

JMG

Examensarbete i medie- och
kommunikationsvetenskap

2012-05-31

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation
www.jmg.gu.se

”Det sitter i ryggmärgen”

En kvalitativ studie om bloggande frilansjournalister

Författare: Caroline Hanner & Rebecca Johansson
Handledare: Nicklas Håkansson
Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

| | |
|---------------------------|--|
| Titel | ”Det sitter i ryggmärgen” – En kvalitativ studie av bloggande frilansjournalister |
| Författare | Caroline Hanner & Rebecca Johansson |
| Kurs | Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap, Göteborgs universitet |
| Termin | Vårterminen 2012 |
| Handledare | Nicklas Håkansson |
| Uppdragsgivare | Ulrika Hedman, JMG |
| Sidantal | 46 sidor (exklusive bilaga) |
| Antal ord | 17 584 ord |
| Syfte | Syftet med uppsatsen är att undersöka hur frilansande journalister som bloggar resonerar kring sitt bloggande i förhållande till sin journalistroll. |
| Metod och material | Sex kvalitativa respondentintervjuer |
| Huvudresultat | Denna studie har visat att dessa frilansjournalister bloggar för att marknadsföra sig själva, kunna påverka, hålla sig uppdaterade, det är ett fritt medium, kunna interagera med sina läsare samt att de finner det roligt. De tycker att de pressetiska reglerna ska och bör appliceras på bloggen. Detta för att ha förtroende hos läsarna. Dock är de motsägelsefulla i sina svar, och faktorer som tidspress och liknande gör att det inte alltid tycks vara lika lätt och självklart i praktiken. De är alltid i tjänst, privatliv och arbetsliv är tätt sammankopplat men detta beror inte på bloggen utan det är snarare det faktum att de är frilansjournalister. De håller det privata utanför bloggen och skulle aldrig skriva om vare sig sin katt eller sitt sexliv. Detta främst inte för att det är för privat utan snarare för att de tycker att det inte passar in i bloggen. |
| Key words | <i>Frilansjournalister, bloggar, etik, funktion, de-professionalisering, offentligt, privat, journalistroll, sociala medier, journalistroll.</i> |

Executive Summary

Denna kandidatuppsats är skriven på uppdrag av Ulrika Hedman som är doktorand vid JMG, Göteborgs universitet. Vårt uppdrag var att studera journalistik och bloggar, och detta mynnade ut i att syftet för med denna uppsats blev att *undersöka hur frilansjournalister som bloggar resonerar kring sitt bloggande i förhållande till sin journalistroll*. Internet och sociala medier har skapat nya förutsättningar för mediebranschen där bland annat bloggar har förändrat journalistens arbetsituation. Vissa använder det i sitt yrke, andra för privat bruk. Gränsen mellan den privata och offentliga sfären kan därför ha blivit mer diffus. Det är inte alltid självklart när det handlar om journalistik och när det handlar om privat bloggskrivande. Hur journalistetik och ideal ska hanteras är därför oklart. Då journalistiken har en demokratisk särställning i samhället är detta därför intressant att undersöka.

Frilansjournalister är en speciell grupp då de är beroende av att få nya uppdrag och därför behöver göra sig synliga och attraktiva för potentiella uppdragsgivare. Att arbeta som frilansjournalist kan också påverka huruvida det existerar en tydlig gräns mellan arbetsliv och privatliv. Sett till tidigare forskning är utbudet på området inte speciellt omfattande då fenomenet är förhållandevis nytt och forskningen har fokuserat på redaktionsbundna journalister. Att denna uppsats fokuserar på frilansjournalister gör att den tillför och fyller en lucka i forskningen kring journalistik och bloggar.

Utifrån syftet formulerades följande frågeställningar:

1. Varför bloggar de frilansande journalisterna?
2. Hur ser de frilansande journalisterna på de etiska överväganden de gör när de bloggar jämfört med när de arbetar med redaktionellt material?
3. Hur resonerar de frilansande journalisterna kring bloggande i förhållande till sitt arbetsliv och sitt privatliv?

Den teoretiska utgångspunkten i studien är främst Gunnar Nygrens forskning kring journalistiken och den de-professionalisering av yrket han tycker sig se. Detta då arbetsdelningen blivit mer otydlig, internet har brutit kunskapsmonopolet, professionens institutioner har blivit svagare och kommersiella drivkrafter påverkar altruismen, att journalisten inte längre sätter allmänhetens bästa före sitt eget. Forskning visar att de nya medieformerna har en del i detta. Dessutom förväntas journalisterna vara mer multikompetenta än tidigare. Det enda som talar för en professionalisering är att allt fler journalister i dag har en journalistisk utbildning. Nygren kompletteras i sin tur av teori om journalistiska ideal och etik, förhållandet mellan journalistik och bloggar, och gränsen mellan privat och offentligt.

Metoden som använts för insamling av empiriskt material är kvalitativa respondentintervjuer. De gjordes med sex journalistutbildade frilansjournalister som hade

en aktiv blogg och bodde i Göteborgsområdet. Bloggarnas inriktning och huruvida de var skrivna på uppdrag eller inte varierade. Även ålder och kön hade någorlunda spridning.

Resultaten visar på att den främsta anledningen till att blogga är för att marknadsföra sig själva. Men även för att påverka, för att bloggen är ett fritt medium, för att hålla sig uppdaterad, för att interagera med publiken och för att det är roligt. De är överens om att de pressetiska reglerna ska och bör appliceras även på bloggen, främst för att de ska behålla sin trovärdighet. Dock är svaren ibland splittrade och i praktiken kan inte alltid deras etiska principer följas i bloggen. Där har svaren också visat på en problematik som inte enbart är kopplat till bloggen, många av de dilemman som existerar kring pressetik existerar även i andra medier. Alla förutom en bloggare i rollen som frilansjournalist, de skriver inte om sitt privatliv men mer för att det inte hör till ämnet än att de inte kan. Respondenterna anser att privatliv och arbetsliv är mycket tätt sammankopplat, men detta beror på deras arbetssituation och det faktum att de är frilansare. Det är inte bloggen som påverkar detta. Genomgående kan sägas att många av de brister som finns på bloggen även finns i annan journalistik, och de påverkades i hög grad av att de är just frilansjournalister.

Att marknadsföring är den viktigaste anledningen är inte förvånande med tanke på deras arbetssituation, de måste skapa ett varumärke och synas för att få nya uppdrag. Etiken visade på att bloggar till viss del är en gråzon. Detsamma gäller när det kommer till offentligt och privat, vilket gör att läsarna måste vara lite mer uppmärksamma för att se vad som är egna åsikter och vad som är journalistik. Det gör också att det är svårt att se när de etiska reglerna ska tillämpas. En problematik uppstår när ideal och praktik går isär. Detta är dock ett problem rent allmänt inom journalistiken och inte främst kopplat till bloggande journalister. Bloggen har till viss del bidragit till den de-professionalisering som Nygren ser. Dock har bloggen också funktioner som kan hjälpa till att skapa en mer öppen och transparent journalistik.

Förslag på fortsatt forskning är bland annat att titta närmare på bloggande journalister i relation till den lagstiftning som existerar samt journalisters syn på etik i bloggar jämfört med vanliga privata vardagsbloggare. Även om resultatet i denna studie inte är generaliserbart ger det en intressant inblick i ett ännu ungt utforskat område.

Innehållsförteckning

| | |
|--------------------------------------|----|
| 1. INTRODUKTION | 1 |
| Studiens syfte och frågeställningar | 3 |
| 2. TEORI | 4 |
| Tidigare forskning | 4 |
| Teoretisk utgångspunkt | 5 |
| De-professionalisering | 5 |
| Pressetik och ideal | 7 |
| Bloggar och journalistik | 9 |
| Gränsen mellan privat och offentligt | 11 |
| 3. METOD | 14 |
| Kvalitativa respondentintervjuer | 14 |
| Genomförande | 17 |
| Etik | 19 |
| 4. RESULTAT & ANALYS | 21 |
| Därför bloggar de | 21 |
| Etiska överväganden även på en blogg | 25 |
| Privatliv och arbetsliv | 32 |
| 5. SLUTDISKUSSION | 36 |
| REFERENSER | 40 |
| BILAGA: INTERVJUGUIDE | 43 |

1.

Introduktion

Radion kom. Televisionen kom. Internet kom och med det sociala medier. Den bloggande journalisten skapades. Utan några större ramar och bestämmelser för utseende, form och innehåll kunde det journalistiska jaget få uttryck i ett nytt medium. "En blogg är en blogg" och inte ett journalistiskt verktyg, så har det sagts. Men konkurrensen är hård och som journalist behöver du synas. Syns du inte, så finns du inte. Vad som händer med journalistiken i ett sådant klimat är osäkert och att definiera vad som är journalistik och inte har blivit allt svårare att göra. Denna uppsats kommer att undersöka journalistens egen bild av bloggen i förhållande till deras roll som journalister.

Vad en blogg är

Bloggen kom på mitten av 1990-talet men det var år 1999 som den fick en närmast explosionsartad utveckling. Definitionen av en blogg är en ofta uppdaterad webbplats vars startsida har ett antal daterade texter arrangerade i omvänd kronologisk ordning. Ordet blog är en förkortning av webb log, vilket kan översättas till webbjournal på svenska. Och de har idag oftast en dagboksform, men de används även för nyhetsrapporter, kunskapsförmedling, skvaller, åsikter och diskussion.¹ 2007 förkunnades bloggans död av kända profiler inom bloggafären. Detta menar Jodi Dean och Anders R Olsson snarare är ett tecken på dess storhet än att mediet håller på att dö ut, då siffror visar på att det finns mer bloggar nu än någonsin. Istället har mediet blivit en del av vardagen, och de idealiserade förhoppningarna som först fanns om ett fritt medium har nu omvandlats till praktisk användning.²

Med makt att påverka

Varför är det då viktigt att undersöka journalistik och bloggar? Internet och sociala medier har skapat helt nya förutsättningar för mediebranschen där bland annat bloggar har förändrat journalistens arbetssituation.³ Vissa använder bloggen i sitt yrkesliv, andra för privat bruk. Gränsen mellan dessa två arenor kan därför ha blivit mer diffus. Det kan te sig så att det inte alltid är självklart när det handlar om journalistik och när det handlar om privat bloggskrivande. Att vara just journalist inger ett visst förtroende. De räknas som en "tredje statsmakt" och har en demokratisk särställning. Deras legitimitet bygger på att de följer de ideal och de pressetiska reglerna som finns. Journalister ställs i sitt arbete inför etiska dilemman kring materialet som ska publiceras redaktionellt. Titeln journalist ger deras ord mer tyngd och därmed större makt att påverka än en vanlig privatperson.⁴ Därav kan det bli problematiskt när det inte alltid är självklart vad som är journalistik och inte.

¹ Våge, Stattin & Nygren 2005:9-13

² Dean 2010:33-35; Olsson, Karlsson & Ilshammar 2007:61-63

³ Nygren 2008:102

⁴ Ibid. s.174

Utifrån detta är det därför intressant att studera hur journalisterna själva ser på sitt bloggande i förhållande till sin journalistroll i dagens medielandskap. Fokus kommer att ligga på bloggans funktion, etik och gränsen mellan offentligt och privat, områden som känns extra brännande ur journalistsynpunkt. Genom att yrket inger detta förtroende hos allmänheten är det viktigt ur samhällssynpunkt att undersöka hur de tänker kring etik, privat och offentligt. Ska man förhålla sig till journalistbloggar som vilken annan blogg som helst, eller är de en liknande kanal jämte tidningar?

Luckan i forskningen

Det finns forskare inom medie- och kommunikationsvetenskap som studerat journalistik och bloggar. Exempel på sådana studier är där man tittat på hur olika dagstidningar använder sig av bloggar⁵ samt hur journalisterna ser på sociala medier som källa till sitt egna material. Studier har även gjorts på hela den svenska bloggsfären och i dessa har journalister getts visst utrymme⁶. Det finns dock några studier som uteslutande handlar om journalister som driver bloggar, men där har journalisterna varit knutna till en specifik tidning, dvs. redaktionsbundna journalister⁷.

Vår ambition med denna studie är att tillföra den grupp som på många sätt är annorlunda i den svenska journalistkåren. Frilansarna. En frilansare är *“en person som utan att vara anställd åtar sig arbete eller erbjuder sina tjänster på uppdragsbasis åt en eller flera huvudmän”*.⁸ De har därmed till skillnad från andra journalister en speciell ställning gentemot uppdragsgivare. För att en uppdragsgivare skall vilja köpa deras tjänster är det av vikt att de har förmågan att marknadsföra sig själva. Och som så kallade egenföretagare kan det bli än mer svårt att skilja på vad som är privat och offentligt. Det är också detta som motiverar varför det är en grupp som är intressant att studera.

Innehållsanalyser på journalistiska bloggar existerar redan. Denna studie fungerar som ett komplement då den studerar hur de frilansande journalisterna själva resonerar inför sin roll som bloggande journalister. Den fyller en lucka i forskningen kring journalistisk och sociala medier då ämnet är relativt utforskat av naturliga skäl då forskningsområdet är ungt. Dessutom är det ett område som är i ständig utveckling och förändring, vilket gör att forskningen snabbt blir inaktuell.

En bit i pusslet

Uppsatsen skrivs på uppdrag av Ulrika Hedman som är doktorand vid Göteborgs universitet, JMG. Hon skriver på sin avhandling om journalister och sociala medier, där hon ställer sig frågan vilka konsekvenser journalisters närvaro i sociala medier kan ha och om journalistrollen har förändrats. Ulrika Hedmans intention med sin avhandling är att få svar på frågor som berör i vilken utsträckning svenska journalister använder sociala medier,

⁵ Nygren & Zuiderveld. 2011

⁶ Våge, Stattin & Nygren. 2005

⁷ Singer. 2005

⁸ Nationalencyklopedin - *Frilans*

hur journalisterna förhåller sig till yrkesetiken, vad som är privat och professionellt samt hur de använder sociala medier för att kommunicera sin profession. Denna uppsats är tänkt att vara en bit till detta komplicerade pussel. Vår förhoppning är att våra slutsatser kan hjälpa och inspirera Ulrika i hennes fortsatta arbete där målet med sin avhandling är att i sin tur utveckla teorier kring journalistik, sociala medier och arbetsliv.

Studiens syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att undersöka hur frilansande journalister som bloggar resonerar kring sitt bloggande i förhållande till sin journalistroll. Utifrån detta har vi formulerat nedanstående frågeställningar.

1. Varför bloggar de frilansande journalisterna?

Frågeställningen syftar till ta reda på vad bloggen har för funktion för de frilansande journalisterna. Det som kommer att lyftas fram är vilka möjligheter de ser med bloggen som kanal och hur man använder den i sin journalistroll.

2. Hur ser de frilansande journalisterna på de etiska överväganden de gör när de bloggar jämfört med när de arbetar med redaktionellt material?

Frågeställningen ämnar undersöka hur de frilansande journalisterna ser på journalistik och etik när de agerar i bloggsammanhang. Anser de exempelvis att journalistiska ideal och de pressetiska reglerna är något som bör eller ens kan appliceras på bloggar?

3. Hur resonerar de frilansande journalisterna kring bloggande i förhållande till sitt arbetsliv och sitt privatliv?

Det frågeställningen syftar att undersöka är om journalisterna anser att bloggandet är en del av deras arbetsliv eller om deras blogg är en del av deras privatliv. Hur vitt åtskilt det privata och det offentliga, arbetslivet och privatlivet är för respondenterna. Då bloggen är ett medium av personlig karaktär kan detta tänkas påverka hur man ser på dessa två arenor.

2.

Teori

Tidigare forskning

Bloggar och journalistik är, som tidigare nämnts, ett ungt område inom medie- och kommunikationsforskningen av naturliga skäl sett till att bloggen fortfarande är ett relativt nytt medium. Vänder man sig till amerikansk och brittisk forskning finns ett större utbud av studier och forskningsprojekt kring bloggar än i svensk forskning. Den brittiska forskaren Jodi Dean har skrivit boken *Blog Theory* där hon med ett kritiskt öga tittar på bloggscenen utifrån ett psykoanalytiskt perspektiv med fokus på drivkrafter. Dean argumenterar bland annat för att intresset för bloggar minskade då företagsbloggarna gjorde sitt intåg då de går emot en av bloggarnas grundprincip, nämligen autenticitet.⁹ Jill Walker Rettberg försöker i sin bok *Blogging - digital media and society series* snarare beskriva fenomenet bloggar och tar bland annat upp medborgarjournalistik.¹⁰ Inom det svenska forskningsfältet har Lars Våge, Erik Stattin och Gunnar Nygren tillsammans skrivit boken *Bloggtider* som fokuserar enbart på bloggen till skillnad från många andra forskare som fokuserat på sociala medier i sin helhet. Boken visar bland annat på hur bloggen utmanar traditionella medier men att det inte ska glömmas bort att tittar man historiskt så går det att visa på att olika medier faktiskt kan samexistera på samma marknad.¹¹

Journalistik och bloggar

Trots forskningsområdets unga ålder så går det att finna forskning kring journalistik och bloggar. I Nordicom's engelska tidskrift *Nordicom Review* har forskarna David Domingo och Ari Heinonen skrivit artikeln *Weblogs and Journalism, A typology to explore the blurring boundaries* kring sin forskning om journalistik i relation till fenomenet bloggar. De har i sin forskning identifierat att det finns fyra olika typer av journalistbloggar. Citizens blogs, som är bloggar skrivna av publiken (i relationen publik-journalist) som står utanför medieföretagen. Audience blogs som är bloggar skrivna av publiken där medieföretaget bidrar med plattformen deras blogg står på. Journalist blogs, som är bloggar skrivna av professionella journalister men som står utanför medieföretagen och Media blogs som är bloggar skrivna av professionella journalister för medieföretagen.¹²

Forskningen kring journalistiska bloggar berör mestadels vad journalisterna bloggar om, hur de bloggar, vilken ton som används samt eventuella konsekvenser av deras bloggande. Det har även skrivits ett flertal kandidatuppsatser kring ämnet journalistik och bloggar. Det går där att se en trend att det främst fokuserats på journalister som är redaktionsbundna på

⁹ Dean 2010:33-35

¹⁰ Walker Rettberger 2008

¹¹ Våge et al. 2005

¹² Domingo & Heinonen 2008:7-11

det vis att de har en fast anställning på en tidning. Ett exempel är en uppsats skriven av två studenter vid JMG, Göteborgs Universitet är *Privat Tystnad - Offentlig transparens?*. Genom kvalitativa intervjuer har de undersökt hur ansvariga utgivare ser på journalisters privata aktiviteter i sociala medier. Studien visade att det är trovärdigheten och den journalistiska objektiviteten som kan komma att ifrågasättas, och intervjupersonerna hade svårt att definiera vad som tillhör det offentliga och vad som är en del av det privata. Det uppstår en gråzon kring journalisternas olika roller och hur de ska särskiljas.¹³ Även uppsatser om hur journalister använder bloggar och sociala medier som källor förekommer.¹⁴

Den gamla journalistikens storhetstid är över?

Ett annat mer utforskat område är journalistiken och dess förändring. I *Efter journalistiken? Om medier och journalistik i förändring* från 1999 förutsåg Håkan Hvitfelt att journalistikens storhetstid kunde vara över och att journalistik i framtiden skulle kunna komma att bedrivas utanför de stora medieföretagen. Bakom utvecklingen stod ekonomiska och teknologiska förändringar. Internet hade börjat göra sitt intåg i det svenska samhället och vem som helst kunde nu producera sidor och filmsekvenser. Utvecklingen skulle komma att påverka journalistikens ideal, deras bild av god journalistik och deras plats i samhället. Den tekniska utvecklingen skulle också bidra till källkritiska problem på grund av den ökade informationsmängd internet innebar. Ryktesspridning var redan ett stort problem, uppgifter som var uppenbart osanna spreds på nätet och publicerades vidare i etablerade medier. Dessa medier blev i sin tur citerade och de inkorrekta uppgifterna spreds ytterligare.¹⁵

Teoretisk utgångspunkt

Denna studie tar sitt avstamp i medieforskaren Gunnar Nygrens tankar och idéer kring professionaliseringen av journalistyrket. Utifrån detta behandlas teorier om pressetik och ideal, bloggar och journalistik, och gränsen mellan privat och offentligt.

De-professionalisering

Begreppet professionalisering betyder enligt svenska nationalencyklopedin "*en process som leder till att en yrkesgrupp tillägnar sig de kännetecken och den kompetens som är utmärkande för en profession*".¹⁶ En profession i sin tur definieras i samhällsvetenskaplig terminologi som ett yrke vars auktoritet och status bygger på hög formell utbildning som oftast är universitetsbaserad.¹⁷ Journalistyrket brukar räknas som en semi-profession. De har ett yrkesförbund, Svenska Journalistförbundet (SJF), ett system för självkontroll (de etiska reglerna) och det finns också en tydlig utbildningsväg in i yrket. Det saknas dock en formell legitimering, vilket krävs för att kalla ett yrke för en profession.¹⁸

¹³ Engström & Grotmark 2010

¹⁴ Axling & Skog 2010

¹⁵ Hvitfelt 1999:46-49

¹⁶ Nationalencyklopedin - *Professionalisering*

¹⁷ Nationalencyklopedin - *Profession*

¹⁸ Hadenius, Weibull & Wadbring 2011:329

I sin bok *Yrke på glid* undersöker Nygren vad som händer med journalistrollen i en förändrad medievärld. Under lång tid har journalistiken gått mot att bli mer professionaliserad men detta har stannat upp och vänt om enligt Nygren. Tecken som visar på detta är att under 1990-talet blir *arbetsdelningen mer otydlig*. Det har blivit svårare än tidigare att säga vad som är journalistiskt arbete och inte. Journalisterna blir mer och mer multijournalister då de förväntas hantera en större del av produktionsprocessen och de förväntas producera för olika typer av medieformer. *Internet bryter kunskapsmonopolet* som funnits tidigare. De flesta människor har genom den tekniska utvecklingen möjlighet att både söka och publicera information själva på Internet, både via bloggar och webbsidor.¹⁹

Ytterligare ett tecken på att trenden har vänt är att *professionens institutioner blivit allt svagare*. Journalistförbundet har minskat i medlemsantal och de pressetiska organen har försvagats menar Nygren. Vilket har lett till att man ifrågasätter huruvida de pressetiska reglerna efterföljs eller inte. Det är legitimiteten i dessa regler som kan ifrågasättas, då de inte omfattar nya medier som växer fram bland annat på nätet. Ekonomiska drivkrafter spelar idag också en större roll än tidigare, journalistrollen och den journalistiska drivkraften har som en följd av detta försvagats. Kommersiella drivkrafter påverkar *altruismen*, som i detta fall betyder att journalister ska sätta allmänhetens bästa före sitt eget och mediernas vinning.²⁰ Just detta menar Nygren tyder på att journalistrollen genomgår en förändringsprocess där det går att visa på att den journalistiska yrkesrollen blir mer och mer de-professionaliserad. Forskning visar på att de-professionaliseringen i sin tur har ett samband med de nya medieformerna, den ökade differentieringen i medierna och framväxten av kommersiella etermedier. Det enda som faktiskt talar för en professionalisering, och därmed mot en de-professionalisering, är att de flesta journalister idag har genomgått en journalistutbildning.²¹

Mycket tyder på att de mekanismer och institutioner som skyddar journalistiken som profession har blivit svagare. En semi-profession som journalistiken har aldrig kunnat upprätthålla en regelrätt utestängning för att skydda professionen, det skulle strida mot yttrandefriheten. Men det är ändå tydligt att de mekanismer som definierat journalistiken som profession har försvagats. (...) Journalistikens de-professionalisering blir tydlig i en minskad autonomi, både för de enskilda journalisterna och för redaktionerna inom medieföretagen.²²

Många journalister står idag utan fast arbete vilket ytterligare försvagar den enskilda journalisten ställning. En tredjedel av medlemmarna i SJF är antingen frilansare, har tillfälliga anställningar eller arbetslösa. Att deras ställning är ytterligare försvagad beror på att journalister som frilansar eller har tillfälliga anställningar blir mindre autonoma i sitt yrke

¹⁹ Nygren 2008:158-160

²⁰ Ibid. s.158-160

²¹ Ibid. s.20

²² Ibid. s.160-161

och i sina arbetsuppgifter då de är mycket beroende av beställare och uppdragsgivare menar Nygren.²³

Nya krav

Journalistrollen som tidigare varit tydlig och där journalisten haft ett tydligt uppdrag nära sammanlänkat med pressetiken finns inte längre kvar. Journalisterna har blivit mångsysslare och också förlorat kontrollen över sitt yrke menar Nygren. En journalist ska inte bara kunna skriva, utan kunskaper i ledarskap, redigeringsprogram och webberfarenhet har blivit ett krav för att arbeta som journalist idag, de har med tidens gång blivit multireportrar.²⁴ Kort uttryckt så är det förändrade arbetsvillkor som gäller för en journalist i dagens mediasamhälle. Den nya tekniken, där bloggen ingår, är en del i den förändring som har gjort att journalistyrket och dess förutsättningar har förändrats dramatiskt.²⁵ Vissa forskare menar att utvecklingen bidrar till att arbetsinsatsen mer och mer utgår från en produktion som är teknikdominerad och mindre och mindre resurser läggs på insamlings och värdering av material.²⁶

Som en del av utvecklingen kring journalistyrket tillkommer också att journalistiken blir allt mer kommersiell som en följd av att medieföretagen blivit allt mer utsatta för marknadens krav. Då redaktörer blir mer av ekonomer och försäljare sker också en förändring i värderingarna som styr produktionen.²⁷ Även den amerikanske medieforskaren John McManus menar att det är just marknaden som styr eller driver på journalistiken i den riktningen. Den publicistiska och den marknadsinriktade delen på en redaktion är därmed inte lika vitt åtskilda som innan.²⁸

Pressetik och ideal

Gemensamt för journalister världen över är idén om att man som just journalist ska handla etiskt, då detta legitimerar deras ställning. Huruvida det ska finnas en bestämd universal etisk kod som ska gälla för alla finns det delade meningar om inom journalistkåren. Dock har det visat sig i jämförelser mellan europeiska och mellanöstern länder att det existerar en konsensus kring vissa etiska nyckelelement. Detta gäller främst att det som framförs av journalisten ska vara sant samt att journalisten ska förhålla sig objektiv.²⁹ Detta bekräftas ytterligare av Paschal Preston som genomförde en undersökning med journalister från elva olika länder. Där framkom det att värden som opartiskhet, objektivitet och balans, rättvisa, korrekthet och söka efter sanningen var väldigt viktiga i alla länder. Även att korrekt sätta nyheter i text, vikten av att hitta så många källor som möjligt, kontrollera källor och citera dem rätt var av stor vikt.³⁰

²³ Ibid. s.163

²⁴ Ibid. s.74-75

²⁵ Andersson 2009:67-72

²⁶ Fournier 2000:72

²⁷ Hulten 1999:96-97

²⁸ Alström 2008:132-133

²⁹ Deuze 2005:449

³⁰ Preston 2009:44-47

Journalistkåren hålls samman av en stark ideologi och starka normer, vilket är något nya journalister socialiseras in i och de är svåra att förändra. Detta gäller särskilt branscher med mycket traditioner som exempelvis dagspressen och gäller mindre för nya medieformer.³¹ Det finns en form av åsiktskonformitet kring journalisternas egen självbild. Börje Ahlström menar att journalistkåren består av stor normkonformitet, bristande öppenhet och låg mottaglighet för interna åsiktsskillnader. Vilket också är egenskaper för en kår som är utsatt, med stränga regelsystem och där det existerar homogen rekrytering och utbildning.³²

Etiska ramverk

Förutom egna ideal som styr dem, styrs journalistiken även av lagar och regler. Tryckfrihetsförordningen är till för att skapa frihet för pressen och dess journalister, och ger journalistiken en särställning i samhället. Upphovsrätten är en annan lag som journalister ofta berörs av, som innebär att man har ensamrätt på litterära och konstnärliga prestationer man skapat. Bland annat ingår där att andras verk inte får publiceras så att de kränker upphovsmannen, till exempel genom att utelämna dennes namn.³³ Pressen har även självreglering i form av etiska regler för att upprätthålla kvalitén på journalistyrket samt undvika lagstiftning. De går under namnet *Spelregler för press, radio och TV* och innehåller publicistregler, yrkesregler och en checklista angående redaktionell reklam.³⁴ Publicistreglerna ska slå vakt om god publicistisk sed, och innehåller rekommendationer om att journalister ska vara kritiska mot nyhetskällor, ge korrekta nyheter, ge plats åt bemötande, höra båda sidorna, vara försiktiga med namnpublicering och med användningen av bilder.³⁵ Detta kontrolleras av Pressens Opinionsnämnd och Allmänhetens Pressombudsman.

Yrkesreglerna, som övervakas av Yrkesetiska nämnden inom SJF handlar om journalisternas integritet i sin yrkesroll och anskaffning av material. En journalist ska inte dra personlig fördel av den information man får i sitt arbete, inte i tjänst ta emot journalistiska uppdrag av personer utanför den redaktionella ledningen och inte acceptera gåvor från företag eller organisationer. Checklistan angående redaktionell reklam syftar till att ingen utomstående ska kunna påverka innehållet i journalistiken och att reklam och redaktionellt material ska särskiljas.³⁶

Vem som är journalist och därmed påverkas av lagarna och de pressetiska reglerna är inte alltid så lätt att veta då det inte krävs någon yrkeslegitimation, internet har dessutom inte gjort det enklare. Då alla kan skriva journalistiska texter på nätet suddas gränserna ut. I USA finns det fall som prövats i rätten. En blogg hade avslöjat produktinformation om företaget Apple innan Apple själva släppt den. Apple stämde, men bloggarna vägrade avslöja sina källor i enlighet med meddelarskyddet då de sa sig agera som journalister. Apple argumenterade för att de inte alls var journalister och därför inte omfattades av

³¹ Bergström, Sternvik & Wadbring 2010:23

³² Alström 2008:141

³³ Svenska Journalistförbundets - *Vad är upphovsrätt?*

³⁴ Hadenius et al. 2011:36-37

³⁵ Pressens opinionsnämnd och Allmänhetens Pressombudsmans - *Regler*

³⁶ Svenska Journalistförbundets - *Spelregler för press, radio, tv*; Hadenius et al. 2011:37-38

skyddet, men förlorade i rätten.³⁷ Ett dilemma man här kan se är när personer måste förhålla sig till de pressetiska reglerna som finns och när de är fria att strunta i dem.

När ideal och praktik går isär

Som tidigare nämnt delas många journalistiska ideal runt om i världen. Dock är det många journalister som upplever att dessa är svåra att uppnå i det dagliga arbetet på grund av externa faktorer. Dessa är främst ägarskap, kommersiell konkurrens och vikten av att sälja. Det skapas en spänning mellan ideal och praktik. Internet tycks ha ökat på konkurrensen ännu mer genom sin snabbhet och försvårar ännu mer för journalisterna att uppnå sina journalistiska ideal i praktiken.³⁸ Där de tidigare skulle publicera två-tre artiklar ska de nu publicera fem-tio, och den snabba hastigheten riskerar att påverka kvalitén. Dock är det ändå många som anser att utvecklingen varit positiv, åsikterna till internet är alltså dubbla.³⁹

Även Jenny Wiik ser ett problem i att ideal och praktik går alltmer isär. Professionalismen är högt värderad inom journalistfältet. Den blir dock omgärdad av allt mer motstridiga tendenser. Kommersialisering skapar fokus på försäljning och publikorientering, samtidigt som journalisterna håller kvar i professionen då de inte kan sälja något utan den legitimitet de innehar. Inför hotet om minskad legitimitet och de-professionalisering går journalistkåren samman kring traditionella ideologiska ideal som att granska och förklara. Samtidigt blir deras praktiska vardag allt mer stressad och riskerar att skapa större glapp mellan ideal och verklighet.⁴⁰ En de-professionalisering innebär ett tyngre ansvar på varje enskild journalist att bestämma vilka ideal och normer de vill följa och vilken journalistik den vill stå för.⁴¹

Bloggar och journalistik

Att bloggar och journalistik hör ihop och påverkas av varandra är uppenbart, men på vilka sätt? Kunskapsmonopolet som Nygren beskriver är brutet genom internet och i sin tur bloggans intåg i svenska medielanskapet.

Journalisters trovärdighet bygger på att de följer ideal som exempelvis objektivitet. Bloggar däremot är väldigt subjektiva. Trots detta finns det många som väljer att vända sig till bloggar just för att de ser dem som mer trovärdiga. Detta visar att bloggans trovärdighet bygger på helt andra värden än journalisters. De bygger på att de är personliga och därmed känns äkta och ärliga. Liksom media bygger bloggarna upp ett förtroende hos läsarna och skulle det visa sig att de inte är äkta tappar de det förtroendet.⁴² Här kan man fråga sig vad en journalist som bloggar bygger sin trovärdighet på och vad som händer med trovärdigheten om ingen tydlig linje dras. Även om journalister inte anses ingå i en fullständig profession så har de byggt upp en självständig ställning genom att de agerar som en tredje statsmakt. De har ett socialt kontrakt med samhället. Dessa kan därför inte enbart

³⁷ Walker Rettberg 2008:89-90

³⁸ Preston 2009:44-47

³⁹ Ibid. s.66, 69

⁴⁰ Wiik 2010:209-210

⁴¹ Nygren 2008:169

⁴² Walker Rettberger 2008:91-92

styras av marknadslogik utan också professionell logik för att behålla sin trovärdighet inför medborgarna.⁴³

Kvalitetssäkring av journalistiken

Självregleringen finns som tidigare nämnt för att kvalitetssäkra journalistiken och behålla trovärdigheten. Förutom de förebyggande åtgärderna i form av ideal som lärs ut under utbildningen finns även återgårdar under nyhetskapandet i form av korrekturläsning och korrigerande åtgärder i form av pressråd och mediejournalistik (journalister som skriver om media och medieindustrin). Just mediejournalistiken har fått kraftiga bakslag de senaste åren. Det har gjorts neddragningar och de beskylls för att vara PR-verktyg, och utsätts för hård press från utgivare att vara trogna, vilket gjort att de inte har samma utrymme till kritik längre. Här ser dock vissa forskare en möjlighet med bloggar. Det har dykt upp många mediekritiska bloggar runt om i världen som sätter press på journalisterna att göra rätt och kan eventuellt komma att hjälpa journalistiken i sin kvalitetssäkring.⁴⁴

Bloggar som medborgarjournalistik

När bloggen kom såg många stora möjligheter med mediet. Nu kunde vem som helst sprida sina kunskaper och åsikter. Det enda som behövdes var en dator med internetuppkoppling. Det fanns tankar om ett mer öppet medieklimat där medborgarna kunde agera medborgarjournalister och en ärligare och mer kunnig journalistik skulle bedrivas utanför de stora mediekoncernerna. Olsson menar dock att detta inte kunnat ske. Dels för att möjligheten att nå många inte per automatik betyder många läsare och dels för att det finns en enorm mängd bloggar, människor inte har tid för alla. Därför har traditionella medier fortfarande en viktig roll. De är offentliga aktörer som innehar större förtroende, oavsett om deras journalistik är bättre eller sämre än den på bloggarna. Olsson menar istället att bloggar kan fungera kompletterande till journalistiken genom att vissa kan agera journalister och avslöja nyheter som kanske inte annars tagits upp, bloggen kan vara en kanal för smala nischer eller en kompletterande kanal för redan etablerade skribenter. Bloggsfären som det ibland refereras till, består av en liten skara elitbloggar och en större skara med ytterst få läsare.⁴⁵

Journalistbloggar

Huruvida medieföretag använder sig av bloggans speciella egenskaper när de infört det nya mediet finns det delade åsikter om. Jane B Singer som undersökt journalistbloggar i USA menar att journalisterna normaliserar bloggarna utefter rådande journalistiska normer. De håller hårt i sin roll som gatekeepers och länkar så gott som endast till andra stora medier, trots de möjligheter till interaktivitet som mediet erbjuder. Opartiskheten följer delvis med, på många håll får de personliga åsikterna komma fram, men dessa kommer oftast från kolumnister som redan tidigare är vana att skriva om sina egna värderingar. Journalister har valt att jobba på samma sätt som med övrigt redaktionellt material; de publicerar kortare nyhetsinlägg men med länkar. Hon menar att bloggformatet inte har revolutionerat

⁴³ Nygren 2008:174

⁴⁴ Fengler 2008:61-65

⁴⁵ Olsson et al. 2007:23-29

journalisternas roll för demokratin.⁴⁶

Gunnar Nygren och Maria Zuiderveld som forskat om flerkanalpublicering kommer dock fram till något annat. De ser en trend bland svenska dagstidningar av växande interaktivitet med publiken och ökad transparens, där redaktionsbundna bloggar men även bloggänkar, kommentarfält och försök, om än tafatta sådana, till användning av sociala medier är en del.⁴⁷ Flera dagstidningar har idag egna bloggar kopplade till sin hemsida, skrivna dels av tidningens egna journalister, och dels av frilansjournalister. Få handlar dock om nyheter, de handlar snarare om livsstil, hälsa, inredning och sport. Det kan ha varit blogggen uttrycksform som gjort den populär, den är kortfattad, publiceringen omedelbar och tonen personlig. Bloggen har blivit ett nytt verktyg för journalister med ökad möjlighet till interaktivitet. Magnus Karlsson, chefredaktör för Smålandsposten, menar dock att bloggar aldrig kommer att ersätta kvalitativ journalistik. Det är inte heller ett journalistiskt verktyg, *“en blogg är en blogg”*.⁴⁸

Gränsen mellan privat och offentligt

Den tekniska utvecklingen som bloggar är en del utav har gjort det enklare för människor att kommunicera med varandra. Omvärlden släpps allt mer innanför hemmets fyra väggar samtidigt som hemmet flyttas ut i det offentliga allt mer med hjälp utav de nya medierna och tekniken. Detta har gjort att gränsen mellan hemmets privata rum och den offentliga världen utanför allt mer suddas ut.⁴⁹ Interaktiva medier, så som exempelvis bloggar, har brett ut sig och ytterligare suddat ut den gränsen, till fördel för offentligheten. Många bloggar och andra nätsidor bjuder in oss till det som tidigare räknats som människors mest privata tillflyktsorter.⁵⁰

En allt mer personifierad journalist

Enskilda journalister blir som en del av kommersialiseringen viktigare och viktigare som varumärken i sig. Deras person och vem de är blir allt viktigare att kommunicera ut till omvärlden. Förut kunde man endast läsa deras publicerade texter, idag får man dessutom veta vem personen bakom texterna är. De blir varumärken som ska marknadsföras. Individuella stjärnor inom journalistikåren har därför blivit allt vanligare, och framförallt efterfrågan efter dessa har ökat, vilket tyder på en amerikanisering av branschen. På redaktionell plats kan konsekvensen bli att det blir svårare för läsare att urskilja vad som är nyheter och vad som är privata åsikter.⁵¹ Att arbetsdelningen blivit otydligare är, som nämndes i början på kapitlet, ett av tecknen Nygren tar upp i sin teori som visar på att journalistiken går mot en de-professionalisering.

Vissa menar på att det är företagen som driver på denna utveckling, medan andra menar att

⁴⁶ Singer 2005:192-193

⁴⁷ Nygren & Zuiderveld 2011:83

⁴⁸ Ibid. s.75-76

⁴⁹ Morley 2000:97, 101-102

⁵⁰ Olsson et al. 2007:75

⁵¹ Alström 2008:139

det är reportrarna själva som vill bygga sitt eget varumärke och ytterligare en gren menar att det är personifieringen i samhället i stort som har bidragit till detta. Genom ökad personifiering ökar också kravet på ständig exponering.⁵² Det utvecklingen av bloggar har bidragit med är att individerna själva, utan hjälp från någon annan, strategiskt och selektivt kan bygga ett varumärke kring sig själva. De väljer vad som ska presenteras inför läsarna på deras egen plattform.⁵³ Som tidigare nämnt kan det dock bli problematiskt med lagstiftning och pressetiska regler när det blir otydligt om bloggaren agerar som journalist eller privatperson.

Offentligt och privat

Det finns två grundbetydelser av dikotomin (variabel eller egenskap som är delad i två från varandra ömsesidigt uteslutande kategorier⁵⁴) offentligt - privat. Den första är staten och makten som det offentliga och det privatägda ekonomiska och familjelivet som det privata. Den andra grundbetydelsen innebär att offentligt är detsamma som öppen och tillgänglig för allmänheten medan privat innebär det som är dolt för insyn och görs i en begränsad krets av människor, alltså synlighet kontra osynlighet. Om man ser till betydelse nummer två, som är den som vi utgår ifrån i detta arbete, så har media kommit att påverka det offentliga. I antikens Grekland var det offentliga marknadsplatsen, där kunde man mötas och diskutera. I och med tryckpressen kom dock dokument och information som blev offentliga, men som tillskillnad från de tidigare offentliga mötena var oberoende av tid och rum. Utvecklingen av medierna har därmed skapat en "medierad offentlighet", som har andra förutsättningar. Den präglas av envägskommunikation till jämförelse mot dialog, och utan de tidigare sinnesförnimmelserna. Det sistnämnda har dock televisionen kommit att ändra på.⁵⁵ Om man ser till dagens "medierade offentlighet" kan man se att den mer börjat likna dåtidens offentlighet, där folk via internet, sociala medier och bloggar kan mötas, se och höra varandra och skapa en dialog.

Kommunikationsforskaren Joshua Meyrowitz skriver om bakre och främre regioner där han utgår i från Goffmans teori kring att samhället är som en teaterföreställning och människorna är skådespelare. Den främre regionen är platsen där själva framträdandet sker och den bakre regionen är bakom kulisserna.⁵⁶ Den bakre regionen likställs med privat och den främre regionen likställs med offentlig.⁵⁷ Meyrowitz sätter i sin bok TV:n i fokus, men hans tankar och idéer går att överföra även till dagens medielandskap med bloggar. Det som händer när den bakre, privata, regionen får träda fram i offentlighetens ljus, är att den främre regionen blir drabbad genom att den annars offentliga rollen blir svårspelad. Konflikten som uppstår mellan bakre och främre region skapar i sin tur en mellanregion där personen befinner sig i gränslandet mellan vad som är vad. Det är också främst i elektroniska medier som den bakre, privata, regionen främst får ta plats. Detta då bearbetningsprocessen är snabb och kommunikationen är interaktiv. Det uppstår ett

⁵² Alström 2008:140-141

⁵³ Sanderson 2008:912

⁵⁴ Nationalencyklopedin - *Dikotomi*

⁵⁵ Thompson 2001:155-166

⁵⁶ Goffman 1959: 97, 102

⁵⁷ Meyrowitz 1985:46-51

informellt och spontant klimat där användaren, i denna studie frilansjournalisten, kan glömma bort att det faktiskt är ett medium den använder.⁵⁸

Sammanfattningsvis så är utgångspunkten i denna uppsats Gunnar Nygrens teori om journalistikens de-professionalisering. Detta kompletteras i sin tur av teorier kring pressetik, bloggen som medium, betydelsen av privat och offentligt samt kommersialiseringen av journalistyrket. Det är utifrån denna teoretiska ram som den insamlade empirin har analyserats och presenterats.

⁵⁸ Meyrowitz 1985:63-71

3.

Metod

Kvalitativa respondentintervjuer

Syftet med denna studie är att undersöka hur frilansjournalister som bloggar resonerar kring sitt bloggande i förhållande till sin journalistroll. För att kunna ta del av det resonemanget, det vill säga deras tankar, åsikter och funderingar kring ämnet, behövde vi komma ner på djupet där vi kunde förstå journalistens livsvärld. Av denna anledning valde vi att använda oss av kvalitativa samtalsintervjuer som metod i studien då den passar väl när det är undersökningspersonens eget perspektiv man vill undersöka.⁵⁹ Frilansjournalisterna som är undersökningsobjekten i denna studie, intervjuas i rollen som respondenter. Detta då vi ville ta reda på hur varje enskild individ tycker och tänker kring ämnet och samma frågor ställs därmed till samtliga intervjupersoner.⁶⁰

Varför en kvantitativ metod som exempelvis en surveyundersökning har valts bort i denna studie är av den enkla anledningen att vi då hade gått miste om intervjupersonernas resonemang kring frågorna. Vi hade bara fått svaren och inte fått ta del av tankarna som ligger bakom svaret och om det eventuellt fanns svårigheter att besvara frågorna. Nackdelen med kvalitativa intervjuer är att vi inte kan generalisera resultaten, vilket betyder att studien inte säger något om frilansjournalister som grupp. Det som kan urskiljas från denna studie är som mest tendenser, mönster och insikter som görs kring just de här individerna.

Urval av respondenter

Före studien ställdes ett antal urvalskriterier upp. Respondenterna skulle ha en journalistutbildning. Detta kriterium var för att säkerställa att de verkligen var professionella journalister. De skulle ha en aktiv blogg, vilket innebar att de kontinuerligt uppdaterat bloggen och har lagt upp minst ett inlägg den senaste månaden. Deras bloggar kunde både vara en helt egen blogg eller skriven på uppdrag. Bloggen skulle till viss mån vara kopplad till deras journalistroll vilket innebar att den inte behövde vara en renodlad journalistblogg men den skulle inte heller enbart handla om privata egenintressen. Detta för att frilansjournalisterna skulle kunna dra jämförelser mellan de redaktionella texterna och bloggen.

Studien är avgränsad till skrivande journalister, då deras arbetsuppgifter som skribenter ligger nära bloggandet och därmed är lättare att jämföra än för t.ex. en fotograf som bloggar. Väldigt kända bloggare undveks i denna studie då de kan räknas som subjektiva

⁵⁹ Kvale & Brinkmann 2009:17

⁶⁰ Esaiasson, Gilljam & Oscarsson 2012:228

experter. Med detta menas att de är specialfall med annorlunda förutsättningar än andra, och då syftet är att undersöka hur den vanliga bloggande frilansjournalisten resonerar passade de inte in.⁶¹ Microbloggen Twitter är exkluderad från denna studie. Detta för att dess förutsättningar och användningsområden är så annorlunda jämfört med den klassiska bloggen, och undersökningsområdet hade därför blivit för brett.

Av praktiska och ekonomiska skäl har vi varit tvungna att avgränsa oss till personer som bor i Göteborgsområdet, då vi ville träffa personerna vid ett fysiskt möte. Att samtliga respondenter bor i en storstad kan ha påverkan på resultatet om man jämför med det resultat man skulle fått om man intervjuat journalister från landsbygden. Men då syftet med studien inte är att få ett generaliserbart resultat utan att få förståelse för dessa enskilda individer, ansågs detta överkomligt. I övrigt var målet att ha maximal variation när det kom till ett antal faktorer. Detta för att få bredd i intervjupersonerna och deras svar.⁶² Vi ville få en spridning vad det gäller kön och ålder, två egenskaper som ofta påverkar attityder. Angående respondenternas journalistiska inriktning och fokusområde i bloggen eftersträvades spridning även på denna punkt. Deras huvudsakliga fokusområde kan nämligen påverka hur de bloggar, hur de ser på sin journalistroll och vilka etiska ställningstagande de kan komma i kontakt med.

För att finna våra intervjupersoner användes sociala medier som hjälpmedel. På Facebook anslöt vi oss till grupper som var skapade av och för journalister som exempelvis Journalistbubblan och Frilansjournalisterna. I dessa grupper publicerades inlägg där vi sökte efter frilansjournalister som uppfyllde de urvalskriterier som ovan beskrivits. Twitter användes också för att hitta potentiella intervjupersoner, där vi twittrade på våra respektive twitterkonton om vad vi sökte och varför. Båda kontaktvägarna gav resultat, men Facebook var den kontaktväg som resulterade i flest tips.

När ett tiotal frilansjournalister hade anmält sitt intresse började vi gå igenom bloggarna för att kontrollera om personerna stämde överens med de uppsatta urvalskriterierna. Under tiden som genomgången av bloggarna och intervjupersonerna gjordes framkom det att vissa inte hade journalistutbildning och vissa inte bodde i Göteborg. Då vi ville genomföra intervjuerna genom att fysiskt mötas föll därför dessa bort, vilket också blev fallet med de som visade sig sakna journalistisk utbildning. Något vi insåg efter bortfallen var att de som uppfyllde alla kriterier endast var män. Då studien inte har ett fokus på manliga frilansjournalister togs beslutet att på egen hand leta via sökmotorer efter kvinnliga frilansjournalister som bloggade och som bodde i Göteborgsområdet. Genom detta tillfördes två kvinnliga frilansjournalister till studien. Därmed fick vi en viss spridning i kön. Viss spridning uppnåddes kring ålder, dock inte lika stor som vi hoppats på.

Hur många intervjupersoner man ska ha i en intervjustudie är inte helt enkelt att avgöra. Enligt Kvale och Brinkmann ska man intervjua så många personer som behövs för att ta reda på det man behöver veta. När detta gjorts brukar man säga att det uppnåtts mättnad.

⁶¹ Ibid. s.259

⁶² Ibid. s.259-260

Risken om antalet är litet är att det inte går att generalisera och pröva hypoteser, och om det är för stort går det inte att göra några ingående analyser.⁶³ Målet var att uppnå empirisk mättnad och då intervjuerna var förhållandevis djupgående så beräknade vi att sex till åtta intervjuer borde räcka. Antalet slutade tillslut på sex intervjuer. Vid detta antal kände vi att svaren började likna varandra och vi upplevde en mättnad. Nedan följer en kort presentation av våra respondenter.

Kontorsbloggare

Man, 25 år.

Arbetat som frilansjournalist sedan 2011.

Startade sin privata blogg vid årsskiftet 2011/2012 där han skriver om vardagslivet på kontor. Har även en blogg på sin hemsida med främst publicerade artiklar, och ska inom kort starta en träningsblogg.

Livsstilsbloggare

Kvinna, 36 år.

Arbetat som frilansjournalist sedan 2002.

Startade sin blogg som skrivs på uppdrag i början på 2012 där hon skriver om mode, skönhet och livsstil.

Journalistikbloggare

Man, 25 år.

Arbetat som frilansjournalist på heltid sedan 2011.

Startade sin privata blogg 2010 där han skriver om journalistik.

Kulturbloggare

Kvinna, 40 år.

Arbetat som frilansjournalist sedan 1995.

Startade sin privata blogg 2009 där hon skriver om kultur, musik och litteratur.

Politikbloggare

Man, 36 år.

Arbetat som frilansjournalist från och till sedan 2002.

Startade sin privata blogg 2008 där han anonymt skriver om politik.

Teknikbloggare

Man, 37 år.

Arbetat som frilansjournalist sedan 2006.

Bloggen som skrivs på uppdrag startades våren 2011 och den privata bloggen startades 2006. I båda bloggarna skriver han om teknik.

⁶³ Kvale & Brinkmann 2009:129

Genomförande

Förberedelser

Utifrån våra frågeställningar och den teoretiska ram som presenterats i tidigare teorikapitel utformade vi en intervjuguide att använda under intervjutillfällena. Den verkade som hjälpmedel för att strukturera intervjuerna.⁶⁴ Detta för att försäkra oss om att vi frågade efter det vi ämnade undersöka och att intervjuerna genomfördes på liknande sätt för att få ett trovärdigt och tillförlitligt resultat. Intervjuguiden är tematiskt uppbyggd efter de frågeställningar som ligger till grund för studien. Formen på en intervjuguide är av vikt för att undvika att intervjuerna ska kännas för akademiska och högtravande. För att få intervjuerna mer levande och dynamiska så är frågorna enkla och kort formulerade.⁶⁵

I intervjuguiden har vi använt oss av inledande frågor som ger spontana och rika beskrivningar där respondenten återger det denne tycker är viktigt. Dessa varvades med direkta frågor för att se till att de specifika områden som skulle undersökas togs upp. För att inte gå miste om intervjupersonernas spontana reaktioner och tankar har vi lagt dem som följdfrågor till den inledande frågan på samma ämne.⁶⁶ Hur frågor är ställda kan bevisligen påverka hur svaren blir. Kvale och Brinkmann anser dock att för stor negativ vikt läggs vid ledande frågor, att de ofta kan vara nödvändiga och bra i kvalitativa intervjuer.⁶⁷ Vi eftersträvade dock i vår intervjuguide att inte lägga några värderingar i frågorna. Vi är medvetna om att detta kan vara svårt men genom att vi i utformningen av intervjuguiden försökte formulera om och ta bort ord som kunde anses vara värdeladdade eller alltför ledande så har vi försökt förebygga problemet. Etik och privatliv kan vara känsliga frågor och vi försökte att ställa dem på ett öppet och icke ledande sätt. Dock kan vissa direkta frågor ändå tolkas som ledande, då vi ville leda in respondenterna på vissa teman som skulle undersökas. Dessa var nödvändiga för att vi skulle få svar på studiens frågeställningar.

Intervjutillfället

Intervjuerna genomfördes enskilt med en intervjuperson åt gången. Detta för att undvika att intervjupersonerna skulle påverka varandra, som de hade kunnat göra om det hade genomförts en fokusgrupp med dem istället. Ytterligare en anledning att inte genomföra en fokusgrupp är att det kan vara mycket svårt för deltagarna i en sådan att diskutera etikfrågan som studien berör. Syftet var att undersöka varje enskild frilansjournalist resonemang, inte att frilansjournalisterna skulle diskutera fenomenet dem emellan.

Första intervjun genomförde vi som intervjuare tillsammans för att testa hur intervjuguiden fungerade samt för att säkerställa att vi var samkörda kring hur vi utförde intervjuerna. Detta för att resultatet skulle bli tillförlitligt. Det blev en form av provintervju. Två frågor som kändes överflödiga och irrelevanta ströks efter detta, i övrigt fungerade intervjuguiden

⁶⁴ Ibid. s.146

⁶⁵ Esaiasson et al. 2012:264-265

⁶⁶ Kvale & Brinkmann 2009:150-151

⁶⁷ Ibid. s.187-189

bra och vi behöll den som den var. Efter detta valde vi att göra intervjuerna var för sig, förutom i sista intervjun då vi även var två. Vi valde att göra intervjuerna ensamma dels av praktiska skäl, så att vi skulle hinna med så många intervjuer som möjligt. Men också för att få intervjupersonerna att känna sig avslappnade, det kan lätt kännas utsatt att vara två mot en. I en intervjusituation finns en maktsymmetri där intervjuaren styr dagordningen och har tolkningsmonopol och därför kan ha större makt.⁶⁸ Visserligen är journalisterna högskoleutbildade personer, inom ett yrke som har förhållandevis hög status och de är dessutom vana vid intervjusituationer. Då dock som intervjuare och inte som intervjupersoner. Men vi ville ändå försöka göra maktsymmetrin så jämn som möjligt, speciellt då vissa frågor kunde anses känsliga. Dock upplevde vi att maktsymmetrin blev ojämn åt motsatt håll när vi blev hembjudna på en intervju till en av intervjupersonerna och för att känna oss trygga med situationen valde vi därför att även göra den gemensamt. Risker att intervjuerna utförts alltför olika försökte vi motverka genom att som tidigare nämnt genomföra den första ihop, och att ha en noga utformad intervjuguide.

Fyra intervjuer gjordes på olika caféer runt om i Göteborg, en gjordes på ett kontor och en hemma hos respondenten. Vi valde caféer då det är en neutral och avslappnad arena. Att sitta i ett grupprum på ett universitet kan kännas akademiskt och skapa en känsla av att vilja "svara rätt". En risk med att sitta på caféer är att respondenterna kanske inte vågar vara helt ärliga i känsliga frågor då det finns människor runt om som kan höra. Något vi gjorde för att försöka motverka att de ville "svara rätt" var att i början av intervjun förtydliga att inga svar var rätt eller fel utan vi endast ville ha deras egna tankar och resonemang. Vi öppnade upp för intervjupersonerna att sitta på något annat ställe, både av praktiska orsaker, de kanske inte hann komma ifrån kontoret, men också om de inte kände sig trygga att diskutera frågorna på ett café. I två av fallen hade vi först bokat tid på ett café men på grund av praktiska komplikationer från deras sida så avbokades dessa. För att lyckas få till intervjuerna så gjordes dessa istället hemma och på kontor. Detta innebär att intervjuerna inte helt och hållet utförts på samma sätt vilket kan ha påverkat reliabiliteten. Som tidigare nämnt har vi försökt att göra allt annat så lika som möjligt bland annat genom en väl genomarbetad intervjuguide, för att försöka eliminera slumpmässiga fel i högsta möjliga utsträckning.

Efter intervjuerna

Efter intervjuerna skrev vi kort ner intryck, tankar och iakttagelser kring den nyss genomförda intervjun. Så snart som möjligt, för att ha ett färskt minne kvar från intervjun genomfördes transkriberingen där den personen som hade gjort intervjun också ansvarade för transkriberingen. Den person som inte närvarat vid intervjun läste sedan det transkriberade materialet. När transkriberingsprocessen var genomförd för samtliga intervjuer färgkodades materialet efter de tre teman som intervjuguiden och studien innehåller. Detta för att enklare kunna urskilja de olika teman i den utskrivna intervjun vilket i sin tur underlättade arbetet med att formulera och presentera resultatet. För att bryta ner det som kommit fram av intervjuerna så sammanfattade vi kort och tog ut ett antal belysande citat för att få en bra överblick över vad respondenterna sagt i intervjuerna.

⁶⁸ Ibid. s.48-49

Dessa sammanfattningar användes som stöd, tillsammans med det transkriberade materialet, när resultatet skrevs. I resultat och analyskapitlet försökte vi se till så att samtliga respondenter blev representerade lika mycket, men insåg att vissa kom att bli citerade någon gång mer. Vissa uttalande var så belysande och talande att vi inte ville ta bort dem.

Intervjuareffekt

En viktig aspekt av att använda sig av kvalitativa samtalsintervjuer är att det uppstår en intervjuareffekt dvs. att svaren kan skilja sig beroende på vem som ställer frågorna. Omedveten påverkan från intervjuarens sida samt att intervjupersoner anpassar sina svar till vad de tror förväntas svara är en av riskerna med den kvalitativa intervjun som metod. Erfarna intervjuare kan arbeta för att motverka det, men det är svårare för de mer oerfarna.⁶⁹ Vi som genomför denna studie är visserligen inte erfarna intervjuare, men genom medvetenhet om denna effekt kunde vi försöka undvika den och göra den så liten som möjligt. Trots detta är det något som bör tas med när man beräknar reliabiliteten. Sett till det resultat som intervjuerna gav kändes respondenterna raka och ärliga i sina svar. Detta kan bero på att respondenterna erbjöds viss anonymitet och att varje intervju inleddes med att den som skulle intervjuas kort förklarade hur intervjun skulle gå till. Samt att det tydliggjordes att syftet var att se hur de resonerar och att det inte fanns något rätt eller fel. Meningen var inte att de skulle sitta och rabbla de pressetiska reglerna som ett läxförhör. Vi som intervjuare försökte, i den mån som man medvetet kan påverka, hålla oss neutrala i kroppsspråk och ansiktsuttryck för att ytterligare undvika intervjuareffekt.

Etik

Informerat samtycke är en viktig del för att studien skall vara etisk försvarbar. Informerat samtycke innebär att man informerar intervjupersonen om upplägget på studien, dess syfte och vilka risker och fördelar som kan vara förenade med deltagande i intervjun. Man bör också meddela att de deltar frivilligt i intervjun och därför kan dra sig ur när som helst. Även information om konfidentialitet ska meddelas. I det informerande samtycket ingår också att man som intervjuare ska bestämma hur mycket information som ska ges när, ibland kan för mycket information styra in respondenten på olika spår och göra intervjun mindre öppen.⁷⁰

Efter att tips och intresseanmälningar inkommit kontaktades de personerna via e-post för att komma överens om en tid för genomförandet av intervjun. I detta meddelande upprepades studiens syfte, att man kunde avbryta om man ville, upplägget på studien och vilken form av konfidentialitet som kunde erbjudas. Detta upprepades även vid intervjutillfället. Hur mycket som skulle berättas om intervjun och frågeställningar har varit en viss balansgång. Etik och privatliv kan vara känsligt för vissa, och vi ville därför vara tydliga med att vi skulle ta upp dessa ämnen. Dock togs beslutet att inte gå närmare in på teoretisk bakgrund eller liknande för att inte lägga vikt i olika åsikter eller leda in respondenterna på något spår. Vi har utöver detta eftersträvat att vara så raka och tydliga

⁶⁹ Esaiasson et al. 2012:235, 267

⁷⁰ Kvale & Brinkmann 2009:87-88

som möjligt.

Konfidentialitet handlar om vilken information som kommer att vara tillgänglig för vem.⁷¹ De egenskaper som omnämns i studien är kön, ålder, hur länge de frilansat, hur länge de bloggat och vilken typ av blogg de driver. Detta för att det är faktorer som eventuellt skulle komma att spela en roll i analysen. Det finns en risk att vi avgränsade oss genom att bara välja dessa faktorer, men respondenternas konfidentialitet vägde tyngre. Vi frågade om vi kunde spela in intervjun för att kunna få så korrekta resultat som möjligt. Inspelningen var dock endast till för att vi skulle kunna transkribera intervjun korrekt och därmed få ordagranna uttalanden. När det inspelade materialet transkriberades maskerades namn och vissa andra detaljer som skulle kunna avslöja personens identitet.

Avslutande reflektioner kring metod

När en studie utformas och genomförs nås hög validitet genom att man tar hänsyn till de aspekter som kan tänkas påverka studiens resultat och dess tillförlitlighet. Med validitet menas att man faktiskt mäter det man syftar att mäta. För att dessutom uppnå reliabilitet, är studien beroende av att intervjutillfällena genomförs på samma sätt. Med reliabilitet menar man frånvaro från slumpmässiga eller systematiska fel.⁷² Samtliga delar av metoden har både styrkor och svagheter, och dessa har tagits upp genomgående i detta metodkapitel. Sammanfattningsvis så har inte alla intervjuer utförts på exakt samma sätt av praktiska orsaker vilket kan ha påverkat reliabiliteten. Dock har det övriga arbetet utförts på ett så noga och systematiskt sätt som möjligt för att öka reliabiliteten och få ett tillförlitligt resultat. Vi har också varit noga med att gå fram och tillbaka mellan frågeställningarna, syftet, intervjuguiden och teorin för att se att vi verkligen undersökte det vi syftade till att undersöka och uppnå så hög validitet som möjligt. Genom hög medvetenhet om de fallor man kan falla i så tycker vi oss kunna säga att resultatet går att lita på.

⁷¹ Kvale & Brinkmann 2009:88

⁷² Esaiasson et al. 2012:57, 63

4.

Resultat & Analys

I detta kapitel kommer resultatet och analysen av intervjuerna att redovisas. Kapitlet är uppdelat i tre olika delar i enlighet med de uppställda frågeställningarna och inom dessa delar kommer det att redovisas vad respondenterna var eniga om samt den variation som kunde identifieras i intervju svaren. Resultat och analys kommer att presenteras tillsammans, detta för att vi anser att det blir mer pedagogiskt och enklare för läsaren att följa.

Därför bloggar de

På intervjufrågorna som ställdes till respondenterna under intervjun hade de många olika svar kring varför de bloggar och vad bloggen fyller för funktion för dem som journalister. Nedan följer en redogörelse av de funktioner som respondenterna uppgav att bloggen hade för dem.

Marknadsföring!

Den anledning som alla respondenter på något sätt tog upp, och som majoriteten hade som största skäl till bloggandet, var för att marknadsföra sig själva. Detta just för att de är frilansjournalister.

“Är man frilansjournalist så måste man synas, höras, folk måste veta om att man finns. Det blir väldigt mycket varumärke, så alla sätt att synas är bra.” – Kontorsbloggaren.

”Den primära fördelen är att man håller sig, exponeringsytan, att man syns, man hela tiden är en röst som är aktiv, även om du inte har något uppdrag hos dem som publiceras just nu. Det är ju definitivt den stora fördelen.” – Livsstilsbloggare.

Respondenterna talar väldigt mycket om exponering, varumärke, synlighet, knyta kontakter, att vara en aktiv röst och få uppdrag tack vare detta. Om att det är lättare att få jobb om uppdragsgivarna känner igen en, all synlighet är bra. Detta är extra viktigt för just frilansjournalisterna då de hela tiden måste få nya uppdrag, och lever på sin anställningsbarhet på ett helt annat sätt än fastanställda journalister. Majoriteten av dem har även en hemsida där de presenterar sig själva, har lagt upp CV och texter som de skrivit. Någon har en blogg på sin hemsida, andra har fristående bloggar. För vissa fungerar även bloggen som en form av journalistisk plattform att utgå ifrån.

Detta går i linje med det Alström beskriver, att journalisten blir allt mer personifierad, deras

egna personliga varumärke blir allt viktigare.⁷³ Detta är som sagt extra viktigt för just frilansjournalister. Bloggen blir en plats att exponera sig på som de själva kan styra över. Ekonomin blir viktigare och kommersialiseringen ökar fokus på att sälja. Nygren påpekar att just frilansjournalister är extra beroende av beställare och därmed mindre autonoma i sin yrkesroll.⁷⁴ Det är mycket viktigt för dem att bygga upp sitt personliga varumärke.

Det är endast en respondent som inte använder sin blogg som marknadsföring, nämligen politikbloggaren. Han är anonym på sin blogg och känner snarare att bloggen skulle hindra honom från att få arbete på grund av åsikterna som står där. Han nämnde dock att när han söker arbete på en tidning med samma politiska inriktning som bloggen så kan han visa på förståelse för ämnet med hjälp bloggen och därmed till viss del använda den för att få uppdrag. Även han kan alltså ibland använda bloggen för att sälja sina tjänster. Också andra respondenter nämner att bloggen är bra att kunna referera till när man söker uppdrag. Då vissa lägger upp artiklar och liknande blir bloggen som ett arkiv av tidigare publicerat material. Något som ett par av dem också nämnde var att bloggen är ett sätt för dem att profilera och positionera sig.

”Sen som jag sa med min nya blogg så är syftet att profilera mig mer som träningskribent, för att kunna få ännu fler uppdrag inom det området.” – Kontorsbloggare.

Bloggen blir då ett sätt att rikta in sig och visa på sin kunskap inom ett specifikt område, vilket också gör dem mer attraktiva inför uppdragsgivare inom det området.

Ett fritt utrymme

En av förhoppningarna som fanns när bloggarna dök upp var att nu kunde alla göra sin röst hörda, det skulle växa fram fri medborgarjournalistik som inte styrdes av mediebolagens strikta strukturer. Även om förhoppningarna inte till fullo uppfyllts så kvarstår faktum att bloggarna är ett fritt utrymme utan någon annan som styr över innehållet⁷⁵, vilket flera av respondenterna tar upp.

”För att ha en fri röst. Det låter väldigt pretantiöst men just det här med att skriver man en skivrecension som är 500 tecken så kanske man vill säga något mer. (...) Som journalist har man ofta väldigt mycket att säga, och man får inte utrymme för det i tidningen.” – Kulturbloggare.

En av avledningarna till att vissa av respondenterna bloggar är för att få lov att ha ett utrymme där de kan skriva om sådant som fortfarande är intressant, har ett journalistiskt värde och ett läsvärde men som inte passar i en tidning. Det kan handla om längden, formatet, att något är för smalt, för nördigt, för personligt eller för djupt. Men det handlar också om att i bloggen finns det inte någon chef eller redigerare som har åsikter om innehållet. Som politikbloggaren uttryckte det:

⁷³ Alström 2008:139

⁷⁴ Nygren 2008:75, 163

⁷⁵ Olsson et al. 2007:23-29

“...man kan framföra alternativa skildringar av verkligheten som inte belyses i vanliga medier.”

– Politikbloggare.

Dessa är möjligheter som även forskarna sett. Anders R Olsson menar att bloggar kan passa bra som komplement till medierna, som en kanal för smalare nischer, som kan ta upp sådant medierna missar och som ännu en kanal för journalister.⁷⁶

Att påverka

I ett fritt utrymme så finns det också en möjlighet till egna åsikter. För journalistikbloggaren och politikbloggaren är huvudsyftet med bloggen att få uttrycka sina åsikter, diskutera och skapa opinion. Politikbloggarens stora drivkraft är hans övertygelse och viljan att få fler folk att rösta som honom. Han vill förklara samband som han ser och dela med sig av sin kunskap. Journalistbloggaren däremot vill mer diskutera. Bloggen är en möjlighet att få tycka, något han säger är svårt inom framför allt public service:

“Om man är frustrerad över något så kan man skriva det på bloggen och kolla vad andra tycker. Sen är det som en ventil.(...) det går att påverka med den också.” – Journalistikbloggare.

Diskussioner som han startar på ett ställe kan fortsätta på andra forum och i sin tur påverka. Han menar också att han inte stöter på några problem med sina uppdragsgivare, de blir inte upprörda trots att han i sin blogg kritiserar dem, så länge det sker sakligt.

Journalistikbloggen kan på ett sätt fungera som kvalitetssäkring av journalistiken så som Fengler hade förhoppningar på.⁷⁷ Även om respondenten själv är journalist och inte utomstående granskare så använder han ändå bloggen för att kritisera och diskutera media och journalistik och kan då uppmärksamma och bekämpa brister. Därmed kan man diskutera om denna blogg snarare stödjer professionaliseringen av journalistyrket då självkontroll och kvalitetssäkring är en del av professionaliseringsprocessen.⁷⁸ Journalistikbloggaren sa också att hans uppdragsgivare inte är negativa till att han kritiserar dem, dock kollar han ibland med dem om vissa ämnen är okej. Detta är faktorer Fengler menat ökar och skapar problem för just journalister som skriver om media, de kan inte alltid vara hur kritiska de vill då de är beroende av uppdragsgivare.⁷⁹

Politikbloggen tangerar delvis den förhoppning som fanns kring bloggar, att de skulle bli ett medium där alla kan uttrycka sina åsikter fritt, där alternativa verklighetsskildringar kan få ta plats. Olsson tar dock upp problemet med att det finns så många bloggar, och att många inte når ut för att folk helt enkelt inte har tid att läsa alla, och att de inte får någon större betydelse utan spridning. Bloggsfären består av ett fåtal elitbloggar och massa småbloggar utan spridning.⁸⁰ Denna problematik tar även en av respondenterna upp.

⁷⁶ Olsson et al. 2007:23-29

⁷⁷ Fengler 2008:61-65

⁷⁸ Hadenius et al. 2011:329

⁷⁹ Fengler 2008:61-65

⁸⁰ Olsson et al. 2007:23-29

“En blogg, det är bara ett inlägg på internet, det är ingenting om det inte kommer till en plattform.”
– Livsstilsbloggare.

Så även om ambitionen är att påverka så kan det vara svårt.

Att hänga med

Bloggen fungerar dessutom som ett sätt att hänga med i utvecklingen.

“Men sen också att eftersom jag skriver om teknik och internetutvecklingen så känner jag att bloggen är viktig för mig som löpande fortbildning. (...) Så blir det som en lekverkstad för mig, för att testa och lära mig mer om internet.” – Teknikbloggare.

En bloggare menar att det kan vara bra att kunna tekniken på amatörnivå då fler tidningar börjar använda sig av den. Bloggen blir också ett bevis på att man har koll på hur sociala medier fungerar och att man hänger med i utvecklingen. Detta kan man se i det Nygren beskriver, att journalister förväntas bli allt mer multikompetenta, de förväntas kunna mycket mer än tidigare. Att blogga blir ännu en kompetens man ska besitta vilket gör journalistrollen otydlig och de riskerar att förlora kontrollen över sitt arbete. Detta blir ett steg i de-professionaliseringen.⁸¹ Fastän bloggen kan å andra sidan, som teknikbloggaren tar upp, hjälpa journalisten att lära sig mer om det fokusområde denne jobbar inom och därmed öka kompetensen inom detta specifika område.

Andra funktioner

Andra funktioner med bloggen som kom upp under intervjuerna var att den är ett sätt att hålla i gång skrivandet, om man jobbade mycket med radio eller i tider av arbetslöshet. Det är ett sätt att få dela med sig av sina artiklar och texter. Det kan göra att PR-byråer uppmärksammar en mer och att man därmed får mer material. Bloggen passar även bra för liverapportering och flera av respondenterna uttryckte i förbifarten att det också är roligt att blogga.

“Plus att jag tycker att det är ganska roligt att skriva om all träning jag håller på med, men det blir ju ganska nördigt, så det är skönt att få ett specifikt forum för det.” – Kontorsbloggare

Även interaktivitet var något som några respondenter såg som en fördel. Att de kan uttrycka sina åsikter och höra vad andra tycker om den. Att man kan få tips från läsarna och att läsarinteraktionen kan hjälpa till att skapa en bättre journalistik. En respondent tog upp riskerna med interaktivitet, att det kan bli rätt råa och hårda kommentarer som skyddas av att den som kommenterar kan vara anonym, vilket till och med gjorde att hon undvek vissa kontroversiella ämnen. Just interaktiviteten är något som lyfts fram som en möjlighet för media att komma närmare läsarna, men forskarna är oeniga om huruvida tidningar

⁸¹ Nygren 2008:75, 163

utnyttjat detta.⁸²

Ännu en kanal, men ändå inte

Huruvida bloggen är ännu en kanal, likställt med annan journalistik, var svaren rätt splittrade. De flesta respondenterna menade att en blogg absolut kan vara kraftfull och en kanal för journalistik, men att det beror på. Främst menar de att det beror på kvalitén, om ett inlägg är väl genomarbetat, då är det lika mycket journalistik som om det skulle ligga i GP eller DN. Eller vilken plattform den har, vilken spridning bloggen får. Samtidigt så förhåller sig majoriteten av dem lite annorlunda mot bloggen jämfört med när de skriver artiklar. En respondent sa att det som står på bloggen kan han lika gärna skriva i en tidning. Kontorsbloggaren sa samma sak, men sa samtidigt att hans kontorslogg inte är journalistik då den är väldigt lättisam. Ett par respondenter är inte lika noga med språket på bloggen, de bryr sig till exempel inte lika mycket om att göra det lättläst. En respondent menade att vissa saker passar bättre i bloggen, och andra passar bättre i en tidning.

”Ja fast samtidigt behöver man väl inte göra någon större skillnad av det beller, tycker jag. Om jag skriver en sak i tidningen, eller om jag skriver en sak i bloggen, behöver inte vara så stor skillnad tycker jag. Det är väl ett litet förlegat sätt att se på.” – Kontorsbloggare.

Majoriteten säger att det är journalistik lika mycket som de gör på bloggen som i en tidning. De vill alltså inte göra någon skillnad mellan annan journalistik och bloggen, men samtidigt förhåller majoriteten sig ändå aningen annorlunda mot bloggen jämfört med en tidning. Kommentarererna är motsägelsefulla, men de tycker alla att bloggen är en viktig kanal.

Etiska överväganden även på en blogg

Den andra frågeställningen i denna uppsats lyder hur ser de frilansande journalisterna på de etiska överväganden de gör när de bloggar jämfört med när de arbetar med redaktionellt material? Nedan redogörs för hur respondenterna besvarade intervjufrågorna kring detta tema. Detta är uppdelat i ett antal kategorier som utformats utifrån intervjuisvaren och vad som var mest återkommande i svaren.

Same same, but different.

Samtliga respondenter är överens om att pressetiska regler och journalistiska ideal är något som kan och bör appliceras även på bloggar och att det inte borde vara någon skillnad. Att de tänker i stor utsträckning eller precis lika mycket kring etik när det kommer till deras bloggande som om de skulle skrivit en artikel för en tidning.

”Jag tycker att det är enkelt, och går. Jag tycker inte att det är svårare med de pressetiska reglerna för att jag skriver en blogg eller för att jag skriver en text i en tidning eller ett magasin. Det är liksom... jag har samma krav på mina egna texter oavsett om jag skriver dom på bloggen eller i en papperstidning.”

– Teknikbloggare.

⁸² Singer 2005:192-193; Nygren & Zuiderveld 2011:83

Samtidigt så nämner en respondent att hon gör sin egen tolkning kring detta när hon bloggar då hon menar att bloggfenomenet inte bygger på journalistik utan fenomenet blogg bygger mer på personliga betraktelser vilket skapar en konflikt. Samtidigt så menar respondenten att ingen skillnad görs i vad hon skriver om, men att hon tycker mer och har egna åsikter på bloggen. Många av respondenterna poängterar att det idag finns en stor tidspress, det går lite för snabbt och att risken finns att man råkar missa att kontrollera sin fakta. En av respondenterna menar att det säkert på en generell nivå är mer frestande på en blogg att tänja på sådant som etiska regler. Samtidigt som de är eniga om att det är viktigt att hålla sig till sanningen och sådant som är rätt och riktigt.

”Jag tror att min syn på etik när det gäller mitt bloggande, eller min syn på etik när det gäller mitt skrivande, det skiljer sig inte. Det som skiljer sig är min tidspress, att ha så hög press som man har inom bloggen, att få fram så mycket inlägg gör att fler saker kvalar in. Och där börjar etiken bli naggad i kanten.” – Livsstilsbloggare.

På grund av att respondenterna har olika inriktningar på sina bloggar, så varierar det kring huruvida de ställs inför etiska dilemman i sitt bloggande. Ämnena är inte av känslig karaktär, och de flesta av respondenterna arbetar inte med grävande journalistik överhuvudtaget. Flera anser att deras ämnen inte är så kontroversiella så att de ställs inför situationer där de måste reflektera över etiska dilemman.

Idealet är alltså att applicera de pressetiska reglerna även på sina bloggar, men att det i praktiken finns vissa svårigheter att faktiskt göra detta. Det är mer externa faktorer som påverkar än att dessa individer inte har en vilja att följa de etiska reglerna, för de finner dem trots allt vara viktiga. Precis som andra studier också visat så är det höga tempot ett problem för respondenterna. Kravet på fler inlägg kan bidra till att blogginläggen blir av sämre kvalité om man låter sig dras med i detta. Bilden respondenterna visar på är att den spänning som Paschal Preston och Jenny Wiik tycker sig se mellan ideal och praktik existerar för även dessa individer.⁸³ Mycket av ansvaret ligger på individen, eftersom i flera av fallen är respondenterna sina egna granskare och det framgår också i intervjuerna att de som skriver på uppdrag har fria tyglar kring vad de publicerar. Att ett tyngre ansvar ligger på individen, att bestämma för sig själv vad som gäller är enligt Nygren en effekt av den de-professionalisering han tycker sig se. Det bör och kan appliceras, men trots det så görs det inte alltid.

Trovärdighet

Varför de etiska reglerna bör appliceras på bloggar är respondenterna eniga om. Att sprida felaktig information och inte agera etiskt är något som skulle påverka deras trovärdighet som journalister. Vilket i sin tur vissa av respondenterna menar skulle kunna påverka deras anställningsbarhet eller säljbarhet inför potentiella uppdragsgivare. Journalistikbloggaren säger att:

⁸³ Preston 2009:44-47; Wiik 2010:209-210

“Det är ju för ens egen skull att man ska vara trovärdig. Precis som att de etiska reglerna är självsanerande så ska man sanera sin egen blogg också på samma sätt.” – Journalistikbloggare.

Respondenten som driver en blogg om politik menar att det handlar om att skulle han skriva något som inte är sant, så skulle personerna som läser hans blogg inte tro på honom längre. Därför är källkritiken viktig, likaväl som på en blogg som om de skulle skrivit en artikel. Annars är risken att hur de agerar i sitt bloggskrivande påverkar huruvida de får uppdrag eller att de till och med kan bli av med uppdrag för att de agerat oetiskt.

“Det är ju också en journalistisk ryggmärgs grej att man ska vara källkritisk. Men framförallt, det sabbar ju din egen trovärdighet extremt mycket som frilansjournalist om du börjar sprida felaktiga grejer och du kommenterar grejer utan att ha på fötterna liksom. Det sabbar ju ditt eget varumärke. Det handlar ju ändå ganska mycket om varumärke, att vara frilansjournalist, får man väl säga.” – Kontorsbloggare.

Deras journalistroll kan bli skadad och de kan få ett dåligt rykte. För en frilansjournalist som är beroende av att ha uppdragsgivare utifrån ett ekonomiskt perspektiv, kan detta vara förödande. Teknikbloggaren för ett resonemang kring just det ekonomiska perspektivet och etiken. Är man i en ekonomisk situation där man i princip måste tacka ja till vilket uppdrag man än får så är risken större att etiken kan få lida. *“Alla behöver mat på bordet.”* - Teknikbloggare. Men det är som tidigare nämnt inte bara inför uppdragsgivare som det är viktigt att man kan visa på att man tänker kring att handla etiskt. Det är också för läsarnas skull och att inte göra sådant som man inte kan stå för som journalist. Läsarna ska kunna lita på att det som de läser på bloggen är korrekt.

Resultatet visar på den nära sammankoppling som finns mellan trovärdighet och att följa de journalistiska idealen. De talar själva inte om något socialt kontrakt med samhället så som Nygren väljer att uttrycka det,⁸⁴ utan pratar snarare om det förtroendet deras läsare känner men det går även att koppla till detta. De känner ett personligt ansvar inför de som tar del av deras blogginlägg. Den slutsats som går att dra är att även om bloggen är subjektiv⁸⁵ gör det den inte mindre trovärdig då de inte anser sig vara mindre journalistiska i sitt skrivande på bloggen och att skulle de riskera sin trovärdighet så skulle de kunna få mycket negativa effekter. Dock blir det ändå en krock då bloggans trovärdighet bygger på subjektivitet medan journalistikens legitimitet bygger på objektivitet. Frågan är var en journalist som bloggar ska bygga sin trovärdighet på, om det går att kombinera de båda eller om det blir en sorts gråzon som är svår för läsarna att tolka.

Även om det ibland i praktiken kan vara svårt att förhålla sig till de etiska reglerna när det kommer till bloggen så är det precis lika viktigt som i andra medium att vara trovärdig. Samtidigt visar intervjuvären att det kan existera en problematik när ett ekonomiskt perspektiv vägs in. Beroende på individens ekonomiska situation har de olika möjligheter att strikt följa sina ideal. Det uppstår en situation där det finns en hög medvetenhet om vad

⁸⁴ Nygren 2008:174

⁸⁵ Walker Rettberger 2008:91-92

som bör göras och vad konsekvenserna kan bli om detta inte följs, men att det trots allt uppstår situationer där man tvingas göra avkall på etiska riktlinjer och ideal. Detta gäller möjligtvis inte specifikt för bloggen som kanal utan för frilansjournalistiken i stort, att det finns externa faktorer som inte går att komma ifrån som gör att man tvingas gå ifrån sina journalistiska ideal. Att pressetiska regler inte till fullo följer med in i de nya medierna och att de pressetiska organen håller på att försvagas är något som gör att reglernas legitimitet kan ifrågasättas menar Nygren. Han menar också att det är just detta som skulle kunna vara ett tecken på en de-professionalisering av journalistyrket.⁸⁶ Vilket också stämmer överens med det glapp Jenny Wiik menar sig se mellan ideal och praktik. Det finns så många externa faktorer så som kommersialisering och att det blivit mer publikorienterat som kan driva på denna utveckling.⁸⁷

Professionellt subjektiv

Objektivitet är ett svårt begrepp för respondenterna och de tolkar det på lite olika sätt. En ifrågasätter begreppet, och menar att det är svårt att vara objektiv generellt som journalist då man alltid är färgad av sina erfarenheter. Bloggen kanske till och med är ärligare och mer transparent för att det just är tydligt att bloggen är ett forum där man tycker, kommer med personliga tankar och reflektioner. Själva uppsåtet är mer tydligt i bloggen. Det är också vad läsarna vill ha menar de, de vill veta vad bloggaren tycker om den tjänsten, klädesmärket eller boken. Det handlar kanske mer om att visa bredd och ha en variation över tid kring vad man skriver om i bloggen. De tänker snarare mer kring urval än om att vara objektiv i den mening att man inte visar åsikter kring det man skriver om. Så att exempelvis ett visst företag inte blir överrepresenterade i bloggen. Samtidigt så förnekar de inte att de är betydligt mer subjektiva i bloggen för att det just det som är en av funktioner med den.

”Ja, här är jag ju mycket mer subjektiv. Bloggen är ju jag som tycker om saker och ser saker och observerar om något. Så den är väl rätt subjektiv. Jag brukar använda det här fina uttrycket professionellt subjektiv. (...) Men det är klart att bloggen är ju min blogg och jag skriver vad jag vill och när jag vill. Så det är ju klart att den blir mer subjektiv eftersom det är mycket mer jag. Samtidigt så är det ju jag, journalisten, som syns där.” – Kulturbloggare.

Intervjuerna visar att det är som journalister, det vill säga i ett professionellt sammanhang, som dessa personer uttrycker dessa åsikter och reflektioner, inte som privatpersoner. Respondenten som bloggar om journalistik menar att man kanske blir mer noga kring hur man uttrycker sig i och med att man inte har någon ansvarig utgivare som kontrollerar texterna innan publicering. Politikbloggaren sticker i detta sammanhang ut på grund av bloggans inriktning, samt att personen ser det som att han bloggar som privatperson och inte som frilansjournalist. Syftet med bloggen, och det framgår tydligt, är att lyfta fram det partierna han sympatiserar med och få andra att göra det också, men att han försöker göra detta sakligt. Här förs inte samma resonemang kring urvalet och att man ändå försöker på något sätt, beroende på ämne, visa på flera olika sidor.

⁸⁶ Nygren 2008:159

⁸⁷ Wiik 2010:209-210

“Men vi försöker ju inte framställa XX som jävligare än de är, de lyckas ganska bra på egen hand att förtala sig själva tycker jag. (...) Så sakligt presenterad som möjligt, liksom.” – Politikbloggare.

Att låta alla komma till tals och höra båda sidor är en del av de pressetiska reglerna. Flera av respondenterna har svårigheter att relatera till detta då deras journalistiska inriktning gör att de inte står inför dessa situationer. Respondenterna kopplar tillbaka till urvalet, att det är där de försöker visa på någon typ av bredd och att visa på olika sidor men att denna del av de pressetiska reglerna kanske inte riktigt passar in på deras bloggar för de skriver inte den typen av texter. Journalistikbloggen menar också att i och med att syftet med hans blogg är att diskutera så kommer det naturligt att visa på flera sidor, det är själva poängen. Han försöker också informera dem han skriver om via Twitter, för att de ändå ska få chansen att gå in och läsa vad han skriver och om de vill, själva skriva en kommentar till blogginlägget.

Att bloggen är subjektiv är inget problem för respondenterna, och som tidigare avsnitt redan konstaterat så gör det dem inte mindre journalistiska i bloggen. Även om det i studier har visats att journalister runt om i världen tycker att objektivitet är ett eftersträvanvärt ideal så visar våra respondenter snarare en medvetenhet om att det kanske inte går att vara objektiv utan att det snarare handlar om ett annat värde som kan vara av stor vikt, nämligen urvalet. Paschal Prestons studie visar på detta då ett värde som var viktigt för journalister världen över var balans⁸⁸ och detta stämmer också bra in på individerna i denna studie. När själva funktionen med en blogg är att visa egna reflektioner och åsikter och det därmed blir svårt att vara objektiv är det istället viktigare att visa på bredd och variation för att skapa balans.

Bilder - Rena vilda western?

Ytterligare en aspekt av bloggfenomenet är användandet av bilder och utifrån dessa intervjuer framgår det att åsikterna går isär kring vad man får eller bör göra. Samtidigt tycker majoriteten av respondenterna att det är ett problem generellt, framförallt på internet men även i tryckt media. Även om det går att hitta bra bildmaterial utan att vara rädd för att *“trampa ner i upphovsträsket”*.

För en respondent är det inget problem överhuvudtaget då denne endast använder bilder han själv tagit. Vissa av respondenterna uppger sig vara mycket noga med att hänvisa vart man tar sina bilder ifrån, speciellt om det gäller bilder från en privat fotograf medan pressbilder hamnar i någon typ av gråzon för några av respondenterna. De som uppger sig vara mycket noga med att inte ta bilder uppger främst två olika skäl till detta. Dels risken för att bli stämd och dels för respekt gentemot fotografen. Som journalist vill man inte att någon ska stjäla ens texter och en respondent uppger att den inte vill vara med och bidra till det stora problem som den upplever finns kring bilder och upphovsrätt. En anledning till att pressbilder hamnar i någon typ av gråzon, där några av respondenterna ändå finner

⁸⁸ Preston 2009:44-47

det acceptabelt att använda bilder utan att ange fotograf är för att bilderna är gjorda för det ändamålet. Det blir en win-win situation.

“Det är ju ändå bilder som är gjorda för sånt. Jag tar ju inte människors, jag tar ju inte fotografier som andra har gjort. Men just pressbilder för böcker och filmer och sånt där, det plockar jag med gott samvete.”
– Kulturbloggare.

En annan anledning som ges till att man väljer att ta bilder utan tillstånd är ekonomisk.

“Hade vi tjänat pengar på bloggen så hade vi självklart betalat för bilderna men nu är det en icke vinstdrivande verksamhet som är på hobbybasis.” – Politikbloggare.

Det blir tydligt att bilder är ett etiskt problem och att samtliga har mer eller mindre reflekterat kring hur de själva agerar i sin bildanvändning på bloggen. De tycker att man ska redovisa vart man får sina bilder ifrån, att detta är ett problem på bloggen, men att det är så situationen även ser ut för nät- och papperstidningar. Något som inte fungerar fullt ut i de traditionella medierna har följt med även in på bloggen. Så trots att de är eniga om att etiska regler och riktlinjer ska och kan appliceras på en blogg, blir bilderna här en parentes. Att det enligt lag är något som är brottsligt oroar framförallt en respondent och de andra tänker mer kring det som god publicistiskt sed att visa vart man får sitt material ifrån. Detta då de själva också lever på att upphovsrätten följs. Varför det är såhär är svårt att säga, men där just det höga tempot och stressen som Wiik beskriver kan vara en bidragande orsak.⁸⁹

Vad är reklam?

De två frilansjournalister som bloggar på uppdrag styr inte själva över om det finns reklam på deras blogg, även om den ena uppger att den inte kan tänka sig att ha det på sin privata blogg. Det viktiga är att reklamen inte påverkar innehållet menar flera av respondenterna. Huruvida de kan tänka sig att ha reklam på bloggen beror också på vem eller vilket företag det är som vill annonsera och att man fortfarande kan vara kritisk mot ett företag oavsett om de annonserar på bloggen eller inte. Majoriteten av respondenterna tar upp produktplaceringar, att man exponerar företag och personer i sin blogg när man skriver om dem och att det i sin tur blir reklam och att man här som journalist får vara vaksam på hur man hanterar det och hur man uttrycker sig. Vilket också flera av intervjupersonerna kopplar till hur de tänker kring urval och att få en variation på vilka företag eller personer man exponerar i sin blogg.

”Jag skulle aldrig skriva att Yves Saint Laurent har de allra bästa grejerna. Men jag kommer exponera Yves Saint Laurent för att de var de som jag jobbade med. Men jag skulle aldrig lägga en medveten värdering i det, för att höja varumärket. Men däremot så exponerar jag dem. Så det är ju produktplacering, men det är produktplacering som jag gör utifrån mina val.” – Livsstilsbloggare.

⁸⁹ Wiik 2010:209-210

I de pressetiska reglerna ingår checklistan angående redaktionell reklam.⁹⁰ De är tydliga med att skulle de ha annonser så skulle de absolut inte få påverka innehållet på bloggen. Några reflekterar också över att all synlighet och kan tolkas som produktplacering i någon form och att det är en tunn gräns. De menar också att de aldrig skulle prata gott om en produkt bara för att de fått dem. Men ett par säger att de ändå tycker att det kan okej att ta emot saker, för att bland annat göra konsumentjournalistik. Detta går emot en punkt i yrkesreglerna. Dock är detta ett problem som respondenterna säger är precis likadant i en tidning. Det som går att se här är svaren är motsägelsefulla. De gör en skillnad på reklam och produktplacering, men produktplacering är lika mycket reklam som en annons enligt checklistan. En produktplacering är dessutom beblandat med själva texten, vilket gör det mer otydligt att det faktiskt är reklam som det handlar om. Det existerar alltså en problematik kring vad som är reklam och inte. Det finns en tydlig personlig uppfattning hos varje respondent, men detta stämmer nödvändigtvis inte överens med vad checklistan angående redaktionell reklam säger.

Det sitter i ryggmärgen

Ett återkommande uttryck som respondenterna använder sig av är att det sitter i ryggmärgen. Både inför situationer de ställts inför och sådana som de ännu inte stött på i bloggsammanhang. Teknikbloggaren hade vid ett tillfälle blivit tillfrågad av en PR-byrå om han ville testa och skriva om en produkt och i gengäld få tre exemplar som han kunde behålla och lotta ut till bloggens läsare.

“Då var det liksom, nej, det här gör jag inte. Och det krävdes ingen eftertanke från min sida. Utan det var ju ren journalistisk ryggrads reflex att det här är ingenting jag håller på med.” – Teknikbloggare.

Även om de ännu inte känner att de ställts inför flertal av de situationer som de blev tillfrågade om under intervjun så känner de ändå att skulle de ställas inför sådana situationer som skulle kunna benämnas som ett etiskt dilemma så skulle de kunna hantera detta. De med längre erfarenhet som journalister hänvisar till att de har arbetat länge i branschen och därmed har det naturligt med sig. Där menar ändå livsstilsbloggaren att det finns en risk med att ta för givet eller hoppas att det kommer naturligt.

Detta kommer också av att alla har en journalistutbildning i bagaget. Nygren påpekar det är det enda tecknet som snarare pekar mot en ökad professionalisering, att allt fler journalister har en journalistisk utbildning.⁹¹ Även om de inte minns de pressetiska reglerna till punkt och pricka så finns de där, de har blivit insocialiserade i de journalistiska idealen så som Bergström tagit upp.⁹² Wiik menar att när det är risk för minskad legitimitet och de-professionalisering så går kåren samman och håller hårt i de journalistiska idealen, men att det är risk för att ideal och praktik går isär.⁹³ Huruvida detta är fallet är svårt att säga då vi

⁹⁰ Svenska Journalistförbundet - *Spelregler för press, radio, tv*; Hadenius et al. 2011:37-38

⁹¹ Nygren, 2008:20

⁹² Wiik 2010:209-210)

⁹³ Bergström et al. 2010:23

endast undersökt hur de resonerar. Men något man kan säga är att respondenterna tycker att idealen och de pressetiska reglerna är något de har med sig och som är viktiga att följa.

Privatliv och arbetsliv

Hur resonerar de frilansande journalisterna kring bloggande i förhållande till sitt arbetsliv och sitt privatliv? Detta är den tredje frågeställningen i denna uppsats och hur respondenterna valde att besvara frågor kring detta tema redogörs i denna sista del av resultat och analyskapitlet. Avsnittet är strukturerat som sådant, till skillnad från tidigare avsnitt, att resultatet redovisas först och all analysen är samlad till slutet. Detta för att de olika delarna av temat var så tätt sammanflätade att det var svårt att analysera dem var för sig och att det, för att få en mer sammanhållen och lättförståelig analys, var bättre att samla allt i slutet.

Lika mycket journalist i bloggen

Alla respondenter utom politikbloggaren bloggar i sin roll som frilansjournalister och de är i mångt och mycket lika mycket journalister på bloggen som i vanliga fall. Det framgår på politikbloggen att skribenten är frilansjournalist men i övrigt är personen helt anonym. Han har dock vid sidan av en journalisthemsida, där han är offentlig med namn, och som används för att marknadsföra honom.. Det är därmed tydligt utskrivet på samtliga respondenters bloggar att de är frilansjournalister. Ingen av dem skriver om sitt privatliv i sin blogg. För de som skriver på uppdrag är det för att de har sina riktlinjer om vad de ska skriva om för typ av ämne, så det passar helt enkelt inte in. De som bloggar privat menar bland annat att det inte passar in att skriva om privatlivet sett till ämnet, det hör inte hemma i bloggen och skulle kännas konstigt att skriva om det där.

Respondenterna har delade åsikter kring om det känns viktigt för dem att göra åtskillnad mellan privat och offentligt i bloggen.

“Alltså nej, det känns inte jätte viktigt (...) Men i just bloggen som ligger på /arbetsgivarens/ plattform känns det inte som att det hör hemma där, det har liksom inte där att göra.” – Livsstilsbloggare.

Samtidigt menar två respondenter att det inte spelar så stor roll för dem personligen utan att det finns andra skäl till att det kan vara viktigt att särskilja de två rollerna.

“Viktigt bara för läsarens skull. Jag tror inte läsare orkar ha med så mycket av det privata för det är inte en sån blogg. Det är ingen som läser den för att få reda på något privat om mig. För mig själv skulle det kvitta ganska mycket.” – Journalistikbloggare.

En respondent menar dock den finner det mycket viktigt att göra den åtskillnaden för att inte riskera att lämna ut för privata detaljer om sig själv som kan skada denne yrkesmässigt.

Personlig, men inte privat

Men även om respondenterna uppger att det är som frilansjournalister som de bloggar så

medger de att bloggen är personlig och att för den som vill så går det att hitta privata detaljer, alternativt att privatpersonen bakom journalisten kan lysa igenom mer på bloggen. På frågan om respondenterna skriver mycket om sitt privatliv så svarar samtliga respondenter dock nej.

“Ja personlig är den ju verkligen, men privat... nej jag har ju inte med någonting från, jag tror att i “Om mig” så står det nog något privat (...) Annars är den väldigt oprivat på det sättet.”

– Journalistikbloggare.

“Nej det gör jag inte. Men jag tror ändå att om man har en blogg, så kommer fortfarande man ändå lite närmare någon på ett personligt plan om än inte privat för det står mer saker. Kortare grejer och sånt just sånt som kan ge inblickar, men jag har ett offentligt jag, jag har mitt journalistiska jag där.”

– Kulturbloggare.

Alltid i tjänst

Flera av respondenterna uttrycker att dom är tjänst dygnet runt. Det är därför svårt för respondenterna att göra en uppdelning mellan privatperson, frilansjournalist, arbetsliv och privatliv. Det är dock inte nödvändigtvis bloggen som är den bidragande faktorn till detta utan det är mer det faktum att de valt att arbeta som frilansjournalister som gör att rollerna blir tätt sammankopplade. Den person som ändå hade enklast att skilja på roller var politikbloggaren, som menar att han i princip har tre olika roller, frilansaren, bloggaren och privatpersonen.

Journalistikbloggaren tar upp att frilansjournalisten och privatpersonen är en och samma person, att lika mycket som han är journalist på bloggen så är han samtidigt också sig själv i den journalistrollen. Han konstaterar att begreppen är svåra att skilja på. Kontorsbloggaren ifrågasätter huruvida det ens behövs göra någon skillnad, att det möjligtvis kan vara lite överspelat och att man får ta ansvar för det man skriver överallt oavsett i vilken roll man själv tycker sig skriva det i.

“Det där flyter samman. Och just som frilansjournalist så, yrkesroll, privat, det glider ganska mycket samman alltså. Och är man, säg om du är liksom stor DN reporter eller vad som helst, även om du skriver att du twittrar privat, så spelar det ingen roll om du skriver tvivelaktiga grejer, för det kommer ändå förknippas med din yrkesroll.” – Kontorsbloggare.

Katten, joggingrundan och sexlivet

Var gränsen för vad som är för privat går för respondenterna är rätt gemensamt, nämligen vid de klassiska dagboksämnen. Det handlar om allt från min dag, vad katten gör, städning, att de var ute och sprang, om familj, barn, känslor eller sexlivet. En respondent tog upp att han gjort misstaget att lämna ut för mycket om sitt privatliv, skrivit om känslor som kunde verka degraderande för honom, och att han därför är försiktig nu. Majoriteten menar dock att gränsen de drar beror inte på att det skulle vara för privat, de skulle kunna skriva om dessa saker om de ville. Snarare handlar det om att det inte är intressant, det passar inte in i bloggen, det hör inte till ämnet och folk vill inte läsa det.

”Det finns väl massa grejer, jag skulle aldrig skriva om kärleksliv, sexliv alltså familj, sådana grejer, för det har jag inget intresse av att skriva om överhuvudtaget. Alltså jag skulle inte rent etiskt ha problem med att skriva det, eller känna att det här är för privat, men jag tycker att det är helt ointressant att berätta om det.” – Kontorsbloggare.

Det handlar också om att det är inget som passar för uppdragsgivare att läsa, och om man bloggar på uppdrag eller att huvudsyftet är att marknadsföra sig så passar dessa ämnen inte in.

”Därför att jag har bloggen för att marknadsföra mig som frilansjournalist och då tycker jag liksom inte att jag ska blogga om min sommarsemester där det är inte relevant för mina potentiella uppdragsgivare och se om jag har varit och badat eller vad jag nu har gjort.” – Teknikbloggare.

Något som många tog upp självmant var att de använder sig av sociala medier på olika sätt. De är inte alls privata på bloggen, men på Twitter kan en städuppdatering dyka upp, och på Facebook är många mer privata. Det tycks finnas en gradering bland de sociala medierna hur mycket privatliv som kommer fram.

”...jag tror jag aldrig haft bilder på mina barn till exempel. Det hade jag på min förra blogg absolut, och jag har det på Facebook, och jag har det i andra sociala mediasammanhang. Men inte på den bloggen (...) det har liksom inte där att göra.” – Livsstilsbloggare.

Anledningarna är till stor del att på Facebook kan man välja sina vänner på ett annat sätt. Någon påpekade att på Twitter så försvinner de privata inläggen i mängden av andra inlägg. Och en tredje anledning är att de olika medierna helt enkelt har olika syften och funktioner för respondenterna.

Är det ett problem?

Majoriteten av respondenterna menar att även om begreppen är diffusa, så är det inget problem som de upplever alltför ofta då privata detaljer blir apart i sammanhanget. Livsstilsbloggaren beskriver dock en situation som uppstod kring en släkting som arbetar inom mode och att det där uppstått en konflikt kring vad som är privat och vad som är offentligt. Situationen var dessutom problematisk etiskt sett då en jävlig situation kunde uppstått om hon inte varit försiktig. Viktigt att tänka på är att råkar sådant som kan missgynna en publiceras så finns det offentligt för vem som än vill läsa.

“...jag har gjort några misstag där jag avslöjat för mycket om mig själv privat. Det finns om man söker noggrant på mitt namn så finns det ett dagsboks-inlägg där jag avslöjar väldigt mycket...”
– Politikbloggare.

Kulturbloggaren menar dock att det är ett problem för bloggar generellt, men att journalister som bloggar till skillnad från privata bloggare kanske faktiskt har enklare för att tänka på detta när de publicerar inlägg på sin blogg. Två respondenter säger att genom att

de är så vana vid att publicera material i andra sammanhang så glömmet de inte bort att även på bloggen så publicerar de för offentligheten.

Frilansjournalister - en speciell situation

Sammanfattningsvis så kan man säga att majoriteten av frilansjournalisterna inte har några tydliga gränser mellan privat och offentligt, men att det inte är på grund av bloggen. Det är deras arbetssituation som påverkar detta, att de ständigt måste vara beredda att vara i det som Goffman och Meyrowitz kallar den främre regionen, offentlig, i sin arbetsroll, även då de egentligen är i den bakre rollen, alltså hemma i privatlivet.⁹⁴ Gränserna däremellan suddas ut. De är dock vana vid att vara offentliga, då de var en del i det som Thompson benämner som den medierade offentligheten.⁹⁵ Därför blir denna nya möjlighet att göra sin röst hörd offentligt via internet egentligen inte någon nyhet för dem. De är vana sedan tidigare och utbildade att föra fram sina åsikter i krönikor, de tycker i recensioner och är därmed mer medvetna vad det innebär att lyfta fram det personliga i offentlighetens ljus, på ett annat sätt än andra bloggare kanske är. Därför har de också lättare för att undvika att utlämna privata detaljer i arbetssammanhang då de har en känsla och vana för när det inte har där att göra.

Dock är bloggarna ändå ett steg mot något mer privat, eller snarare mer personligt. En respondent påpekar att bloggen inkräktar på privatlivet på grund av den tid den tar. Dessutom tillåts personliga åsikter och liknande att komma fram i lite större grad på bloggen än när de skriver andra journalistiska texter. Som Alström påpekar så kan den ökade personifieringen bidra till att läsarna i pressen och liknande har svårt att särskilja vad som är objektiv bevakning och vad som är färgat av skribentens åsikter.⁹⁶ En respondent påpekar att hon är tydlig med att hon är mer personlig på bloggen, men inser under samtalet att det ändå krävs viss källkritisk blick från läsarna för att särskilja. Det går alltså att förstå vad som är åsikt och inte men det krävs mer av läsarna. Samtidigt påpekar Nygren att den otydliga arbetsfördelningen, som bloggarna bidrar till, är en del i en de-professionalisering av journalistyrket.⁹⁷ Majoriteten av respondenterna tycks dock inte uppleva att det är viktigt att särskilja sin privatperson och offentliga person. De är medvetna om att allt de gör färgar dem i deras yrkesroll, även om de själva anser sig befinna sig på privat mark. De menar att privat och offentligt flyter samman, men att det är okej. Dock återstår det etiska problemet, när ska de pressetiska reglerna och lagarna appliceras när gränsen mellan arbetsliv och privatliv är så otydlig?

⁹⁴ Goffman, 1959: 97, 102 och Meyrowitz, 1985:46-51

⁹⁵ Thompson 2001:155-166

⁹⁶ Alström 2008:139

⁹⁷ Nygren 2008:158-160

5.

Slutdiskussion

Syftet med studien var att undersöka hur frilansande journalister som bloggar resonerar kring sitt bloggande i förhållande till sin journalistroll. Detta undersöktes utifrån tre frågeställningar som mynnade ut i tre teman: bloggans funktion, etik och gränsen mellan privat och offentligt. Det som kan konstateras är att våra respondenter är förhållandevis medvetna om samtliga delar som vi berört i intervju. De är väldigt medvetna om varför de bloggar och syftet med bloggen och i vilken roll de skriver bloggen i oavsett om detta är som frilansjournalist eller privatperson.

Det viktigaste syftet med bloggen är helt klart att marknadsföra sig själv, vilket inte är förvånande om man ser till deras arbetssituation. Andra funktioner är också att påverka, att profilera sig, att det är ett fritt medium, att det är roligt, att hänga med, att interagera med läsarna och visa vad man skrivit. Arbetssituationen är det som gör gruppen unik, och också det som präglar hur de ser på privat och offentligt. De särskiljer inte dessa något större även om de inte är så privata på bloggen, och tycker inte heller att det är viktigt att göra detta. Endast en respondent är noga med att skilja på rollerna. De är eniga om det inte är bloggen utan deras arbetssituation som frilansare som gör att arbetsliv och fritid är tätt sammankopplat. Dock är respondenterna motsägelsefulla, om än olika grad, i sina svar kring pressetik och bloggen. Det finns en vilja att applicera pressetiska regler även på bloggen, och de tycker att det är viktigt att göra det, men hänvisar till att det finns ett antal faktorer så som exempelvis tidspress som skulle kunna påverka att detta skulle frångås. Vissa är inte riktigt lika noggranna på bloggen som med redaktionellt material. Samtidigt hänvisar de till att många brister som finns i bloggen är sådant som även finns i redaktionella sammanhang. Problem som existerar i en annan kanal överförs till bloggen.

En problematik som vi ser är när praktik och ideal går isär, respondenterna säger att de ska applicera de pressetiska reglerna men gör det inte alltid till fullo. Dessutom är problemet att det ligger på varje individ att avgöra, det är deras egen uppgift att avgöra vad som passar och inte. När gränsen mellan privatliv och yrkesroll är suddig blir det ännu svårare att avgöra när de pressetiska reglerna ska tillämpas. Bloggar är en gråzon, och detta gör att de bidrar till en de-professionalisering. Det framkom dock att det är främst arbetssituationen och journalistyrket i stort som gör att yrket blir mindre professionaliserat, snarare än bloggen. De har mindre tid och styrs av ekonomi vilket gör det svårare att uppfylla de ideal som finns.

Det är lätt att måla upp en mörk bild av att journalistyrket och dess utveckling. Men det ska inte glömmas bort att något som talar emot en de-professionalisering är det faktum att dessa respondenter och många andra aktiva journalister, frilansare eller inte, har genomgått en journalistutbildning. Genom sin journalistutbildning har de med sig etiska ramverk som

de tar med sig in i bloggskrivandet, det är något som hör dit och som de använder sig av. Det är en viktig kanal jämte andra, och de är medvetna om att de måste agera etiskt för att få och behålla sitt förtroende gentemot läsarna och uppdragsgivarna.

Ett problem vi ser är att om bloggar ska räknas som ett journalistiskt medium så bör även de inkluderas i de pressetiska reglerna eller på något sätt beröras av dessa för att få legitimitet. Det svåra är att bloggar är ett sådant brett och obestämt medium att det blir svårt att fånga in det, både när det kommer till regler och lagar. Men om detta inte hanteras så blir just risken att ansvaret ligger på varje enskild journalist, vilket skapar splittring mellan praktik och ideal, och det blir svårt för läsaren att veta hur de ska tolka bloggen som medium. Bloggen har å andra sidan också funktioner som skulle kunna hjälpa till att skapa en mer öppen och transparent journalistik, som interaktivitet, dialog, en möjlighet att följa med bakom kulisserna och ett mindre strikt format. Att alternativa skildringar, kritik, ett fritt medium och interaktivitet med publiken blir möjligt i och med bloggen kan vara nyttigt och hjälpa till att skapa en öppnare journalistik. Detta är dock inget vi undersökt närmare, utan kan snarare vara något att forska vidare på.

Så vad kan man då säga att studiens resultat innebär? Förutom att resultatet ger upphov till ytterligare intressanta frågeställningar att undersöka i framtiden så går det att konstatera att journalistetiken står inför en utmaning, men där bloggen bara är en del i denna utmaning. Det handlar om att uppdatera riklinjer och regler efter ett nytt medieklimat där det finns mer press på att vara multikompetent och publicera i olika kanaler. För även om respondenterna menar att de mest fundamentala delarna av de pressetiska reglerna sitter i ryggmärgen så ser verkligheten trots allt ut som så att dessa ibland får stå tillbaka, mer eller mindre beroende på ämne och situation. Respondenterna skulle inte göra saker som är uppenbart oetiska men det finns en stor gråzon där man som journalist frestas att tänja på reglerna.

I stort kan man säga att våra förväntningar på resultatet stämmer ganska bra överens med vad vi trodde att vi kunde få för resultat i studien. Det fanns dock vissa delar som överraskade mer än andra, bland annat på hur man ser på reklam i sin blogg. Produktplacering ansågs inte vara reklam i lika stor grad som en vanlig annons. Samtidigt menade de att det var mycket viktigt att reklam och redaktionell text är åtskilda, vilket är motsägelsefullt och visar på att det existerar en problematik kring reklam och bloggen. Ytterligare en del av resultatet som förvånade är att bloggen inte lyftes fram som en orsak till att arbetsliv och privatliv är så tätt sammanknutet som respondenterna ändå finner att det är. Ett tredje oväntat resultat var att respondenterna tyckte att bloggen var en riktig kanal jämte annan media. Vi hade trott att de skulle göra något större åtskillnad mellan de olika medierna, då bloggar ofta är rätt subjektiva och personliga.

Reflektioner kring metod och genomförande

Människor gör inte alltid som de tror att de gör, de kan ha ett uppsåt och tro sig uppfylla detta, utan att det i praktiken är så. Därför är det viktigt att påpeka att denna uppsats har undersökt frilansjournalisternas egna resonemang, inte hur det fungerar rent praktiskt.

Hade man gjort en innehållsanalys på bloggarna så hade man antagligen kommit fram till ett annorlunda resultat.

Efter att ha genomfört denna studie kan vi konstatera att hade vi gjort detta en gång till så hade vi försökt få med ytterligare en kvinna i studien för att få en lite mer jämn fördelning mellan könen. Dock har vi sett att kön i detta fall inte var en variabel som märkbart påverkade intervju svaren i någon riktning utan det var snarare ämnet på bloggen som gjorde att intervju svaren ibland skilde sig åt. Angående ämnet på bloggen är vi nöjda att vi lyckades få den spridning vi fick. Trots att många av svaren liknade varandra hade vi två, varav en framför allt, stack ut ur gruppen och gav studien en variation. Detta hjälpte oss att få en något mer mångfacetterad bild. Något vi också hade eftersträvat om vi gjort om studien vore att försöka skapa mer likartade intervju situationer. Även om vi upplevde att resultatet inte påverkades något större av att de inte utfördes exakt likadant, så hade reliabiliteten blivit högre och resultatet därmed mer säkert om detta gjorts. Resultaten vi kommit fram till är inte generaliserbara men de ger en intressant inblick i några bloggande frilansjournalisters vardag och världsbild.

Förslag till fortsatt forskning

Under denna studie har många andra intressanta ämnesområden stötts på. Denna studie riktade sig mot frilansjournalister då de är en undersökt och speciell grupp inom området. Dock hade det så klart varit intressant att undersöka och jämföra hur det ser ut för redaktionsbundna journalister. Då ett av våra resultat var att respondenterna främst var påverkade av sin arbetssituation snarare än bloggen, så vore det intressant att jämföra dessa resultat med en studie som undersökte redaktionsbundna journalister. Men också radio- och tv-journalister, eller reportrar mot redigerare vore intressant att jämföra för att se hur mycket arbetssituationen i övrigt påverkade deras syn på bloggar och sociala medier.

Något som en respondent själv uttryckte var att det vore intressant att undersöka och jämföra "vanliga privata bloggare" och journalister som bloggar för att se om de privata bloggarnas förhållningssätt gentemot bloggans funktion, etik, privat och offentligt ser annorlunda ut. Vid flera tillfällen så jämförde våra respondenter sig själva med resten av bloggare och uttryckte att många andra bloggare ofta inte tycks vara medvetna om att det som publiceras på bloggen blir offentligt för vem som helst att läsa. Är journalister mer medvetna om de etiska problemen som finns, eller är det något de bara själv tror?

Ett område som valdes bort i denna undersökning men som är av absolut vikt både för journalistkåren och samhället, är den lagstiftning som finns idag. Då tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen är grundlagar och därmed beständiga, uppstår en stor problematik när ny teknik introduceras. Detta är ett forskningsområde som är i stort behov av att undersökas djupare. Vad gäller kring lagstiftningen, journalistik och sociala medier och hur medvetna är journalister om den lagstiftningen idag? Här är bland annat utgivarfrågan och vem som bär vilket ansvar en viktig del. Att journalisten får stå för sina egna inlägg känns kanske naturligt men vad är det som gäller för kommentarer som publiceras på deras bloggar?

De avslutande orden

Till Ulrika Hedman som är uppdragsgivare till detta arbete skulle vi vilja peka ut att frilansjournalister som grupp har speciella arbetsförhållanden som skiljer ut dem från övriga journalister, vilket påverkar deras användning av bloggar. Framförallt syftet med bloggen är starkt kopplat till att de är just frilansjournalister. Etik är ett brännande område med motsägelsefulla åsikter och där dessa respondenter i många fall får falla tillbaka på vad de själva tror är rätt och vad som sitter i ryggmärgen då det inte är någon annan som kontrollerar detta för dem. Dessa sex respondenter har visat på problematiken som de själva upplever samt vilka möjligheter som det finns med bloggen som kanal för journalister. Denna uppsats har undersökt ett ungt, utforskat område där vi har bidragit med ny kunskap om en så speciell grupp som frilansare. Med detta bidrag hoppas vi kunna inspirera till vidare forskning kring ämnet samt att den lucka som identifierades i forskningen har blivit lite mindre.

Referenser

- Andersson, Ulrika. (2009). *Journalister och deras publik. Förhållningsätt bland svenska journalister*. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet
URL: <http://hdl.handle.net/2077/21072>
- Alström, Börje. (2008). Från tidningsföretag till marknadsplats för ikoner. I Hvitfelt, Håkan & Nygren, Gunnar (red.). *På väg mot medievärlden 2020. Journalistik, teknik och marknad*. Fjärde upplagan. Lund: Studentlitteratur
- Axling, Ida & Skog, Mikaela. (2010). *Digitala citat: Hur sociala medier används i dagstidningar*. Institutionen för informationsteknologi och medier, Mittuniversitetet
- Bergström, Annika; Sternvik, Josefine & Wadbring, Ingela. (2010). Det skrivna ordet. Tidningar som varumärken och plattformar. I Carlsson, Ulla & Facht, Ulrika (red.). *MedieSverige 2010. Statistik och analys*. Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Dean, Jodi. (2010). *Blog theory- feedback and capture in the circuits of drive*. Cambridge: Polity Press
- Deuze, Mark. (2005). *What is journalism? : Professional identity and ideology of journalists reconsidered*. I Journalism Vol. 6(4): 442-464
- Domingo, David & Heinonen, Ari. (2008). *Weblogs and Journalism. A typology to explore the blurring boundaries*. Nordicom Review, Volume 29, Issue 1: 3-15
URL: http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/264_domingo_heinonen.pdf
- Engström, Sofi & Grotmark, Thina. (2010). *Privat Tystnad - Offentlig Transparens? - Redaktionellt ansvarigas syn på journalisters privata aktivitet på sociala medier*. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet
- Esaiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena. (2012). *Metodpraktikan. Konsten att studera sambälle, individ och marknad*. Fjärde upplagan. Stockholm: Nordstedts Juridik
- Fengler, Susanne. (2008). Media Journalism... and the Power of Blogging Citizen. I von Krogh, Torbjörn (ed.). *Media Accountability Today... and Tomorrow- Updating the Concept in Theory and Practice*: 61-67.
- Fournier, Valerie. (2000). Boundary work and the (un)making of the professions. I Malin, Nigel (red) *Professionalism, Boundaries and the Workplace*. Florence, KY: Routledge.
- Goffman, Erving. (1974). *Jaget och maskerna*. Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag

- Hadenius, Stig; Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela. (2011). *Massmedier - Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Stockholm: Ekerlinds förlag
- Hultén, J. Lars. (1999) *Orden och pengarna. Om kamp och kapitulation inom journalistiken*. Stockholm: Natur och kultur
- Hvitfelt, Håkan. (1999). Efter journalistiken? Om medier och journalistik i förändring'. I Carlsson, Ulla (red.) *Medierna i samhället. Kontinuitet och förändring*. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet
- Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur
- Meyrowitz, Joshua. (1985). *No sense of place – The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press
- Morley, David. (2000). *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. London: Routledge
- Nygren, Gunnar. (2008). *Yrke på glid – om journalistrollens de-professionalisering*. Stockholm: Sim(o), Stiftelsen Institutet för mediestudier.
- Nygren, Gunnar & Zuiderveld, Maria. (2011). *En himla många kanaler - Flerkanalspublicering i svenska mediehus* Göteborg: Stiftelsen Etermedier i Sverige och Nordicom
- Olsson, R Anders; Karlsson, Michael & Ilshammar, Lars. (2007). *Journalistik, nätet och maktens ordningar*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier
- Preston, Pascal. (2009). *Making the news. Journalism and news cultures in Europe*. Milton Park, Abingdon: Routledge
- Sanderson, Jimmy. (2008). 'The blog is serving its purpose: Self-presentation strategies on 38pitches.com'. I *Journal of Computer-Mediated Communication* 13: 912-936
- Singer, Jane B. (2005). *The political j-blogger- 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices*. I *Journalism* Vol. 6(2):173-198.
- Thompson, John B. (2001). *Medierna och moderniteten*. Göteborg: Diadolos AB
- Våge, Lars; Stattin, Erik & Nygren, Gunnar. (2005). *Bloggtider*. Stockholm: Stiftelsen institutet för mediestudier
- Wiik, Jenny. (2010). *Journalism in transition- The professional identity of swedish journalists*. Göteborgs universitet, JMG

Walker Rettberger, Jill. (2008). *Blogging. Digital media and society series*. Cambridge: Polity Press

Elektroniska källor

Allmänhetens Pressombudsmans (PO) & Pressens Opinionsnämnds (PON). *Regler* . 2010-06-26 hämtad: 2012-04-10

URL: <http://www.PO.se/regler>

Nationalencyklopedin. *Dikotomi*. hämtad: 2012-05-24

URL: <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/dikotomi/153700>

Nationalencyklopedin. *Frilans*. hämtad: 2012-04-20

URL: <http://www.ne.se/frilans>

Nationalencyklopedin. *Profession*. hämtad: 2012-04-10

URL: <http://www.ne.se/lang/profession>

Nationalencyklopedin. *Professionalisering*. hämtad: 2012-04-10

URL: <http://www.ne.se/lang/professionalisering>

Svenska Journalistförbundet. *Spelregler för press, radio och tv*. 2009 hämtad: 2012-04-10

URL:

http://www.sjf.se/portal/page?_pageid=53,38437&_dad=portal&_schema=portal

Svenska Journalistförbundet. *Vad är upphovsrätt?* 2009 hämtad 2012-05-17

URL:http://www.sjf.se/portal/page?_pageid=53,38438&_dad=portal&_schema=PORTAL

Bilaga: Intervjuguide

Förklara kort hur intervjun kommer gå till

Är det något du inte känner dig bekväm med så är det bara att säga till, eller avbryta.

Har du några frågor innan vi börjar?

Inledningsvis

Ålder och utbildning?

Hur länge har du jobbat som frilansjournalist?

Vilket område skriver du huvudsakligen om?

Vad driver du för typ av blogg?

När startade du din blogg?

Hur ofta ungefär bloggar du?

Tema 1: Bloggens funktion

Hur kommer det sig att du har valt att blogga?

- Var det för att du fått det i uppdrag eller var det av eget intresse?

Bloggar du på uppdrag av någon idag?

Vad ser du för funktioner med bloggen?

- Skulle bloggen kunna fungera som ett sätt att marknadsföra sig själv som frilansjournalist inför uppdragsgivare exempelvis?

Vad ser du för fördelar och risker med att blogga som frilansjournalist?

Hur ser du på din blogg i förhållande till din journalistroll?

- Ser du det som journalistarbete i två olika kanaler eller två vitt åtskilda saker?

Tema 2: Offentligt/Privat

Skulle du säga att det är som privatperson eller frilansjournalist som du bloggar?

- Framgår det i bloggen?

Bloggen är för många ett personligt uttryck i en offentlig kanal. Hur ser du på privat och offentligt i förhållande till din blogg?

- Skriver du mycket om ditt privatliv?

- Känns det viktigt att särskilja dessa två?

- Finns det något du aldrig skulle skriva om sett till privat och offentlig gräns?

Har du någon gång stött på problem eller upplevt någon konflikt kring vad som är privat eller offentligt? Om ja, skulle du vilja beskriva?

Hur vitt åtskilt skulle du säga att ditt arbetsliv och ditt privatliv är? Har bloggen någon påverkan på detta tror du?

Tema 3: Etik

Har du stött på tillfällen då du behövt reflektera över etiska frågor när du bloggat?

Exempel?

Hur tänker du kring de pressetiska reglerna, journalistiska ideal och bloggande, är de något som ska eller över huvudtaget kan appliceras på bloggar?

Objektivitet är ett utav de mer kända journalistiska idealen. Hur tänker man som bloggande frilansjournalist kring objektivitet i sin blogg?

Hur tänker du kring källkritik? Till exempel om man lägger upp en intressant länk, bör man eller är det ens nödvändigt att vara lika källkritisk som man är som journalist?

Hur tänker du kring namnpubliceringar och bilder?

Hur tänker du på att höra båda sidorna och låta alla komma till tals?

Hur resonerar du kring reklam i bloggen?

Om man ser till lagstiftningen kring ansvarig utgivare, meddelarskydd etc. Känner man som bloggande frilansjournalist att man vet vad som gäller det material som man publicerar i bloggen?

Avslutningsvis

Avrunda. Finns något du känner att jag glömt att ta upp? Något du vill tillägga?

Går det bra att jag återkommer om jag har ytterligare frågor?

Tack!