

JMG

Kandidatuppsats i journalistik

2020-01-09

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

“Ingen kommer ihåg vem som var först, men alla kommer ihåg vem som gjorde fel”

En intervjustudie med svenska kriminaljournalister och
ansvariga utgivare

Författare: Paula Llopis Martínez, Sanna Puoskari & Matilda Falk

Handledare: Marina Ghersetti

Kursansvarig: Mathias Färdigh & Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till samtliga intervjuade kriminaljournalister och ansvariga utgivare som tog sig tid att ställa upp på intervjuer. Vi vill även tacka vår handledare Marina Ghersetti som hjälpt oss genom hela processen.

Sanna Puoskari, Matilda Falk, Paula Llopis Martínez, januari 2020.

Abstract

Title: “No one remembers who was first, but everyone remembers who did wrong”
Authors: Paula Llopis Martínez, Sanna Puoskari & Matilda Falk
Level: Bachelor thesis in Journalism
Term: Autumn term 2019
Supervisor: Marina Ghersetti

Aim of thesis: The main purpose of this study is to investigate how Swedish publishers and journalists reporting on crime relate to and discuss media ethics in their daily work and how the digitalization has influenced their work. To fulfill this aim, four questions were constructed:

1. Does the digital media landscape create own ethical problems? How are these handled?
 - a) Regarding the methods of gathering material
 - b) Regarding the content and publication
2. What ethical problems signify the work of crime reporters?
 - a) Regarding the methods of gathering material
 - b) Regarding the content and publication
3. How do publishers discuss media ethics today?
4. What are the differences between different type of media regarding ethical problems and the methods of gathering material? (Morning paper, evening paper and public service)

Theoretical framework: Media ethics, digitalization, commercialization.

Method: Qualitative in-depth interviews with Swedish criminal journalists and publishers. 18 interviews were transcribed and analyzed.

Results: The results of this study show that the main ethical problem is whether or not to publish names. The respondents also indicate that the digitalization has simplified their work in many ways. However, they also emphasize how the increasing pressure in the industry can affect the quality of their work negatively. This is due to the high publishing rate that is now industry standard because of recent digitalization.

Key words: journalism, crime reporters, ethics of journalism, digitalization, qualitative in-depth interviews, investigative journalist.

Innehållsförteckning

Abstract	4
Innehållsförteckning	5
1 Inledning	9
2 Bakgrund	10
2.1 Etik, kriminaljournalistik och marknad	10
2.2 Startskottet för digitaliseringen av medierna	11
2.3 Definitioner	12
2.3.1 Kriminaljournalistik	12
2.3.2 Samtalsintervju	12
2.3.3 Sociala plattformar	12
2.3.4 Medborgarjournalistik	12
3 Teori och tidigare forskning	13
3.1 Kommersialisering	13
3.1.1 Historisk överblick	13
3.1.2 Journalistiken i marknaden och demokratins tjänst	14
3.1.3 Hur påverkas det journalistiska innehållet?	15
3.2 Digitalisering	15
3.2.1 Plattformar	15
3.2.2 Arbetssätt och rutiner	16
3.2.3 Arbetsuppgifter på redaktionen	17
3.2.4 Etik inom journalistyrket	17
3.2.5 Teorin om gatekeeping	18
3.2.6 Medborgarjournalistik	18

3.3 Problem som digitaliseringen har medfört gällande pressetik	19
4 Syfte och frågeställningar	21
4.1 Syfte	21
4.1.1 Inom- och utomvetenskaplig relevans	21
4.3 Frågeställningar	21
4.4 Nyckelord	21
5 Metod	21
5.1 Val av metod	22
5.2 Metoddiskussion	22
5.3 Hur vi har gått tillväga	23
6 Material och urval	25
6.1 Urval	25
6.1.1 Strategiskt urval	25
6.1.2 Snöbollsurval	26
6.2 Intervjumanual	26
6.3 Intervjupersoner	27
7 Validitet och reliabilitet	28
7.1 Validitet	28
7.2 Reliabilitet	28
8 Resultat och analys	30
8.1 Pressetik	30
8.1.1 Pressetiska dilemman	30
8.1.2 Röjande av källor	33
8.1.3 Noggrannhet och försiktighet	34

8.1.4 Analys	35
8.2 Digitalisering	37
8.2.1 En ökad publiceringstakt	37
8.2.2 Kvalité före klick	38
8.2.3 Sociala nätverkssajter	39
8.2.4 Publicering i papper och på nätet	40
8.2.5 Analys	41
8.3 Medier	42
8.3.1 Likheter och skillnader mellan olika medier	42
8.3.2 Analys	44
8.4 Analys ansvariga utgivare	44
9 Slutdiskussion	46
9.1 Slutsatser	46
9.1.1 Vilka etiska problem kännetecknar kriminaljournalisternas arbete? a) Gällande inhämtning av material?	46
b) Gällande innehåll och publicering?	46
9.1.2 Skapar det digitala medielandskapet egna etiska problem? Hur hanteras dessa? a) Gällande inhämtning av material?	46
9.1.3 Vilka skillnader finns det mellan olika medier gällande pressetik och arbetsätt? (Morgontidningar, kvällstidningar och public service)	47
9.1.4 Hur resonerar ansvariga utgivare kring pressetik idag?	47
9.2 Teoranknytning	47
9.2.1 Kommersialisering	48
9.2.2 Digitalisering	48
9.3 Reflektioner kring studien och framtida forskning	50
10 Källförteckning	52

10.1 Böcker	52
10.2 Studier	53
10.3 Hemsidor	53
Bilaga 1: Intervjumanual	55
Bilaga 2: Intervjupersoner	56

1 Inledning

Det svenska medielandskapet befinner sig i en intressant och händelserik utveckling. Hur påverkar internet och sociala medier det journalistiska arbetet? Eller hur påverkas det journalistiska innehållet när medierna blir mer ekonomiserade? Och hur resonerar journalister kring de pressetiska reglerna i ett snabbt och informationsrikt medielandskap?

Syftet med denna kandidatuppsats är att undersöka hur svenska kriminaljournalister och ansvariga utgivare resonerar kring och förhåller sig till pressetik i det digitaliserade mediasamhället.

För att genomföra vår undersökning har vi använt oss av kvalitativa intervjuer med utvalda kriminaljournalister och ansvariga utgivare. Dessa kommer att representera press samt radio och tv. Urvalet är strategiskt med journalistens yrkeserfarenhet och arbetsplats i fokus. Flera av dessa journalister representerar även mer än ett medium då de har jobbat på flera olika ställen.

Vår studie grundar sig i ett antagande om att journalister samt ansvariga utgivare upplever det svårare att navigera sig i dagens digitala medielandskap. Uppsatsen kommer som tidigare nämnt fokusera på pressetik. Anledningen till varför det empiriska materialet grundar sig på kriminaljournalister motiveras genom hela uppsatsen. Det starkaste argumentet för avgränsningen är bland annat att de första etiska principerna uppkom för att reglera dåtidens otyglade kriminaljournalistik (Funcke, 2016).

2 Bakgrund

I detta kapitel ges en bakgrund till kriminaljournalistik och etik, digitalisering och kommersialisering och förhållandet mellan dessa. Vi redogör för varför etik är viktigt för kriminaljournalistiken och bakgrund till etikens framväxt. Avslutningsvis presenteras några definitioner som använts i studien.

2.1 Etik, kriminaljournalistik och marknad

Funcke (2016) skriver att syftet med de pressetiska reglerna är att komplettera yttrandefriheten. Det var däremot inte därför de skapades från första början. Under 1800-talet fanns det så kallade notisjägare som sålde artiklar som innehöll känsliga detaljer om privatpersoner vilket skapade flera debatter om inskränkningarna. Publicistklubben, Svenska Journalistförbundet och Tidningsutgivareföreningen, som idag ligger till grund för de pressetiska reglerna, diskuterade hur man skulle få ett stopp på detta.

Journalistiken har alltid handlat om att publicera nyheter som är sanna och som representerar händelser som har hänt i samhället. Regler inom journalistiken uppstod först efter flera år av publiceringar. Människor i samhället skulle inte behöva utsättas för diskriminering, kränkning eller hängas ut i tidningarna. Den första publicitetsregeln formades i april år 1900 och det var inom kategorin brott och straff som man för första gången lyfte upp tankar om etiska regler. Det var främst hanteringen av namnpubliceringar som man då debatterade kring (Funcke, 2016).

I doktorsavhandlingen *Den moraliska journalisten* (2006) skriver Susanne Wigorts Yngvesson att de "Etiska reglerna för press, radio och tv" har omarbetats och prövats i flera omgångar och att en av anledningarna till detta är den ökade sensationsinriktade journalistiken. På 1960-talet tog pressen en annan vändning i och med att kvällstidningarna etablerades vilket bland annat ledde till en större mediekonkurrens i samhället. Under samma period utvecklades också kriminaljournalistiken genom att politiker och enskilda personer ifrågasatte journalisternas sätt att skriva på. De kritiserade framförallt artiklar som kränkte och förlöjligade makthavare och vanliga medborgare. Journalisternas publiceringsfrihet och införandet av en mer detaljerad lagstiftning omdebatterades i flera omgångar och slutade med att journalistkåren formade etiska regler samt tillsatte en Allmänhetens Pressombudsman (PO) 1974, som fick i uppgift att pröva publiceringar (Wigorts Yngvesson, 2006).

En annan medieforskare, Ester Pollack, diskuterar i sin studie *Medier och brott* (2001) hur gränserna mellan underhållning och information har suddats ut. Hon beskriver det som att brott och kriminalitet har blivit en central del av den nya genren inom journalistik, den så

kallade infotainment-genren. Den är sammanslagning av begreppen information och entertainment (underhållning).

En framstående forskare som Pollack (2001) nämner är Norman Fairclough. Han understryker också den starka kopplingen som bildats mellan kriminaljournalistiken och underhållningsindustrin. Medierna har tvingats anpassa sig till marknaden på grund av en hård konkurrens om publiken, som numera ses som konsumenter. Fairclough lägger också vikt vid att journalistiken som en typ av underhållning har kommit att bli viktigare än som ett informationsforum, även i nyhets- och samhällsprogram. Han beskriver att våld är ett framgångsrikt tema som lockar till sig en stor publik vilket har lett till att medier utnyttjar våldsrapporteringar för att nå ut till fler.

Pollack (2001) förklarar vidare om hur journalistikens och journalistens roll i samhället har förändrats under tre tidsperioder, 1955, 1975 och 1995. Under första perioden beskrivs journalistiken ha varit i nationens tjänst medan den under 70-talet agerade i demokratins och yttrandefrihetens tjänst. Den senare perioden handlade som tidigare nämnt om att journalistiken främst stod i marknadens tjänst, vilket även Fairclough förklarar. Pollack diskuterar även hur nyhetsförmedlingen har blivit en viktig pelare i samhället som dessutom tjänar mycket pengar och kännetecknas av en ekonomisk och teknisk konvergens (Pollack, 2001).

2.2 Startskottet för digitaliseringen av medierna

Digitaliseringens konsekvenser har blivit många, bland annat utvecklad teknik, förändrade journalistiska arbetssätt och tydligare interaktivitet mellan medierna och publiken. Medborgarjournalistiken har fått en tydligare roll i samhället och snabba nyheter är numera centralt för journalistiken. Däremot finns det en baksida till digitaliseringens positiva utveckling. I dagens samhälle, där människor vill veta allt och veta det snabbt, kan kvalitén brista (Karlsson & Strömbäck, 2015). Tillämpningen av de etiska principerna blir ett påtagligt problem i en digitaliserad värld och människors integritet kan försvagas och/eller förbises i och med det höga tempot (Schori, 2016).

Digitaliseringen har bidragit till ett förändrat produktions- och konsumtions förhållande där medieföretag idag har svårt att tillgodose befolkningens behov och intresse (Weibull, Wadbring & Ohlsson, 2018). Medieföretag har försvagats genom att nya produktionsmodeller, inflytande från marknadens aktörer och ökad konkurrens har ökat i takt med utveckling i samhället (SOU 2016:30).

2.3 Definitioner

I denna uppsats används vissa begrepp som i andra studier och böcker har olika betydelser. För att undvika missförstånd har vi valt att skriva ett avsnitt där vi definierar sådana begrepp.

2.3.1 Kriminaljournalistik

Vi använder oss av orden “kriminaljournalistik” och “brottsjournalistik” som synonymer. Begreppet definierar journalistik som behandlar ämnen som exempelvis brott, kriminalitet och rättsväsendet. Vi utgår delvis från Ester Pollacks definition: “Brottsjournalistiken kan sägas vara ett specialfall av journalistik med delvis egna traditioner vad gäller innehåll och form samt olika typologiseringar och stereotyper som verkar som igenkänningstecken för läsaren” (Pollack, 2001:200).

2.3.2 Samtalsintervju

Vi använder också “samtalsintervju” och “kvalitativ intervju” som synonymer. Vissa böcker använder sig av det ena och andra av det andra.

2.3.3 Sociala plattformar

Med ordet “plattform” menar vi främst sociala plattformar och forum. Dessa innefattar sociala medier som exempelvis Facebook, Twitter, Flashback med mera. Vi använder även “sociala nätverk” som en synonym.

2.3.4 Medborgarjournalistik

I denna studie används begreppet medborgarjournalistik för att beskriva människor som skriver på sociala medier och andra plattformar som exempelvis Flashback. På dessa plattformar finns det inget etiskt regelverk att förhålla sig till (SOU, 2016:30).

3 Teori och tidigare forskning

I följande kapitel kommer vi presentera aktuella teorier i vår studie samt tidigare forskning som är relevant för vår studie. I samband med teorierna kommer vi diskutera orsaker samt effekter på det svenska medielandskapet. För att avgränsa och motivera studiens syfte kommer vi även koppla teorierna till kriminaljournalistiken. Inledningsvis kommer vi diskutera kring teorin om kommersialisering. Därefter följer teorin om digitaliseringen och till sist problematiken kring pressetik i ett digitaliserat mediesamhälle.

3.1 Kommersialisering

Kommersialisering är ett vanligt förekommande begrepp i forskning om medielandskapets utveckling. Begreppet syftar till en strävan efter ekonomisk vinst men också affärsmässighet ("Kommersiell", 2019). Ingela Wadbring skriver i *I journalistikens kommersialisering - mera myt än sanning* (2012) att det finns flera begrepp som är ungefärliga synonymer till journalistikens kommersialisering. Några av dessa är, marknadsorienterad journalistik, publikorienterad journalistik, marknadsorientering och ekonomisering.

Vidare har Wadbring (2012) även gett exempel på vad som har orsakat journalistikens kommersialisering. Exempel på orsaker kan vara ökad konkurrens, marknadsdrivna överväganden i fråga om journalistik och annonsörer, maktförskjutning mellan publik och medier etc.

3.1.1 Historisk överblick

Ekonomi har ständigt haft en central roll i det svenska medielandskapet. Under 1920-talet genomgick svenska dagspressen en period av tidningsdöd och konkurrensen mellan tidningarna ökade. Annonser blev en viktig del i finansieringen och annonsörerna började sätta press på tidningarnas spridning till publiken (Weibull, Wadbring & Ohlsson, 2014).

När etermedierna etablerades under 1900-talet fanns det en återkommande och central fråga kring ägandeformen. Under slutet av 1980-talet avreglerades det svenska radio- och tv-monopolet (Weibull m.fl., 2018). Avregleringen av etermediernas monopol ledde till konkurrens mellan det svenska public service-monopolet och privata aktörer. Den ledde även till en mer globaliserad mediemarknad där den svenska publiken kunde ta del av omvärldens medieinnehåll (Weibull m.fl., 2014).

Ytterligare ett exempel som har kommit att påverka mediemarknadens kommersialisering är digitaliseringen. Under mitten av 1990-talet tog internets expansion fart och under tidigt 2000-tal hade över hälften av Sveriges befolkning en internetuppkoppling (Weibull m.fl.,

2018). Den snabba utvecklingen av internet och sociala sajter fick de traditionella medierna att bitvis skifta fokus från nyheter på papper till nyheter på webben. I *Nyheter i konkurrens - journalistikens kommersialisering?* (2005:7) skriver Jesper Strömbäck och Anna Maria Jönsson att 114 av Sveriges 165 dagstidningar publicerade nyheter på nätet år 2003. Resultatet enligt Strömbäck och Jönsson är ökad konkurrens om publikens uppmärksamhet.

“Det ökade utbudet av olika former av medier har emellertid inte följts av någon motsvarande ökning av den tid människor lägger ner på att konsumera medier. Det innebär att kampen om människors uppmärksamhet i stora drag utgör ett nollsummespel. Det någon vinner förlorar någon annan.” (Strömbäck & Jönsson, 2005:7)

3.1.2 Journalistiken i marknaden och demokratins tjänst

En av byggstenarna i en demokrati är yttrandefrihet. Jesper Strömbäck och Lars Nord (2004) skriver att det, i en demokrati, bör finnas en dubbelriktad informationsförmedling där både folkvalda politiker och medborgare får ta del av information. Informationen ska ligga till grund för debatt och diskussion. Detta ställer i sin tur krav på medierna. *“Genom att informera, granska och vara ett forum för debatt ska medierna sålunda bidra till en fungerande åsiktsbildning och i förlängningen en fungerande demokrati”* (Strömbäck & Nord, 2012:17).

Å ena sidan motiveras det journalistiska arbetet av demokratiska ideal. Å andra sidan drivs journalistiken av vinster på en ekonomisk marknad. Strömbäck och Jönsson (2005) introducerar en problematik mellan journalistikens demokratiska ideal och den marknadsorienterade journalistiken. I en förenklad figur presenterar författarna hur journalistiken arbetar utifrån de två perspektiven.

	Journalistik i demokratins tjänst	Journalistik i marknadens tjänst
Journalistikens syfte	Informera	Sälja
Journalistikens syn på människor	Medborgare	Konsumenter
Journalistikens moraliska uppdragsgivare	Medborgarna	Ägare och investerare
Journalistikens ansvar	Tillhandahålla sådan information som människor behöver	Tillhandahålla sådan information som människor efterfrågar

Problematiken handlar till viss del om det journalistiska innehållet. I demokratins tjänst ska journalistiken bidra med information och nyheter i linje med det demokratiska uppdraget. I marknads tjänst ska innehållet istället anpassas till vad publiken efterfrågar. Strömbäck och Jönsson (2005) diskuterar även att det är viktigt att ställa moraliska krav på medierna för att deras demokratiska syfte inte ska påverkas av en vinstorienterad marknad.

3.1.3 Hur påverkas det journalistiska innehållet?

En ökad konkurrens på publikmarknaden leder till en ökad konkurrens på annonsmarknaden. Strömbäck och Jönsson presenterar i en teori från medieekonomen James T. Hamilton. Teorin grundar sig i att mediernas utgångspunkt är publikens och annonsörernas intresse. Som utgångspunkt i teorin skriver författarna att marknadsdrivna medier enligt teorin bör:

“[...] a) analysera publikens sammansättning, intressen och självupplevda behov, b) utforma ett medieinnehåll som är så billigt som möjligt och som c) kan nå just de målgrupper som annonsörerna d) är villiga att betala för att nå.” (Strömbäck & Jönsson, 2005:13)

Utifrån Hamiltons teori så påverkas det journalistiska innehållet. Hamilton förklarar att det finns “hårda nyheter” som till exempel innefattar politik och samhällsligt viktigt innehåll som ställer krav på publikens intresse. Denna typ av innehåll får mindre plats i nyheterna samtidigt som “mjuka nyheter” tilldelas mer plats. Mjuka nyheter innefattar bland annat nyheter om brott, hälsa och kändisar (Hamilton, 2004). Hamiltons definition skiljer sig dock åt från den generella definitionen eftersom brott vanligtvis räknas som hårda nyheter (Deahl, 2019, 07 november)

Strömbäck och Jönsson (2005) lyfter ett flertal effekter på det journalistiska innehållet. Två av dessa punkter stärker Hamiltons teori om mjuka och hårda nyheter. Nyheter som handlar om politik minskar och nyheter om brott och kändisar ökar. Orsaken till detta är att publiken antas vara mer benägen att läsa dessa typer av nyheter. Ytterligare en förklaring är att de lättsamma nyheterna ställer få krav på människors kunskap och engagemang. Nyheter om brott lockar till läsning och baseras på en dramatik som går att reproducera i olika format. Nyheter om politik ställer ett högre krav på människors intresse och förståelse för ämnet (Strömbäck & Jönsson, 2005).

3.2 Digitalisering

3.2.1 Plattformer

Medieinnehållet domineras idag till stor del av stora privatägda plattformar, sociala plattformar och sociala forum som exempelvis Facebook, Twitter, Flashback (SOU 2016:30).

Innehållet marknadsförs sedan på dessa plattformar. Ordet plattform beskrivs i bakgrundskapitlet under rubriken definitioner.

Det som bekostar driften av de sociala plattformarna är att människor delar med sig av identitetsmarkörer och personuppgifter som möjliggör en riktad och personlig reklam. Dessa sociala nätverk fyller viktiga funktioner för medborgare i deras vardag och just därför kan de sociala nätverken utöka sin affärsverksamhet kontinuerligt. Nyhetsmedier har svårt för att konkurrera med de privatägda plattformarna och i sin tur även de sociala plattformarna. De försöker dels vara aktiva via sociala medier, men även på plattformar som större plattformsföretag äger och kontrollerar (SOU 2016:30).

Medieutbudet har ökat i takt med att nya plattformar har trätt fram och det innebär att medierna behöver arbeta med sitt eget varumärke för att kunna konkurrera på marknaden (Gunter, 2003). Digitaliseringen har även skapat fler arbetsuppgifter för journalister då alla förväntas att arbeta multimedialt och inom flera områden med nya kanaler (Weibull m.fl., 2014).

3.2.2 Arbetsätt och rutiner

Digitaliseringen har förändrat villkoren för journalister och skapat nya arbetsätt. Mediekonvergensen där gamla och nya medier har smält samman har även bidragit till fler möjligheter för läsarna att vara med och delta i skapandet av medieinnehållet (Weibull m.fl., 2018).

I Kellie Riordans studie *Accuracy, independence, and impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age* (2014) förklarar hon att digitaliseringen och den nya tekniken har bidragit till att fler journalister måste utgå från sitt professionella omdöme istället för att bara rapportera nyheterna. I flera fall använder man sig av olika berättelser från sociala medier och då måste man som journalist göra källhänvisningar, samt analyser av innehållet (Riordan, 2014).

I Susanne Wigorts Yngvessons doktorsavhandling *Den moraliska journalisten* (2006) förklarar hon teorin konsekvensneutralitet och menar att det skapar svårigheter för journalister. Att vara konsekvensneutral innebär att man publicerar något utan att ta hänsyn till konsekvenserna som medföljer. Det innebär att allt som är sant och relevant för medborgare i ett demokratiskt samhälle ska publiceras. Problematiken med en konsekvensneutralitet är att det måste finnas en sanning och en objektivitet i berättandet samtidigt som journalister måste göra ett urval av fakta och bedöma vad som är sant. Den fakta som väljs ut, de intervjupersoner som tas med och den vinklingen som görs grundas någonstans i journalistens urval. I ett mer digitaliserat medielandskap kan denna teori bli svår att utgå ifrån då det är svårt att skilja på vad som är sant eller inte, med tanke på allt som

skrivs på sociala medier. I takt med digitaliseringen, snabba nyheter, kommersialiseringen och den tuffa marknaden kan redaktioner ha börjat tänka annorlunda kring detta. Ibland kanske man förbiser de etiska reglerna som främst handlar om att ha hänsyn till enskilda personers privatliv för att publicera information som redan finns ute på sociala medier (Wigorts Yngvessons, 2006).

3.2.3 Arbetsuppgifter på redaktionen

På en redaktion finns det flera olika journalister, allt från research-journalister till ansvariga utgivare. Alla roller har sina egna arbetsuppgifter och skiljer sig åt, både i arbetssätt och ansvar. I Sverige finns det ett så kallat ensamansvar som innebär att en person, den ansvarige utgivaren, har hela ansvaret för allt som publiceras i en tidning eller etermedium (Häger, 2018). Enligt Myndigheten för press, radio och tv definieras den ansvarige utgivaren som följande:

“Utgivaren är juridiskt ansvarig om yttrandefrihetsbrott begås, till exempel hets mot folkgrupp, förtal eller förolämpning. Utgivaren ska ha rätt att bestämma över innehållet så att inget sänds eller publiceras mot hans eller hennes vilja. Den som ska fungera som utgivare ska alltså ha en praktisk möjlighet att granska det som ska sändas eller publiceras. Även om utgivaren väljer att delegera viss granskning till medarbetare är det alltid han/hon som ensam bär ansvaret.” (Myndigheten för press, radio och tv hemsida, 21 november 2019)

Detta innebär alltså att den enskilde reportern inte bär ansvaret för det den själv publicerar. Däremot sker en nära kommunikation mellan reportern och ansvariga utgivaren eller andra chefspositioner för att undvika missförstånd och felaktiga publiceringar eller liknande (Häger, 2018).

3.2.4 Etik inom journalistyrket

Som vi nämnde i kapitlet om bakgrund arbetade Svenska Journalistförbundet, Publicistklubben och Tidningsutgivareföreningen fram de *“Etiska reglerna för press, radio och tv”* under andra halvan av 1900-talet. Journalister har utöver dessa även skyldighet att följa Sveriges grundlag, bland annat yttrandefrihetsgrundlagen och tryckfrihetsförordningen. De etiska reglerna delas in i två kategorier: publicitetsregler och yrkesregler. De första berör de publicistiska aspekterna som exempelvis att ge korrekta nyheter, värna om den personliga integriteten hos de intervjuade och vara försiktig vid namnpublicering. Yrkesreglerna fokuserar på journalisternas yrkesetik och behandlar exempelvis anskaffningsmetoder och journalisters personliga integritet (Svenska Journalistförbundets hemsida, 19 november 2019).

Enligt N. Jonzon (personlig kommunikation, 20 november 2018), fungerar publicitetsreglerna som ett frivilligt komplement till grundlagarna som berör yttrande- och tryckfrihet. Pressetikens uppgift är att sätta ut gränsen för vad en människa ska behöva tåla i offentligheten. Offentliga personer får tåla mer och händelsens karaktär påverkar ytterligare.

3.2.5 Teorin om gatekeeping

I dagens samhälle med snabba nyheter har journalister en deadline 24 timmar om dygnet. Idag handlar det om att publicera saker som man vet och sedan utveckla nyheten i takt med att mer information kommer in. Arbetsprocessen för journalister blir därmed annorlunda jämfört med tidigare då digitaliseringen har bidragit till en snabbare takt. Teorin om "gatekeeping" myntades på 1950-talet och handlar om vilka nyheter som passerar redaktionens "grindar" där faktorer som nyhetsvärdering, etiska rutiner och medielogik spelar in (Strömbäck, 2015).

Någon som har forskat vidare kring teorin inom ett mer digitaliserat samhälle är Karine Barzilai-Nahon. I hennes studie *Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Framework for Exploring Information Control* (2008) skriver hon att dagens samhälle har utvecklat en annan variant från tidigare teori "gatekeeping" som kallas för "network gatekeeping". Det som skiljer den från tidigare teori är att man pratar om ett informationsflöde, snarare än om en nyhetsförmedling. Sociala medier och internet har ändrat processen då människor idag får reda på nyheter via vänner, familj och bekanta på olika plattformar. Teorin om "network gatekeeping" menar att det finns tre olika steg. Den första handlar om vad som blir en nyhet, den andra handlar om vilka nyheter som når sociala medier och den sista handlar om vad läsarna väljer att debattera, samt dela vidare på sociala nätverk (Barzilai-Nahon, 2008).

3.2.6 Medborgarjournalistik

Den tekniska utvecklingen har genom nya digitala plattformar lett till en mer utvecklad och nyanserad medborgarjournalistik. Detta innebär helt enkelt att medborgarna är med och skapar debatter och sprider vidare information via olika plattformar, som exempelvis Flashback och andra sociala medier. Förenta Nationerna (FN) lyfter att yttrandefrihet, åsiktsfrihet och delaktighet i samhället är en självklarhet i en demokrati. I dagens digitala medielandskap diskuteras det även om att medborgarna ska ha en digital delaktighet där man kan ta del av information samt sprida den vidare. Detta för att alla ska vara en del av det demokratiska samhället och få samma tillgång till journalistiken (SOU 2016:30).

Det finns däremot risker med en allt för fri medborgarjournalistik. Anna Roosvall (SOU 2016:30) diskuterar deltagande utifrån en uppdelning av direkt respektive indirekt deltagande. Det förstnämnda innebär att människor direkt deltar i journalistiken genom att exempelvis skriva texter, kommentera texter eller på andra sätt hantera texter direkt. Indirekt

deltagande innefattar istället att man som medborgare representeras i texter på olika sätt. Roosvall menar att båda typerna av deltagande är viktiga för en hållbar demokrati men att det förstnämnda blir problematiskt för den journalistiska etiken. Detta då medborgarna inte behöver följa ett journalistiskt regelverk, som också innefattar etiska förhållningssätt (SOU 2016:30).

Kristoffer Holt (2015) skriver att etiken i samband med medborgarjournalistik är ett viktig, och fortfarande ganska ungt, forskningsområde. Holt diskuterar frågan om vilka etiska riktlinjer som borde tillämpas för medborgarjournalistiken vilket kan kopplas till Roosvalls (2016) teori.

3.3 Problem som digitaliseringen har medfört gällande pressetik

En snabb och digital värld har många positiva sidor. Vi kan uppdateras om händelser från andra sidan jorden på bara ett klick. Nyheternas tempo är högre än någonsin. Detta kan även få sina negativa konsekvenser i förhållande till etiken (Schori, 2016). Som ansvarig utgivare i dagens digitala mediasamhälle kan det vara väldigt svårt att vara snabbast, mest korrekt och visa hänsyn på samma gång. De etiska besluten måste idag tas snabbare och det kan ibland leda till etiska övertramp (Schori, 2016)

Schori (2016) skriver om hur kraftfull webben och dess publiceringar kan bli. Potentiellt kan en webbpublicering nå i princip hela världens befolkning och om det då skett ett etiskt övertramp, i form av exempelvis namnpublicering, kan detta leda till en enorm skada för individen och anhöriga (Schori, 2016).

Namnpublicering kan vara väldigt lockande för journalister och ansvariga utgivare i samband med brott. En av de främsta anledningarna till detta är att det, parallellt med journalistiken, utvecklats en stark medborgarjournalistik på nätet som sätter press på medier, bland annat gällande namnpublicering. En annan anledning är den ökade konkurrensen om publiken mellan de olika medierna. *“Nuförtiden när uppgifter sprids så snabbt – ofta omgärdade av rykten – finns det kanske extra skäl att vara hänsynsfull.”* (Schori, 2016:198). Det pressetiska systemet är trots allt till för att skydda dem som journalisterna skriver om och för att visa hänsyn. I de flesta fall besvaras frågan ”Ska det publiceras?” med ett nej om det inte är helt givet att namnpublicering och personliga uppgifter väger tyngre till fördel för allmänintresset än den personliga integriteten eller om allmänintresset är betydligt större än publicitetsskadan (Schori, 2016).

I *13 vassa frågor om journalistik* (2019) diskuteras bland annat frågor om etik. Som motpol till ovanstående skriver Jörgen Huitfeldt (2019) i sitt kapitel om en ökad potentiell rädsla hos journalisterna när det kommer till publicering av personliga detaljer som exempelvis etnicitet.

Han menar att många tror att publiceringen av sådana uppgifter skulle kunna “bana väg för rasism och främlingsfientlighet” (Huitfeldt, 2019:39). Huitfeldt tar upp en annan relevant faktor som visar sig påverka mediernas återhållsamhet, nämligen polisens agerande. Han förklarar problematiken som att polisen i flera fall uppfattats som rasistisk och främlingsfientlig när de gått ut med uppgifter om etnicitet. Med utgångspunkt i detta har medierna oftast avstått från sådana publiceringar om polisen valt att göra så.

Christina Jutterström (2019) nämner även i sitt kapitel i samma bok att namnpublicering är en av de svåraste frågorna som ansvariga utgivare brottas med idag. Hon menar att svårigheterna har ökat i takt med utvecklingen av internet och sociala medier eftersom människor har potentiell tillgång till namnen på plattformarna. Jutterström (2019) håller med Martin Schori (2016) om att försiktighet med namnpublicering är viktig i dagens digitala medielandskap och ska upprätthållas: *“När det gäller namnpubliceringar kan du alltid ta ett steg framåt, aldrig ett steg tillbaka.”* (Jutterström, 2019:52).

4 Syfte och frågeställningar

4.1 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur svenska kriminalreportrar och ansvariga utgivare förhåller sig till pressetik i det digitaliserade mediasamhället. Tanken är att undersöka de problem som uppstår i yrket när sociala medier och snabba nyheter är centralt för arbetet. Vi ämnar att intervjua journalister från olika medier, däribland kommersiella medier och public service för att se om det finns några skillnader gällande pressetik.

4.1.1 Inom- och utomvetenskaplig relevans

Denna studie fokuserar på ett specifikt ämne inom journalistiken, nämligen pressetik. Studiens syfte och frågeställningar kommer att bidra med ny information om hur digitaliseringen kan ha påverkat pressetiken. Vår avgränsning är att intervjua specifikt kriminalreportrar och ansvariga utgivare från olika medier. Detta gör vi med motiveringen att dessa hanterar pressetiska dilemman dagligen. Det som skiljer tidigare studier från vår är att tidigare studier främst har fokuserat på att intervjua journalister från samma tidning eller slumpvist valda journalister. Studien är högst relevant i dagens samhälle då den fokuserar på hur dagens medielandskap arbetar med pressetik i deras medieförmedling till samhället.

4.3 Frågeställningar

1. Vilka etiska problem kännetecknar kriminaljournalisternas arbete?
 - a) Gällande inhämtning av material?
 - b) Gällande innehåll och publicering?
2. Skapar det digitala medielandskapet egna etiska problem? Hur hanteras dessa?
 - a) Gällande inhämtning av material?
 - b) Gällande innehåll och publicering?
3. Hur resonerar ansvariga utgivare kring pressetik idag?
4. Vilka skillnader finns det mellan olika medier gällande pressetik och arbetssätt?
(Morgontidningar, kvällstidningar och public service)

4.4 Nyckelord

Journalistik, kriminaljournalister, pressetik, digitalisering, intervjustudie, journalistrollen.

5 Metod

I detta kapitel presenteras den metod vi har använt oss av och sedan diskuterar vi metodvalet. Kapitlet avslutas med ett avsnitt om operationaliseringen av studien.

5.1 Val av metod

Med syfte att besvara studiens frågeställningar valdes en kvalitativ metod redan tidigt. Forskningsfrågorna kring hur journalister förhåller sig till de etiska principerna avgjorde vilken typ av metod som var relevant för studien. Det handlar mer om den vardagliga kontexten snarare än systematiska jämförelser som en kvantitativ metod bygger på (Ekström & Larsson, 2019).

Studiens grundläggande metod bygger på en kvalitativ intervju. Kvalitativa intervjuer används när man ska studera människor i vardagliga sammanhang och se hur deras uppfattning ser ut i förhållande till ett vardags- eller yrkesliv. Denna typ av metod skapar möjligheter för att söka mer djupgående och nyanserade beskrivningar av olika vardagliga situationer (Ekström & Larsson, 2019).

I Metodpraktikan (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wägnerud, 2016) beskrivs uppdelningen av kvalitativa intervjustudier detaljerat. De skiljer bland annat på informantundersökningar och respondentundersökningar och vidare görs en uppdelning inom den senare, nämligen frågeundersökningar och samtalsintervjuundersökningar. Metoden i denna uppsats har sin grund i samtalsintervjuundersökningen, eller kvalitativ intervju som det också kallas. Dessa två begrepp har använts som synonymer i stora delar av litteraturen vilket också kommer göras i denna uppsats för att undvika missförstånd.

För att konkretisera och förklara metoden som används i denna studie är det nödvändigt att definiera vad den innebär. Syftet med en samtalsintervjuundersökning handlar i många fall om att kartlägga människors åsikter och tankar kring ett ämne för att vidare kunna kategorisera dessa. Eftersom vårt syfte är att undersöka hur kriminalreportar och ansvariga utgivare förhåller sig till pressetik är denna metod lämplig för att kunna uppfylla syftet och besvara våra frågeställningar (Esaiasson m.fl., 2016).

5.2 Metoddiskussion

Valet av en kvalitativ metod hänger samman med att det finns begränsat med forskning på området. Det lättaste sättet att uppnå syfte och frågeställningar var att använda en kvalitativ metod, snarare än en kvantitativ metod. Studien bygger på att undersöka hur journalister förhåller sig till de pressetiska reglerna, samt hur teorier som digitaliseringen och

kommersialiseringen kan ha förändrat journalisternas arbetssätt. En kvalitativ intervjustudie är mer relevant för att skapa en förståelse för journalisternas arbetsliv och samtidigt gräva djupare i den etiska problematiken. En kvantitativ metod hade inte varit lika givande då exempelvis enkäter med förutbestämda frågor inte fångar upp den kontext som ligger djupare. I en intervjustudie kan man skapa en större förståelse för helheten, samtidigt som det kan dyka upp nya vinklar och tolkningar.

Den kvalitativa metoden, mer specifikt den kvalitativa intervjun, har dock brister som påverkar studien på olika sätt. Till skillnad från en kvantitativ metod, som kan studera ett större material och hur frekvent en aspekt är, kan den kvalitativa metoden inte uppfylla dessa krav. I denna studien blir det inte ett jättestort problem eftersom forskningsfrågorna inte kräver detta specifikt. Vi ämnar inte att spegla alla medier i Sverige, utan vi har valt några specifika medier och journalister. Syftet är därför inte att generalisera och göra det vi undersöker representativt för alla medier, utan det handlar snarare om att bidra med ett typfall. Fokuset ligger som sagt på att bidra till forskningen inom etik och kriminaljournalistik samt hur de ansvariga utgivare och kriminalreportrar som vi intervjuat förhåller sig till detta. Detta leder också till en ökad förståelse för hur de etiska reglerna tillämpas på olika sätt i praktiken.

5.3 Hur vi har gått tillväga

Vi tog i första hand kontakt med ansvariga utgivare på de största tidningarna genom att skicka ut ett mejl till dem. Därefter fick vi tips om kriminalreportrar på några redaktioner som vi kontaktat. Detta kan även kallas för snöbollsurval, vilket vi förklarar närmare i nästkommande kapitel material och urval. Övriga kriminalreportrar letade vi själva upp och kontaktade via mejl. Det var svårt att komma i kontakt med alla ansvariga utgivare och kriminalreportrar via mejl vilket ledde till att vi senare även kontaktade ett flertal via telefon.

I en kvalitativ intervjustudie förekommer en öppen dialog mellan en intervjuare och en som blir intervjuad. För att besvara syfte och frågeställningar bygger studien på en semistrukturerad intervjuguide. Frågorna är noga formulerade, samtidigt som det finns en strävan efter att skapa en djupare förståelse genom att lyssna noggrant och ställa följdfrågor. Detta förklaras mer utförligt i nästkommande kapitel om material och urval (Ekström & Larsson, 2019).

Till en början diskuterade vi att endast göra telefonintervjuer med varje person. Vi ansåg dock att detta skulle bli problematiskt eftersom en telefonintervju oftast kan vara stängd med tanke på att man inte ser personens reaktioner och kroppsspråk. Intervjuerna med ansvariga utgivare och kriminalreportrar valdes att göras via Skype och FaceTime. Det hade möjligtvis varit lättare att göra intervjuerna på plats för att skapa en social relation till den som blir

intervjuad, men eftersom vi använde oss av Skype och FaceTime argumenterar vi för att det ändå blev möjligt. Anledningen till varför vi valde bort att mötas var främst för att inte alla journalister befann sig i Sverige. Vi ville skapa samma förutsättningar för alla intervjuer vilket inte skulle uppnås om vi hade vissa intervjuer på plats, några via telefon eller videosamtal.

Inom kvalitativa intervjuer är oftast öppna frågor att föredra. Det handlar om att få den intervjuade att svara på frågorna med egna ord snarare än att anta något som de bara ska bekräfta. Det kan till en viss del bekräfta frågan men i en kvalitativ intervju vill man hitta nya vinklingar eller tolkningar. Hur en fråga ställs kan därför bli avgörande för vad för typ av information man kommer att få ta del av (Ekström & Larsson, 2019). I vår studie försöker vi undvika stängda frågor, så kallade polära frågor som endast ger ett ja eller nej. Det förekommer dock några polära frågor då vi ibland behöver bekräftelse på frågor som vi själva inte vill sätta ord på. Det vi ämnar att använda oss mer av är frågor av typen hur, vad, vem och varför. Detta för att kunna ställa öppna frågor där ansvariga utgivare och kriminalreportrar får utgå från deras egna erfarenhet, åsikter och tolkningar.

Vår uppsats bygger på 18 intervjuer som vardera tog cirka 45 minuter att genomföra. Efter varje intervju transkriberade vi den och markerade även vilka delar som var relevanta för vårt syfte. Vi hade mycket material att jobba med och analysera men eftersom vi var tre personer och hade bra systematik redan från början blev arbetet enklare.

6 Material och urval

I detta kapitel diskuteras urvalsprocessen av analysenheterna följt av en presentation av intervjuschemat som använts i studien. Därefter presenteras en lista med de intervjupersoner som medverkat i studien.

6.1 Urval

6.1.1 Strategiskt urval

En kvalitativ intervjustudie bygger oftast på relativt få intervjuer, vilket gör att urvalsprocessen måste vara väl genomtänkt och strategisk. Val av personer, deras erfarenheter, olika yrkesgrupper och roller är viktiga aspekter att fundera kring snarare än hur många intervjupersoner som ska finnas med. Ett strategiskt urval funkar bra om det är få undersökningsenheter och när det handlar om att studera människor som har kunskaper inom det studien ämnar att undersöka (Ekström & Larsson, 2019).

Till en början valde vi strategiskt att kontakta alla de största tidningarna i Sverige och utifrån detta ta med respektive ansvarig utgivare, samt kriminalreporter på alla de valda tidningar. Efter att ha diskuterat urvalet mer noggrant kom vi överens om att valet av intervjupersonerna och deras kunnighet inom området kriminaljournalistik var viktigare än vilka tidningar eller vilken medieform som skulle väljas. Detta eftersom journalistyrket i sig handlar mycket om att förflytta sig mellan arbetsmiljöer och medier. För att kunna lyfta upp relevanta och intressanta aspekter inom ämnet kriminaljournalistik valde vi att välja olika redaktionella miljöer. Utifrån studiens syfte och frågeställningar var det även lämpligt att ta med olika medier, det vill säga tidningar, radio och tv.

Tanken var från början att göra ett variationsurval. Vi valde att fokusera på kategorierna yrkesroll, kön, erfarenhet och en avgränsning till de största medieföretagen. Urvalsresultatet blev dock annorlunda då det inte var lika många kvinnor som svarade på intervjufrågan. Syftet med denna studie är dock inte att fokusera på kön, utan det är snarare viktigare att fokusera på val av kriminaljournalister och deras ålder och erfarenhet. Det var även svårt att komma i kontakt med ansvarig utgivare för både Expressen och Aftonbladet. Det är viktiga aspekter att lyfta fram och vi är väl medvetna om att kvällspressen inte blev tillräckligt representerade i studien.

Ett slumpmässigt urval kan således bli representativ för en större population, men däremot kan ett strategiskt urval bidra med en analytisk eller teoretisk generalisering. Det blir möjligt att lyfta upp vissa aspekter som kan kopplas samman till angränsande fall i populationen. Syftet med vår studie är som tidigare nämnt inte att generalisera, utan det handlar snarare om

att bidra med ytterligare ett fall till forskningsfältet (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wägnerud, 2017).

6.1.2 Snöbollsurval

Enligt Esaiasson (2017) innebär ett snöbollsurval att man först väljer analysenheter som i sin tur kan hitta andra relevanta enheter och sedan kan snöbollen fortsätta att rulla vidare. När vi skulle kontakta journalisterna valde vi först att kontakta ansvariga utgivare eftersom vissa redaktioner är relativt slutna och inte har kontaktuppgifter om alla journalister som jobbar på redaktionen, samt vilka journalister som är kunniga inom just kriminaljournalistik. Det innebär att ansvarig utgivare i vissa fall bestämt vilka journalister som är mest relevanta att prata med (Esaiasson m.fl., 2017). Vi upplever dock inte att detta har varit något negativt eftersom en kvalitativ studie oftast bygger på ett snöbollsurval. Några kriminaljournalister kom vi i kontakt med tack vare att vi först kontaktade ansvariga utgivare.

Tanken var till en början att intervjua ansvarig utgivare och kriminalreporter på respektive medieföretag men eftersom vi inte fick svar och tips från alla fick vi leta efter kunniga kriminalreportrar på egen hand. Huruvida detta kan ha påverkat urvalsresultatet är svårt att avgöra. Vi är medvetna om att kvällspressen inte är tillräckligt representerad i vår uppsats. Detta beror på att kvällspressen var svåra att få tag på och att bland annat Expressen inte har svarat på vår förfrågan.

Vi upplever att både syfte och frågeställningar besvaras vid användning av ett snöbollsurval. Det har varit till en fördel eftersom vi har kommit i kontakt med journalister som besitter på den kunskap som studien ska byggas på (Esaiasson m.fl., 2017).

6.2 Intervjumanual

Inom kvalitativa studier används det sällan starkt strukturerade intervjumanualer då det kan leda till en väldigt begränsad diskussion och ytlighet i svaren. Detta används mer inom kvantitativa studier i form av exempelvis enkäter med färdiga svarsalternativ. Denna uppsats bygger på en semistrukturerad intervjumanual vars frågor används för att kunna besvara de forskningsfrågor som formulerats för att kunna uppfylla syftet. Semistrukturerade intervjuguider utgår från tydliga teman och ett antal specifika frågor som ställs till alla intervjupersoner och sedan styrs intervjun vidare av de svaren som man fått (Ekström & Johansson, 2019). Eftersom våra forskningsfrågor bland annat handlar om hur man förhåller sig till pressetik på olika sätt är det en fördel att ha semistrukturerade och mer öppna frågor eftersom dessa ger möjlighet till svar som berör intervjupersonernas egna tankar och de aspekter som de själva anser som viktiga.

De frågor som finns med i intervjumanualen ska ha en tydlig koppling till uppsatsens forskningsfrågor vilket gör det möjligt att, utifrån de svaren man fått, kunna analysera och dra slutsatser, besvara forskningsfrågorna samt stärka studiens kvalitet (Ekström & Johansson, 2019).

6.3 Intervjupersoner

Nedan presenteras en lista på alla journalister som utgör det empiriska materialet i studien och ligger till grund för att besvara uppsatsens syfte samt frågeställningar. Urvalet bakom dessa intervjupersoner förklaras närmare under "urval", tidigare i detta kapitel.

1. Joakim Fransson, GöteborgDirekt, ansvarig utgivare
2. Anders Nilsson, Nerikes Allehanda, ansvarig utgivare
3. Jonas Kanje, Helsingborgs Dagblad, ansvarig utgivare
4. Mikael Rothsten, Nya Wermlands-Tidningen, ansvarig utgivare
5. Martin Ahlquist, Svenska Dagbladet, ställföreträdande ansvarig utgivare
6. Maria Kustvik, Öst Media, ansvarig utgivare
7. Klas Wolf-Watz, Ekot, ansvarig utgivare
8. Jonathan Jeppsson, Aftonbladet, Nyhetschef
9. Ola Lindqvist, Uppsala Nya Tidning, kriminalreporter
10. Kristian Risenfors, GöteborgDirekt, kriminalreporter
11. Stefan Hazianastasiou, Nerikes Allehanda, kriminalreporter
12. Mathias Stähle, Svenska Dagbladet, kriminalreporter
13. Sofia Sofroniadou, P3 Dokumentär, kriminalreporter
14. Johanna Bäckström Lerneby, Aftonbladet, kriminalreporter
15. Nicole De Bouczan, Nya Wermlands-Tidningen, kriminalreporter
16. Ann Törnkvist, SVT, kriminalreporter
17. Valentina Xhaferi, Efterlyst, kriminalreporter
18. Evalisa Wallin, I lagens namn, kriminalreporter

7 Validitet och reliabilitet

7.1 Validitet

Begreppet validitet kan definieras på olika sätt men alla definitioner grundar sig i att man undersöker det man utger sig för att undersöka (Esaiasson m.fl., 2017). Som tidigare nämnt ämnar denna uppsats att undersöka hur 18 stycken kriminaljournalister och ansvariga utgivare förhåller sig till och resonerar kring pressetik. Frågorna i intervjumanualen utgår från uppsatsens forskningsfrågor vilket stärker validiteten. Eftersom de frågor som besvaras i intervjuerna har en stark förankring i forskningsfrågorna har analysarbetet underlättats.

Nämnavert i förhållande till validitet inom den kvalitativa ansatsen är att vi som forskare är mätinstrument (Larsson, Lilja & Mannheimer 2005). Detta innebär att de resultat vi har fått kan ha påverkats av våra tolkningar. I detta fall är mätinstrumentet blivande journalister med god yrkeskunskap och som troligtvis präglas av liknande normer som intervjupersonerna. Detta har förmodligen underlättat intervjuerna då vi, tillsammans med intervjupersonerna, har kunnat diskutera pressetik och digitalisering ur olika perspektiv. Som Ekström och Larsson (2019) nämner ger förkunskaper om ämnet en ledigare samtalsstil. Vår kunskap om yrket har även underlättat det för oss att ställa eventuella följdfrågor eller konkretisera intervjupersonernas svar. Under intervjuerna ställdes främst öppna frågor för att undvika att leda intervjupersonerna och för att få fram deras egna åsikter och uppfattningar.

7.2 Reliabilitet

Definitionen av reliabilitet kan kopplas till slumpmässiga och osystematiska fel som kan komma att påverka resultatet. Hög reliabilitet innebär därmed få slumpmässiga eller osystematiska fel (Esaiasson m.fl., 2017).

Utgår vi från ovanstående definition av reliabilitet kan vi med säkerhet säga att vår studie har en hög reliabilitet då den bygger på 18 intervjuer. Under intervjuernas gång märkte vi så småningom att intervjupersonerna började svara likartat. Här fastställde vi att vi uppnått en vetenskaplig mättnad vilket tillför reliabiliteten ytterligare.

Några faktorer som har påverkat reliabiliteten i denna uppsats är tekniska problem under ett fåtal av intervjuerna. Detta har lett till att vissa transkriptioner bitvis inte har varit fullständiga, vilket i sin tur kan ha påverkat våra tolkningar. Under transkriptionsprocessen har vi varit så systematiska som vi ansett varit nödvändigt. Metoden och detaljnivån som är lämplig beror på studiens syfte och frågeställningar (Ekström & Larsson, 2019). Detta innebär, i vårt fall, att de oväsentliga bitarna i intervjuerna så som början och slut inte alltid

har varit fullständiga. Vi anser dock inte att detta påverkar resultatet då dessa bitar bestod av småprat som var irrelevant för ämnet.

Ytterligare en faktor som kan ha påverkat reliabiliteten är intervjuprocessen. Vi har under processen delat upp intervjuerna mellan oss. Detta föll delvis naturligt men även utefter våra på förhand bestämda roller: en intervjuare, en tekniker och en som dubbelkollade att intervjumanualen följdes. Vi ansåg att kvalitén på intervjuerna skulle bli bättre om vi roterade roller för varje intervju med hänsyn till intervjuvana och vår egen lärdom. Å ena sidan kan utfallet vara negativt för reliabiliteten då våra intervjutekniker skiljer sig till en viss del. Exempel på detta är i vilken ordning intervjuaren ställt frågor eller följdfrågor. Å andra sidan går detta argument att vinkla till reliabilitetens fördel då de eventuella osystematiska fel inte präglade alla intervjuer. Likt det Ekström och Larsson (2019:119) menar, att man ska "sträva efter en så rik och varierande information som möjligt". Dessutom har alla tre medverkat i samtliga intervjuer och kontrollerat att intervjumanualen följts och eventuellt ställt följdfrågor.

Under intervjuprocessen uppkom nya intressanta frågeställningar med koppling till forskningsfrågorna. En av dessa frågor berör om man kan vara för försiktig med presstiken. Denna fråga ställdes enbart till ett fåtal intervjupersoner senare i processen. Detta bör inte ha haft någon större påverkan på reliabiliteten då intervjupersonernas svar på frågan ändå haft en stark koppling till ämnet och inte skiljt sig från tidigare svar.

8 Resultat och analys

I följande kapitel redovisas intervjuerna och dess resultat. För att strukturera upp det kommande kapitlet valde vi att utgå från fyra olika huvudteman: etik, digitalisering, medier och ansvarig utgivare. Dessa teman har en stark koppling till uppsatsens frågeställningar och därmed uppsatsens intervjumanual.

8.1 Pressetik

Under detta tema kommer pressetikens olika perspektiv att diskuteras. Dessa delteman är följande: pressetiska dilemman, röjande av källor och noggrannhet och försiktighet. Rubrikerna valdes utifrån materialets återkommande mönster och svar. Därefter kommer en analys av materialet.

8.1.1 Pressetiska dilemman

I detta deltema presenteras de pressetiska dilemman som förekommer mest i intervjuerna som gjorts i denna uppsats. Detta innefattar detaljer om brottsoffer och misstänkta, allmänintresse mot publicitetsskada samt hantering av anonyma källor.

Inom journalistiken har de etiska diskussionerna alltid genomsyrats av namnpubliceringar och detaljer (Funcke, 2016). Majoriteten av intervjupersonerna tar upp att just namnpublicering och publicering av detaljer av brottsoffer och misstänkta är dilemman de handskas med dagligen. Problemen som uppstår kring namnpublicering, enligt de intervjuade journalisterna, kan exempelvis handla om vilka konsekvenser en namnpublicering får samt hur stort allmänintresset är. Det kan även handla om att visa hänsyn, både mot de inblandade men också deras anhöriga. Martin Ahlquist, ställföreträdande ansvarig utgivare Svenska Dagbladet, säger:

“Hur kan man beskriva en person som inte är namngiven om man har så mycket detaljer om till exempel om var den personen bor eller arbetar. Då kanske folk ändå kan lista ut vem det är, då blir personen utpekad.”

Flera av journalisterna för fram liknande argument gällande namnpublicering. I stort sett utgår man från att avstå publicering av namn, så länge det inte är av stort allmänintresse, det vill säga att personen i fråga exempelvis är en grov brottsling, offentlig person eller liknande. Om man har avstått från namnpublicering blir nästa övervägande att diskutera antalet relevanta personliga detaljer. Många av intervjupersonerna nämner svårigheterna med att inte avslöja en persons identitet. Jonas Kanje, ansvarig utgivare på Helsingborgs Dagblad nämner ett färskt exempel där en ung kvinna var försvunnen och namngavs med namn och bild i

tidigt skede. Dessutom publicerade en kvällstidning uppgifter om att den misstänkte hade en nära relation till den unga kvinnan vilket resulterade i att den misstänkte indirekt namngavs. Mathias Ståhle, kriminalreporter Svenska Dagbladet, poängterar hanteringen av antalet detaljer och säger:

“Kan jag berätta en enda detalj till om denna personen eller har jag gjort det möjligt att identifiera honom eller henne? Det man oftast inte tänker på när man jobbar på en mindre tidning är att om man berättar tre detaljer om en person är det oftast tillräckligt för att man som utomstående ska kunna räkna ut vem det är.”

En annan aspekt som tas upp av många journalister är vikten av att vara försiktigt med adresser och alltför specifika platser. De förklarar att det skiljer sig åt från fall till fall beroende på bland annat hur stor orten är. Nicole De Bouczan, kriminalreporter på Nya Wermlands-tidningen, nämner ett tillvägagångssätt för att undvika utpekning. Hon förklarar att man kan hänvisa till större regioner eller landskap om det handlar om orter i liten skala.

Överlag handskas alla de intervjuade journalisterna med liknande etiska utmaningar. Däremot uppstår nya typer av svårigheter beroende på vilket typ av medium man jobbar på. Valentina Xhaferi, kriminalreporter på Efterlyst understryker vikten av hur och vad man filmar. Hon menar att det är viktigt att ha koll på vilka som är i fokus. I tv kan det i känsliga fall vara att föredra att filma helbilder, det vill säga ut-zoomade miljöbilder eller klipp på allmänna platser, för att undvika risken att hänga ut personer. Evalisa Wallin, kriminalreporter på I lagens namn, diskuterar även hur de olika typer av medier har olika stor påverkan.

“Bildmediet är ju jättestarkt, samma sak som när det blir personernas egna röster. Det kan slå så jävla hårt på en att få höra människor berätta sina egna historier.”

Flera av journalisterna tar upp betydelsen av att vara selektiv med all den information som de kommer över. Nicole De Bouczan förklarar att man måste handskas med alla uppgifter varsamt trots att de är offentliga. Även Stefan Hazianastasiou, kriminalreporter på Nerikes Allehanda understryker att känsliga uppgifter om en person bör behandlas med försiktighet. Ann Törnkvist tar upp en viktig aspekt:

“Man är ju medborgare också, inte bara journalist. Man ska inte bara börjar salivera för en jävla story, man kan begå misstag för att man blir så pepp på det.”

Sofia Sofroniadou, kriminalreporter på P3 Dokumentär, lyfter ett liknande perspektiv som Törnkvist gällande förhållandet journalist–medmänniska.

“En annan sak som jag tycker är ett problem är när källor vill prata men man är osäker på vad som är bäst för dem. Exempelvis personer som varit utsatta för eller bevittnat stora

trauman: hur stort ansvar har man som journalist gentemot sin medmänniska? Var kan man dra gränsen? Vilket övervägande ska man göra?”

Ett annat intressant perspektiv som tas upp av Mathias Ståhle och Anders Nilsson, ansvarig utgivare på Nerikes Allehanda är att man ska hålla en egen linje och inte publicera något bara för andra medier har gjort det:

“Om Aftonbladet namnger innebär inte det att jag ska namnge när jag skriver en artikel om vad som hände. På samma sätt, även om folk på sociala medier namnger olika personer så är inte det ett klartecken för mig att jag också kan göra det.” – Mathias Ståhle.

Allmänintresset, som tidigare nämnts, har ytterligare förklarats som en anledning till varför vissa uppgifter måste publiceras: för att de är av stor vikt för allmänhetens kännedom. Däremot skiljer sig detta mycket åt beroende på ansvarig utgivare och deras tankesätt. Sofia Sofroniadou, kriminalreporter på P3 Dokumentär, tar upp ett exempel om en kvinna som blivit mördad på sin arbetsplats och understryker att allmänintresset var större än publicitetsskadan.

“De hade inte skött sina rutiner, de hade inte heller något bra svar på varför de hade brutit sina rutiner. Och ingen hade ställts till svars. Vi tyckte att detta måste ut ändå.”

Ett uppmärksammat etiskt dilemma som Anders Nilsson fick hantera handlade om en grov sexbrottsling i Örebro som våldtog och misshandlade kvinnor och blev dömd för ett flertal sexualbrott. Efter åtta år valde man att släppa mannen villkorligt fri då han hade avtjänat två tredjedelar av sitt straff. Nilsson beskriver honom likvärdig med Hagamannen, en av Sveriges värsta sexbrottslingar. Detta var en stor händelse som berörde många människor och då argumenterade man på redaktionen för att det var viktigt för allmänheten att få ta del av information efter frisläppet. Uppgifter om hans nya namn valde man att publicera medan man inte berättade exakt var han hade flyttat. Däremot valde man att berätta att han inte bodde kvar i Örebro.

Maria Kustvik, ansvarig utgivare på Öst Media, poängterar att diskussionen angående allmänintresset går att vrida fram och tillbaka med olika argument. Ett argument för namnpublicering är att brottet är grovt och att det därför är av stort allmänintresse. Dock menar hon att det kanske inte är relevant att namnge en person som kommer sitta i fängelse i exempelvis 25 år för att personen ändå kommer vara, som hon beskriver det, “off the market”. Kustvik menar också att det handlar mycket om hur stort allmänintresset är i förhållande till publicitetsskadan som en person löper och att det blir ett övervägande från fall till fall. Även Joakim Fransson, ansvarig utgivare på GöteborgDirekt, pratar om

allmänintresset och menar att man ska vara väldigt restriktiv när det kommer till namnpublicering.

“Vi är inte tidningen som publicerar först när det gäller namn, bild eller offer. Överhuvudtaget, som ansvarig utgivare så tycker jag att man ska vara väldigt restriktiv. Det är bara om det verkligen är till gagn för allmänheten att få reda på, resten är jävla skvallerjournalistik tycker jag.”

8.1.2 Røjande av källor

Några av de intervjuade journalisterna pratar i termer av källskydd, anonymitet och røjande av källor vilket är de centrala delarna som tas upp i detta deltema.

Sofia Sofroniadou, kriminalreporter på P3 Dokumentär, Ann Törnkvist, kriminalreporter på SVT och Mathias Ståhle, kriminalreporter på Svenska Dagbladet, nämner vikten av källskydd när det kommer till publiceringen. Sofroniadou poängterar att det finns en stor risk för att råka røjja en källa indirekt genom sociala medier, exempelvis genom kommentarer på ett inlägg. Törnkvist förklarar det vidare som att en del av journalisternas ansvar när det kommer till etik är att skydda intervjupersonerna så att de själva inte begår något fel. Hon menar att man i många fall måste informera de intervjuade om att det finns flera olika sätt att anonymisera och använda sig av källskydd. Ståhle understryker att det under research-fasen är viktigt med källskydd och att man av ren oförsiktighet under materialinsamlingen inte røjjer en källa. Dessutom påpekar han att journalister måste ha i åtanke att publiken har goda researchkunskaper.

“Vi är ju jätteduktiga på research, vi är flera hundra personer som jobbar med det. Om det är någon som har förmåga att bedöma det så är det ju vi och där måste vi vara bäst. När de vill vara anonyma så måste vi för hus i helvete se till så att de blir anonyma.”

Angående yrkesetiken nämner Martin Ahlquist, ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet, ytterligare en viktig aspekt gällande källor. Han ställer sig själv frågan om vilka typer av överenskommelser man kan göra med personer innan en publicering eller när det är motiverat att inte vara ärlig i arbetsmetoderna. I sammanhanget nämner han ett exempel där två reportrar utgav sig för att vara någon annan.

“Jag har ett ganska färskt exempel där man skapade en fiktiv person och låtsades vara en 14-åring som sökte sexuella kontakter. Det är ju ett stort etiskt beslut. Ska man göra det? Det går ju egentligen emot en journalistisk dygd om sanning. Man utger sig alltså för att vara någon annan än den man är. Och det gör man bara om man tror att det är enda sättet att få fram en väldigt viktig information.”

Klas Wolf-Watz, ansvarig utgivare på Ekot, resonerar som Ahlquist utifrån ett radioperspektiv. Han menar att det i vissa fall kan vara försvarligt att banda en intervju trots att intervjupersonen inte vet om det. Det kan vara ett sätt att få fram viktig och relevant information. Däremot är det viktigt att man är övertygad om att det finns ett värde i att göra det.

8.1.3 Noggrannhet och försiktighet

Genomgående svar för detta deltema är att de publiceringsfel som gjorts har varit slarvfel. Majoriteten av de intervjuade nämner ett flertal exempel på slarvfel och där handlar det främst om att blurra bilder, missvisande rubriker och publicering av adress eller namn.

Martin Ahlquist, ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet, och Jonathan Jeppsson, nyhetschef på Aftonbladet, nämner att kvällspressen har en tradition av att testa de pressetiska reglernas gränser. De menar att det är väldigt viktigt att inte göra några slarvfel. Dels för att kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen är de största i Sverige och har på så sätt en stor och bred publik. Jeppsson menar att slarv och missar lätt uppmärksammas av deras stora publik i jämförelse med andra tidningar. Ahlquist nämner dock att Svenska Dagbladet har ett system för kontroversiella publiceringar:

“Ansvarig utgivare ska hela tiden veta vilka kontroversiella publiceringar som är på gång. Ingenting ska komma som en överraskning. Så man kan säga att man försöker göra en PO granskning själv i förväg innan publiceringen.”

Mathias Ståhle, kriminalreporter på Svenska Dagbladet, lyfter också fram de överväganden som kan uppstå när polisen väljer att gå ut med fler uppgifter än vad tidningen valt att göra. Han nämner ett exempel där polisen gått ut med all information genom medierna som kunde identifiera en person, bland annat namn och personliga detaljer. Ståhle understryker vikten av att man som journalist tänker på att inte automatiskt publicera något bara för att en myndighet, i detta fall polisen, gått ut med alla uppgifter. Jonathan Jeppsson nämner att livesända presskonferenser kan vara problematiskt, en lösning på problematiken är att ha en fördröjning på sändningen.

Nicole De Bouczan, kriminalreporter på Nya Wermlands-Tidningen, instämmer med ovan nämnda journalister och anser att försiktighet är en bra grundprincip.

“Vi har ju möjligheten nu på webben att hela tiden uppdatera, ändra och rätta till. Men det betyder inte att man kan slarva med etiken bara för att man kan fixa till det i efterhand, för skadan är ju skedd så fort vi trycker på publicera-knappen.”

Ett annat perspektiv, som strider mot försiktighetsprincipen, är att utgångspunkten är att publicera. Johanna Bäckström Lerneby, kriminalreporter på Aftonbladet, och Jonas Kanje, ansvarig utgivare på Helsingborgs Dagblad, är två personer som belyser detta.

“Det vi ägnar oss åt i botten är ju att berätta relevanta historier och så mycket som möjligt. Där är utgångspunkten, vi berättar så mycket som möjligt och sen tar vi bort saker.” – Jonas Kanje.

“Jag tycker man ska tänka tvärtom mot vad alla andra gör. Det naturliga för oss journalister är att publicera. Jag tycker att gränsen ska vara långt fram och att man sen ska flytta bak den i takt med etiken.” – Johanna Bäckström Lerneby

Majoriteten av journalisterna som intervjuats påpekar att de för ständiga diskussioner på redaktionerna angående etik och att de ofta är bundna till specifika fall.

8.1.4 Analys

Vilka etiska problem kännetecknar kriminaljournalisternas arbete gällande inhämtning av material?

Yrkesetiken är en viktig del av det journalistiska arbetet. Flera av intervjupersonerna upplever dock inte att etiska dilemman uppkommer vid inhämtningen av material. Svaren varierade men ett genomgående svar var att arbetsmetoderna är en relativt självklar rutin och att reflektionerna över etiken i det stadiet inte är djupgående. En aktuell fråga blir då varför det kommer sig att journalister inte diskuterar arbetsmetoderna i samma utsträckning som publiceringarna. Utifrån det vi kan se i resultatet sker de flesta övervägandena senare i den journalistiska processen. Journalisternas grundprincip är att alltid använda sig av en etiskt korrekt arbetsmetod. Ett antagande blir då att man inte diskuterar yrkesetiken i samma utsträckning som man gör i publiceringsstadiet.

I resultatet presenterar Klas Wolf-Watz och Martin Ahlquist två exempel på oetiska arbetsmetoder, nämligen att utge sig för att vara någon annan och använda sig av dold inspelning. En analysaspekt som vi vill lyfta fram är att om man som journalist använder sig av en oetisk arbetsmetod kan det resultera i att man får fram en dold sanning, liknande den Svenska Dagbladet upptäckte på HBTQ-plattformarna. Ibland är det det enda alternativet att få fram en uppgift. Å ena sidan kan det därför vara försvarbart att använda dessa arbetsmetoder i granskande syfte. Å andra sidan slår de yrkesetiska reglerna fast att “dold kamera och annan dold inspelning, som görs i syfte att publiceras, bör användas endast i undantagsfall, efter noga övervägande och när en journalistisk bedömning gjorts att informationen inte går att få på annat sätt [...]” (Journalistförbundet, 2019).

Ytterligare ett etiskt dilemma gällande journalisternas arbetsmetoder tas upp av bland annat Sofia Sofroniadou. Hennes erfarenhet är att det ibland kan vara svårt att skilja på journalistrollen och rollen som medmänniska i en känslig intervjusituation. Det är viktigt att kriminaljournalister har en stark integritet i sin yrkesroll för att kunna vara opartiska och göra en etiskt korrekt bedömning (Journalistförbundet hemsida, 20 December 2019). Samtidigt som man tar på sig rollen som journalist får man inte glömma av att man hanterar människor. Specifikt för kriminaljournalister är att de möter vittnen, offer och anhöriga.

Vid källhantering uppstår också en del svåra etiska bedömningar, bland annat källskydd. Ann Törnkvist anser att man som journalist ska ta källans naivitet i beaktning då källan nödvändigtvis inte kan göra en journalistisk bedömning och tänka på publicitetsskadan när de yttrar sig. Även i de yrkesetiska reglerna uppmanas det att journalisterna ska visa hänsyn till ovana intervjupersoner. Vi anser att detta även gäller för intervjupersoner som befinner sig i chocktillstånd eller är ett vittne då det kan finnas en risk att deras uttalanden inte är rationella eller trovärdiga.

Vilka etiska problem kännetecknar kriminaljournalisternas arbete gällande innehåll och publicering?

Alla våra intervjuer genomsyras av långa pressetiska exempel. De mest förekommande dilemman som tas upp är namnpublicering, detaljer samt allmänintresse och publicitetsskada. När man rapporterar om ett brott blir första övervägandet om huruvida namnpublicering är försvarbart, vilket det oftast inte är. Om det mot förmodan är försvarbart blir nästa steg att väga namnpublicering mot allmänintresse. Därefter diskuteras relevanta detaljer om brottet och de inblandade. Å ena sidan bör brottet vara så pass detaljerat beskrivet att det går att sättas in i ett sammanhang. Å andra sidan kan allt för många detaljer röja en identitet samt orsaka publicitetsskada hos de inblandade och anhöriga.

Resultatet visar att de förekommande dilemman är en regelbunden process som ofta förekommer inom brottsrapportering. Eftersom brottsrapportering är en stor del av samhällsbevakningen är processen en rutin. Enligt de intervjuade är försiktighetsprincipen självklar i de etiska bedömningarna. Däremot funderar vi på om självklarheten i rutinen kan leda till att journalister samt ansvariga utgivare blir för försiktiga med etiken och istället går på autopilot. Leder autopiloten till att medier slutar granska sina rutiner och gör det som är rätt enligt sina rutiner? Jonas Kanje och Johanna Bäckström Lerneby poängterar vikten av att grundinställningen hos en journalist borde vara att publicera och inte tvärtom. Detta innebär dock inte att man ska sluta vara hänsynsfull.

8.2 Digitalisering

Temat digitalisering kopplas till frågeställningen om digitalisering och huruvida det digitaliserade medielandskapet skapar etiska problem. Temats delteman är: en ökad publiceringstakt, kvalitet före klick, sociala nätverkssajter och publicering i papper och på nätet. Även här analyserar vi innehållet och besvarar den aktuella frågeställningen med hjälp av materialet.

8.2.1 En ökad publiceringstakt

Genomgående svar från journalisterna är att pressetiken i sig inte har förändrats men att besluten påverkas beroende på bland annat vilken typ av kanal. Dessutom har flera av journalisterna konstaterat att snabbheten ställer högre krav på dem.

Flera av journalisterna anser att digitaliseringen har bidragit till en högre publiceringstakt där ständiga uppföljningar är en vardag. Den stora skillnaden är den pågående deadline som finns 24 timmar om dygnet och att man utvecklar och uppdaterar texter löpande.

Ett flertal av de intervjuade lyfter fram att det finns ett påtagligt nyhetsrace inom nyhetsjournalistiken. De menar bland annat att digitaliseringen förstärker konkurrensen mellan olika medier vilket leder till att de största tidningarna tävlar om att vara först ut med en händelsenyheter. Evalisa Wallin, kriminalreporter på I lagens namn, poängterar bland annat att etiken kan drabbas.

“Jag tror att risken är större för etiska övertramp i nyhetsjournalistiken, men det handlar ju också om att man publicerar mer och man har en högre publiceringstakt. Det blir ett nyhetsrace där det ibland kanske får ta överhanden tyvärr.”

En ytterligare uppfattning som delas av flera av de intervjuade är att beslutsgången har blivit snabbare och att avståndet mellan reporter och publik har minskat. Ola Lindqvist, kriminalreporter på Uppsala Nya Tidning och Nicole De Bouczan, kriminalreporter på Nya Wermlands-Tidningen, påpekar att man allt oftare ställer sig frågan om man ska tänka en stund eller publicera och tänka i efterhand. Lindqvist förklarar också att det är större risk att göra fel i den höga publiceringstakten. Jonathan Jeppsson, nyhetschef på Aftonbladet, understryker att publiceringstakten ställer krav på att man ska ta flera olika publiceringsbeslut och samtidigt göra det kontinuerligt.

Som motpol till ovanstående menar dock Mikael Rothsten, ansvarig utgivare Nya Wermlands-Tidningen, att händelsenyheter inte innefattar de svåraste etiska besluten. Han

förklarar det som att journalister som skriver blåljusjournalistik vet var gränserna går och hur sådana nyheter ska skrivas.

Några av journalisterna delar samma uppfattning som Ola Lindqvist när det gäller den snabba publiceringstakten och risken att göra fel. Martin Ahlquist, ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet, förklarar att snabbheten inte längre är det viktigaste utan att det finns många fler faktorer som är mer betydelsefulla, exempelvis kvalitet.

“Ingen kommer ihåg vem som var först, men alla kommer ihåg vem som hade fel. Har man fel en gång i en push, då är det så pass illa att det inte räcker att man är först i Sverige hundra gånger.”

En intressant aspekt, som Ola Lindqvist lyfter fram, är att digitaliseringen istället har underlättat insamlandet av uppgifter.

“Rent konkret är det saker som att domar skickas ut på mejl och vi behöver inte gå dit. Förut behövde man gå till receptionsluckan när domarna meddelades på eftermiddagen. Man fick sitta och läsa igenom dem och se vad som var intressant. Nu får vi de naturligtvis på mejl tillsammans med mycket annat och det är lättare att söka. Det har ju påverkat, för väldigt mycket är ju att sitta och ta in handlingar när man bevakar domstolar.”

8.2.2 Kvalité före klick

Detta deltema beskriver att journalistiken verkar gå från klick till kvalité, något som de intervjuade journalisterna själva tagit upp under intervjuerna.

Ett genomgående svar från journalisterna är att göra så bra innehåll som möjligt och på så sätt behålla sin publik. Majoriteten av de intervjuade lyfter fram att klick-journalistiken inte är något de jobbar med längre. Det handlar snarare om att behålla prenumeranterna än att försöka nå ut till alla. Anders Nilsson, ansvarig utgivare på Nerikes Allehanda, berättar att det är mer uppskattat med stora granskningar och reportage än sådant som bara ska locka till sig publik. Maria Kustvik, ansvarig utgivare på Öst Media, förklarar det på följande sätt:

“Det blir ju precis som när man har köpt en dålig hamburgare. Då tänker man varför köpte jag den här? Man blir ju mätt men man är liksom missnöjd. Den känslan vill man ju inte ge sina läsare. Utan man vill att läsarna ska tycka att det gav dem något så att de kommer tillbaka.”

Ola Lindqvist, kriminalreporter på Uppsala Nya Tidning och Nicole Bouczan, kriminalreporter på Nya Wermlands-Tidningen menar dock att det fortfarande är svårt att släppa klick-journalistiken helt och hållet eftersom de trots allt jobbar på ett vinstdrivande

företag. De förklarar att man kan använda sig av klick-journalistik för att tjäna pengar för att senare kunna göra bra kvalitét-journalistik.

“Det är inget nytt egentligen, det är ju bara att det är ett nytt medium nu som gör att det kanske blir mer tydligt. Så var det ju när man satte löpsedlar innan det fanns internet. Det tänket har alltid funnits, att man vinklar artiklar till exempel.” – Nicole De Bouczan

En annan aspekt som tas upp av Klas Wolf-Watz, ansvarig utgivare på Ekot, är att man måste vara flexibel för att kunna följa med utvecklingen och nå ut till så många målgrupper som möjligt.

“Vi når fortfarande mycket publik via linjär radio men vi vet att yngre människor inte lyssnar så mycket på radio utan lyssnar mer på poddar. För att nå den publiken måste vi ställa om en hel del av vår produktion så vi når den publiken.”

8.2.3 Sociala nätverkssajter

Ett genomgående resonemang bland de intervjuade är att Flashback och sociala medier är bra informationskällor men kräver ett skeptiskt förhållningssätt, precis som med all annan information. Alla intervjuade journalister använder sig av Flashback på olika sätt, bland annat för att få bakgrundsinformation om människor och sedan vidare kontaktuppgifter till dem. De använder det dock med vetskapen om att det kan förekomma kränkningar och helt felaktiga uppgifter, men lär man sig sålla bland informationen kan man få viktiga ledtrådar. Sofia Sofroniadou, kriminalreporter på P3 Dokumentär, förklarar det såhär.

“Det som man oftast kan hitta på Flashback kan vara en genväg och ge ledtrådar till var man ska kolla saker. Sen dubbelkollar man alltid men det är ju precis så man jobbar med all information egentligen, så länge det inte kommer från en myndighetskälla. Får man information från någon så ska man alltid kolla upp det på andra ställen.”

Flera av journalisterna som intervjuades lyfter även fram baksidan av sociala nätverkssajter som exempelvis Flashback. De understryker att journalister på traditionella medier har ett etiskt regelverk att förhålla sig till skillnad från människor som skriver på Flashback. Det är även viktigt att inte dras med i information- och publiceringshetsen utan stå för sina egna publiceringar. Jonas Kanje, ansvarig utgivare på Helsingborgs Dagblad, lyfter bland annat trovärdighetsaspekten.

“Jag tycker att det gör jättemycket med trovärdigheten i hela samhället. Vi tävlar inte med Flashback om att avslöja mest detaljer, det är inte vår bransch.”

Martin Ahlquist, ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet, instämmer och förklarar vidare att uppgifter på alternativ media ska behandlas med stor försiktighet.

“Sådant som dyker upp i den typen av trådar eller plattformar kan vara jämförbart med rykten och skvaller på stan.”

Ett perspektiv som tas upp av Jonas Kanje är hur digitaliseringen underlättat tillgången till olika typer av personlig data och hur detta påverkar journalistiken.

“Saker som du tidigare behövt gå till skatteverket och begära ut kan du nu få genom olika databaser som till exempel Ratsit. Och där finns det ju en risk att lagstiftningen blir hårdare för att skydda privatpersoner så att offentlighetslagstiftningen begränsas för att det finns så stora möjligheter med lagens hjälp att begära ut stora mängder data som kan göra viss integritets skada. Det kan man se som en tänkbar baksida. Det är ju lite lurt, lagstiftningen är inte riktigt gjord för de digitala samhället på det viset.”

Kanje lyfter även fram Rättegångspodden och påpekar hur deras tillvägagångssätt kan hota den lagstiftning vi har i nuläget gällande inhämtning av material. Han förklarar det som att podden på ett sätt utnyttjar offentlighetsprincipen genom att begära ut dessa inspelningar, som är offentliga, men sedan sänder det väldigt integritetskränkande materialet rakt ut utan att kontakta anhöriga.

“Det här tror jag är farligt, det riskerar ju att man börjar skrika om att ‘dom här vittnesmålen kan ju inte vara offentliga, dom kan ni ju inte lämna ut, titta vad som händer’. Och så får vi liksom ett slutnare samhälle och då måste man ta det ansvaret när man tänker sig publicera det materialet, att låta bli eller att välja och inte kränka folks integritet på ett onödigt sätt.”

8.2.4 Publicering i papper och på nätet

Några av de intervjuade pratar om skillnaderna mellan publiceringar på nätet och i papper. En av skillnaderna som uppmärksammas är genomslagskraften. I tidningar blir publicitetsskadan numera mindre eftersom publiceringen sker max en gång om dygnet. På nätet däremot sker det många publiceringar konstant vilket också gör att exempelvis en namnpublicering får större genomslag på nätet än i tidningen. I en tidning kan man välja hur man exponerar namn på ett annat sätt än vad man kan på nätet. Maria Kustvik, ansvarig utgivare på Öst Media, utvecklar detta ytterligare och tillägger skillnaden i livslängd.

“Ett dygn är så lång tid på nätet. Något som vi är väldigt noga med idag jämfört med för några år sen är att höra båda sidor. Det måste ju vara väldigt hemskt att bli utpekad och sen

inte få svara direkt utan att svaret kommer efter ett dygn. I tidningsvärlden funkade det innan internet för att det inte gick lika snabbt.”

Mathias Ståhle, kriminalreporter på Svenska Dagbladet, poängterar också att publiceringar får väldigt snabb spridning vilket också ställer krav på att göra rätt från början, trots att man kan ändra i publiceringen i efterhand.

Klas Wolf-Watz, ansvarig utgivare på Ekot, lyfter även fram hur prioriteringarna och arbetssätten har förändrats i och med digitaliseringen.

“Vi har gått från att vara ett radiobolag till att nu vara ett ljudbolag. Vi publicerar ljud på många plattformar, både på radio och i radioappen men även på externa plattformar som Facebook och Twitter. Det har betytt att vi har haft helt andra kompetenser på redaktionerna.”

8.2.5 Analys

Skapar det digitala medielandskapet egna etiska problem och hur hanteras dessa? Gällande inhämtning av material.

Genom vårt resultat framgår det tydligt att internet numera är en självklar publiceringsplattform och att medier har anpassat sig till digitaliseringen. Det framgår även att internet är ett användbart redskap beträffande journalistiska arbetsmetoder. Som vi nämnt i tidigare analysdel är mycket av det journalistiska insamlandet rutinmässigt. Flera av de äldre journalisterna påpekar att arbetet har blivit enklare genom internet. Offentliga handlingar, kontaktuppgifter och allmän efterforskning kräver nu bara ett knapptryck istället för fysiska besök hos tingsrätten eller en telefonkatalog. Enligt vårt resultat har digitaliseringen av medielandskapet inte skapat egna etiska problem gällande inhämtning av material. Majoriteten av de intervjuade journalisterna anser att internet istället har underlättat och skapat nya möjligheter i arbetet som journalist.

Nästintill alla de intervjuade nämnde, ur flera olika perspektiv, publiceringstakten och vilka konsekvenser som den medfört. Vårt resultat visar att en ökad publiceringstakt kan påverka beslutsfattandet, skapa “nyhetsrace” och ställa högre krav på försiktighet vid publicering. Huruvida publiceringstakten påverkar arbetsmetoderna är svårt att svara på. Ett sätt att se på det är att den ökade publiceringstakten är ett resultat av snabbare och effektivare arbetsmetoder. Detta är dock inget som det intervjuade påpekat.

Skapar det digitala medielandskapet egna etiska problem och hur hanteras dessa? Gällande innehåll och publicering.

Enligt de svar vi fått från våra intervjupersoner framgår det att digitaliseringen har medfört ett flertal etiska problem gällande innehåll och publicering som inte fanns innan internets uppkomst.

Den ökade publiceringstakten har gjort att pressen på journalisterna har blivit större. Dessutom har beslutsgången blivit snabbare, både för kriminaljournalisterna men framförallt för ansvariga utgivare. Ett annat problem som understryks av några av de intervjuade journalisterna är att trovärdigheten hotas av snabbheten och att genomslagskraften är mycket större nu jämfört med förr. Ett ytterligare problem som journalisterna själva tar upp kring digitaliseringen är att den snabba publiceringstakten i vissa fall leder till ett ökat nyhetsrace mellan medierna; att man ska vara först ut med en nyhet. Däremot framgår det av våra intervjuer att journalisterna, i större utsträckning, hellre tänker en extra gång.

Flera av journalisterna som deltagit i intervjuerna har också nämnt att de har ständiga diskussioner på redaktionerna om vilka uppgifter som de ska publicera och hur man ska resonera kring publiceringarna som sker på internet. Detta skulle kunna betraktas som en åtgärd som vidtagits i samband med digitaliseringens påverkan på journalistiken.

Ett etiskt problem som är värt att nämna är det som Jonas Kanje lyfter fram angående offentlighetsprincipen. Hur långt borde offentlighetsprincipen sträcka sig? Skillnaden mellan journalistik och Rättegångspodden, som Kanje använder som exempel, är det journalistiska arbetet. Kanje menar på att journalister arbetar etiskt och sällar bort den information som inte är nödvändig vid publicering. Däremot arbetar Rättegångspodden inte efter ett etiskt regelverk och väljer att publicera känsliga uppgifter, trots deras stora mängd lyssnare. Dessa uppgifter går att få ut genom offentlighetsprincipen och dessutom är det en viktig källa för journalister. Kanje ställer sig frågan om lagstiftningen klarar av att missbrukas och om det på sikt kan leda till skärpt lagstiftning.

8.3 Medier

Det tredje temat hänvisar till frågeställningen om olika medier och dess likheter samt skillnader gällande pressetik och arbetssätt. Temats deltema behandlar därför dessa skillnader och likheter. Eftersom intervjuerna i stor utsträckning har fokuserat på pressetik och i viss mån digitaliseringen så har detta tema endast ett deltema.

8.3.1 Likheter och skillnader mellan olika medier

I detta deltema ligger fokus på vilka likheter och skillnader som intervjupersonerna upplever finns mellan olika medier gällande etik, rutiner och arbetssätt.

Genomgående svar visar att det finns skillnader mellan alla medier, även inom de olika kategorierna. Beroende på vilket fokus medierna har i rapporteringen uppstår skillnader. Klas Wolf-Watz, ansvarig utgivare på Ekot och Martin Ahlquist, ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet, lyfter fram att det kan handla om företagskultur och tradition snarare än vilket typ av medium det är. Ett exempel som Kristian Risenfors, kriminalreporter på GöteborgDirekt, nämner är att GöteborgDirekt inte kan konkurrera med Göteborgs Posten när det gäller snabbhet online eller genomarbetade gräv. Istället väljer de att vara “det mest lokala alternativet”. Ytterligare ett exempel som lyfts av Jonathan Jeppsson, nyhetschef på Aftonbladet, är skillnaden mellan Dagens Nyheter och Aftonbladet. Han förklarar att dessa skillnader bottenar i skillnader mellan morgon- och kvällspress men även skillnader i målgrupp och syfte.

“DN har ju valt bort det här med snabba nyheter och vill satsa mer på sin helt egna journalistik. Vi vill ju spela på fler strängar än vad DN vill. Vi vill ju kunna ha mycket sport exempelvis och vill kunna ha en del nöjesnyheter blandat med det tunga materialet.”

Några av de intervjuade journalisterna lyfter att Sveriges Radio har ett starkare etiskt förhållningssätt. Bland dessa är Sofia Sofroniadou, kriminalreporter på P3 Dokumentär och Valentina Xhaferi, kriminalreporter på Efterlyst.

“Kvällstidningar vill vara först och då kanske det inte alltid spelar någon roll om de är helt korrekta, utan de vill vara först. Medan Sveriges Radio, DN, nu kan jag bara uttala mig för Sveriges Radio där jag har varit, men där resonerar man att vi liksom vill veta först. Vi vill ha bekräftat först och sen går vi ut med nyheten. Vi är gärna först, men vi ska veta att det vi säger stämmer, att det är sant.” – Sofia Sofroniadou

“Under mina år så tycker jag att Ekot är väldigt bra på att diskutera och ifrågasätta beslut, det kan vara, varför går vi inte ut med namn, varför går vi inte ut med stad eller område och hur tänker vi kring de här frågorna.” – Valentina Xhaferi.

Som motpol till ovanstående menar Evalisa Wallin, kriminalreporter på I lagens namn, snarare att public service inte ligger i framkant när det gäller vissa delar inom etik. Hon förklarar att de bland annat inte är lika bra på att kontakta anhöriga.

“På kvällstidningarna finns det väl en princip om att man alltid ska försöka höra av sig till anhöriga och om de inte vill medverka kan man ändå fråga om det är något de vill meddela eller någon annan person man ska prata med. Även om kvällstidningarna kan anklagas för att vara snaskiga och närgångna så har de ändå, det finns ändå, skulle jag säga, lite bättre rutiner för att ta den typen av jobbiga samtalen.”

8.3.2 Analys

*Vilka skillnader finns det mellan olika medier gällande pressetik och arbetssätt?
(Morgontidningar, kvällstidningar och public service)*

I grund och botten finns det inga större etiska skillnader mellan de olika medierna. Det enda som utmärker sig är att kvällstidningarna vill testa de etiska gränserna och är därför mer strikta med etiken. En jämförelse kan därmed vara att man tolkar de etiska reglerna mer eller mindre strikt. Några av de intervjuade journalisterna nämner att det snarare handlar om företagskultur, tradition, mål och syfte än vilket medium man jobbar på.

Sofia Sofroniadou, Valentina Xhaferi och Klas Wolf-Watz menar att Sveriges Radio har ett starkare etiskt förhållningssätt än exempelvis kvällstidningar. I grund och botten handlar det om att de olika medierna har olika mål. Kvällstidningar vill vara snabbast och ha den bredaste målgruppen, medan Sveriges Radio vill veta allt först och få det bekräftat innan något sänds i radion.

Till skillnad från Sofia Sofroniadou, Valentina Xhaferi och Klas Wolf-Watz menar Evalisa Wallin att public service inte ligger i framkant när det handlar om att kontakta anhöriga, vilket hon påpekar att kvällstidningarna är duktiga på. En anledning till varför kvällstidningarna är duktiga på att ta kontakt med anhöriga kan bero på att de bedriver en mer sensationsinriktad journalistik. Detta kan resultera i att de tänjer på de etiska gränserna och därför har en striktare rutin än public service. Public service är inte lika beroende av publik och läsare som kvällstidningar är.

8.4 Analys ansvariga utgivare

Vår frågeställning gällande hur ansvariga utgivare resonerar kring pressetik idag presenteras som en avslutande del i detta kapitel. Den besvaras endast med en analysdel som kopplar samman ansvariga utgivare med alla teman.

Hur resonerar ansvariga utgivare kring pressetik idag?

De svar vi har fått visar att pressetiken inte skiljer sig mellan ansvariga utgivare och kriminaljournalister. Alla har mer eller mindre nämnt att pressen på dem har blivit större i samband med digitaliseringen. Ansvariga utgivare understryker också att besluten skiljer sig åt från fall till fall vilket gör det svårt att besvara frågan. Däremot förs det många och likartade diskussioner på redaktionerna runt om i landet.

Utifrån intervjuerna kan vi se att de ansvariga utgivarna är väldigt kunniga och uppdaterade kring pressetiska frågor och beslut. Flera av dem har även haft tidigare chefspositioner och

har en stor erfarenhet inom yrket. Under intervjuerna framgick det tydligt att den ansvariga utgivaren är beslutsfattande och även har sista ordet innan en känslig publicering. De publiceringar som är mer rutinmässiga och mindre känsliga når nödvändigtvis inte den ansvariga utgivaren. Det är oftast dessa som fälls hos Pressombudsmannen alternativt Granskningsnämnden. Martin Ahlquist poängterar att större granskningar och reportage oftast genomgår en egen granskning på redaktionen innan publicering. Detta kan vara en förklaring på varför slarvfel ofta slinker igenom.

Många av journalisterna lyfter fram vikten av att vara oberoende och att man ansvarar för sin egen publicering. Bara för att andra har publicerat något betyder det inte att det är fritt fram.

Utifrån våra intervjuer framgår det inte någon större skillnad mellan ansvariga utgivares diskussioner på olika medier. Alla lyfter fram bland annat oberoende, saklighet och försiktighet som några grundpelare. Samtliga intervjuade ansvariga utgivare lyfter att det är viktigt att vara noga med etiken idag oberoende av digitaliseringen.

9 Slutdiskussion

I detta kapitel presenteras våra slutsatser genom att kort besvara studiens forskningsfrågor. Därefter följer ett avsnitt som knyter an svaren till teorierna. Kapitlet avslutas med reflektioner kring studien och förslag till vidare forskning.

9.1 Slutsatser

9.1.1 Vilka etiska problem kännetecknar kriminaljournalisternas arbete?

a) Gällande inhämtning av material?

Flera av intervjupersonerna upplever inte att etiska dilemman uppkommer vid inhämtningen av material. Ett genomgående svar är att arbetsmetoderna är en relativt självklar rutin och att reflektionerna över etiken i det stadiet inte är djupgående. De etiska dilemman som kan uppkomma rör oetiska arbetsmetoder och källskydd. De arbetsmetoder som nämnts är enligt intervjupersonerna alltid noga genomtänkta, försvarbara och används i väldigt låg utsträckning.

b) Gällande innehåll och publicering?

De etiska dilemman som kännetecknar kriminaljournalistiken är bland annat namnpublicering, detaljer om brottet och inblandade samt allmänintresse och publicitetsskada. Dessa ingår i en traditionell process som hanterar brottsfall och dess eventuella pressetiska dilemman på ett genomgående sätt. Resultatet visar att det finns skilda resonemang gällande hur man som journalist ska tänka angående pressetik och försiktighet.

9.1.2 Skapar det digitala medielandskapet egna etiska problem? Hur hanteras dessa?

a) Gällande inhämtning av material?

Studiens resultat visar att digitaliseringen av medielandskapet inte skapar egna etiska problem gällande inhämtningen av material. Enligt majoriteten av de intervjuade journalisterna har internet istället underlättat och skapat nya möjligheter i arbetet som journalist.

b) Gällande innehåll och publicering?

Enligt de svar vi fått från våra intervjupersoner framgår det att digitaliseringen har medfört ett flertal etiska problem gällande innehåll och publicering som inte fanns innan internets uppkomst. Pressen på journalisterna har ökat markant på grund av den höga publiceringstakten. Dessutom visar våra resultat att journalisterna tycker att trovärdigheten

hotas av snabbheten och att artiklar får numera större genomslagskraft och spridning jämfört med publiceringar innan internet fanns. Nyhetsrace, som alltid funnits, mellan de olika medierna har ökat i samband med digitaliseringen. Som vi nämnt i tidigare kapitel har det även lyfts fram frågor gällande offentlighetsprincipen och hur lagstiftningen kring den kan ha en påverkan på samhället i framtiden. Kommer missbrukandet av offentlighetsprincipen leda till att lagstiftningen skärps? Svaren vi har fått av journalisterna visar också att alla redaktioner har ständiga diskussioner kring etik och att det är en stor del av det vardagliga arbetet.

9.1.3 Vilka skillnader finns det mellan olika medier gällande pressetik och arbetssätt? (Morgontidningar, kvällstidningar och public service)

De skillnader som förekommer mellan olika medier berör bland annat etisk gränsdragning, tolkning av pressetik och typ av medium. Resultatet visar att kvällstidningar har en tradition av att tänja på de pressetiska spelreglerna. Samtidigt visar resultatet att public service är mer återhållsamma och försiktiga. Resultatet visar även att kvällstidningarna, enligt några journalister, i större utsträckning hör av sig till anhöriga, till skillnad från public service. Om man ser det från de anhörigas perspektiv är den vanligaste uppfattningen däremot att vissa journalister på kvällstidningar kan vara väldigt påträngande ibland. Anledningen till varför public service inte kontakter anhöriga i samma utsträckning är för att visa respekt och hänsyn.

9.1.4 Hur resonerar ansvariga utgivare kring pressetik idag?

Alla de intervjuade ansvariga utgivare förklarar att digitaliseringen har bidragit till att pressen på dem har blivit större. Det är svårt att besvara hur ansvariga utgivare resonerar kring pressetik idag eftersom det skiljer sig från fall till fall. De flesta intervjuade ansvariga utgivare argumenterar för att redaktionerna är bra på att diskutera stora frågor kring pressetik idag och att publiceringar som de oftast blir fällda för främst handlar om slarvfel. En viktig aspekt som alla de intervjuade lyfter fram är att man som ansvarig utgivare ansvarar för sin egen publicering.

9.2 Teorianknytning

Vårt resultat visar att pressetiken idag är en viktig och respekterad grundpelare hos de intervjuade journalisterna och på deras arbetsplatser. Likt våra intervjuer genomsyras denna studie av pressetik och dess olika perspektiv. Att döma efter resultatet så finns det flera faktorer som påverkar det svenska medielandskapet, två av dessa är kommersialisering och digitalisering. Vårt tidigare antagande om att journalister och ansvariga utgivare upplever det svårare att navigera sig i dagens digitaliserade medielandskap har visat sig inte stämma. En

högre publiceringstakt och klick-nyheter påverkar, enligt vårt resultat, inte de pressetiska värderingarna i någon större utsträckning. Däremot påverkas själva tillämpningen av pressetiken genom att besluten måste tas snabbare vilket i vissa fall kan leda till slarvfel. Likaså har vår hypotes angående kommersialiseringen inte besvarats av de intervjuade. Detta knyter an till teorikapitlet där vi diskuterar om att mjuka nyheter ökar i flödena och att hårda nyheter minskar.

9.2.1 Kommersialisering

Under våra intervjuer förvånades vi över att våra intervjupersoner anser att den klick-drivna journalistiken verkar vara passé. Majoriteten av de intervjuade påpekade att deras redaktioner alltmer jobbar med kvalitetsjournalistik snarare än med snabba och "klickvänliga" nyheter. Däremot visar också resultatet att klick-journalistik är ett sätt att tjäna pengar för att sedan ha goda ekonomiska förutsättningar för att kunna göra bra kvalitetsjournalistik. Det är tydligt att det är den granskande och egenproducerade journalistiken som genererar prenumerationer och läsare. Flera av de intervjuade hävdar dock att det krävs lätta och "klickvänliga" nyheter för att ha råd att finansiera den egenproducerade journalistiken.

Större granskande reportage och människoöden är populärt bland publiken, detta enligt majoriteten av de intervjuade. Detta resultat går emot det tidigare antagandet om att mjuka nyheter, såsom kultur, underhållning och kändisar, tar större plats i flödet (Strömbäck & Jönsson, 2005). Resultatet visar istället att publiken gärna betalar för egenproducerad journalistik, gärna granskande reportage om myndigheter och samhället.

I kapitlet om tidigare forskning diskuterar Strömbäck och Nord (2004) de demokratiska krav som en demokrati ställer på journalistiken, nämligen att journalistiken i demokratins tjänst ska informera samhället, både medborgare och folkvalda politiker. Våra tidigare nämnda uppgifter visar att dessa ideal och krav uppfylls från de intervjuade journalisterna och deras arbetsplatser.

9.2.2 Digitalisering

Slutsatserna som vi kan dra utifrån vårt resultat är att digitaliseringen inte har påverkat pressetiken idag. Vi kan däremot se likheter i vårt resultat med tidigare forskning och teorier om digitalisering. I detta avsnitt kommer vi att diskutera och koppla resultatet till tidigare forskning om plattformar, arbetssätt och rutiner, snabbhet, namnpublicering och försiktighet.

Gällande nyhetskonkurrens går vårt resultat i linje med tidigare internationella och svenska studier. Som vi nämnt i teorikapitlet har det ökade antalet medier och utbud i dessa lett till att

konkurrensen mellan medierna har ökat (Gunter, 2003). Detta kan vi också se i vårt resultat då flera journalister nämnt att konkurrensen blivit mer påtaglig.

Enligt Schori (2016) kan det vara svårt att vara snabbast, mest korrekt och visa hänsyn på en och samma gång i ett digitaliserat mediesamhälle. Nyheternas tempo är högre idag och artiklarna finns bara ett klick bort. Vårt resultat visar att ansvariga utgivare upplever snabbheten som något pressat. Allt går mycket snabbare idag, speciellt för medier som riktar sig till händelsenyheter. Schori förklarar vidare att de etiska besluten måste tas snabbare idag och att det i vissa fall kan leda till etiska övertramp. Vårt resultat visar dock att det, enligt våra intervjuade journalister, sällan handlar om stora etiska övertramp utan mer om slarvfel i mindre publiceringar (Schori, 2016).

Strömbäck (2015) skriver om teorin "gatekeeping" och menar att det finns tre olika grindar som handlar om nyhetsvärdering, rutiner och medielogik. Han menar att arbetsprocessen för en journalist har blivit annorlunda idag eftersom allt ska ut snabbare. Det är vanligare att man publicerar en artikel och utvecklar den allt eftersom (Strömbäck, 2015). I vårt resultat kan man se att de flesta intervjuade journalisterna publicerar en händelsenyhet snabbt för att sedan utveckla den mer efteråt. Det skiljer sig dock lite mellan de olika medierna då alla inte tänker likadant och strävar efter samma mål. I resultatet kan vi se att fler väljer att inte publicera en artikel för snabbt, utan hellre väntar och vill få allt bekräftat innan.

Vidare förklarar Schori (2016) att internet är kraftfullt och gör att artiklar får en snabb spridning. Något han poängterar är att man ska vara försiktig när det kommer till namnpublicering och detaljer om personer. Detta för att det inte ska bli en för stor publicitetsskada (Schori, 2016). I vårt resultat finner vi likheter mellan Martins Schoris resonemang eftersom namnpublicering och detaljer om personer är något som diskuteras på redaktionerna kontinuerligt. Många av de intervjuade journalisterna menar att det ska finnas ett tillräckligt stort allmänintresse för att man ska publicera namn och flera detaljer. Resultatet visar att de flesta intervjuade journalisterna väljer att avstå från namnpublicering i många fall just för att artiklar lever kvar längre idag till skillnad från förr.

I kapitlet om tidigare forskning nämner vi också hur digitaliseringen bidragit till att nya arbetsätt och rutiner skapats. Kellie Riordans studie (2014) visade att journalister måste göra fler källhänvisningar och att man måste ha mer koll på källkritiken i ett digitaliserat mediesamhälle, vilket också framgick i våra intervjuer med journalisterna. Den främsta anledningen är att man idag har fler informationskällor att ta hänsyn till. De har understrukt att de nya plattformarna och sociala medierna lett till att källkritiken har skärpts och att hanteringen av källor på det sättet har förändrats.

Enligt Susanne Wigorts Yngvesson (2006) kan begreppet konsekvensneutralitet vara ett svårt koncept att följa som journalist i ett digitaliserat samhälle. Dels för att det finns väldigt mycket felaktig information på sociala medier men också för att konkurrensen mellan medierna är väldigt stor. Våra intervjupersoner har understrukit att de är noggrannare med etiken idag, vilket skiljer sig från Wigorts Yngvesson resonemang, som menar att man ibland kanske förbiser de etiska reglerna på grund av bland annat hård konkurrens. Däremot kan man fråga sig hur man kan vara noggrannare med etiken i ett snabbt och digitaliserat samhälle där man har betydligt många fler faktorer att ta hänsyn till.

9.3 Reflektioner kring studien och framtida forskning

Under uppsatsens gång har vi lärt oss mycket om pressetik, journalistiska rutiner och kriminaljournalistik. Vi har även fått en djupare förståelse för hur journalister resonerar kring pressetiska frågor och dilemman. Ett etiskt beslut är sällan lätt och det finns nästan alltid flera perspektiv att ta i beaktning. Trots att man inte kan generalisera våra resultat till hela journalistkåren kan vi se tydliga indikationer på att det finns stora likheter i de intervjuade journalisternas resonemang kring pressetik. Att samtliga av de intervjuade inte tummade på pressetiken, om inte absolut nödvändigt, går inte att missta. Det är även tydligt att respekten för pressetik genomsyrar nyhetsrapporteringen på de förekommande redaktionerna. Vi märkte snabbt i vårt intervjuarbete att svaren liknade varandra. Exempel på pressetiska missar var även dem snarlika. I vissa fall togs samma exempel upp från olika intervjupersoner. De dilemman som förekommer i vårt resultat är dilemman som har funnits länge. De är även dilemman som de pressetiska reglerna behandlar. De 18 journalister som intervjuades representerar inte Sveriges hela journalistkår. De visar dock på att den svenska journalistkåren är en stark homogen grupp med liknande resonemang kring pressetiska dilemman och hur dessa kan hanteras. Det är en yrkeskår som på snarlika sätt arbetar med och utvecklar journalistiken i linje med samhället.

Till en början trodde vi att pressetiken var i förändring. Kanske på grund av det snabba tempot på redaktionerna eller all den information som flödar ute på sociala nätverk. Vi var förväntansfulla på att få diskutera hur pressetiken påverkats av detta. Det har dock visat sig att det är inte pressetiken som förändras, det är argumentationen och beslutsfattandet som förändras. De etiska hållpunkterna stannar och förblir respekterade.

Studien har väckt flera frågor hos oss. Den praktiska användningen av etik är alltid relevant inom journalistyrket. Journalister är bra på att granska samhället men vem granskar journalisterna och deras arbete? Eller kan man vara för försiktig med etiken? Som några av de intervjuade påtalade är det viktigt att inte vika sig vid känsliga publiceringar. Ytterligare frågor huruvida pressetiken möter samhället är intressant. Den återhållsamhet som

pressetiken består av trotsas i öppna forum av anonyma användare. Att därför vända på perspektivet och istället prata med vanliga människor om pressetik hade varit intressant.

För att fortsätta vårt arbete hade man kunnat genomföra ytterligare intervjustudier. Dessa hade istället fokuserat på olika medier mer djupgående eller olika genrer inom journalistiken, exempelvis sport och kriminaljournalistik. I vår studie tar vi upp vissa skillnader mellan olika medier men det skulle också vara intressant att exempelvis jämföra SVT och TV4. Det hade också varit intressant att få en bättre representation för kvällspressen då den endast representeras av Aftonbladet i vår studie.

10 Källförteckning

10.1 Böcker

Djalaie, Rouzbeh ., Hammarlin, Mia-Maria., Hanson, Nils., Huitfeldt, Jörgen., Johansson, Bengt., Jutterström, Christina., & Lagercrantz, Anne. (2019). *13 vassa frågor i journalistik*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Ekström, Mats & Johansson, Bengt. (red) (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Wägnerud, Lena. (2016). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik.

Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Wägnerud, Lena. (2017). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik.

Funcke, Nils. (2016): *Att Publicera*. Lund: Studentlitteratur.

Gunter, Barrie. (2003). *News and Net*. London by Routledge.

Hamilton, James T. (2004): *All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*. New Jersey, USA: Princeton University Press.

Karlsson, Mikael & Strömbäck, Jesper. m.fl (2015): *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur AB.

Larsson, Sam., Lilja, John., Mannheimer Katarina (2005): *Forskningsmetoder i socialt arbete*. Lund: Studentlitteratur AB

Nord, Lars & Strömbäck, Jesper. m.fl (2012): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur AB.

Pollack, Ester. (2001): *En studie i medier och brott*. Stockholms universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.

Schori, Martin. (2016) *Online Only – allt du behöver veta för att bli morgondagens journalist*. Stockholm: Carlssons bokförlag.

SOU (2016:30) *Människorna, medierna & marknaden*, Stockholm: Elanders Sverige AB.

Stiftelsen Institutet för mediestudier & Wadbring, Ingela. (2012). *Journalistikens kommersialisering – mera myt än sanning?* Mölnlycke: Elanders Sverige AB.

Weibull, Lennart., Wadbring, Ingela., Ohlsson, Jonas. (2014) *Massmedier*, Falun: Ekerlids Förlag.

Weibull, Lennart., Wadbring Ingela., Ohlsson., Jonas. (2018) *Det svenska medielandskapet*. Stockholm: Liber.

10.2 Studier

Barzilai-Nahon, Karine. (2008) *Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Framework for Exploring Information Control*. (Paper, 2008) USA: University of Washington.

Börjesson, Britt. (1988). *Brott och publicitet under 1900-talet*. (Paper 1988) Göteborg: JMG. https://jmg.gu.se/digitalAssets/1564/1564728_37ga-brott-och-publicitet.pdf

Gustavsson, Frida & Olofsson, Evelina. (2015) “*Det moderna tidningsbudet*” *En kvalitativ studie om nyhetsförmedling på sociala medier*. (Paper 2015) Göteborg: JMG.

Högvist, Erik. (2011) *Strategiska svårigheter i dagens mediasamhälle - En kvalitativ studie av lokala medierorganisationers strategier i förändringsprocesser*. (Paper 2011) Karlstad: Karlstads Universitet.

Riordan, Kellie. (2014). *Accuracy, independence and impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age*. (Paper, 2014). UK: University of Oxford.

Strömbäck, Jesper & Jönsson, Anna-Maria. (2005). *Nyheter i konkurrens - Journalistikens kommersialisering?* (Paper, 2005). Ålborg: Nordiska Medieforskarkonferensen.

Wigorts Yngvesson, Susanne. (2006) *Den moraliska journalisten*. Doktorsavhandling. Stockholm: Uppsalas universitet.

10.3 Hemsidor

“Komersiell”. 2019. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2019-11-19 från <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/kommersiell>

Pressens Opinionsnämnd. 2019. *Etiska regler för press, TV och radio*. Hämtad 2019-10-17 från <https://po.se/presetik/>

Deahl, Rachel. (2019, 07 november). Soft News vs Hard News [Blogginlägg]. Hämtad 2019-11-07 från <https://www.thebalancecareers.com/hard-news-how-does-it-differ-from-other-types-2316022>

Svenska Journalistförbundet. 2019. *Spelregler för press, radio och tv*. Hämtad 2019-11-19 från <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/spelregler-press-radio-och-tv>

Bilaga 1: Intervjumanual

Generella frågor till samtliga intervjupersoner:

Berätta om dig själv som journalist! Hur länge har du jobbat som krimreporter/ansvarig utgivare? På vilka arbetsplatser har du jobbat? Vilken är din huvudsakliga arbetsuppgift? Vilken utbildning har du?

Frågor om etik:

Vilka etiska problem upplever du i ditt vardagliga arbete?

a) Gällande inhämtning av material? (Utveckling av frågan, t.ex: hur du gör research, intervjuer eller skaffar material)

b) Gällande innehåll och publicering? (Utveckling av frågan, t.ex: vad du väljer att ha med i storyn, namnpublicering, ålder, eller personliga detaljer)

Kan du koppla dessa problem till den snabba och digitaliserade journalistiken?

Arbetar du och din redaktion utefter någon policy kring pressetik?

Hur diskuterar ni pressetik på redaktionen?

- Vilka dilemman diskuteras?

- Hur hanteras dessa?

Hur skiljer sig diskussionerna på de olika medier du har jobbat på? (Ställs till de som har jobbat på flera medier)

Specifika frågor om etik till ansvariga utgivare:

Upplever du att beslutfattandet har förändrats?

Är det något som du nu i efterhand tycker blev fel?

Kan du nämna en svår etisk övervägning du behövt hantera?

Frågor om journalistiken på nätet:

Kan du ge exempel på hur internet påverkat ditt arbete

a) Gällande inhämtning av material

b) Gällande innehåll och publicering

Hur förhåller du dig till information som publicerats på nätet först?

Frågor om kommersialisering (Relevanta nyhetsmedier)

Hur arbetar ni med att locka till er läsare/publik/lyssnare/tittare?

- Vilka typer av nyheter dominerar flödet?

Avslutningsvis

Är det något du vill diskutera eller ta upp? Något vi missat?

Bilaga 2: Intervjupersoner

Anders Nilsson, Nerikes Allehanda

Har jobbat som journalist sedan 1980-talet.

Har haft olika chefsroller i 25 år.

Varit ansvarig utgivare i elva år som chefredaktör och publisher. Innan dess var han chefredaktör och stf ansvarig utgivare i åtta år.

Är chefredaktör sedan tre år tillbaka på Nerikes Allehanda.

Har tagit enstaka kurser inom journalistik.

Joakim Fransson, GöteborgDirekt

Har jobbat som journalist de senaste 30 åren.

Har jobbat med redigering, nöje, kvällspress, dagspress på bland annat TV4, SVT och SR.

Är sedan tre år tillbaka ansvarig utgivare på GöteborgDirekt.

Har ingen journalistutbildning.

Jonas Kanje, Helsingborgs Dagblad

Har jobbat som journalist i 25 år.

Har haft olika roller inom journalistik, jobbat mycket med lokalpress.

Är idag chefredaktör och ansvarig utgivare sedan fyra år tillbaka på Helsingborgs Dagblad

Gick en journalistutbildning på Mittuniversitet i Sundsvall, 1990.

Maria Kustvik, Öst Media

Har jobbat i över 20 år som journalist.

Har jobbat på bland annat: Expressen, Aftonbladet, Norrländskan och Östgöta

Correspondenten. Har jobbat med bland annat redigering, radio, featurechef och nyhetschef.

Är sedan ett år ansvarig utgivare för Öst Media.

Läst statsvetenskap och journalistik för akademiker.

Martin Ahlquist, Svenska Dagbladet

Har minst 20 år i branschen.

Har bland annat arbetat för Sveriges radio, Corren, Godmorgon, världen! och Expressen.

Varit chefredaktör på sin egen finansstidning i tio år, suttit med i Pressens opinionsnämnd i sex år.

Är idag ställföreträdande ansvarig utgivare på Svenska Dagbladet sedan ett år tillbaka.

Är nationalekonom i grund och botten.

Mikael Rothsten, Nya Wermlands-Tidningen

-

Har haft olika roller på Nya Wermlands-Tidningen, bland annat redaktionschef.

Är idag ansvarig utgivare sedan 2014.

Har ingen utbildning i journalistik men i ekonomi och statsvetenskap.

Klas Wolf-Watz, Ekot

Började som praktikant på Sveriges Radio 1996.

Har tidigare varit reporter, producent, programledare och planerare på ekot.

Är idag tillfällig Ekochef och ansvarig utgivare. Är vanligtvis publiceringschef.

Har gått JMK i Stockholm men har ingen examen.

Ann Törnkvist, SVT

Har varit reporter sedan 2009.

Har bland annat jobbat med veckotidning, dagstidning och på Svenska Dagbladet, Ekot, P4 Stockholm och Veckans brott.

Är även författare.

Är idag inslagsproducent för SVT.

Gick på journalisthögskolan i New York Colombia.

Evalisa Wallin, bland annat I lagens namn

Jobbat som journalist sedan 2004.

Jobbat mycket med nyhetsjournalistik och kriminaljournalistik.

Jobbat för P4 Dalarna, Dalarnas tidning, Arbetarbladet, Gefle Dagblad och för båda kvällstidningarna.

Jobbar just nu som frilansare för olika produktionsbolag inom tv och radio.

Gick på JMG i Göteborg.

Johanna Bäckström Lerneby, Aftonbladet

Jobbat som journalist sedan 2003.

Jobbat bland annat på Norrbottens-Kuriren, Sporten, Göteborgs-Posten, Uppdrag granskning och SVT.

Är även författare.

Är just nu på Aftonbladet sen två och ett halvt år tillbaka.

Outbildad.

Jonathan Jeppsson, Aftonbladet

Varit journalist sedan 1990-talet.

Är idag på Aftonbladet sedan 20 år tillbaka.

Har jobbat på Sportbladet i tio år. Som nyhetschef, helgchef, samhällschef och nu nyhetschef.

Gått journalistlinjen vid Skorups Folkhögskola

Kristian Risenfors, GöteborgDirekt

Jobbat som journalist i sju år.

Är idag webbredaktör och reporter på GöteborgDirekt.

Har tidigare jobbat på, TV4, SVT och SR.

Gick utbildning på Ljungskile folkhögskola.

Mathias Ståhle, Svenska Dagbladet

Har varit journalist sedan 1998.

Jobbat mycket på lokaltidning, bland annat Sala Allehanda, Avesta Tidning och Vestmanlands Läns Tidning, och Eskilstuna Kuriren. Även jobbat åt Expressen.

Är sedan ett år tillbaka på Svenska Dagbladet.

Är just nu reporter på SvD.

Journalistutbildning på Uppsala universitet.

Nicole De Bouczan Nya Wermlands-Tidningen

Varit journalist sedan 1990-talet.

Varit på Karlstads-Tidningen, GT ("Idag" då) och Värmlands Folkblad.

Varit bland annat allmän- och polisreporter, redaktör för helgmagasin

Är nu polisreporter och nyhetschef var femte helg på NWT.

Gick informationslinjen på högskolan i Karlstad.

Ola Lindqvist, Uppsala Nya Tidning

Jobbat som journalist sedan 1989.

Jobbat på Uppsala Nya Tidning och Sala Allehanda.

Arbetar nu med att bevaka domstolar och byggfrågor.

Fil kandidatexamen i statsvetenskap och "spridda ämnen".

Sofia Sofroniadou, bland annat P3 Dokumentär

Har sedan 2005 varit journalist.

Jobbat på bland annat Efterlyst, SVT, Bonniers Tidskrift och P3 Dokumentär.

Är frilansande journalist.

Utbildning i journalistik på Södertörns högskola.

Stefan Hazianastasiou, Nerikes Allehanda

Har varit journalist sedan 2008.

Har jobbat på Nerikes Allehanda och drivit egen nyhetstjänst.

Jobbar med kriminaljournalistik sedan två år tillbaka.

Utbildning i journalistik på Mittuniversitet Sundsvall.

Valentina Xhaferi, Efterlyst

Jobbat som journalist i tio år.

Fick under utbildningen jobb på TV4 i Luleå. Även jobbat på Efterlyst, SVT, Ekot och lokala tidningar och radiostationer.
Påbörjad utbildning i Piteå.