og kynslóð fólks sem hefur ekki tengsl við skyldmenni eða vinafólk til sveita hefur ekki vitneskju né áhuga á þeirri starfsemi og menningu sem þar fer fram. Aftur á móti er krafa neytenda og samfélagsins í heild sú að matvælaframleiðsla sé heilnæm og ábyrg gagnvart bæði náttúru og dýrum. Að mörgum þáttum er að huga í því samhengi, svo sem kolefnisspori matvæla, aðbúnaði dýra, upprunamerkingum, fóðuröflun, aðföngum og fleiru.

Á tímabilinu sem tekið var til skoðunar má segja að umræða um landbúnaðarmál hafi litast af Búnaðarþingi sem fyrir tilviljun stóð þá yfir. Á tveggja ára fresti er haldið Búnaðarþing þar sem kjörnir fulltrúar innan félagskerfis bænda koma saman og ræða tillögur og mál sem eru ofarlega á baugi innan bændastéttarinnar. Fréttirnar af þinginu sneru að kosningum til forystu innan Bændasamtakanna og breytingar á félagskerfi bænda. Innrömmunin var iðulega formleg og formföst þar sem vitnað var í viðtalsbúta við fólkið í forsvari, ráðherra og þáverandi formann Bændasamtakanna auk uppstilltrar myndar af verðlaunahöfum Landbúnaðarverðlaunanna. Þannig er blandað saman pólitískri umræðu í greininni við mannlegri og mýkri fréttir með uppbrotsglugga þar sem höfðað er til tilfinninga lesenda. Hér fyrir neðan má sjá dæmi um umfjöllun úr einum miðli:

Félagskerfi landbúnaðarins verður einfaldað og félagseiningum fækkað um helming, nái tillaga nefndar sem unnið hefur að heildarendurskoðun félagskerfis landbúnaðarins fram að ganga. Tillagan verður lögð fyrir búnaðarþing sem hefst í dag. Lagt er til að horft verði til systursamtaka Bændasamtaka Íslands í Danmörku sem fyrirmyndar og að stofnuð verði Samtök landbúnaðarins. Mynduð verði tveggja stoða samtök. Bændasamtök Íslands verði önnur stoðin en hina myndi fyrirtæki sem tengjast landbúnaði. Hugmyndin er að Landbúnaðarklasinn verði stofn í fyrirtækjastoðinni. Fulltrúar úr báðum stoðum myndi síðan stjórn Samtaka landbúnaðarins. Tilgangur tillagnanna er að auka skilvirkni og bæta nýtingu fjármuna. Einnig að ná fram sem breiðastri samstöðu meðal bænda um félagskerfið og auka þannig slagkraft hagsmunagæslunnar. Þá er lagt er til að tekið verði upp auragjald af allri búvöruframleiðslu í landinu til að tryggja fjármögnun rannsókn- og þróunarstarfs í landbúnaði. Er vísað til þess að það fyrirkomulag sé viðhaft víðast hvar um hinn vestræna heim.

(Helgi Bjarnason, 2020):

Þó ekki sé hægt að draga ályktanir um slíkt út frá rannsókninni, þá er það óneitanlega umhugsunarvert hvort félagskerfi landbúnaðarins sé of flókið til að þeir sem ekki eiga beina aðkomu að því skilji það. Umræða um samspil ríkisvalds og landbúnaðar verður oft á tíðum þrætuepli í samfélaginu og þá rís gjarnan hver höndin upp á móti annarri.

Eins og fram kom í niðurstöðum rannsóknarinnar voru mýmörg dæmi um að hugtök sem leitað var eftir úr gagnasafninu hefðu allt aðra merkingu en leitast var eftir í upphafi. Í eftirfylgjandi dæmi kemur fyrir hugtak sem leitað var eftir en hefur allt aðra þýðingu í því samhengi sem höfundurinn er að draga fram

Gömul eyru gestsins meta það svo, að beinagrind þessa talmáls sé venjuleg eldhúsislenska, en kjötið á beinunum sé orðaforði úr þeirri ensku, sem flæðir úr hinum tæknilega umbúnaði leikjanna. Þarna eru sem sé nemendur úr 3. bekk íslenska grunnskólans að leika sér í tómstundum heima fyrir, og gestinum verður flest auðlesið og ákaflega jákvætt í þeirri félagslegu mynd sem ber fyrir augu. Hann gerir sér fullkomlega ljóst að ef honum hefði opnast tilboð um viðlíka afþreyingu þegar hann var 8 ára, árið 1942, hefði ekkert nema stíft valdboð getað komið í veg fyrir þátttöku hans.

(Hinrik Bjarnason, 2020)

Í þessu samhengi má sjá hversu nátengd hugtök í tengslum við landbúnað eru tungutaki íslenskunnar, án þess að tengjast því með beinum hætti. Í einu dæmi sem kom fyrir í gagnasafninu mátti greina ákveðna togstreitu og spennu á milli hagsmunahópa, bænda og

stjórnvalda. Af dæmum sem þessum er hægt að draga þá ályktun að ekki sé samstaða um fyrirkomulag og aðkomu hins opinbera að landbúnaðarkerfinu og að landbúnaðurinn eigi sér einhverja óvini í samfélaginu. Um þetta er eftirfarandi ritað í Fréttablaðinu:

Margir telja að landbúnaðurinn verði horfin atvinna í landinu nema vakning verði og viðsnúningur. Þetta er ekki tilvitnun í neinn þeirra, sem talsmenn ríkisstjórnarflokkanna og Miðflokksins kalla óvini landbúnaðarins. En í þeirra augum eru það allir þeir, sem efast um ríkjandi landbúnaðarstefnu stjórnvalda. Satt best að segja er þetta niðurstaða Guðna Ágústssonar fyrrverandi landbúnaðarráðherra í Morgunblaðsgrein 12. febrúar síðastliðinn. Guðni Ágústsson segir enn fremur að landbúnaðurinn standi á „hengibrún“ og sé „umkomulaus atvinnugrein“, stjórn málamenn hafi „brugðist“ og bændurnir sjálfir séu „kúgaðir og daufir“.

(Þorsteinn Pálsson, 2020)

Ástæða er til að benda á hversu lítill hluti umfjöllunar um landbúnað og matvælamál snýr að konum. Þær eru í miklum minnihluta viðmælenda og eru síður í forgrunni en karlar í umræðu um málaflokkinn. Byggðastofnun gerði úttekt á stöðu kvenna í landbúnaði árið 2015 þar sem kom meðal annars fram að samkvæmt rannsóknum sé algengara að synir taki við búi foreldra sinna og þ.a.l. séu fleiri ungir karlar sem hefji búrekstur en konur. Enn fremur að fleiri konur en karlar stundi vinnu samhliða búrekstri. Vinnuframlag þeirra innan búsins sé því jafnan skilgreint sem hluti af heimilisstörfum frekar en bústörf (Sigríður Elín Þórðardóttir og Anna Lea Gestsdóttir, 2015). Sé litið til svokallaðs kennitölukerfis, sem heldur utan um hver sé skráður fyrir búrekstri kemur í ljós að rík tilhneyging er til þess að kennitala karlsins sé skráð en ekki konunnar. Kerfið er þannig úr garði gert að aðeins er unnt að skrá eina kennitölu fyrir búrekstri (Sigríður Elín Þórðardóttir og Anna Lea Gestsdóttir, 2015).

Innihaldsgreining sem þessi afmarkast af því að hún nær aðeins til hluta þess fjölmiðlamarkaðar sem hér á landi er við lýði. Almennigur hefur ótal leiðir til að nálgast sínar upplýsingar og margir kjósa aðrar leiðir til upplýsingaöflunar en hér eru til skoðunar, hvort sem það er á innlendum eða erlendum vettvangi. Þá nær rannsóknin aðeins til hluta innlands fjölmiðlamarkaðar þar sem ekki voru teknir inn í mengið vefmiðlar fjölmiðlanna, en þeir halda allir úti vefsvæði þar sem fjöldinn allur af fréttum streymir alla daga. Þá náði rannsóknin ekki til Bændablaðsins sem eins og áður

segir. Erlendir fjölmiðlar voru einnig útilokaðir þar sem umfang þótti of mikið til að ná utan um efnið.

Ekki eru forsendur til að draga ályktanir um umfang og eðli umfjöllunar um landbúnaðar og matvælamál samanborið við aðrar atvinnugreinar þar sem ekki liggja fyrir sambærilegar kannanir eða greiningar á orðræðu um atvinnugreinar í þessum sömu miðlum. Tilgangurinn með þessari rannsókn var fyrst og fremst helgaður því að kanna hvert umgang og eðli umfjöllunar um málaflökkinn væri háttað, en ekki til að ná samanburði við önnur umfjöllunarefni. Eins ber að hafa í huga að á þeim tíma sem rannsóknin fór fram beindist athygli allra fjölmiðla að yfirstandandi heimsfaraldri og því litaðist öll umfjöllun um öll mál af þeim vágasti. Tilvist kórónuveirufaraldursins setti öll samfélagsmál í nýtt samhengi og áhrifin eru mikil á efnistöð og áherslur fjölmiðla. Það ber að hafa í huga þegar dregnar eru ályktanir út frá niðurstöðum rannsóknarinnar. Vafalítið á það eftir að sanna sig með frekari rannsóknum og athugunum að faraldurinn mun sennilega fara á spjöld sögunnar sem eitt stærsta umfjöllunarefni sögunnar í fjölmiðlum heimsins. Það verður tíminn að leiða í ljós.

Byggðapróun í átt til þéttbýlli svæða

Landslag landbúnaðar hér á landi hefur tekið breytingum, bæði vegna aukinnar tæknivæðingar og þverrandi eftirspurn eftir vinnuafli, en einnig vegna nýrra atvinnugreina, eins og ferðaþjónustu sem hefur rutt sér til rúms sem veigamikil atvinnugrein, sérstaklega á vissum svæðum eins og á Suðurlandi og við Mývatn (Eyrún Jenný Bjarnadóttir, 2016). Á Suðurlandi hefur ferðaþjónusta sótt í sig veðrið, sér í lagi í kjölfar efnahagshrunsins 2008, og hefur leyst hefðbundin búskap af hólmi víða í strjálbýli (Hjalti Jóhannesson og Jón Þorvaldur Heiðarsson, 2015). Fækkun til sveita hefur áhrif á nærsamfélagið með ýmsum hætti. Helsta birtingarmynd breytinga er það sem snýr að skólahaldi og fjölda barna í samfélaginu. Á tímabilinu 1998 til 2014 fækkaði börnum á Vesturlandi um 42 prósent og í öðrum landshlutum fækkaði börnum einnig mikið, mest á Vestfjörðum og á Austurlandi. Á sama tímabili fjölgaði börnum í landinu um þrjú prósent. Fullorðnum fækkar á sama tíma lítið til sveita, eða aðeins um sex prósent (Vífill Karlsson, 2015). Því má draga þá ályktun að fólk til sveita sé yfirhöfuð að verða eldra, og þeim fækkar hratt sem kjósa að búa þar miðað við byggðapróunina frá aldamótum. Samhliða þessu verða þeir sem áfram

búa í dreifðari byggðum varir við minnkandi þjónustu á ýmsum sviðum. Útibúum fækkar hjá þjónustuaðilum eins og bönkum og þess háttar og þjónustan færir í vissan kjarna í hverjum landsfjórðungi og í átt til höfuðborgarsvæðisins (Hjalti Jóhannesson og Jón Þorvaldur Heiðarsson, 2015).

Sambærileg þróun hefur átt sér stað í þorpum í dreifðum byggðum landsins þar sem sjávarútvegur hefur gegnt lykilhlutverki í atvinnulífi svæðanna. Þannig má til að mynda rekja stóran hluta af brottflutningi Vestfirðinga til breytinga í fiskveiðistjórnunarkerfi landsins, þ.e.a.s. kvótakerfisins, erfiðleika í samgöngumálum á landi og félagslegra breytingar, svo sem gjaldþrota stórra atvinnurekenda og breyttra þarfa íbúa (Stefán Ólafsson, 1997).

Til að bregðast við þessum breyttu aðstæðum og byggðaþróun hefur verkefni á vegum stjórnvalda sem nefnist Brothættar byggðir verið starfrækt um nokkurra ára skeið. Verkefnið miðar að því að fá heimamenn til að halda utan um verkefni til að sporna gegn viðvarandi fólksfækkun í viðkomandi sveitarfélagi, ýmist á sviði atvinnusköpunar, menningar, verslunar og þjónustu eða fjarskipta og móta framtíðarsýn íbúanna sjálfra í heimabyggð (Byggðastofnun, 2017).

Eftir því sem búseta hér á landi, og raunar víðast hvar í heiminum, færir í auknum mæli í átt til þéttbýlli svæða hefur orðið viðhorfsbreyting eða skortur á tengslum á milli þeirra sem framleiða matvæli og þeirra sem neyta þeirra. Í tengslum við aukna umhverfisvitund og umræðu um loftslagsbreytingar má hins vegar greina breytt viðhorf og aukna vitund um hvernig staðið er að matvælaframleiðslu og uppruni matvælna hefur aukið vægi í vali neytenda. Vaxandi hópur fólks ákveður að sneiða hjá neyslu dýraafurða á þeim grundvelli að framleiðsla slíkra afurða sé orsök loftslagsbreytinga, sem og að framleiðsla þeirra sé óumhverfisvæn og að meðferð á dýrum samræmist ekki þeirra skoðunum (Hancox, 2018).

Lokaorð

Samfélagið er í sífelldri mótun og endurskoðun. Sá veruleiki sem viðgengst eina stundina getur verið á annan veg á morgun. Gildi taka breytingum, áherslur breytast og ný viðmið skapast. Með einni kynslóð hefur veröldin færst úr torfkofum til þrívíddarprentunar. Tengsl við gamla sveitasamfélagið hafa dofnað samhliða breyttri búsetu og atvinnuháttum í samfélaginu. Illmögulegt er að spá fyrir um þær áskoranir sem komandi kynslóðir þurfa að takast á við til að festa í sessi búsetu á öllu landinu. Lykilforsenda þess að takast á við þær áskoranir af festu er að fyrirbyggjandi upplýsingar um verkefni framtíðarinnar séu áreiðanlegar og sannar. Í nútímasamfélagi er áreiðanleiki upplýsinga mikilvægari en áður þar sem flæði þeirra hefur aukist umtalsvert með tilkomu internetsins og annarra tækniframfara þar sem hver og einn einstaklingur getur, ef hann hefur áhuga og þekkingu, sett á fót sinn eigin fjölmiðil og komið upplýsingum og jafnvel fölsuðum fréttum í umferð. Hlutverk fjölmiðla í lýðræðisríki er að vera hliðvörður upplýsinga og ganga úr skugga um að réttmæti þeirra og áreiðanleiki sé til staðar, almenningi til heilla. Þannig er gengið úr skugga um að skoðanir séu byggðar á réttum upplýsingum hverju sinni (Einar Hugi Bjarnason, 2020).

Með tilkomu samfélagsmiðla og nýrra fréttagátta hefur streymi upplýsinga aukist til muna sem leiðir af sér upplýsingaóreiðu. Hægt er að skipta upplýsingaóreiðu upp í þrennt. Hugtakið fjallar í fyrsta lagi um upplýsingar sem deilt er án þess að vera ætlað að valda skaða (e. *mis-information*). *Dis-information* nefnast upplýsingar sem deilt er í þeim tilgangi að valda skaða. Þriðja útfærsla upplýsingaóreiðu nær til réttra upplýsinga sem deilt er með það að leiðarljósi að valda skaða (e. *mal-information*). Í stað þess að tala um falsfréttir er stuðst við hugtakið upplýsingaóreiða, þar sem í seinni tíð hefur hugtakið falsfréttir verið notað í pólitískum tilgangi um víða veröld þar sem stjórnmalaleiðtogar hafa sakað fjölmiðla um falsfréttir (Einar Hugi Bjarnason, 2020).

Fjölmiðlaumhverfi hefur tekið stórum breytingum í seinni tíð. Dagblöð og fjölmiðlar hafa tekið miklum breytingum seinustu ár og umhverfi sem þeir starfa í hér á landi breyst í átt til aukinnar markaðsvæðingar. Allt fram undir aldamót höfðu stjórnmalaflokkar mikil afskipti af starfsemi fjölmiðla og mótuðu landslag fjölmiðla hér á landi með því að notfæra sér þá til að koma sinni stefnu og málefnum á framfæri. Endalok þess tímabils miðast yfirleitt við endalok útgáfu

Þjóðviljans, Alþýðublaðsins og Tímans (Guðjón Friðriksson, 2000). Hver stjórnmálaflokkur hafði mál gagn á sínum snærum. Breytingar á markaðnum urðu hins vegar til þess að aðskilnaður varð á milli flokkanna og fjölmiðlanna með markaðsvæðingu þeirra (Birgir Guðmundsson, 2012a). Í kjölfar markaðsvæðingar fjölmiðlanna sjálfra þá hefur vinnuumhverfi blaðamanna tekið talsverðum breytingum samhliða því. Margir blaðamenn vinna þvert á miðla og þurfa að vinna upp úr efni fyrir mismunandi miðlunarleiðir eins og til að mynda fyrir dagblöð og vef, og í ljósvakamiðla og á vef samhliða. Við þessa breytingu á markaðnum, þ.e.a.s. frá flokksblöðum til markaðsvæðingar, stækkaði markaðurinn talsvert og fjölbreytni jókst til muna hér á landi. Þar með varð fjölmiðlaumfjöllun bæði umfangsmeiri og faglegrari (Friðrik Þór Guðmundsson, 2006).

Áhrif fjölmiðla á neytendur og venjur þeirra eru mikil og sá tónn sem sleginn er varðandi ákveðin málefni skiptir máli hvað varðar álit sem fólk myndar sér gagnvart mismunandi fyrirbærum, hugtökum, vörum og atvinnugreinum. Jákvæð umfjöllun um fyrirbæri vegur þyngra þegar fólk mótar álit sitt í garð þess en neikvæðar afleiðingar fyrirbærisins, eins og nanótækni (Ho, Scheufele, og Corley, 2013). Það skiptir höfuðmáli hvernig hlutir eru settir fram í fjölmiðlum og af hverjum. Bein náin samskipti á milli einstaklinga hafa mikil mótandi áhrif á skoðanir og álit fólks gagnvart málefnum eins og vísindagreinum og fleiru (Ho, Scheufele og Corley, 2013). Sér í lagi á það við um fyrirbæri sem fólk þekkir ekki á eigin skinni eða ný fyrirbæri eins og til að mynda á sviði vísinda og tækni (Ho, Scheufele og Corley, 2010).

Tilkoma samfélagsmiðla hefur skapað vettvang til að brúa bil á milli neytenda og framleiðenda með ýmsum hætti (Lathiya, Rathod og Choudhary, 2015). Hægt er að hugsa sér ýmsar útfærslur í því samhengi. Rakning á uppruna afurða er umræða sem hefur lengi verið til umræðu á vettvangi framleiðenda með það að leiðarljósi að skapa vörum ákveðna sérstöðu sem framleiddar eru við viss skilyrði og samkvæmt fyrirframákveðnum stöðlum. Forysta bænda ásamt fulltrúum neytenda og atvinnulífsins hefur lengi stefnt að því hér á landi að bæta merkingar afurða (Tjörvi Bjarnason. 2014).

Neysluvenjur hafa breyst til muna, og má rekja ástæður þess til aukinnar vitundar meðal almennings vegna aukinnar umræðu um loftslagsbreytingar og samspil matvælaframleiðslu og áhrifa á umhverfið. Ein af stóru áskorunum mannkyns á komandi árum er að sjá til þess að aukinn mannfjöldi á plánetunni hafi aðgengi að matvælum sem eru framleidd með sjálfbærari hætti en

nú er gert. Fólksfjölgun í heiminum hefur það í för með sér að sífelld er gengið á náttúrulegar auðlindir til að útbúa ræktunarland, nýta orku eða vatnsból í þeim tilgangi að framleiða matvæli (Reisch, Eberle og Lorek, 2013). Þessi þróun kallar á að leita leiða til að draga úr skaðlegum og neikvæðum áhrifum landnotkunar eins og hægt er. Rík áhersla er lögð á sjálfbærni í hugum neytenda sem leitast margir hverjir við að versla heilnæm matvæli í stað þess sem framleitt er við óheilnæmar og óásættanlegar aðstæður. Til að taka upplýsta ákvörðun þurfa að liggja fyrir áreiðanlegar og góðar upplýsingar.

Heimildaskrá

- Árni Daníel Júlíusson. (2014, 6. október). Hver er saga bænda á Íslandi? Vísindavefurinn. Sótt af <http://visindavefur.is/svar.php?id=65052>
- Bennet. W.L. og Segerberg. A. (2013). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. Cambridge University press. Bls 55-56.
- Bergljót Baldursdóttir.(24.1.2019). Lýðræðislegar kosningar í hættu. RÚV.is. Sótt af: <https://www.ruv.is/frett/lydraedislegar-kosningar-i-haettu>
- Birgir Guðmundsson. (2012a). Umræðuvettvangur íslenskra dagblaða með hliðsjón af greiningarramma Colin Sparks. *Stjórnmal og stjórnsýsla*, 8 (2), 323-343
- Birgir Guðmundsson. (Júní. 2012b). *Hólfaskipt almennarými og horfið samtal: Fjölmíðlanotkun Íslendinga eftir aldri, búsetu og menntun*. Málþing um fjölmíðlanotkun á Íslandi og í Evrópu. Háskólinn á Akureyri. Akureyri
- Birgir Guðmundsson (2019). Logics of the Icelandic hybrid media system: Snapchat and media-use before the 2016 and 2017 Althing Elections in *Nordicom Review* 40 (2019) 1, pp. 43-60. doi: 10.2478/nor-2019-0001.
- Birgir Guðmundsson, Hafdís Björg Hjálmarsdóttir og Vera Kristín Vestmann Kristjánsdóttir. (2019). Politics, marketing and social media in the 2018 local elections in Iceland. *Stjórnmal og stjórnsýsla*. 15(2). 161-182.
- Björg Thorarensen, Aðalsteinn Jónasson, Ólafur Garðarsson, Vilhelmína Haraldsdóttir og Þorvarður Kári Ólafsson. (6.3.2020). Álit á notkun stjórnmalasamtaka á samfélagsmiðlum fyrir kosningar til Alþingis – Leiðbeiningar og tillögur. Persónuvernd. Sótt af: <https://www.personuvernd.is/urlausnir/alit-a-notkun-stjornmalasamtaka-a-samfelagsmidlum-fyrir-kosningar-til-althingis-leidbeiningar-og-tillogur-3>
- Byggðastofnun. (2017). Brothættar byggðir. Verkefnalýsing, útgáfa 2.2. Sótt af: https://www.byggdastofnun.is/static/files/Brothaettar_byggdir/verklýsings/verkefnalýsing-brothaetta-byggda-utg.2.2-juni-2017.pdf
- Einar Hugi Bjarnason. (2020.27.2). Áhrif upplýsingaóreiðu á opin lýðræðissamfélög. Sótt af <http://fjolmidlanefnd.is/2020/02/27/ahrif-upplysingaoreidu-a-opin-lydraedissamfelog/>

- Enli, G. S. og Skogerbø, E. (2013). Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, Communication & Society*, 16(5): 757-774.
- European Commission. (2011). *Testing and refining criteria to assess media literacy levels in Europe*. Sótt af: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4cbb53b5-689c-4996-b36b-e920df63cd40>
- Eyrún Jenný Bjarnadóttir, A. Þ. (2016). *Greining á áhrifum ferðaþjónustu og ferðamennsku í einstökum samfélögum*. Akureyri: Rannsóknarmiðstöð ferðamála.
- Friðrik Þór Guðmundsson. (2006). Vinnubrögð, siðareglur og vandamál blaða- og fréttamanna á Íslandi. (Óútgefin meistararitgerð í blaða og fréttamennsku). Sótt af: <http://hdl.handle.net/1946/20168>
- Giglietto, F., Lannelli, L., Rossi, L. & Valeriani, A. (2019). Fakes, News and the Election: A New Taxonomy for the Study of Misleading Information within the Hybrid Media System. *Current Sociology*. DOI: 10.1177/0011392119837536
- Guðbjörg Hildur Kolbeins. (2017). Íslenskar fjölmiðlarannsóknir: Fræði á flæðiskeri? Íslenska Þjóðfélagið, 8 (2). 101-121.
- Guðjón Friðriksson. (2000). *Nýjustu fréttir: saga fjölmiðlunar á Íslandi frá upphafi til vorra daga*. Reykjavík: Iðunn.
- Hallin, D.C., (e.d.). Media landscapes: United States. Sótt af: <https://medialandscapes.org/country/united-states>
- Hancox, D. (2018. 4. 1.). The unstoppable rise of veganism: how a fringe movement went mainstream. *The Guardian*. Sótt af <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/apr/01/vegans-are-coming-millennials-health-climate-change-animal-welfare>
- Henry Alexander Henrysson og Páll Skúlason. (2014). *Hugleiðingar um gagnrýna hugsun. Gildi hennar og gagnsemi*. Reykjavík. Háskólaútgáfan.
- Henry Alexander Henrysson. (2018). *Gagnrýnin hugsun og fagleg ákvarðanatáka*. Sótt af: https://www.virk.is/static/files/_2016/fjolmidlar/virk_2018_arsrit-net.pdf
- Helgi Bjarnason. (2020.2.3.). Einingum fækkað um helming. *Morgunblaðið*. Bls 9.

Hinrik Bjarnason. (2020.3.3.). Mál með vexti. *Morgunblaðið*. Bls 16.

Ho.S.S., Scheufele. D. A., Corley. E. A. (2010). Making sense of policy choices:

understanding the roles of value predispositions, mass media, and cognitive processing in public attitudes toward nanotechnology. *J Nanopart Res* 2010 (12), 2703–2715. DOI 10.1007/s11051-010-0038-8

Ho, S. S., Scheufele, D. A., & Corley, E. A. (2013). Factors influencing public risk–benefit

considerations of nanotechnology: Assessing the effects of mass media, interpersonal communication, and elaborative processing. *Public Understanding of Science*, 22(5), 606–623. <https://doi.org/10.1177/0963662511417936>

Hörður Kristjánsson. (2018.12.13). Búfjárrækt ekki eins stórskaðleg fyrir hlýnun jarðar og fullyrt

hefur verið. *Bændablaðið*. Sótt af: <https://www.bbl.is/frettir/frettir/bufjarraekt-ekki-eins-storskadleg-fyrir-hlynun-jardar-og-fullyrt-hefur-verid/20717/>

Jón Guðmundsson. (2016). *Greining á losun gróðurhúsalofttegunda frá íslenskum landbúnaði*.

Sótt af: https://www.stjornarradid.is/media/umhverfisraduneyti-media/media/PDF_skrar/Greining-a-losun-grodurhusa-vegna-landbunadar_161012JG_okt.pdf

Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Los Angeles:

SAGE.

Krejewski. J.M.T.. (2017). *Media, influence, and agriculture: understanding the clashing*

communication about Iowa’s water quality crisis. (Doktorsritgerð frá Háskólanum í Iowa. Sótt af: <https://doi.org/10.17077/etd.fwwvrry8>

Mancini, P. (2013). *Media Fragmentation, Party System, and Democracy*. *The International*

Journal of Press/Politics. 18(1) bls 43–60. DOI: 10.1177/1940161212458200

Milla Ósk Magnúsdóttir. (26.10.2019). *Dögun lýsir yfir vanþóknun á mismunun flokka*. RÚV.is.

Sótt af : <https://www.ruv.is/frett/dogun-lysir-yfir-vanthoknun-a-mismunun-flokka>

MMR. (2016) *Traust til fjölmiðla*. Market and media research. Sótt af:

<https://mmr.is/frettir/birtar-nieurstoeur/588-traust-til-fjolmidla>

- Lathiya. A, Rathod. A, Choudhary. K. (2015). Role of social media in agriculture. *Internat. J. Com. & Bus. Manag.* 8(2) : 268-273.
- Reisch.L., Eberle.U. & Lorek.S. (2013) Sustainable food consumption: an overview of contemporary issues and policies, *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9:2, 7-25, DOI: 10.1080/15487733.2013.11908111
- Sigríður Elín Þórðardóttir og Anna Lea Gestsdóttir. (2015). Staða kvenna í landbúnaði og tengdum greinum. Sótt af: <https://www.byggdastofnun.is/static/files/Skyrslur/skyrslum-eignarhald-kvenna-i-landbunadi.pdf>
- Suchiradipta. B., Saravanan.R. (2016). Social media: Shaping the future of agricultural extension and advisory services. DOI: 10.13140/RG.2.2.10815.56488.
- Stefán Ólafsson. (1997). Búseta á Íslandi: Rannsókn á orsökum búferlaflutninga. Reykjavík: Byggðastofnun.
- Stjórnarráð Íslands. (e.d.). Ísland ljóstengt. Sótt af: <https://www.stjornarradid.is/verkefni/samgongur-og-fjarskipti/island-ljostengt/>
- Strömback. J. 2008. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*. 13 (3). 228. DOI: 10.1177/1940161208319097
- Sveinn Margeirsson. (2009). Hagnýting rekjanleika – Upprunamerkingar. *Fræðaping landbúnaðarins* 6(1). Bls 34.
- Tjörvi Bjarnason. (2014.6.2.) Leggjast á eitt við að bæta upprunamerkingar matvæla. *Bændablaðið*. Bls 2.
- Umhverfisráðuneytið. (2008). Loftslagsbreytingar [bæklingur]. Sótt af https://www.stjornarradid.is/media/umhverfisraduneytimedia/media/pdf_skrar/loftslagsbreytingar.pdf
- Van Aelst P., Strömbäck J., Aalberg.T., Esser.F., de Vreese.C., Matthes. J., ... Stanyer.J. (2017) Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?, *Annals of the International Communication Association*, 41:1, 3-27, DOI: 10.1080/23808985.2017.1288551

Vífill Karlsson. (2015). Hagvísir Vesturlands. Börn í sveitum á Vesturlandi. Sótt af:
http://ssv.is/wp-content/uploads/2016/09/Skra_0070077.pdf

Þorsteinn Pálsson. (2020.5.3.). Umkomulaus atvinnugrein. *Fréttablaðið*. Bls 17.

Þingskjal nr.645/2019-2020. Frumvarp um breytingu á lögum um fjölmiðla nr. 38/2011.

Wilkening, E. A. (1962). The communication of ideas on innovation in agriculture. *Studies in the Utilization of Behavioral Science, 2: Studies of Innovation and of Communication to the Public*, (pp. 37-60). Institute for Communication Research, Stanford University, California.