

# JMG

Examensarbete i medie- och  
kommunikationsvetenskap

2014-05-30

Institutionen för journalistik,  
medier och kommunikation  
[www.jmg.gu.se](http://www.jmg.gu.se)

# ”Jag är journalist”

En kvalitativ undersökning om journalistens yrkesidentitet och  
om hur den omförhandlas vid en PR-kupp.

Författare: Erika Boström, Anette Hallgren och Kajsa Karlsson  
Handledare: Magnus Fredriksson  
Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

# Abstract

Titel	"Jag är journalist" – En kvalitativ undersökning om journalistens yrkesidentitet och om hur den omförhandlas vid en PR-kupp.
Författare	Erika Boström, Anette Hallgren och Kajsa Karlsson
Kurs	Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap, Göteborgs universitet
Termin	Vårterminen 2014
Handledare	Magnus Fredriksson
Sidantal	38 (exklusive bilaga)
Antal ord	15 828 ord
Syfte	Syftet med uppsatsen är att undersöka hur journalister förhandlar med yrkesidentiteten i förhållande till inre hot.
Metod och material	12 kvalitativa respondentintervjuer
Huvudresultat	<p>Denna studie har visat att journalister har en stark yrkesidentitet som är nära sammankopplad med idealen. De har påpekat vikten av ideal som berättande av komplicerade skeenden och granskning, och även problematiserat dem. Respondenterna tenderade även att knyta samman kring idealen vid påfrestningar från PR-kupper. Relationen mellan journalister och PR-aktörer är komplicerad, vilket även kan utläsas i denna uppsats genom de åsikter journalisterna uttrycker om fenomenet PR-kupp. Respondenterna med fler yrkesverksamma år beskrev sig som trygga i sin situation även om PR-kupper ifrågasätter en del av idealen medan de med färre år beskrev en större osäkerhet och rent av en rädsla för att misslyckas genom att ha publicerat en osanning. Journalister inom public service upplevde att det skulle få stora konsekvenser om de begår misstag och misslyckas med sitt uppdrag, vilket vi inte såg på samma sätt hos journalister inom kommersiella organisationer. Resultatet visar även att journalisterna upplever det komplicerat att växla mellan att vara privat- och yrkesperson. Journalister med mindre erfarenhet tenderar att ha svårare för växlingar i identitetens reflexivitet än journalister med längre erfarenhet. Överlag visade resultatet att yrkesverksamma år i branschen hade större betydelse för respondenternas uppfattningar och</p>

upplevelser än huruvida de arbetade inom public service eller kommersiellt.

Key words

Journalister, yrkesidentitet, PR, PR-kupp, ideologi, social ställning, organisatorisk tillhörighet, ontologisk trygghet, reflexivitet.

## Executive summary

The media industry is constantly changing and today the same person can be both a writer, a publicist and a member of the public. A combination of cuts, a higher production rate and the other journalists who practice journalism also puts an increasingly tremendous pressure on today's journalism and the people who practice it. It is said that journalism will die along with the development of society, on the other hand, this may also mean that we are about to get a journalism in a new guise. What we do not know is what will happen to the individual behind the journalistic shield. This paper aims to examine how the journalist is negotiating with professional identity in relation to internal threats. By viewing PR-coups as a form of internal threat we are given the possibility after conducting a case study to further analyse the phenomenon of internal threat and its impact on the journalist's professional identity.

Previous studies have carefully and repeatedly studied the journalist's professional identity. How it is affected by external threats such as cuts and increased production rate but also how it has changed over time. Previous studies have shown that the journalist's professional identity consists of three components: the journalistic ideology, organizational affiliation and the individual's social position. We can, through this study build on previous research on professional identity but also bring new knowledge by examining it in relation to an internal threat.

Based on this purpose three questions were formulated:

- To what extent and if so, is the journalistic ideology renegotiated at the event of PR-coups?
- How does the journalist relate to PR-coups depending on social status?
- How does the journalist relate to PR-coups depending on organizational affiliation?

The theoretical starting point for the thesis has been Giddens theories about late modernity and identity. In order to create a deeper understanding of professional identity complexity, we have woven into Bourdieu's ideas about habitus and Deuze views on journalism as an ideology with its ideal values. This is to illustrate the difficulty in pursuing a profession that is based on clear limits and boundaries and where the security and trust to himself as a journalist and the other corps are essential to the individual journalist to feel continuity and order in their work. We have also seen Giddens as a guide in the complicated situation between being private and journalist.

The method used for collecting the empirical data was qualitative respondent

interviews. We interviewed 12 working journalists with formal journalism education. We have in our selection also taken into account criteria like professional experience as well as if they work in public service or in commercial companies. We believe that we have an even distribution based on our criteria of selection.

Study results display that respondents show strong identification with the ideals that builds the journalistic work. The ideals that the respondents felt most strongly about review and describe complex events in society. The respondents also tended to embrace and point out the importance of these ideals at pressure from PR-coups. Based on professional experience we were able to discern differences within the respondent's experience of security in their work. The more experienced respondents described themselves as secure in their work situation even if PR-coups were questioning some of their ideals. While those with less professional experience described a greater uncertainty and even a fear of losing their job if they published an untruth. Even in the ability to be private we discerned differences depending on professional experience. Respondents with less experience experienced difficulties balancing the private and professional identity. It was clearly evident as they often expressed a more positive attitude to PR-coups in their private opinion which turned in to a negative opinion when they expressed themselves as a journalist. While those with more experience accepted the journalistic framework and felt that is was a matter of course to follow it, even in private. Overall, the results showed that professional experience had greater significance for respondent's perceptions and experiences than whether they worked in public service or commercial. The main difference was that respondents in the public service had a more explicit framework to relate to than those who worked in commercial companies.

Although this study does not in any way speak for the Swedish journalists as a whole, it is an interesting result that in many ways can be studied further. Suggestions for further research would be to study whether the subject is relevant to the journalist's perceptions and experiences.

# Innehållsförteckning

<b>Inledning</b> .....	<b>3</b>
<b>Problemformulering</b> .....	<b>4</b>
<b>Definition av PR-kupp</b> .....	<b>5</b>
<b>Teori</b> .....	<b>6</b>
<b>Tidigare forskning</b> .....	<b>6</b>
Journalistens yrkesidentitet.....	6
Inställningen till PR.....	8
<b>Teoretisk utgångspunkt</b> .....	<b>8</b>
En tveeggad senmodernitet.....	9
Gemensamma ramar skapar trygghet .....	9
Idealen bygger journalisternas kollektiva habitus .....	10
Hot mot tryggheten och ramverket.....	11
Identiteten - ett självreflexivt projekt.....	12
Ett komplext skådespel .....	13
<b>PR-kupper som inre hot</b> .....	<b>13</b>
<b>Studiens syfte och frågeställningar</b> .....	<b>15</b>
<b>Metod</b> .....	<b>16</b>
Att studera någon annans värld.....	16
Valet av respondenter .....	17
Journalister som respondenter .....	19
Förberedelser inför intervjuerna .....	20
Intervjutillfälle .....	21
Bearbetning av intervjuerna .....	22
Intervjuareffekter.....	23
Validitet.....	24
<b>Resultat och analys</b> .....	<b>25</b>
<b>De journalistiska idealen</b> .....	<b>25</b>
Det är viktigt att granska .....	26
En publikorienterad journalistik.....	27
Journalist som livsstil.....	27
<b>Trygghet i yrkesrollen – en genuin känsla eller en bräcklig fasad?</b> .....	<b>28</b>
Gammal är äldst – och tryggast.....	28
En journalistkår att lita på .....	29
Strategier för att bevara tillit och trygghet.....	30
<b>Journalistens reflexiva identitet</b> .....	<b>32</b>
Den privata tanken och åsikten .....	32
Den journalistiska tanken och åsikten.....	34
Individens två ansikten .....	35
<b>Slutdiskussion</b> .....	<b>38</b>

<b>Vidare forskning</b> .....	<b>40</b>
<b>Skillnader beroende på ämnesområde</b> .....	<b>40</b>
<b>Källförteckning</b> .....	<b>41</b>
<b>Bilagor</b> .....	<b>44</b>
<b>Intervjuguide</b> .....	<b>44</b>

# Inledning

*"Yonder sits the fourth estate, more powerful than them all"*

Edmund Burke 1787

I sitt tal till parlamentet talade Edmund Burke om journalistikens roll och makten den besitter. Journalistikens födelse kan dateras tillbaka till antiken, där de tidiga retorikerna förespråkade vikten av att förstå språkets makt. Den som kan härska över språket är den som också har makten i samhället (UR, u.å.).

Journalistiken har onekligen haft och har fortfarande en betydande roll för demokratin. Den spelar en central roll i samhället och omnämns ofta som "den fjärde statsmakten". Journalistiken utgör flera viktiga uppgifter i demokratin; att möjliggöra en fri åsiktsbildning genom att förse medborgarna med information så att de självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor, vara kritiska granskare av inflytelserika personer i samhället och att låta varje man komma till tals (SOU 1995:37). Nyheter och nyhetsförmedling var till en början ett verktyg för politiken, men i takt med att publikens intresse ökade utvecklades även journalistiken till att allt mer vara till för folket. Detta kom att forma den grupp människor som utövade skrivande till en yrkesroll – journalisten. Denna yrkesroll kom, genom sitt viktiga uppdrag, att skapa en särställning och en egen yrkesvärld. Bildandet av pressklubbar, utvecklingen av journalistskolor och skapandet av en egen etisk regelsamling är några av de händelser som format yrket från grunden och de värden det vilar på. I en strävan efter att vara legitimerade har journalister genom tiderna utvecklat en autonomi som sluter dem samman på ett ideologiskt plan (Wahl-Jorgensen och Hanitzch 2009).

Mediesamhället har förändrats. Idag kan samma person vara både skribent, publicist och publik. I kombination med ett högre produktionstempo och att andra aktörer som utövar journalistik ökar sätts det en enorm press på den journalistik vi har idag och de människor som utövar den. Det talas om att journalistiken kommer att dö ut i takt med samhällets utveckling, å andra sidan kan det även innebära att vi håller på att få en journalistik i ny skepnad. Det vi inte vet är vad som händer med individen bakom den journalistiska skölden.



## Problemformulering

Den värld vi lever i är föränderlig och inte konstant. Gårdagen tillhör det förflutna och morgondagen är en oviss framtid. Det som tidigare har betraktats som ett hot är i flera fall idag en möjlighet. Media kan på många sätt beskrivas som en spegelbild av samhället vilket till viss del förklarar att även medielandskapet är i ständig förändring.

Att vara journalist innefattar idag mer än att skriva, de förväntas vara kritiska granskare, korrekta och självständiga. De arbetar i samhällets tjänst och är en ytterst viktig del för en levande och fungerade demokrati. Den som kallar sig journalist har ett ansvar gentemot medborgarna (SOU 2013:66). Nedsikningar, bristande resurser och teknikens utveckling är yttre hot som gäckat journalistiken sedan barnsben. Vilket lett till att journalister precis som många andra yrkesgrupper konfronterats av struktur- och branschförändringar. För att anpassa sig mentalt till förändringar och yttre hot skapas en gemensam värdegrund, ett slags "psykologiskt hem" där individerna i yrkesgruppen kan sin sak och känner sig trygga (Fredriksson och Johansson 2014:4), nämligen en yrkesidentitet. Det kan ses som att den journalistiska yrkesidentiteten grundar sig i ett slags kollektivt kontrakt som innefattar ett antal normer, värderingar och ideal som i sin tur byggt upp yrket inifrån.

Det finns tidigare forskning som undersökt journalistikens yttre hot och de visar att hoten till viss del kan stärka den journalistiska identiteten (Wiik 2010). Men om det finns yttre hot, finns det då även inre hot? Förra året blev något av PR-kupernas år, där flera av dem fick stor medial uppmärksamhet dels i offentliga medier men även i den egna branschpressen. Några välkända exempel som kan nämnas är Miss Skinny, DILL och Black. Alla tre skapades för att väcka uppmärksamhet åt en fråga, ett företag eller en produkt, men genom en dold agenda. Kupper, bluffar eller scams, kärt barn har många namn och fenomenet är absolut inte nytt. Företag och PR-aktörer har sedan en lång tid tillbaka använt olika medel för att nå publicitet, där ett sätt är att luras. En lyckad PR-kupp som tagit sig in på medieagendan och nått ut i traditionella medier har sannolikt publicerats av en journalist som värderat nyheten som sann. Konsekvensen av att osanningar publiceras kan tänkas bli att journalisten i omvärldens ögon bryter mot det kollektiva kontraktet. Om journalisterna brister och till synes inte gör sitt jobb, kan det då innebära ett inre hot mot yrkesidentiteten? PR-kupper är ursprungligen ett yttre hot men då vi anser att journalisten brister i bland annat sin roll som kritisk granskare och därmed inte lyckas förmedla sanningen till medborgarna ser vi i denna studie att PR-kupper även blir ett inre hot.

Forskning om yrkesidentitet och professioner är bred och omfattande (Sheridan Burns 2013, Calcutt och Hammond 2011). Å ena sidan diskuteras om huruvida ett yrke kan definieras som en profession (Nygren och Witschge 2009). Samtidigt som det å andra sidan finns studier där yrkes- och professionsidentiteter behandlas vitt och brett. Vi vill därför redan här klargöra att vi endast fokuserar på de studier som behandlar just journalisters yrkesidentitet. Den svenska journalistkåren och dess yrkesidentitet har undersökts kontinuerligt sedan ett flertal år tillbaka (Asp 2012). Forskare har genom flertalet studier försökt förklara hur yttre hot påverkar journalisters yrkesidentitet. Studierna visar att identiteten har förändrats över tid och att det därav finns ett samband mellan branschförändringarna och reproduceringen av identiteten och dess ideal (Wiik 2010). Det finns vidare analyser som visar hur journalisters yrkesidentitet är relaterad till deras attityd till PR (Fredriksson och Johansson 2014). Även PR-branschen och PR-kupper är ett utforskat område. PR-branschens framväxt och hur dess arbetsmetoder har förändrats över tid har kartlagts, samt komplexiteten i relationen mellan journalister och PR-aktörer har redovisats (Larsson 2010).

Vi kommer i vår studie att ta avstamp där tidigare studier slutar och således bygga vidare på tidigare forskning om journalister, deras yrkesidentitet och relationen till PR-kupper. Studien syftar till att undersöka *hur journalisten förhandlar med yrkesidentiteten i förhållande till inre hot*. Genom att förklara PR-kuppers konsekvenser för journalistens yrkesidentitet, blir vår studie en fallstudie av hur fenomenet inre hot kan omförhandla en yrkesidentitet och således breddar vi det akademiska kunskapsfältet och fyller en lucka i forskningen.

## Definition av PR-kupp

I vår studie används begreppet PR-kupp för de händelser där agendan är dold eller undagömd genom falska uppgifter. Händelser där personer, företag eller PR-aktörer från början utger en agenda som sedan visar sig vara ett förklätt budskap. Målet är att uppnå massmedial uppmärksamhet som gynnar avsändaren. Verkyget för att nå uppmärksamhet är att direkt eller indirekt attrahera journalister som i sin tur ger händelsen publicitet i massmedia.

I vår studie har vi inte utgått från någon specifik kupp. Vi har låtit begreppet tolkas ganska fritt av journalisterna själva då diskussionen kring vilka konsekvenser fenomenet medför och vad de innebär för journalisten är viktigare än själva kuppen i sig.

# Teori

## Tidigare forskning

Genom att väva samman Jenny Wiiks avhandling *Journalism in transition* med Magnus Fredriksson och Bengt Johanssons vetenskapliga artikel *The dynamics of professional identity* med den nationella undersökningen *Journalist 2011*, vill vi visa på den forskning som kommer att verka som en bakgrund men även som ett hjälpmedel för definitionen av yrkesidentiteten och dess förändring över tid. Nedan följer en redogörelse för journalisters yrkesidentitet och journalistens yrkesidentitet i relation till PR.

## Journalistens yrkesidentitet

Som tidigare nämnt är journalistiken ett uppskattat forskningsämne. Den svenska journalistkåren och dess sammansättning har studerats flitigt. Wiik (2010) har beskrivit och förklarat svenska journalisters professionella identitet och hur den har förändrats över tid i relation till yttre hot. Även Fredriksson och Johansson (2014) har i sin artikel förklarat vad som underbygger journalistens yrkesidentitet och hur den kan påverka journalistens uppfattning om PR. Enligt båda studierna består journalistens yrkesidentitet av tre komponenter: den journalistiska ideologin, organisatoriska tillhörigheten och individens sociala ställning.

Den journalistiska ideologin vilar på ett antal idealvärden. De bygger på symboliska värden som är i ständig förändring beroende på hur journalisterna anammar, formar och ser på dem. Med andra ord varierar deras styrka och relevans över tid. *Journalist 2011* visar att värden som att vara en kritisk granskare och att förklara komplicerade skeenden i samhället för medborgarna värderas allt högre idag än när det undersöktes första gången 1989 (Asp 2012). Det förklarar Wiik (2010) med att när aktörer, exempelvis PR-aktörer och bloggare, som utövar journalistik blir fler knyter journalister allt mer an till dessa värden för att legitimera sig själva. De måste visa upp sin expertis och markera att de skiljer sig från dessa andra aktörer (Wiik 2010). Journalistyrket är komplicerat. Det uppfyller inte alla de krav som krävs för att kunna kallas profession då det bland annat inte kan utfärdas en yrkeslegitimation eftersom att det skulle strida mot grundlagarna om yttrande- och tryckfriheten (Nygren och Witschge 2009). Alla människor har rätt att uttrycka sin åsikt vilket innebär att journalister inte kan tillfogas ensamrätt över medierna. Journalisterna skyddas också av grundlagarna men skiljer sig från hobbyjournalister genom att de måste följa de etiska riktlinjer som Journalistförbundet skapat. Dessa regler skapar en slags

professionell status som är viktig för hur journalister ser på sig själva och för sättet de legitimerar sitt yrke på.

Enligt Wiik (2010) reagerar de svenska journalisterna på yttre hot genom att "sluta sig samman på en ideologisk nivå" och i stor utsträckning vända sig till traditionella ideal, så som att granska och förklara (Wiik 2010:63). Idealen och dess värden har blivit viktiga instrument för att legitimera journalisterna gentemot omvärlden, snarare än något som faktiskt beskriver yrkets förutsättningar. Resultatet visar även att journalistiken blivit allt mer flexibel. Den svenska journalistiken och dess utövare är på väg att bli mer publikorienterade med ett större fokus på försäljning. Förändringen är dock motsägelsefull då detta endast fungerar om journalister har legitimiteten till det.

Organisatorisk tillhörighet syftar till den organisation som journalisten arbetar inom. Organisatorisk identifikation är ofta starkare än professionell identifikation, vilket kan innebära att journalisten tenderar att främja organisatoriska ideal mer än de ideal som ligger till grund för yrkesidentiteten. Således kan organisatorisk tillhörighet ha en betydande roll i journalistens uppfattning om vilka ideal som är de viktigaste. Fredriksson och Johansson (2014) menar dock på att det har visat sig att det är mer relevant att göra åtskillnad mellan olika typer av organisationer snarare än mellan enskilda organisationer. Det vill säga att förståelsen av journalisters yrkesidentitet förstås bättre om man skiljer mellan journalister som arbetar inom public service och journalister som arbetar kommersiellt, snarare än journalister som arbetar för två olika kommersiella organisationer (Fredriksson och Johansson 2014).

Den tredje komponenten social ställning bestäms av: ett antal givna attribut (t.ex. ålder, kön och etnicitet), förvärvade attribut (t.ex. utbildning och egenskaper) och socialiserade attribut (t.ex. klass och språk). Då dessa attribut är något som individen innehar är de bundna till individens upplevelser, konstruktioner och dess självförståelse. Således kan yrkesidentiteten se olika ut för journalisten beroende på vilka attribut denna innehar. Den svenska journalistkåren är en relativt homogen grupp, vilket innebär att vissa attribut har större betydelse än andra. Kön och etnicitet är några attribut som delar journalistkåren. Kvinnor och män får olika uppdrag och dessutom är kvinnor underrepresenterade som chefer. Etniska minoriteter är även de en underrepresenterad grupp i den svenska journalistkåren. Vidare har likaså ålder ett stort inflytande på yrkesidentitetens byggnad eftersom olika generationer skiljer sig åt i vanor, attityder och uppfattningar (Fredriksson och Johansson 2014).

Var och en av dessa tre komponenter har betydelse för och bidrar till individens självbegripande som journalist.

## Inställningen till PR

I artikeln *The dynamics of professional identity* undersöks hur yrkesidentitetens komponenter påverkar journalistens uppfattningar om att vissa journalisters arbete med PR sänker trovärdigheten för journalistiken. Bakgrunden till rapporten baseras på den förändring informations- och journalistbranschen genomgått och fortfarande genomgår. Behovet av journalistisk kompetens blir allt mer efterfrågad bland företagen vilket innebär att man ofta anställer personer med journalistik bakgrund. Det tillsammans med att PR-aktörerna växer sig större är argument för att journalister måste etablera och upprätthålla en tydlig gräns mot dessa andra områden. Författarna menar att detta kan ses som yttre hot som kan äventyra yrkesidentiteten och den självständiga roll journalister har. Artikeln pekar på att förhållandet mellan journalister och PR-aktörer är komplicerat men varken svart eller vitt. Det har argumenterats för att äldre journalister generellt sett tycks ha en mer avslappnad inställning till PR än yngre journalister. Även de journalister som har en nära arbetsrelation och ofta kommer i kontakt med PR-aktörer tycks uppleva det mer positivt.

Resultatet av undersökningen visar att majoriteten av journalisterna har problem med att andra journalister arbetar med PR och att det kan hota journalistikens trovärdighet. Författarna pekar på ett delresultat som visar att en kritisk inställning till PR främst beror på antal arbetade år som journalist och inte journalistens ålder. Således beror journalistens inställning till PR på faktorer som är relaterade till den organisatoriska tillhörigheten och, eller ideologin.

I den avslutande diskussionen ställer sig författarna frågan vad det kan betyda för den journalistiska yrkesidentiteten om förutsättningarna för journalistik förändras. De menar att journalisterna vid yttre hot som förändrade arbetsförhållanden och omstruktureringar mobiliserar sig kring grundstenarna i journalistik, nämligen principerna, värderingarna och normerna. Undersökningen ses slutligen som en delstudie i en rad studier som krävs för att fullt ut förstå journalisters yrkesidentitet. Det är där dessa studier slutar som denna uppsats tar vid (Fredriksson och Johansson 2014).

## Teoretisk utgångspunkt

Denna studie kommer främst att ta avstamp i Anthony Giddens teorier angående senmodernitet och identitet. För att skapa djupare förståelse för yrkesidentitetens komplexitet kommer vi att väva in Pierre Bourdieus tankar om habitus samt Mark Deuze syn på journalistiken som ideologi med dess idealvärden. Att endast behandla habitus och inte beröra Bourdieus övriga begrepp inom identiteten är från vår sida ett aktivt beslut. Vi

är medvetna om att vi genom denna avgränsning endast skrapar på ytan av Bourdieus teorier om identitet men vi anser ändå att avgränsningen är relevant och rimlig då habitus på ett bra sätt förklarar hur journalister skapar gemensamma ramar och regler. Vilket ger läsaren en bättre förståelse för ämnet.

Vi kommer att inleda med en övergripande beskrivning av senmoderniteten och avgränsningar i vår tolkning av denna. Vidare redogörs mer ingående för begreppen ontologisk trygghet, vilket innebär en känsla av kontinuitet och ordning i tillvaron, och reaktionen av hot mot tryggheten samt identitetens reflexivitet, att individen själv har möjlighet att välja identitet beroende på kontext.

### **En tveeggad senmodernitet**

Giddens (1999) behandlar teorier om den samhällsförändring som han benämner radikaliserad modernitet eller senmodernitet och särskilt dess konsekvenser för identiteten. Enligt Giddens har senmoderniteten en tveeggad karaktär. Utvecklingen av de moderna samhällsinstitutionerna har inneburit större möjligheter för individen att leva ett rikt, tryggt och valbart liv. Samtidigt som senmoderniteten har en mörkare sida där den teknologiska utvecklingen utgör hot och risker i form av miljöförstöring, kärnvapen och militära hot. För att kunna bevara en dräglig tillvaro och undvika ett ständigt existentiellt ifrågasättande måste individen eller gruppen utveckla och utarbeta strategier för att bemöta dessa hot och risker. När vi i fortsättningen nämner hot och risker kommer vi inte att syfta till katastrofala hot som miljöförstöring eller kärnvapenkrig eftersom det syftar till en högre dimension än vad denna studie tillåter. Vi kommer att använda teorin för att på ett mer konkret och vardagligt plan belysa journalisten och dess yrkesidentitet.

### **Gemensamma ramar skapar trygghet**

Människor i senmoderniteten lever i en ontologisk trygghet som innebär en känsla av att det finns en kontinuitet och ordning i händelser, inklusive sådana händelser som individen själv inte kan beräkna (Giddens 1999:275). För att uppnå en känsla av ontologisk trygghet menar Giddens att det även måste finnas av känsla av tillit till sin omgivning, således ser han ett starkt samband mellan tilliten och tryggheten. Sambandet beskrivs enligt följande:

*Uttrycket syftar på den tillförsikt de flesta människor hyser rörande att deras identitet kommer att uppvisa en kontinuitet och att den omgivande sociala och materiella handlingsmiljön kommer att vara konstant. Känslan av att personer och ting är pålitliga, som är så central för begreppet tillit, är grundläggande för känslan av ontologisk trygghet. (Giddens 1996:91)*

Kopplat till journalistiken innebär Giddens syn på tillit och ontologisk trygghet att det

skapas vissa ramar och ideal, kontinuitet och ordning i arbetet, som verksamma journalister måste följa. Ramarna och idealen innefattar tänkande, handlande och perception hos den enskilda individen - det som Bourdieu beskriver som habitus. Den svenske sociologen Daniel Broady (1991) har tolkat Bourdieus habitus som:

*Individerna (eller grupperna) har i bagaget ett system av dispositioner, en habitus, som tillåter dem att utifrån ett begränsat antal principer generera de sätt att handla, tänka, uppfatta och värdera som krävs i bestämda sociala sammanhang. Deras handlingar, tankar, uppfattningar och värderingar är inga direkta avtryck av yttre förhållanden, utan resultatet av mötet mellan människors habitus och de sociala sammanhang där de inträder.* (Broady 1991:229)

Det kan liknas vid att individens erfarenhet styr det framtida tänkandet och handlandet. Det Bourdieu således menar på är att det inom det journalistiska arbetet skapas normer och värderingar, en struktur och logik som en journalist bör följa. Dessa normer och värderingar skolar in journalisten i ett slags kollektivt habitus, där tidigare erfarenheter och upplevelser styr journalisternas framtida tänkande och handlande. I denna studie kommer vi inte att uttala oss om hur den ontologiska tryggheten eller habitus påverkar journalister som yrkesgrupp utan snarare vad det gör för den enskilda individen och eventuell problematik som uppstår om denne bryter mot ramarna och skapar obalans i tryggheten.

### **Idealen bygger journalisternas kollektiva habitus**

Att vara en del av ett kollektivt habitus innebär att journalisten accepterar de normer, praxis och den etik som är etablerad, skapad och uppbyggd av journalisterna själva. I artikeln "*What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered*" menar Deuze att man kan se journalistik som en ideologi. Det innebär en samling av ideal, värden, koder och strategier som kåren samlas och sluter upp kring. Denna samling formuleras och förändras, om än väldigt subtilt, under en ständigt pågående process. I denna process skapar journalisterna ramar för vad journalistik innebär. Deuze menar att ideologin bäst beskrivs av ett antal idealtypiska värden som ger journalister en legitimitet och trovärdighet i sitt utövande:

- Public service – Journalisten står på medborgarens sida och är i allmänhetens tjänst.
- Objektivitet – Journalisten är opartisk, neutral, rättvis och därmed trovärdig.
- Autonomi – Journalisten är självständig. Fri och oberoende i sitt arbete.
- Omedelbarhet – Journalisten har en känsla för aktualitet och hastighet.
- Etik – Journalisten har en känsla för vad som är rätt, riktigt och legitimt inom journalistik.

Deuze idealtypiska värden går även i linje med de ideal som journalisterna själva värderar högt och förknippar sig med i *Journalist 2011*. De ideal som stärkts sedan 1989 är granskning, objektivitet, neutralitet, att enkelt förklara händelser, stimulera nya tankar och idéer samt att låta opinioner komma fram.

## Hot mot tryggheten och ramverket

Den ontologiska tryggheten kan hotas på olika sätt. Branschförändringar så som haltande redaktioner och nedskärningar ses som yttre hot. Vid yttre hot handlar det oftast om krafter som journalisten själv inte kan påverka. Men det finns ytterligare en aspekt, inre hot där journalisterna själva utgör faran. Att bryta mot de ideal och ramar som utgör grundpelaren i det journalistiska arbetet skulle ses som ett inre hot. Inte bara för att det skulle innebära att den ontologiska tryggheten blir obalanserad utan även en rubbning av tilliten som måste existera för att tryggheten i gruppen ska upprätthållas. Således skulle bristen av tillit innebära brist på kontinuitet och att den sociala omgivningen inte upplevs konstant, vilket i sin tur kan påverka yrkesidentiteten hos journalisten. Att bryta mot något av de ideal som satts upp för yrkeskåren kan i det långa loppet leda till oro och rentav till ett ifrågasättande av yrkesidentitetens ideal. Giddens menar dock på att individen är medveten om hoten och för att undvika att den ontologiska tryggheten blir obalanserad och att katastrofer uppstår utvecklar de strategier. I Moderna samhällsteorier tolkar Thomas Johansson (1998) Giddens resonemang:

*Giddens menar att människor ständigt pendlar mellan en strävan efter ontologisk trygghet och en medvetenhet om de risker som kontinuerligt skapas i det moderna samhället. Även om människor på olika sätt försöker utveckla skyddande kokonger (protecting cocoons) inom vilka de kan fortleva i harmoni och ostördhet, tvingas de ständigt att konfronteras med risker och faror... Människor utvecklar olika strategier för att hantera dessa olika typer av hot och risker (Johansson 1998:437).*

Enligt Giddens (1996) finns det fyra sätt för individen eller gruppen att anpassa sig efter modernitetens riskprofil: pragmatiskt accepterande, bibehållen optimism, cyniska pessimismen och radikala engagemanget. *Pragmatiskt accepterande* syftar till att individen skyddar sig mot risker genom att koncentrera sig på vardagslivets uppgifter och problem. Istället för att fokusera på de risker som kan uppstå och vad dess konsekvenser kan bli finns en tro på att det som pågår och händer runtomkring är bortom individens kontroll. Trots att detta kan ge upphov till en viss bedövning finns dock en psykologisk baksida av acceptansen där djup ångslan och oro finns, mer eller mindre närvarande. *Bibehållen optimism* är en tro på att förnuftet kan övervinna hot och problem. Exempelvis att alla miljökatastrofer kan lösas med vetenskap. Den *cyniska pessimismen* bemöter hot och risker med en ironisk uppgivenhet om hur framtiden kommer att utspela sig. Till skillnad från det



pragmatiska acceptandet finns det i pessimismen en direkt förbindelse till ängslan över hotens konsekvenser fast med ett inslag av humor eller ironi. Den sista anpassningsreaktionen det *radikala engagemanget*, som ses som en praktisk protest mot det som anses vara orsaken till hot eller fara. Även om det är en optimistisk reaktion är den snarare förknippad med kampen istället för rationell diskussion och analys. Trots problem eller hot kan och bör individer samla sig för att antingen minska inflytandet eller övervinna dem som utgör hotet (Giddens 1996:128-130).

Deuze (2005) menar att journalister använder sig av en utarbetad strategi när de utsätts för hot eller kritik, de vänder sig mot och sluter samma kring sina ideal och värden. När journalister återkopplar och införlivar värdena i diskussioner och praktik återuppfinner journalistiken ständigt sig själv och bygger på så sätt upp en mur mot förändring. Även Wiik menar i sin avhandling att den svenska journalistkåren reagerar på förändringar och de-professionalisering, som i vår studie betraktas som yttre hot, genom att "sluta sig samman på en ideologisk nivå" (Wiik 2010:201). De återvänder till traditionella ideal och värden som till exempel granskning och förklaring, vilka vi kan likställa med att utöva journalistik i samhällets tjänst. Även ideal som objektivitet och neutralitet lyfts fram som starka i studien.

### **Identiteten - ett självreflexivt projekt**

I Giddens (1996) sätt att försöka förklara identitetens komplexitet menar han att valet är centralt. Varje individ måste göra aktiva val av handlingar och livsstil som stämmer överens med dennes identitet. Den viktigaste beståndsdel i hans identitetsteori är att självidentiteten har blivit ett självreflexivt projekt. Med det menas att vi människor har en ökad medvetenhet om de olika identiteter vi kan välja mellan och att vi kontinuerligt måste ta ställning till vilken identitet vi väljer. I ett senmodernt samhälle där traditioner försvagas eller upplöses blir identitetens reflexivitet livsviktigt. Då det är genom möjligheten att själv göra ställningstagande och val som vi konstruerar en trovärdig livshistoria. Med det sagt är inte individen och identitetsvalet separerade från det övriga samhället, utan snarare väljer vi identitet efter sammanhang och kontext. Identitetens reflexivitet innebär emellertid inte att individers livshistorier kommer att vara präglade av koherens eller ha en avsaknad av ambivalens, utan snarare att identiteten kännetecknas av en hög grad av komplexitet (Johansson 1998:440). På samma sätt menar Wiik i sin tolkning av Bourdieu att identiteter alltmer kan väljas av individen själv, men att deras val är baserade på positionen inom den sociala strukturen. För journalisten innebär Giddens syn på identitetens reflexivitet en viss komplexitet. Reflexiviteten kan fungera som en skiljelinje mellan journalistens privata identitet och yrkesidentitet men även som en begränsning av valmöjligheten att kunna välja vilken identitet journalisten intar.

## Ett komplext skådespel

Genom Giddens ges en tydlig bild av identitetens valmöjligheter, att individen själv gör aktiva val av handlingar. För att få en djupare förståelse för hur reflexiviteten kan påverka journalisten i sin privata- och yrkesidentitet söker vi oss till Erving Goffmans bok *Jaget och Maskerna*. I denna betraktar Goffman livet som ett skådespel, där vi alla liksom skådespelaren på scen vill göra ett gott intryck på publiken. Goffman skiljer på en främre och en bakre region, det vill säga det som sker på scenen och det som sker bakom scenen. Det som sägs och sker bakom scenen är sådant vi inte vill att publiken ska se, helt enkelt det som försiggår bakom kulisserna. Medan det som sker på scenen är något vi med glädje bjuder publiken på, alltså den plats där vi framträder (Angelöw och Jonsson 2000). Joshua Meyrowitz har vidareutvecklat Goffmans teori då han anser att det finns en mellanregion mellan den främre och bakre regionen. Meyrowitz menar på att denna mellanregion måste existera eftersom en konflikt mellan regionerna skulle innebära att den bakre regionen skulle exponeras i ljuset, vilket gör att den främre regionens roll skulle varit svår att upprätthålla. Mellanregionen tillåter således publiken att se transformationen mellan den bakre och den främre regionen (Meyrovitz 1985:46-51). I vår studie har vi tolkat den bakre regionen som den privata identiteten, där journalisten kan tycka och tänka fritt. Medan den främre regionen innebär yrkesidentiteten och alla dess ideal. Däremellan finns en gråzon där förflyttning mellan regionerna kan ske.

Precis som Giddens menar Goffman och Meyrowitz att vi väljer hur vi framställer oss själva beroende på kontexten. Om rollspelandet och reflexiviteten fungerar som en skiljelinje mellan privat och yrke skulle det innebära att journalisten i den bakre regionen kan uttrycka åsikter och ståndpunkter som speglar dennes privata identitet. Vilket således innebär en möjlighet att välja identitet efter kontext. Dock bygger journalistens yrkesidentitet på ett antal ideal som styr hur journalisten bör agera och tänka för att accepteras.

## PR-kupper som inre hot

För att ytterligare förtydliga definitionen av inre hot, menar vi i denna studie att PR-kupper kan ses som både yttre och inre. Vid första anblick är PR-aktörer och kupper yttre hot som tillsammans med nedskärningar och bantade redaktioner gäckat journalistiken sedan lång tid tillbaka. För att kunna se PR-kuppen som ett inre hot måste man först förstå händelseförloppet som ligger bakom. En PR-kupp blir framgångsrik först när den passerar genom mediefiltret och en journalist brister i sin granskande roll. Det är just misstaget att som journalist inte fullgöra sin uppgift som sanningssägare och kritisk granskare som vi

menar kan leda till konsekvenser för den enskilda journalisten. Dels genom känslor som oro för att mista arbetet, skam för att man inte kunnat göra sitt jobb som journalist men även en minskad tillit till den egna journalistkåren. Vi vill med avstamp i tidigare forskning om journalisters yrkesidentitet och teorier om identitet undersöka vad som händer med journalistens världsbild vid PR-kupper, i denna studie kallad inre hot.

## Studiens syfte och frågeställningar

Den här studien syftar till att undersöka *hur journalisten förhandlar med yrkesidentiteten i förhållande till inre hot*. Genom att undersöka hur PR-kupper får journalisten att förhandla med sin yrkesidentitet verkar vår studie som en fallstudie av hur fenomenet inre hot kan komma att påverka en yrkesidentitet. Med utgångspunkt i yrkesidentitetens tre komponenter, ideologi, social ställning och organisatorisk tillhörighet vill vi undersöka huruvida PR-kupper får journalisten att förhandla med yrkets ideal, praxis och status. Vi kommer att behandla komponenterna utifrån teoretiska begrepp som ontologisk trygghet, habitus och identitetens reflexivitet.

Utifrån ovanstående syfte har vi formulerat följande frågeställningar.

### **I vilken utsträckning och i så fall hur omförhandlas den journalistiska ideologin vid PR-kupper?**

Med den första frågeställningen vill vi undersöka hur journalisterna förhåller sig till de ideal som karakteriserar den journalistiska ideologin. Vi vill se vilka ideal som journalisterna själva anser är de viktigaste och även undersöka om PR-kupper verkar bidra till en omförhandling eller reproduktion av dessa ideal.

### **Hur förhåller sig journalisten till PR-kupper beroende på social ställning?**

Med den andra frågeställningen vill vi undersöka eventuella skillnader i journalistens förhållningssätt till PR-kupper i relation till social ställning. Vi vill belysa skillnader i uppfattning, inställning och påverkan av PR-kupper. Vi vill således undersöka huruvida det finns skillnader i uppfattningen om trygghet, tillit, status och möjligheten att vara privat.

### **Hur förhåller sig journalisten till PR-kupper beroende på organisatorisk tillhörighet?**

Med den tredje frågeställningen vill vi undersöka eventuella skillnader i journalistens förhållningssätt till PR-kupper i relation till organisatorisk tillhörighet. Vi vill belysa skillnader i uppfattning, inställning och påverkan av PR-kupper. Vi vill således undersöka huruvida det finns skillnader i uppfattningen om trygghet, tillit, status och möjligheten att vara privat.

## Metod

I kommande kapitel kommer vi att redovisa, diskutera och argumentera för våra val gällande metod, urval, intervjuguide och genomförande. Vi vill visa på vår förståelse för hur våra val kan ha påverkat resultat och analys. Vårt empiriska material bygger på intervjuer med journalister.

### Att studera någon annans värld

För att besvara vårt syfte och våra frågeställningar valde vi att använda oss av en kvalitativ metod. Anledningen till att vi valde en kvalitativ metod, i form av respondentintervjuer, var att vi var intresserade av journalisternas uppfattningar och föreställningar. Genom samtalsintervjuer ville vi nå fyllighet och utläsa tankemönster, tendenser och avvikelser i respondenternas svar. Vi var således inte intresserade av att sammanställa frekvenser för att kunna generalisera, utan vi ville snarare analysera djupgående åsikter och tankar i frågorna. Anledningen till att vi valde samtalsintervjuer framför fokusgrupper var att ämnet var det mest centrala. I en fokusgrupp kan formaspekter och grupperingar ta fokus från ämnet. Dessutom var det den enskilde journalistens uppfattning och tankar vi ville belysa, inte hur journalisterna tillsammans i grupp resonerar kring ämnet. Ämnena PR-kupp, inre hot och yrkesidentitet kan dessutom uppfattas som känsliga och därför ville vi utlova våra journalister anonymitet, vilket hade blivit riskabelt vid en fokusgrupp då fler personer hade varit inblandade (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud 2010:361-363).

Vi var inte bara intresserade av det manifesta budskapet, utan vi ville även kunna läsa mellan raderna och fånga upp latenta budskap som kan tillföra intressanta perspektiv till vår analys. Av den anledningen var vår första tanke att utföra samtliga intervjuer personligt, dock insåg vi ganska snabbt en viss problematik med det. Dels på grund av tidsaspekten, då vi endast hade tio veckor på oss att utföra studien, samt att journalister som yrkesgrupp är pressade och har ytterst lite tid över för intervjuer, men även på grund av den geografiska spridning som respondenterna har. Geografiskt område var inte en del av vårt urvalskriterium vilket medförde att våra respondenter kunde befinna sig ganska långt ifrån vår egen utgångspunkt, således hade det blivit allt för tidskrävande att resa land och rike runt för att genomföra intervjuerna. Trots vår strävan efter att intervjua journalisterna personligen blev därför telefonintervjuer även aktuella. Fördelarna med en telefonintervju var att journalisterna kunde sitta i en egenvald, lugn och bekväm miljö. Att vi på förhand skickade ut en kort sammanfattning om vad intervjun handlade om i

kombination med att ämnet var välkänt och naturligt för journalisterna gjorde att vi upplevde samma fyllighet i telefonintervjuerna som i de personliga intervjuerna. Vi är medvetna om de nackdelar en telefonintervju kan innebära, att vi inte kunde bygga upp samma känsla och förtroende som vid en personlig träff samt att vi inte hade någon möjlighet att läsa av kroppsspråk och latent budskap. Däremot anser vi att vår anpassning till journalisternas önskemål, situation och tid innebar mindre stress och omständighet för dem, vilket i sig innebar en större chans att få genomföra fler intervjuer med journalister. Vi är medvetna om att telefonintervjuer inte alltid lämpar sig för avancerade samtalsämnen (Ekström och Larsson 2010:66), men journalisternas förförståelse för ämnet och rollen som expert gjorde att ämnet var lätt att diskutera.

## Valet av respondenter

För att säkerställa att vi skulle få en bredd i vårt resultat ställdes ett antal urvalskriterier upp innan studien genomfördes. Det första kriteriet var att våra respondenter skulle ha en formell journalistutbildning. Det var viktigt för vår studie då vi ville försäkra oss om att respondenten i fråga var en professionell journalist. Dessutom bidrar utbildning till att vi försäkras om att journalisterna är bekväma och bekanta med de ideologiska värden, värderingar och normer som ligger till grund för den journalistiska yrkesidentiteten. Eftersom dessa är en del av utbildningen har journalisterna tidigt skolats in i en form av ideologi som skapar strukturer och ramar för journalistyrket (Carlhed 2011:285).

Vi ville även ha renodlade journalister som har som enda uppgift att producera journalistiskt material, således var det andra kriteriet att journalisterna skulle vara aktiva arbetsutövande journalister med någon form av anställning inom press, radio eller tv. Vi valde att inte sikta in oss på något specifikt medie i vårt urvalskriterium. Idag är det svårt att få en fast anställning (Sjf, u.å.) vilket bidrar till att många journalister har arbetat med många olika medier genom sitt yrkesverksamma liv. Eftersom en journalist således kan ha jobbat inom såväl press, radio och Tv under sin karriär tror vi inte att medieform kommer att ha någon avgörande betydelse för studiens resultat. Även om tidigare forskning (Wiik 2010) visat att ämnesområde inom journalistiken kunde ha varit ett intressant urvalskriterium såg vi stora svårigheter med att använda oss av det. Precis som med medieform indikerades det snabbt att journalister idag har arbetat inom flera olika ämnesområden. Dessutom finns det så pass många olika ämnesområden att det hade blivit ett alldeles för spretigt urval att välja en eller två journalister från varje ämne. Därför hade vi behövt kategorisera dem i olika grupperingar, för att få fler journalister inom varje område, vilket i sin tur hade blivit problematiskt då vi inte såg någon logisk indelning.

Vi uteslöt frilansjournalister ur urvalet på grund av att dessa ofta tenderar att arbeta inom PR-branschen vid sidan av sina journalistiska uppdrag (Fredriksson och Johansson 2014),

vilket vi ansåg kunde påverka resultatet av vår studie. Vi är medvetna om problematiken kring valet då många journalister idag arbetar som just frilansjournalister, men med tanke på tidsaspekten samt att vi ville ha en viss likhet i våra respondenters arbets sätt för att kunna koncentrera studien ansåg vi att avgränsningen var rimlig. Vi uteslöt även populärpress och fackpress ur undersökningen då vi var mer intresserade av att undersöka allmänna samhällsrapportörer och deras åsikter. Fackpress och populärpress har ofta vecko- eller månadsutgivning vilket gör att deras arbets sätt skiljer sig från de med daglig rapportering vilket i sin tur gör det svårt för oss att jämföra svar och förhållande med övriga respondenters.

Vi ville uppnå maximal variation i urvalet för att nå bredd bland såväl respondenterna som i deras svar (Esaiasson et al. 2010:293). Då tidigare forskning visat att journalisters åsikter om PR varierar mycket mellan de som arbetat en längre respektive kortare tid i branschen såg vi verksamma år i branschen som en lämplig faktor att avgränsa urvalet genom. Den genomsnittliga arbetslivserfarenheten för svenska journalister är 17,9 år (U. Andersson 15-05-2014). Det gav oss en fingervisning om vad vi kan betrakta som kortare respektive längre erfarenhet. Spridning av yrkeserfarenhet bidrar oftast till en spridning i ålder, vilket även det ses som en vanlig egenskap som kan ge upphov till olika förhållningssätt (Esaiasson et al. 2010:294). Dessutom brukar yngre personer med mindre arbetslivserfarenhet i större utsträckning än äldre personer med mer arbetslivserfarenhet tendera att på ett mer medvetet sätt följa de värderingar och ramverk som ligger till grund för ett yrke. De äldre förlitar sig i större utsträckning på ren rutin och erfarenhet och tänker inte lika aktivt på de ramverk som finns att förhålla sig till inom yrket (Bourdieu 1998:97-107).

Genom tidigare forskning framkommer det också att organisationstillhörighet är en aspekt som har stor betydelse för vilka ideal som uppfattas som viktiga för journalister. Då vi ville ha variation i våra svar valde vi därför att söka respondenter som arbetade inom dels public service och dels kommersiella kanaler. Skillnaden har visat sig vara större mellan olika typer av organisationer snarare än mellan enskilda organisationer. Därav valde vi att inte skilja de kommersiella kanalerna åt. Vi är medvetna om att det är en bred indelning men vi såg ändå att det var troligare att svaren skulle variera mellan de olika typerna av organisationer.

På grund av att antal år i branschen och organisationstillhörighet var våra variationsegenskaper tog vi inte hänsyn till: stad, etnicitet eller kön. Även om dessa egenskaper kunde ge variation i svaren och visa intressanta resultat gjorde vi med hänsyn till tidsaspekten en rimlig avgränsning i vårt urval.

När vi skulle kontakta journalister skickade vi ett antal mail, men insåg ganska snabbt att

det inte gav någon utdelning. Av en ren händelse insåg vi, via sociala medier, att vi alla hade varsin bekant i branschen vilket också blev vår ingång. Vi började således med att boka in intervjuer med de kontakter vi hade. De tre intervjuerna gav sedan nya kontakter och sedan lät vi snöbollen rulla. Vid en kvalitativ studie är snöbollsurval ett lämpligt tillvägagångssätt. Risken med snöbollsurval är att de personer som intervjuades först kan ha för stor betydelse för kommande respondenter och sålde styra urvalet för mycket (Trots 2010). Dock anser vi att vi motverkat denna risk genom att vi var noggranna med att framhålla våra urvalskriterier för att säkerställa att vi fick tag på journalister som passade in i vårt urval.

## **Journalister som respondenter**

Inför en intervju är det viktigt att tänka igenom både sin egen och respondentens roll i situationen. Av intervjuaren krävs bland annat stort intresse för ämnet samt en förmåga att kunna leda konversationen för att inte tappa den röda tråden. Men även om intervjuaren skulle lyckas att skapa en dynamisk situation där orden kan flöda fritt kan det finnas svårigheter beroende på vem som är respondent. En av de mest problematiska aspekterna i våra intervjuer var att respondenterna besatt en stor expertis när det gäller intervjuer. Journalister arbetar dagligen med att intervjua människor och att leda samtal. I vår situation var således respondenten en expert vilket krävde extra fokus av oss oerfarna intervjuare för att journalisten inte skulle ta över samtalet och sväva ut i resonemang som inte berörde vårt ämne. Men deras expertroll innebar även positiva aspekter, journalisterna delade gärna med sig av sina åsikter. De var öppna och bekväma i intervjusituationen vilket många gånger ledde till bra intervjuer. De var generösa och delade gärna med sig av tips om hur vi kunde utforma våra frågor och om hur vi borde ställa dem. Tips som vi tacksamt tog emot.

Det finns en viss tvetydighet i hur journalister upplever och beskriver relationen mellan dem och PR-aktörer. Undersökningar visar att journalister oftast uttrycker en negativ attityd mot PR även om det finns tydliga indikatorer på att ett motstånd inte är lika tydligt i praktiken. De lever i symbios med varandra, men den är inte alltid uttalad (Cottle 2003: 31). Således var vi medvetna om att det finns en slags prestige och känslighet hos journalister när ämnet PR berördes. Därav var vi tvungna att vara vaksamma när vi ställde frågor kring ämnet för att de inte skulle missuppfattas eller rentav kännas ledande.

PR som ämne upplevs ofta som känsligt och kan på olika sätt påverka resultatet i en undersökning med journalister (Wiik 2010). Vissa av frågorna i vår studie var rakt på sak, för att vi ville få så precisa svar som möjligt, och därav var vi också medvetna om att de kunde vara svåra att svara på. Att som journalist erkänna att publiciteten som PR-kupper får beror på journalistens svaga granskning, istället för PR-aktörernas oetiska



marknadsföring, kan vara svårt. Vi är medvetna om att en del av svaren kan vara mer korrekta och lojala mot den egna kåren än sanningsenliga. Vid intervjuer finns det alltid en risk att intervjuaren får ett rätt svar istället för ett sanningsenligt. Men då vi var intresserade av journalistens tankar och uppfattningar kring ämnet var den risken tyvärr oundviklig. Genom att vara medvetna om problematiken kunde vi aktivt arbeta för att motverka den.

Färre år i branschen:

Respondent 1 - 1 års erfarenhet och kommersiellt

Respondent 2 - 3 års erfarenhet och kommersiellt

Respondent 3 - 4 års erfarenhet och kommersiellt

Respondent 4 - 5 års erfarenhet och kommersiellt

Respondent 5 - 1 års erfarenhet och kommersiellt

Respondent 6 - 3 års erfarenhet och public service

Respondent 7 - 6 års erfarenhet och public service

Fler år i branschen:

Respondent 8 - 20 års erfarenhet och public service

Respondent 9 - 35 års erfarenhet och kommersiellt

Respondent 10 - 18 års erfarenhet och public service

Respondent 11 - 24 års erfarenhet och kommersiellt

Respondent 12 - 25 års erfarenhet och public service

## **Förberedelser inför intervjuerna**

Utifrån syfte, frågeställning och teoretiskt ramverk utformade vi en intervjuguide. Den fungerade som ett stöd vid intervjutillfällena och hjälpte oss att strukturera våra intervjuer. Med guiden som karta kunde vi vara säkra på att frågorna vi ställde riktades på samma sätt till alla respondenter och att intervjuerna följde samma väg, vilket i slutet bidrog till ett trovärdigt och tillförlitligt resultat.

Vi samlade frågorna i guiden kring teman som var uppbyggda utifrån studiens teoretiska ramverk. För att verkligen nå fylliga resonemang eftersträvande vi att använda så öppna frågor som möjligt. Det skulle finnas ett stort utrymme för respondenterna att tala fritt kring frågorna. För att de skulle få utrymme att berätta om sina upplevelser och livsvärldar krävdes en flexibel intervjuguide som skapade förutsättningar för ett dynamiskt och levande samtal (Esiasson et al. 2012:264). Men dessa öppna frågor och fria samtal ställde också krav på oss som intervjuare. För att behålla kontrollen över intervjuerna, och för att undvika att svaren blev spretiga, och utanför studiens ramar, var vi noga med att använda oss av liknande följdfrågor till alla för att kunna föra tillbaka samtalen på rätt spår.

Spontana följdfrågor som uppkom under intervjuerna skrev vi ner för att i efterhand kunna avgöra om dessa var frågor som gav bra svar och därmed borde ställas till de andra respondenterna.

Intervjuguiden inleddes med några enkla och direkta frågor om nuvarande arbetsplats och antal år i branschen. Det var viktigt att respondenterna fick tid att komma in i intervjun och känna av stämningen innan vi ställde de mer djupgående frågorna (Esiasson et al. 2012:265). Vi försökte att utforma frågorna så enkelt som möjligt för att intervjusituationen inte skulle kännas monoton och för akademisk. Det viktigaste var att respondenterna fick chansen att spontant beskriva situationer, känslor och upplevelser som baserades på deras egen verklighet. För att nå dessa ställdes många följdfrågor när respondenten berättade om, för studien, intressanta aspekter (Esiasson et al. 2012:265-266). Intervjuguidens olika teman inleddes med breda och öppna frågor som gav rika beskrivningar och svar. I slutet av temat var frågorna smalare och precisa för att säkerställa att alla viktiga delar i det specifika området berördes (Esiasson et al. 2012:265-267).

Vi eftersträvade att inte lägga några värderingar i de frågor vi ställde. När vi var öppna och så neutrala som möjligt i vår roll som intervjuare blev svaren också som bäst. Samtidigt märkte vi att många av frågorna var besvärliga och lite känsliga att svara på, speciellt de som berörde journalisternas eget ansvar för publicerat material. Därför valde vi att närma oss frågorna stegvis, vi försökte först att diskutera ämnet generellt och skapa ett förtroende för att sedan närma oss personliga åsikter och tankar i frågorna av känslig art (Ekström och Larsson 2010:65). Frågor om identitet uppfattades också som svåra att besvara. Därför valde vi att istället ställa frågor om värden och ideal som vi anser utgör en komponent av grunden till identiteten.

## **Intervjutillfälle**

Under de två inledande intervjuerna var vi två intervjuare, dels för att vi själva skulle känna oss bekväma i rollen men samtidigt för att säkerställa att vi såg på intervjufrågorna på samma sätt och agerade liknade i rollen som intervjuare. Att alla intervjuer följde samma mönster och genomfördes inom liknande ramar var extra viktigt då samtalen var flexibla och öppna. Vi ville inte riskera att intervjuerna fick så olika karaktär att de i slutet inte gick att jämföra med varandra. När vi sedan genomförde resterande intervjuer enskilt kunde vi dels vara trygga i rollen som intervjuare men också säkra på att resultatet gick att jämföras och se mönster och avvikelser i. Enskilda intervjuer genomfördes också då vi eftersträvade en så jämn maktfördelning som möjligt. I en intervjusituation styr intervjuaren dagordningen och innehar tolkningsmonopol över ordet vilket tillskriver den makten över situationen (Kvale och Brinkmann, 2009:48-49). För att inte ytterligare bidra till en ojämn maktbalans genomförde vi därför intervjuerna enskilt. Journalister är såklart

experter på att intervjua. Men när de stod inför situationen att agera respondent kunde vi inte förvänta oss att de skulle vara lika bekväma och säkra. Naturligtvis innebar även enskilda intervjuer att vi fick tid till att genomföra fler intervjuer vilket krävdes för att nå måttad i resultatet.

De personliga intervjuerna genomfördes i lokaler vid Göteborgs Universitet för att skapa en lugn miljö där respondenterna inte behövde vara oroliga för att någon skulle kunna höra deras svar vilket skulle kunna få dem att svara korrekt istället för ärligt. Vi valde därför bort caféer, restauranger och även deras egna arbetsplatser. Då journalister själva studerat vid högskolor och universitet trodde vi inte att de skulle uppleva den akademiska mötesplatsen som speciellt skrämmande eller avskräckande. Det kändes som en relativ neutral arena och genom att bjuda på en kaffe blev situationen genast avslappnad.

Som vi tidigare nämnt är journalister en upptagen yrkesgrupp vilket resulterade i att några av våra intervjuer genomfördes per telefon. Vi som intervjuare kunde i den situationen inte styra över vart respondenten befann sig. Men då vi inledningsvis frågade förstod vi att alla valt en enskild och lugn plats för intervjun där de kunde prata enskilt. Lugn och enskildhet var egentligen de viktigaste kriterierna vid telefonintervjuerna då vi inte ville att någon utomstående skulle höra samtalet och riskera att påverka respondentens svar (Esiasson et al. 2012:268). Vi var också noga med att påpeka för respondenterna att vi inte sökte efter några specifika svar eller rätt och fel i intervjuerna. Vi ville ha deras ärliga åsikter och resonemang och försökte därför eftersträva att skapa en så trygg och pålitlig situation som möjligt. Att påminna dem om att de hade viss anonymitet och att lova att inte ta upp namn på personer, som de eventuellt nämner under intervjun, i rapporten bidrog till en ärlig och öppen stämning.

Intervjuerna varierade i tid mellan 45 och 60 minuter. Likt vilka andra människor som helst var våra journalister olika, en del tyckte om att bjuda på anekdoter och att berätta om händelser off the record. Andra var fåordiga, svarade, beskrev och förklarade men utan entusiasm eller utlägg. Vi diskuterade huruvida vi lyckades nå uttömmande och rikhaltiga svar i intervjuer som inte varade längre än 45 minuter och kom fram till att empirin var tillräckligt fyllig för att bidra till analysen.

## **Bearbetning av intervjuerna**

För att behandla materialet på samma sätt skapade vi en rutin för efterarbetet med intervjuerna. Vi sammanställde alla anteckningar och tankar som kom upp under intervjun direkt efteråt, då de fortfarande fanns färskt i minnet. Därefter lät vi personen som genomfört intervjun transkribera det inspelade materialet. Vi ansåg att intervjuaren var mest lämpad för uppgiften då den uppfattade situationen och även det latent budskapet

bäst. Därefter läste vi de transkriberade texterna på olika nivåer. Inledningsvis övergripande för att få en känsla för materialet och personens tankar och åsikter. Här uppmärksammades det manifesta budskapet och till stor del även övergripande mönster (Esiasson et al. 2012:221). Sedan diskuterade vi i gruppen vilka våra första intryck var. När samtliga intervjuer var klara och transkriberade genomförde vi en färgkodning av materialet efter tre teman, ideal, trygghet och reflexivitet, som intervjuguiden och studien innehåller. Beroende på vilka "temaglasögon" vi bar vid läsning, uppfattade vi också texterna på olika sätt. Vi förde anteckningar och skapade sen tillsammans tre protokoll för våra teman, i vilka vi förde in resultaten. Protokollet var sedan till stor hjälp när vi skulle ta fram mönster och avvikelser mellan de olika intervjupersonerna. Med en stor mängd material att behandla blev det nödvändigt att sortera och strukturera med hjälp av protokollen.

## Intervjuareffekter

Den kvalitativa intervjuens uppgift är inte att ge intervjuaren ett svar, svart på vitt. Det vi sökte i våra intervjuer var en chans att förstå journalisternas tankar, idéer och resonemang. Som vi nämnde tidigare i metodkapitlet var våra respondenter olika, vilket också ledde till att vi fick forma intervjuerna olika för att ge dem en möjlighet att berätta om och uttrycka sin livsvärld och sina inre tankar. Naturligtvis kan deras svar ha påverkats av oss intervjuare. Omedveten påverkan från vår sida och även att respondenten anpassar sina svar till vad de tror förväntas svara är en risk med intervjun som kvalitativ metod. Med längre erfarenhet av intervjuer arbetar man under tiden för att motverka dessa faktorer men för oss oerfarna är det svårare (Esiasson et al. 2012:69). Då vi var medvetna om effekten arbetade vi kontinuerligt för att göra den så liten som möjligt, bland annat genom att klargöra att de var anonyma, beskriva att vi var ute efter deras egna åsikter och att vi inte ville ha rätt eller fel svar. Vi försökte att vara så neutrala som möjligt under intervjun både i kroppsspråk, tonläge, och ansiktsuttryck, utan att för den sakens skull skapa en konstlad och stel känsla. Det var en balansgång.

De yngre respondenternas intervjuer tenderade att framstå som mer lättsamma. Många gånger var språket mer spontant och de var mer avslappnade. På många sätt liknar vi som intervjuare respondenterna genom att vara i samma ålder, i liknande bransch och med ett intresse för media. Samtidigt har de äldre respondenterna mer erfarenhet av intervjuer och verkade inte lika upprymda över att intervjuas. Av svaren att döma verkade effekten dock inte påverka studiens resultat.

## Validitet

Vi når hög validitet genom att vi genomgående i studien är medvetna om, och tar hänsyn till olika aspekter som kan tänkas påverka vårt resultat och studiens tillförlitlighet. Vi tar i detta metodkapitel upp både styrkor och svagheter i vårt tillvägagångssätt vilket gör studien transparent. En utgångspunkt har för oss varit att se arbetet med studien och dess olika delar som en process. Att kontinuerligt omarbета, förbättra och precisera syfte, frågeställningar, intervjuguide och teori samt växla mellan de olika delarna har säkerställt att vi faktiskt undersöker det vi enligt studien syftar till att undersöka. Hög medvetenhet om fallgropar och hinder i processen gör att vi anser att vårt resultat går att lita på.

## Resultat och analys

I följande kapitel presenteras resultat och analys från våra 12 intervjuer. För att skapa en röd tråd och ge läsaren en djupare förståelse framställs resultat och analys tillsammans. Genom mönster och tendenser samt avvikelser och skillnader mellan respondenterna redovisar vi vårt bidrag till det akademiska fältet. Resultat och analys presenteras utifrån tre övergripande teman som vi ansåg att våra respondenter tog upp, det vill säga ideal, trygghet och reflexivitet. Inom dessa teman kommer var och en av våra frågeställningar behandlas. Detta upplägg görs för att vi utgår från respondenternas svar och resonemang istället för att dela upp svaren utifrån frågeställningar. Vi är medvetna om att det finns olika fyllighet i svaren till våra frågeställningar men vi anser inte att det påverkar resultatet. Vi har valt att redovisa citat från alla våra respondenter för att få en jämn fördelning mellan dem.

### De journalistiska idealen

Det första övergripande temat kommer att behandla idealen som ligger till grund för den journalistiska ideologin samt hur respondenterna ser på yrkets status. Nedan följer en redogörelse för de ideal som respondenterna själva ansåg var de viktigaste och om dessa eventuellt omförhandlas eller reproduceras i samband med PR-kupper. Genom att respondenterna fick beskriva och exemplifiera sina svar fick vi således en inblick i hur de ser på sin egen yrkesroll och dess status samt vad som bygger upp deras yrkesidentitet.

### Journalisten lever som den lär

På ett övergripande plan visar resultatet att journalisterna har ett nära förhållande till de etiska publicitetsreglerna. Vi såg ett mönster i att journalisterna anser att idealvärden som opartiskhet, neutralitet och kritisk granskning är mycket viktigt i arbetet som journalist. Det är dessa etiska riktlinjer som de anser skiljer journalisten från hobbyskribenten. Journalisterna nämnde att de känner ett ansvar gentemot medborgarna som inte hobbyskribenten nödvändigtvis gör. De beskrev det som att de förväntas att inte ta någons parti, att förmedla bådas sidor och berätta sanningen. De finns till för de enskilda människorna och har ett stort ansvar gentemot dem.

*Jag tänker mycket på de etiska grunderna. Jag tycker att de är väldigt viktiga, både som journalist och människa. Att kunna ha dem som ledord i dessa möten med människor när man gör grejer. Jag tror att det är oerhört viktigt. - 35 års erfarenhet och kommersiellt*

Vi såg samtidigt en avvikelse där journalisterna inte höll med i samma grad, eller till och med gick emot de etiska riktlinjerna. De menade att de etiska reglerna är viktiga, men att det ofta är svårt att fullt ut följa dem, eftersom att det alltid är en människa med egna tankar och värderingar som skriver artikeln vilket gör att den inte är helt opartisk eller neutral.

*Generellt i Sverige tillåts inte nyhetsreportrar att dra egna slutsatser. Jag vet inte varför, så är det i många andra länder. Vi är för objektiva. Vi har svårt att skriva sanningar som är icke-belagda, om du förstår vad jag menar. Vi har svårt att dra slutsatser även om vi är 100 procent säkra på någonting. Journalistiken skulle vara mycket bättre om man kunde göra det.*  
- 4 års erfarenhet och kommersiellt

För att undersöka vilka ideal och värden journalisterna värdesätter bad vi dem beskriva hur de tycker att en journalist bör vara. Mönstret vi såg var att de spontant sa att berättandet är det som står i fokus. Inte bara en nyhetsförmedling där de får utlopp för sitt skrivande, utan vikten av att förmedla komplicerade skeenden och beskriva fjärran platser för folket som de annars inte skulle veta något om. Respondenternas beskrivning går i stor utsträckning hand i hand med resultatet från *Svenska Journalistkåren 2011*. Undersökningen visar att just dessa journalistiska ideal är de som stärkts från tidigare års undersökningar. Det indikerar att det blir allt viktigare för journalisterna att legitimera sig själva mot omvärlden, vilket i sin tur stärker yrkesidentiteten (Asp 2012).

## **Det är viktigt att granska**

I en fördjupning av idealvärdena framträdde granskning som en oerhört viktig grundsten i det journalistiska arbetet. Det handlade om granskning i stort och smått, från granskning av makthavare till granskning av källor. Just det granskande idealet var det första värde som journalisterna nämnde efter berättandet, precis som om de först utgick ifrån varför de ville bli journalister och därefter fick insikt om vad det berodde på.

*Det är vår uppgift att titta bakom. Kolla allting. Källkritik är otroligt viktigt, säger A att det är såhär måste vi ändå kolla om det stämmer. Finns det någon motpol som säger något annat? Att alltid ställa de kritiska frågorna. Att inte bara svälja.* - 20 års erfarenhet och public service

Forskning om journalisters yrkesidentitet visar som vi tidigare beskrivit att de granskande och förklarande idealen är mycket viktiga för journalisters legitimitet. Dessa är vad som skiljer journalisterna från andra aktörer som skriver journalistiskt, och det gör dem till experterna. När journalister påverkas av yttre hot och förändringar är det just kring dessa

ideal de går samman. De går samman kring det kollektiva habitus där de känner sig trygga och kring de värden som de vet att de blir legitimerade genom. Denna reaktion stämmer även överens med resultatet i denna studie, vilket visar att journalisten vid inre hot på ett tydligt sätt refererar till och knyter an till idealen. Journalisterna förklarar vart värderingarna kommer ifrån på olika sätt. Oavsett hur de förklarar det, tycks det vara en kombination av värderingar som skapas, antingen från utbildningen, arbetsplatsen eller som vissa beskriver "det kommer inifrån mig".

En avvikelse från mönstret är åsikten att det inte bara handlar om att berätta och granska, det handlar även om att ge människor förströelse.

*Att granska och berätta är i alla fall de viktigaste uppgifterna. Sen tycker jag också att journalister ska ge folk något att glädjas åt. Det är det jag är inne på själv just nu, att ge folk något kul, intressant eller spännande. - 3 års erfarenhet och public service*

Avvikelsen visar en förändring där journalistiken blir allt mer publikorienterad (Wiik 2010). Teknikens utveckling och människors förändrade medievanor innebär idag att vem som helst kan vara producent på internet och att vi idag kan välja när vi vill konsumera nyheter och media. On-demandsamhället innebär att mediehusen till viss del måste förändra och anpassa utbudet så att människorna fortfarande vill betala för dem, med andra ord bli mer publikorienterade.

## **En publikorienterad journalistik**

Vi kunde urskilja en skillnad i hur respondenterna beskrev sitt arbetsklimat beroende på om de jobbade inom public service eller i ett kommersiellt bolag. Trots att mönstret visade att de kommersiella bolagen hade ett högre tempo och var mer fokuserade på att få "klick" såg vi ett intressant resultat när vi analyserade svaren från respondenterna inom public service. Vi såg ett mönster i att journalister som arbetar inom public service nämner att det blivit ett högre tempo även i deras arbete de senaste åren. Respondenterna påpekar att de går allt mer åt det kommersiella hållet i den meningen att det blir allt viktigare att "sälja" nyheter och få klick. Således menar de att public service håller på att rucka på de hårda riktlinjer och ramverk som tidigare funnits, även om denna utveckling går långsammare än inom kommersiella bolag. Det ligger i linje med den publikorientering som innebär att mediehusen inte bara kan tänka nyheter utan även försäljning (Wiik 2010).

## **Journalist som livsstil**

För att undersöka hur journalisterna upplever sitt yrkes status bad vi dem beskriva hur de själva beskriver sig – som journalist eller anställd på den arbetsplats de arbetar på. Ett mönster vi kunde urskilja var att journalisterna svarade att de skulle presentera sig som



journalist, med en avvikelse där det framkom att arbetsplats är att föredra framför yrkesroll.

*Jag skulle nog svara att jag är journalist, eller ja reporter. Journalist är det pretton som kallar sig, som tycker att de är lite fina. - 5 års erfarenhet och kommersiellt*

Vi kunde urskilja ett manifest budskap i att journalisterna först förklarade att de är journalister men att det känns lustigt att kalla sig det. Mellan raderna kunde vi dock utläsa att de ändå känner en stolthet i att vara journalist. Journalistyrket är som tidigare beskrivet komplicerat då deras arbete dels är skyddat av grundlagar men samtidigt måste regleras genom etiska publicitetsregler. Trots detta benämns yrket inte som en profession. Förhållningssättet till yrkets ställning ser vi som en del av identiteten och det tillsammans med värderingarna är vad som skapar ett journalistiskt mindset. Journalisterna arbetar i olika mediehus och medieformer med olika bevakningsområden, trots det kunde vi se tendenser till att de är noga med att framhäva sin roll som journalist som en del av statusen. De beskriver i små eller stora ord att; "att vara journalist är en slags livsstil". Det är inte ett jobb som börjar klockan åtta och slutar klockan fem, de tar med sig jobbet hem i sättet att vara. Nyfikenheten, granskandet och viljan att berätta tycks driva dem även privat. De är journalister inte bara i sitt yrke, utan dygnet runt.

Ytterligare ett mönster vi såg var att respondenter med färre år i branschen uttryckte otrygghet och osäkerhet för hur PR-kupper påverkar deras arbetssituation. Vi menar att det beror på att de ofta har osäkra anställningar och arbetar med de snabba nyheterna. Respondenter med fler år i branschen har ofta fasta anställningar och positioner, vilket kan innebära att de känner mer trygghet och säkerhet i arbetet. Eftersom antal år i branschen har ett samband med ålder menar vi således att äldre journalister har en högre status inom kåren vilket leder till en säkrare arbetssituation.

## **Trygghet i yrkesrollen - en genuin känsla eller en bräcklig fasad?**

Under studiens intervjuer upptäckte vi att respondenterna upplevde en bransch i ständig förändring och att PR-kupper är en del av den nya vardagen. Det uppstod många intressanta resonemang och tankar kring trygghet, kontinuitet, förtroende och tillit. I det andra temat följer en redogörelse för huruvida PR-kupper ifrågasätter den kontinuitet och ordning som finns inom det journalistiska arbetet.

## **Gammal är äldst - och tryggast**

Under intervjuerna diskuterade vi huruvida journalisterna upplever att deras arbete eller

arbetssätt förändrats av PR-kupper. Det stod klart att journalisterna får en rejäl tankeställare av att bli dragna vid näsan. Ett övergripande mönster visar att de reagerar genom att reflektera över vad som gått fel och försöker lära av misstaget. De menar att de blivit mer uppmärksamma och noggranna framförallt i sin hantering av källor och granskning. Samtidigt visar de en viss osäkerhet även efter att PR-kuppen passerat. På frågan om PR-kupper har påverkat journalisten i sitt dagliga arbete fick vi följande svar.

*Ja, ja! Folk är mycket mer försiktiga efter en väl uppmärksam kupp. Då sitter man och vågar inte skriva ut ett enda pressmeddelande utan att dubbelkolla en extra gång.*

- 4 års erfarenhet och kommersiellt

PR-kuperna utgör ett avbrott från det normala och ett moment som ligger utanför journalisternas strukturer. De upplever inte bara en kris, i olika omfattning, utan också en rubbning av ordning. Personer i deras omgivning eller till och med de själva, har agerat opålitligt och de kan ifrågasätta andras och vissa fall även sitt eget agerande. När en PR-kupp tar sig in på medieagendan har både den sociala omgivningen och ens eget handlande frångått kontinuitet vilket är ett grundläggande krav för att behålla känslan av ontologisk trygghet (Giddens 1996:91).

Vi kan tyda en avvikelse i de mest erfarna journalisternas tankar, vilka menar att PR-kupper inte berör deras arbetssätt speciellt mycket över huvud taget.

*I min bedömning – inte alls. Högt tillfälligt, kanske. Du förstår det har rullat på i samma hjulspår i många år nu. Så nej jag tror inte att det haft några effekter alls.* - 24 års erfarenhet och kommersiellt

Journalisterna med mest erfarenhet i undersökningen har arbetat i många år och berättar att de har varit med om PR-kupper under hela sina karriärer. De menar att det inte är något nytt för dem. De verkar snarare se PR-kupper som ett inslag i arbetet än en avvikelse från det normala. De är helt enkelt vana vid inslaget vilket gör att de känner en större trygghet i situationen. Det är även tydligt genom deras resonemang att de känner en större trygghet på grund av att de litar på att de "sitter säkrare i båten".

### **En journalistkår att lita på**

Att publicera en PR-kupp bryter på många sätt mot de ideal och värden som journalisterna själva definierar som ramarna i sitt arbete och som de tycker att man bör leva upp till som journalist (Asp 2012:34). Trots att PR-kupper tar sig in på medieagendan upplever journalisterna själva att den svenska journalistkåren håller en riktigt god nivå. Vi såg ett mönster av att de tycker att branschen till och med blivit bättre med åren.

*Ja, det tycker jag nog till stora delar. Sverige har ju riktigt bra journalister faktiskt. Vi blir bättre och bättre och anpassar oss till förändringar genom att utvecklas. Samtidigt tummar vi inte på värden som objektivitet och sanning, vilket man ser mer i andra länder. - 1 års erfarenhet och kommersiellt*

Det visade sig vara en fråga där journalisterna hade starka åsikter, oavsett antal år i branschen. Några menade att det dåliga förtroendet som till exempel kvällspress lever med är mycket oförtjänt och att vanliga människor skulle bli förvånade om de förstod hur svårt det är att ta sig in på medieagendan. De vände på logiken och använde PR-kupperna som en förklaring till varför journalisternas roll i samhället faktiskt är helt ovärderlig. De gick i försvarsställning. Giddens (1996) menar att den ontologiska tryggheten rubbas och att obalans uppstår om någon bryter mot ideal och ramar. Tillit till övriga journalister måste existera för att trygghet inom kåren ska upprätthållas (Giddens 1996:91). Naturligtvis kan vi inte tala om enskilda misstag eller personer. I denna studie talar vi om respondenternas tillit till en kår, och trovärdighet för journalistiken. I Johansson tolkning av Giddens menar han vidare att brist på tillit rubbar kontinuitet och den sociala omgivningen upplevs inte konstant. Att bryta mot ideal som satts upp för kåren kan således leda till oro och ett ifrågasättande av yrkesidentitetens ideal. Att gå i försvar och att vända situationen till sin fördel verkar vara en strategi som journalisterna använder för att bevara ordning och mening och således upprätthålla yrkesidentiteten och tryggheten. Allt för att hantera krisen (Johansson, 1998:437). Det är också tydligt att en del av strategin är att åter igen knyta an till värdena och idealen som man menar att journalistiken vilar på. Vilket också är ett sätt för journalisterna att bemöta kritik (Deuze, 2005:446).

### **Strategier för att bevara tillit och trygghet**

Samtidigt som journalisterna intar en strategi för att försvara sig, sin trygghet och identitet ser vi en tydlig trend i att de själva anser att journalisterna har misslyckats i sin yrkesroll när kupper publiceras.

*Ja det är helt klart ett misslyckande. Journalisters första uppgift är att se till att det man rapporterar om, att det finns sanning i det. När man svält någonting man tyckte verkade relevant men som visade sig vara en osanning, då är det ett tydligt misslyckande. Sedan finns det säkert tusen olika anledningar till hur det har kunnat hända men i grund och botten är det helt klart att det är ett misslyckande. - 35 års erfarenhet och kommersiellt*

*Ja absolut, det är att skriva en felaktig sak. Det är ju inte rätt, så självklart har man misslyckats. Men då gäller det ju att man uppdaterar snabbt och att man är transparent med vad som har hänt och att man berättar varför man gick på bluffen. - 3 års erfarenhet och*

kommersiellt

Det finns en motsägelse i journalisternas resonemang när man ställer misslyckandet de beskriver mot ansvar för situationen. På frågan om det, i och med sitt misslyckande, också är journalisterna som bär ansvaret för att PR-kupper publiceras är de inte lika klara i sina åsikter. Återigen ser vi tendenser till att frågan upplevs som känslig. Efter många resonemang om att de trots allt anser att de misslyckats i sin journalistiska roll får vi fram delade åsikter. Ena sidan upplever att ansvarsfrågan är tudelad, de ser händelsen som en kedja där alla inblandade har en del av ansvaret.

*Jag tror inte att journalisten tar på sig ansvaret i första läget. Samtidigt kan jag tycka att de som kokar ihop det dolda budskapet från början och utgår från att vara vilseledande har en stor del av ansvaret. Men det är svårt, alla bär en del av ansvaret. - 20 år och public service*

Den andra sidan har en mer bestämd åsikt.

*Det är klart att det ligger hos PR-byråerna. Men jag kan också känna lite att så här... att det faktiskt finns viktigare saker som journalister bör granska. Så jag tycker faktiskt att ansvaret ligger hos PR-byråerna. Sen ligger de även ett ansvar hos publiken. Är man fundersam över någonting kan man inte bara köpa det rakt av, då får man försöka kolla upp det liksom. - 3 års erfarenhet och public service*

Återigen ser vi att ansvarsfrågan speglar en försvarsstrategi upprättad för att bevara tilliten till sina branschkollegor och därmed tryggheten i yrkesidentiteten. Om våra respondenter skulle vara tvungna att ifrågasätta hela meningen med det journalistiska arbetet och därmed även sig själva varje gång en kris i form av PR-kupp uppstod skulle vardagen bli outhärdlig. De skulle inte kunna verka i en sådan kontext, där de med jämna mellanrum måste betvivla sin bransch, sina kollegor och sig själv som journalist. Därför skapar de strategier. I vår undersökning dominerar en mycket tydlig strategi som Giddens (1996) benämner pragmatiskt accepterande. Journalisterna skyddar sig mot hot och kriser genom att koncentrera sig på det vardagliga arbetet och problemen som kan uppstå där. Med en ständig rapportering tillåts journalisterna att gå vidare och koncentrera sig på sitt arbete och de aktuella problem som finns där som att vara först på nästa scoop. Istället för att koncentrera sig på PR-kuppen och misstagen de begått tenderar de att tro att kuppen är bortom journalisternas kontroll. De menar i många fall att det är det snabba nyhetsflödets fel, stressens fel, underbemannade redaktioners fel eller helt enkelt att PR-aktörerna är för geniala eller involverade i journalistiken för att de ska gå att genomskåda. Tanke sättet tycks lugna journalisterna men vi ser ändå en ängslan och oro för vad PR-kupper kan ställa till med, speciellt i anknytning till att kupper uppdagas och dess konsekvenser medvetandegörs (Giddens 1996:128).

I vår undersökning framträdde intressanta skillnader relaterade till vilken organisation journalisterna arbetade inom. Vi märkte att ramarna för den ontologiska tryggheten verkade snävare för respondenterna som arbetade inom public service, och lite vidare för dem som arbetade i kommersiella organisationer. När de resonerade kring frågan såg vi att public service respondenterna uttryckte att de kände ett ansvar för att förvalta medborgarnas höga förtroende för dem och public service. Misstagen togs på väldigt stort allvar och deras något försiktigare och därmed långsammare arbets sätt bidrog till att acceptansen för misstagen var ännu mindre än hos övriga respondenter.

*Ja, min kollega här på xxx citerade Zlatan mitt i sändning men det visade sig att han hade tagit citatet från det där parodikontot. Vilket inte alls var särskilt bra. Det var ju fruktansvärt för hela redaktionen! - 18 års erfarenhet och public service*

I de kommersiella organisationerna framgick det att deras arbets sätt var snabbare. Det fanns inte tid och utrymme för att granska material som kanske kändes tveksamt flera gånger om innan de sändes ut eller publicerades, då kravet på att vara först är enormt. Deras ontologiska trygghetsram är vidare och de är mer tillåtande. Ibland sker misstag, det verkar vara mer accepterat och även förväntat att snabba nyheter ibland innehåller felaktigheter. Därmed inte sagt att journalister i kommersiella organisationer inte upplever PR-kupper som kriser. Däremot är, som de själva nämner, förtroendet för kommersiella medier lägre vilket verkar skapa en vidare trygghetsram. Den inre kritiken verkar inte lika hård som inom public service.

*Jag tror nånstans att folk har en förståelse för att vi bara är människor och shit happens. Även om det naturligtvis inte alls är bra. - 24 års erfarenhet och kommersiellt*

## **Journalistens reflexiva identitet**

Till det tredje temat ställde vi frågor om hur respondenterna uppfattar PR-kupper. Inte bara för att ta reda på hur de ser på fenomenet i sin roll som journalist utan även för att försöka undersöka respondenternas spontana reaktion och mer personliga åsikt om PR-kupper, vilket således kan ses som deras privata uppfattning. Nedan följer en redogörelse för olika uppfattningar som respondenterna har om PR-kupper samt den problematik som uppstår i och med identitetens reflexivitet.

### **Den privata tanken och åsikten**

När vi genomfört våra första intervjuer hade vi fått överraskande svar på den övergripande frågan om inställningen till PR-kupper. Eftersom tidigare studier visar att majoriteten av de svenska journalisterna har en negativ inställning till PR-branschen (Fredriksson och

Johansson 2014) var vi inställda på att denna inställning skulle genomsyra även vår studie. Men vi fann ganska snabbt att det fanns mönster av den totala motsatsen.

*Min spontana reaktion är ju; gud vad kul. Kul, och vad smarta de människorna är som arbetar med PR på det sättet när de får sådant stort genomslag. Jag tänker nog mest på hur briljanta de där människorna bakom PR-kuppen är. - 3 års erfarenhet och public service*

Mönstret visade att respondenterna hade reflekterat över och diskuterat kupperna privat och att de i det avseendet hade positiva åsikter där ord som kul, uppfriskande och briljant kom på tal. Vi kunde även se en tvetydighet i huruvida respondenterna hade förståelse för PR-aktörernas sida eller ej. Å ena sidan tyckte respondenterna att det absolut inte var rimligt att fara med osanning eller ljuga oavsett om budskapet i sig kunde vara bra, eftersom det strider mot vad deras egna ideal står för. Å andra sidan gör bara PR-aktörerna sitt jobb precis som journalisten gör sitt. Men ingen ansåg att PR-kupp som fenomen var något nytt.

*Det är ju inget nytt, det har förkommit länge. I vissa fall kan jag tycka att ändamålet helgar medlen. Om det är en viktig fråga kan jag ha en viss förståelse för det. - 24 års erfarenhet och kommersiellt*

Det fanns dock avvikelser från mönstret där inställningen var negativ eller ganska likgiltig. Där det inte fanns någon speciell inställning och att det likväl fanns bra som dåliga kuppar.

*Vissa kan vara jättebra och vissa kan vara jättedåliga. Jag har ingen speciell inställning till dem. Jag kan uppskatta en bra PR-kupp lika mycket som jag kan hata en dålig. - 3 års erfarenhet och kommersiellt*

I den privata uppfattningen ser vi en likhet till vad Goffman och Meyrowitz menar med sin teori om den bakre regionen. Att individen har en möjlighet att bakom kulisserna i en trygg miljö uttrycka åsikter och tankar som den kanske inte vill föra fram i ljuset (Angelöw och Jonsson 2000). Tilläggas ska dock att detta endast speglar den spontana reaktionen som i de flesta intervjuer varade under en kort tid. När samtalet fördes vidare tog det inte lång tid innan respondenterna började tänka som journalister igen. Då urskiljdes ett tydligt mönster av osäkerhet. Respondenterna blev förvånade över sina svar när de inte tänkte utifrån sin yrkesroll. Vilket även det går i linje med Meyrowitz tankar om mellanregionen där individen förflyttar sig mellan den bakre och främre regionen för att inta olika roller som passar in i kontexten. Denna förflyttning är således viktig för respondenterna eftersom de inte vill skapa för stor uppståndelse kring deras privata åsikter (Meyrowitz 1985).

## Den journalistiska tanken och åsikten

Att den journalistiska yrkesidentiteten vilar på starka etiska ramar och gränser har konstaterats om och om igen. När respondenterna fick uttala sig om PR-kupper utifrån sin yrkesroll var det också många av idealvärdena i detta etiska ramverk som kom på tal. Det fanns koherens i åsikterna och ett tydligt mönster över hur de verksamma journalisterna i denna studie såg på PR-kupper.

*Ja, det är en form av desperation för att få massmedialt utrymme och det har jag själv råkat ut för. Man har intervjuat människor som faktiskt kommer med falska uppgifter. Det tycker jag är oerhört trist. Jag måste faktiskt kunna lita på den jag intervjuar. Jag kan inte hela tiden tro eller misstro dem jag pratar med. Det där är ett problem. Jag kan förstå reklamkarna som vill få uppmärksamhet men det där är inte okej. Det känns lite beigt. - 35 års erfarenhet och kommersiellt*

*Det är jökla fjantigt. Jag tycker att PR-nissarna som håller på borde inse att nu är det gjort och det är inte ens särskilt roligt, lite så känner jag. - 4 års erfarenhet och kommersiellt*

Det som några minuter tidigare hade varit kul och uppfriskande blev fjantigt och desperat. Det fanns en överensstämmelse i att det inte under några omständigheter är okej att luras för att få medialt utrymme och uppmärksamhet. Vi såg även samma tendenser hos respondenterna när de beskrev känslan av att bli lurad.

*Man känner ju sig som att man står med brallorna nere när man upptäcker att något sådant inte var på riktigt. - 1 års erfarenhet och kommersiellt*

Här kunde vi dock urskilja en viss skillnad beroende på hur länge respondenten hade varit verksam journalist. De som hade färre år i branschen tenderade att känna större skam och rentav känna en rädsla att förlora jobbet om de hade skrivit om något som sedan visade sig vara en kupp. Medan de respondenter som hade fler år i branschen kände en större trygghet och tillit till sitt arbete och uttryckte sig i termer som "att fela är mänskligt". En annan intressant aspekt som skilde de med färre från de med fler år i branschen var att de med färre år i branschen drog höga växlar när det kom till konsekvenserna av PR-kupper. Då fördes resonemang om att PR-kupper inte bara lurar journalisten utan att "den lilla människan" blir drabbad och att det kan leda till ett hot mot demokratin.

*De har en inverkan på samhället. Och om man bara skulle gå på PR-kupp efter PR-kupp urholkas trovärdigheten i nyhetsrapporteringen. Om vi ska dra det långt så slutar kanske våra läsare lita på vår rapportering. Och då kanske de vänder sig till utländska medier istället. Och vad händer? Jo, då går alla tidningar i konkurs och vi sitter där och har bara public service*

*och vi är plötsligt Nordkorea. - 5 års erfarenhet och kommersiellt*

Precis som i den privata uppfattningen ser vi att respondenterna följer Goffman och Meyrowitz resonemang. I detta avseende för respondenterna fram sina åsikter utifrån sin yrkesroll, vilket innebär att de bjuder publiken på ett framträdande som förväntas av en journalist (Angelöw och Jonsson 2000). Respondenternas svar går även i linje med Bourdieus tanke om att journalister som yrkesgrupp har vissa ideal, normer och värderingar som är acceptabla inom kåren och för att accepteras av övriga journalister måste dessa ideal följas. Vilket alla respondenter också gör när de uttrycker att det aldrig är godtagbart att ljuga när man verkar i samhällets tjänst och för den lilla människan. Att uttrycka åsikter i sin yrkesroll var också något som respondenterna mer än gärna gjorde. Till skillnad från den privata åsikten pratade respondenterna nu med ett större engagemang och mellan raderna kan vi utläsa en viss prestige i att få representera dessa ideal och värderingar.

Vi kan även se att yngre personer med mindre arbetslivserfarenhet i större utsträckning och på ett mer medvetet och uttalat sätt följer de värderingar och ramverk som ligger till grund för en yrkesidentitet. Till skillnad från äldre personer med mer yrkeslivserfarenhet. Då de snarare tenderar att i större utsträckning gå på rutin och således förlita sig på sin erfarenhet och inte aktivt tänka på de ramverk som finns (Bourdieu 1998:97-107). Skillnaden blev framför allt tydlig när respondenterna diskuterade upplevelsen av att bli lurad samt konsekvenserna av PR-kupper.

### **Individens två ansikten**

Resultatet visar hittills att det finns en hög grad av komplexitet i att vara privat och journalist i åsikten om PR-kupper. När vi ställde frågor om hur respondenterna upplever en krock mellan det privata livet och sin yrkesroll urskildes en tvetydighet i svaren. I jämförelsen mellan de respondenter som har färre respektive fler år i branschen sågs tydliga skillnader huruvida de upplevde någon krock eller inte.

*Ja för det jag tycker privat reflekteras på rollen som journalist. Jag vågar knappt tycka något här och nu, jag var nära på att ge ett exempel som jag ångrade. Jag yttrar inte något. Det fanns en demonstration jag faktiskt tyckte bra om en gång, kanske inte så att jag ville gå med men i alla fall gilla på Facebook men inte ens där kunde jag det. Ja men så är det ju till viss del. Det är priset man får betala. Det är lite tråkigt. Man är ju journalist dygnet runt. Det är som en robot, vad jag tycker är inte det väsentliga. - 6 års erfarenhet och public service*

*Jag har samma värderingar privat som journalist måste jag säga. Jag är jag – även i mitt yrke. Och mina värderingar som jag lever med i jobbet är även mina privat i mångt och mycket. Jag*



*går inte in i någon roll när jag är journalist utan jag har samma värderingar. - 25 års erfarenhet och public service*

De respondenter med färre år i branschen upplevde det svårare att hantera reflexiviteten och att det är en balansgång där de hela tiden måste tänka på yrkesidealen i det privata livet. Medan de respondenter som har fler år i branschen upplever en större balans i frågan.

Utifrån Giddens (1999) tolkning av identitetens reflexivitet innebär det att respondenterna ska ha möjlighet att kunna välja identitet beroende på kontext. För journalisten kan det å ena sidan innebära att det finns åsikter och ståndpunkter som den inte vill framföra, i alla fall inte i sin roll som journalist. Det finns en viss problematik i att ha åsikter privat som kanske inte stämmer överens med idealen för yrket, men att reflexiviteten innebär två olika identiteter. Å andra sidan kan det innebära att journalisten aldrig kan bortse från yrkets ideal och alltid behöver inta sin yrkesidentitet. Utifrån respondenternas svar kan vi avläsa båda sidorna. De med färre år i branschen upplevde komplexiteten i att aldrig kunna lämna idealen, men de upplevde ändå inte att jobbet tar över deras privata liv. Yrkesidentitetens starka ideal och ramverk begränsar däremot kontexten där de kan uttrycka sina privata åsikter. De med fler år i branschen upplevde ingen krock mellan de olika identiteterna, däremot kunde vi genom det latent budskapet avläsa att den privata identiteten fått ge vika för yrkesidentiteten. Genom åren har den privata identiteten sammanvävts med deras yrkesidentitet och de ideal som är viktiga i deras arbete har också blivit de ideal som de följer i sitt privata liv. Precis som Bourdieu menar har journalistkårens strukturer format respondenterna, med fler år i branschen, att handla och tänka utifrån journalistiska ramar även i det privata.

Respondenternas upplevelser och uppfattningar av reflexiviteten kan ses på två olika sätt. Å ena sidan kan möjligheten att kunna välja identitet beroende på kontext ses som begränsad. Idealerna verkar vara en så viktig del av journalistens arbete så den aldrig kan bortse från dem. Det finns inget som tyder på att idealen inte kan vara desamma oavsett vilken identitet kontexten erbjuder, dock kan det innebära problematik i koherensen för livshistorien om idealen inte stämmer överens med varandra. Avsaknaden av koherens innebär en krock mellan identiteterna och således en osäkerhet för individen. Detta synsätt går i linje med Giddens sätt att se på identiteten och dess reflexivitet (Giddens 1996). Å andra sidan kan gränsen mellan privat och yrkesidentitet genom åren ha suddats ut, kvar finns bara en identitet oavsett kontext. Vilket stämmer överens med Bourdieus syn på identiteten där han menar på att individens sammanlagda erfarenheter och upplevelser bildar habitus (Broady 1991).

En annan tydlig skillnad som framträdde var hur respondenterna beskrev sin möjlighet att uttrycka sig privat beroende på vilken medieorganisation de arbetade inom. De

respondenter som arbetar inom public service menade att de finns tydliga och uttalade restriktioner för hur man som privatperson får uttrycka sig. Inom public service får en journalist inte lov att gilla vad de vill på Facebook eller skriva vad de vill på en blogg. Medan respondenterna som arbetar inom kommersiella bolag menade att det fanns restriktioner men att det inte var särskilt uttalade utan att det snarare sågs som sunt förnuft. Således fanns det olika förhållningssätt till respondenternas privata sfär beroende på organisatorisk tillhörighet. Dock verkade det inte som att organisatorisk tillhörighet påverkade möjligheten att vara privat lika mycket som antal år i branschen.

## Slutdiskussion

Syftet med studien var att undersöka *hur journalisten förhandlar med yrkesidentiteten i förhållande till inre hot*. Genom att göra en fallstudie där vi lät PR-kupper utgöra hotet kunde vi undersöka hur fenomenet kan komma att påverka journalisters yrkesidentitet. Vi kommer att utgå ifrån de tre temana när vi för slutdiskussionen och samtidigt på ett tydligt sätt besvara syfte och frågeställningar.

Sammanfattningsvis kan vi summera vår första frågeställning genom att förklara att journalisterna känner en stark identifikation med idealen i sitt yrke. Inga nya ideal nämns, vad vi kan se är att de knyter an än starkare till framförallt granskning och att berätta komplicerade skeenden. Vi ser att det i relation till inre hot inte skiljer sig speciellt mycket från vad tidigare forskning säger om påverkan av yttre hot. Genom vårt resultat kan vi urskilja att idealen och den journalistiska ideologin är betydelsefull för hur journalisterna uppfattar sig själva och sitt yrke. Dessa ideal får således större betydelse i relation till ett inre hot. Mellan raderna kan vi utläsa att ideologin och dess ideal således genomgår någon form av reproducering i relation till PR-kupper. Idealerna kommer att förbli de samma men innebörden av dem tycks förändras, om än subtilt. Det är inget som journalisten erkänner, utan snarare något som sker utanför deras medvetande. För att hinna med i tempot och för att anpassa sig till medielogiken som råder kommer ideal som till exempel granskning att förändras. Ett nödvändigt ont för att helt enkelt överleva dagens publikorienterade samhälle utan att behöva frånga sina ideal och sin ideologi. Idealerna reproduceras istället för att förkastas.

Av vår studie kan vi se att social ställning har betydelse för hur journalisten uppfattar PR-kupper och dess konsekvenser. De mindre erfarna journalisterna upplevde en slags krock mellan sin privata och yrkesidentitet i relation till PR-kupper, medan äldre på ett mer balanserat sätt ansåg att yrkets värderingar följer med hem när arbetsdagen är slut. De är även de journalister med mindre erfarenhet som känner sig mest otrygga och osäkra vid uppdagande av PR-kupper. Det finns en motsägelse i att det är just dessa journalister som hanterar de snabba nyheterna på redaktionerna. Att PR-kupper och andra händelser som kan identifieras som inre hot alltid funnits inom journalistiken är konstaterat. Men att det nu mer råder ett högre tempo som journalisterna uttryckligen upplever är något förhållandevis nytt. Vilka spår denna kombination av kontexter sätter på de journalister som är nya i branschen är fortfarande oklart. Kommer dessa unga journalisters yrkesidentitet om 20 år att skilja sig från de äldre journalisterna vi intervjuat i den här studien idag? Det är troligt att inskolningen i branschen också påverkar journalistens

livsvärld genom hela livet. Kommer vi därför i framtiden att se en journalist i ny skepnad?

Även organisatorisk tillhörighet har betydelse för hur journalisten uppfattar PR-kupper och konsekvenser av dem, även om den i vår studie inte verkar ha lika stor betydelse som social ställning. När det kom till PR-kupper kunde vi urskilja att journalister inom public service upplevde det mer förödande att utsättas för en kupp än journalister inom kommersiella organisationer. Vi menar att det beror på att public service har snävare ramar och har som uppdrag att verka för medborgarna. Det är dock inte sagt att det är mer accepterat att misslyckas inom kommersiella organisationer, däremot verkar den inre kritiken inte vara lika hård som inom public service.

Innebär ett inre hot en förhandling av yrkesidentiteten? Att undersöka effekterna av PR-kupper som ett inre hot upplevdes som komplicerat då uppkomsten av hotet på många sätt beror på yttre företeelser. Det snabba tempot i rapporteringen i kombination med jakten på klick gör att journalisten inte har möjlighet att granska på samma sätt som tidigare. Alltså har det varit svårt att studera fenomenet avskärmat. Det tydligaste resultatet är att precis som vid ett yttre bidrar ett inre hot till att journalisterna knyter samman kring idealen och använder dem för att legitimera sitt arbete. Vi ser tydligt hur journalisterna erkänner ett misslyckande men att det inte kan likställas med att ta på sig ansvaret för det. Således ser vi att det sker en viss förhandling av yrkesidentiteten vid ett inre hot. De frångår ideal som bygger en av yrkesidentitetens komponenter och därav ser vi det som en början till en förhandling av yrkesidentiteten. Vi ser att denna förhandling är beroende av hur lång erfarenhet journalisten har och av vilken organisation de arbetar inom. Dessa komponenter är avgörande för hur journalisten hanterar situation. Den fråga vi ställer oss är om trovärdigheten för journalister påverkas om journalistkåren går på kupp efter kupp. Hur länge kan en kår upprätthålla sin legitimitet och tilltron till varandra om trovärdigheten urholkas?

Människor är människor. Vi förstår att det innebär att det som sägs inte alltid är det som efterlevs i praktiken. Vi vill poängtera att vår studie visar mönster över de tankegångar och resonemang som våra 12 respondenter beskrivit. Studien kan inte översättas till en hel journalistkår och är därmed inte heller generaliserbar, istället verkar den som en intressant fingervisning för hur denna grupp respondenters yrkesidentitet omförhandlas i förhållande till inre hot. Skulle en annan form av undersökning användas för denna studie är vi väl medvetna om att andra resultat hade kunnat framkomma.

## Vidare forskning

Många intressanta resonemang har förts i vår studie men på grund av tidsaspekten kunde inte alla studeras närmare. Med bakgrund i vårt resultat och analys har vi lokaliserat andra ämnen och vinklar som skulle vara intressanta att undersöka. Nedan redogörs förslag på vidare forskning.

### **Skillnader beroende på ämnesområde**

Respondenterna uttryckte, vid flertalet tillfällen, att det var stor skillnad i påverkan och konsekvenser av PR-kupper beroende på vilket ämnesområde man jobbade inom. Det fanns en tendens till att vissa områden ansågs vara mindre viktiga än andra, till exempel rankades rapportering kring samhälls- och politiska nyheter högre än nyheter inom nöje och sport. Ämnesområde valdes medvetet bort som urvalskriterium i vår studie på grund av tidsaspekten. I denna studie kan vi tyvärr inte uttala oss om skillnader beroende på ämnesområde då vi har för få respondenter från olika områden för att resultatet skulle bli fylligt. Men det skulle dock vara intressant att undersöka om det finns skillnader i konsekvenserna av ett inre hot beroende på ämnesområde. Således kan vi se ett behov av att bredda det akademiska kunskapsfältet genom att undersöka denna aspekt vidare.

## Källförteckning

Angelöw, Bosse och Jonsson Thom (2000) *Introduktion till socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur AB

Asp, Kent (Red). (2012) *Svenska Journalister 1989-2011*. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) Göteborgs universitet

Bourdieu, Pierre. (1998) *Om televisionen; följd av Journalistikens herravälde*. Stockholm: Symposion

Broady, Donald (1991). *Sociologi och epistemologi. Om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin*. Diss. Stockholms Universitet. Stockholm: HLS Förlag

Calcutt Andrew, Hammond Philip (2011) *Journalism Studies – A critical introduction*. Routledge.

Carlhed, Carina (2011) *Fält, habitus och kapital som kompletterande redskap i professionsforskning*. Socialvetenskaplig tidskrift 4, 283-300

Deuze, Mark (2005) What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. SAGE Publications, 6(4): 442-464  
DOI: 10.1177/1464884905056815

Ekström, Mats och Larsson, Lars-åke. (2010) *Metoder i kommunikationsvetenskap* Lund: Studentlitteratur

Esaiasson Peter, Gilljam Mikael, Oscarsson Henrik, Wängnerud Lena. (2012) *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts juridik

Esaiasson Peter, Gilljam Mikael, Oscarsson Henrik, Wängnerud Lena. (2010) *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts juridik

Fredriksson, Magnus och Johansson, Bengt (2014). *The Dynamics of Professional Identity*. Journalism Practice.

DOI: 10.1080/17512786.2014.884746

Giddens, Anthony (1996) *Modernitetens följder*. Lund: Studentlitteratur AB

Giddens, Anthony (1999) *Modernitet och självidentitet, självet och samhället i den senmoderna epoken*. Uddevalla: MediaPrint i Uddevalla AB.

Johansson, Thomas (1998) Anthony Giddens och det senmoderna. I Månsson, Per (Red), *Moderna samhällsteorier* (413-446) Stockholm: Rabén Prisma

Kvale, Steinar och Brinkmann, Svend. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB

Larsson, Larsåke. (2010) *Opinionsmakarna, En studie om PR-konsulter, journalistik och demokrati*. Lund: Studentlitteratur AB

Meyrowitz, Joshua (1985) *No Sense of Place – The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press

Nygren, Lennart och Witschge, Tamara (2009) *Journal of Media Business Studies - Journalism: A Profession Under Pressure?* Hämtad: 2014-04-03  
[http://research.gold.ac.uk/2128/1/Witschge Nygren Journalism as profession.pdf](http://research.gold.ac.uk/2128/1/Witschge%20Nygren%20Journalism%20as%20profession.pdf)

Sheridan Burns, Lynette (2013) *Understanding Journalism*. SAGE publications.

Trots, Jan (2010) *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur AB

Wahl-Jorgensen, Karin och Hanitzsch, Thomas (2009) *The handbook of Journalism Studies*, Routledge

Wiik, Jenny (2010). *JOURNALISM IN TRANSITION* (Doctoral Thesis for PhD degree)  
Göteborg: Litorapid Media AB. Hämtad: 2014-04-03  
[https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/21853/1/gupea\\_2077\\_21853\\_1.pdf](https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/21853/1/gupea_2077_21853_1.pdf)

SOU 2013:66. Kulturdepartementet. *Översyn av det statliga stödet till dagspressen*. Hämtad: 2014-04-03

SOU 1995:37. Kulturdepartementet. *Vårt dagliga blad - stöd till svensk dagspress. Betänkande av pressutredningen -94*. Stockholm. Hämtad 2014-05-23

Hemsidor:

Sjf.se (u.å) *Nyheter – Vem tjänar på otrygga jobb?* Hämtad 2014-05-16  
<https://www.sjf.se/nyheter/201302/vem-tjanar-pa-otrygga-jobb>

UR.se (u.å) *Retorikens historia - rätt att tala, vett att lyssna*, Hämtad 2014-05-23  
<http://www.ur.se/Tema/Retorik-ratt-att-tala-vett-att-lyssna/Varfor-retorik/Retorikens-historia>



# Bilagor

## Intervjuguide

### Inledande frågor

- Vart arbetar du just nu?
- Hur länge har du varit yrkesverksam journalist?
- Har du en formell journalistutbildning?
- Hur ser din anställningsform ut?
- Beskriv hur din arbetsdag såg ut igår?
- Vad beskriver du dig som? (Journalist eller anställd på xxx?)

### Del 1 (ideal, reflexivitet)

- Kan du berätta om vad det innebär att vara en journalist?
  - Vilka är journalistens främsta uppgifter tycker du?
  - Kan du ge mig något exempel på vad du tycker skiljer yrkesjournalister och "hobbyskribenter" åt?
- Finns det någon journalist som du ser upp till?
  - Vad är det som gör den personen till en så bra journalist?
- Vad är viktigt för dig i din yrkesroll som journalist?
  - Finns det principer som du aldrig skulle tumma på?
  - Hur förhåller du dig till de etiska riktlinjerna? (ex objektivitet, neutralitet, kritisk granskning, sanning etc).
- Kommer du ihåg varför du ville bli journalist från första början?

### Del 2 (ideal, trygghet, reflexivitet)

- Vad tycker du om PR-kupper?
  - Kan du ge något exempel på en PR-kupp som du uppmärksammat?
  - Vad tyckte du om den?
- Vad har du för inställning till PR-kupper i din roll som journalist?
  - Har du upplevt en PR-kupp? (Hur reagerade du? Hur kändes det?)
  - Hur skulle du känna om du skrivit om en nyhet som visade sig va en PR-kupp?
  - Hur tror du att du skulle känna om du eller någon i din närhet blev utsatta? Varför?
- Finns det bevakningsområden där det känns mer acceptabelt att kuppet och bluffa?
  - Varför/Varför inte?

### **Del 3 (ideal, trygghet, reflexivitet)**

- Hur tror du, att PR-kupper och bluffar lyckas ta sig in på medieagendan?
  - Tror du, att kupper eller bluffar skulle kunna ta sig in på din redaktion/område?
  - Varför/Varför inte?
  - Hur är kvalitén på det som produceras idag? Bättre/Sämre, varför?
- Varför behövs journalister?
- Tror du att kupper påverkar journalistbranschen?
  - Påverkar det dig personligen?
  - Kan det påverka människors trovärdighet? Vad kan det betyda?
  - Kan det påverka journalisters status?
- Hur tycker du att PR-kupperna och uppståndelsen kring dem har påverkat ditt arbetssätt? (nyhetsvärdering, granskning)
  - Tycker du att några värden/ideal har påverkats?
- Har man misslyckats i sin uppgift som journalist om man rapporterar om något som visar sig vara en bluff?  
(Om nej - Men är det inte upp till journalisterna att granska och ge folket sanningar?)
  - Diskussion om etiska regler!
- Alla de ideal och värden som en journalist bör leva upp till, anser du att journalistkåren i stort lever upp till dem idag?
- Ligger ansvaret på PR-byrån eller är det du som journalist som bär det yttersta ansvaret för vad som publiceras?