

*Göteborgs universitet
Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG)
Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap*

Med makt följer ansvar

*Anna Bratland
Anton Kristiansson
Examensarbete
Fördjupningskurs, Höstterminen 2008/2009
Handledare: Britt Börjesson*

Abstract

Titel: Med makt följer ansvar

Författare: Anna Bratland och Anton Kristiansson

Handledare: Britt Börjesson

Kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap, fördjupningskurs

Termin: Hötterminen 2008/2009

Syfte: Syftet med denna studie är att undersöka hur bloggare och ansvariga utgivare på dagstidningar förhåller sig till namnpublicering i bloggar, av offentliga personer i fall av känslig karaktär.

Metod: Kvalitativa samtalsintervjuer

Material: Det empiriska materialet består av transkriberade intervjuer med fyra stycken ansvariga utgivare för dags- och kvällstidningar och fem stycken bloggare.

Huvudresultat: De ansvariga utgivarna tar ställning till namnpublicering utifrån olika situationers omständigheter. Främst är det högt uppsatta i offentligheten som omskrivs. De försöker i den mån det går att hålla familj utanför. En del av bloggarna ansåg sig ha rätt att kritisera offentliga personer i deras profession medan andra var helt emot. Majoriteten av bloggarna ansåg att bloggare bör ta samma journalistiska ansvar som journalister medan de ansvariga utgivarna å andra sidan inte ansåg att bloggare behöver ta det.

De ansvariga utgivarna ansåg alla att bloggar har någon sorts makt. De ansåg inte att de direkt påverkas av bloggarna, i deras sätt att arbeta med namnpublicering, men några menade att de indirekt kanske påverkas. Med detta menade de att bloggarna, genom att påverka tidningarnas agenda slutligen kan vara orsaken till att en person tillkännages vid namn. Merparten ansåg också att de på grund av Internet, nu har kortare tid på sig att överväga konsekvenser och fatta beslut i fall av namnpublicering.

Innehållsförteckning

1. Executive summary	4
2. Inledning.....	6
3. Syfte och frågeställningar.....	7
3.1 Problemformulering	7
3.2 Syfte	8
3.3 Frågeställningar	8
4. Teori	9
4.1 Publicistiska spelregler.....	9
4.2 Teorin om det sociala ansvaret.....	10
4.3 Teorin om konsekvensneutralitet – <i>publish and be damned</i>	10
4.4 Beslutssituationen.....	12
4.5 Privat och offentlig sfär och person	13
4.6 Varför är enskilda personer så intressant?.....	13
4.7 Tidigare forskning	15
5. Bakgrund	16
5.1 Ordlista.....	16
5.2 Om bloggar.....	17
5.3 Namnpublicering	18
5.4 Lagar för publicering.....	19
6. Metod.....	21
6.1 Kvalitativ metod.....	21
6.2 Urval.....	21
6.3 Intervjuguider	22
6.4 Tillvägagångssätt.....	23
7. Resultat	24
7.1 Resultat av intervjuer med ansvariga utgivare	24
7.2 Resultat av intervjuer med bloggare.....	28
8. Analys.....	32
8.1 Analys av resultaten	32
8.2 Validitet och Reliabilitet	34
9. Slutdiskussion.....	36
9.1 Diskussion kring arbetet.....	36
9.2 Förslag på fortsatt forskning	37
10. Referenser.....	39

Bilaga 1 – Intervjuguide för ansvariga utgivare

Bilaga 2 – Intervjuguide för bloggare

1. Executive summary

Denna uppsats är skriven på uppdrag av Dagspresskollegiet. Dagspresskollegiet är ett forskningsprogram vid institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet. Forskningsprogrammet studerar medieanvändning och då främst ämnen som rör dagstidningar. Bloggen är en form av medieverktyg som först på senare tid ansetts ha inflytande då den kan påverka tidningars agenda och kan ta sig större friheter då de inte är tvungna att förhålla sig till samma regler som de professionella medierna.

Vi har valt att rikta in oss på att studera namnpublicering i bloggar, ett ämne som är relevant då det under senare året förekommit i debatter under ett flertal tillfällen. Syftet med denna studie är att undersöka hur bloggare och ansvariga utgivare på dagstidningar förhåller sig till namnpublicering i bloggar, av offentliga personer i fall av känslig karaktär. Vår empiriska undersökning är kvalitativ och utfördes genom samtalsintervjuer med fyra ansvariga utgivare/ställföreträdande ansvariga utgivare för dagstidningar och med fem stycken bloggare. Utgivarna innefattar representanter från både kvälls och morgontidningar. Bloggarna är strategiskt utvalda utifrån vilka sorters bloggare de är, då vi ville ha ett brett spektrum. Empirin utgår ifrån fyra frågeställningar som tar upp normer kring namnpublicering bland bloggare och ansvariga utgivare, hur bloggare ser på sitt ansvar som bloggare och ifall ansvariga utgivare anser att bloggarna har påverkat dem i deras sätt att arbeta med namnpublicering.

Vi visar bloggans bakgrund samt på problematik kring namnpublicering. Vi gör avstamp från delar av de Pressetiska reglerna, relevanta lagar samt ett antal relevanta teorier som handlar om olika sätt att förhålla sig till eventuella konsekvenser av det man skriver, privata och offentliga sfärer, personjournalistik och om vad som spelar in i en beslutssituation.

De huvudsakliga resultat vi nådde fram till är:

De ansvariga utgivarna tar ställning till namnpublicering utifrån olika situationers omständigheter. De som enligt dem, främst får räkna med att omskrivas, är de som är förtroendevalda av folket, därefter ledare för stora företagare som också förväntas ta ansvar då de befinner sig i en hög position. De utgår ifrån de pressetiska reglerna men trots att de finns så finns det utrymme för personliga tolkningar. Man försöker i den mån det går att hålla personens familjeliv utanför och tar hänsyn till om det finns minderåriga barn i personens familj, då man överväger möjliga konsekvenser.

De bloggare vi talade med sysslade inte i någon större utsträckning med att hänga ut personer i deras bloggar. En del av de intervjuade påtalade vikten av att kunna kritisera människor i deras professionella arbete medan den andra delen helt tog avstånd från att "hoppa på" andra människor i sina bloggar. De som ansåg att man får kritisera människor i deras professionella arbete var de som använder sin blogg som forum för debatt. De vars bloggar är mer privata var de som tog avstånd från att skriva negativt om andra. Majoriteten av bloggarna ansåg att bloggare bör ta samma journalistiska ansvar som journalister medan de ansvariga utgivarna å andra sidan inte ansåg att bloggare behöver ta det. Nästan alla bloggare var överens om, att skvaller som sträcker sig utanför ramen för kritik av människor i sina professionella roller, lockar läsare. Men de trodde också att läsare tar det med en nypa salt och inte litar fullt ut på bloggare som skvallrar mycket.

De ansvariga utgivarna ansåg alla att bloggar har någon sorts makt. De ansåg inte att de direkt påverkas av bloggarna, i deras sätt att arbeta med namnpublicering, men några menade att de indirekt kanske påverkas. Med detta menade de att bloggarna, genom att påverka tidningarnas agenda slutligen kan vara orsaken till att en person tillkännages vid namn. Merparten ansåg också att de på grund av Internet, nu har kortare tid på sig att överväga konsekvenser och fatta beslut i fall av namnpublicering.

Förslag på fortsatt forskning

Det finns många olika fält att täcka vad det gäller forskning av bloggar. I detta sammanhang tycker vi att det hade varit intressant kartlägga och även att intervjua personer, ansvariga för de sidor som också publicerar namn men som inte är vad man definierar som bloggar. Då menar vi sidor som Flashback, nyheter 24 men också de sidor som finns till bara för att hänga ut olika sorters brottslingar. Vad det gäller den professionella journalistiken och namnpublicering så hade det varit intressant om det gjordes en analys på hur de största tidningarna i landet behandlar en nyhet om en offentlig person, första gången de rapporterar om händelsen. Lämna kvällspressen ut mer information om den offentliga personen än morgontidningarna eller är det som ställföreträdande ansvarig utgivare på Kvällsposten sade, att kvällstidningarna inte är de som ligger i frontlinjen längre? Under vår research har vi fått reda på att en del personer inte omskrivs då det förekommit en skandal medan andra gör det, även då fallen är nästintill identiska. Det hade varit intressant att gräva djupare i vilka omständigheter som påverkar detta. Är det en i detta fall en slump att de som sluppit undan att hängas ut i på löpsedlarna är journalister? En sådan studie skulle behöva ske med större del nöjestabloider inblandade och med ännu mer djupgående och personliga intervjuer.

2. Inledning

Pekka Himanen sa en gång att ”Information wants to be free”, han menar att informationsåldern präglas av ett anarkistiskt tankesätt.¹ Allting är fritt för vem som helst på Internet och det gäller ordet lika mycket som mp3-filer. I tidningar så finns det regler för vad som får sägas, lagarna har dock inte riktigt hunnit ikapp Internet till fullo vilket skapar en viss förvirring runt vad man får och inte får göra.

Allt fler svenskar läser bloggar idag, det är en plattform för en demokratisk debatt som inte funnits på samma sätt tidigare. Vem som helst kan starta en blogg och uttrycka sin åsikt i skrift fritt för alla med tillgång till Internet att ta del av. Men som alltid med det fria ordet så finns det de som använder bloggarna för att smutskasta andra eller bedriva annan moraliskt tveksam verksamhet. Det är ytterst få som blir dömda för förtal på Internet samtidigt som rykten och missaktning sprids i bloggösfären.

Att ta reda på vem en i tidningarna anonym kändis är har varit lätt ganska länge med hjälp utav Internetforum såsom www.flashback.info. Det krävs dock ett intresse i att veta vem den anonyma personen är för att göra sig mödan att leta upp det på ett Internetforum. Således är det en viss skara som tar del av informationen den vägen. Många bloggare väljer dock att publicera vem den anonyma personen i tidningen är på sin blogg. På bloggen kan man alltså ofrivilligt få veta vem det är. Vad tjänar anonymiteten i tidningarna till om man ändå snubblar på vem det är på en blogg samma dag? I takt med att bloggläsandet ökar så växer också problemet.

Vårt intresse ligger dock inte i att fastställa problemen med bloggar och etiken utan snarare att få en bild av hur bloggare och publicister resonerar kring det. Vi vill se hur stort glappet emellan professionella bloggare och publicisternas etik är. Vi är intresserade av att veta om bloggare känner ett journalistiskt ansvar och om ansvariga utgivare ser bloggen som ett problem för deras verksamhet.

¹ Olsson, Anders R Karlsson, Michael Ilshammar, Lars *Journalistik, nätet och maktens ord* (2007 Stockholm) s. 23.

3. Syfte och frågeställningar

3.1 Problemformulering

Bara i år har debatten kring etiken på Internet exploderat, bland annat i samband med fallet Piratebay/Arboga.² På Internetforumet Flashback går det nästan alltid att finna namn på de kända personer som hålls anonyma i tidningarna, något som många reagerat starkt på. De svenska dagstidningarnas debattsidor svämmer över av artiklar om Internetmobbing, krav på skärpta lagar och kritik mot de övertramp som görs via Internet.

Bloggar som specialiserat sig på skvaller och offentliga personer blir bara vanligare och vanligare. Dessa tar väldigt lite hänsyn till människornas privatliv och deras personliga integritet. Många s.k. amatörbloggare skriver nästan precis vad som helst om vem som helst och går ostraffade. Vi frågar oss varför är andra bloggare mer restriktiva med vad de skriver och håller människor anonyma?

De publicistiska spelreglerna, som avråder journalister ifrån att publicera namn på misstänkta brottslingar i känsliga fall, finns för att skydda icke dömda personers rykte och ibland till och med ifrån våldsgärningar. Samtidigt tar sig medborgare själva rätten att hänga ut och på så vis underminerar de dessa spelregler. Det är viktigt att fråga sig om bloggarnas ståndpunktstagande påverkar ansvarig utgivares beslut och på så vis förflyttar gränserna för vem som hålls anonym i det långa loppet.

Vår uppsats kommer att ge en mångbottnad bild av problemet samt relationen bloggare och ansvarig utgivare emellan. Man kan inte bilda en uppfattning enbart på enskilda personers egna åsikter, det är viktigt att undersöka de som faktiskt är inblandade och se en större skara människors åsikter och personliga normer.

För att på sikt hitta en lösning på problemet så anser vi att det är elementärt att först och främst undersöka åsikterna och tankarna hos ett antal svenska etablerade bloggare för att få en bild av normerna som finns i bloggofären. Vi tror att vi kan hitta många tänkvärda åsikter och ge en bättre bild av hur svenska bloggare och ansvariga utgivare resonerar kring ämnet. Vi hoppas även kunna se ett större samspel, tidningar och bloggar emellan.

Då bloggen fortfarande är ett relativt nytt fenomen så har det bedrivits väldigt lite forskning kring ämnet och ännu mindre kring den svenska bloggofären. Det är därför mycket åsikter med väldigt lite konkreta belegg i den pågående debatten. Förhoppningsvis så kommer vår studie skapa större förståelse för hur samspelet mellan bloggare och ansvarig utgivare fungerar.

Vår uppfattning är att ämnet namnpublicering och etik på Internet är bland det mest omtalade inom medie- och kommunikationsbranschen år 2008 och således ett av de mest relevanta att undersöka.

² Olsson, Tobias *Obduktionsbilder upprör Ask* (Svenska Dagbladet, 7 September 2008 del 1 s.14)

3.2 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur bloggare och ansvariga utgivare på dagstidningar förhåller sig till namnpublicering i bloggar, av offentliga personer i fall av känslig karaktär.

Att undersöka hur tankarna kring namnpublicering går är viktigt för att kunna se var glappet mellan bloggar och tidningar uppstår. Vi anser att det är relevant att fokusera syftet kring offentliga personer för att kunna hitta konkreta och tydliga fall där övertramp gjorts. Det finns även ett stort intresse hos en stor skara människor för skvaller kring dessa personer vilket gör att skriver om dem skapar mycket större uppmärksamhet. Då det i sin tur generellt blir mer skrivelser, både i tidningar och på bloggar, så finns det också betydligt tydligare fall att gå på.

3.3 Frågeställningar

Vilka normer finns i bloggofären kring i vilka fall man väljer att skriva namn och när man väljer att inte göra det?

Först och främst vill vi här höra efter om de intervjuade bloggarna publicerar namn eller inte? Vad svaret än blir så vill vi veta orsaken bakom. Vi vill jämföra de olika bloggarnas personliga regler för hur de gör i fall av namnpublicering och vad de anser själva om fenomenet. Vi vill försöka kartlägga om det finns några likheter mellan de olika bloggarnas resonemang och ifall vi kan hitta någon gemensam norm. Det är viktigt att lyfta fram enskilda åsikter likväl som gemensamma för att få en bred bild.

Hur ser bloggarna på sitt ansvar i fall av namnpublicering?

Då det är etablerade bloggare som kommer att intervjuas är det även intressant att se om de tänker kring sitt ansvar och ser konsekvenserna av vad de skriver. En blogg med många läsare har givetvis större möjlighet att påverka och vi vill veta vad personen som skriver den anser om sitt eget inflytande.

Vilka normer finns hos ansvariga utgivare kring i vilka fall man väljer att skriva namn och när man väljer att inte göra det?

Då de publicistiska spelreglerna mest lämnar riktlinjer för de ansvariga utgivarna så måste man, för att kunna jämföra, också veta hur de själva tolkar dem. Vi vill veta vad som ligger bakom beslut i fall av namnpublicering och hur de ser på frågan. Hur jobbar de redaktionellt i känsliga fall och med de beslut som tas?

Har bloggarna påverkat ansvariga utgivares sätt att arbeta med namnpublicering?

Det är viktigt att undersöka om man kan se några konkreta skillnader hos de ansvariga utgivarna i namnpubliceringsfall sedan bloggen gjorde entré. Är man mer eller mindre försiktig när man publicerar namn på misstänkta brottslingar? Påverkar faktumet att bloggar publicerat namn det slutgiltiga beslutet? Om bloggarna kan styra hur ansvariga utgivare tänker så ha de en indirekt makt över nyhetsrapporteringen och över vad som allmänheten får veta i det långa loppet.

4. Teori

4.1 Publicistiska spelregler

I Sverige har vi haft så kallade hedersregler, ända sedan början av 1900-talet. Dess viktigaste funktion har varit att se till att medierna tar hänsyn till enskilda människors integritet. Publicistklubben, Svenska Tidningsutgivareföreningen och svenska journalistförbundet har skrivit under dessa regler och gjort dem normativa i tidningsbranschen.³ Det kan vara lätt att blanda ihop publicitetsreglerna med de pressetiska reglerna, vi tänkte därför klargöra vad som är vad. *De pressetiska reglerna* är ett vidare begrepp än *publicistreglerna*, de innefattar även yrkesreglerna och en checklista mot textreklam. Publicistreglerna är det avsnitt av de pressetiska reglerna som handlar om innehållet i det redaktionella materialet. Denna del övervakas av Pressens opinionsnämnd och Allmänhetens Pressombudsman. Vi har valt ut punkter ur publicitetsreglerna som vi anser vara mest relevanta då man talar om publicering i känsliga fall. Det är numer inte bara tidningarna som bör förhålla sig till dessa regler utan tillämpliga delar har även antagits av Sveriges Radio, Sveriges television och radioutgivareföreningen för den privata lokalradion.⁴

Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.

Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.

Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.

Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.

Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.⁵

Dessa punkter kommer att svara som normer, då vi undersöker hur professionella ansvariga utgivare och bloggare, förhåller sig till namnpublicering. Det är också dessa vi utgår från då vi försöker klargöra hur Bloggarna och de ansvariga utgivarna förhåller sig till de Publicistiska reglerna.

Man kan säga att publicistreglerna är den svenska normen av hur man ska förhålla sig och ta ansvar för det material man har möjlighet att publicera. Men det finns i världen ett vidare spektrum av sätt att förhålla sig till det. Eftersom vi lever i ett demokratiskt samhälle har vi valt att visa på två olika teorier som båda tillhör en liberal publicistisk tradition men med

³ Weibull, Lennart & Börjesson, Britt *Publicistiska seder* (Falun 1995) s.10.

⁴ Weibull & Börjesson, s.10.

⁵ Svenska journalistförbundets webbplats, 2008: *Spelregler*. (20 nov.2008.) <http://www.sjf.se>

olika syn på ansvaret för sitt material.⁶ Vi vill visa dessa för att vi, förutom att utgå från publicistreglerna, också kommer att använda oss av dessa då vi utformar vår intervjuguide och undersöker de ansvariga utgivarnas och bloggarnas förhållningssätt till namnpublicering.

4.2 Teorin om det sociala ansvaret

Teorin om det sociala ansvaret är en teori som strävar efter rättvisa och rättigheter. Den vill vara obunden men kan ta parti för den goda saken. Inom den sociala ansvarsteorin finns tre inriktningar: den radikala, den måttliga, och den konservativa sociala ansvarsteorin. Den radikala och den måttliga teorin försvarar, i större utsträckning än den konservativa teorin, statens rätt att begränsa journalistikens publicistiska utrymme. Den radikala sociala ansvarsteorin har likheter med marxismen då den menar att en redaktions eller reporters uppgift är att värna om de utsatta i samhället och att granska ojämlikhet i samhället utifrån ett klassperspektiv. De menar att journalistens huvudsakliga roll inte är att beskriva och rapportera om händelser utan att de främst ska ta ställning till det goda för att på så sätt förändra världen till det bättre.⁷ Günter Wallraff och svenske Janne Josefsson är exempel på journalister som utövat partisk journalistik för att förändra världen till det bättre.⁸ Om man förespråkar en måttlig social ansvarsteori så håller man positiva rättigheter högre än rättvisa och ser inte klasskamp och ekonomiska ojämlikheter som det primära såsom i den radikala teorin. Istället för att bryta ner maktstrukturer vill man engagerat få den demokratiska processen att fungera bättre genom empati, engagemang och information. Den tredje inriktningen; den konservativa ansvarsteorin definierar Jesper Strömbäck som ”den frihetliga medieideologin” och menar att den innebär att marknaden ska få styra så obehindrat som möjligt också då det kommer till yttrandefrihet. Enligt denna teori skulle journalistiken bli mer rättvis om medierna fick fungera under en frihetlig lagstiftning och ansvaret lämnades åt publicisterna.⁹ Susanne Wigorts Yngvesson sammanfattar, i sin avhandling *Den moraliska journalisten*, teorins tre inriktningar i tre övergripande punkter:

1. *Visa hänsyn – avstå från att publicera om det vållar stor skada.*
2. *Publicera det som bidrar till ett bättre och mer rättvist samhälle.*
3. *Ta ansvar även för oförutsebara publicistiska konsekvenser.*¹⁰

4.3 Teorin om konsekvensneutralitet – *publish and be damned*

”Publish and be damned” är ett amerikanskt uttryck som illustrerar konsekvensneutralitet. Det syftar på att publicera utan att ta hänsyn, till varken den man skriver om, eller till sin redaktion.¹¹ Denna teorins ledord är sanning, anhängarna menar att sanning är en journalistisk plikt och en av de viktigaste förutsättningarna för den journalistiska verksamheten. De menar också att man berövar läsare, lyssnare eller tittare möjligheten att bilda sin egen uppfattning, om man låter sitt arbete styras av hänsyn. Då de värnar om neutral hållning i det journalistiska arbetet och anser att det är viktigt att rapportera om sanningen utan inblandning av egna etiska värderingar. Dessutom slipper journalisterna då få misstankar på sig, om att tillvarata någon annans intressen. Susanne Wigorts Yngvesson formulerar även denna teori i tre punkter:

⁶ Nerone, John C (red) *Last Rights. Rg Four Theories of the press* I Wigorts Yngvesson, Susanne *Den moraliska journalisten* Uppsala universitet (Uppsala 2006) s.40.

⁷ Wigorts Yngvesson, Susanne *Den moraliska journalisten* Uppsala universitet (Uppsala 2006) s.41.

⁸ Wigorts Yngvesson .s.43.

⁹ Wigorts Yngvesson .s.45.

¹⁰ Wigorts Yngvesson .s.41.

¹¹ Wigorts Yngvesson .s.36.

1. *Publicera det som är sant och relevant oavsett konsekvenserna.*
2. *Journalister bör förhålla sig neutrala till det som publiceras.*
3. *Ta ansvar endast för förutsedda konsekvenser av publiceringar.*¹²

En förespråkare för denna sorts journalistik är Erik Fichtelius, reporter på Sveriges television. Han anser att föreställningen om att journalister ska stå på "de godas" sida är en missuppfattning av journalistens uppgift. En journalist bör inte befinna sig på någons sida. Det de istället bör fokusera på enligt Fichtelius, är att inte sprida fördomar och rykten, vilket en partisk journalistik leder till.¹³

Dessa teorier kan ses som motpoler till varandra men det som förenar dem är att de båda håller sanning högt. Det är frågan om "sanning till vilket pris"? som konkret separerar de två då den sociala ansvarsteorin menar att hänsyn ibland måste gå före sanning. Den konsekvensneutrala teorin alltid låter sanningen komma i första hand.¹⁴ Enda undantaget vore om man undanhåller information på grund av direkt fara för människoliv.¹⁵

Dessa teorier är inget som idag styr journalisters handlande med järnhand men man kan ändå förutsätta att de befinner sig någonstans emellan dem. Delar av båda teorierna kan också överensstämma med en och samma journalists arbetsätt.¹⁶

¹² Wigorts Yngvesson, s.34.

¹³ Fichtelius, Erik *Nyhetsjournalistik. Tio gyllene regler* I Wigorts Yngvesson, s.35.

¹⁴ Wigorts Yngvesson, s.41.

¹⁵ Wigorts Yngvesson, s.35.

¹⁶ Wigorts Yngvesson, s.50.

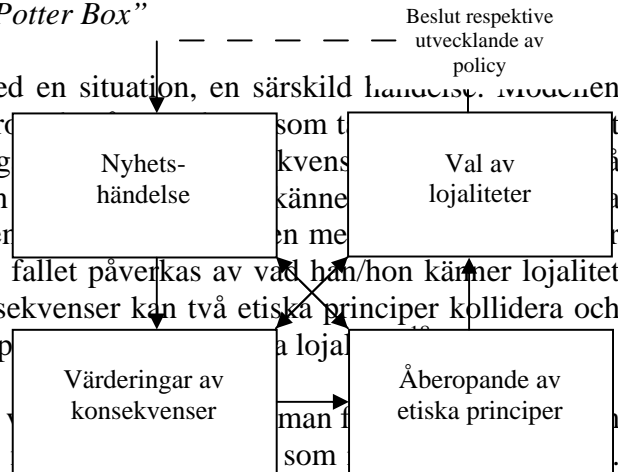
4.4 Beslutssituationen

Teorin vi hittills har berört kommer att användas då vi tar reda på hur de förhåller sig till namnpublicering och även då vi talar om värderingar kring ansvar. Men vi vill också visa på hur själva beslutssituationen ser ut. I Publicistiska seder visar Weibull och Börjesson en modell, utformad efter "the potter box"¹⁷

Modell av en etisk beslutssituation efter "the Potter Box"

Varje beslutssituation börjar enligt Potter med en situation, en särskild handling. Modellen visar hur ställningstagandet värderas olika beroende på omständigheterna. Delen som handlar om värderingarna och övertägningen når ut till mottagarna. Kontra verkligheten och principer och frågan hur dessa påverkar det är att beslutsfattarens tillämpande av principer i fallet påverkas av vad han/hon känner lojalitet inför. Men vid bedömningen av möjliga konsekvenser kan två etiska principer kollidera och då är det "den vinnande" principen som visar på en lösning.

Genom att inkludera "the Potter Box" visar vi på nyhet. Vi anser att den är användbar även då vi använder oss av den i vår intervjuguide och i vår analys.



¹⁷ Cristians m.fl. *Media Ethics; Cases and Moral Reasoning* I Weibull & Börjesson, s.23.

¹⁸ Weibull & Börjesson, s.22.

4.5 Privat och offentlig sfär och person

I våra intervjuer talar vi med respondenterna om vilka personer som anses mer eller mindre tillåtna att skriva om. Habermas talade om en *privat* och en *offentlig sfär* i sin bok *Borgerlig offentlighet*.¹⁹ I västvärlden har begreppen privat och offentligt använts, då man talar om politik och sociala sammanhang, sedan filosoferna i Grekland talade om livet i stadsstaten. Detta för att skapa bästa möjliga samhällsordning för invånarna. Även romarna använde begreppen för att skilja offentlig rätt från privat.²⁰ Begreppen började ändra innebörd i slutet av medeltiden och tidigmoderna perioden och under 1800- och 1900- talet formulerades begreppen följande:

*Den privata sfären omfattar privatägda ekonomiska organisationer som verkar i en marknadsekonomi och i viss grad är vinstinriktade samt en rad personliga relationer och familjerektioner som kan vara informella eller formellt sanktionerade genom lag, så som t.ex. äktenskap. Den offentliga sfären omfattar en rad statliga och halvstatliga institutioner, från lagstiftande och rättskipande organ till polisen, militären och säkerhetstjänsten, från stadsförvaltningen till en rad olika sociala organisationer, till exempel förstatligade industrier och statliga affärsverk.*²¹

Det finns dock en annan grundbetydelse för begreppen, som vuxit fram i det västerländska samhället. Historiskt sett och även idag finns det en relation mellan begreppen. Vi vill ge en inblick i båda dessa då vi tycker att de båda beskriver vad vi kommer att utgå ifrån då vi talar om offentlig och privat sfär i denna studie. I denna beskrivning betyder offentlig detsamma som öppen eller tillgänglig för allmänheten. Det som enligt denna beskrivning är offentligt är vad som är synligt eller möjligt att iaktta. Det som är offentligt utförs inför åskådare och är öppet för många eller alla att se, höra eller höra talas om. Det privata kan beskrivas som motsatsen, det som är skyddat från insyn, det som sägs eller görs i enrum, i hemlighet eller i en begränsad krets av människor. Kort och gott kan man beskriva denna betydelse för begreppen som: *Offentlighet kontra hemlighållande, öppenhet kontra förtegenhet, synlighet kontra osynlighet.*²² Weibull och Börjesson för, i nästa modell, ihop begreppen offentlig och privat sfär med de presstiska reglerna som också talar om *privata* och *offentliga personer*.

		Person	
		Privat	Offentlig
Sfär	Privat		
	Offentlig		

Modellen visar fyra rum som representerar att privata och offentliga personer utför sina uppgifter antingen i den privata eller den offentliga sfären. T.ex. nyhetsjournalistik utförs nästan uteslutande i den fjärde rutan, den behandlar nästan uteslutande offentliga uppgifter som agerar offentligt, dvs. kommer att behandla våra respondenters normer och värderingar i känsliga sammanhang. Dessa kan ha en offentlig sfär.

4.6 Varför är enskilda personer så intressanta

Att enskilda personer är särskilt intressant stoff i journalistik är inget nytt, inte heller att skvallra om en tredje part i det privata. Idag kan man skvallra dvs. föra ett rykte vidare om en

¹⁹ Habermas, Jürgen *Borgerlig Offentlighet* (1984 Lund)

²⁰ Thompson, John B *Medierna och moderniteten*. (2001 Uddevalla) s.152.

²¹ Thompson, John B s.154.

²² Thompson, John B s.155-156.

²³ Weibull & Börjesson, s.207.

person på Internet, och är man framgångsrik kan man nå ut med sitt budskap till tusentals människor. Man kan se på många bloggare som en sorts amatörjournalister och vi vill nu försöka skapa förståelse för varför det är så intressant med enskilda personer i journalistik. Håkan Hvitfelt, som studerat nyhetsvärdering i många år, har behandlat frågan om personjournalistik i en rapport och menar att nyheter som handlar om enskilda personer värderas betydligt högre än nyheter om annat. Liksom i hans lista över vad som gör en nyhet, så påverkas också personjournalistik av geografisk närhet eller om det finns andra kopplingar till personen i fråga. En nyhet om en enskild person får automatiskt högre nyhetsvärde ju mer känd personen i fråga är.²⁴ En nyhet på en löpsedel kan bli helt utan betydelse om man byter ut personen mot en vanlig medborgare. För att det ska vara intressant att läsa om en vanlig medborgare bör situationen vara extraordinär. Intresset för enskilda personer har också lett till att nyheter som inte bara rör en särskild person, ändå ofta skildras ur en persons perspektiv.²⁵ Hvitfelt har i nio punkter sammanfattat vad det är som gör att en enskild person påverkar denna höjning av nyhetsvärde:

- (1) Identifikation – behov av att känna samhörighet.
- (2) Enkelhet och begriplighet – ta ner på en nivå så alla kan ta till sig händelsen.
- (3) Kommersialism – att ha varit med om något ovanligt skapar intresse.
- (4) Enkelt att producera – för journalisterna.
- (5) Personer är betydelsefulla för samhällsutvecklingen.
- (6) Avslöjande journalistik och kritik – kritiskt granskande av enskilda personers handlande.
- (7) Publiken har ett behov av att tränga in i kända personers privatliv – då de skiljer sig så mycket från den vanliga människans vardag.
- (8) Nyhetsmedierna följer veckopressen – en trend som håller i sig.
- (9) TV och TV-personligheter i fokus.²⁶

²⁴ Hvitfelt, Håkan *Nyheterna och verkligheten, byggstenar till en teori*. (Göteborg 1989) s.82.

²⁵ Hvitfeldt, Håkan 1989 s.107.

²⁶ Hvitfeldt, Håkan 1989 s.109.

4.7 Tidigare forskning

Bloggarna är som forskningsområde relativt nytt. Visserligen har bloggarna nu hängt med i över ett decennium men det är nu på senare år som de tilldelats inflytande. Det finns lite forskning kring Bloggosfären och Bloggar, om man samsöker på ”blogg” och ”bloggar” i Gunda och Libris så får man bara totalt 22 träffar, av dessa är det bara en bok som vetenskapligt behandlar bloggar. Utbudet dubbleras dock om man istället söker på det engelska ordet ”blog” men det är ändå få böcker som är på vetenskaplig basis. De första böckerna som skrevs om bloggar tar upp frågor som; *Vem bloggar? Varför bloggar man? Vad fyller bloggandet för funktioner? Vad skrivs det om i bloggarna? Hur ser bloggofären ut?* Annika Bergström, forskare på JMG som i flera år studerat Internetbaserade medier har gjort studier för att besvara frågorna: *Vem bloggar?* och *hur frekvent bloggar man?*²⁷ Vi tycker oss nu se att forskningen börjar rikta in sig på konsekvenserna av bloggande. 2007 skrev Mark Tremayne, assisterande professor i journalistik boken *Blogging Citizenship, and the future of media*. Denna bok är den enda vi hittat som bland annat tar upp bloggans påverkan på medierna.²⁸ I andra böcker om bloggar riktas en del frågor mot bloggande och marknadsföring. Något som tagits upp i granskande program i tv den senaste tiden är vilka konsekvenser det kan få t.ex. i arbetslivet att man bloggar.

De är inte många, men det finns studier gjorda där man intervjuat bloggare, ett exempel är uppsatsen minblogg.nu som är en uppsats gjord på socionomprogrammet på Göteborgs universitet. Den behandlar varför man bloggar och även konsekvenser av sitt bloggande, men då konsekvenser för sig själv. Det kan vara bloggarnas ”anonymitet” som gör det svårare att använda dem som forskningsobjekt, men det är ytterst relevant för att få en bild av bloggkommunikationen ur ett sändarperspektiv.

Kring forskningen om ansvariga utgivare för tidningar, har man kommit betydligt längre. SOM-institutet har gjort flera undersökningar med frågor som handlar om namnpublicering och ämnet har också behandlats i flera journalistundersökningar där JMG också intervjuat redaktionsledare om deras åsikter. Britt Börjessons kapitel i *Den svenska journalistkåren* tar upp problematik kring namnpublicering samt hur allmänheten och journalister förhåller sig till namnpublicering.²⁹

²⁷ Bergström, Annika (2008) *The reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context*. In Westminster Papers of Communication and Culture, vol. 5, nr 2

²⁸ Tremayne, Mark *Blogging, Citizenship, and the future of media* (New York 2007)

²⁹ Börjesson, Britt 2007: Namnpublicering - en fråga om offentligt och privat. I Asp, Kent (red): *Den svenska journalistkåren*. Kungälv. S.87-94.

5. Bakgrund

5.1 Ordlista

Bloggande är idag ett så pass vanligt fenomen att många redan känner till begrepp som används då man talar om bloggar. Men för att ni ska förstå precis vad det är för betydelser som vi syftar på i denna uppsats så förklarar vi dem här, tillsammans med några andra betydande begrepp. Vår ordlista innefattar även ord som kan ha flera olika betydelser, vi definierar här vad vi menar med dem i uppsatsen.

Ansvariga utgivare

Den som står registrerad som juridiskt ansvarig för allting som publiceras i ett medium. Om ansvarig utgivare inte går att nå eller finns på plats så finns en ställföreträdande ansvarig utgivare som tar besluten och övertar ansvaret. För enkelhetens skull så avser vi i vår uppsats med begreppet både ansvarig utgivare och ställföreträdande ansvarig utgivare.

Bloggfären

Bloggvärlden

Flashback

En svenskstartad webbsida som bland annat har ett diskussionsforum där mycket skvaller om offentliga personer förekommer. Man kan även i de flesta fall tidigt spekulera och få reda på vem en person som hålls anonym i tidningar är via detta forum.

Dagboksbloggare

Bloggar som berör bloggarens vardag och fungerar som en offentlig dagbok.

Humorbloggare

Bloggar som publicerar material avsett att vara roligt, ofta med kåserier och roliga bilder.

Mediebloggare-

Bloggar som berör och reflekterar kring medievärlden.

Modebloggare

Bloggar som handlar om mode och som ofta innehåller fenomenet ”dagens outfit” där bild på vad bloggaren har på sig för dagen förekommer.

Norm

Med norm avser vi de oskrivna regler och förväntningar som finns inom en yrkesmässig eller social grupp, exempelvis bloggare eller ansvariga utgivare.

Nyheter24

Nyhets tidning på Internet med fokus på snabba nyheter.

Nyhetsbloggar

Bloggar utformade som nyhetskanaler, ofta med fokus på rykten och nyheter som tidningar väljer att inte publicera. Många nyhetsbloggar är mer liberala beträffande namnpublicering.

Site

Annat ord för hemsida, från början ifrån det engelska ordet ”website”.

5.2 Om bloggar

I mitten av 90-talet kunde man se bloggarnas föregångare växa fram på Internet. Dagböcker förda på webbsidor växte sig allt större i takt med att en tidig version av *filterbloggen*, alltså en samling länkar filtrerade ur den stora mängden webbsidor som börjat dyka upp, tog form. Denna samling länkar mynnade så småningom ut i ett gemensamt begrepp, ”weblog”.

Man räknar världens första webbsida <http://info.cern.ch> som världens första blogg då den samlade länkar vidare till andra webbsidor. Ordet myntades dock av Jorn Barger i hans egna blogg Robot Wisdom år 1997, ett år senare fanns det runt 30 webbplatser som kallade sig ”weblog”.³⁰ I takt med att Internet expanderade och vad Jorn Barger själv beskriver som att ”helvetet bröt lös” så expanderade även bloggfenomenet i samma takt. Weblog började istället kallas för wee-blog vilket snabbt förkortades till blog, blogg på svenska.

Den största blogg-tjänsten heter blogger.com och ägs av Google, de flesta bloggar och blogg-tjänster ser idag ut dom dessa. Därför är det också dessa bloggar som definierar bloggen som fenomen hos gemene man. Det är dock svårt att summera vad som exakt definierar en blogg då det ständigt förändras och trender styr hur bloggarna utformas. Konkret så är dock bloggar hemsidor som kontinuerligt uppdateras med inlägg och nytt innehåll utan att för den delen ta bort föregående innehåll, alltså ett löpande flöde av information istället för de statiska hemsidorna som ser likadana ut år efter år.

Bloggfenomenet har expanderat explosionsartat de senaste åren och påståenden som att ”bloggarna avgör valet” påstods både inför det svenska valet 2006 och nu senast inför det amerikanska presidentvalet 2008.

Bloggvärlden refereras ofta till som blogg-sfären, alltså bloggarna som grupp. Det finns klara exempel på fall där bloggarna styrt nyhetsagendan genom att kollektivt under en längre tid drivit starka frågor. Situationen i Darfur uppmärksammades mer frekvent inom blogg-sfären än i nyhetsmedier till en början och drevs således av bloggarna in i hetluften. I takt med det ökade intresset för bloggen har den också ökat sin status som legitim nyhetskälla. Ett tydligt svenskt exempel är FRA-debatten där bloggarna visade sina muskler på allvar i den svenska medievärlden. 1e mars till 30e april då debatten var som hetast så postades mer än 7500 blogginlägg kring FRA-lagen i den svenska blogg-sfären.³¹ Även internationella bloggare förde genom gemensam pådrift Darfur-situationen på agendan.³² Även i Sverige har avslöjanden som t.ex. Sven Otto Littorins fuskmeriter ifrån Fairfax University (Friktion.se) gjorts via bloggar. Samtidigt finns det bloggar som specialiserat sig på att hänga ut misstänka gärningsmän, utan hänsyn till om de är dömda eller inte.

³⁰ Winer, Dave *The History Of Weblogs* (2002 hämtad 081012)

<http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs>

³¹ Twingly, *Bloggbävningen* (2008 hämtad 081014)

http://blog.twingly.com/wp-content/uploads/2008/09/twingly_fra_report_web.pdf

³² Våge, Lars Stattin, Erik Nygren, Gunnar *Bloggtider* (2005 Stockholm) s.18.

5.3 Namnpublicering

Varje dag rapporteras det om både privata och offentliga människor i våra medier och sällan är det något problem med det. Det är just när denna publicitet leder till konsekvenser, som vållar personen i fråga skada, som denna hantering blir problematisk. Då det handlar om hantering av källor och dess anonymitetsskydd, gäller tryckfrihetsförordningen men i andra fall av hantering av enskilda personer, såsom namnpublicering, så gäller de pressetiska reglerna.³³ Hanteringen av enskilda personer har varit en viktig fråga, under många år i den pressetiska debatten. Särskilt het har frågan varit då det handlat om publicering av namn och andra uppgifter i samband med brottsrapportering. Debatten började i samband med rapporteringen om mordet på Olof Palme. Då bedömde några tidningar att det särskilda fallet krävde både att namnet på den förste och andre misstänkte mördaren skulle publiceras.³⁴ Historien upprepade sig i jakten på Anna Lindhs mördare, då den först misstänkte gärningsmannens privatliv exponerades i svenska medier till den grad att bekanta kunde identifiera honom. Då frågan om namnpublicering kan vara så komplex, och det är svårt att göra regler som innefattar alla olika dilemman som kan uppstå, har publicitetsreglerna fått revideras flera gånger. I debatten om namnpublicering har två frågor följt med sedan tidigt 1900-tal: Vem skall omfattas av hänsynen och i samband med vilka händelser?³⁵

Det offentliga mer offentligt, det privata mer privat

Genom studierna som gjorts om hur journalister och allmänhet förhåller sig till namnpublicering, har man sett en attitydförändring i förhållandet till namnpublicering. Namnpublicering är mer accepterat nu än det var 1989, då studierna påbörjades. Det finns två dimensioner då man bedömer eventuell namnpublicering, den ena har att göra med händelsen i sig och den andra handlar om vilka personer som är inblandade.³⁶ Studien behandlade fyra olika exempel på händelser där namn skulle kunna publiceras: *Barn och vuxna som omkommit i en bussolycka*, *En person som anhållits misstänkt för narkotikabrott*, *En person som anhållits misstänkt för mord* och *En förälder som söker få rätt i en vårdnadstvist*. Frågan om eventuell namnpublicering av misstänkta gärningsmän blev särskilt intressant då det visade sig att journalisters och allmänhetens åsikter gick isär. Endast tre till fyra procent av journalisterna tyckte, under åren för studien, att det var rätt att publicera namn i dessa fall jämfört med 24 procent av den tillfrågade allmänheten 1999.³⁷

Journalistiken har i praktiken förändrats under de senaste decennierna. Idag är det vanligt att tidigt publicera namn i fall där den misstänkte kan anses vara farlig för allmänheten, eller där brottet är särskilt bestialiskt. Denna sorts brott utgör en väldigt liten del av brottsligheten men betydligt större del av nyhetsrapporteringen. Anledningen till att allmänhetens och journalisternas åsikter går isär i frågor om namnpublicering i dessa fall är att de har olika verklighetsuppfattningar. Journalisterna vet att det bara är en liten andel så grova brott och att man i de flesta fall inte publicerar namn. Vad allmänheten vet är vad tidningarna låter dem ta del av.³⁸

³³ Weibull & Börjesson, s.197.

³⁴ Weibull & Börjesson, s.7.

³⁵ Weibull & Börjesson, s.199.

³⁶ Börjesson .s.92.

³⁷ Börjesson .s. 88-91.

³⁸ Börjesson .s.91.

Ytterligare ett exempel på namnpublicering som väckt stor debatt är rapporteringen av fallet med Hagamannen. Här gick tidningars åsikter isär om vad som var rätt och fel att låta allmänheten ta del av. Argument som användes för tidig namnpublicering var t.ex. att undvika ryktesspridning och felaktiga utpekanden men man talade också då som nu om ”skampålemotiv”,³⁹ ett ord som kommit upp vid ett flertal tillfällen i debatter kring ämnet. Här syftar man på den historiska skampålen som brottslingar förr fängslades vid för att visas upp, straffas och förnedras av allmänheten.

Under studierna vi nyss nämnt behandlades också frågan om namnpublicering av offentliga personer. De använde sig då av exemplen: *En politiker åtalad för falskdeklaration, en politiker som åtalats för rattfylleri, en företagsledare som är åtalad för falskdeklaration, känd idrottsman misstänkt för att ha tagit anabola steroider och en företagsledare som åtalats för rattfylleri*. I dessa hypotetiska fall då det handlade om offentliga personers gärningar så var journalisterna betydligt mer benägna att publicera namn och även i detta sammanhang skedde en ökning över tid, dock mer markant än i det tidigare exemplet. I exemplet med rattfylla visade det sig att två tredjedelar av journalisterna 2005 ansåg att det var rätt att publicera namn men om samma företeelse gällde en företagsledare ansåg hälften så många att namn skulle publiceras. Om en idrottsstjärna tagit anabola steroider tyckte en tredjedel att det skulle skrivas om med namn.⁴⁰

5.4 Lagar för publicering

Lagarna som berör Internetbaserade medier kallas för yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) medan de som gäller för tryckta medier heter tryckfrihetsförordningen (TF). Dessa innefattar bland annat att myndigheter ej får försvåra eller förhandsgranska dina publikationer. Är du skyddad under YGL så döms du därefter till skillnad ifrån om du inte är det, då döms du som privatperson under brottsbalken. Tidningar är automatiskt skyddade av TF men som publicist på Internet så kan du registrera dig hos Radio och TV-verket för att grundlagsskydda din hemsida, blogg, tidning eller liknande. Du anmäler dig som enskild ansvarig utgivare och står sedan som juridiskt ansvarig för allt som publiceras på hela sidan. (Källa 2).⁴¹

Förtal och förolämpning

Det är omöjligt att sätta en fast gräns för när man gör sig skyldig till förtal och förolämpning. Definitionen enligt TF är följande;

”4 § Med beaktande av det i 1 kap. angivna syftet med en allmän tryckfrihet skall såsom tryckfrihetsbrott anses följande gärningar, om de begås genom tryckt skrift och är straffbara enligt lag:

14. förtal, varigenom någon utpekar annan såsom brottslig eller klandervärd i sitt levnadssätt eller eljest lämnar uppgift som är ägnad att utsätta denne för andras missaktning, och, om den förtalade är avliden, gärningen är sårande för de efterlevande eller eljest kan anses kränka den frid, som bör tillkomma den avlidne, dock ej om det med hänsyn till omständigheterna var försvarligt att lämna uppgift i saken och han visar att uppgiften var sann eller att han hade skälig grund för den;

³⁹ Börjesson .s.91-92.

⁴⁰ Börjesson .s.94.

⁴¹ Radio- och TV-verket *Att publicera på Internet* (2004 hämtad 081116)
http://www.rtvv.se/_upload/Tillst%C3%A5nd/pdf/publicerainternet.pdf

15. förolämpning, varigenom någon smädar annan genom kränkande tillmäle eller beskyllning eller genom annat skymfligt beteende mot honom;”⁴²

Det räcker inte med att nämna en person för att det skall vara förtal, det måste vara kränkande för att vara brottsligt. Det finns även undantag för publiceringar när det görs i journalistiskt eller konstnärligt syfte samt är sanningsenligt. Var gränsen för detta går är dock ständigt omdiskuterat och således omöjligt att säga exakt. Det är t.ex. helt lagligt att skriva att ”Sven Svensson handlade en Raider på Vivo igår”. Det är däremot inte lagligt att skriva att ”Sven Svensson är en jävla bög”, oavsett hans sexuella läggning. Det skall dock en hel del till för att man skall dömas för förtal på Internet. Det går även att göra sig skyldig till grovt brott i ovanstående fall vilket kräver att man gjort större övertramp vilket ger hårdare straff.

PUL

Personuppgiftslagen har ingen speciell del som avser Internetpublicering av personuppgifter men tolkat utifrån de generella reglerna i PUL så är all icke kränkande publicering av namn tillåten i bloggar.⁴³ Så länge som uppgifterna betraktas som ”harmlösa” så är det fullt lagligt. Vad som betraktas som ”harmlost” bedöms utifrån fall till fall men detaljer såsom sexuell läggning, etnisk tillhörighet och andra känsliga uppgifter om en persons privatliv räknas alltid som övertramp. Ett känt fall där det omedvetet gjorts övertramp på detta var en släktforskar-site som registrerade människor inom olika släkträd för släktforskare att ta del av. Vad man inte tänkte på var att det även stod vilka släkter som t.ex. var av judisk och romsk härkomst, vilket stred mot PUL. PUL är dock ingen grundlag vilket TF är, detta betyder att när lagarna behandlar samma ämnen så sätts PUL ur spel av TF.

⁴² Tryckfrihetsförordningen (1949:105) , Kapitel 7, 4 §

⁴³ Datainspektionen *Publicering på Internet* (Hämtad 081214)
<http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/publicering-pa-internet/>

6. Metod

6.1 Kvalitativ metod

Vi vill börja med att klargöra varför detta blev en kvalitativ studie och varför vi valde att använda oss av samtalsintervjuer för att få fram våra resultat. För ansvariga utgivare finns det lagar och pressetiska regler att följa då man överväger att publicera namn, men inom dessa ramar finns ett svängrum där den personliga moralen, eller tidningens traditionella förhållning till namnpublicering, sätter gränserna. Det är heller inte självklart hur de förhåller sig till bloggarna och om de påverkas av dem. Vi anser att det hade varit svårare att komma åt dessa åsikter genom en kvantitativ undersökning. Hade de fått ett formulär med frågor i handen hade de nog svarat mer ”som det förväntas av dem” alltså anser vi att det hade kommit in fler samstämmiga resultat som mer gick efter de nedskrivna reglerna och lagarna. Antagligen hade de också gett oss plattare svar vad det gäller bloggarna, att de inte påverkar dem i sitt arbete överhuvudtaget t.ex. Om vi hade skickat enkäter till en mängd bloggare hade vi väntat oss ett liknande scenario, om de överhuvudtaget hade skickat in formulären vill säga. Med detta menar vi att bloggarna har varit lite svårare att få kontakt med än vad vi först trodde.

Då vi inte är ute efter att kartlägga eller få fram frekvenser, utan att synliggöra förhållningssätt och syn på ansvar, är en kvalitativ metod självklar. Genom att just göra kvalitativa samtalsintervjuer kan vi komma åt de oväntade svaren samtidigt som vi har möjlighet att följa upp svaren vi får.⁴⁴ Då relationen mellan utgivare och bloggare är utforskad så är det lättare att få ämnet uttömt genom att prata med dem och låta dem ge sina vinklingar av problemet och eventuella liknande problem.

6.2 Urval

Vi har använt oss av ett strategiskt urval, främst baserat på interna validitetsskäl.⁴⁵ Vi valde alltså ytterpunkter i den svenska bloggofären såväl som inom dagstidningarnas ansvariga utgivare. Det är diskutabelt om vi fick med de mest extrema ytterpunkterna då vi varken intervjuade de största tidningarna eller de största bloggarna, dock fick vi med hela spektrat av både bloggare och dags-/kvällstidningar i vår egen mening. Vi anser även att alla personer vi intervjuade hade en så pass hög status inom sin sfär att de på så vis var relevanta nog.

Bloggare

I den mån det gick, försökte vi hitta representanter inom de kategorier av bloggare i den svenska bloggofären som vi ansåg ha en viktig del i relationen mellan bloggare och tidningar. Dessa kategorier var både baserade på vår egen uppfattning men även utifrån kategorisystemen på olika bloggportaler. Genom att kartlägga dessa kategorier kunde vi sedan se vilka bloggar som var mest lästa inom varje och på så vis även mest intressanta att intervjua.

⁴⁴ Esaiasson, Peter Gilljam, Mikael Oscarsson, Henrik Wägnerud, Lena. *Metodpraktikan, konsten att studera samhälle individ och marknad* (2007) Vällingby s.283.

⁴⁵ Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wägnerud .s.174.

Bloggarna var mycket svårare att nå än de ansvariga utgivarna vilket gjorde att vi har fick anpassa vårt urval utifrån vilka vi faktiskt fick tag på, dock ändrade vi inte vårt val av kategorier under vägens gång men i många fall fick vi använda oss av bloggare med mindre antal läsare än vi ursprungligen velat ha. Våra kategorier blev till slut dagboksbloggare, politiska bloggare, mediebloggare och humorbloggare. Vi jagade ett antal nyhetsbloggar utan resultat, vi resonerade dock kring deras låga läsarsiffror och kom fram till att det inte var någon större förlust.

Då vi märkte av att flera kända svenskar som varit indragna i skandaler där namn publicerats m.m. bloggar själva så såg vi det som en bra idé att även intervjua en av dessa. Vi kontaktade Sanna Bråding som nyligen var i blåsvädet. Hon platsade in i kategorin dagboksbloggare, vi ansåg att hennes åsikt som bloggare och tidigare uthängd på Internet vid namn i brottsfall gjorde henne extra intressant och en kategori för sig.

Ansvariga utgivare

När vi valde ansvariga utgivare så ville vi ha representanter från både morgontidningar och kvällstidningar. Då ansvariga utgivare var svåra att nå så fick vi även nöja oss med ställföreträdande i några fall. Vi fick även nys om att Norrländska Socialdemokraten publicerade namn i väldigt stor utsträckning vilket gjorde att vi snabbt bokade en intervju med dem. Vi fick tag på ytterligare två morgontidningar väldigt omgående men jagade kvällstidningar tills sista intervjudagen då vi fick tag på en ställföreträdande ansvarig utgivare på Kvällsposten. Det är mycket möjligt att ytterligare en kvällstidning skulle ha gett en aningen mer nyanserad bild och tillfört fler åsikter till våra resultat men de fick utebli då de helt enkelt var omöjliga att nå både via mail och telefon.

6.3 Intervjuguider

Vi byggde våra intervjuguider på teman som motsvarade våra frågeställningar. Vi valde att göra respondentintervjuer eftersom vi inte bara vill få fram hur det ser ut utan hur personerna i fråga ser på och tänker om saker. Vi ville fånga in deras värderingar och försöka se mönster och skillnader mellan personerna. Både mellan de två olika typer av publicister vi behandlar (både bloggare och ansvariga utgivare publicerar) och inom de grupperna. Vi valde att utgå från en semistrukturerad intervjuform där frågorna huvudsakligen är ganska styrda men som ändå ger utrymme för mer ingående svar än ja och nej. Vi inledde intervjuerna med mer allmänna frågor om t.ex. bloggande för att mjuka upp våra respondenter och skapa kontakt inför de mer komplexa frågorna om konsekvenser, förhållningssätt och ansvarstagande. Sedan hade vi tematiska frågor med uppföljande frågor och eventuella tolkande frågor, frågor där man kollar upp att man uppfattat det som respondenten menat det.⁴⁶ Vi försökte att inte göra för långa frågor utan gjorde dem någorlunda korta för att de skulle vara lätta att svara på. Detta kunde visserligen ibland leda till att vi fick utveckla dem. Vi kom i ett tidigt skede fram till att det skulle bli för platt att ställa samma frågor till utgivarna som till bloggarna, därför fick vi sammanställa två intervjuguider. Detta gav oss också möjlighet att anpassa språken i frågorna efter våra respondenter. I frågorna till utgivarna använde vi oss inte av akademisk jargong men av begrepp, som för oss på JMG och de arbetande på tidningar, är självklara. Frågorna till bloggarna innehöll ett mindre akademiskt språk för att få en mer avslappnad dialog. Vi ville få så spontana och ärliga svar som möjligt och inte locka dem till att framställa sig som mer korrekta än vad de i själva verket är.

⁴⁶ Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wägerud .s.299.

6.4 Tillvägagångssätt

Att uppsatsen skulle handla om bloggar var det första som stod klart och samtal med kunniga på JMG ledde till att vi enades om att etik i bloggar var intressant. Fallet med Papa Dee var hett i medierna de dagarna och fångade också vårt intresse. Namnpublicering i bloggar kände vi var utforskat, svårt och ett mynt med flera sidor, därför fastnade vi för just det. Eftersom det traditionellt är medierna som står för begrundanden av namnpublicering ansåg vi att det också var intressant att få deras syn på detta. Vi hade kunnat vända oss till andra medier som t.ex. radio eller Tv men då papperstidningen står för den klassiska journalistiken ansåg vi att det var vettigt att tala med anställda på dessa. När vi hade slagit fast vårt problem så började vi skicka mail till både bloggare och ansvariga utgivare på tidningar. Vi kunde ha intervjuat journalister istället för ansvariga utgivare, eftersom att de också är insatta i frågan men vi tyckte att det var intressant att tala med de som har det slutgiltiga ansvaret då det kommer till namnpublicering. Vi trodde att det skulle vara lättare att få tag i bloggare än ansvariga utgivare men det visade sig vara tvärtom. Detta kan ha berott på att de ansvariga utgivarna känner mer ansvar än bloggare att hjälpa studenter inom deras område. Hur vårt urval och vår kontakt med respondenterna såg ut går vi in på mer under kapitlet urval.

När vi mailat iväg till personer vi bedömt som relevanta för vår studie läste vi in oss ännu mer på området, på gott och ont finns det en hanterbar mängd litteratur inom området. Om just problematik med bloggar, kunde vi hitta mest om i uppsatser skrivna under de senaste åren. Med hjälp av metodpraktikan och kursanteckningar satte vi sedan ihop våra intervjuguider. Under två veckor intervjuade vi våra respondenter och transkriberade vårt material. Vi spelade in intervjuerna på en mobiltelefon och konverterade formatet på ljudfilen i dator. Det transkriberade materialet satte vi ihop till häften, ett för varje respondent. Vi skrev ut analyskeman i tabellform på datorn som vi använde för att föra in kortfattade versioner av vad respondenterna ansåg under de olika teman vi ställt upp i tabellen. Först fick vi göra färgmarkeringar med överstrykningspennor för att vi tydligt skulle se vad i intervjun som berörde vad. När våra tabeller var fulla var det lätt att få en överblick över hur saker förhöll sig. Någon gång då och då fick man gå tillbaka och titta i intervjun för att se att man inte hade avläst fel. Därefter skrev vi ihop våra resultat. Vi ville skriva resultat för sig och analys för sig för att vara så tydliga som möjligt både för läsarens och för vår skull.

7. Resultat

7.1 Resultat av intervjuer med ansvariga utgivare

Intervjuade ansvariga utgivare

Lars Mohlin, ställföreträdande ansvarig utgivare på Kvällsposten

Lennart Håkansson, ansvarig utgivare på Norrländska Socialdemokraten (NSD)

Martin Jönsson ställföreträdande ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet (SvD)

Kenth Andreasson, ansvarig utgivare på Göteborgs-Posten (GP)

Vilka normer gäller bland ansvariga utgivare när man överväger att publicera namn?

Vi talade i kapitlet om namnpublicering, om att det finns två dimensioner då man diskuterar namnpublicering. Dels är det vilken slags person som är inblandad och dels vilken slags händelse det är. Vi försökte även ta reda på var gränsen går mellan privat och offentligt, då det gäller offentliga personer. Här tyckte respondenterna att det berodde på vem det rörde sig om.

- *Ja den går ju vid regel vid dörren till hemmet, offentliga människor som rör sig i det allmänna rummet får finna sig i att media skärskådar dem på ett kritiskt granskande sätt, däremot så måste även offentliga personer har rätt till ett privatliv, sen kan det ju vara så att den offentliga rollen ibland går ihop med ditt privatliv som om du är justitieminister i Sverige och har misshandlat din fru så skrivs det ju naturligtvis om det men huvudregeln är att hemmet är en fredad zon – Kenth Andreasson, GP*

Kenth Andreasson tycker alltså att det är svårt att dra gränser eftersom att regler har undantag, det mest privata, som förhållandet till frun kan bli av allmänt intresse om det innefattar brottsliga handlingar. Martin Jönsson diskuterade Göran Persson som sagt att han alltid var statsminister och alltid i tjänst, men som ändå pekade på den privata sfären då medierna rapporterade om hans träffar med Anitra eller om provsmakning i godisaffären.

- *Jag tycker det är oerhört svårt att definiera var den privata och offentliga sfären möter varandra, var de berör varandra när det gäller så offentliga personer som stadsministern. Där menar jag att allt en stadsminister gör är offentligt och det går inte att hävda att de har en privat sfär. – Martin Jönsson, SvD*

Kenth Andreasson och Martin Jönsson menade att politiker var förtroendevalda och därmed har ett ansvar att leva upp till. Detta ansvar innefattar även att vara pålitlig i det privata livet. I fall som rör denna sorts offentligheter, anser de alltså att det är berättigat att publicera deras namn. Lennart Håkansson pekade åt samma håll:

- *– De som har stort inflytande, antingen i form av ren formell makt eller makt att påverka. – Lennart Håkansson, NSD*

Lennart Håkansson, som är rikskänd i branschen för sin starka tro på att namnpublicera, tyckte att även idrottsstjärnor och popidoler befinner sig i en position där de får finna sig i att bli omskrivna om de har gjort något. Lennart Håkansson tyckte att ett starkt argument för att namnpublicera är för att undvika att oskyldiga misstänks. Han kommer in på det genom att han talar om att de ibland varit för restriktiva med namn:

- *Ja därför då kommer det upp en situation då oskyldiga blir misstänkta, då det är personer ovanför en viss nivå så är det inte många att välja på. Nyhetsvärdet ligger i att det är en chef eller representant och skriver man inte vem det är så är det inte många det faller på, och skriver man inte att det är en sådan så har det ju inget nyhetsvärde så då skriver man inte alls.* – Lennart Håkansson, NSD

Lennart var den ende som nämnde att publiceringen av namn är viktigt för nyhetsvärdet. Då vi talade om offentligheter med respondenterna så tyckte flertalet att politiker i första hand var de som skulle tåla att bli omskrivna men därefter nämndes också företagsledarna för större företag. Sådär uttryckte Kenth Andreasson det:

- *Sen finns det ju nästa kategori, folk som vänder sig till allmänheten och ber om deras förtroende och då talar jag om företagare, näringslivet, de som vill att vi ska köpa deras bilar och bullar och så vidare, när de missbrukar förtroendet så är det klart, då riskerar de att hamna med namn och bild i tidningen.* – Kenth Andreasson, GP

Lars Mohlin såg på namnpublicering ur en lite annan vinkel, han menade nämligen att utgångspunkten var att ha namn och bild när man skriver något om någon, sedan fanns det undantag som de pressetiska reglerna reglerar. Han ansåg dock att det som det skrevs om skulle ha koppling till personens professionella verksamhet. Anledningen till att vi intervjuade Lars Mohlin var för ju att få en representant för en kvällstidning för att kunna jämföra förhållningssätt med de ansvariga utgivarna som representerade morgontidningar. När vi kom in på det så överraskade Lars Mohlin oss en aning:

- *Vi tänker nog likadant tror jag, det finns väl en praxis, mitt intryck är att en del svenska morgontidningar kanske har försökt flytta fram positionen under senare år med namn och bildpublicering, det är väl inte direkt kvällspress som legat i frontlinjen där.* – Lars Mohlin, Kvällsposten

Vi frågade dem också om den andra dimensionen av namnpublicering nämligen den eventuella händelsen. Detta var en svår fråga då den har att göra med vem det handlar om. Lars Mohlin gav intrycket av att vara mest restriktiv:

- *Om det är förklenande uppgifter om en person eller om det handlar om brottslig verksamhet så påverkar det alltid beslutet om det är kopplat till en persons professionella verksamhet.* – Lars Mohlin, Kvällsposten

Han exemplifierade det med en idrottsstjärna som hållit föredrag om droger och antivåldverksamhet och sedan grips för narkotikabrott, då menade han att det blev mer relevant att publicera namn.

För att få en bild av var de olika utgivarnas gränser gick och vad för slags principer som leder dem i arbetet så tyckte vi att det var relevant att fråga dem om de själva tyckte att de hade gått över gränsen, vad det gäller namnpublicering av offentliga personer, någon gång. De tillfrågade hade alla saker de tyckte att de kunde ha gjort annorlunda, men i Lennart

Håkansson's fall handlade det inte om att ha avlossat ett skott för tidigt utan snarare för sent som vi såg i citatet tidigare. Kenth Andreasson berättade om ett fall med en idrottare, där han nu i efterhand tyckte att de gjorde fel i att identifiera personen i fråga:

- *Det fanns liksom inget allmänintresse, det fanns bara ett nyfikenhetsintresse, så där har vi väl gjort fel, sen finns det ju andra fall där vi kunde ha vilat på hanen lite mer, man måste hela tiden tänka sig för så att man inte hamnar i något drev.*
– Kenth Andreasson, GP

Martin Jönsson berättade att Svenska Dagbladet av tradition är försiktiga när det kom till namnpublicering, men menade att det skett misstag, både genom för mycket detaljer och felaktiga detaljer. Just felaktiga detaljer var det som gjorde de anhöriga mest upprörda menade han. Även Lars Mohlin talade om redaktionella misstag:

- *De fallen som retar en mest är när vi bestämmer oss för att inte berätta vem personen är, det kan finnas starka skäl i sammanhanget, som minderåriga barn eller liknande, att avstå namn och bildpublicering men så petas det ändå in detaljer i texten eller man använder en bild som gör att personen indirekt pekas ut, det är ju små redaktionella haverier, det är inte kul sånt där, det är slarvigt och dåligt.*
– Lars Mohlin, Kvällsposten

Har bloggarna påverkat, de ansvariga utgivarna på tidningars sätt, att arbeta med namnpublicering?

Alla respondenternas spontana svar var att bloggarna inte påverkade dem i sina beslut vad det gällde namnpublicering, den gemensamma principen var att ta självständiga beslut men Kenth Andreasson menade att de kanske ändå indirekt kunde påverka om något uppmärksammades mycket i bloggar:

- *Jag kommer inte ihåg exakt vad det handlade om men det var någon politiker i Stockholm, som bloggare plockade fram och avslöjade oegentligheter om, och så tog någon av kvällstidningarna upp det och då var historien sådan att vi tyckte det var intressant och skriva om och också relevant att publicera namnet på politikern.*
– Kenth Andreasson, GP

Lennart Håkansson menade att de inte påverkas av bloggarna men att de ändå ibland kan ge tips, han stack inte heller under stol med att han skulle peka på bloggarna, vid eventuell PO-anmälan, och hävda att publicitetsskadan inte är lika stor då informationen redan fanns på Internet:

- *Publicitetsskadan kan ju inte bedömas som lika stor, om förhållandena och personen redan är känd på nätet och i andra forum, så det påverkar inte vårt publiceringsbeslut, däremot min argumentation vid eventuella PO-anmälningar eftersom det är fler andra medier och Internet och bloggar som har belyst förhållandet, desto mindre blir publicitetsskadan av mitt medium.*
– Lennart Håkansson, NSD

Alla utom Lennart Håkansson var eniga om att de nu är tvungna att fatta snabbare beslut eftersom rykten färdas snabbare idag, Här svarar Martin Jönsson på frågan:

- *Ja, absolut, det är stor skillnad mot några år sedan, och där är det också att det dykt upp helt nya medier. You Tube t.ex. Mikroblogger, det är så mycket högre tempo, du ställs inför nya typer av dilemman hela tiden.* – Martin Jönsson, SvD

De tre jämförde med hur det såg ut förr då de kunde grunna på beslutet fram till morgondagens tidnings deadline. Idag rings ansvarig utgivare upp i tid och otid för att de ska fatta beslut. Men de ville klargöra att de inte för den sakens skull tog mer lättvindigt på övervägandet.

- *Och så ska det ju fattas på samma grunder och med samma protester*
– Lars Mohlin, Kvällsposten

Med protester så syftar han på att det ibland protesteras när ansvarig utgivare låter något publiceras. Kenth Andreasson svarade skämtsamt, men inte utan innebörd:

- *Nej det är klart, man har ju inte samma tid på sig att fundera men då får man ju öka sin begåvning.* – Kenth Andreasson, GP

Martin Jönsson menade att enda sättet att hantera det på var att ha klarare riktlinjer för vad som gäller så att de anställda vet vad de ska göra när de stöter på olika fall. Lennart Håkansson ansåg inte att de tvingas fatta snabbare beslut, de är redan snabba. Det är i så fall snarare NSD som stressar andra tidningar i namnpubliceringsfall.

Alla utgivarna använder sig av bloggar i sitt arbete, Kenth Andreasson sade att tidningen ibland använder sig av bloggar då de rapporterar ifrån evenemang, han läser också bloggar som han tycker är viktiga inom sitt område. Martin Jönsson använder bloggar som ett medieverktyg och till kunskapshämtning:

- *Sen så använder vi bloggarna till kunskapshämtning helt enkelt, väldigt många bloggare är idag professionella ämnesbloggare, i USA så är merparten av alla bloggar av expertkaraktär, att man bloggar om något man kan, så kallade dagboksbloggar med "dagens outfit" är i minoritet.* – Martin Jönsson, SvD

Lars Mohlin använder det ibland som informationskälla, han ansåg också att det är naturligt, som journalist, att hålla sig ajour med bra bloggar. Lennart Håkansson tyckte inte att de använder sig av bloggar som en direkt informationskälla men kanske som en indirekt informationskälla.

Då vi frågade utgivarna om de tyckte att bloggare borde ta samma journalistiska ansvar som tidningarna så svarade majoriteten nej. Bara Lars Mohlin tyckte det och ansåg att de i regel gjorde de också men då syftade han på de bloggar som han regelbundet läser och som var knutna till journalistisk verksamhet. Kenth Andreasson menade att det nog finns en poäng i att de är friare. Martin Jönsson uttryckte det såhär:

- *När man bloggar fritt utan att lyda under en site, då lever man under exakt samma regler som om man ställer sig upp och pratar på ett torg eller pratar om något på spårvagnen.* – Martin Jönsson, SvD

Lennart Håkansson beskrev det som en publiceringsform där man kan ta ut svängarna lite och tillade:

- *De ska nog hålla sig till de viktigaste principerna i Tryckfrihetsförordningen men däremot behöver de inte hålla sig till Pressens etiska regler, utan de kan ju lägga sig lite på gränsen till det lagliga, eller olagliga.* – Lennart Håkansson, NSD

Vi talade med utgivarna om ifall de anser att bloggare besitter någon makt och det menade de alla att de gör i någon form. Kenth Andreasson, Martin Jönsson och Lars Mohlin talade om att bloggare har indirekt makt genom att de kan påverka tidningars agenda, dvs. att de kan uppmärksamma ett ämne så pass att tidningarna genom det börjar skriva om det. Kent menade att deras makt därför var indirekt:

- *Ja dom har ju det på ett indirekt sätt, hade inte medierna funnits, då vore de utan makt men genom att de nu påverkar medierna så har de makt.* – Kenth Andreasson, GP

Kenth Andreasson menar alltså att bloggen i en värld utan medier inte har makt utan att den är beroende av andra medier som kanaler för dess makt.

Ett exempel flertalet kom in på, för att tydliggöra på vilket sätt bloggarna har makt, var FRA-debatten, då den så kallade bloggbevningen ägde rum. Martin Jönsson refererade också till fall i USA:

- *Om man tittar på USA, som har en mycket längre och starkare bloggtradition än Sverige, där finns det bloggare som vunnit Pulitzerpris, det finns bloggar som avsatt ministrar och avslöjat företagsskandaler, även i Sverige har vi bloggare som varit först med nyheter som lett till att ministrar fått avgå, som i Boreliusaffären t.ex.*
– Martin Jönsson, SvD

Även Lennart Håkansson drog en referens till utlandet:

- *I Egypten t.ex. finns det ju bloggare som faktiskt lyckats utmana stadsmakterna genom att de ju inte går att förbjuda, de har ju inga tryckpressar som kan sprängas eller distributionsvägar som kan hindras.* – Lennart Håkansson, NSD

Både Martin Jönsson och Lennart Håkansson visar här på att bloggar fungerar som mer än debattforum och dagböcker.

7.2 Resultat av intervjuer med bloggare

Intervjuade bloggare

Andreas Barås, humorbloggare - www.20initiativet.se

Egoina, dagbok-/humorbloggare - www.egoinas.se

Helle Klein, politisk bloggare - <http://blogg.aftonbladet.se/3>

Sanna Bråding, dagboksbloggare - www.metrobloggen.se/sannabradning

Viggo Cavling, mediebloggare - www.resume.se/asikter/viggos_dagbok2

Finns det normer i bloggösfären kring, i vilka fall man väljer att publicera namn, och när man väljer att inte göra det?

Det finns hos de flesta bloggare vi intervjuat, ett tydligt avståndstagande ifrån att hänga ut privatpersoner på sin blogg.

- *”Jag tycker det är orättvist att hänga ut en människa som inte kan försvara sig. Om vi skulle hänga ut någon, så är det någon som vi känner, och på ett skämtsamt sätt. Eller så kan vi göra som igår då Henrik gjorde ett inlägg om Filip Hammar för att han beundrar honom. Det var ett hyllningsinlägg till honom.”* – Andreas Barås

Senare i intervjun påminde vi honom om ett inlägg på deras blogg där de sågade Magnus Betnér längs fotknölna. Detta hade han inte i åtanke när han sade det ovanstående och menade angående Magnus Betnér att det var någon av de andra som skrivit det och att det var lite väl angripande för hans smak.

Många håller sig helt ifrån att prata om människor de inte känner med undantag för hyllningar och smicker. Egoina har uteslutit människor hon inte känner nästan helt på grund av den etiska aspekten. Sanna Bråding skriver inget om människor hon inte känner, främst av orsaken att hennes blogg enbart är fokuserad på hennes egna liv men då hon inte ser det som hennes uppgift att hänga ut och döma andra. Hon säger dock att hon kan på samma sätt som Andreas Barås, kan hylla människor hon gillar. Viggo Cavling påpekar dock att människor överlag gillar att bli omnämnda i bloggar och se sitt namn i olika sammanhang, med undantag för negativa sammanhang.

- *”Jag har aldrig tyckt om grejen med att använda media för att snacka skit om andra. Om jag tycker något om någon så vill jag säga det till den personen.”* – Sanna Bråding

Just ”skitsnacket” tas det avstånd ifrån men ett flertal menar på att människor får ta kritik i sin professionella roll. Viggo Cavling menar att det inte är synd om människor som får extremt bra betalt för att framträda offentligt och som sedan får kritik för sitt jobb. Som bloggare har man rätten att kritisera människor som agerar i egenskap av sitt yrke. Förtroendevalda och människor med makt får ta hårdare kritik menar man på. Även personer som agerar förebild för t.ex. unga människor har man rätt att kritisera när de inte lever som de lär eller går med dåligt föredöme för den grupp som de har inflytande på.

- *”Om de tar betalt, gör ett jobb på scen och gör det dåligt. Då får man en befogenhet att skriva om det”* – Viggo Cavling

Ungefär som flera av de andra respondenterna tidigare talat om, menar Viggo Cavling här att det med förtroendet man tilldelas, följer ansvar att leverera och gör man inte det får man stå för det. De ansvariga utgivarna talade om det på en högre politisk nivå.

Man kan se en tydlig trend i att de som skriver utifrån sig själva och fokuserar sin blogg på enbart sitt eget liv också har en väldigt kritisk inställning till att nämna offentliga personer vid namn. De som däremot publicerar namn ibland och använder bloggen som forum för sin egen röst i olika samhällsdebatter osv. tycker i större utsträckning att det finns fall där man får skriva om offentliga personer. Det är mer okej att skriva om kända personer än om privatpersoner, åtminstone när de agerar offentligt anser Viggo Cavling, Andreas Barås och Helle Klein.

- *"Att skriva om en offentlig person känns ju mer okej, men det är det ju inte egentligen..."* – Egoina

Detta som Egoina menar, att det inte borde göras skillnad på om man är offentlig eller inte säger emot vad många av respondenterna var eniga om. Övriga respondenter menar ju kort sagt att man får ta granskningen och skrivierna om man ställt sig i rampljuset.

Både Sanna Bråding och Egoina menar att samhällsklimatet har godkänt att medierna tar del av de offentliga personernas privata sfär och gör den till offentlig, även om de sätter sig emot påståendet att det egentligen skulle vara okej. Viggo Cavling, Andreas Barås och Helle Klein anser att beslutsfattare och politiker har större offentlig sfär då de förvaltar medborgarnas röster och pengar, därför har man rätten att veta om de lever osunt och på sätt som kan påverka deras arbete. Man menar också på att det är en oklar gräns för vem som är känd och vem som inte är det och därför är det svårt att sätta glasklara linjer för vad man får skriva om vem. Lögner och osanningar är något man upplever som problem i dessa sammanhang. Man tar även starkt avstånd ifrån att skriva om familj och barn.

- *"Carl Bildt.. Hans barn har ju inte valt att ha en pappa som är utrikesminister... Men om han dricker sig full och ankrar på gatan, med ett sånt ämbete och den lönen han har så förtjänar vi att veta att han inte riktigt kan hålla sig på mattan."* – Anderas, 20initiativet.se

Nästan alla är överens om att skvaller som sträcker sig utanför ramen för kritik av människor i sina professionella roller lockar läsare. Men man tror också att läsare tar det med en nypa salt och inte litar fullt ut på bloggare som skvallrar mycket. Man jämför det med verkliga livet där man heller inte litar på den som skvallrar och pratar skit. Man menar på att det trots allt är underhållning och att läsarna är med på detta.

- *"Jag utgår alltid ifrån de publicistiska regler jag följer i tidningen, så på det sättet så är det ingen skillnad"* – Helle Klein

Helle Klein menar att man måste ta modet att kritisera människor som politisk skribent men säger att kändisvärlden runt Stureplan etc. inte är relevant för hennes blogg och inget hon har intresse av att skriva om.

Det är väldigt blandat bland de intervjuade bloggarna huruvida de läser eller inte läser andra bloggar. Vissa läser många, andra inga alls. Viggo Cavling och Helle Klein som bloggar mer debattinriktat håller sig uppdaterade inom sina ämnen medan Sanna Bråding som bara bloggar om sitt liv inte läser några andra bloggar alls. Andreas Barås på 20initiativet berättar att hans kollegor inspireras mycket av Alex Schulman och Egoina erkänner att detta var hennes främsta inspirationskälla då hon började blogga. Viggo Cavling påstår dock att Alex Schulman fick mycket ifrån honom när han började skriva blogg.

Hur ser bloggarna på sitt ansvar då de publicerar namn eller överväger det?

Beträffande vad man väljer att publicera är alla intervjuade bloggare överens om att man själv måste ta ansvar för vad man publicerar. Man kan inte skylla på andra i fall av övertramp och publicera namn på någon bara för att andra bloggare gjort det. Andreas Barås på 20initiativet menar dock att om det publicerats i seriös dagspress så har man en annan befogenhet att skriva om det. Man måste vara källkritisk och försöka ha hela sanningen innan man skriver om det.

- *”Om man har journalistiska och opinionsbildande ambitioner tycker jag att man bör drivas av samma publicistiska etik som all annan journalistik.”*– Helle Klein

Det råder delade meningar kring om man bör ta samma journalistiska ansvar som tidningarna som bloggare. Argumenten talar både för och emot. I fall av namnpublicering anser man dock att bloggare borde ta det och inte hänga ut människor. Både Viggo Cavling och Sanna Bråding tycker att man bör se till bloggans läsarantal och vem det är som läser. Dock anser de båda att man skall tänka efter vad man skriver och ha en idé om vad man vill framföra för budskap. Andreas Barås menar på att hans blogg agerar som en humorsida och har rätt att skriva som de vill men även skyldigheten att tänka efter innan. Han ställer sig starkt emot någon form av censur men menar även att;

- *”Jag har inte samma kunskap, vilket gör hela grejen lite farlig eftersom en seriös journalist vet hur hans arbetssätt skall vara och hur han skall jobba. Han vet hur han skall ta reda på fakta och hur han skall uttrycka sig. Bloggare kan uttrycka sig väldigt plump då de inte har koll på framför allt lagar.”* – Andreas Barås

Både Andreas Barås och Viggo Cavling lyfter fram att bloggare generellt inte har samma kunskap och därför inte kan ta samma ansvar. Det är därför omöjligt att ställa samma krav på dem. De flesta tillfrågade tänker dock på ett eller annat sätt över konsekvenserna av vad de skriver, antingen har de ganska klara mallar i huvudet för vad de skriver eller så tänker de efter en extra gång innan de publicerar. Man menar dock att man måste våga stå för vad man skriver och inte låta sig hämmas av vad andra kommer att säga.

- *”Man måste ha det (tanke om konsekvenserna) när man har så många läsare (som jag har) på bloggen”*– Egoina

Egoina menar att hon tar större ansvar för vad hon skriver och konsekvenserna idag med det läsarantal hon har än då hon började. Sanna Bråding ser det dock som att det bara är hon själv som hängs ut och därför kan hon hela tiden utgå ifrån sig själv och vad hon är beredd att lämna ut.

- *”Jag vet vad jag vill skriva och hur mycket jag står för att lämna ut och att jag ändå lämnat ut så mycket så mycket. Eftersom jag skriver om mitt eget liv så känner jag att jag kan ta ansvar för det själv. Men om jag skulle börja skriva om andra så skulle jag vara livrädd.”*– Sanna Bråding

De flesta känner att de gått över gränsen någon gång men är väldigt förtegnade om när, konsekvensen har dock i dessa fall blivit att någon blivit ledsen och man fått be om ursäkt.

8. Analys

8.1 Analys av resultaten

Det var svårare än väntat att komma fram till några slags normer bland de ansvariga utgivarna. De pressetiska reglerna har ju på sätt och vis grundat en norm för den svenska journalistiken men inom dess ramar verkar det inte finnas någon klar mall att gå efter. Vår tanke var att kunna tolka våra respondenter utifrån den sociala ansvarsteorin och den konsekvensneutrala teorin⁴⁷ men det visade sig att de flesta befinner sig någonstans i gränslandet emellan dessa teorier. Lennart Håkansson är den ende vi skulle våga placera in i att tillhöra någon av teorierna, nämligen teorin om konsekvensneutralitet eftersom han var den som minst lät sig påverkas av eventuella konsekvenser i beslut om namnpublicering.

Då vi letade efter normer och gränser fann vi att det inte handlade om det utan om situationerna i sig. Det finns många olika faktorer att överväga då de överväger att publicera namn; vilken person det handlar om, allmänintresset, familj, eventuella konsekvenser, källor osv., och få fall är det andra likt. Modellen av en etisk beslutssituation; ”The Potter box”⁴⁸, hjälper oss att visa på vad de ansvariga utgivarna står inför i beslutssituationen. Åberopande av etiska konsekvenser och värderingar av konsekvenser sammanfattar vad utgivarna primärt övervägde. Både bloggare och ansvariga utgivare ansåg sig ta självständiga beslut och ansåg inte att de påverkas av andra. Ingen av dem nämnde heller att någon slags lojalitet påverkade dem men om det likväl kan vara så låter vi vara osagt. Att situationen leder till beslut och utvecklande av policy stämmer in i på flera av respondenterna, t.ex. så menade Lennart Håkansson att NSD av tradition är snabba med att publicera namn medan Martin Jönsson berättade att SvD av tradition är försiktiga då det kommer till namn.

De ansvariga utgivarna och bloggarna var eniga om att de i första hand är de förtroendevalda som får räkna med att bli omskrivna vid med namn och det visade sig också att även denna offentlighets privata sfär⁴⁹, i flera fall ansågs vara av allmänhetens intresse. Detta är ju också just ett nyhetskriterium om man drar en parallell till Hvitfeldts sjätte punkt i hans lista över nyhetskriterier för personjournalistik, *avslöjande journalistik och kritik – kritiskt granskande av enskilda personers handlande*.⁵⁰ Flera respondenter nämnde att de ska omskrivas i fall då det har med deras profession att göra men de menade också att det var av allmänhetens intresse om personen i fråga brutit mot regler eller lagar i samhället. Vi menar att detta hänger ihop med att politiker personifieras allt mer, och att man vill kunna lita på dessa personer. Idag bör man helst vara helt fläckfri för att bli accepterad som politiker och media håller utkik efter eventuella lik i garderoben. För de ansvariga utgivarna var det självklart vilka personer som befann sig i den offentliga sfären, de syftade främst på personer i den offentliga sektorn. Bloggarna däremot hade svårt att definiera detta, de tänkte på hela skalan av offentligheter dvs. alla från dokusåpa-medverkande till statsministern.

I resultaten kunde vi se det lite motsägande i att de ansvariga utgivarna var snabba att svara att de inte påverkas av bloggarna i deras beslut att publicera namn, medan vissa av dem ändå menade att de påverkas indirekt, främst genom att föra fram ämnen, vilket sedan leder till att tidningarna intresserar sig för saken och kanske sedan beslutar sig för att publicera namn på

⁴⁷ Wigorts Yngvesson .s.32-46.

⁴⁸ Weibull & Börjesson, s.22.

⁴⁹ Weibull & Börjesson, s.207.

⁵⁰ Hvitfeldt .s.109.

personen det handlar om. De var alla också eniga om att bloggarna besitter makt. De flesta utgivarrespondenterna menade också att Internet har gjort att man har kortare tid på sig att ta beslut om bl.a. namnpublicering, ingen nämnde att det fattats felaktiga beslut på grund av denna förändring men man frågar sig ändå om inte dessa beslut påverkas det minsta av den förkortade betänketiden. Vi frågar oss hur tidningarna har tänkt hantera detta, är det hållbart eller arbetar dem för att systematisera och tydliggöra förhållningssätt om namnpublicering på tidningarna, Kenth Andreassons skämtsamma kommentar om att man får öka sin begåvning kan man tolka som att han inte riktigt såg någon lösning utan att det var ett litet dilemma. Alla av de tillfrågade utgivarna använder bloggar i arbetet med tidningen och alla läser de några slags bloggar. Deras ordval för deras användning av bloggar skiljer sig dock vilket vi tycker är lite intressant, och då syftar vi på orden de väljer då det kommer till att använda information i bloggar. Lars Mohlin menar att de kan användas som informationskälla, Lennart Håkansson säger att de inte används som källor utan att de bara kollar vad bloggarna har för information och den oftast bekräftar deras egen. Martin Jönsson menar att bloggarna kan användas som medieverktyg och för kunskapshämtning. Vi tror att dessa skilda förhållningssätt beror på vilken slags blogg det handlar om. Vi anar att Martin Jönsson tänkte på stora seriösa bloggar eftersom han i intervjun talade om bloggar som vunnit Pulitzerpris i USA, medan Lars Mohlin talade om att de i Carolinefallet⁵¹ hade följt Flashbacks rapportering. Då är det förståeligt att vissa kan erkänna att de hämtar kunskap eller information ifrån bloggar medan andra vill hålla det ifrån sig.

Något som överraskade oss var att de ansvariga utgivarna inte ansåg att bloggarna borde ta samma journalistiska ansvar som tidningarna, medan flera bloggare ansåg att de skulle det. Vi tolkar det som att de ansvariga utgivarna med sin ståndpunkt markerar distans till bloggarna medan bloggarna eventuellt vill bygga broar till journalistiken och bli tagna på större allvar. Detta kunde vi också skymta då vi talade med bloggarna om namnpublicering och skvaller, då hade de allihop förhållandevis präktiga svar. Andreas Barås som är en av tre bloggare på sidan 20initiativet menade på att han var den av de tre bloggarna som var mest försiktig, de exempel jag tog upp hänvisade han till de andra två. Han var också den som tog upp att bloggaren inte är lika kunnig som journalisten och därför riskerar att göra fler misstag, men han verkade då inte riktigt tala om sig själv. Det var svårt att få ett ordentligt grepp om de av bloggarna som inte hade journalistisk anknytning. Viggo Cavling och Helle Klein var säkrare på vad de står för och på hur de förhåller sig till ämnena. Flera av respondenterna var förtegnade då det gällde tillfällena då de kände att de gått över gränsen i fall av namnpublicering. Men var alla ärliga med att det skett (utom Lennart Håkansson som menade att det inte skett i fall som rör offentliga personer). Vid ett par tillfällen hade vi som intervjuare exempel på tillfällena då respondenterna gått över gränsen i åtanke, som först inte nämndes, som i exemplet med Andreas Barås på 20initiativet men också bland de ansvariga utgivarna. Man kan i dessa situationer fråga sig om de ärligt glömt av eller om de försöker lägga locket på de missar som gjorts.

Många bloggare pratade om sina egna känslor inför att hänga ut personer och inte så mycket om principer, regler eller lagar. Vi tror att det beror på att de inte är särskilt insatta i exakt vilka regler som gäller och heller inte behöver ta beslut om att publicera namn varje dag. Sanna Bråding och Egoina pratade mycket om hur de tog avstånd ifrån all form av känslig namnpublicering just för att de inte gillade fenomenet. Man kan här dra paralleller till den sociala ansvarsteorin. Även Helle Klein såg det som sin uppgift att föra debatt då hennes blogg är politiskt inriktad, ett tydligt ansvarstagande. Det var överhuvudtaget inte många som reflekterade över lagar utan nästan alla svar och funderingar baserades på egen moral. Man

⁵¹ Höök, Arne *Hela Gällivare vill lösa gåtan – Jakten på mördaren engagerar staden* (Aftonbladet 7 November 2008) s.9.

kan därför tydligt se att vi nått bloggaren som person i våra intervjuer snarare än dess kunskap om regelverk vilket däremot de ansvariga utgivarna var snabba att påvisa.

De olika bloggarna såg sina bloggar på väldigt olika sätt, Sanna Bråding hade en dagbok medan Helle Klein debatterade. Andreas Barås såg sin blogg som ett konstverk han ställde ut och delvis som underhållning. Man kan här se att det inte går att dra alla bloggar över en kam utan att de drivs av väldigt olika krafter. Dessa olika tankar och koncept som bloggarna drivs av skapar i sin tur en kontext där namnpublicering får olika befogenhet. En humorsida kan skämta om situationer men har ingen anledning att hänga ut en känd person i debattsyfte. En politisk blogg kan däremot i vissa situationer föra sin åsikt om ämnet med belägg. Det är därför svårt att bara se till situationen, personen och händelsen. Man måste även ta hänsyn till vem det är som bloggar och i vilket syfte.

Att de bloggare vi intervjuat håller sig ifrån att publicera namn eller att förtala andra människor ser vi som att de till en viss reflekterar grad över sitt ansvar som bloggare. Då vi i vår jakt på intervjupersoner heller inte hittat någon etablerad bloggare som gjort grövre övertramp på detta plan kan vi konstatera att det inte är ett stort fenomen bland stora bloggare. Om detta beror på att de mest lästa bloggarna inte berör den typen av ämnen eller om de faktiskt reflekterar aktivt kring det är omöjligt att generalisera utifrån. Det är svårt att veta om publiken läser bloggar om andra ämnen eller om de vällästa bloggarna bara valt att inte skriva om det.

8.2 Validitet och Reliabilitet

Eftersom vi valde respondenter från flera olika platser i landet så fick vi intervju dem över telefon. Kenth Andreasson och Martin Jönsson hade vi turen att få intervju personligen, vi märkte när vi transkriberade att längden på intervjuerna berodde på intervjusättet. Intervjuerna med Martin Jönsson och Kent var båda över en halvtimme långa medan intervjuerna över telefon var mellan tio och tjugo minuter långa. Det låter kanske inte som en avsevärd skillnad men det såg vi på det transkriberade materialet att det var. Öga mot öga fyller de i och drar upp exempel på ett annat sätt än över telefon. På telefon blir intervjuerna mer sakliga och vi fick inte riktigt samma djup i intervjun. Intervjuerna har vi, som vi nämnde i metoddelen, transkriberat så ordagrant vi har kunnat och i citaten har vi bara justerat för att få ett språkligt flyt om personen stakat sig eller sagt grammatiska fel. Innebörden eller huvudsakliga ordval har inte ändrats.

Då ingen av oss har någon större erfarenhet av intervjuer kan detta ha påverkat hur intervjuerna gått. I alla fall utom ett hade vi en avtalad tid med respondenterna vilket gjorde att de avsatt tid för våra frågor och förhoppningsvis därmed inte kände sig stressade. Trots att vi hade en bestämd tid med Helle Klein så blev hon avbruten innan intervjun var helt färdig, vi bad därför om att få maila de sista fyra frågorna och hon svarade på dem senare den kvällen. Att hon fick tid att tänka över och formulera sig i lugn och ro kan absolut ha gett dessa svar en annan karaktär än om det hade varit över telefon så det påverkar därmed undersökningens reliabilitet. En annan svaghet i insamlingen av vårt empiriska material som påverkar reliabiliteten är att vi i sista stund på vår sista intervjuvecka fick tag i Lars Mohlin som representant för en kvällstidning. Det var fredag eftermiddag och vi hade turen att få intervju honom direkt. Denna intervju blev kort och gav inte lika mycket som intervjuerna med de andra ansvariga utgivarna. Detta kan ha berott på honom som person men antagligen berodde det på att vi inte hade en avtalad tid, han hade inte laddat för en intervjustund och hade inte så utläggande svar på det vi frågade om.

Intervjuinnehållet kan också ha påverkat resultaten vi fått fram. Det är inte direkt känsligt som i t.ex. privat känsligt, utan snarare lite känsligt ur prestigesympunkt. Då man talar om namnpublicering med människor som publicerar så är det lite som att peka på dem även om man försöker att undvika den känslan. Det är lätt att de hamnar i någon slags försvarsställning och därmed vill rentvå sig. Kanske har det att göra med att de flesta hade fall i bagaget då de publicerat saker de ångrat. Det är svårt att sja om hur intervjuerna hade artat sig om vi hade talat med de ansvariga utgivarna på deras fritid, kanske hade ännu mer kommit fram om de inte var på plats på deras tidningar. Intervjuerna med bloggarna påverkades inte av några arbetsplatser men möjligen hade intervjuerna blivit lite mer djuplodande om vi, som vi nämnde tidigare hade träffat dem ansikte mot ansikte så att de kunnat få förtroende för oss och inte känt press att uttala sig korrekt. De ansvariga utgivarna har en mer väldefinierad ställning och har mer erfarenhet av att försvara sina val och redogöra för sin tidnings ställning. Några av bloggarna hade antagligen aldrig intervjuats om sitt bloggande tidigare och tänkte nog igenom vissa ämnen för första gången under vår intervjustund. Det är svårare att vänta in respondenter under intervjuer över telefon än öga mot öga då man lugnt kan titta ner i sina papper. Under ett telefonsamtal ska man på något vis hela tiden bekräfta att kommunikationen fungerar.

Att vi inte fick fram några entydiga normer i bloggösfären vad det gäller namnpublicering kan bero på att vi hade med olika sorters bloggare, hade vi haft en mer homogen grupp hade det kanske gett mer resultat.

9. Slutdiskussion

9.1 Diskussion kring arbetet

Vi ville skriva vår uppsats om någonting aktuellt och nytt vilket förde oss in på bloggar. Även om bloggen inte är dagsfärsk så är den relativt ny på kartan och det gjorde den intressant som ämne i våra ögon. Dagspresskollegiet gav oss ganska fria händer i ämnet vilket gav oss svår beslutsångest, vi tog därför ganska lång tid på oss att specificera vad vi ville fokusera på. Efter att brainstormat och pratat med ett antal personer så fick vi tipset om att undersöka hur brottsfall hanteras på Internet. I samma veva så var fallet Papa Dee⁵² högaktuellt i media och omtalades länge som den ”42-årige artisten” i tidningar även om många redan via Internet fått reda på vem han var. Vår första tanke var att undersöka hur tidiga bloggare var med att publicera namn på gärningsmännen i brottsfall men då vi kom fram till att de nästan alltid gick att hitta samma dag som tidningarna skrivit om det på Internet. Detta gjorde att vi ville vinkla uppsatsen mer emot de bakomliggande skälen och tankarna som ligger till grund för att publicera känsliga uppgifter i fall som dessa.

Vårt stora dilemma var under en längre tid att få tag i bloggare att intervjua. Ansvariga utgivare har varit betydligt lättare att nå, kanske för att de generellt känner ett större ansvar gentemot hela branschen än vad bloggare gör. Detta gjorde att vi fick lägga en stor del av vår tid på att lokalisera de mest vällästa bloggarna inom de ämnesområden som vi valt att undersöka, något som vi inte planerat. Det var även svårt att nå vissa bloggare då de saknade mailadress och inte uppgav något namn, man fick därför försöka nå dem genom kommentarsfältet i deras blogg. Ingen av dessa bloggare svarade på vår förfrågan.

Målet med vår uppsats var att undersöka åsikterna och samspelet mellan ansvariga utgivare och bloggare vilket vi anser att vi till viss del har uppnått även om det inte går att generalisera ifrån vår såpass småskaliga undersökning. Hade vi istället intervjuat nio bloggare eller ansvariga utgivare om ämnet så hade vi nog fått en större generaliserbarhet men mindre djup och färre vinklar i vårt resultat. Vi är därför nöjda med att ha behandlat båda sidor av problemet.

En svaghet i urvalet av bloggare var att vi inte fick tag på de vi främst ville intervjua. Det hade varit intressant att intervjua någon som publicerat namn på en i tidningarna anonym person och få den personens åsikter. Problemet var att hitta en blogg som var såpass välläst att den spelade roll och som dessutom ställde upp på intervju.

Vi hade hoppats på ännu en representant för en kvällstidning. Helst ville vi tala med Jan Helin (ansvarig utgivare för Aftonbladet och högaktuell i flertalet debatter kring ämnet) eller Otto Sjöberg (var ansvarig utgivare för Expressen under intervjuveckorna men ersattes senare av Per-Anders Broberg). Dessa två var dessvärre inte möjliga att få kontakt med.

Att vi inte bara fått tag i ansvariga utgivare som står för det yttersta ansvaret anser vi inte påverkar vår undersökning så de ställföreträdande dras in i flertalet av de svåra fallen. Vi tror därför att de ställföreträdande ansvariga utgivarna har ungefär samma inblick i beslutsfattandet och att erfarenhet hos den intervjuade talar mer än den formella positionen på tidningen.

⁵² Linné, Peter *Papa Dee dömd för misshandel* (Göteborgs-Posten, 21 Oktober 2008) del 1 s.10.

Bland bloggare såg vi klarare skillnader mellan de intervjuade än hos de ansvariga utgivarna. Förmodligen för att man som ansvarig utgivare har en position inom ett yrke och grundar sina beslut efter samma regler. Bloggare fattar sina beslut som enskilda individer och i viss mån som privatpersoner, därför finns inte samma press på att följa yrkesregler eller vara korrekt efter en mall. En av de största upptäckterna för oss personligen var hur mångfaldig bloggarens värld var, en ganska uppenbar sak som dock blev väldigt påtaglig när man surfar runt bland bloggar och letar efter intervjupersoner. Det är därför som det kan vara svårt att presentera bloggare som en grupp och man skall nog se vårt resultat som ett axplock av de olika viljor och övertygelser som styr bloggares beslut i frågan. Vi kan helt klart se drag av journalistiska ideal hos de bloggare vi varit i kontakt med, alla är överens om att de själva har ett ansvar för vad de skriver då de når en större skara människor genom sin blogg. Att de själva är beredda att ta det ansvaret tyder på att de också tar sin blogg på allvar. De har varit lite knivigt i vår analys att jämföra bloggare med ansvariga utgivare just därför att de ansvariga utgivarna är en mer homogen grupp. Det har därför varit svårare att integrera de två grupperna med varandra än internt bland bloggare såväl som bland ansvariga utgivare.

En intressant iakttagelse var hur de ansvariga utgivarna aldrig talade om den kommersiella aspekten av bra nyheter. Då man talade med dem fick man nästan intrycket av att historier bara dök upp och aldrig jagades av journalisten. Det talades aldrig om intresset i att vara först med en nyhet och heller inte i spänningen som uppstår när läsaren bara kan spekulera i vem den anonyma personen är. Är fallet så att tidningar tjänar på att hålla en människa anonym i början för att skapa en följetång av artiklar och kontinuerligt locka läsaren att köpa tidningen så är det givetvis ingenting de skyltar med. Man dock också fråga sig om man istället tjänar på att vara först med namnet?

Någon sa under arbetets gång att bloggen är den nya hemsidan, och att man för några år sedan skulle ha en egen hemsida och det var där allt hände. Man debatterade om att man kunde publicera vad som helst på sin egna hemsida och vad det innebar. Idag är det få som har en egen personlig hemsida. Nu genomgår istället bloggen samma debatt och vem som helst kan skriva vad som helst på sin blogg. Det är omöjligt att säga om bloggandet kommer öka, fortsätta eller dö ut i framtiden. Oavsett vad som händer så kommer det alltid finnas vägar för människor att sprida information genom Internet, falsk eller sann, harmlös eller kränkande. Det är viktigt att förstå att bloggar liksom övriga medier bara är kanaler för kommunikation, det är sedan upp till sändaren att bestämma budskapet. Det går därför inte att se bloggarna som en homogen massa. Alla de vi intervjuat har olika uttrycksformer och resonerar som vanliga människor efter sunt förnuft, det är därför människan bakom bloggen som är problemet och inte bloggen i sig.

9.2 Förslag på fortsatt forskning

Det finns många olika fält att täcka vad det gäller forskning av bloggar. I detta sammanhang tycker vi att det hade varit intressant att kartlägga och även att intervjua personer, ansvariga för de siter som också publicerar namn men som inte är vad man definierar som bloggar. Då menar vi siter som Flashback, nyheter 24 men också de sidor som finns till bara för att hänga ut olika sorters brottslingar. Vad det gäller den professionella journalistiken och namnpublicering så hade det varit intressant om det gjordes en analys på hur de största tidningarna i landet behandlar en nyhet om en offentlig person, första gången de rapporterar om händelsen. Lämna kvällspressen ut mer information om den offentliga personen än morgontidningarna eller är det som Lars Mohlin sa, att kvällstidningarna inte längre är de som ligger i frontlinjen? En annan sak som dök upp under vår studie, närmare bestämt under ett

samtal med Martin Jönsson, var att vissa kända personer inte skrivs om då de bryter mot lagen. Exemplet vi diskuterade handlade om att det blev flera löpsedlar om Sanna Bråding när hon dömdes för narkotikabrott. Två rikskända manliga journalister har nyligen gripits varav en oss veterligen dömts för samma brott och inte omnämmts i media överhuvudtaget. Då de tre är ur ungefär samma generation och alla förekommer i populärkulturella sammanhang så börjar man undra om det förekommer någon slags lojalitet journalister emellan eller om det föreligger omständigheter vi inte känner till i fallen. Det hade varit väldigt intressant att få reda på hur journalister, som inte valt att rapportera om de två journalisterna, resonerat och utifrån detta undersöka om det finns fler liknande fall.

10. Referenser

Böcker

Börjesson, Britt 2007: *Namnpublicering - en fråga om offentligt och privat*. I Asp, Kent (red): *Den svenska journalistkåren*. (Kungälv 2007)

Esaiasson, Peter Gilljam, Mikael Oscarsson, Henrik Wägnerud, Lena. *Metodpraktikan, konsten att studera samhälle individ och marknad* (Vällingby 2007)

Hvitfelt, Håkan *Nyheterna och verkligheten, byggstenar till en teori*. Rapport (Göteborg 1989)

Nerone, John C (red) *Last Rights. Rg Four Theories of the press* I Wigorts Yngvesson, Susanne *Den moraliska journalisten* (Uppsala 2006)

Olsson, Anders R Karlsson, Michael Ilshammar, Lars *Journalistik, nätet och maktens ord* (Stockholm 2007)

Thompson, John B *Medierna och moderniteten*. (Uddevalla 2001)

Tremayne, Mark *Blogging, Citizenship, and the future of media* (New york 2007)

Våge, Lars Stattin, Erik Nygren, Gunnar *Bloggtider* (Stockholm 2005)

Weibull, Lennart & Börjesson, Britt *Publicistiska seder* (Falun 1995)

Wigorts Yngvesson, Susanne *Den moraliska journalisten* Uppsala universitet (Uppsala 2006)

Tidningsartiklar

Höök, Arne *Hela Gällivare vill lösa gåtan – Jakten på mördaren engagerar staden* (Aftonbladet 7 November 2008)

Linné, Peter *Papa Dee dömd för misshandel* (Göteborgs-Posten, 21 Oktober 2008)

Olsson, Tobias *Obduktionsbilder upprör Ask* (Svenska Dagbladet, 7 September 2008)

Paper

Bergström, Annika *The reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context*. In Westminster Papers of Communication and Culture, vol. 5, nr 2 (2008)

Internet

Datainspektionen *Publicering på Internet* (hämtad 081214)

<http://www.datainspektionen.se/lagar-och-regler/personuppgiftslagen/publicering-pa-internet/>

Radio- och TV-verket *Att publicera på Internet* (2004 hämtad 081116)

http://www.rtvv.se/_upload/Tillst%C3%A5nd/pdf/pubicerainternet.pdf

Svenska journalistförbundets webbplats, 2008: *Spelregler*. (hämtad 082011)

<http://www.sjf.se>

Twingly, *Bloggbävningen* (2008 hämtad 081014)

http://blog.twingly.com/wp-content/uploads/2008/09/twingly_fra_report_web.pdf

Winer, Dave *The History Of Weblogs* (2002 hämtad 081012)

<http://oldweblogscomblog.scripting.com/historyOfWeblogs>

Övrigt

Tryckfrihetsförordningen (1949:105) , Kapitel 7, 4 §