

JMG

Kandidatuppsats i journalistik

2021-01-07

Institutionen för journalistik, medier
och kommunikation

www.jmg.gu.se

Inget strösslande med namnpubliceringar

En kvalitativ intervjustudie av sportredaktioners etiska förhållningssätt kring
namnpublicering av dömda idrottare

Författare: Carl Bolinder och Harry Maghder

Handledare: Britt Börjesson

Kursansvarig: Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Title: “Inget strösslande med namnpubliceringar” - En kvalitativ intervjustudie av sportredaktioners etiska förhållningssätt kring namnpublicering av dömda idrottare.

Authors: Carl Bolinder and Harry Maghder.

Subject: Undergraduate research paper in journalism studies, Department of journalism, media and communication (JMG), University of Gothenburg.

Term: Fall semester 2020/2021

Supervisor: Britt Börjesson, JMG, University of Gothenburg.

Pages/words: 41 pages, 15 376 words (including abstract and appendix).

Purpose: The main purpose of this study is to examine Swedish sports editorial offices' ethical approach to the publication of names of convicted athletes.

Method: Qualitative in-depth interviews with four Swedish heads of sports, representing four different newspapers.

Procedure: We have interviewed four heads of sports, representing the sports editorial offices of four different Swedish newspapers, and transcribed and analyzed them based on theories about media ethics, news values and intermedia agenda setting.

Results: The Swedish sports editorial offices have a restrictive ethical approach to the publication of names of convicted athletes. The editors emphasize showing consideration to the sanctity of private life. Why an athlete's name could be published when convicted with crime is partly because of its informal power as a role model.

The results show a structured way of working with these questions. It is a complex subject and therefore the sports editorial offices also work to prevent unethical publications and improve their ethical way of working.

Regarding the differences between morning- and evening press, they both have a fairly equivalent approach to these questions, only finding Dagens Nyheter being a bit more restrained in one or two questions.

Key words: Sports journalism, media ethics, publication of names, convicted athletes, sanctity of private life, ethical approach

Innehållsförteckning

Abstract	2
Innehållsförteckning	3
Inledning	5
Bakgrund	6
2.1 Namnpubliceringens historia i Sverige	6
2.2 Pressetisk institution	6
2.3 Sportjournalistiken	7
2.4 Exempel på fall	7
Syfte och frågeställningar	9
Teori och tidigare forskning	10
4.1 Medieetik	10
4.2 Det sociala ansvaret	10
4.3 Konsekvensneutralitet	11
4.4 The Potter Box	11
4.5 Allmänintresse	12
4.6 Privat och offentlig sfär	13
4.7 Nyhetsvärdering	14
4.8 Intermediala dagordningseffekter	14
4.9 Tidigare forskning	14
Metod	16
5.1 Val av metod	16
5.2 Urval och material	16
5.3 Intervjuguide	18
5.4 Transkribering	19
5.5 Etik	19
5.6 Validitet	20
5.7 Reliabilitet	21
5.8 Generaliserbarhet	22
6. Resultat och analys	24
6.1 Vad motiverar en namnpublicering på en dömd idrottare?	24
6.1.1 Hur offentlig bör personen vara?	24
6.1.2 Vad spelar brottets art för roll?	25
6.1.3 Hur samspelar personens roll och brottets art?	27
6.2 Hur ser beslutsprocessen ut från att nyheten når redaktionen till att nyheten publiceras med/utan namn?	28
6.2.1 Vad vägs in i en diskussion kring beslutet att namnpublicera?	28
6.2.2 Hur mycket lutar sig redaktionen mot regelverket kontra “sitt sunda förnuft”?	30

6.2.3 Hur påverkas redaktionerna av andra redaktioners publiceringar?	31
6.2.4 The Potter Box	34
6.3 Hur skiljer sig kvälls- och morgontidningarnas etiska förhållningssätt?	35
7. Slutsats och diskussion	37
7.1 Ett restriktivt förhållningssätt	37
7.2 Idrottaren – en förebild med makt	37
7.3 Inte bara en parameter att ta hänsyn till	38
7.4 Validitetsdiskussion och generaliserbarhet	39
7.5 Vidare forskning	39
8. Referenser	41
9. Bilagor	43
Bilaga 1: Intervjuguide	43

1. Inledning

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

(Publicistregel 15) Den här delen av svensk pressetik har varit ett ständigt diskussionsämne inom den svenska journalistiken och kanske den mest debatterade genom tiderna. Ingen vet hur synen på pressetik och vem man bör ta hänsyn till kommer att utvecklas i framtiden. Det enda som kan sägas med säkerhet är att det kommer förändras. Namnpublicering handlar om en balans mellan två sidor. På ena sidan står hänsynen till den personliga integriteten, på den andra står sanningen (Börjesson, 2007).

Hur stor hänsyn som ska visas till den personliga integriteten hänger ihop med vems personliga integritet det rör sig om. En högt uppsatt politiker riskerar i allra högsta grad att bli “uthängd” vid misstanke eller fällande dom. En privatperson som agerar i den privata sfären riskerar i väldigt liten uträkning att få sitt namn publicerat för omvärlden (Funcke, 2019:342). Varför det är som det är finner vi i både principer om nyhetsvärdering och etiska principer. En riksdagsperson som kört onykter – särskilt om hen tillhör trafikutskottet – blir en nyhet, vilket inte är fallet då en vanlig medborgare gör sig skyldig till samma brott (Weibull & Börjesson, 1995:201). Vår studie syftar till att undersöka i vilken utsträckning en idrottare riskerar att få sitt namn publicerat kopplat till en brottslig handling. Detta konkretiseras genom att analysera och redogöra för likheter och skillnader i det pressetiska förhållningssättet på några av Sveriges största sportredaktioner.

Under 2010-talet har ett flertal svenska idrottare blivit dömda för brott och deras namn har hamnat i de svenska tidningarna. Det har funnits fall med brott av den grova typen: till exempel Miiko Albornoz (Aftonbladet, 2013) och Kingsley Sarfo (Expressen, 2019) som båda blev dömda för sexualbrott. Det har också varit “mildare” fall som exempelvis Peder Fredricsons fortkörning (Aftonbladet, 2020) eller Dickson Etuhus mutbrott (Dagens Nyheter, 2018). När fallen når tidningsredaktionerna finns publicistreglerna att luta sig mot, men det finns inget svart på vitt i dessa regler, utan det är alltid upp till den enskilda redaktionen att tolka och ta beslut. Dessutom i ett högt tempo och mellan olika ämnen (Pettersson & Bertrand 2007:52). Hur ser det pressetiska resonemanget och beslutprocessen ut på de svenska sportredaktionerna i fall som ovan nämnda?

Den här typen av frågor kring brott kan tänkas vara vanligare på en allmän redaktion men för sportredaktionerna är det en fråga som inte förekommer lika frekvent. Genom en kvalitativ samtalsintervjuundersökning med sportchefer på några av Sveriges största tidningar vill vi få svar på hur det etiska förhållningssättet till namnpublicering ser ut på redaktionerna. Med en inblick i det pressetiska resonemanget på både morgon- och kvällstidningar skulle vår studie kunna redogöra för vad som skiljer de olika redaktionerna åt och hur de påverkar varandra. Varför en tidning väljer att publicera namn i ett skede då en annan tidning väljer att avstå.

2. Bakgrund

2.1 Namnpubliceringens historia i Sverige

Här presenterar vi en historisk bakgrund av namnpublicering, från 100 år bakåt, närmare bestämt 1920 till nutid. Valet av tidsram grundar sig i att forskning kring namnpublicering i Sverige inte sträcker sig längre bakåt, och vi anser att tidsperioden ändå omfattar en så pass stor del att den kan ge en rättvis inblick i Sveriges publicistiska och pressetiska historia.

Efter de pressetiska reglernas intåg 1923 och under de decennier som följde förändrades synsättet på namnpublicering avsevärt. Tio år senare, tillkom fler regler och de befintliga nyanserades. Man betonade vikten av skyddet för de anhöriga. En uteslutande namnpublicering handlade i mycket liten mån om omsorg om brottslingen som enskild individ. Hans identitet borde uteslutas för att skydda hans anhöriga, hans yrke och åsikter, för att inte förknippa andra med samma yrke och åsikter med brottslighet (Publicistklubbens årsberättelse 1934 i Weibull & Börjesson, 1995). För vår uppsats blir yrkesaspekten väsentlig då vår studie berör yrket som idrottare och dennes roll i samhället.

I den pressetiska debatten under 1900-talet har det funnits två återkommande huvudfrågor: Vem skall omfattas av hänsynen, och i samband med vilka händelser. Längst tradition med etiskt regelarbete hade man inom Publicistklubben (PK), och dess så kallade PK-regler. PK har organiserat såväl journalister som tidningsutgivare, och de pressetiska diskussionerna har ofta förts i detta forum. Under början av 1900-talet sågs rapportering om brott som allmänt nyttig. Den undervisade folket om vilka lagar som gällde och underlättade brottsutredningen. Anonymisering av brottslingar kunde leda till att fel personer misstänktes (Weibull & Börjesson 1995:58-64). Vem som skulle omfattas av hänsynen blev med tiden mer en fråga om vem som inte skulle göra det. Runt 50-talet sattes det in i publicitetsreglerna att publicitet som kränker privatlivets helgd måste undvikas, om inte allmänintresset kräver en offentlig belysning. 17 år senare utvidgades reglerna ytterligare och något helt nytt var att även offentliga personer ansågs nu ha rätt till en fredad zon. Det är i 1967 års regler som vi börjar känna igen de publicitetsregler som gäller idag (Ibid:58-64).

Idag finns ett större medieutbud och information är mer lättillgänglig. På sociala medier och flera olika nätsajter namnges misstänkta och gärningspersoner i offentligheten. Inte sällan är personerna som offentliggörs identifierade av amatördetektiver. Ester Pollack (2020) frågar sig om detta har utövat en press på de medier som är anslutna till det etiska regelverket (Pollack, 2020).

2.2 Pressetisk institution

Parallellt med publicitetsreglerna växte en pressetisk institution fram. En nämnd som granskade tidningar och beslutade om pressetiska överträdelser. Däremot var det inte förrän en bit in på 50-talet som nämnden tog beslut med hänvisning till PK-reglerna. Anmälningarna

var till en början få men tog rejäl fart vid 70-talets start. Under samma tid hade nämnden tagit ny form och en ny organisation. Ombudsmannafunktionen fick nu det formella namnet Allmänhetens Pressombudsman (PO). Instruktionen var simpel. PO hade till uppgift att på eget initiativ eller efter anmälan påtala avvikelser från god publicistisk sed (Weibull & Börjesson, 1995:65-76). Utvecklingen från 1900-talets start till 80-talets mitt är präglad av en med tiden utvecklad socialliberal grundsyn. Det är en social ansvarsideologi som kommer till uttryck i utbyggnaden av regelsystemet. Mot denna bakgrund har en internkritik uppstått sedan 1980-talets slut. Pressetik har enligt kritikerna i större utsträckning handlat om att hålla sig till ett antal regler, och i mindre utsträckning handlat om att tänka själva i förhållande till en konkret situation (Ibid:79-81).

I vår studie undersöker vi hur beslutsprocessen ser ut på en redaktion från att en nyhet når redaktionen till att den publiceras, med/eller utan namn. Vi utgår ifrån att med denna fråga kunna koppla till ovanstående kritik och Pollacks (2020) frågeställning. När man prövar en publicering, hur mycket förlitar man sig på de pressetiska reglerna och hur mycket tänker man själv, i förhållande till den konkreta situationen.

2.3 Sportjournalistiken

Sporten är en av de största grenarna på det träd vi kallar journalistik. I stort sett har alla tidningar en sportupplaga och utöver den allmänna nyhetsrapporteringen är ofta sporten den del av en redaktion som har flest reportrar. Sportjournalistiken har sitt eget journalistpris och även sin egen organisation i form av Sportjournalistförbundet. Sporten utgör en stor del av flera tidningar och vår undersökning av sportredaktionernas etiska förhållningssätt tillför kunskap inom ett tidigare inte särskilt uppmärksammat område.

2.4 Exempel på fall

Hösten 2017 befann sig det fotbollsallsvenska herrlaget Malmö FF mitt i en guldstrid. I oktober meddelade klubben att de stängt av en av sina spelare. De nämnde inga namn, men en i spelartruppen var misstänkt för brott. Efterföljande sommar dömdes då 23-åriga, Kingsley Sarfo till två år och åtta månaders fängelse, samt tio års utvisning för våldtäkt mot barn (Expressen, 2019). Denna följetong cirkulerade frekvent i svenska medier och efter domen fastställdes i hovrätten publicerade Expressen, Aftonbladet och Dagens Nyheter namnet på den dåvarande Malmö-spelaren. Några lokaltidningar så som Sydsvenskan och Helsingborgs dagblad valde att publicera namn på spelaren redan när åtalet väcktes.

I februari 2020 åkte ryttaren och tidigare OS-silvermedaljören Peder Fredricson fast för fortkörning efter att ha kört i 116 km/h på en 70-väg. Fredricson fick sitt körkort indraget i två månader och sa till Aftonbladet i en intervju: "Det är en välbehövlig läxa" (Aftonbladet, 2020). Peder fick även sitt namn publicerat i andra tidningar så som Expressen och Dagens Nyheter.

Två olika fall där två idrottare har begått brott med väldigt olika dignitet. Vad som dock kan sägas är att båda har fått privatlivets helgd kränkt i form av namnpublicering i tidningarna. Med tidigare nämnd problematisering – sambandet mellan vem som bör tas hänsyn till och i samband med vilka händelser, är det intressant hur redaktionerna resonerar kring namnpublicering i fall där brottens art skiljer sig avsevärt.

3.Syfte och frågeställningar

Mot den bakgrunden är vårt huvudsyfte att undersöka de svenska sportredaktionernas pressetiska förhållningssätt vid en namnpublicering av en dömd idrottare.

För att kunna operationalisera forskningsfrågan har vi valt ut tre huvudsakliga frågeställningar:

- Vad motiverar en namnpublicering på en dömd idrottare?
- Hur ser beslutsprocessen ut från att nyheten når redaktionen till att nyheten publiceras med/utan namn?
- Hur skiljer sig kvälls- och morgontidningarnas etiska förhållningssätt?

Till dessa tre tillkommer underfrågor:

Vad motiverar en namnpublicering på en dömd idrottare?

- Hur offentlig bör personen vara?
- Vad spelar brottets art för roll?
- Hur samspelar personens roll med brottets art?

Hur ser beslutsprocessen ut från att nyheten når redaktionen till att nyheten publiceras med/utan namn?

- Vad vägs in i en diskussion kring beslutet att namnpublicera?
- Hur mycket lutar sig redaktionen mot regelverket kontra "sitt sunda förnuft"?
- Hur påverkas redaktionerna av andra redaktioners publiceringar?

Hur skiljer sig kvälls- och morgontidningarnas etiska förhållningssätt?

- Kan vår studie ge stöd till tidigare slutsatser om olika tidningarnas benägenhet att publicera namn?

4. Teori och tidigare forskning

4.1 Medieetik

Etiska ramar och förhållningssätt är essentiellt för en fungerande journalistik. Medieetik är en typ av deontologi, det vill säga yrkesetik. Det är regler som bestäms av yrket, för yrket. Petersson och Bertrand (2007) menar att reglerna handlar om hur man bäst tjänar allmänheten. Syftet med reglerna är sociala snarare än moraliska. Det är viktigt att skilja på begreppen "medieetik", "etik" och "kvalitetskontroll". Etik är något personligt och baserat på den enskilde individens personlighet, uppfattning om världen och upplevelse av verkligheten. Kvalitetskontroll å andra sidan är regler och lagar för företagen. Det moraliska samvete som journalister (människor) har, har inte medieföretagen på samma sätt men företagen är ändå tvungna att följa lagar och regler (Petersson & Bertrand 2007:13).

I *Publicistiska seder* redogör Weibull och Börjesson (1995) för tre perspektiv i de pressetiska problemställningarna: *den enskilde journalisten, ett medium eller redaktion* samt *något slag av institutionell ram* (Weibull & Börjesson, 1995:16). Vi kommer att röra vid samtliga tre perspektiv men vi tittar främst på det andra: enskilda redaktioners etiska förhållningssätt.

I Sverige finns det 17 pressetiska regler som är till för, och framtagna av journalister. Dessa regleras genom Medieombudsmannen och Mediernas opinionsnämnd. Det finns inget svart på vitt i dessa regler, utan det är alltid upp till den enskilde journalisten och redaktionen att tolka och ta beslut. Inget regelverk kan täcka alla situationer som uppstår. Petersson och Bertrand (2007) menar att de som arbetar i medieföretagen måste lita på sitt sunda förnuft, "moraliska sinne", grundat på reflektioner och diskussioner. Men det måste de göra i ett högt tempo och mellan många olika ämnen (Petersson & Bertrand 2007:52). Hur mycket lutar sig redaktionerna mot "regelboken" och hur mycket får den enskilde journalisten "lita på sitt sunda förnuft"?

Nedan redogör vi för två teorier kring den enskilde journalistens roll och handlingar ur ett etiskt perspektiv. Teorierna, som verkar som motpoler, är inget som styr den svenska journalistkåren till varje pris men det går att tänka sig att kåren ligger någonstans däremellan.

4.2 Det sociala ansvaret

Susanne Wigorts Yngvesson (2006) skriver om den sociala ansvarsteorin i sin avhandling *Den moraliska journalisten*. Här redogör hon för tre inriktningar som skildrar den enskilda journalistens synsätt på journalistiken. Den konservativa, den måttliga och den radikala sociala ansvarsteorin. Jesper Strömbäck definierar den förstnämnda som "det frihetliga medieideologin". Denna inriktning innebär att marknaden och konkurrensen ska få vara fri och styra så obehindrat som det går. Staten ska ha så liten makt att begränsa journalistikens publicistiska utrymme som möjligt. I och med detta syftar teorin på att journalistiken skulle bli mer rättvis om medierna får agera under en friare lagstiftning och att ansvaret då lämnas åt publicisterna (Wigorts Yngvesson, 2006:34-43).

Den radikala sociala ansvarsteorin menar att reporterns uppgift är att värna om de utsatta i samhället och att granska ojämlikhet i samhället. Journalistikens uppgift som tredje statsmakt är inte att beskriva och rapportera om händelser, utan att ta ställning till det goda för att på det viset förändra världen till det bättre. Dessa två teorier möjliggör för partisk journalistik i den mån deras teori tillåter (Ibid:34-43).

Den måttliga sociala ansvarsteorin håller rättigheter över rättvisa. Istället för att främja eller bryta ner maktstrukturer vill denna teorin, till skillnad från de andra, få den demokratiska aspekten att genomsyra journalistiken, genom engagemang och information. Wigorts Yngvesson (2006) sammanfattar sociala ansvarsteorins tre inriktningar i tre övergripande punkter:

1. Visa hänsyn – avstå från att publicera om det vållar stor skada.
2. Publicera det som bidrar till ett bättre och mer rättvist samhälle.
3. Ta ansvar även för oförutsägbara publicistiska konsekvenser (Ibid:34-43).

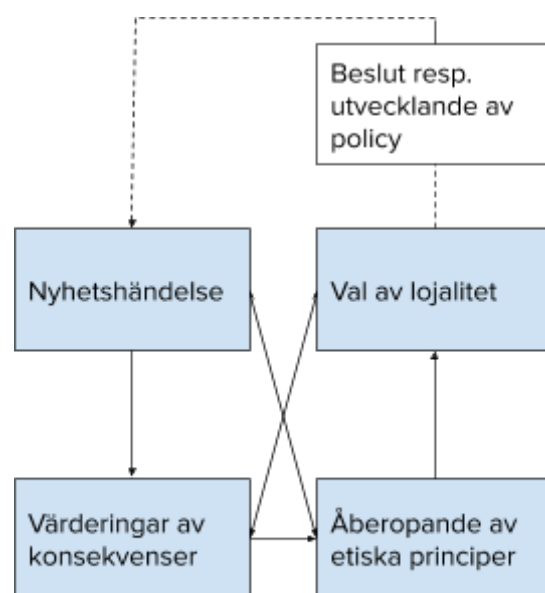
4.3 Konsekvensneutralitet

Den konsekvensneutrala teorin handlar om att sanningen alltid ska komma i första hand. Uttrycket “publish and be damned” illustrerar teorin väl. Uttrycket, som härstammar från USA, bygger på att journalisten ska publicera utan att ta hänsyn till personen som omskrivs eller redaktionen journalisten tillhör. Neutral hållning är viktigt i det journalistiska arbetet och därför ska journalisten, enligt teorin, rapportera om sanningen utan inblandning av egna etiska värderingar. Wigorts Yngvesson (2006) listar tre essentiella punkter för teorin:

1. Publicera det som är sant och relevant oavsett konsekvenserna.
2. Journalister bör förhålla sig neutrala till det som publiceras.
3. Ta ansvar endast för förutsedda konsekvenser av publiceringar (Ibid:34-43).

4.4 The Potter Box

För att titta närmare på beslutsprocessen kommer vi använda oss av Dr Ralph Potters “the Potter Box” (se figur 4.1). “The Potter Box” är ett etiskt ramverk som enligt Potter inleds med en nyhetshändelse. Därefter handlar det om vilka bedömningar som görs kring vilka konsekvenser en publicering av nyheten kan ha. Potter redogör för två grundläggande normer i värderingar av konsekvenser. Antingen utgår man mer från allmänhetens perspektiv, vilket innebär att man anser att allmänheten har rätt till sanningen men att den personliga integriteten



Figur 4.1 "The Potter Box" (Christians et al., 2005)

bör värnas. Ställ det mot det journalistiska perspektivet där man anser att allmänheten har rätt att veta men samtidigt finns lagar, regler och etiska riktlinjer (Christians et al., 2005:5-7).

Därefter vägs de etiska principerna in och Potter menar att åberopandet av princip är ett uttryck för journalistens val av lojalitet. Det finns tre relevanta principer i diskussionen om namnpublicering: *nytta*, *plikt* och *kärlek*. *Nytta* innebär att det beslut som ger mest nytta åt störst antal människor är det beslut som är det rätta. Principen är komplex då journalisterna måste göra exakta bedömningar av eventuella konsekvenser, även långsiktiga, av en publicering. Dessutom måste journalisterna definiera vad begreppet *nytta* innebär (Ibid:12-21).

Plikt är en princip som grundar sig i generalisering. Det innebär att den etiska principen som ligger till grund för beslutet ska kunna tillämpas universellt. Om det inte skulle vara genomförbart är beslutet felaktigt. Enligt Immanuel Kant, som på 1700-talet lade grunden för denna princip, är en etisk princip ovillkorligen bindande för alla individer (Ibid:12-21).

Kärlek handlar om omtanke till andra människor. Den här principen är motsatsen till nytta då det viktiga är att värna om och vara lojal mot medmänniskor snarare än se till det som ger nytta för flest människor. Mycket av principen handlar om förhållandet mellan kärlek och rättvisa (Ibid:12-21).

Sista stoppet i Potters Box handlar om journalistens lojalitet och hos vem den ligger. Vem tar man hänsyn till först och vilka normer och krav påverkar? När det kommer till publicering av personuppgifter är det två huvudsakliga aspekter som man resonerar kring. Ska man värna om den personliga integriteten eller folkets rätt till sanningen? Här finns det dock flera faktorer som påverkar i beslutsfattandet, menar Christians (2005). Bland annat skribentens egna värderingar, redaktionens nyhetschef och tidningens normer, kollegor, annonsörer, medborgare och enskilda läsare (Ibid:12-21).

Samtliga fyra steg leder till ett beslut och kan även påverka policyn inom det enskilda mediumet eller redaktionen som finns. Policyn vägs därför också in i ramverket. Förutom att överväga varje steg noggrant måste Potters box ses som helhet. Varje del är inte isolerad och knuten till den andra, utan samtliga delar är ihoplänkade och samverkar med varandra. Boxen kan dock inte garantera att det mest etiskt riktiga beslutet fattas men den kan fungera som ett hjälpmedel i analysen av olika valalternativ och dess konsekvenser (Ibid:5-7).

Genom att använda oss av Potters Box kan vi lokalisera vilka faktorer som spelar in när en redaktion fattar ett beslut om en nyhet samt vilka etiska resonemang som förs kring att publicera nyheten med eller utan namn.

4.5 Allmänintresse

En stor del av svensk medieetik handlar om allmänintresse. Man värnar om den personliga integriteten och privatlivets helgd, vilket finns som en grundprincip i alla pressetiska

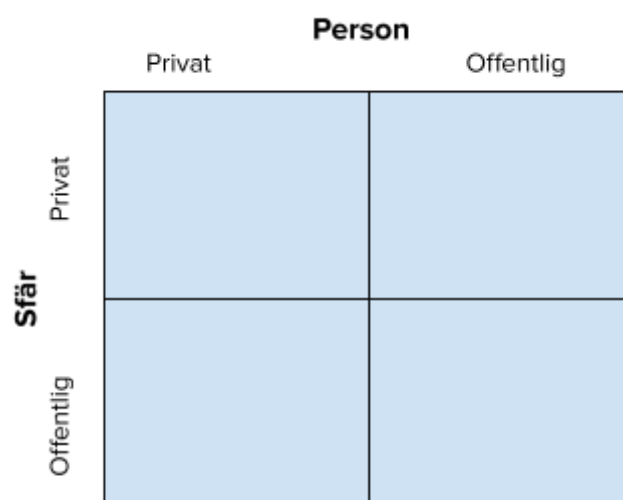
regelsystem. Resistiviteten vid publicering av namn i samband med brott kan rimligen ses som en specificering av den mer allmänna principen (Weibull & Börjesson 1995:205). Men finns ett uppenbart allmänintresse finns det också fog för att skada privatlivets helgd. Det visar sig inte minst i publicistregeln kring namnpublicering: *“Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.”* (Publicistregel 15)

Men vad som är ett allmänintresse är ingen enkel fråga att svara på. Nuvarande medieombudsmannen Ola Sigvardsson (2017, 23 november) menar att allmänintresse kan definieras som *“det en medborgare i ett öppet och demokratiskt samhälle har rätt att ta del av”*. Mot det kan man ställa nyfikenhet, det som medborgarna kan tycka vara *“kul att veta”*. Det är en avvägning som varje redaktion står inför vid publicering (Johnson, 2017, 23 november).

Det är ofta diffust vad som vägs in i begreppet allmänintresse och Christian Munthe (2006) ställer sig frågande till om det ens finns ett begrepp som allmänintresse som genomsyrar medieetiken. Begreppet allmänintresse tar olika form beroende på om man ställer det i ett medieetiskt perspektiv eller i ett tryck- och yttrandefrihetsperspektiv. Det är viktigt att separera på de olika. I de medieetiska reglerna figurerar allmänintresset som källa till inskränkning av enskilda intressen som kan hotas av publicistiska handlingar, medan inom yttrande- och tryckfrihetsideologin är allmänintresset till för att motivera inskränkning av yttrande- och tryckfriheten (Munthe, 2006:238).

4.6 Privat och offentlig sfär

För att förstå vems och vilka handlingar som är av allmänintresse pratar man om offentlig och privatperson samt offentlig och privat sfär. För att illustrera detta finns typologin med fyra rum (se figur 4.2). Den privata sfären är en fredad sfär medan den offentliga sfären är öppen för insyn (Weibull & Börjesson, 1995:206).



Figur 4.2 (Habermans 1984, hämtad ur Publicistiska seder)

Gällande privat- kontra offentlig person finns det inga tydliga definitioner, vi kommer till det i nästa stycke. Alla, förutom möjligtvis kungen, har ett privatliv och har rätt att slippa få det exponerat och exploaterat offentligt. En privatperson som agerar inom den privata sfären är som regel skyddad från offentlig publicitet. Dennes handlingar saknar allmänintresse (Funcke, 2019:342).

När det kommer till en offentlig person sänks ribban för namnpublicering. Men vem som räknas som offentlig person är inte självklart och det finns ingen tydlig linje. Funcke nämner två självklara grupper av personer som bör räknas med hårdare granskning och publicering: Samhällsbyggare (1) och Samhällsförstörare (2).

(1) Makthavande personer som exempelvis politiker och tjänstemän.

(2) Ekonomiska brottslingar eller personer som begått allvarliga brott (Ibid:343).

Även personer som saknar en tydlig och formell maktfunktion kan ingå i samma krets. Exempelvis författare, skådespelare, konstnärer eller artister som genom sin roll och uppträdande i olika sammanhang påverkar andras attityder. De är förebilder och påverkar genom sitt agerande i offentligheten men också i viss mån genom deras privata liv. Men det är som sagt ingen självklarhet. Den dominerande synen har varit att det endast är försvarbart att publicera namn och bild på samhällsbyggarna och samhällsförstörarna (Ibid:343).

4.7 Nyhetsvärdering

Det går att argumentera för att nyhetsvärdering är en motpol till medieetik. Å andra sidan skulle det aldrig bli en medieetisk diskussion om det inte fanns ett nyhetsvärde. I *Medierna och demokratin*, kapitlet *Journalistikens nyhetsvärdering*, skriver Marina Ghersetti (2012) att nyheter värderas bland annat utifrån allmänintresse. Saker som ofta kännetecknar nyheter är elitcentrering och sensationer eller avvikelser (Ghersetti 2012:213). Hur går diskussionerna när en brottsmisstanke mot en idrottare når redaktionen? Hur värderas den nyheten?

4.8 Intermediala dagordningseffekter

Intermediala dagordningseffekter, eller intermedia agenda setting handlar om fenomenet att den ena tidningens nyhet blir en nyhet hos en annan tidning. Medier sätter dagordningen för andra medier (Vliegthart & Walgrave, 2008:860-877). Enligt Vliegthart och Walgrave (2008) finns det flera förklaringar till varför medier tar efter varandra:

1. Medier ger, i en överskådlig värld, ledtrådar till varandra vad som ska prioriteras i rapporteringen.
2. Journalistiska normer – när en nyhet vandrar vidare bland medier förstärks bilden av att det var ett korrekt beslut att publicera.
3. I den hårda kampen om publikens uppmärksamhet väljer varje redaktion att bevaka det som konkurrenterna bevakar.

Vi vill tillämpa teorin i jämförelsen mellan tidningarnas förhållningssätt och se hur de påverkar varandra. Kan en namnpublicering hos en tidning leda till att det namnpubliceras på en annan tidning?

4.9 Tidigare forskning

I Ester Pollacks kapitel *Brottslighet och namnpublicering* från boken *Uthängd!* presenterar Pollack (2020) sin undersökning av namnpublicering vid brottsrelaterade artiklar i Dagens

Nyheter, Aftonbladet och Expressen. Ett syfte var att jämföra en morgontidning med två kvällstidningar då morgontidningar historiskt sett har haft en mer återhållsam karaktär vid behandling av brottslighet (Pollack, 2020).

Studien visar att 79 procent av de brottsrelaterade artiklarna är skrivna i ett skede då ännu ingen dömts för något brott. En tabell som jämför de tre tidningarnas publicering av namn på antagna brottslingar visar att Dagens Nyheter namnger den antagna brottslingen vid 21 procent av fallen, Expressen gör det vid 39 procent och Aftonbladet vid 31 procent. Kvällstidningarna har större benägenhet att publicera namn på gärningspersoner. Pollacks (2020) slutsats kring olika tidningars benägenhet att publicera namn kommer att appliceras på vår studie då vi ska göra intervjuer med sportchefer på både morgon- och kvällstidningar.

Britt Börjessons undersökning *Brott och publicitet: kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet* (1988), visar att mellan 1920 och 1980 blev namnpubliceringar i dagstidningarna Dagens Nyheter och Göteborgs-Posten färre och färre med tiden. I de brottsrelaterade artiklarna i DN från första nedstampet var en stor majoritet av gärningsmännen namngivna. 30 år senare hade det skett en stor förändring och flertalet personer namnges inte. Från 1950 och till och med 1980 har denna siffra hållit sig marginellt i närheten för varje år som gått och Börjesson (1988) drar i sin rapport slutsatsen att det efterlevande etiska regelverket som sattes i bruk 1923, haft effekt (Börjesson, 1988).

Med hjälp av SOM-institutets och Journalistpanelens undersökningar (1980–2020) av allmänhetens och journalisternas åsikter i olika publicistiska scenarion har Britt Börjesson och Bengt Johansson (2020) undersökt om synen på namnpublicering har ändrats med tiden. Det har inte skett några dramatiska förändringar, däremot syns en utveckling där den privata sfären blir privatare (Börjesson & Johansson, 2020).

Vidare är synen bland både allmänheten och journalisterna att när det handlar om en person i någon form av politisk ställning ska namn “absolut publiceras”. Däremot att vara rektor på en grundskola, ordförande i en lokal idrottsförening, programledare i tv eller lokal affärsman/företagare ses i mindre grad hos både allmänhet och journalister vara skäl för att få sitt namn publicerat (Ibid, 2020).

Denna studie ger en övergripande bild av journalistkåren genom flera enskilda svar. Ovanstående resonemang ger oss “kött på benen” i vårt försök att sätta in idrottare i samma ekvation men vi vill göra det genom att se till de enskilda redaktionernas tankar och arbetssätt.

I *Namnpublicering – en fråga om offentlig och privat* resonerar Börjesson kring att det finns två dimensioner i bedömningar av namnpublicering: “ [...] en har att göra med händelsen i sig och en annan handlar om vilka personer som är inblandade ” (Börjesson, 2007:92). Från Börjessons (2007) studier kan man tolka resultaten att brott som direkt påverkar andra människor än den dömda kräver större offentlig belysning. Händelsedimensionen påverkas alltså av hur mycket brottet är en privatsak, eller inte (Börjesson, 2007).

5. Metod

5.1 Val av metod

Vi har valt att göra en kvalitativ samtalsintervjustudie. För tidningar finns det lagar och pressetiska regler att följa när man överväger att publicera namn, men inom dessa ramar finns en handlingsfrihet där den personliga moralen, eller andra förhållningssätt till namnpublicering, sätter gränserna. Vi anser att det hade varit svårare att komma åt dessa åsikter genom en kvantitativ undersökning. Hade svarspersonerna fått kryssa i en ruta för det alternativ de anser stämmer bäst, finns risken att de hade svarat det som förväntas av dem. Hur reglerna tolkas är upp till varje enskild redaktion och en kvalitativ intervjustudie ger oss chansen att undersöka hur, och i vilken omfattning detta görs. Då vi inte är ute efter att kartlägga eller få fram frekvenser, utan att synliggöra förhållningssätt, syn på ansvar, och möjliggöra för oväntade svar är en kvalitativ metod mest relevant (Esaiasson et al., 2017:261).

Därför är det också mest lämpligt att göra en samtalsintervju eftersom det handlar om synliggörande. Vi vill titta på hur ett fenomen (namnpublicering på dömda idrottare) gestaltar sig. Därför har vi valt att göra en samtalsintervjuundersökning, snarare än exempelvis en frågeundersökning som mer handlar om hur ofta ett fenomen förekommer (Ibid :261).

Vår undersökning är av informantkaraktär, vilket motiveras genom att vi i första hand inte vill ha just svarspersonernas egna åsikter och tankar, som man vanligtvis söker i en respondentundersökning. Svarspersonerna, tidningarnas sportchefer i det här fallet, kommer användas som "sanningssägare" och förklara hur de uppfattar sin redaktionella verklighet. En informantundersökning är bra när man vill ge den bästa möjliga skildringen av ett händelseförlopp (Ibid :236). Vi kommer inte fokusera på specifika händelser, i form av enstaka fall, men beslutsprocessen vid namnpublicering och medföljande diskussion gör att en undersökning av informantkaraktär är mest relevant. Med det sagt kan det finnas inslag av respondentkaraktär, vilket inte är orimligt då en och samma intervjuundersökning kan innehålla inslag från såväl informant- som respondentkaraktär (Ibid :252).

5.2 Urval och material

I samtalsintervjuundersökningen har sportcheferna på **Aftonbladet** (Patric Hamsch), **Expressen** (Pär Andersson), **Dagens Nyheter** (Martin Fransson) och **Göteborgs-Posten** (Fredrik Östberg) deltagit. Urvalet motiveras genom att de tre förstnämnda är de största tidningarna i Sverige, sett till Orvestos senaste räckviddsrapport som lanserades 15 oktober 2020 (Kantar Sifo, 2020). För att få fler svar att jämföra valde vi att lägga till GP i ekvationen. Det ger oss bredare underlag i jämförelsen mellan morgon- och kvällstidning.

Hur stor räckvidd varje tidnings sportdel har framgår inte i Orvestos undersökningar och därför har vi frågat sportcheferna själva hur läsar- och sidvisningsantalen ser ut på respektive

tidnings sportdel. Dessutom har sportcheferna fått beskriva sin sportredaktionen i antalet anställda och geografisk bevakning.

Dagens Nyheter (DN) är Sveriges största morgontidning och grundades 1864 i Stockholm. Peter Wolodarski är chefredaktör och ansvarig utgivare. Sportredaktionen, som leds av sportchef Martin Fransson, består av sex reportrar, en krönikör, en webbredaktör och två redigerare. Enligt M. Fransson (personlig kommunikation, 2 december 2020) har DN en printupplaga som når ut till ungefär 150 000 prenumeranter och en digital upplaga med cirka 200 000 prenumeranter. Sporten har uppskattningsvis mellan 750 000 och 1 000 000 sidvisningar i veckan. Geografiskt arbetar sportredaktionen för att täcka sportnyheter från hela Sverige samt internationella nyheter. Martin Fransson, 47, som intervjuats i vår undersökning har arbetat på DN sedan 2004 och varit sportchef sedan 2013.

Expressen är en kvällstidning som grundades 1944 i Stockholm. Chefsredaktör och ansvarig utgivare för tidningen är Klas Granström. Tidningens sportredaktion, Sportexpressen består enligt sportchefen P. Andersson (personlig kommunikation, 7 december 2020) av fem chefer, sju reportrar, tre TV-reportrar, åtta deskredaktörer och en magasinreporter. Lägg därtill en rad projektanställningar och frilansare. Dessutom finns det tillgång till allt material från Göteborgs-Tidningens och Kvällspostens sportredaktion som består av tre reportrar vardera. Enligt P. Andersson (personlig kommunikation, 3 december 2020) har Sportexpressen i genomsnitt 17–18 miljoner sidvisningar och mellan 1 000 000 och 1 500 000 unika läsare i veckan. Geografiskt arbetar sportredaktionen för att täcka nyheter från hela Sverige, med främst inriktning på Malmö, Göteborg och Stockholm, samt internationella nyheter. Pär Andersson, 39 har arbetat på Sportexpressen sedan 2007 och varit sportchef sedan 2015.

Aftonbladet är en kvällstidning som grundades 1830 i Stockholm. Lena K Samuelsson är chefredaktör, vd och ansvarig utgivare för tidningen. År 2000 utkom Aftonbladets sportdel som tidningen Sportbladet. Enligt sportchefen och ställföreträdande ansvarige utgivaren P. Hamsch (personlig kommunikation, 18 december 2020) har Sportbladet 45 medarbetare, varav 30 är tillsvidareanställda och 15 är fasta frilansare. Av dessa är de flesta, bortsett från chefer, redaktörer och två krönikörer, reportrar i grunden. Sportbladet har i genomsnitt 1,5 miljoner unika läsare om dagen och 40 miljoner sidvisningar i veckan. Angående den geografiska bevakningen finns det inget uttalat mål eller likande, utan tidningen förhåller sig främst till tre ämnesområden: fotboll, ishockey och vintersport. Dessa sporter bevakas utifrån ett Sverige-perspektiv men också ur ett internationellt perspektiv. Patric Hamsch, 46 har arbetat på Sportbladet sedan november 2019, då han anställdes som sportchef.

Göteborgs-Posten (GP) är en morgontidning som grundades 1813 i Göteborg. Chefsredaktör och ansvarig utgivare för tidningen är Christoffer Ahlqvist. GP:s sportredaktion består enligt sportchefen F. Östberg (personlig kommunikation, 15 december 2020) av totalt 13 anställda varav elva fastanställda. Utöver redaktören och sportchefen kan de anställda journalisterna ha varierande arbetsuppgifter men var och en är ofta specificerad på något särskilt område. En av de anställda har till exempel fast tjänst på live-tv som kommentator men även den kan ha andra arbetsuppgifter. Tidningen har i snitt 1 000 000 sidvisningar i veckan på sporten.

Geografiskt täcker tidningen Göteborgsregionen men gör även riks- och internationella nyheter. GP:s totala antal prenumeranter ligger i nuläget (15 december 2020) på cirka 130 000. Fredrik Östberg, 32 har arbetat på GP sedan 2016 och varit sportchef sedan mars 2020.

5.3 Intervjuguide

När vi tagit fram en intervjuguide har vi mestadels utgått ifrån Metodpraktikan (Esaiasson et al., 2017:273). Likt Intervjuguiden som finns där har vi konstruerat våra frågor utifrån ett visst antal teman som kan kopplas till vår frågeställning (för hela intervjuguiden, se bilaga 1). Vi har följt modellen genom att inleda med uppvärmningsfrågor för att sedan gå närmare själva kärnfrågorna – de tematiska frågorna för vår undersökning. Guiden är indelad i fyra teman med underfrågor och följdfrågor. Ju längre intervjun lidit har vi ställt mer direkta frågor kring vår frågeställning och i vissa fall avslutat med tolkande frågor som ett sätt att hjälpa intervjupersonen att sätta ord på sina tankar och säkerställa att vi inte missuppfattat något, allt enligt *Metodpraktikans* rekommendationer (Ibid :275).

Våra intervjuer är *ickestandardiserade* vilket innebär att våra frågor inte är framtagna utifrån något regelrätt eller tidigare använt formulär (Kvale & Brinkmann, 2014:41). Vi har valt ut ett antal frågor som ligger under vissa teman. Under intervjutillfället har vi alltid ställt samtliga frågor som är nedskrivna i vårt formulär. Skulle det vara så att intervjupersonen i ett tidigare svar redan svarat på en kommande fråga, har vi ändå upprepat oss. Detta för att möjliggöra ett ännu utförligare svar och för att hålla oss konsekventa med vårt tillvägagångssätt. Intervjustudien är *semistrukturerad*, vilket innebär att utöver våra tematiska frågor och tillhörande underfrågor ger vi ändå utrymme för utsvävningar och att nya infallsvinklar skapas under samtalet (Esaiasson et al., 2017:269). Dessutom har varje intervjuperson, på slutet av intervjun, fått möjlighet att tillägga tankar som den eventuellt upplever ha missats.

För att komma så väl förberedda som möjligt till första intervjutillfället gjorde vi en testintervju med en klasskompis. Han kunde givetvis inte svara på frågorna i den utsträckning en sportchef kan men han studerar journalistik, har arbetat på redaktion och är sportintresserad. Därför var han väl införstådd i frågornas innebörd och den testintervjun hjälpte oss mycket i att färdigställa intervjuguiden.

Vi, uppsatsförfattarna, har utformat vårt frågeformulär tillsammans och vi har också båda varit närvarande vid samtliga intervjutillfällen. Vi har haft tydliga roller, där den ena haft som uppgift att föra samtalet och ställa de nedskrivna frågorna, medan den andre har agerat “side-kick” och tagit anteckningar och ställt följdfrågor. Rollerna har varit samma vid varje intervjutillfälle och för att underlätta vid intervjusituationen har vi, innan intervjun, klargjort våra roller för intervjupersonen.

5.4 Transkribering

Ur ett lingvistiskt perspektiv är en transkribering en översättning från ett muntligt till ett skriftligt språk. Konstruktionerna på vägen påverkas av vem som transkriberar, i form av personliga bedömningar och beslut. Att kommunicera genom en muntlig berättarform och en skriftlig berättarform skiljer sig. Tal och skrift är förbundna med olika språkspel och även olika kulturer. Ett välformulerat tal kan verka repetitivt och osammanhängande i en direkt utskrift och en argumenterande artikel kan låta trist när den läses högt (Kvale & Brinkmann, 2014:217-223).

En intervju är en levande social interaktion där gester, andning och pauser blir direkt tillgängliga för de som deltar i samtalet. För de som läser utskriften löper en risk att inte kunna ta in vissa element av intervjun som blir som tydligast via det visuella (Ibid :217-223). Vi har spelat in intervjuerna med både bild och ljud för att inte missa några detaljer i intervjupersonens svar. Däremot har det inte varit självklart att titta på samtliga bitar vid transkriberingen.

Det finns inga standardsvar på hur en transkribering ska gå till. Tillvägagångssättet bör skilja sig åt när man gör en detaljerad språklig analys till skillnad från en samtalsanalys. Man kan använda sig av mer eller mindre variabler och regler, beroende på avsikten med utskriften och vad som ska analyseras (Ibid :217-223). Eftersom att vi är två personer som gjort våra utskrifter har vi varit noggranna med att se till att vi använt oss av samma förfaringssätt.

Avancerade och specialiserade transkriberingar är varken lämpliga eller nödvändiga vid vanliga intervjuprojekt. Vid fokus på den språkliga stilen kan den sociala interaktionen och intonationerna ha central betydelse (Ibid :222). Men i och med vårt syfte och vår avsikt med utskriften krävs endast en analys av svaren och dess möjlighet till jämförelse. Med detta sagt, har våra utskrifter gjorts med en "enklare" karaktär och med endast ett fåtal utskriftsformer. Hur våra transkriberingar gått till kommer vi redogöra för i senare kapitel om validitet och reliabilitet.

5.5 Etik

Enligt Vetenskapsrådets publikation *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning* (Vetenskapsrådet, u.å.) finns det fyra allmänna huvudkrav på forskningen: Informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Nedan redogör vi kort för hur vi förhållit oss till dessa fyra i vår undersökning.

Informationskravet lyder "*forskaren skall informera de av forskningen berörda om den aktuella forsknings-uppgiftens syfte*" (Vetenskapsrådet, u.å) och vi har inlett varje intervju med att förklara vårt syfte, att intervjun är i vetenskapligt syfte, hur den är utformad samt att

intervjun spelas in. Det har vi inte bara gjort för att uppfylla informationskravet, utan även för att intervjupersonen ska känna sig trygg och beredd i intervjusituationen.

Samtyckeskravet bygger vidare på informationskravet och handlar om att forskaren ska inhämta intervjupersonens samtycke (Ibid). Det har vi gjort genom att få godkännande vid den nyss nämnda inledande information om intervjun.

Konfidentialitetskravet handlar om *“uppgifter om alla i en undersökning ingående personer skall ges största möjliga konfidentialitet och personuppgifterna skall förvaras på ett sådant sätt att obehöriga inte kan ta del av dem”*(Ibid). Det här kravet har vi frångått lite då intervjupersonerna inte utlovats anonymitet. Det beror framför allt på att undersökningen behandlar intervjupersonernas profession och redaktion – inte deras personlighet eller privatliv, vilket bör betraktas som känsligare uppgifter. Det går att argumentera för att anonymitet hade gett mer ärliga och vågade svar men vi upplevde ändå att andra aspekter vägde tyngre. Exempelvis är det viktigt att redovisa vårt urval av redaktioner och personer och med det lilla urvalet denna undersökning besitter så skulle läsaren kunna spekulera sig fram till vem som sagt vad. Vidare är det viktigt för läsaren att veta vilken roll intervjupersonen har.

Nyttjandekravet berör hur vårt insamlade material används och det används endast i forskningsändamål (Ibid).

5.6 Validitet

Validitet står ofta som det svåraste och mest centrala problemet i empirisk forskning. Problemet är en nödvändig konsekvens av att man arbetar med både teoretiskt och operationellt språk. Begreppet validitet ställer frågan om vi empiriskt undersöker det som vi på den teoretiska nivån påstår att vi undersöker. Två definitioner i form av begreppsvaliditet och resultatvaliditet förs in på respektive plats i forskningsprocessen för att ifrågasätta och förebygga att ens studie innehåller systematiska och osystematiska fel (Esaïasson et al., 2017:59-63).

För att få en så god begreppsvaliditet – d.v.s om vi verkligen undersöker det vi i vår frågeställning formulerat att vi vill undersöka – har vi hämtat inspiration från tidigare operationaliseringar. Vi har tittat på intervjuguider från tidigare uppsatser och forskningsavhandlingar. Där har vi bland annat insett att vi måste försöka sträva efter så icke-tendentiösa svar som möjligt. Intervjupersonerna (sportcheferna) kan anses tendentiösa när de ska reflektera kring sitt och sin redaktions arbete och då ge svar som “på pappret” ser bra ut, snarare än hur faktiskt verkligheten ser ut. Det kan finnas en strävan att försvara sin arbetsgivare och yrkesheder hos intervjupersonen. Men samtidigt är vårt mål att ta reda på just hur sportredaktionernas arbete går till i sådan här pressetisk situation – inte hur utomstående tycker och tänker. Då är sportchefen den mest relevanta personen att fråga. Det handlar om centralitet – att komma nära och intervju de centralt placerade källorna (Ibid:283), något som framför allt används vid informantintervjuer. För att komma runt

problemet med tendentiösa svar har vi försökt att så långt det går ställa frågor med utgångspunkt i vardagligt arbete, framföra scenarion och mer “konkreta” frågor som inte ger utrymme för svar utifrån en “manual”.

Objektivitet är centralt i en validitetsdiskussion kring en kvalitativ intervjuundersökning (Kvale & Brinkmann 2014:291-293). Det kan vara nödvändigt att lyfta det faktum att vi själva är journalister och kan färga både vår insamling av material och analys. Vi själva rör oss i en värld där dessa pressetiska resonemang ständigt lyfts fram och kan därför ha svårt att se dessa utifrån. Men samtidigt kan det också vara till vår fördel. Vi vet var vi vill ta intervjuerna och komma så nära en på förhand bestämd fråga som möjligt.

Antalet intervjuer går att ifrågasätta i den här undersökningen. Har vi tillräckligt med material för att göra några slutsatser? Vi gör en kvalitativ undersökning och därmed behöver vi inte samma antal intervjuer som i en kvantitativ undersökning. Enligt Kvale och Brinkman (2014) bör vanliga intervjustudier hamna på 5-25 intervjuer beroende på *“den tid och de resurser som finns tillgängliga för undersökningen och på lagen om avtagande avkastning”* (Kvale & Brinkmann 2014:156). Esaiasson et al. (2017) är inne på att cirka tio personer i varje grupp man vill uttala sig om bör intervjuas. Sett till båda källorna har vi, med våra fyra intervjuer, för få. Vi diskuterade länge om vi skulle utöka antalet intervjuer men ansåg att tiden inte räckte till samt att analysen ändå går att göra. Kvale & Brinkmann menar att färre intervjuer ger mer tid till förberedelse och analys, vilket vi istället lagt fokus på: *“Ett allmänt intryck av aktuella intervjustudier är att många skulle ha vunnit på att ha färre intervjuer och istället ägnat mer tid åt att förbereda intervjuerna och analysera dem. Vissa kvalitativa intervjustudier tycks, kanske som en defensiv överreaktion, ha planerats på grundval av ett missförstått kvantitativt antagande – ju fler intervjuer, desto mervetenskapligt”* (Kvale & Brinkmann, 2014:156-157).

5.7 Reliabilitet

Reliabilitet i en uppsats handlar om forskningsresultatens konsistens och tillförlitlighet. Det kan röra sig om fel som uppstår genom den mänskliga faktorn (Esaiasson et al., 2017:64). Tittar man på transkriberingen av intervjuer har reliabiliteten tidigare sällan ifrågasatts i samband med utskrivning av samhällsvetenskapliga intervjuer. Tekniskt sett är det lätt att låta två personer oberoende av varandra skriva ut en och samma bandad intervju och få en kvantifierad reliabilitetskontroll. Problemet som uppstår är att en intervju blir en fråga om tolkning och flera aspekter kan påverka hur två olika individer transkriberar en och samma intervju. Ljudkvalitén på bandningen kan sätta käppar i hjulen, men även svårare frågeställningar som: Var slutar en mening? Och var finns det en paus? (Kvale & Brinkmann, 2014:224-227)

Som vi nämnde i tidigare kapitel finns det ingen transkribering som kan stå som den korrekta valida utskriften. Det finns ingen sann, objektiv omvandling från muntlig till skriftlig berättarform (Ibid :224-227). Vad som är intressant och framför allt relevant är: Hur bör vår utskrift se ut för att på bästa möjliga sätt kunna analyseras i samstämma med vårt syfte?

Vi har spelat in både bild och ljud för att på bästa sätt återge vår samtalsintervju i en skriftlig form, så lik den ursprungliga muntliga versionen som möjligt. Utöver att ordagrant skriva ned vad våra intervjupersoner sade, har vi med hjälp av utskriftskonventioner antecknat längre pauser, förlängningar av föregående ljud, höga ljud, betoningar och överlappningar. Vid färdig transkribering av en intervju har den andre uppsatsskribenten korrekturläst materialet samtidigt som den lyssnat till intervjuinspelningen.

Vid intervjutillfället handlar reliabiliteten om huruvida intervjupersonerna kommer förändra sina svar under intervjun och huruvida personerna kommer ge olika svar till olika intervjuare (ibid :295). På den sistnämnda punkten har vi varit tydliga med våra roller i intervjusituationen. Däremot upplevde vi att det fanns tendenser till att intervjupersonen ville ändra sina svar. Mot slutet av varje intervju ställde vi frågor för att kontrollera att vi förstätt svaren rätt, och då tog intervjupersonerna ibland tillbaka sina svar eller ändrade. Vi anser dock att vi inte kunde ha gjort annorlunda då frågorna var relevanta för att förstå svaren och sätta dem i kontext till vårt uppsatssyfte.

5.8 Generaliserbarhet

Det kan finnas tendenser till generella slutsatser, vilket vi redogör för i kapitlet Slutsats och diskussion (se. 7.4). Däremot har vi överlag svårt att se att studien skulle kunna fastslå generella slutsatser för den större populationen sportredaktioner. Men som brukligt vid intervjustudier av det här slaget bör det påpekas att vår undersökning inte gör några anspråk på att fastslå någon större generaliserbarhet. Vi anser dock att den tidigare beskrivna problemformuleringen ändå motiverar studien. Den ger värdefull kunskap om sportredaktionerans pressetiska förhållningssätt och både utökar den redan existerande forskningen och ger en grund att stå på i den fortsatta kunskapsinsamlingen.

6. Resultat och analys

Nedan presenterar vi resultat och analys av intervjuerna med de fyra sportcheferna. Kapitlet är indelat efter våra huvudsakliga frågeställningar och tillhörande underfrågor.

6.1 Vad motiverar en namnpublicering på en dömd idrottare?

6.1.1 Hur offentlig bör personen vara?

I intervjuguiden fanns frågan “varför får en brottsdömd/misstänkt idrottare sitt namn publicerat i högre utsträckning än en vanlig privatperson?”. Samtliga svar löd i stil med “för att de är offentliga personer”. Men det gör det inte till en självklarhet att publicera namn och därför försökte vi ta reda på hur offentlig idrottaren behöver vara och satte idrottaren i kontext till andra offentliga personer. Här kan vi se resonemang om maktfunktioner, likt det Funcke (2019) menar med att personer som saknar en tydlig och formell maktfunktion kan få sitt namn publicerat. De är, vare sig de vill eller inte, förebilder och påverkar andra genom sitt uppträdande i olika sammanhang.

“En idrottare har större makt och inflytande än en vanlig person. [...] det är möjligtvis lättare att bestämma sig för att en offentlig person inom politiken till exempel, eller inom företagsvärlden, har mycket tydligare formell makt än vad en idrottare har. Alltså en person som bara utövar sin idrott och råkar vara väldigt bra på den, och blir omskriven för det. Sen hamnar idrottaren i ett jobbigt läge och gör någonting, omoraliskt eller brottsligt. [...] den personen är en offentlig person men när blir det viktigt för oss att publicera utifrån den personens position och makt?”- Patric Hamsch, Aftonbladet.

Hur makten och rollen som förebild visar sig kan vi se exempel på här:

“Man kan ha till exempel stora konton i sociala medier. Man är ett varumärke i sig, alltså du tjänar mycket pengar på bara den du är.”- Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

“De är ju ofta offentliga personer och de påverkar idrottslag, idrottsklubbar som ändå är en stor del av samhället.”- Pär Andersson, Expressen

Vidare förs resonemang om kändisskap och dess roll vid namnpubliceringsbeslut. Personen som får sitt namn publicerat ska vara känd för de flesta människor i Sverige – inte bara sportintresserade läsare.

“[...] en del namn inom idrotten vet ju alla om. Min mamma vet vem Charlotte Kalla är, men hon kan ingenting om idrott ändå. Sen finns de ju dem som liksom, en stor grupp idrottsintresserade vet väldigt mycket väl vem det är. Ta en allsvensk spelare eller en hockeyspelare i SHL. Det vet ju liksom den gruppen som läser om hockey, eller kan mycket fotboll och hockey, de kan ju väldigt väl om det, men samtidigt kan ju den personen vara helt

okänd för nio miljoner i Sverige. Så det där får man hela tiden också liksom, någonstans ta hänsyn till, hur högt upp på offentlig-skalan det är.”- Pär Andersson, Expressen

Här berör Pär Andersson något som flera sportchefer problematiserar: tolkningsfrågan kring vem som är av allmänintresse. Nuvarande Medieombudsmannen Ola Sigvardsson definierar allmänintresse som: *“det en medborgare i ett öppet och demokratiskt samhälle har rätt att ta del av”* (Johnson, 2017, 23 november). Vissa sportchefer menar att det är svårt att avgöra vem som är av allmänintresse eftersom det kan skilja sig beroende på tidning och del av tidning. Alltså: allmänintresset varierar beroende på vilken medborgare i vilket samhälle det rör sig om.

“Eftersom vi också är sportredaktion liksom så är frågan liksom, är det allmänintresse för sportläsarna eller är det allmänintresse för hela befolkningen man pratar? Det är ofta två helt olika saker.”- Pär Andersson, Expressen

Fredrik Östberg tar upp skillnaden för en lokaltidning som Göteborgs-Posten. I citatet nedan är personen offentlig för göteborgarna, inte för hela befolkningen.

“Vi namnpublicerade till exempel Ailton Almeida i ÖIS efter att han kört rattfull efter deras lagfest förra säsongen. Ehm.: och där gjorde vi bedömningen att han är tillräckligt känd framför allt här, det är ju en jättekänd fotbollsspelare i Göteborg. Är du intresserad av fotboll i Göteborg så vet alla precis vem han är, eftersom han har varit i Örgryte i flera omgångar och är det överlägset största namnet i en av de största föreningarna i stan, men där var ju vi relativt ensamma tror jag. Men där gjorde vi så, eftersom vi bevakar det här området. För våra läsare är han ett house hold namn, men det kanske han inte är för Sportbladet eller SVT:s läsare på samma sätt. Så att eh.: där kan man ju säga att vi gjorde en definition av kändisskap och många andra hade en annan definition av det.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

6.1.2 Vad spelar brottets art för roll?

Kring vikten av brottets art kan vi se tre återkommande argument för vad som spelar roll i en diskussion om namnpublicering: grovheten av brottet, idrottslig konsekvens samt i vilket sammanhang brottet har begåtts.

Med idrottslig konsekvens menas hur brottet och domen påverkar idrottarens utövande. Den idrottsliga konsekvensen kan motivera ett allmänintresse i fall där brottets dignitet eller personens offentlighet inte själva står som grund för en välmotiverad namnpublicering. Dagens Nyheter Martin Fransson resonerar kring att allmänintresset då finns i att allmänheten kan behöva veta varför idrottaren inte befinner sig på sitt jobb:

“[...] det kan ju uppstå väldigt konstiga situationer eftersom att ‘varför är inte den här idrottaren med på den här tävlingen? eller varför är den inte uttagen?’ Om det nu är ett så

tungt namn, till exempel en OS-medaljör eller en stor stjärna inom någon sport, så kan det motivera att vi publicerar namn även om brottet i sig inte är så tungt. Vi valde ju till exempel att publicera ryttaren Peder Fredricssons namn, som OS-silvermedaljör, när han hade åkt fast för fortkörning vilket gjorde att han blev av med körkortet, vilket gjorde att det påverkade hans idrottsliv mycket. Han kunde inte köra till tävlingen [...]” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Vidare spelar grovheten i brottet en stor roll enligt samtliga sportchefer. Ju grövre brottet är, desto närmare en namnpublicering kommer redaktionerna.

“Det spelar stor roll tycker jag, eh.: det är klart att, ponera att en väldigt känd idrottare begår ett väldigt grovt brott, det är klart att det höjer nyhetsvärdet på det, så är det ju.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

“[...] det är större intresse för allmänheten att få reda på hur ett, hur ett tyngre brott går till och vem som har utfört det, än om det är mildare brott. [...] Är det ett brott som har utgjort fara för allmänhet eller något sånt, då kanske det ökar chansen för namnpublicering. Är det grova brott ökar det såklart ändå chansen för en namnpublicering, är det mildare brott så publicerar via aldrig namn egentligen.” - Pär Andersson, Expressen

“Har man begått ett grövre brott än ett annat så har gjort ett större fel, eller om man gjort någonting mer klandervärt möjligen då, så kan det motivera en publicering generellt sätt” - Patric Hamsch, Aftonbladet.

“Sen om det handlar om brott av låg grad, som inte handlar om att man utsätter andra för fara eller utnyttjar människor. Som till exempel att man har snattat i en butik, ja det skulle vi nog inte skriva om.” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Varför grovheten spelar roll för sportredaktionerna får vi inget tydligt svar på. Men dessa resonemang kan kopplas till Marina Ghersettis (2012) teorier om nyhetsvärdering (se 4.7). Ett brott av den grövre typen kan tolkas som en större avvikelse än ett mer ringa brott och därav ökar det nyhetsvärdet. Det går också att koppla till den radikala sociala ansvarsteorin (Wigorts Yngvesson, 2006) som menar att reporterns uppgift är att granska ojämlikhet i samhället (se 4.2). Vid ett grövre brott har idrottaren gjort ett större fel, som Patric Hamsch uttrycker sig, och att det skulle vara en motivering till namnpublicering tyder på något slags granskarideal. Man vill granska och avslöja fel som begåtts. Börjessons (2007) slutsats att brott som direkt påverkar andra människor än den dömda kräver större offentlig belysning får också stöd här. Martin Fransson menar att det kan röra sig om exempelvis fysisk eller ekonomisk påverkan:

“Det spelar roll om det är brott mot personer, absolut [...] alltså inte bara våldsbrott utan även att man till exempel stjälar pengar eller sexuellt utnyttjar någon, så så att eh.: det är ju

tyngre med brott som eh.: påverkar personer på olika sätt.” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Det tredje resonemanget gällande brottets art handlar om i vilket sammanhang, eller i vilken sfär, brottet har utförts. Teorin om offentlig och privat sfär (se 4.6) blir tydlig här. Begår idrottaren brott i ett sammanhang där den utövar sin idrott så motiverar det en namnpublicering. Rimligtvis är det då en offentlig person som gör något i den offentliga sfären (se figur 4.2) och därmed är det ett högt allmänintresse.

“[...] händer saker under tiden som man representerar sitt landslag, så är det ju också någonting som påverkar nyhetsvärdet. Alltså, en ganska obskyr handbollsspelare som under ett mästerskap gör någonting, då höjs ju nyhetsvärdet, kontra om den hade gjort det när den spelar i Önnered eller något sådant där.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

“Om misshandeln var kopplad till ett OS eller en tävling, eller så, så kan det börja motivera att vi publicerar fler uppgifter, kring namn och så. Men om det är en misshandel som har skett “off” idrotten, alltså i hemmet eller på något sätt, på ett annat sätt som inte är direkt kopplat till idrotten. Det motiverar fortfarande en publicering men inte med namn och bild i utgångsläget.” - Patric Hamsch, Aftonbladet

6.1.3 Hur samspelar personens roll och brottets art?

Ett grövre brott motiverar en namnpublicering i större utsträckning än ett ringa brott och en mer offentlig idrottare motiverar namnpublicering i större utsträckning än en mindre offentlig idrottare. Men vi kan se att båda aspekter inte alltid krävs för att en redaktion ska nå fram till namnpublicering. Till exempel svarade Martin Fransson så här när han fick frågan om varför hans redaktion inte skulle publicera namn i ett scenario om en handbollsspelare i högstaligan som stjal kläder i en butik.

“För att brottets grad är så pass ringa och jag ska inte säga att det finns några spelare i svenska handbollsligan som kan eh.: kan sägas vara en offentlig person eller uppfylla de kriterier för det stora allmänintresset som skulle krävas för att vi skulle publicera namn i en sån fråga” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Martin säger att trots det ringa brottet så hade en namnpublicering kunnat diskuteras om personen hade uppfyllt *“det stora allmänintresset”* genom att vara tillräckligt offentlig. Detta understryks av Fredrik Östberg som resonerade likt Martin när han fick samma fråga, samt av Patric Hamsch när han förklarade ett fall med *uppenbart* allmänintresse.

“Det beror ju på vem det är[...]skulle man dömas för det och erkänna det och sådär, då kanske vi skulle överväga det och göra en ny bedömning. En handbollsspelare är också, det är inte jätte-house hold namn generellt sett. Så att nej det skulle inte bli någon namnpublicering där.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

“Ja, om Charlotte Kalla gör något, alltså om hon gör någonting klandervärt så har ju det ett uppenbart allmänintresse. Eller kan ha eftersom hon är så omskriven, stor och känd idrottare.” - Patric Hamsch, Aftonportbladet

6.2 Hur ser beslutsprocessen ut från att nyheten når redaktionen till att nyheten publiceras med/utan namn?

6.2.1 Vad vägs in i en diskussion kring beslutet att namnpublicera?

Det är svårt att ringa in just en faktor eller invägning hos de enskilda redaktionerna eftersom allt är “från fall till fall”. Varje fall är sitt eget beslut, varje brotts historia är unik, och varje person kommer med olika förutsättningar. Inget fall är det andra likt och beslut tas ofta med magkänsla och erfarenhet, i samråd med kollegor och chefer, med stöd från de pressetiska reglerna. Det vrids och vänds mellan flera aspekter i en diskussion om namnpublicering. Det stora antalet faktorer visar att det är en komplex fråga inom journalistiken. De mest framträdande sakerna som sportcheferna lyfter fram, utöver idrottarens offentlighet och brottets art, är idrottarens familjeförhållanden och inblandade brottsoffer.

“Den första frågan man ställer sig är väl “vem är den här personen?” Är det en person som är väldigt känd? Är det en person som har en maktposition? Och sen så väger man ju in brottet eller de andra omständigheterna i det också. Eh:: och sen så tänker man ju också på eventuella konsekvenser, om det finns brottsoffer så är ju det en väldigt viktig del också. Att se till att man inte liksom skadar någon annan med publiceringen för att det händer ju ibland, ändå, att det kan vara jobbigt för till exempel en målsägande att läsa vissa grejer och det kan vara enkelt för folk att ta reda på vem den målsägande är också, så det är alltid två sidor när det gäller brottsmål liksom eh:: som är viktigt att komma ihåg. Ibland så kan jag väl tycka att viss media är lite halvdålig på det, att man stirrar sig blind på det kända namnet eh:: men glömmer bort att det finns offer i den andra änden som tycker att det är jättejobbigt att se att det här skrivs om i stora tidningar liksom, så det väger man ju också in såklart, i en sådan diskussion.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

I ett sådant här resonemang läggs inte publicitetsskadan på personen som begått brottet – vilket är något vi har sett vara vanligare och viktigare för redaktionerna att väga in. En namnpublicering på idrottaren kan göra att brottsoffren blir lättare att identifiera och då skadar det det/dem. Vidare behöver publicitetsskadan inte bara handla om gärningspersonen eller brottsoffren. Patric Hamsch lyfter fram skadan som kan uppstå om man inte publicerar namn på gärningspersonen. Genom att inte namnpublicera och istället lämna detaljer kring personens arbete eller position kan oskyldiga personer misstänkas och på så sätt skadas.

“Säg att vi skriver någon manlig längdskidåkare i landslaget, anonymt, som har begått ett grovt brott. Då är publicitetsskadebegreppet jätteviktigt utifrån de andra i landslaget. Hur många är dem? Hur många herrar finns det i skidlandslaget? Ja, tio stycken eller åtta stycken. Okej, så publicerar vi de här grova uppgifterna anonymt om en person i svenska

skidlandslaget på killsidan, så skadar det de sju andra. Då kanske det är bättre att publicera namn.” - Patric Hamsch, Aftonbladet

Sportchefernas resonemang om publicitetsskada stämmer väl in på Wigorts Yngvessons (2006) teori om det sociala ansvaret (se 4.2). En av de viktigaste aspekterna för redaktionerna är att *visa hänsyn och avstå från att publicera om det vållar till stor skada*. Det syns inga tecken på att redaktionerna skulle ha en mer konsekvensneutral hållning, utan de är restriktiva när det kommer till publicering av namn och den restriktiviteten är sportcheferna tydliga med.

“Jag skulle inte säga att vi eh.: direkt strösslar med namnpubliceringar av dömda idrottare”
- Martin Fransson, Dagens Nyheter

“Huvudregeln för Sportbladet är att vi inte publicerar namn på personer som gjort något brottsligt till exempel” - Patric Hamsch, Aftonbladet

“Vi är ganska försiktiga med att publicera namn” - Pär Andersson, Expressen

“I år har vi kanske har haft tre eller fyra sådana (situationer, reds anm.) och jag tror inte vi har skrivit ut namnet en enda gång” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

Något som däremot är anmärkningsvärt är att samtliga redaktioner “jobbar för att nå en namnpublicering”. Om det inte finns ett stort nog allmänintresse från början så kan det arbetas fram. Det första steget är att försöka få tag på personen för en kommentar, och redan då fråga om det är okej med publicering av namn och bild. Pär Andersson nämner ett flertal gånger hur redaktionen arbetar för att nå en namnpublicering. Bedömer man att en namnpublicering inte är tillräckligt motiverad, då vill redaktionen ofta hitta vägar att nå fram till en omprövning av namnpubliceringsbeslutet.

“Men sen kan vi ofta söka personen rätt snabbt och fråga rakt ut, om det är okej att vi skriver med namn och bild för att ibland kan de tycka att det är bra för att det någonstans skingrar. Det kan vara om det kommer ut att en spelare i Färjestad kört rattfull så kanske den spelaren vill gå ut och rentvå sina lagkamrater, så vi ringer ofta upp och ställer raka frågan om det går att få tag i.” - Pär Andersson, Expressen

Det finns en slags iver som kan bero på flera saker. Redaktionerna vill kunna publicera namn för att ge läsaren hela sanningen. Att konsekvenserna av en publicering värderas utifrån journalisternas perspektiv, d.v.s att man anser att allmänheten har rätt att veta men samtidigt finns lagar, regler och etiska riktlinjer (Christians et al., 2005), blir tydligt här. Man vill att allmänheten ska få veta namnet men samtidigt finns det inte ett uppenbart allmänintresse, då går det inte att publicera enligt publicistregel 15. Då försöker man arbeta fram saker som kan ge nyheten ett större allmänintresse än vad den ursprungligen har.

De intermediala dagordningseffekterna (se 4.8) kan också vara en av anledningarna – i en hård konkurrens om läsarna vill redaktionerna göra som sina konkurrenter. De intermediala dagordningseffekterna går vi djupare in på i kapitel 6.2.3.

6.2.2 Hur mycket lutar sig redaktionen mot regelverket kontra “sitt sunda förnuft”?

Regelverket finns hela tiden i bakgrunden som en stöttepelare i dessa frågor och kollas inte ordagrant vid varje namnpubliceringsbeslut. Dels för att reglerna sitter i ryggmärgen – dels för att reglerna är mycket upp till den enskildes tolkning. Peterson och Bertrand (2007) menar att redaktionerna måste dagligen lita på sitt sunda förnuft och “moraliska sinne” i ett väldigt högt tempo. Martin Fransson ställer sig frågande till begreppet “sunda förnuft” och beskriver processen som metodisk.

“Det är klart att det finns många fall som är gränsfall och då får man ju lita till olika personers erfarenhet och det finns ju många personer som är väldigt erfarna på tidningen vad gäller den här typen av frågor. Det kan hända att vi diskuterar det här även med personer på andra redaktioner, sådana som jobbar med mycket mer brott och straff än vad vi gör på tidningen och ser vilka bedömningar de skulle ha gjort också. Så att man får försöka väga samman olika personers bedömningar av det här och i slutändan så kanske det blir en fråga om sunt förnuft, jag vet inte, jag vill ju tycka att det är mer systematiskt än så” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Samtliga sportchefer är tydliga med att det aldrig kan bli den enskilde journalistens beslut att publicera med eller utan namn. Vid frågor av den här typen måste det alltid gå igenom sportchefen. Oftast kopplas även nyhetschef, redaktionschef eller ansvarig utgivare in. Martin Fransson berättar att DN även tar juridisk hjälp i vissa fall.

“En enskild journalist kan ju ha åsikter men sen är det då upp till mig som chef att fatta de här besluten och om det är frågor som inte har så stor dignitet eller givna så kan ju jag fatta dem själv. Men det gäller ju inte det som ni pratar om här nu, om namnpublicering av dömda idrottare – då stämmer jag alltid av med redaktionschef och i vissa fall tar vi juridisk hjälp.” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Om den enskilde journalisten skulle hamna i ett stressat läge där den inte får tag sportchefen vid en nyhetshändelse av den här typen ska journalisten fortfarande inte fatta egna beslut. Det finns tydliga redaktionella strukturer och det spelar ingen roll hur pressat läget är. Pär Andersson på frågan om det finns fall när en reporter behöver ta ett snabbt beslut ensam:

“Nej, inte i namnpublicering skulle jag säga, det ligger aldrig på reporter eller redaktör hos oss då, som är de som jobbar med desken, att ta det beslutet. Däremot har jag ju chefer under mig på sporten, jag har nyhetschefer och en biträdande sportchef och de kan absolut ta beslut om det är så att de känner sig väldigt säkra på någonting. Men det händer väldigt sällan ens det.” - Pär Andersson, Expressen

Patric Hamsch sitter i en annan position än övriga sportchefer. Han är även ställföreträdande utgivare vilket innebär ett större ansvar. För att bli bättre på den här typen av frågor har Aftonbladet bildat ett etiskt råd. Där ingår Hamsch, tillsammans med Martin Schori (ställföreträdande utgivare på nyhetssidan), Karin Pettersson (kulturchef) och Eric Rosén (administrativ redaktör).

“Vi har kontinuerliga möten där vi diskuterar allt ifrån anmälningar, om vi har friats, fällts eller om vi har stora publiceringar bakom oss eller framför oss. Det är ett sätt att kontinuerligt liksom lära av varandra i de här frågorna som är ganska komplicerade och så, men sen tas ju beslut på en redaktion varje dag, eller varje vecka kontinuerligt.” - Patric Hamsch, Aftonbladet

Sådana här typer av råd eller andra sammansättningar för att förebygga fällningar syntes även på flertalet redaktioner. Det visar på att det är en komplex fråga och att den verkligen tas på allvar på redaktionerna. Både Fredrik Östberg och Martin Fransson berättar om åtgärder som satts in – DN har haft seminarium med medieombudsmannen öppna för hela redaktionen medan GP har arrangerat internutbildningar och tillsatt ett så kallat “AU-råd”.

“Ja men det har varit en liten grupp (printchefen och nyhetschefen reds anm.) som har jobbat med det och att vi upplevde för några år sedan att det inte fanns någon större kunskap kring hur man ska skriva vissa grejer. Så då sjösatte vi lite internutbildningar i det där och jag tycker att det har fått väldigt fin effekt, att vi klarar av det väldigt bra, och vägleder alla publiceringar väldigt noggrant.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

6.2.3 Hur påverkas redaktionerna av andra redaktioners publiceringar?

Samtliga sportchefer är eniga om att man som journalist och redaktion påverkas på ett eller annat sätt av andras publiceringar. Patric Hamsch menar att man kan omvärdera sitt publicistiska beslut om en annan redaktions beslut ser annorlunda ut – men framför allt påverkas redaktionerna i det långa loppet.

“Alltså det formella svaret är ju att det inte ska ha någon påverkan. Eftersom varje utgivare är unik och varje utgivarbeslut liksom, ska vara unikt. Men jag tror att det påverkar. Jag tror att vi flyttar varandra i en riktning utifrån de publiceringar vi gör. Det tror jag, både i det enskilda fallet, men framförallt kanske övergripande, alltså offensiva, aggressiva publiceringar under lång tid kan ju påverka andra, alltså att också flytta fram sina positioner.” - Patric Hamsch, Aftonbladet

Fredrik Östberg är inne på samma sak:

“[...] det är klart att man kan påverkas, det är klart att det kan bli en liten dominoeffekt, det ser man ju rätt ofta. Alltså att det är någon som börjar namnpublicera någon och sen ser man att ‘aha okej de gjorde den bedömningen, då kanske vi också ska göra den bedömningen

eller vad är det för bedömning vi behöver göra för att nå dit?'. Det ser man ju ändå, att det faller lite som dominobrickor, det där.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

Här blir de intermediala dagsordningseffekterna (se 4.8) tydliga. Tidningarna påverkas av varandra och i en hård kamp om läsarna väljer redaktionerna att göra som sina konkurrenter. Finns det en stor uppmärksam historia som någon av konkurrenterna är starkare på nyhetsmässigt så kan det orsaka stress och leda till en omvärdering av sina beslut. “Dominoeffekten” som Fredrik Östberg pratar om visar på att det finns tydliga journalistiska normer – en nyhet vandrar vidare bland medier och då förstärks bilden av att det var ett korrekt beslut att publicera.

Pär Andersson berättar att Expressen kan göra bedömningen att publicitetsskadan redan är skedd om namnet är ute i andra medier. Då är alltså motiveringen för att publicera namn endast andras tidningars publiceringar.

“[...] det är inte så ofta men det kan vara så att till exempel alla andra medier, förutom vi, har publicerat namn. Och fått genomslag på det. Då kan det vara så att våran utgivare bedömer det som att publicitetsskadan redan är skedd. Normalt brukar man ju säga att det är våran publicering som gäller för oss, vi kan inte ta hänsyn till vad någon annan gör. Men om alla andra stora medier kör till exempel namnet på någon, då ökar det ändå risken, eller ökar för att vi också ska publicera namn.” - Pär Andersson, Expressen

Dagens Nyheter har en mer restriktiv hållning till andras publiceringar och Martin Fransson menar att hans redaktion kan påverkas åt andra hållet. Skulle DN hamna i en situation där andra medier namnpublicerar men inte DN själva – då kan de bli mer restriktiva istället för att tänka att publicitetsskadan redan är skedd. Om andra redaktioners publiceringar inte innehåller namn men däremot information om personen – då kan DN göra samma sak för att läsarna inte ska kunna samla olika information från olika tidningar som tillsammans möjliggör att personen identifieras.

“Läsarna kan då lägga ihop ett och ett genom att läsa från olika källor eh:: ja då blir det ju indirekt så att vi eh:: skriver saker om den här personen som vi egentligen vill anonymisera men att människor genom andra medier kan ta reda på vem det är ändå. Så att, ja i vissa fall kan det bli så att på grund av det så kanske vi avstår från att publicera detaljer som vi annars skulle ha kunnat publicera om gärningsmannen eller kvinnan var anonymiserad.” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Som tidigare nämnt är det en hård konkurrens redaktionerna emellan. För att fånga läsarens intresse gäller det att vara snabb. Patric Hamsch lyfter fram tidspressen som ligger över landets sportredaktioner – det är en av de stora anledningarna till att hans redaktion påverkas.

“Snabbhetskampen är ju helt central idag. Det är ju själva argumentet till de som är sportintresserade. Den som är snabbast::, det är ju ett av några få ben som man står på, den som är snabbast kommer att vinna.(2.0) Snabbheten är helt relevant och den handlar om att

hela tiden berätta att, vill du veta senaste nytt, så är det vi som står för den, för att vi är snabbast. Och det där har såklart ändrats i medielandskapet från print till online och så” - Patric Hamsch, Aftonbladet

I ett sådant här medielandskap har “rewrites” blivit allt vanligare. Redaktionerna kopierar i nyheterna i stort sett rakt av och creddar ursprungskällan.

“Vi försöker kolla upp så snabbt det går, det är ett väldigt högt tempo såklart men handlingar själva vill vi ju ha. Sen beror det lite på om det till exempel är andra medier som skrivit, om någon av de största redaktionerna har skrivit, så kan vi nog ”writa” rätt snabbt ändå, om det är SVT eller Aftonbladet, DN eller något sånt.” - Pär Andersson, Expressen

Även om det egna fotarbetet ska göras kan snabbheten innebära att etiska överväganden missas – och kan en redaktion stå för en publicering grundad i en annan tidnings publicering?

[...] att vi skriver på någon annans nyhet, och tar publicistiska beslut, utgivarbeslut utifrån Expressens publicering till exempel, eller SVT sports publicering – det är också en väldigt utmanande sak och väldigt svårt. Säg att det pågått en historia i några dagar och så har Expressen helt nya färska uppgifter, vad gör vi då? “Writar” vi de uppgifterna och creddar Expressen, är det en bra publicering? Kan vi stå för den eller inte och så. Där har jag som ställföreträdande hållit tillbaka en del av våra publiceringar det senaste året, för att de inte håller så att säga, pressetiskt. Eller vi kan inte stå för uppgifterna vi publicerar, för vi vet inte om de stämmer eller inte. Det där är svårt, samtidigt som det är sannolikt att de stämmer, samtidigt som det finns citat hos andra medier, åklagare eller viktiga personer så att säga, säger saker i citat, till till exempel Expressen. Så det går att anta att vad de har skrivit är sant, men vi kan ju inte veta det för att vi inte har gjort ett eget självproducerat journalistiskt arbete.” - Patric Hamsch, Aftonbladet

Ester Pollack (2020) frågar sig om det nya medieutbudet med sociala medier och andra nätverkssajter har utövat en press på de medier som är anslutna till det etiska regelverket (se 2.2). Enligt sportcheferna är namngivningar på exempelvis Facebook eller Flashback inget som påverkar dem i deras beslutsfattande kring namnpublicering.

“Där finns ingen påverkan alls.” - Pär Andersson, Expressen

“[...] det enda vi kan förhålla oss är ju våra egna kanaler, men att det står på flashback efter en halvtimme, det är ju så det är. Det kan inte vi göra någonting åt.” - Fredrik Östberg, Göteborgs-Posten

6.2.4 The Potter Box

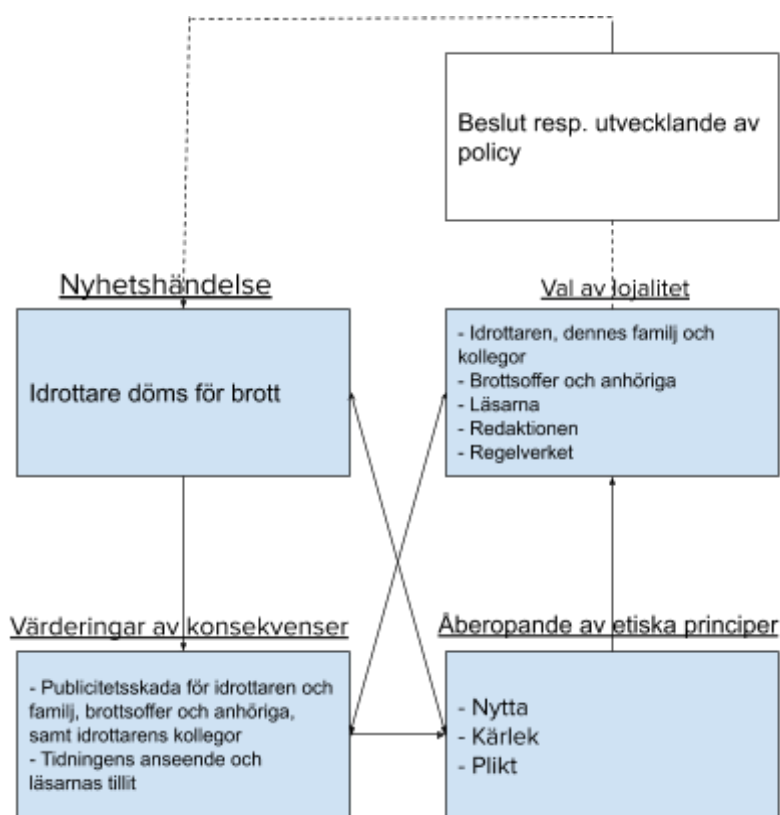
För att sammanfatta och få en generell bild över beslutsprocessen på sportredaktionerna tar vi hjälp av “The Potter Box” (se 4.4). Det finns inget facit och allt är som sagt “från fall till

fall”. Men här försöker vi väga in allt som kommit upp i intervjuerna. Boxen består av värderingar av konsekvenser, åberopande av etiska principer och val av lojalitet.

Vi kan se att när redaktionerna värderar konsekvenserna av en publicering handlar det till största del om att, som de pressetiska reglerna säger, en namnpublicering kan skada människor. Sportcheferna nämnde vid återkommande tillfällen att man ska värna om privatlivets helgd och följa de etiska riktlinjer som finns.

I rutan med åberopande av etiska principer kan vi se spår av samtliga tre relevanta principer: *nytta*, *plikt* och *kärlek* (se 4.4). Det är ingen princip som utmärker sig extra tydligt och stämmer till punkt och pricka, utan de tre principerna visar sig i olika resonemang. Det finns ingen sportchef som visar prov på endast en princip, utan alla tre dyker upp hos samtliga sportchefer.

Nytta: Inslag av detta kan vi dels se i sportchefernas övervägande av vem/vilka de känner mest ansvar för vid en publicering. Det är inte bara en person eller grupp som vägs in, utan sportcheferna verkar vilja vara alla till lags. De känner ansvar för idrottaren, idrottarens familj och kollegor, brottsoffer och anhöriga, läsarna, redaktionen och regelverket. I slutändan har de flesta kommit fram till att det dessutom finns ett stort ansvar inför läsarna. Publiceringen ska bli rätt och ge nytta till så många läsare som möjligt.



Figur 6.1 "The Potter Box" (Christians et al., 2005)

Plikt: Varje beslut och fall är unikt, det påpekas ofta i intervjuerna, men samtidigt tittar redaktionerna ofta på tidigare beslut som har fattats. Dessutom fattar redaktionerna beslut som kan tillämpas universellt i den mening att beslut liknar andra redaktioners beslut – och beslut kan omvärderas om andra redaktioner gjort annorlunda. Det bör påpekas att samtliga redaktioner arbetar med hänvisning till de pressetiska reglerna och ett beslut som inte fälls, ett beslut som är inom reglernas ramar, kan automatiskt anses vara universellt.

Kärlek. Det är viktigt för redaktionerna att värna om den enskilda individen som kan komma till skada vid en namnpublicering. Det kan röra sig om idrottaren eller brottsoffer till exempel.

Sista steget i boxen är val av lojalitet. Här ställs sportcheferna mellan två resonemang: Ska man värna om den personliga integriteten eller folkets rätt till sanningen? Vi kan se att det förstnämnda resonemanget är vanligare och viktigare för redaktionerna. Samtidigt känner de mycket ansvar för läsarna och det är *“därför man gör tidningen överhuvudtaget”* (M. Fransson, personlig kommunikation, 2 december 2020). Det visar hur svår den här balansgången är för redaktionerna. En faktor till att det värnas om den personliga integriteten är regelverket – flertalet sportchefer vill att publiceringen ska bli rätt och undvika en fällning. På så sätt är förtroendet från läsarna också en faktor eftersom en fällning kan påverka tidningens anseende.

6.3 Hur skiljer sig kvälls- och morgontidningarnas etiska förhållningssätt?

Den här frågeställningen grundar sig i Pollacks (2020) och Börjessons (1995) tidigare resultat att morgontidningar är mer återhållsamma med namnpubliceringar. Vårt resultat visar dock inte några större skillnader mellan morgontidningarnas (Göteborgs-Posten och Dagens Nyheter) och kvällstidningarnas (Aftonbladet och Expressen) etiska förhållningssätt. Samtliga redaktioner har ett restriktivt förhållningssätt till namnpublicering. Vi kan se vid enstaka tillfällen att Dagens Nyheter Martin Fransson resonerar mer restriktivt än de andra sportcheferna. Exempelvis resonemanget om konkurrenternas publiceringar (se 6.2.3) samt om nyhetens genomslagskraft kan påverka ett beslut.

“Nej, det skulle jag inte säga, att vi gör bedömningar utifrån att få klick eller eh.: väcka uppmärksamhet. Det kan aldrig vara tyngst vägande.” - Martin Fransson, Dagens Nyheter

Det är dock svårt att dra slutsatsen på det stora hela att Dagens Nyheter är mer restriktiva än kvällstidningarna. Eftersom tidigare studier har visat att kvällstidningarna är mer benägna att publicera namn var det anmärkningsvärt att både Expressen och Aftonbladet har ett sådant strukturerat och restriktivt förhållningssätt. Det finns tydliga strukturer för hur beslut av den här typen ska fattas och på Aftonbladet finns ett etiskt råd, vilket visar att de tar frågorna på allvar.

Det är också värt att notera att Göteborgs-Posten är en lokaltidning, och som vi har varit inne på tidigare resonerar Fredrik Östberg kring att den typen av tidningar kan finna allmänintresse i sina lokala händelser. En händelse som för en rikstäckande tidning kanske inte alls anses vara av samma värde, eller för den delen värt en namnpublicering.

7. Slutsats och diskussion

7.1 Ett restriktivt förhållningssätt

Vi kan konstatera att det finns ett restriktivt förhållningssätt till namnpublicering på sportredaktionerna. De är tydliga med att de inte "strösslar" med namnpubliceringar på dömda idrottare och utgångsläget är att publicera nyheter av den här typen anonymt. Publiceringar med namn kan skada människor och deras personliga integritet och enligt redaktionernas egen utsago är publicering med namn på en brottslig idrottare undantagsfall där allmänintresset har varit uppenbart och därav motiverat en namnpublicering. Det sociala ansvaret (Wigorts Yngvesson, 2006) visar sig i redaktionernas resonemang. De visar hänsyn och avstår från att publicera om det kan vålla till stor skada. Det etiska regelverket (publicitetsreglerna) är centralt i den här diskussionen eftersom att vi tror att det kan vara en anledning till att det värnas om den personliga integriteten i större utsträckning. Även om det inte är säkert att redaktionerna vill värna om den, så måste de göra det och det har blivit en av den svenska journalistikens undermedvetna hörnstenar. Samtidigt säger majoriteten av sportcheferna att läsarna är en av deras högsta prioritet och den grupp de känner mest ansvar gentemot. I praktiken går det därför att argumentera för att de säger en sak, men gör en annan. Sammanfattningsvis tas mest hänsyn till den personliga integriteten eftersom redaktionerna avstår från namnpublicering avsevärt mycket oftare än motsatsen.

Efter vidare analys av våra svar kan vi fastslå att teorin om konsekvensneutralitet (Wigorts Yngvesson, 2006) inte får något empiriskt stöd. Sportcheferna visar inga prov på att beslut någonsin tas utan ett konsekvenstänk kring publicistiskador. Även om de värnar om sanningen får inte den gå före övriga konsekvenser av en publicering.

7.2 Idrottaren – en förebild med makt

Funcke (2019) menar att personer i makthavande positioner bör räkna med hårdare granskning. Även personer som saknar en tydlig och formell maktfunktion kan ingå i samma krets (Funcke, 2019). Vi kan se att sportcheferna placerar idrottaren i denna kategori. Idrottarna är inte folkvalda men de är förebilder och påverkar därför andra människor genom sitt agerande. Makten kan ta uttryck i olika former – det kan exempelvis handla om hur många följare en idrottare har i sina sociala medier, vilket är intressant eftersom det förmodligen inte fanns med i en diskussion om namnpublicering för cirka 10-15 år sedan. Vi såg också många resonemang om att idrottaren ska vara "kändis", vilket är i linje med att vara en stor förebild och ha informell makt. Men vem som är känd och för vem/vilka är inget som berörs i det etiska regelverket och mycket av en definitionsfråga. Vid samtliga intervjutillfällen märkte vi att detta var en fråga som sportcheferna hade svårt att ge ett tydligt svar på. Sportcheferna uttryckte att frågan var klurig men bra vilket tyder ännu en gång på att allmänintresset är svårtolkat.

Om den här förebilden begår ett brott så är motivet för en namnpublicering starkare desto grövre brottet är. Vi kan tillämpa Ghersettis teori om nyhetsvärdering (2012) då redaktionerna ser ett större allmänintresse och nyhetsvärde när det är en större avvikelse. Att idrottare döms för ett grovt brott sker inte vardagligen och är därför en avvikelse som redaktionerna ser högt nyhetsvärde i. Det här är något som finns undermedvetet på redaktionerna. Ett tecken på detta är Pär Anderssons första reaktion när han fick frågan om varför grovheten spelar roll: *“Nej, men så är det bara helt enkelt.”* (P. Andersson, personlig kommunikation, 5 december 2020). En annan framträdande del kring brottets art är idrottslig konsekvens, vilket var något som vi inte hade förutspått på förhand. Att sportcheferna skulle ta så stor hänsyn till hur brottet och domen påverkar det idrottsliga utövandet fanns inte med i våra tankar inför intervjuerna.

7.3 Inte bara en parameter att ta hänsyn till

Genom att väva samman vårt resultat i “The Potter Box” (Christians et al., 2005) kan vi se komplexiteten i sådana här beslutsprocesser. Redaktionerna väger in massor av parametrar och de parametrarna kan variera från fall till fall. Till exempel känner redaktionerna i det ena fallet en större lojalitet till idrottarens familj medan i nästa tänker redaktionerna mer på konsekvenserna för brottsoffer. Sammantaget kunde vi se att det viktiga för redaktionerna var att publiceringen blev “rätt”. Det visar att regelverket ligger till grund för hela beslutsprocessen men det finns flera orsaker till att det är så viktigt att det blir rätt. En fällning innebär att det har uppstått en publicitetsskada och en fällning skadar tidningens anseende och tappar läsarnas förtroende. Det är upp till varje redaktion att själva tolka regelverket och det finns stora tolkningsutrymmen. Redaktionerna kan inte med säkerhet veta att publiceringen är korrekt förrän en granskning säger annat. Det gör hela den här beslutsprocessen väldigt svår men samtidigt låter det på sportcheferna som att det här tolkningsutrymmet är nödvändigt. Journalistiken kan inte hållas tillbaka av ett stramare regelverk och de etiska övervägandena är helt enkelt en, om än svår, del av jobbet.

Eftersom det är utmanande arbetar redaktionerna för att bli bättre på att hantera frågor av den här typen. För att nämna några exempel har Aftonbladet ett etiskt råd där publiceringar och fällningar diskuteras, Göteborgs-Posten har haft internutbildningar och Dagens Nyheter har haft seminarium med Medieombudsmannen. Vi kunde också se tydliga strukturer för hur redaktionerna ska gå tillväga när de nås av nyheten att en idrottare blivit dömd. För sportredaktionerna är det en fråga som inte dyker upp i samma utsträckning som för en nyhetsredaktion men det innebär inte att de är ovana att hantera dem eller tar dem på mindre allvar.

En annan parameter, som enligt sportcheferna inte borde spela roll men ändå gör det, är de andra redaktionernas publiceringar. De intermediära dagordningseffekterna (Vliegthart & Walgrave, 2008:860-877) fick tydligt stöd i vårt resultat. Vi kan se att i ett hårt och snabbt mediaklimat gör redaktionerna som sina konkurrenter. De menar att de kan omvärdera publiceringsbeslut om en konkurrent gjort annorlunda. Varje redaktion har ansvaret för sin

egen publicering men det är intressant hur det här, i det långa loppet, innebär att gränserna för en namnpublicering flyttas i olika riktningar.

7.4 Validitetsdiskussion och generaliserbarhet

Som nämnt i metodkapitlet bör det påpekas att vår resultatvaliditet kan påverkas av flera saker. Bland annat att vi själva är journalister och kan färga vårt material. Dessutom kan intervjupersonerna anses tendentiösa när de ska reflektera kring sitt och sin redaktions arbete och då ge svar som “på pappret” ser bra ut snarare än hur verkligheten ser ut. En annan relevant diskussion kring validiteten är termerna “från fall till fall” eller “varje fall är unikt” som framkom ofta i intervjuerna. Det är svårt att sätta fingret på en beslutsprocess som aldrig är den andre lik men vi kan ändå se ett generellt förhållningssätt hos de undersökta redaktionerna. Att varje fall är unikt har utmanat undersökningen men samtidigt är det ju en del av hur det här fenomenet gestaltar sig. Det är också anledningen till att vi valde att undersöka det här – det är intressant och relevant att titta på hur redaktionerna förhåller sig i en sådan här svårhanterad fråga.

Gällande generaliserbarheten finns som tidigare nämnt (se 5.8) inga avsikter att dra generella slutsatser i den här studien. Vi kan dock se att sportchefernas resonemang inte är normavvikande i förhållande till den övriga svenska journalistkåren. Det finns en konsensus kring den här typen av frågor och sportcheferna resonerar helt i linje med den. Därför kan det finnas inslag av generaliserbarhet i vårt resultat. Om de här fyra sportcheferna och redaktionerna agerar efter konsensus bör rimligtvis andra sportredaktioner också göra det. Vårt resultat kan också appliceras på de fyra tidningarna i stort. Med tanke på de redaktionella strukturerna och den tydliga ansvarshierarki som vår studie visar bör det se liknande ut på tidningarnas samtliga redaktioner.

7.5 Vidare forskning

Först och främst hade det varit relevant för vidare forskning att fortsätta med och utveckla den metod vi har använt och göra en intervjuundersökning med ännu fler sportchefer i landet. Vårt urval har varit begränsat, mycket på grund av tid och resurser, men den kunskap vi har tagit fram kan vara värdefull att bygga vidare på. Den behöver också prövas och utvecklas ytterligare.

En intressant tanke som dök upp längs arbetets gång är jämförelsen mellan lokal- och nationell press. Hur ser det ut i den lokala pressen där de ekonomiska förutsättningarna är begränsade och fenomenet möjligtvis inte förekommer lika ofta? Kan de arbeta förebyggande med de här typen av etiska frågor och vilka strukturer finns på en mindre redaktion? Och hur resonerar de lokala redaktionerna kring allmänintresse? Göteborgs-Postens Fredrik Östbergs problematisering (se 6.1.1) av den lokala bevakningen och frågan om vad som är av allmänintresse för den enskilda tidningens läsare fann vi väldigt intressant. Vid en närmare titt av den lokala pressens etiska förhållningssätt kan resonemang av Östbergs exempel säkerligen dyka upp. Det kan också finnas en annan aspekt i lokalpressen – att journalisterna

är närmare och mer familjära med idrottarna och klubbarna de bevakar. Hur är den balansgången och kan den relationen innebära att lokaltidningar är mer restriktiva?

8. Referenser

Litteratur:

Bertrand, Claude-Jean & Petersson, Olof. (2007). *Medieetik i Europa*. Stockholm: SNS Förlag.

Brittain McKee, Kathy, Christians, Clifford G., Fackler, Mark & Woods Jr, Robert H. (2005). *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*. London: Pearson Education.

Brinkmann, Svend & Kvale, Steinar. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Börjesson, Britt. (1988). *Brott och publicitet: kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet*. Göteborg: Universitet, Avd. för masskommunikation.

Börjesson, Britt. (2007). Namnpublicering – en fråga om offentligt och privat. Asp, K (Red). *Den svenska journalistkåren* (s. 87-96) Göteborg: JMG.

Börjesson, Britt & Johansson, Bengt. (2020). När allt är ett knapptryck bort. Truedsson, L (Red). *Uthängd!* (s. 134-152) Stockholm: Institutionen för mediastudier.

Börjesson, Britt & Weibull, Lennart. (1995). *Publicistiska seder: svensk pressetik i teori och praktik*. Stockholm: Tidens förlag/Svenska Journalistförbundet.

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, Towns, Ann E. & Wängnerud, Lena. (2017). *Metodpraktikan*, Wolters Kluwer Sverige AB.

Funcke, Nils. (2019). *Att publicera*. Lund: Studentlitteratur.

Ghersetti, Marina. (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. Strömbäck, J (red). *Medierna och demokratin*. (s. 205-232). Lund: Studentlitteratur .

Munthe, Christian. (2006). Vad är ett allmänintresse? Petersson, O (Red). *Medieetik under debatt* (s. 238-249). Stockholm: SNS Förlag

Pollack, Ester. (2020). Brottslighet och namnpublicering. Truedsson, L (Red). *Uthängd!* (s. 114-133) Stockholm: Institutionen för mediastudier.

Wigorts Yngvesson, Susanne. (2006). *Den moraliska journalisten*. Uppsala: Historiska institutionen, Uppsala universitet.

Vetenskapsrådet. (u.å). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad 2020-11-30 från <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Vliegenthart, Rens & Walgrave, Stefaan. (2008). The Contingency of Intermedia Agenda Setting: A Longitudinal Study in Belgium. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. (s. 860-877)

Annat:

Eriksson, Martin. (2020, 18 februari) *Fredricson körde 116 km/h på en 70-väg – åkte fast*. Aftonbladet. Hämtad 2021-01-03 från <https://www.aftonbladet.se/sportbladet/a/Qo0wJx/fredricson-korde-116-km-h-pa-en-70-vag--akte-fast>

Johnson, Thella (Producent). (2017, 23 november). Nordegren & Epstein i P1. Hämtad 2020-11-13 från <https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/980472?programid=4058>

Kantar Sifo. (2020). *Räckviddsrapport, Orvestokonsument 2020:2*. Stockholm: Kantar Sifo.

Littorin, Jens. (2018, 24 november). *Mutbrottsåtalade ex-AIK:aren Dickson Etuhu vill ge sin bild: "Mitt rykte är förstört"* Hämtad 2020-10-26 från <https://www.dn.se/sport/fotboll/mutbrottsatalade-ex-aikaren-trader-fram-mitt-rykte-ar-forstort/>

Tengblad, Mattias. (2019, 16 december). *Kingsley Sarfo: "Önskar det hade varit annorlunda"*. Expressen. Hämtad 2020-10-26 från <https://www.expressen.se/sport/fotboll/sarfo-onskar-att-det-hade-varit-annorlunda/>

Flinck, Johan & Alfelt, Stefan. (2013, 12 februari). *Miiko Albornoz dömd för sexuellt utnyttjande av barn*. Hämtad 2020-05-01 från <https://www.aftonbladet.se/sportbladet/fotboll/a/OnW0jk/miiko-albornoz-domd-for-sexuellt-utnyttjande-av-barn>

9. Bilagor

Bilaga 1: Intervjuguide

Uppvärmningsfrågor:

Namn?

Ålder?

Hur länge har du arbetat som journalist?

Hur länge har du varit på den redaktion du är på nu?

Hur länge har du varit sportchef?

Berätta om sportredaktionen

- Antal anställda
- Sidvisningar, läsare, prenumeranter
- Geografisk bevakning

Tema 1: Allmänintresse

Publicistregel nummer 15 lyder: “Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.”

- I vilken uträkning lyckas ni följa denna regel, upplever du?

Hur definierar du allmänintresse?

- Kan du ge exempel på ett fall där det finns *uppenbart* allmänintresse?

Finns det några riktlinjer på redaktionen?

- Finns det uttalat vad ett allmänintresse är?
- Är det upp till varje enskild journalist att göra sin egen bedömning? Hur då?/Motivera/Utveckla
- Upplever du att ni har lätt eller svårt att förhålla sig till allmänintresset?
- Kan er syn på allmänintresset påverkas av allmän nyfikenhet?

Tema 2: Idrottarens roll i samhället

Varför får en brottsdömd/misstänkt idrottare sitt namn publicerat i högre utsträckning än en vanlig privatperson?

- På vilket sätt?
- Om du jämför med andra offentliga personer, krävs det “mer” för att en idrottare ska få sitt namn publicerat?

Tema 3: Brottets art

Vad spelar brottets art för roll?

- Hur resonerar ni kring brottets art?

- Spelar det någon roll hur grovt brottet är?

Tema 4: Beslutsprocessen

När ni når av informationen att en offentlig idrottare döms för ett brott, hur agerar ni?

- Vad vägs in i en diskussion kring beslutet att namnpublicera?
- Hur mycket lutar sig redaktionen mot regelverket kontra "sitt sunda förnuft"?
- Kan det hända att man utgår mer från nyhetens genomslagskraft än de pressetiska reglerna?
- Vem har sista ordet? Hur delaktig är ansvarig utgivare?
- Påverkas man av andra tidningars publiceringar? På vilket sätt?
- Hur förhåller ni er till att gärningspersoner ibland namnges i andra forum? (flashback, sociala medier, reddit o.s.v)
- Inför vem/vilka känner ni störst ansvar när ni publicerar?

Scenarion

Hur skulle din redaktion gå till väga om...:

1. En lagkapten i ett fotbollsallsvenskt topplag tas av polisen för fortkörning.
 - Hur förhåller ni er till att klubben själva väljer att kommunicera, eller avstå från att kommunicera ut händelsen?
2. Nyligen prisad OS-guldmedaljör döms för grov misshandel.
 - Skiljer det sig om en idrottare är på den nivån att den representerar sitt land i form av ett landslag?
3. Handbollsspelare i högstaligan tas av polisen efter att ha stulit från en klädbutik.