

# **Bakom bilderna**

**Bildjournalister och bildjournalistik i ett  
marknadsorienterat journalistiskt fält**

**Terje Lindblom**

Huvudhandledare: Ingela Wadbring

Biträdande handledare: Jonas Harvard

Fakulteten för naturvetenskap, teknik och medier

Doktorsavhandling i medie- och kommunikationsvetenskap

Mittuniversitetet

Sundsvall, 2020-06-12

Akademisk avhandling som med tillstånd av Mittuniversitetet i Sundsvall framläggs till offentlig granskning för avläggande av filosofie doktorsexamen fredagen den 12 juni, 2020, kl 10.00, C306/online, Mittuniversitetet, Campus Sundsvall.

## **Behind the pictures**

### **Photojournalists and photojournalism in a market-driven journalistic field**

© Terje Lindblom, 2020-06-12

Printed by Mid Sweden University, Sundsvall

ISSN: 1652-893X

ISBN: 978-91-88947-54-3

Faculty of Science, Technology and Media

Mid Sweden University, Holmgatan 10, 851 70 Sundsvall, Sweden

Phone: +46 (0)10 142 80 00

Mid Sweden University Doctoral/Licentiate 324

*Till mormor Dagny, 1925–2014 & farfar KJ, 1895–1995*

“Photography is a foreign language everyone thinks he speaks”

– Philip-Lorca diCorcia



# Tack!

Att skriva en avhandling är en ansträngning som av vissa jämförts med ett maraton. Men ett maraton är, enligt mig, inte är särskilt spännande, intressant eller ens viktigt. Adjektiv som jag sammanfattar min doktorandtid med tack vare inspirerande och kloka handledare.

Professor Ingela Wadbring, tack för strukturen och motivationen! Det skulle inte ha blivit en avhandling utan dina kloka råd och stöd. Tack docent Jonas Harvard, för all peppning och inputs!

Tack också till professorerna Lars Nord och Catrin Johansson för allt stöd och för den avslutande läsningen av detta avhandlingsmanus.

Två stora tack till professor Gunnar Nygren vid Södertörns högskola och professor Jan Fredrik Hovden vid Universitetet i Bergen, som båda läste, kommenterade och diskuterade tidigare versioner av avhandlingen.

Tack även till alla kollegor vid Institutionen för medie- och kommunikationsvetenskap vid Mittuniversitetet som på olika vis bidragit till att jag kunnat fullfölja mitt avhandlingsarbete. Två särskilda tack vill jag rikta till före detta avdelningscheferna Elisabet Ljungberg och Christina Grandien.

Tack också till Anne-Marie och Gustaf Anders stiftelse för medieforskning som finansierade projektet *Nyhetsbilden i förändring*, vilket var med och delfinansierade denna doktorandtid.

Någon avhandling skulle det inte ha blivit om inte 40 respondenter från branschen ställt upp och besvarat mina frågor. Tack till er alla! Tack även till bildchef Per Björkman på Dagens Nyheter och administrativ bildchef Mats Schagerström på TT Nyhetsbyrån lär mig observera redaktionerna.

Utän stöd från familj och vänner kommer man inte långt.

¡Gracias, Gaby, por todo en los tiempos de Covid-19!

Slutligen, tack för att ni finns, Mor & Far, Sofia, Henrik, Malte och Majken – och jag tillägnar denna avhandling till mormor Dagny, som tog mig med på mina första resor ut i världen, och till farfar KJ, som lät mig som barn ställa massor med frågor om hur det var förr tiden och som födde mitt intresse för historia.

Guadalajara, Mexiko

Mars, 2020

Terje Lindblom



# Innehållsförteckning

<b>Abstract in English</b> .....	<b>ix</b>
<b>1 Bildjournalist – ett yrke i kris?</b> .....	<b>1</b>
1.1 Avhandlingens analysram och några begrepp.....	2
1.2 Ett marknadsorienterat samhälle .....	4
1.3 Ekonomi och teknik påverkar dagspressen .....	5
1.4 De svenska redaktionerna .....	7
1.5 Avhandlingens syfte och disposition .....	9
<b>2 Det journalistiska fältet</b> .....	<b>11</b>
2.1 Fältbegreppet.....	11
2.2 Studier av det journalistiska fältet .....	12
2.3 Fältet och professionen.....	14
2.4 Kapital: mer än ett ekonomiskt begrepp.....	15
2.5 Habitus: med magkänsla för nyheter .....	18
2.6 Doxa och ethos: det som tas för givet.....	19
2.7 Illusio: spelet om journalistiken .....	20
2.8 Gränsarbete och gränsobjekt – användbara begrepp.....	21
2.9 Förändringar kräver nya modeller.....	24
2.10 Att förhålla sig till Bourdieus begrepp.....	27
<b>3 Bildjournalistiken i dagspressen</b> .....	<b>30</b>
3.1 Etthundra år av journalistiskt motstånd .....	30
3.2 Den moderna bildjournalistiken tar form .....	31
3.3 Bildjournalistikens glansperiod.....	33
3.4 Konkurrens från tv-mediet ökar.....	34
3.5 Ny digital teknik och ökade krav på utbildning .....	35
3.6 Bilder och bildjournalister i ett nytt sekel.....	36
<b>4 Tidigare forskning om journalister</b> .....	<b>39</b>
4.1 Ideal och normer bland journalister och bildjournalister .....	39
4.2 Statuspositionerna mellan yrkesrollerna .....	42
<b>5 Metod och material</b> .....	<b>45</b>
5.1 Strategiskt urval av intervjupersoner.....	45
5.2 Genomförande av intervjuerna .....	49
5.3 Kodning och analys .....	51
5.4 Den språkliga hanteringen och presentationen.....	52
5.5 Från pressfotograf till forskare – min förförståelse.....	53
5.6 Diskussion kring studiens styrkor och svagheter .....	55
<b>6 Ideal och verklighet inte samma sak</b> .....	<b>57</b>
6.1 Trovärdighet och autonomi viktigt för bildjournalister .....	59
6.1.1 Att vara närvarande tar tid.....	60
6.1.2 Tidspress har ändrat villkoren .....	62
6.1.3 Högt symboliskt kapital ger möjligheter.....	63
6.2 Förklara och avslöja centralt för reportrar .....	65
6.2.1 Autonomi för folkbildning och undersökning.....	65
6.2.2 Idealen kontra marknadsorienteringen.....	68
6.2.3 När marknaden tränger sig på .....	70

6.3 Viss inrättning i ledet bland multijournalisterna .....	72
6.3.1 Läsarstatistiken formar normer .....	72
6.3.2 Marknadsorienteringen oförenlig med idealen .....	75
6.3.3 Strategier för autonomi och etik .....	77
6.4 Chefer verkar i en marknadsstyrd verklighet.....	79
6.4.1 Snabbheten överordnad annat.....	79
6.4.2 Fördjupning inte oväsentlig .....	82
6.4.3 Objektivitet eller subjektivitet, det är frågan.....	83
6.5 Motstridiga ideal i fältet .....	85
<b>7 Differentierad status i fältet .....</b>	<b>89</b>
7.1 Dubbla budskap ifråga om anseende .....	91
7.1.1 En gång chaufför, alltid chaufför?.....	91
7.1.2 Prisade bildjournalister har framtidstro.....	94
7.1.3 Bilderna är omtvistade gränsobjekt.....	97
7.1.4 Att instagramma och tävla om positionerna .....	100
7.2 Reportrar med självförtroende .....	102
7.2.1 Kulturellt kapital och leverans ger autonomi.....	102
7.2.2 Om pressfotografer respektive bildjournalister.....	105
7.2.3 Texten styr trots bildernas ökade betydelse.....	108
7.2.4 Texter är reportrarnas distinkta gränsobjekt.....	110
7.3 Multijournalisternas varumärke: flexibilitet .....	112
7.3.1 Är multijournalisterna de stora hjältarna?.....	112
7.3.2 Tudelad syn på bildjournalisterna .....	115
7.3.3 Bilder är superviktiga.....	117
7.3.4 Gränsobjekten är både bilder och videor .....	119
7.4 Cheferna i en tuff ekonomisk verklighet.....	123
7.4.1 Ingen given status att vara mediechef.....	123
7.4.2 Att kompetensväxla från fotografer till bildjournalister .....	125
7.4.3 Ett uppsving för bildjournalistiken.....	129
7.4.4 Nyttä och kunskap är gränsobjekt.....	131
7.5 Nya positioner i ett förändrat fält? .....	135
<b>8 Ordmänniskor mot bildmänniskor?.....</b>	<b>138</b>
8.1 De som deltar i spelet blir anställda .....	138
8.2 Självklarheterna i fältet är inte lika självklara .....	141
8.3 De nya och gamla förkroppsligade vanorna i fältet .....	142
8.4 Betydelsen av kapital i fältet .....	145
8.5 Det journalistiska fältet i dagens digitala samhälle.....	146
8.6 Bildjournalister och bildjournalistik i ett marknadsorienterat samhälle .....	149
<b>9 English summary.....</b>	<b>152</b>
<b>10 Litteratur.....</b>	<b>157</b>
<b>11 Bilagor .....</b>	<b>164</b>

# Abstract in English

The restructuring of Swedish newspapers due to technological and economic changes in the last decade has hit journalists, and especially photojournalists, very hard. In 2017, Sweden's 165 daily newspapers only employed a total of 60 photojournalists combined, with 70 newspapers left with no photojournalist on staff at all. However, during the same time period the use of images in Swedish newspapers increased.

Using Bourdieu's field theory, the purpose of this dissertation is to analyse the positions of photojournalism and photojournalists in the Swedish journalistic field during a crucial and important time for the media industry.

The empirical material consists of 40 semi-structured interviews with 10 photojournalists, 10 multi-skilled journalists, 10 reporters and 10 media managers in national, regional or local newspaper media, as well as freelancers in the field. The actors varied in age, gender and number of years in the field, as well as having different amounts of symbolic, cultural or social capital, in accordance with Bourdieu's field theory.

The study shows that Swedish photojournalists' ideal was to document the world with their photojournalism and to dedicate a significant number of working hours to produce these visual stories. However, these time-consuming ideals and norms came into conflict with the market-oriented ideals and norms described by other actors in the journalistic field.

This increased market orientation also meant that although photojournalism itself was described as achieving an increased importance to all actors, the photojournalists hadn't received a correspondingly higher social status.

The study concludes that the commercial importance of photojournalism to the market-oriented journalistic field, as described by actors in the field, shows how it had become a professional boundary object which in turn exposes an on-going professional boundary work and symbolic power struggles between, on the one side, media managers, reporters and multi-skilled journalists and on the other side, photojournalists, concerning the doxa and ethos of photojournalism which in turn is affecting the professional position of photojournalists in the Swedish journalistic field.

**KEYWORDS:** Photojournalism, Photojournalist, Field Theory, Boundary object, Boundary work.



# 1 Bildjournalist – ett yrke i kris?

De rationaliseringar som pågått i den svenska mediebranschen sedan sekelskiftet har slagit hårt mot redaktionerna, och inte minst mot bildjournalisterna. I mitten av 2010-talet fanns det nästan inga fast anställda bildjournalister kvar på de svenska dagstidningarna. Bildredaktioner på många av landets alla lokala dagstidningar, som före sekelskiftet hade en stark ställning, lades ned och försvann (jfr. Forsell, 2004).

Parallellt har emellertid bildanvändningen ökat inom dagspressen under de senaste 20 åren (Wadbring & Nilsson, 2016), och vårt samhälle översköjs av information i form av bilder, videor och illustrationer.

Delvis är det den tekniska utvecklingen som förändrat bildjournalisternas roll, genom att det blivit allt enklare för vem som helst att ta bilder. Men är det hela förklaringen? Utgångspunkten i den här avhandlingen är att den digitala tekniken naturligtvis spelat stor roll för utvecklingen, men andra faktorer spelar också roll för hur vi ska förstå bildjournalistikens och bildjournalisternas ställning i samhället.

Varför då skriva en avhandling om bildjournalistik och bildjournalister? Ett viktigt skäl är att bilder är viktiga. Det vi ser är betydelsefullt för hur vi uppfattar vår omvärld. Ögonrörelsestudier har visat att när människor läser något i dagstidningar eller på digitala plattformar, tittar de på bildmaterialet innan de läser texten (Holsanova, 2010). Samtidigt har minnesforskning visat att vi lättare förstår och minns komplicerad information genom bilder. Fenomenet kallas för *Picture Superiority Effect* (Hockley, 2008).

Det är därför inte så konstigt att många historiska bilder har blivit ikoniska, till exempel den napalmbrända nakna flickan från Vietnamkriget, bilder från World Trade Center den 11 september eller bilden på den drunknade syriska flyktingpojken Aylan Kurdi. De är alla exempel på bilder som etsats sig fast i minnet hos många människor.

Förmodligen är det dock färre som minns vilka bildjournalister som fotograferade dessa ikoniska bilder. Den napalmskadade flickan förevigades av fotograf Nick Ut vid bildbyrån Associated Press (Rosenblum, 2007; Seo, 2018). Tidskriften Times skickade ut hela 25 bildjournalister att fotografera attacken morgonen den 11 september (Kobré, 2017) och den turkiska frilansbildjournalisten Nilufer Demir var den som fotograferade Aylan Kurdis livlösa kropp (CNN, 2015).

De nämnda ikoniska bilderna har alla tagits av professionella bildjournalister, men frågan är om det kommer att se ut så i framtiden. Mer troligt är kanske att andra personer än bildjournalister är på plats vid viktiga

skeenden, och därmed kommer att vara de som håller i kameran. För att tala med den franske sociologen Pierre Bourdieu, kan vi säga att det bildjournalistiska fältet håller på att förändras. Det är detta fält som står i centrum i avhandlingen.

## 1.1 Avhandlingens analysram och några begrepp

Den digitala tekniken har redan nämnts som en central faktor för hur bildjournalististers arbete förändrats, genom att i princip alla har tillgång till tekniken. En annan viktig yttre faktor är de ekonomiska ramarna som kraftigt påverkat mediehusen. De neddragningar som skett på redaktionerna under 2000-talets första decennier har sin bakgrund i en helt och hållet omvandlad mediemarknad, där samspelet mellan annonsintäkter och förändrade ekonomiska konsumentbeteenden lett till en negativ spiral för de traditionella mediehusen. De ekonomiska förändringarna har i sin tur sitt ursprung i bland annat digitalisering och globalisering (Ohlsson, 2017), och det är svårt att isolera faktorer från varandra.

När man talar om vilka faktorer som påverkar mediehusens möjlighet att bedriva verksamhet, så brukar ibland politiken finnas med, liksom publikbeteendet i sig (Weibull & Wadbring, 2020). Även tillgången till källor kan vara en påverkansfaktor (Nord & Strömbäck, 2012). Ytterligare andra lägger till ägare, eller samhället som helhet som förklaringsfaktorer till varför medievärlden ser ut som den gör (McQuail, 2002). Det är således många faktorer som kan vara betydelsefulla för att analysera mediehusens verksamhet, och beroende på analysnivå och fokus kan olika avgränsningar göras. I denna avhandling är det framför allt teknik och ekonomi som är av betydelse vad gäller yttre faktorer. Inom ramen för ekonomi ingår såväl annonsörs- som konsumentbeteenden av ekonomiskt slag, dvs. inte hur konsumenterna tar del av bilder, utan hur de agerar i ekonomiskt hänseende ifråga om mediekonsumtion.

De yttre faktorerna är viktiga att ha med i en analysram, som en kontext. Fokus i avhandlingen är emellertid inte de yttre faktorerna, utan snarare de inre faktorerna i det journalistiska fältet. Mediebranschen ses som en social arena där aktörer, personer och organisationer, formar en inre logik med sina värderingar, normer och ideal, vilka blir unika för detta fält (jfr. Bourdieu, 1998). I denna avhandlings centrum står bildjournalistiken och bildjournalisterna, som i sin tur är en del av hela det journalistiska fältet. Bildjournalistiken och bildjournalisterna utgör därför ett subfält i fältet (jfr. Benson, 2006). En empirisk avgränsning som gjorts är att avgränsa studien till

dagspressbranschen som en del av hela mediefältet. En annan empirisk avgränsning som gjorts berör tidsperioden: studien behandlar mitten av 2010-talet.

I figur 1 finns illustrerat hur denna analysram för avhandlingen ser ut. I centrum finns det journalistiska fältet, oavsett vilken redaktion vi talar om. Det är inte redaktionerna i sig som är väsentliga, utan det är grupper av aktörer som finns på alla redaktioner. Bildjournalistiken utgör det visuella innehåll i den journalistiska produktionen som på så vis bildar ett subfält i det journalistiska fältet genom förutsättningarna för dess produktion i dagstidningsbranschen, i relation till det skrivna ordet, men med en särställning i avhandlingens fokus. Utanför det journalistiska fältet har vi de ekonomiska och de tekniska villkoren, som tillsammans helt förändrat mediebranschens möjligheter att verka och som därmed även påverkat förutsättningarna för det bildjournalistiska subfältet och dess aktörer. Runt alltsammans har vi också en samhällsram, eftersom mediebranschen inte kan förstås isolerad, utan måste ses i ett sammanhang.

*Figur 1. Avhandlingens analysram*



Värt att nämna i detta sammanhang är också min användning av begrepp inom det journalistiska fältet. Där finns fyra yrkesgrupper som jag utgår från i den empiriska delen av avhandlingen: chefer, reportrar, multijournalister och bildjournalister. Chefer och mellanchefer har ett ansvar som övriga yrkesgrupper saknar. Reportrar är också en distinkt kategori, som i huvudsak gör research, intervjuar och skriver. De båda andra grupperna är något mer besvärliga att definiera.

Jag har valt att använda begreppet bildjournalist istället för fotograf eller pressfotograf. Skälet är att de båda kommer in i fältet från olika håll. En fotograf är primärt just fotograf, och benämns i äldre litteratur näst intill som

hantlangare till en journalist. En bildjournalist däremot, har journalistiska ambitioner och utför research och skriver ibland sina egna reportage, mer självständig som aktör i fältet.

Distinktionen mellan bildjournalist och multijournalist är därför inte helt given, och båda grupperna ingår i det empiriska materialet. Båda gör journalistiska arbetsuppgifter, men jag menar att de har olika huvudsakliga fokus. En bildjournalist arbetar primärt med visuell produktion, såsom stillbilder och videor, och är ofta utbildad för just det, medan en multijournalist är mer av generalist där bildhantering är ibland en mindre del av arbetet. Ibland används begreppen emellertid som synonymer (jfr. Tait, 2017) och tidigare har även begreppet videojournalist använts (Bock, 2011a, 2001b).

I det följande kommer jag att ta avstamp i den yttersta delen av analysramen först, för att klargöra de omgivande villkoren för bildjournalistiken och bildjournalisters möjlighet att verka. Därefter drar vi oss inåt.

## 1.2 Ett marknadsorienterat samhälle

Med undantag för public service-medierna och de ideella medierna, verkar alla medieföretag på en öppen, kommersiell marknad. Så har det varit sedan starten av dem, i dagspressens fall ofta redan på 1800-talet. Vad innebär det då att verka på en kommersiell marknad?

En kommersiell marknad är vinstdriven, eller måste åtminstone kunna visa svarta siffror för att alls överleva. Det innebär att alla verksamheter måste vara marknadsorienterade; att sälja något som ingen vill köpa är en riktigt usel idé. Samtidigt talar man ofta om att kommersialiseringen eller marknadsorienteringen har *ökat*, oavsett vilken bransch man talar om. Konnotationerna varierar däremot kraftigt beroende på såväl bransch som vilken ideologisk ståndpunkt den har som talar om den ökande kommersialiseringen (Ots, 2012).

Några exempel på tidig kommersialisering är jordbruket och tillverkningsindustrin. När självhushållning övergavs till förmån för handel ledde det på sikt till billigare mat och saker, och att en marknad alls uppstod (McKendrik et al., 1982). Senare exempel på kommersialisering är skolväsendet, där kommunala skolor fått konkurrens av privata alternativa. Det handlar då om såväl finansiering som ansvar och ideologi (Molnar, 1996).

Strängt taget betyder kommersialiseringen av en marknad egentligen ingenting mer än att tjänster och varor säljs, och förväntas ge vinst. När vi

däremot talar om en ökad marknadsanpassning, så handlar det snarare om en process som är möjlig att driva på eller bromsa (jfr. Wadbring, 2012).

Exempel på sådana marknadsanpassade förändringar är de avregleringar av statliga verksamheter och bolag som började i Storbritannien under Margaret Thatchers regering och som spred sig till Sverige under slutet av 1980-, och början av 1990-talet. Dessa avregleringar handlade framför allt om att utsätta statlig och offentlig verksamhet för konkurrens. Exempel är banker, skola och omsorg, energimarknad och telekommarknad. Därutöver skrevs frihandelsavtal över hela världen, och WTO inrättades för att överse den ökande handeln av varor och tjänster över nationsgränserna (Johansson & Lagergren, 2008).

Ett tydligt exempel på den ökade marknadsanpassningen på mediemarknaden i Sverige var tillkomsten av kommersiell radio och tv i början av 1990-talet (Weibull & Wadbring, 2020). I samband med digitaliseringen har marknadsanpassningen ökat, både för medieföretag och andra företag. Google och Facebook är två av de företag som ritat om mediekartan helt och hållet.

### 1.3 Ekonomi och teknik påverkar dagspressen

En sund ekonomi är det mest grundläggande villkoret för att kunna verka på en marknad. Kvällstidningarna hade sin all time high omkring 1970, medan morgontidningarna hade sin allra bästa tid i skiftet 1980/1990-talet, det vill säga ungefär samtidigt som marknadsanpassningen på mediemarknaden startade. Det handlade om såväl upplaga som ekonomi (Weibull & Wadbring, 2020).

Alla dagstidningar har en tudelad finansieringsmodell, som i och med digitaliseringen håller på att erodera. En bit in på det nya seklet byggde finansieringsmodellen fortfarande på att publiken köpte en prenumeration (morgontidningarna) eller lösnummer (kvällstidningarna), och att tidningarna kunde sälja publikens uppmärksamhet till annonsörerna. För morgontidningarna har annonsintäkterna dominerat, medan publikintäkterna dominerat för kvällstidningarna (Gustafsson, 2005). I takt med digitalisering och globalisering har det inte varit möjligt för dagspressen att behålla vare sig sina annonsintäkter eller sina publikintäkter.

Dagstidningarnas annonsintäkter har sjunkit med ungefär 40 procent, eller 4,8 miljarder kronor, mellan 2011 och 2017. Detta har skett trots att annonsmarknaden under samma period gick på högvarv. Slående är också att det är de medier som bär journalistik som drabbats hårdast (Egge et al., 2018). Allra

värst drabbade är morgontidningarna, medan kvällspressen har klarat sig något bättre tack vare att de lyckats väl med annonsförsäljningen online. Den digitala annonsförsäljningen kompenserar inte för det totala inkomstbortfallet för dagstidningarna som helhet, och den negativa trenden spås fortsätta (Ohlsson, 2017).

Det främsta skälet för nedgången är att annonsörernas reklaminvesteringar gått från dagstidningar till globala, digitala teknikföretag. De sistnämnda kan erbjuda en riktad annonsering till utvalda kunder, exempelvis genom sökordsmarknadsföring (Google), riktade annonser i sociala medier direkt i mobilen (Facebook, Instagram, Twitter) eller riktad webb-tv-annonsering (Youtube). Priserna för att marknadsföra sig i dessa kanaler är dessutom lägre än i traditionella medier. Av alla digitala reklaminvesteringar i mitten av 2010-talet stod de utomnordiska (läs Google och Facebook) för över 60 procent (Ohlsson, 2017). De internationella teknikjättarna uppskattades stå för drygt 80 procent av de digitala reklaminvesteringarna år 2017 (Egge et al., 2018).

Annonseringen är en viktig del i medieföretagens ekonomi. Om den sviktar, måste en större del av intäkterna komma från läsarna. Under lång tid var mediernas innehåll online gratis, vilket gjorde att människor vande sig vid att kunna ta del av det enkelt och utan kostnad. Kvällstidningarnas innehåll är fortfarande i stor utsträckning fritt, medan i princip alla svenska morgontidningar idag har en betalvägg (Weibull & Wadbring, 2020).

År 2018 hade ungefär hälften av befolkningen en morgontidningsprenumeration, medan över 70 procent hade det ända fram till 2007. Det är mycket stor skillnad mellan yngre och äldre; äldre har i stor utsträckning behållit sin prenumeration, men relativt få yngre skaffar sig en. Kvällstidningarna kan inte mätas på samma sätt, men det är tydligt att de står stabila på ett annat sätt än morgontidningarna sett till läsning, även om den inte med nödvändighet inkluderar betalning (*Mediebarometern 2018, 2019*).

Parallellt med den negativa ekonomiska utvecklingen sett till antal prenumeranter och annonsörer, har medieföretagen kraftigt höjt sina prenumerationspriser för den tryckta dagstidningen. Det har dock inte kompenserat för det totala inkomstbortfallet. Sammanräknat har dagstidningarnas intäkter minskat med en halv miljard per år sedan 2008, och medieföretagen har därför tvingats att effektivisera sin verksamhet (Truedson, 2018).

Om ökad konkurrens, marknadsanpassning, är en förklaring till neddragningar och effektivisering i de svenska mediehusen, är utvecklingen av digital teknik en annan.

Förutom att det är lättare för annonsörerna att nå specifika målgrupper med sina budskap, har den tekniska utvecklingen medfört att alla människor ständigt är uppkopplade och kan ta emot alla typer av medierat journalistiskt innehåll i sina mobiler. Det är en avgörande skillnad mot för 20 år sedan då medieföretagen var uppdelade och organiserade kring specifika tekniker. Till exempel krävdes det tryckteknik för att publicera tidningar, eller sändningsutrustning för att sända radio eller teve. Numera kan i princip vem som helst producera medieinnehåll och publicera det på nätet (Weibull & Wadbring, 2020). Dessutom är annonserna inte lika viktiga för medie-publiken längre, eftersom en stor del av shoppingen flyttat från fysiska butiker till nätet (Ohlsson, 2017).

Teknikens största betydelse – sett till avhandlingens fokus – är emellertid hur den har förändrat redaktionernas arbetssätt. Vi närmar oss därmed analysmodellens kärna, om än inte riktigt än det journalistiska fältet.

Redan några år in på det nya seklet diskuterades om redaktionerna var på väg att bli nyhetsfabriker. Multireportrar som kan göra många moment, standardisering av arbetet, ständig publicering, en ny slags (interaktiv) relation till publiken och nya redaktionella system är några exempel på sådant som tekniken möjliggjort och påverkat (Nygren, 2008b). Ett annat exempel på teknikens betydelse på redaktionerna är att teknisk personal idag har en självklar plats på redaktionerna, vilket har gett upphov till stora redaktionella förändringar (Westlund, 2011). Den tekniska utvecklingen på redaktionerna återkommer vi till i avhandlingen som helhet, inte minst i de empiriska delarna.

## 1.4 De svenska redaktionerna

Antalet medlemmar i Journalistförbundet var 2019 nästan 15 000. Då har man under senare år vidgat begreppet så att även andra medarbetare än specifikt journalister är medlemmar. Antalet medlemmar är relativt stabilt över tid (Weibull & Wadbring, 2020).

På de svenska redaktionerna kan man däremot inte säga att det råder stabilitet. Här har antalet journalister minskat kraftigt sedan början av 2010-talet, även om nedgången nu planat ut. Mellan 2013 och 2019 har en fjärdedel av medarbetarna på dagstidningarna försvunnit. Public service har klarat sig bättre, och antalet medarbetare på Sveriges Radio har till och med ökat kraftigt. Det finns även exempel på nyanställningar av bildjournalister under 2018, exempelvis på Göteborgs-Posten (Nygren & Nord, 2019).

Det finns skäl till de generella neddragningarna på redaktionerna. Sett till dagspressens totala ekonomi, så har den aldrig varit så problematisk som 2018. Bruttomarginalen var negativ, -2,2 procent (Facht & Ohlsson, 2019). Sparande har skett på många olika sätt: genom att säga upp personal, söka samordningseffekter genom sammanslagningar och slå ihop delar av mindre dagstidningars redaktioner samt lägga ut delar av den journalistiska produktionen på produktionsbolag, nyhetsbyråer och frilansare (Werne, 2018).

Uppsägningsvågen har naturligtvis också drabbat bildjournalisterna. Bland Sveriges totalt 165 dagstidningar stod 70 helt utan anställda bildjournalister år 2017, och på de övriga svenska dagstidningarna fanns endast 60 tillsvidareanställda bildjournalister kvar (Jansson & Lundquist, 2017). Flera stora tidningar som till exempel Expressen och Sydsvenskan, som tidigare hade stora bildavdelningar med flera anställda bildjournalister, hade i mitten av 2010-talet inga fastanställda utan anlidade bara med frilansbildjournalister (Journalisten, 2016a; Resumé, 2016).

Att många dagstidningar helt saknar anställda bildjournalister innebär emellertid inte att dagstidningar är utan bilder. Forskning har visat att under 2010-talet ökade antalet nyhetsbilderna från bildbyråer i dagstidningar (Wadbring & Nilsson, 2016) och parallellt med rationaliseringarna har ett yrkesmässigt skifte skett där de kvarvarande journalisterna har fått utökade arbetsuppgifter och förväntas även fotografera, filma videor och livesända webbtve. Införandet av den så kallade multijournalistrollen har beskrivits både som en försämring på bekostnad av kvalitet men också som en förnyelse av den journalistiska yrkesrollen (Nygren, 2008a; 2008b; Nygren & Lindblom, 2019).

Tidningsbranschen kan studeras som ett fält, enligt Pierre Bourdieus sätt att betrakta det (Bourdieu, 2005b). Ett sådant fält kan kortfattat sägas bestå av aktörer och organisationer som formar en inre logik med sina värderingar, normer och ideal, som blir unika för detta sociala fält. Denna för-givet-tagna logik skapar förutsättningar i fältet för hur aktörerna kan tänka, agera och bete sig, vilket i sin tur skapar en slags social likriktning (jfr. Benson, 2006. s. 188). I avhandlingen kommer jag att utgå från fältbegreppet och Bourdieus begreppsvärld. Teoretisk inspiration kommer också att hämtas från den sociologiska professionsforskningen, samt från tidigare studier inom området. Den nyfikna frågan handlar om hur journalister i allmänhet och bildjournalister i synnerhet navigerar och resonerar i detta föränderliga fält.

## 1.5 Avhandlingens syfte och disposition

De svenska tidningsredaktionerna har alltså genomgått en stor omvandling sedan sekelskiftet. Alla journalister har drabbats, på ett eller annat sätt. Många har fått sluta, vilket inte minst gäller bildjournalister, och för andra är arbetsförhållandena radikalt förändrade. Det är rimligt att tänka sig att bildjournalisters och bildjournalistikens ställning förändrats i och med alla förändringar som branschen som helhet drabbats av. Förändringen i sig är emellertid svårfångad, och jag har istället valt att analysera en ögonblicksbild.

Det specifika syftet med detta avhandlingsarbete är att analysera bildjournalistiken och bildjournalisters position under en avgörande tid för det journalistiska fältet. För att uppfylla syftet har jag utgått från två frågeställningar:

1. Hur betraktas den bildjournalistiska yrkesrollen och bildjournalistiken av aktörerna i fältet och hur förhåller sig dessa beskrivningar till journalistiska ideal och normer?
2. Vilken status tillskrivs bildjournalisterna och bildjournalistiken i förhållande till övriga aktörer och till journalistiken i fältet?

Den övergripande analysramen finns presenterad ovan (figur 1). I kapitel 2 följer de teoretiska utgångspunkterna för studien. Där kommer Pierre Bourdieus begreppsvärld att förklaras närmare, och i viss mån kompletteras med professionsteoretiska synsätt.

Det tredje kapitlet tar upp de tidigare – relativt begränsade och mestadels internationella empiriska – studier som är gjorda på bildjournalistik och bildjournalister. Det utgörs till stor del av en tillbakablick in i fotografins och bildjournalistikens historia, i syfte att ge en bakgrund till bildjournalisternas roll och bildjournalistikens framväxt i tidningsbranschen.

I det fjärde kapitlet redogörs för aktuella och för detta avhandlingsarbete relevanta resultat från i den tidigare medieforskningen beträffande liknande frågeställningar: vad studier visat avseende de journalistiska idealen, normerna och yrkesutövarnas positioner i fältet.

Därefter presenteras studiens metod och material i kapitel 5, vilket leder över till de båda empiriska kapitlen, 6 och 7. Empirin består av intervjuer med 40 verksamma bildjournalister, reportrar, multijournalister och chefer inom den svenska tidningsbranschen. I slutet av de båda empiriska kapitlen sammanfattas och diskuteras respondenternas uppfattningar i förhållande till den tidigare forskningen.

I det avslutande kapitlet, kapitel 8, analyseras resultaten utifrån Bourdieus begrepp och den tidigare forskningen i syfte att diskutera vad det sagda kan ha för framtida betydelse för det journalistiska fältet.

## 2 Det journalistiska fältet

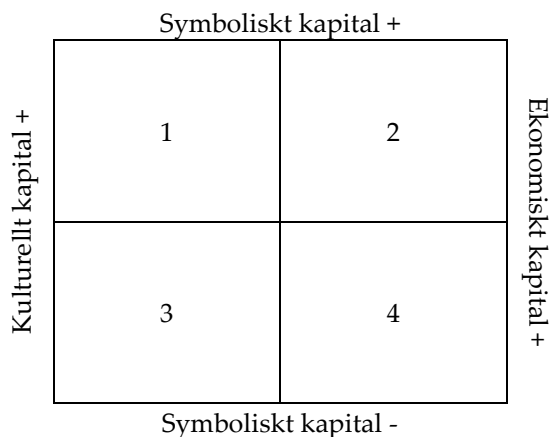
Det finns många sätt att empiriskt studera förändringar inom ett socialt sammanhang. Ett sätt som de senaste decennierna anammats av allt fler medieforskare är att betrakta journalistiken och dess yrkesutövare som aktörer i ett socialt fält, vilka kämpar om något som är viktigt för dem. Detta teoretiska betraktelsesätt utvecklades av den franska sociologen Pierre Bourdieu under 1900-talet, fram till hans bortgång 2002.

Pierre Bourdieus begreppsvärld kommer att utgöra avhandlingens huvudsakliga teoretiska utgångspunkt för att analysera det journalistiska fältet. I arbetet har även sociologisk professionsforskning använts, och den presenteras också i detta kapitel.

### 2.1 Fältbegreppet

Förenklat kan man alltså säga att Bourdieus fältteori innebär att alla sociala sammanhang kan studeras som sociala företeelser. Fältet innefattar människor eller institutioner som han kallade för aktörer. Fältet i sig är tredimensionellt, där det symboliska kapitalets volym, kapitalets struktur och hur det utvecklas i fältet över tid bildar de tre dimensionerna. Det är strukturen hos de sociala relationerna som bestämmer aktörernas sociala position (Bourdieu, 1986). I figur 2 finns en principskiss över kapitalets fördelning i det sociala rummet, för att förtydliga resonemanget.

Figur 2. Principskiss över det sociala rummet



En mycket förenklad introduktion till det hur det sociala rummet kan betraktas är att aktörer i ett fält – vilket som helst – kan ha ett lågt eller högt kapital, och det kan dra åt det kulturella eller ekonomiska hållet. Exempelvis har både en professor och en företagsledare högt kapital, men den förra har i huvudsak ett högt kulturellt kapital, och den senare har i huvudsak ett högt ekonomiskt kapital. Aktörerna i ett fält investerar kraft och energi för att nå renommé och prestige, och för att förflytta sig i fältet, dvs. den tredje dimensionen. Bourdieu kallade detta för det *symboliska kapitalet*.

Det är aktörernas olika *habitus*, dvs. deras inlärdas tankesätt, handlingsätt eller vanor, som gör att vissa lyckas bättre än andra med att förflytta sig i fältet. Över tid ackumulerar de enskilda aktörerna och fältets institutioner ett allt högre symboliskt kapital, och de kan då påverka fältets sociala regler på ett annat sätt än aktörer som har ett lägre kapital. I vardagligt tal kallar vi dessa sociala regler för ideal och normer, men Bourdieu använder begreppen *doxa* och *ethos*. Andra aktörer kan i sin tur svara med att antingen följa dessa doxa och ethos eller utveckla strategier för att manövrera fältets regler och normer, eller genom att kämpa med andra aktörer kring hur fältets normer och ideal ska definieras.

Det är på detta sätt jag betraktar det journalistiska fältet. De aktörer som finns på det journalistiska fältet, och som ingår i avhandlingens empiriska del, är förutom bildjournalister, skrivande journalister, multijournalister samt redaktionella chefer.

## 2.2 Studier av det journalistiska fältet

Yrkesrollerna i fältet har förändrats över tid, inte minst på grund av en förändrad ekonomisk verklighet. Kravet att aktörerna ska bli multikunniga, i syfte att producera all typ av journalistiskt material, har till exempel ökat (Nygren, 2008b; Nygren & Zuiderveld, 2011), och de redaktionella cheferna som tidigare ansvarade för det journalistiska innehållet ansvarar alltmer för de ekonomiska och administrativa delarna på dagstidningarna (Andersson, et al., 2018).

Ett fält är autonomt, och en självständig del av samhället i förhållande till andra fält i samhället. För att upprätthålla journalistikens autonoma ställning som fält, följer de allra flesta journalister globala, professionella normer och ideal som styr deras ställningstaganden och ageranden i yrket (jfr. Hanitzsch, 2007, 2011). Många medieforskare har använt fältbegreppet i relation till journalistiken.

Den danska medieforskaren Ida Schultz (2006) var en av de tidigaste forskarna att använda sig av Bourdieus sociologiska begrepp då hon observerade de journalistiska aktörerna inne på danska nyhetsredaktioner. Hon menar att det finns en journalistisk fältspecifik vana eller, som Bourdieu kallar det, ett habitus bland aktörerna som hjälper dem att välja nyheter ur ett stort flöde av händelser som sker varje dag. Schultz (2007) har också bekräftat att exklusiva nyheter och avslöjanden utgör ett symboliskt kapital i fältet.

Två svenska exempel på hur fältbegreppet använts i tidigare studier av journalistik är för det första Margareta Melins (2008) studie, där hon jämförde kvinnliga journalisters karriärvägar i svenska och brittiska medier och hur dessa hanterade den manliga dominansen i de respektive ländernas journalistiska fält. För det andra har Jenny Wiik (2010) via enkätstudier av ideal och normer bland journalister funnit bland annat att journalisters ideal och normer har blivit mer homogena i takt med att branschen blivit allt mer marknadsorienterad.

I Norge har forskaren Jan Fredrik Hovden (2012) studerat vad aktörerna ansåg gav dem status och prestige i fältet. Han fann att yrkesroller, arbetsplatser och utmärkelser hade olika prestige för aktörerna. I Bourdieus begreppsvärld kallas detta alltså fältets symboliska kapital.

Sociala fält, såsom journalistiken, kan i Bourdieus mening överlappa varandra och "likt kinesiska askar inrymma mindre delfält", som Broady skriver (1991). Sett ur detta perspektiv kan olika yrkesroller i det journalistiska fältet och dess aktörer forma delfält eller subfält inom gränserna för det journalistiska fältet (jfr. Bourdieu 2005b). Dessutom skulle aktörerna kunna vara synonyma med yrkesutövarna i en bransch, som till exempel bildjournalisterna.

När Bourdieu och hans kollegor, under 60-talet, studerade ifall fotografi och fotograferandet som praktik var ett fält fann de emellertid inte att detta var något egentligt fält (Bourdieu, 1990). De konstaterade att i stort sett saknades utbildningar, gallerier, museer och forskningsinstitutioner som definierade vad som var "rätt" typ av fotograf, och så att säga skiljde den rätta användningen av fotografi från den amatörmässiga. Kort sagt, alla kunde fotografera bara de införskaffade sig en kamera och framkallningsutrustning. Broady sammanfattar Bourdieus studie med att "fotograferandets praktik saknade en egen logik" (Broady, 1991).

Frågan är om det ser annorlunda ut idag. Det förekommer definitivt fler utbildningar, gallerier, museer, tävlingar och mängder med webbsidor och sociala medieplattformar som lyfter fram bildjournalistik på ett annat sätt än tidigare. Men samtidigt har det digitala fotografiets intåg inneburit ett

sammelsurium av yrkesmässiga logiker. Amatörer kan definitivt existera sida vid sida med professionella i fältet. Det är en empirisk fråga hur det bildjournalistiska fältet ser ut idag.

## 2.3 Fältet och professionen

Bourdieu's fältteori och den sociologiska professionsforskningen har en del beröringspunkter som gör att de kan komplettera varandra. Jag har därför valt att ta upp dem tillsammans i detta teorikapitel.

För det första menar professionsforskningen, i linje med Bourdieus fältteori, att en profession bör ses som en social konstruktion. Man menar att professioner och branscher ständigt omformas, förnyas eller omvandlas i och med att ny kunskap och teknik tillkommer, eller att yrken möter samhällets förändrade behov och önskemål (Fournier, 2000).

För det andra menar man att yrkesutövarna i en bransch kämpar om att definiera vad som är deras yrkesmässiga uppgift på en arbetsmarknad. Alla försvarar sina arbetsuppgifter genom att avgränsa och definiera dem mot andra närliggande yrkens och yrkesutövares arbetsuppgifter. I vissa fall försöker yrkesutövare även överta andra yrkesutövarnas arbetsuppgifter, om den egna professionen har något att tjäna på detta (Gieryn, 1983).

Modern professionsforskning menar att det nu pågår en uppluckring av traditionella yrkens dominans i samhället, och att nya yrkesroller uppstår eller att gamla yrken behöver ta till sig ny kunskap och förändras allt snabbare (Fournier, 2000). I likhet med medieforskare menar man att de nya ekonomiska och digitala förutsättningarna brutit ned traditionella yrkesgränser (jfr. Deuze, 2004; 2005; 2007), vilket ställer nya krav på yrkesrollernas integrering, kunskapsspridning och flexibilitet i fältet (Aldridge & Evetts, 2003; Fournier, 2000; Švarc, 2016). Utvecklingen av multi-journalister är ett sådant exempel som kommer att utvecklas nedan.

I sammanhanget bör dock nämnas att Bourdieu själv var kritisk till begreppet profession (Bourdieu & Wacquant, 1992). I en analytisk mening, menade han, riskerar professionsbegreppet att man tar för givet att alla yrken till syvende och sist endast var resultatet av en mängd sociala förflyttningar bland aktörerna i fältet, och att dessa manövrars syften var att undanröja andra konkurrerande aktörer ur samma fält, vilket analytiskt sett kan leda till en deterministisk syn på professioners utveckling (Bourdieu & Wacquant, 1992).

Något som Bourdieu emellertid inte kunde ta hänsyn till, eftersom hans teoretiska begreppsapparat utvecklades framför allt mellan 1960- och 1980-

talen, var den ökande marknadsstyrningen och även digitaliseringens effekter på samhället i allmänhet och yrken i synnerhet.

Jag menar att fältbegreppet har fördelen att det fungerar som ett forskningsredskap som bidrar till att synliggöra de sociala förutsättningarna, strukturerna, striderna och maktförhållandena mellan aktörer eller grupper av aktörer i ett fält (Broady, 1991), medan den moderna professionsforskningens perspektiv kan bidra till att öppna upp och fördjupa analysen kring uppluckringen av de yrkesmässiga gränserna i fältet (Fournier, 2000; Gieryn, 1983).

Detta avhandlingsarbete kommer därför att ta sin huvudsakliga utgångspunkt i Bourdieus begreppsvärld, men i analysen även låna begrepp och perspektiv från professionsforskningen.

## 2.4 Kapital: mer än ett ekonomiskt begrepp

I vardagligt tal menar vi pengar när vi talar om kapital. I Bourdieus begreppsvärld har dock begreppet kapital utvidgats till att omfatta andra former av värden än enbart monetära. I ett fält finns kapital som är av symbolisk art för de människor och aktörer som befinner sig i fältet. Det symboliska kapitalet måste dock erkännas av aktörerna i ett fält för att vara symboliskt.

I förlängningen kan alla typer av Bourdieus kapital leda till ekonomiska fördelar. Bourdieu kallade detta för kapitalkonvertering, men formerna för det symboliska kapitalet manifesteras inte lika tydligt som det ekonomiska kapitalet. Andra slags kapital än det ekonomiska är därför mer dolt, och starkt kopplat till aktörernas uppfattning om av vad de upplever som värdefullt i ett fält. Med andra ord kan Bourdieus kapitalbegrepp användas som analytiskt verktyg för att observera "det som erkännes, som tillerkänns värde, som åtnjuter förtroende" som Bourdieu-uttolkaren Donald Broady skriver (1991, s.172).

Ovan nämndes att de norska journalisterna uppfattade att olika yrkespositioner hade olika prestige. Översatt till Bourdieus begrepp innebär det att de hade olika mängd symboliskt kapital. Paradoxalt nog var det till exempel mer prestigefyllt att arbeta som pressfotograf än att arbeta som sportjournalist. Samtidigt ansågs det vara mer prestigefyllt att ha publicerat bilder i en nationell dagstidning än att vara pressfotograf (Hovden, 2012). En pressfotografs tekniska kunskaper och förmåga är alltså inte det som värdesätts mest i det fältet, utan det är produkten. Det är själva publiceringen av bilden i den prestigefyllda tidningen som har ett symboliskt värde.

Symboliskt kapital ska alltså inte förväxlas med teknisk kompetens (Broady, 1991).

Det som var högt värderat var i detta fall inte att bilderna var tekniskt fulländade, utan att bilderna hade lyckats passera igenom ett filter av andra aktörer i fältet som gjort distinktionen att bilderna var värda att publicera (jfr. Bourdieu, 1984, 2005b). Med andra ord, symboliskt kapital ses som värdefullt först när, och endast när, andra aktörer i fältet också ser det som värdefullt.

Att studera vilken typ av symboliskt kapital som tillerkänns värde innebär att man studerar vad aktörerna i fältet ser som prestigefyllt, ger renommé, högre aktning, eller finner statusfyllt (Bourdieu 1984; 1993).

Symboliskt kapital är heller inte något statiskt, eller fastställt på ett individuellt plan av enskilda aktörer. Det är snarare föremål för ständiga strider kring nya definitioner och klassifikationer. Det i sin tur gör att aktörerna i fältet utvecklar nya strategier för att bevara eller öka det egna innehavet av symboliskt kapital, och samtidigt förhindra andra aktörer att göra det samma (Broady, 1991).

Ett exempel på en sådan process, är ett journalistisk utpräglat arbetssätt som leder till ett avslöjande, eller det som på journalistisk yrkesjargong kallas för att göra ett "scoop" (jfr. Zelizer, 1993). Ett sådant avslöjande får ofta stor uppmärksamhet bland andra journalister, men framför allt när det många i allmänheten när nyheten sprids. Om ett avslöjande dessutom leder till en eller flera politikernas avgång, kanske till och med fängelsestraff för de inblandade i en härva, höjs det symboliska prestigevärdet på kapitalet för den eller de som kom med avslöjandet. Ibland händer det att sådana journalistiska scoop medför att journalisterna får möjligheten att publicera en bok och bli författare tack vare sitt avslöjande. Därmed har det symboliska kapitalet omvandlats till vad Bourdieu kallar för det kulturella kapitalet (Bourdieu, 1986; 1993; 1996).

Det kulturella kapitalet är en specifik form av det symboliska kapitalet och dominerar i samhällen där skrivkonsten och utbildningssystem har vunnit utbredning. Genom utbildning och kunskapsutveckling kan det symboliska kapitalet lagras och bytas ut mot ett kulturellt kapital i form av universitetsexamina. Begreppet kulturellt kapital är i den meningen synonymt med bildning (Broady, 1991). Samtidigt utgörs kulturellt kapital inte enbart av universitetsexamina, utan även litterära publikationer kan utgöra ett litterärt kulturellt kapital, konstverk utgör ett konstnärligt kulturellt kapital och så vidare (Broady, 1991). Lite förenklat kan man säga att det kulturella kapitalet är ett manifest bevis på att aktörer har erkänts ha unika kunskaper och förmågor, vilka är av värde för det omgivande samhället (Broady, 1991).

Man kan säga att Bourdieus hela forskningsgärning låg i att blotta de föränderliga relationerna mellan olika kapital i ett fält, och de strategier som aktörer och grupper av aktörer använde sig av för att strida om dessa tillgångar och värden (Broady, 1991).

I relation till detta resonemang, har den tidiga professionsforskningen fokuserat på hur bland annat läkare eller advokaters professioner tillkommit. Denna forskning menade att, för att ett yrke skulle kunna kallas för en profession, behövde det genomgå olika utvecklingssteg, eller strategier i Bourdieus mening. Den första strategin var att utövarna slöt sig samman och bildade yrkesorganisationer som enades om yrkesetiska regler som uteslöt de aktörer som inte följde reglerna. Den andra strategin innebar att det instiftades högre utbildningar där professionen lärdes ut och aktörerna tilldelades examina i yrket. Den tredje och sista strategin var att utövarna satte press på lagstiftarna att skapa lagrum som legitimerade och skyddade professionen, exempelvis kravet på läkarlegitimation för att utöva läkaryrket (Abbot, 1988; Larson, 1977; Freidson, 2001).

Överfört till journalistikens område kan vi konstatera att i början av 1900-talet var svenska journalister inte alls välvilligt inställda till högre utbildning inom journalistik. Man ansåg att journalistik var ett hantverk som man bara kunde lära sig genom lärlingskap – om man hade fallenhet för det. Utbildning sågs till och med som ett hinder för yttrandefrihet och fri press. Därför motsatte sig Svenska journalisters förbund ända in på sent 1970-tal att utbildning inom journalistik skulle ske på universitetsnivå (Gardeström, 2016).

Än idag har de flesta svenska universitetsutbildningar inom journalistik en stor andel av praktik i utbildningarna. I det norska, och förmodligen även i det svenska, journalistiska fältet anses därför ett pris i en journalistisk tävling vara mer prestigefyllt än en examen i journalistik från en universitetsutbildning (Hovden, 2012). Detta kan möjligen även ha påverkats av att när allt fler kan studera på en högre utbildning, leder det till fler journalistutbildade på arbetsmarknaden än det finns journalister som vunnit utmärkelser och priser (Hovden, 2012).

Vidare menar Bourdieu att en aktörs personliga kontakter är ett socialt kapital (Bourdieu, 1992, 2005a). Ett sådant kapital är något vi alla förfogar över i form av släktband och vänner, yrkeskollegor eller skol- och arbetskamrater (Broady, 1991). Vissa typer av sociala bakgrunder har dock visat sig ha högre status än andra inom det journalistiska fältet. Om en aktör exempelvis har en far med en bakgrund som arbetare eller jordbrukare är det mindre prestigefyllt än om en aktör har en förälder som varit chefredaktör

eller lärare (Hovden, 2012). Inom journalistikens fält är ett socialt kapital betydelsefullt även på ett yrkesmässigt vis, då en journalist behöver ha kontakter och källor för att finna nyheter och avslöja och gräva fram scoop (Zelizer, 1993).

Bourdieu menar att de sociala omständigheterna som en aktör växer upp under, formar dess grundläggande tankesätt och handlingsätt på ett sådant sätt att de utgör tankesätten och vanorna för hur väl aktören kan ta sig fram i världen eller i samhälle. Dessa vanor och tankesätt kallar Bourdieu för habitus. Det är också möjligt att tillskansa sig nya habitus genom att röra sig i det sociala fältet.

## 2.5 Habitus: med magkänsla för nyheter

Hur väl man utför sina arbetsuppgifter under yrkesutövning är starkt kopplat till hur stor mängd symboliskt kapital man kan samla på sig som aktör i ett fält. Denna process leder till att en aktör förkroppsligar vissa användbara och nyttiga vanor, något som Bourdieu kallar för *habitus*, eller för att citera Broady (1991, s.17):

*Med habitus avser Bourdieu det system av dispositioner som tillåter människor att handla, tänka och orientera sig i den sociala världen. Habitus kan betraktas som ett förkroppsligat symboliskt kapital.*

I det journalistiska fältet har aktörerna sedan länge utvecklat rutiner och vanor för att producera och publicera nyhetstexter snabbt. Detta görs genom den intränade vanan att sortera ut nyheter ur ett stort flöde av händelser varje dag och strukturera dem (Shoemaker, 2009). Även om digitaliseringen har medfört att flödet av nyhetshändelser har stigit markant under de första decennierna på 2000-talet, är vanan att sortera ut och avgöra vad som är en nyhet i en stor mängd händelser ändå i princip densamma. Denna journalistiska vana brukar närmast beskrivas som magkänsla, eller näsa för nyheter, av aktörerna i fältet. Forskning menar att det utgör ett mycket relevant journalistiskt habitus (Schultz, 2007).

Den journalistiska vanan att välja ut nyheter från en stor mängd information, och genom kontakter och källor gräva fram ett avslöjande, kallas idag för grävande journalistik. Ett tidigt exempel är Watergateskandalen, där journalisterna Woodward och Bernsteins avslöjande ändrade de journalistiska rutinerna. Att gräva och avslöja blev då till ett etablerat journalistiskt habitus (Zelizer, 1993). Ett mera nutida exempel på grävande journalistik är Panamaskandalen, där närmare 400 journalister från 75 länder tillsammans

avslöjade den globala penningtvätten som gick via skatteparadis och ledde till att bland annat Islands statsminister fick avgå (Weibull & Wadbring, 2020).

Denna typ av grävande journalistik baseras mer på kunskap, rutin och vana att hantera stora mängder data ur läckta dokument, än i vanan att hantera muntliga källor och kontakter. I sig har detta även öppnat upp för nya aktörer i fältet, såsom Wikileaks.

Samtidigt kräver denna typ av grävande journalistik ett internationellt samarbete över nationsgränserna, en utveckling som ligger i linje med professionsforskningen som menar att de nya ekonomiska och tekniska förutsättningarna ställer nya krav på yrkesrollernas integrering, kunskapsspridning och flexibilitet (Aldridge & Evetts, 2003; Fournier, 2000).

Framgångsrika aktörer använder sig av sitt habitus för att navigera fältet och samla på sig värdefullt symboliskt kapital. Men vad som ska uppfattas som prestigefyllt i ett fält är ofta knutna till för-givet-tagna normer och ideal kring vad som är rätt eller fel, och detta skiftar över tid.

## 2.6 Doxa och ethos: det som tas för givet

I Bourdieus begreppsvärld kallas ett för-givet-taget ideal för fältets *doxa* och normerna för *ethos*. Doxa och ethos tar sig uttryck i aktörers specifika tanke- och handlingsmönster, som i sin tur reproduceras i fältets sociala strukturer. Till skillnad emot rigida ortodoxa strukturer eller mer rörliga och heterodoxa strukturer, är doxa i Bourdieus mening, relativt trögrörligt. Men doxa kan ifrågasättas, bestridas och ändras när omständigheter i fältet förändras.

Det journalistiska fältets ideal ändrades under 1970-talet då granskning blev ett ideal, istället för den tidigare speglade journalistiken. När villkoren för de svenska medierna förändrats och satts under press, i samband med en allt större marknadsanpassning, har svenska journalisters ideal och normer stärkts. Studier pekar mot att de traditionella journalistiska idealen – att granska och förklara – fått ökat stöd bland utövarna (Wiik, 2009). Detta kan också bero på att aktörer vill markera de professionella gränserna emot inkräktande aktörer i fältet.

Å andra sidan har forskning visat att chefer och mellanchefer inom det journalistiska fältet som har fått förändrade arbetsuppgifter i viss mån ändrat sin uppfattning av fältets doxa och ethos. Från att uteslutande ha arbetat med det journalistiska publicistiska ansvaret, till att fokusera mer på ekonomisk och administrativ verksamhet, har deras arbetssituation ändrats radikalt. De påverkas av marknadsanpassningen på ett annat sätt än de verksamma

journalisterna, och deras inställning förändras då också (Andersson et al., 2018).

En allt snabbare utveckling på arbetsmarknaden fordrar ett ökat samarbete och kunskapsutbyte mellan yrken i en bransch (Fournier, 2000). Professionsforskning som utgått från Bourdieus fältteori, och som studerat vad chefer och mellanchefer gör när förändring krävs, visar att chefer använder sig av ett fälts doxa och ethos för att motivera förändringar i fältet (Noordegraaf & Schinkel, 2011). Andra professionsstudier pekar mot att samarbeten mellan yrkesroller ofta innebär friktion och konflikter, då synen på vad som är "rätt" eller "fel" doxa och ethos ofta skiljer sig åt (Gorman & Sandefur, 2011; Nielsen, 2012).

Sociologen Tomas Brante, som också studerat professionsutveckling med utgångspunkt i Bourdieus teori, konstaterar att oviljan till snabba yrkesmässiga omställningar ofta beror på rigida uppfattningar kring ett yrkes doxa och ethos (Brante, 2010). Ett exempel på det, är att alla journalister uppfattar att kommersialiseringen av yrket har ökat, men journalister som arbetar på mer kommersiellt orienterade medier är mindre negativa än andra. Det finns också ett för-givet-taget ideal att man som journalist *ska* tycka att marknadsanpassning är något dåligt (Wadbring, 2013).

Studiet av ett fälts doxa låter sig alltså göras genom att man undersöka vad aktörer ger uttryck för och ser som det rätta, bästa eller mest kvalitativa sätten att utöva sina yrken på. Dessa uttryck bör spegla fältets rådande doxa och ethos. Aktörer ideal och normer som motsäger dessa doxa och ethos kan, å andra sidan, peka mot en kamp om att få definiera förändringarna för de förgivet tagna uppfattningarna om yrkesroller i fältet. Dessa omständigheter kan bero på olika uppfattningar kring fältets *illusio*.

## 2.7 *Illusio*: spelet om journalistiken

Det sociala spelet mellan fältets aktörer om positioner, renommé och möjligheterna att kunna definiera fältets doxa och ethos, kan bara förekomma om aktörerna är villiga att aktivt delta i detta spel. Denna sociala tävlan benämner Bourdieu som fältets *illusio* (Benson & Neveu, 2005; Bourdieu, 1998).

Begreppet *illusio* försöker samtidigt spegla graden av engagemang bland aktörerna i spelet. När aktörerna accepterar den investering som krävs för att bli en aktör i fältet, innebär det samtidigt att aktörerna skrivit under ett "socialt kontrakt" om att spelet i fältet är värt att spela, menar Bourdieu. I detta sociala spel kan aktörerna uppvisa motsättningar, genom öppna strider

och kamp kring fältets symboliska kapital, men det görs genom att aktörerna samtidigt upprätthåller fältets doxa och ethos (Bourdieu & Wacquant, 1992).

Det förekommer till exempel en journalistisk kamp om nyheter på den konkurrensutsatta mediemarknaden. Spelet handlar om att rapportera nyheterna snabbare än andra aktörer, för att locka mediekonsumenterna. Detta leder till ett starkt aktualitetsideal bland vissa aktörer, men det står samtidigt i direkt kontrast till de aktörer vars ideal är den mer tids- och resurskrävande undersökande journalistiken. Samtidigt står båda dessa ideal inte i motsats till journalistikens kommersiella syfte – att sälja nyheter till mediekonsumenterna – vilket speglar spelets tysta överenskommelse.

I så måtto utgör *illusio* det begrepp som kommer närmast att fånga hur kommersiella krafter kan påverka aktörernas syn på fältets doxa och ethos ifråga om yrkesrollerna. Yttre och inre krafter påverkar således fältet tillsammans (jfr. Bourdieu, 1998; Benson & Neveu, 2006).

Professionsforskningen har dessutom pekat på att alla yrken alltid kommer att ifrågasättas och förändras, på grund av skeenden som står utanför utövarnas kontroll (Gieryn 1983).

Forskningen behöver därför förnyas och fältet behöver studeras på nytt genom nyare modeller och teorier, som kan beskriva de förändringar som sker.

## 2.8 Gränsarbete och gränsobjekt – användbara begrepp

Det journalistiska fältet har förändrats radikalt under bara det senaste decenniet. Det innebär förmodligen att de sociala aktörerna kämpar om att definiera de nya sociala gränserna för hur, till exempel fältets *illusio* ska förstås. Denna symboliska strid har Bourdieu beskrivit, med sitt begrepp *symbolisk makt*, som innebär att vissa dominerande aktörer har makten att utesluta och kontrollera underordnade aktörer i ett fält (Bourdieu, 1984; 1989). Till exempel kan dessa aktörer ta sig rätten att definiera vilka som tillämpar och producerar "rätt" journalistik respektive "rätt" bildjournalistik. I denna process provas visserligen nya metoder och anses de värdefulla införlivas av aktörerna, medan andra metoder förkastas. Viktigare i denna symboliska kamp är att vinsterna för de accepterade aktörerna med de rätta metoderna, innebär materiella belöningar och resurser för dessa aktörer, som till exempel att de betraktas som "legitima" journalister som är trovärdiga och får tillgång till nyhetskällor, publik, finansiering, juridiska rättigheter och andra institutionaliserade förutsättningar precis som etablerade aktörer, som i sin

tur i hög grad liknar den sociala processen bakom inlämnandet av aktörer i fältet som har accepterat fältets doxa och illusio.

I denna professionsprocess är begrepp *boundary works* eller gränsarbete (Gieryn, 1983, s. 182) därför av intresse. Begreppet har dock sällan använts för att studera journalistikens fält men däremot akademins fält (jfr. Carlson & Lewis, 2015). Det beskrivs dock som ett begrepp med vilket man kan studera hur olika aktörer konstruerar en social professionell gräns med vilken de avstänger vissa intellektuella och professionella aktiviteter från icke-intellektuella och professionella aktiviteter. Det vill säga, en social gränsdragning mellan aktiviteter som etablerade aktörer fastställer som de rätta medan de aktiviteter som anses vara fel utesluts från det professionella fältet. Om man ersätter "intellektuella aktiviteter" med "journalistik" kan man studera hur journalistiken konstrueras, utmanas, förnyas och förändras med hjälp av dessa gränsdragningar. Ett gränsarbete kan ske genom muntliga uttalanden från etablerade aktörer men även genom direkta förändringar av arbetsförhållanden, till exempel genom att förändra arbetsmetoder och rutiner inom en mediaorganisation. Exempel på dessa typer av gränsdragningsprocesser som beskrivs av aktörerna i detta avhandlingsarbete, kommer samtidigt att uppfattas som aktörernas symboliska kamp om att kunna definiera doxa, ethos och illusio i fältet.

Det är fullt möjligt att det ur detta perspektiv går att se det som pågår eller har pågått i det svenska dagstidningsjournalistiska fältet som en symbolisk kamp som har fått konsekvenser för bildjournalisterna och bildjournalistiken. Begreppet gränsarbete är med andra ord av intresse för denna studie.

Hur uppnår då vissa grupper auktoritet och kontroll när de utför olika gränsdragningar och hur utesluts andra grupper genom dessa gränsdragningar?

Lamont & Molnár (2002 s. 179), som också tolkat Gieryn, konstaterar att aktörer och institutioner som utför dessa gränsdragningar har tre strategier för detta gränsarbete. Dessa är uteslutning, utvidgning eller skyddandet av den egna autonomin.

Uteslutningsstrategin sker framför allt i fält där det finns rivaliserande aktörer, som till exempel det journalistiska. Man kan tänka sig att dessa är medborgarjournalister eller debattörer men även aktörer som är multijournalistiska och bildjournalistiska, som i stort sett utför liknande arbeten. Kring dessa aktörer förekommer alltså en symbolisk kamp kring definitionen av vilket arbetssätt som är bäst. Författarna menar dessutom att, i detta sammanhang, blir själva arbetssättet en strategi för att socialt

kontrollera och definierar de symboliska gränserna kring vad som är ett rätt och riktigt journalistiska arbetssätt.

Expansionsstrategin, å andra sidan, sker när rivaliserande aktörer inom ett fält försöker ta över kontrollen över varandras vedertagna domäner. Ett exempel är när reportrar börjar fotografera och filma, och per definition blir multikunniga, men samtidigt försvarar den journalistiska skrivprodukten som sin egna traditionella domän.

Slutligen mobiliseras gränsarbete när aktörer känner att de behöver skydda sin autonomi gentemot yttre aktörer som till exempel lagstiftare eller företagsledare m.m. som kan försöka förändra eller utnyttja journalisters makt över de egna arbetssätten och kunskapsproduktionen.

Kort sagt, ett gränsarbete innebär antingen en inkludering och exkludering av andra aktörers arbetsmetoder. Dessa distinkta skillnader kring olika arbetsmetoder strukturerar dessutom aktörernas positioner i fältet. Placering inom eller helt utanför denna gräns – oavsett typ av aktör – innebär skillnaden mellan en legitim yrkesroll eller avvikande yrkesroll, vilket i sin tur har verkliga materiella konsekvenser för aktörer i eller utanför fältet.

Professionsforskning visar dock att det inte enbart är genom strider eller gränsdragningar mellan aktörer som yrken utvecklas och anpassas till nya förutsättningar, utan också genom samarbete och kunskapsdelning mellan yrkesrollerna i ett föränderligt fält (Fournier, 2000).

Ett begrepp som syftar till att förklara hur det kan komma sig att olika, ibland konkurrerande aktörer med olika typer av expertis eller yrkesmässiga kunskaper, ändå kan samarbeta i till exempel det journalistiska fältet, trots konkurrerande åsikter, ideal och normer, är begreppet *boundary objects* eller gränsobjekt (Leigh Star, 2010). Ett gränsobjekt kan i det närmaste vara vad som helst som olika aktörer kan förenas och samarbeta kring men vars syfte kan tolkas på olika vis. Exempelvis kan en karta peka ut vägen till en plats för rekreation, exempelvis en campingplats, för en grupp av människor. Medan samma karta, för till exempel forskare, visar en serie geologiska platser av betydelse, eller djurens livsmiljöer m.m. Det vill säga, en grupps trevliga campingplats är en annans källa till data (Leigh Star, 2010).

Gränsobjekt definieras med andra ord som ett "ett slags arrangemang som gör att olika grupper kan arbeta tillsammans utan konsensus". Det vill säga, gränsobjekt uppstår på kanten eller i periferin av ett fält och blir till ett gemensamt utrymme där vanliga objekt bildar gränserna mellan olika grupper som genom en delad flexibel struktur kan samarbeta på grund av att till exempel en mediemarknad har ett informationskrav eller en efterfrågan. Sett ur detta perspektiv är gränsobjekten inte enbart ting utan även

handlingar (Leigh Star, 2010). Gränsobjekt är också temporära, grundade endast i den överenskomna handlingen, och föremål för ständig reflektion och debatt kring vad som är rätt arbetsmetod (Leigh Star, 2010).

## 2.9 Förändringar kräver nya modeller

I tidigare journalistikforskning har det beskrivits att den svenska journalistkåren är relativt homogen (Asp, 2011), men att yrkesrollen är under förändring (jfr. Wiik, 2010, 2011, 2014). Det kan därför antas att det svenska journalistiska fältet till stor del befolkas av aktörer som har accepterat fältets *illusio* men samtidigt också av andra aktörer som kan ha påverkan på yrkesrollens utveckling, inte minst när det kommer till gränssamarbeten men även vad beträffar uteslutningar och övertagande av nya och äldre arbetsuppgifter.

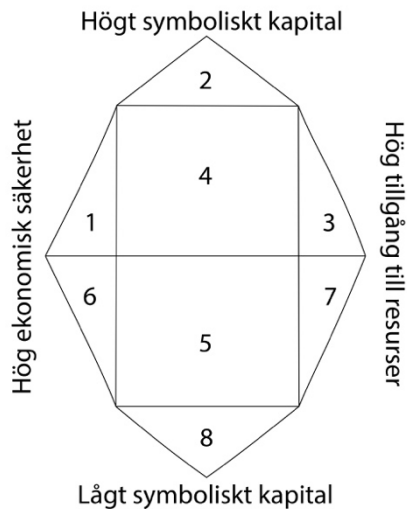
Den modell som Örnebring et al. (2018) utvecklade utifrån Bourdieus tankegångar fångar därför in också andra tänkbara aktörer i fältet, och som sådan kan den vara intressant för denna studie. Bland annat innefattar den även medborgarjournalister, frilansare och anställda via bemanningsföretag, som också kan påverka på den professionella utvecklingen i dagstidningsbranschen.

För att kunna fånga relationen mellan alla eventuella aktörer i ett fält menar forskarna att aktörerna kan indelas utifrån tre olika aspekter: 1) den mängd symboliskt kapital dessa aktörerna har, 2) den tillgång till materiella resurser som aktörerna har samt 3) hur hög aktörernas ekonomiska ersättning är för det utförda arbetet.

Det symboliska kapitalet i modellen motsvarar, som beskrivits ovan, aktörernas renommé, medan de materiella resurserna – vilket författarna kallar *journalistikens infrastruktur* – utgörs av tillgången till en nyhetsorganisation som inte enbart betalar ut en ekonomisk ersättning för arbetet, utan även tillhandahåller materiella och kollegiala resurser, som exempelvis datorer eller stöd från andra journalister.

Modellen består av åtta kategorier, eller som jag tolkat det: åtta subfält i fältet, uppdelat enligt aktörernas symboliska kapital, deras ekonomiska säkerhet och den tillgång till materiella och kollegiala resurser som de åtnjuter. I figur 3 illustreras dessa kategorier, eller subfält.

Figur 3. En modell över aktörerna i det journalistiska fältet



Källa: Örnebring m.fl. (2018), bearbetad.

Genom modellen kan aktörerna i fältet beskrivas enligt följande:

1. Hög ekonomisk säkerhet, låg tillgång till resurser, högt symboliskt kapital, utgörs av aktörer som kan uppfattas som oberoende "stjärnor" som i princip kan göra lite som de vill i fältet. Forskarna nämner Jan Guillou och norska Åsne Seierstad som exempel på sådana journalistiska aktörer.
2. Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital, har aktörer som har höga löner och stabila anställningsförhållanden, på stora mediaorganisationer med högt symboliskt kapital i fältet.
3. Låg ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital, har aktörer som visserligen inte är heltidsanställda utan är heltidsarbetande frilansare, med högt renommé bland kollegor i fältet och som anlitas ofta av mediaorganisationer.
4. Låg ekonomisk säkerhet, låg tillgång till resurser, högt symboliskt kapital, har frilansare utan stabil tillgång till mediaorganisationernas resurser, men samtidigt uppskattas deras material eftersom det är lätt

att publicera. Forskarna menar att denna grupp historiskt har utgjorts av män med hög samhällsstatus och bakgrund inom juridik, politik, religion och kultur, som varit ledarskribenter eller opinionsbildare. Numera består gruppen av allt från unga innehållsproducenter, såsom frilansare och timvikarier vid bemanningsföretag, till mer erfarna men uppsagda journalister som skriver om ett specifikt ämne eller lokalt område.

5. Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital, har aktörerna som är anställda inom mediaorganisationer med en stadig lön och tillgång till alla resurserna, samtidigt saknar de ett högt symboliskt kapital. Denna kategori består av alla som arbetar på regionala tidningar, tv-stationer, nationella dags- eller veckotidningar/specialmagasin men som inte har några utmärkelser eller fått utbredd beundran, menar forskarna.
6. Hög ekonomisk säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital, har anställda på mindre lokala mediaorganisationer som har ett lågt symboliskt kapital i fältet. Exempelvis utgörs denna kategori av mindre lokala eller hyperlokala dagstidningar, med ett fåtal, eller bara en anställd, men som har en bra ekonomi tack vare ett lokalt annonsunderlag.
7. Låg ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital, är innehållsproducerande aktörer med hög tillgång till nyhetsorganisationens tekniska resurser, men som inte är anställda med en stadig inkomst. De har ett också ett lågt symboliskt kapital då de ofta består av kändis- eller nyhetsbloggare.
8. Låg ekonomisk säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital, har aktörer som arbetar med att producera journalistiskt material, men då de inte själva uppfattar sig som journalister i en traditionell mening, arbetar de ofta ensamma och har en mycket låg inkomst och låga resurser. Jag tolkar det som att helt nya aktörer i fältet skulle kunna ingå i denna kategorin.

Modellen i figur 3 fungerar som en modern variant av Bourdieus resonemang kring vad ett fält kan vara. Begrepp som Bourdieu myntat – kapital, habitus, doxa, ethos och illusio – uppfattar jag som funktionella också i dagens samhälle, och figur 3 är tänkt som en hjälp för att förstå positionerna i fältet idag.

## 2.10 Att förhålla sig till Bourdieus begrepp

Bourdieu's mest betydande arbete kring kulturproduktion återfinns i två böcker: *The Field of Cultural Production* från 1993, som är en samling översättningar av olika uppsatser som ursprungligen publicerades mellan 1968 och 1983, och *The Rule of Art* från 1996. Med "kulturell produktion" avser Bourdieu en mycket bred förståelse av kulturen i samhället. Han inkluderar till exempel vetenskap (som i sin tur inkluderar samhällsvetenskap), lag och religion samt estetiska aktiviteter som konst, litteratur och musik. Hans arbeten inom det kulturproducerande fältet fokuserar emellertid framför allt på två delfält i detta fält: litteraturens och konstens fält. Det var först mot slutet av sitt liv som han skrev relativt lite och mestadels polemiskt om journalistikens fält (jfr. Bourdieu, 1998, 2005b). Det kan vara en anledning till att vissa medieforskare haft svårt att tolka och förhålla sig till Bourdieus begrepp. Några av hans begrepp och studier har också stött på kritik.

Hesmondhalgh (2006) är en av dem som har tittat närmare på Bourdieus vetenskapliga produktion och studier kring kulturproducerande fält. Han menar till exempel att trots fältbegreppets styrkor har det vissa begränsningar när det gäller att analysera modern massproduktion. Hesmondhalgh menar att det är överraskande hur lite Bourdieu har att säga om storskalig "heteronom" kommersiell kulturproduktion, såsom journalistik, i sin beskrivning av fältbegreppet. Det handlar inte enbart om journalistikens sociala och kulturella betydelse för samtiden, utan också om dess betydelse för att bestämma förhållanden för andra subfält, som exempelvis konsten och litteraturen som Bourdieu var mycket mer intresserad av. Konst och litteratur i sin tur påverkas ju av journalistiken.

Den kritik som Hesmondhalgh riktar emot Bourdieu är i detta sammanhang relevant, men den hänför sig framför allt mot att Bourdieu inte gav någon riktig redogörelse för hur de mest konsumerade kulturprodukterna – den journalistik eller bildjournalistik som sprids via medierna i samhället – produceras och konsumeras. Kritiken kan därmed sägas vara riktad mot att Bourdieus studier handlade om en begränsad del av kulturproduktionen.

Det finns dock ett undantag från detta när det gäller journalistik, och de studierna har Bourdieus närmaste forskningskollegor sammanställt, menar Hesmondhalgh. Han pekar då framför allt på antologin *Bourdieu and the journalistic field* från 2005 (Benson & Neveu, 2005). En annan kritik som Hesmondhalgh framför, är att Bourdieu inte har något att säga om dominansen kring kulturproduktion från digitala multinationella företag i

journalistiken som har påverkan på kulturarbetare i det kulturproducerande fältet (Hesmondhalgh & Baker, 2010).

Detta avhandlingsarbete handlar om förutsättningarna för bildjournalisterna och bildjournalistiken i det journalistiska fältet. Studien innefattar andra aktörer i detta fält och deras syn på dessa frågeställningar. Samtidigt handlar denna studie om ett subfält i den svenska dagstidningsbranschen och inte på hela det svenska mediefältet. Avhandlingsarbetet gör med andra ord inte anspråk på att analysera bildjournalistiken som en massproduktion i journalistikens fält i ett större samhälleligt kulturproducerande fält, och inte heller hur bildjournalistik påverkar andra fält i samhället eller hur multinationella digitala företag inom det kulturproducerande fältet påverkar bildjournalistiken och bildjournalister. Det är nog så intressanta frågor, men ligger utanför denna avhandling.

En annan slags kritik inriktar sig mot Bourdieus relativt deterministiska syn kring aktörers begränsade förmåga att röra sig i fältets sociala strukturer. När det gäller habitus menar kritikerna bland annat att Bourdieu lägger för stor betydelse på aktörernas bakgrund och uppväxt, och att han drar för långdragna slutsatser när han menar att en aktörs uppväxt skulle reproducera strukturer och hierarkier som förekommer i en bransch (Jenkins, 1982).

Bourdieu har bemött denna kritik och utvecklat habitus-begreppet med vad han kallade aktörers "praktiskt förnuft" (jfr. Bourdieu, 1998). Habitus, menar han, bör uppfattas som ett resultat av de sociala omständigheterna, positiva som negativa, vilka formar aktörens vanor och förnuft i ett fält. Bourdieu menar att aktörer har en fri vilja och ett förnuft, som tillsammans med ett habitus från barndom och uppväxtmiljö, utgör de strategier som aktörerna använder sig av i ett fält.

Svensk forskning kring bildningskapital och habitus i det svenska skolsystemet pekar på att det i viss mån är så. Till exempel har forskningen visat att föräldrar som genomgått långa utbildningar och som därmed har ett högt bildningskapital i sitt habitus, överför denna kunskap till sina barn (Lidegran, 2009). Därigenom ger dessa föräldrar sina barn en förståelse för hur de ska välja rätt utbildning för sitt framtida karriärval. Därmed inte sagt att föräldrarna för den skull kontrollerar barnens utbildningsval, utan barnen har helt enkelt lättare att navigera mellan de allra mest prestigefyllda utbildningarna i det svenska skolsystemet (Lidegran, 2009).

Bourdies begrepp kulturellt kapital har också kritiserats (Goldthorpe, 2007). Kritiken består framför allt i att begreppet är utvecklat i studier från det franska högskoleväsendet under 1960-talet, och att senare studier från

England har visat att elever som fötts i arbetarklasshem gör klassresor i skolsystemet. Forskningen visar att allt fler studenter från arbetarklasshem i England genomgår högre utbildningar och att antalet ökar alltjämt för varje år (Goldthorpe, 2007). Motsvarande kan ses i Sverige, dvs att såväl arbetarklassbarn som medelklassbarn läser vidare, men samtidigt är det mycket tydligt att det är stor skillnad mellan *vilka* högskoleutbildningar som arbetarbarn väljer i förhållande till medelklassbarn (Börjesson, 2004). Strukturerna kvarstår, även om viss rörelse mellan sociala grupperingar förekommer.

Det föreliggande avhandlingsarbetet kommer inte främst att fokusera på de enskilda aktörernas uppväxt eller bakgrunder, utan på den rådande situationen i det svenska journalistiska fältet där bildjournalistiken är ett subfält och situationen för bildjournalisternas position i detta fält. Detta innebär att Bourdieus teori och begrepp snarare kommer att användas som Broady föreslår, som "*redskap för bearbetning av det omedelbart observerbara*" (Broady, 1991, s. 167). Hur detta kommer studeras kommer att utvecklas mer i detalj i metodkapitlet.

\*

I detta kapitel har jag presenterat både Bourdieus teorisynt och aktuell professionsforskning eftersom dessa utgångspunkter tillsammans ska användas för att besvara syftet. I analysen kommer de bourdieuska begreppen och fältteorin att användas som forskningsredskap, och snarare än att analysera enskilda aktörer, kommer analysen att studera yrkesgruppernas doxa, ethos och symboliska kapital, samt inspireras av teorierna kring gränsdragningar och kunskapsöverföring i fältet.

För att kunna analysera fältet av idag behöver man dock också förstå dess historia. I nästa kapitel presenteras därför bildjournalistikens och bildjournalisternas historiska utveckling.

## 3 Bildjournalistiken i dagspressen

För att förstå positioner i ett fält, menar Bourdieu (1992, 1996) att det är viktigt med en historisk förståelse för framväxten av fältet. En översikt över det bildjournalistiska yrkets framväxt och roll i branschen ges därför här.

### 3.1 Ett hundra år av journalistiskt motstånd

Redan när fotografiet uppfanns, år 1839, ansågs det kunna återge verkligheten exaktare än måleriet. Fotografi blev därför snabbt en teknik som användes av forskare, polisväsende, historiker och upptäcktsresande. Det skulle dock dröja ända in på 1900-talet innan journalistiken på allvar införlivade bilder i nyhetsproduktionen (Brennen & Hardt, 1999; Zelizer, 1995a, 1995b).

Skälet till att fotografier började användas i dagstidningar så sent tros ha berott på trycktekniska komplikationer. Istället för att använda fotografier, illustrerades dagstidningarna länge med så kallade gravyrer i trä och metall, framställda av anställda gravörer (Raetzsch, 2015). När halvtonsprocessen uppfanns på 1880-talet, blev det möjligt att med en bättre och enklare rasteringsteknik återge de fotografiska gråskalorna korrekt i tryck (Dewitz & Lebeck, 2001). Tekniken innebar också att det blev markant billigare att reproducera bilder (Gervais, 2010b) och därmed gick fotografiet in i en ny fas.

Det allra första fotografiet som trycktes, publicerades visserligen redan den 4 mars 1880 i *The New York Daily Graphic* och hade bildtexten "A Scene in Shantytown, New York". Tidningen var en av dåtidens många billiga illustrerade kvällstidningar, ur den så kallade pennypressen. Skälen till att denna typ av tidningar blev de som först använde den nya trycktekniken var främst att den gynnade dem ekonomiskt genom att de kunde locka läsarna med fotografier. Den illustrerade pressen hade redan i mitten av 1800-talet marknadsfört sig genom att använda fotografier som förlagor till gravyrerna. Steget var därför inte långt till att börja publicera fotografierna på riktigt (Raetzsch, 2015).

Dagstidningar å sin sida hade investerat i stora avdelningar med anställda gravörer, och uppehöll därför en kultur som värnade den konstnärliga tryckkonsttraditionen, vars uppfattning var att nyheter skulle illustreras grafiskt snarare än objektivt beskrivas i fotografier (Raetzsch, 2015).

Annan forskning har pekat på att reportrar och redaktörer i slutet på 1800-talet ansåg att fotografiet, med dess detaljrikedom, tog alltför mycket uppmärksamhet från de litterära journalistiska texterna, och man menade

också att de tog för mycket utrymme på tidningssidorna (Barnhurst & Nerone, 2001, 2003; Brennen, 1998).

De nyhetshändelserna som fotograferades vid förra sekelskiftet avbildades med hjälp av stora, otympligt långsamma och tunga lådkameror. Fotograferna som hanterade dessa kameror lär ha haft en stark fysik snarare än fotografisk talang (Freund, 1980). Inomhusfotograferingen med dessa kameror krävde dessutom att magnesiumpulver antändes och exploderade i ett förblindande blixtljus, med efterföljande sur, illaluktande rök. Detta gjorde att de avbildade människorna fångades med förvånat öppna munnar eller blundande ögon. Den omständliga fotografitekniken gjorde att yrket snabbt fick ett dåligt rykte, och tillät inte att snabba och avgörande nyhetsögonblick fångades. För det mesta utgjordes bilderna av efterhandskonstruktioner långt efter att själva nyheten skett (Freund, 1980).

Trots att fotografitekniken förbättrades relativt snabbt under slutet av 1800-talet genom att halvtonstrycktekniken uppfunnits, dröjde det ända till år 1904 innan till exempel den engelska dagstidningen *The Daily Mirror* började illustrera sina tidningssidor med bilder (Freund, 1980; Gervais, 2010b). Denna introduktion sammanföll med det rysk-japanska kriget, som redan bevakades av ett antal amerikanska, engelska och franska veckomagasin. Under samma period introducerades yrkena nyhetsfotograf eller pressfotograf för läsarna. Genom att ge de fotografer som var ute i krig en tydligare roll, till exempel genom att beskriva dem som hjältar som genomgick svåra prövningar under sitt arbete och ge dem status som ögonvittnen, gavs fotografiet och yrket gradvis ett större värde jämfört med gravyrerna och gravörerna (Gervais, 2010b).

### 3.2 Den moderna bildjournalistiken tar form

Sociologen och fotografen Gisela Freund menar att det var först när fotografiet blev nyhetsrapporteringens grafiska blickpunkt som bildjournalistiken fick sin moderna form (Freund, 1980, s. 115). Detta skifte, menar hon och andra forskare, inträffade under 1920-talets Weimarrepublik i Tyskland (Hacking & Company, 2012). Tidigare hade bilder vanligtvis publicerats skilda från texterna på särskilda sidor i tidningarna och i magasinerna (Lindberg, 2004). Redaktören på *Müncher Illustrierte Presse*, Stefan Lorant, som också var filmskapare, började redigera samman serier med bilder med artikeltexten och bildtexten ungefär som scenerna i en biofilm (Freund, 1980).

Denna layoutmässiga förändring sammanföll dessutom med att de första bärbara 35-mm-kamerorna lanserades. Dessa mindre kameror drog nytta av

den smalare filmen som användes i filmproduktion, och kunde exponera 36 bilder i följd (Creech, 2017; Hardt 2001). Märken som Contax, Ermanox och Leica blev ganska snart pressfotografernas främsta arbetsredskap (Creech, 2017). Den tidens mest kända tyska fotograf, Erich Salomon, drog nytta av de nya, lättare och mer ljuskänsliga kamerorna och anses vara den första att fotografera dokumentära, smygtagna bilder av politiker och dignitärer, vilket gjorde att bilderna uppfattades som mer trovärdiga då de fångade kända personer i vanliga situationer.

Ungefär samtidigt uppfanns även de första elektroniska kamerablixtarna, och skarpare och utbytbara kameralinser samt ljuskänsligare film. Med dessa tekniska framsteg blev det mycket enklare att fånga snabba nyhetshändelser och dokumentära fotografier (Newton, 2009).

Tack vare utvecklingen av telefototekniken, spreds ett ökande antal nyhets- och reportagebilder över hela världen. Flera nyhetsbildbyråer etablerades också under denna tid (Hardt, 2001). Den svenska magasins- och tidningsredaktören Carl Adam Nycop beskriver i sina memoarer hur det fanns kringresande bildsäljare, eller "bildnasare", som han kallade dem. Dessa lär ha rest runt med "stora kappsäckar fulla med bilder" som de antingen "hade köpt eller stulit från förlag runt om i världen" (Nycop, 1970. s. 151).

Många forskare daterar alltså starten av bildjournalistikens moderna era till mellankrigstiden, när allmänheten började förvänta sig fotografier från de senaste världsomvälvande nyheterna och händelserna i magasin och tidningar (Brennen, 1998; Dewitz & Lebeck, 2001; Hardt, 2001; Newton, 2009; Zelizer, 1995b; Åker, 2012).

Vid nazisternas makttillträde tvingades bildjournalistikens pionjärer att fly Tyskland och de bosatte sig i England och USA. Chefredaktören Stefan Lorant bosatte sig i England, där han var med och grundade bildmagasinet *Picture Post*, år 1938. Redan efter två månader hade *Picture Post* en upplaga på 1,7 miljoner exemplar per vecka (Freund, 1980). I USA röntte magasinet *LIFE* liknande framgångar. *LIFE* grundades visserligen i slutet av 1800-talet, men kämpade med dålig ekonomi tills tidskriftsmagnaten Henry Luce köpte upp magasinet, år 1936. Luce gjorde om *LIFE* till ett renodlat bildmagasin, och efter bara ett år hade magasinet en upplaga på en miljon (Freund, 1980). Denna framgång underlättades också av att människors ekonomi hade börjat förbättras under slutet av 30-talet (Hardt, 2001).

Framgångarna för de utländska bildmagasinen lockade även de svenska veckotidningsutgivarna. Det fanns visserligen redan några svenska veckomagasin som publicerade bilder, till exempel *Aller*, *Hvar 8 Dag*,

Tidningen *Vi* och Bonniers egna *Vecko-Journalen*, men inget av dessa magasin hade nått samma framgångar som de utländska bildmagasinen (Lindberg, 2004). År 1938 i september startades ett nytt svenskt bildmagasin i stil med de amerikanska som kom att röna samma framgångar, bildmagasinet *Se* (Lindberg, 2004). Redan ett halvår senare gick magasinet från utgivning varannan till varje vecka.

### 3.3 Bildjournalistikens glansperiod

Krig och konflikter var, och är, bildjournalistiskt intressanta. En av de tidiga, välkända, fotograferna inom detta område var ungraren Endre Friedmann, mer känd under namnet Robert Capa. År 1936 fotograferade han den ikoniska bilden av den döende republikanska soldaten i spanska inbördeskriget. Engelska bildmagasinet *Picture Post* gav ett par år efteråt Capa epitetet "Världens bästa krigsfotograf" (Hacking & Company, 2012). Under andra världskriget anlätades han av amerikansk bildmagasinet *Collier Weekly*, och landsteg med amerikanska trupperna i Normandie under Dagen-D (Capa & Eklöf, 2007). Capa har blivit förebilden för många av 1900-talets krigsfotografer trots att han inte var vare sig den första eller enda (Gervais, 2010a).

Den svenska bildtidningen *Se* blev ett magasin dit många frilansfotografer sökte sig, varav merparten var män. Kvinnor anställdes istället som formgivare, kopister och originalare (Nycop, 1970). Nycops positiva inställning till pressfotografer och bildjournalistik hörde dock till ovanligheterna i tidningsbranschen. Det fanns, menade han, många redaktörer och journalister som inte uppfattade pressfotograferna som jämställda med journalisterna. Snarare undervärderades de, menar Nycop i boken *Bilderna* från 1979.

Ett yrkes etablering handlar i mångt om att etablera en autonomi för rollen, genom gränsdragningar gentemot andra yrkesroller i ett fält (jfr. Geiryn, 1983). Bildjournalisterna under 1900-talet lyckades med detta framför allt genom att de slöt sig samman och startade professionella yrkesorganisationer för att värna om medlemmar och bildjournalistiken. Den omfattande hanteringen av det ökande flödet av bilder ledde samtidigt att andra yrkesroller etablerades, som till exempel bildredaktörsrollen (Dewitz & Lebeck, 2001).

I Sverige startades Pressfotografernas klubb som en vänförening, år 1930, och i USA grundlades National Press Photographers Association år 1946. De bästa och mest eftertraktade bildjournalisterna slöt sig dessutom samman i

bildbyråer eller ekonomiska föreningar för att värna om sin bildupphovsrätt och ekonomi. Den berömda bildbyrån Magnum, där bland annat Capa ingick, bildades år 1947, och den svenska bildbyrån Tio Fotografer följde exemplet lite drygt tio år senare (Lindström, 2008). Generellt sett tycks de svenska bildjournalisternas autonoma utveckling ha skett ungefär tio år efter övriga länders bildjournalister.

Framgångsrika strategier utvecklades av bildjournalisterna på nyhetsbyrån AP. En fallstudie visar att de lyckades nå autonomi och rörelsefrihet under sina uppdrag, inte enbart gentemot arbetsgivare utan även i förhållande till militär, politiker och andra byråkratiska institutioner i USA, genom att poängtera sin arbetarklassbakgrund. På så vis lyckades de också komma närmare de amerikanska trupperna under Vietnamkriget på detta vis (Seo, 2019).

Vid den tidpunkten hade dock ett nytt visuellt medium redan funnits ett par decennier och det kom att förändra mediebranschen, vilket i sin tur ledde till början på slutet för bildjournalistikens glansperiod.

### 3.4 Konkurrens från tv-mediet ökar

När Winston Churchill begravdes den 30 januari 1965 gjorde LIFE ett exklusivt specialnummer på 20 sidor med, för den tiden, väldigt dyra bilder i fyrfärgstryck från begravningen (Freund, 1980).

Specialnumret lär ha krävt 17 utsända fotografer, 40 reportrar, ett dussintal motorcyklister som fungerade som budbärare, två helikoptrar och ett DC-8-flygplan samt två års detaljplanering innan begravningen. Magasinet Life visste var begravningsceremonin skulle hållas, vilken rutt som begravningsprocessionen skulle ta och var Churchill skulle ligga begravd. Man visste till och med till 90 procents sannolikhet att allt skulle ske på en lördag. När dagen kom så var man redo.

Planet hade redan flugits till London. Lägenheter längs begravningsprocessionen färdväg hade hyrts för att inte riskera att fotografierna skulle hamna utanför avspärningarna och inte kunna fotografera några bilder. När DC-8an flög tillbaka alla till USA dagen efter, framkallades alla bilder i ett specialinrättat mörkrum i flygplanet. Reportagetexterna skrevs ut, och magasinet redigerades färdigt under överflygningen över Atlanten. När planet landade på O'Hare-flygplatsen i Chicago, där LIFE tryckte sitt magasin, kunde man i princip bara starta tidningspressarna eftersom allt var klart. En vecka senare distribuerades magasinet till de dryga 7 miljoner

läsarna som LIFE hade vid den tiden, till en produktionskostnad av \$250 000 i dåtidens penningvärde (Freund, 1980).

I en text skriven av LIFE:s chefredaktören i specialnumret kommenterade han att Life lyckats "scored a point against television". Kommentaren pekade mot att man redan då kände hur förändringsvindar hade kommit i och med tevens intåg.

Knappt ett decennium senare, i december 1972, gick det att läsa på International Herald Tribunes förstasida: "Life magazine dead at 36" och det sista numret av den så framgångsrika bildtidningen utkom bara några veckor senare. Den svenska bildtidningen Se genomgick också en kris under 1970-talet, och övergick från att vara en bildtidning till att bli en herrtidning med mer pornografiska bilder än reportagebilder (Lindberg, 2004; Nycop, 1970). Tidningen Se lades ned år 1981.

Bildmagasinens uppgång och fall markerar, enligt många mediehistoriker, bildjournalistikens "guldålder", som alltså varade i drygt 30 år och tog slut i och med att televisionen tog över som massmedium (Freund, 1980; Brennen & Hardt, 1999; Zelizer, 1995b; Dewitz & Lebeck, 2001; Hardt, 2001; Newton, 2009).

Televisionen spreds snabbare bland människor än tidigare medieformer gjort. År 1955 fanns ett tiotal teveapparater per tusen innevånare och bara två decennier, år 1975, var antalet 250 per 1 000 invånare, vilket betyder att det i princip fanns en teveapparat per hushåll. I USA och Kanada var expansionen till en början försiktig, men under 1950-talets senare hälft exploderade utvecklingen. Ett av skälen var att man i USA hade ett kommersiellt tv-system redan från början (Weibull & Wadbring, 2020).

### 3.5 Ny digital teknik och ökade krav på utbildning

Redan år 1969, när tv-marknaden fortfarande var under framväxt, ritades den första skissen av *Charged Coupled Device*, mer känd under namnet CCD-sensorn (Ohlsson, 2012). Det nät av ljuskänsliga celler som täckte sensorn, genererade elektrisk ström när den utsattes för ljus och kunde därmed användas till att fotografera med. Bara sex år senare byggdes den första handhållna digitala kameran. Den vägde runt åtta kilo, och exponerade svartvita bilder med 100x100-pixlars-upplösning, och det tog 20 minuter att föra över de digitala bilderna till de kassetband som de lagrades på (Ohlsson, 2012).

Det skulle dröja ytterligare ett par decennier innan de första digitala kamerorna, som kunde användas av professionella fotografer, kom ut på

marknaden. Dessa digitalkameror hade en relativt låg upplösning och kostade till en början 250 000 kronor per styck. Priset sjönk emellertid snabbt, parallellt med att bildupplösningen steg, och från och med år 1999 valde de flesta svenska professionella bildjournalister att börja fotografera med den nya digitala tekniken (Ohlsson, 2012). Parallellt med den digitala kameratekniken behövdes programvaror för att kunna bearbeta de digitaliserade bilderna. I februari 1990 lanserade Adobe den första versionen av programvaran Photoshop.

Denna snabba tekniska utveckling krävde alltmer välutbildade bildjournalister. Det fanns redan tidigt under 1900-talet praktiska utbildningar inom fotografi; allt från kursverksamhet anordnad av studieförbund och företag som erbjöd så kallade brevkurser på distans, till folkhögskolor och konstskolor som undervisade i fotografi. Det fanns emellertid bara några få som undervisade i bildjournalistik och dokumentärfotografi.

Den mest kända skolan i ämnet växte fram ur den internationellt välrenommerade dokumentärfotografen Christer Strömholms kursverksamhet under 1960-talet. Skolan kallades kort och gott Christers Strömholms Fotoskola till en början och under åren 1962 till 1972 utbildades cirka 1 200 elever i dokumentär- och pressfotografi (Wikipedia, 2020a). Verksamheten fick senare två efterföljare i Fotoskolan STHLM och Nordens Fotoskola Biskops-Arnö.

På universitetsnivå inrättades fotografi på Högskolan för Fotografi under 1980-talet. Utbildningen var till en början en bred yrkesinriktad utbildning, med inslag av dokumentärfotografi och bildjournalistik, men har ändrat inriktning och ingår sedan 2012 i Konstakademien Valand vid Göteborgs universitet (Wikipedia, 2020b). Även vid Konstfack, som är Sveriges äldsta högre utbildning inom konst, konsthantverk och design, undervisas i fotografi som ett redskap inom konst och visuell kommunikation (Wikipedia 2020c). År 2002 startades ett renodlat bildjournalistprogram vid Mittuniversitet. Det har en närmare koppling till journalistik än övriga utbildningar (Wikipedia, 2020d).

### 3.6 Bilder och bildjournalister i ett nytt sekel

I mitten av 1990-talet började internet spridas bland befolkningen. Redan omkring 2005 översteg andelen hushåll med internetuppkoppling andelen som prenumererade på en dagstidning. Ytterligare drygt ett decennium senare har 90 procent av den svenska befolkningen tillgång till internet och

merparten använder sig dagligen av internet i någon form (Weibull & Wadbring, 2020). Samtidigt har 90 procent av alla svenskar en mobiltelefon med en bättre kamera än de allra första digitala kamerorna (*Svenskarna och Internet*, 2019).

Den digitala omställningen har haft betydelse för journalistiken i allmänhet, där bildjournalistiken är en del. Framför allt har digitaliseringen förändrat de traditionella mediernas ställning som allmänhetens främsta informationskälla, vilket i sin tur hänger samman med tidningsbranschens minskade intäkter. Affärsmodellerna fungerar inte som tidigare, vilket har lett till kraftiga neddragningar på redaktionerna (Ohlsson, 2017; Facht & Ohlsson, 2019). I kapitel 1 har detta beskrivits i termer av en ökad marknadsorientering. Det är ett perspektiv som kommer att återkomma längre fram i studien. Detta fenomen berör primärt *bildjournalisterna*, men inte nödvändigtvis *bildjournalistiken*.

Med tanke på dessa förändringar i medievärlden, tillkomsten av medborgarjournalistik och förändrad digital teknik som inneburit en ökning av bilder i allmänhet på sociala medier, tillfrågades 5158 professionella bildjournalister från hela världen, däribland 17 bildjournalister från Sverige, år 2016 (Hadland et al., 2016). Studien visar att många bildjournalister oroar sig för framtiden. Framför allt oroar man sig för en ojämn inkomst och en minskande efterfrågan på arbete men även för skador eller dödsfall i yrket. Detta, menar forskarna, återspeglar utmaningarna med ett kreativt arbete i den nya digitala eran med att säkra en tillförlitlig inkomst över tid. Förutom de ekonomiska och de andra riskerna konstateras i studien att den digitala eran har inneburit många djupa störningar och förändringar i bildjournalisters arbetsmönster, inkomstkällor, teknikanvändning och kanske etiska principer. Det starkaste effekten på hur dessa faktor drabbar respektive bildjournalist är deras bosättningsland och huruvida de är utsatta för riskerna i sitt hemland. Fysiska risker är uppenbarligen större i vissa länder jämfört med andra i världen, konstaterar forskarna.

Samtidigt har även bildjournalistiken förändrats, men inte på samma radikala sätt. Yttre faktorer i form av ekonomiska och tekniska villkor (se figur 1) tycks inte spela samma roll. Antalet bilder har nämligen ökat i pressen sedan 1990-talet. Å ena sidan handlar ökningen om små, generiska och svårlästa bilder, å andra sidan om featurebilder. De sistnämnda tycks ha ökat något på bekostnad av ögonblicksbilder, sett i proportion till varandra. Något som däremot förutspåts öka men som inte har gjort det, är publiceringen av läsarbilder. Dessa utgör endast en bråkdel av alla publicerade bilder i svenska dagstidningar (Wadbring & Nilsson, 2016).

Vare sig bildjournalistik eller bildjournalister har haft någon framträdande roll i forskningen. Men bildjournalisterna är en del av journalistkollektivet, och bildjournalistiken en del av det journalistiska innehållet. Det finns därför en del relevant tidigare forskning att hämta.

## 4 Tidigare forskning om journalister

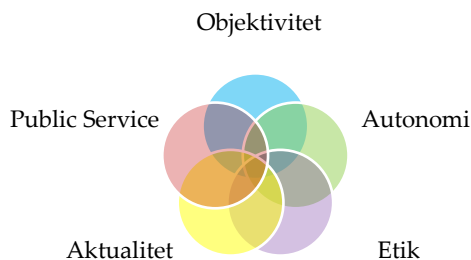
Det finns naturligtvis en hel del forskning om såväl journalistik som journalister, både internationellt och i Sverige. En del av denna forskning är relevant för avhandlingen, och tas därför upp nedan. Vad gäller forskning kring bildjournalistik och bildjournalister är det emellertid klen, både nationellt och internationellt. Svensk forskning om bildjournalistik har framför allt studerat nyhetsbilders innehåll (Becker, 1992; 1996; 2004; 2008; Becker, Ekecrantz & Olsson, 2000; Wadbring & Nilsson, 2016), medan bildjournalister inte studerats alls i Sverige.

Med detta avhandlingsarbete vill jag fylla den empiriska luckan som handlar om svenska bildjournalister. Samtidigt är det svårt att analysera bildjournalister utan att analysera bildjournalistik, vilket gör att de båda områdena går in i varandra och att avhandlingens syfte är att analysera både och.

### 4.1 Ideal och normer bland journalister och bildjournalister

På ett övergripande plan har den holländska medieforskaren Mark Deuze (2005) visat att journalister idealiskt sett anser (i) att deras uppgift är att informera och upplysa, eller om man så vill, fungera som en folkbildande public service för allmänheten kring händelser och nyheter i samhället och att som journalist ska man inta en (ii) etisk hållning och agera (iii) opartiskt, neutralt, objektivt, rättvist och trovärdigt samt (iv) förhålla sig oberoende från yttre påverkan, till exempel från den politiska makten (v) samt rapportera nyheter snabbt och omedelbart till allmänheten. Figur 4 illustrerar dessa journalistiska ideal.

*Figur 4. De journalistiska idealen*



Källa: Deuze, 2005, s. 447.

Ett annat sätt att strukturera journalistiska ideal och normer har gjorts av den schweiziske medieforskaren Thomas Hanitzsch (2007; 2011). Han menar att idealen grundar sig i journalistiska ideologier som bygger på tre dimensioner och som handlar om journalistikens anspråk i samhället.

Det första anspråket är att journalister anser sig ha den institutionella rollen som yrkesgrupp i samhället att ingripa på uppdrag för medborgarna, mot orättvisor eller maktförtryck. Journalister håller därför vanligtvis ett avstånd till den politiska och ekonomiska makten, trots att de samtidigt är beroende av dessa samhällsfält då politiken skapar nyheter medan företagen skapar de ekonomiska förutsättningarna för att journalister ska kunna vara verksamma. Dessa ekonomiska förutsättningar består, enkelt uttryckt, av att journalister uppfattar att den journalistik de producerar riktar sig till allmänheten och därför behöver nyheterna inte enbart vara informerande utan även marknadsorienterade för att bli konsumerade.

För att denna roll ska vara trovärdig gentemot allmänheten hävdar journalister, i den andra ideologiska samhällsdimensionen, att de är neutrala och objektiva ögonvittnen till nyhetshändelser och skeenden i samhället. Med detta anspråk motiverar de samtidigt att de arbetar på ett distanserat och neutralt sätt så de kan hämta in en objektiv empirisk kunskap om samhället och verkligheten.

Detta arbetssätt styrker journalister genom sin tredje ideologiska dimension som är ett starkt etiskt, relativistiskt eller idealistiskt, förhållningsätt. Denna journalistiska etik föreskriver hur journalister får och ska uppträda under sin yrkesutövning och under produktionen av journalistiken, exempelvis normen om att journalister aldrig ska avslöja sina källor.

Svenska journalister utgör intet undantag till dessa dimensioner, eller ideal och normer. Även de har ideal och normer som föreskriver hur de ska granska makten och makthavarna samt objektivt förmedla, förklara nyhetshändelser och spegla olika åsikter i samhällsdebatten, samt förmedla dessa till allmänheten på ett snabbt och direkt sätt. Samtidigt finns det också journalister vars ideal är att underhålla och stimulera sin publik. De förstnämnda idealen har hittills dominerat i de enkätundersökningarna som gjorts bland svenska journalister (Strömbäck et al., 2012; Wiik, 2010; 2011).

Vad vet vi då om ideal och normer ifråga om bildjournalister och bildjournalistik? Vi vet något om internationella förhållande, men inte särskilt mycket om svenska förhållanden.

Den amerikanska forskningen kring bildjournalistik har pekat på att införandet av fotografiet i journalistiken även innebar en utveckling för de

journalistiska idealen i dagspressen. Främst menar forskarna att synen på objektivitet har sitt ursprung i kameratekniken, vilken tillskrevs förmågan att representera verkligheten bättre än gravyrerna (Brennen & Hardt, 1999; Barnhurst & Nerone, 2003; Newton, 2009; Reich & Klein-Avraham, 2014b; Zelizer, 1995a, 1995b). Fotografi framställdes som något helt objektivt, skapat av ett opersonligt mekaniskt kamerainstrument som var fritt från mänsklig påverkan (Flusser, 2000).

Under slutet av 1800-talet började tidningar att göra anspråk på att de var objektiva, och man marknadsförde sig med fotografier som argument för denna objektivitet (Dewitz & Lebeck, 2001; Raetzsch, 2015). Myten att "kameran aldrig ljuger" blev med andra ord ett användbart säljargument i konkurrens mot andra aktörer i tidningsbranschen. Detta kan i sin tur ha lett till att objektivitetsidealet etablerades i journalistiken, och att fältet fick en allt mer erkänd position i samhället, en position journalistiken kunnat behålla ända fram tills idag (Newton, 2001; Zelizer, 1995a; 1995b).

I *Burden of Visual Truth* från 2001 beskriver forskaren Julianne Newton att amerikanska bildjournalister uppfattar att deras uppdrag är att rapportera om mänskliga erfarenheter på ett exakt, ärligt vis och med en övergripande känsla av ett socialt ansvar (jfr. Newton, 2001). I forskning genomförd ett drygt ett decennium senare, med australienska bildjournalister, har man funnit att dessa ideal fortfarande ansågs relevanta för bildjournalister. För att vara bildjournalist behöver man ha ett starkt socialt engagemang och se sig själv som ögonvittne till historien, menade bildjournalisterna i den forskningen (Busst, 2012).

Andra studier har visat att finska bildjournalister anser att deras arbetsuppgifter är att visuellt informera publiken, samt engagera och locka till läsning med sin bildjournalistik (Mäenpää, 2014). De finska bildjournalisterna var på etiska grunder starkt kritiska mot att digitalt ändra innehållet i nyhetsbilder i ett bildbehandlingsprogram. Samtidigt visade studien att bildjournalisternas praktik i det digitala bildbehandlingsarbetet skilde sig åt mellan utövarna (Mäenpää & Seppänen, 2010). Vad dessa studier har gemensamt är att de pekar mot att bildjournalister tycks ha liknande men inte exakt samma ideal och normer som journalister. Det handlar naturligtvis också om hur frågor är ställda; de är inte helt jämförbara med varandra.

En genre som ingående behandlat bildjournalistiska ideal och yrkesetik är bildjournalistiska handböcker, som till exempel i *Photojournalism: the professionals' approach* (Kobré, 2017). I en lång lista av etiska regler, hämtade från den amerikanska organisationen National Press Photographers Association, förklaras hur professionella bildjournalister bör bete sig på

uppdrag vid exempelvis dödsjutningar, självmord, begravningar, terrorhändelser, krig och andra konflikter.

Handboken menar att blivande och verksamma bildjournalister ska sträva efter mångfald i sitt visuella berättande, och inte utelämnas aspekter ur människors liv och vardag eller olika perspektiv vid nyhetshändelser. Vidare anbefalles att inte skapa stereotyper med sitt bildberättande, manipulera nyhetssituationer eller digitalt efterbehandla bilder på ett missvisande sätt. Vidare ska man aldrig ta emot gåvor från utomstående eller själv ge gåvor eller betala källor för information eller behandla människor respektlöst, särskilt om de har drabbats av olyckor eller katastrofer (Kobré, 2017 s. 352ff). Dessa etiska regler påminner i mångt och mycket om de yrkesetiska regler som journalister kommit överens om i det svenska mediefältet (*Spelregler för press, radio & tv*, 2020).

Vi kan således konstatera att oavsett om studierna är gjorda avseende journalister eller bildjournalister, i Sverige eller utomlands, finns starka beröringspunkter och konstigt vore annat, då dessa aktörer verkar inom samma fält. Men det är rimligt att tro att statusen på fältet gör att också ideal och normer kan skilja sig åt, inte minst beroende på att den verklighet som olika aktörer möter i det journalistiska fältet.

## 4.2 Statuspositionerna mellan yrkesrollerna

Historiskt sett har journalistiska yrkespositioner alltid haft olika status i fältet. Chefer har en naturligt högre position än andra inom mediaorganisationerna. Bildjournalister, eller pressfotografer, har för det mesta haft längre status än reportrarna (Lowrey, 2002; Langton, 2009; Seo, 2018; Zelizer, 1995b), och det skrivna ordet har haft högre status än fotografiet (Reich & Klein-Avraham, 2014a, 2014b; Zelizer, 1995a). Motsvarande skillnad tycks också finnas mellan en tv-reporter och tv-fotograf (Bock et al., 2017), vilket gör att skillnaden kan hänföras till att vara fotograf och journalist, snarare än att det handlar om det skrivna ordet i relation till bild.

Men det finns grader inom fältet, om man väljer att dela upp det journalistiska fältet i olika positioner, istället för att se det som en helhet. I exempelvis nordisk forskning har pressfotografens yrkesroll visat sig ha något högre status än till exempel skrivande sportreportrar och allmänreportrar (Hovden, 2012). Det motsäger i viss mån den beskrivna anglo-amerikanska forskningen.

Studier från det franska journalistiska fältet har å andra sidan visat att det finns olika aspekter som påverkar de enskilda aktörernas statuspositioner i

fältet (Marchetti, 2005). För det första handlar det om huruvida de är heltidsanställda, vikarierande eller frilansande specialister eller generalister. Om den heltidsanställda journalisten på det specialiserade medieföretaget skriver om ett särskilt ämne eller har en specifik kunskap ger det en högre status för aktören än om reportern bara är vikarie på en ordinär dagstidning och skriver om allt.

För det andra finns det bland specialiserade journalister olika statusaspekter som till exempel grundas i (i) hur mycket utrymme aktörers specialämne får i rapporteringen på tidningssidorna eller i tv-sändningar, (ii) i huruvida specialämnet syns på tidningens förstasida eller inleder tv-sändningarna, eller (iii) om ämnet tilldelas en stor budget inom medieföretaget (Marchetti, 2005).

Givet ovanstående kan det antas att en bildjournalist som är specialiserad på att rapportera om internationella händelser och nyheter och åker till olika konfliktområden i världen samt får sina rapporter publicerade på förstasidan eller i början av tv-sändningar, har en högre status och prestige i fältet än om han eller hon vore en nyutexaminerad student som hoppade in som timvikarie på en lokal dagstidning och rapporterade om alla typer av nyheter. Det är logiskt, och knappast särskilt kontroversiellt.

Parallellt med de traditionella hierarkierna inom det journalistiska fältet – som länge varit relativt autonomt – har en mer ledarskapsstyrd organisationsmodell införts på de svenska tidningsredaktioner. Journalisternas generella plats i hierarkin kan därmed sägas ha minskat, genom att ökad lönsamhet har blivit ett allt viktigare krav. Om en chefredaktör tidigare hade ett starkt fokus på journalistiken och de journalistiska idealen, har denne idag ett helt annat ekonomiskt fokus på verksamheten (jfr. Andersson & Wiik, 2013; Andersson et al., 2018). Där det tidigare också var viktigt att skilja mellan orden och pengarna, eller börsen och katedralen som man också kan uttrycka det (Fredriksson, 2003), är det i marknadsanpassningens kölvatten snarare något som hålls tätt tillsammans (Ohlsson, 2012).

Ett fält består inte enbart av de enskilda aktörer, såsom reportrar och bildjournalister, utan även av olika institutioner, organisationer och dags-tidningsföretag, som under lång tid har ackumulerat olika status. I det norska journalistiska fältet är medieföretagens statuspositioner fördelade mellan två poler. Dagstidningar uppfattas företräda ett allmänintresse, och har en högre status än kommersiella tv-stationer, enligt aktörer i fältet (Hovden, 2012), vilket i sin tur får betydelse för de enskilda aktörernas positioner i förhållande till var de arbetar.

De traditionella medieföretagens dominans på mediemarknaden har dock förändrats i och med nya de digitala publiceringsmöjligheterna, vilket också medfört en förändrad status i samhället för journalistiken och journalisterna. Det har blivit enklare för andra aktörer från övriga delar av samhället att stiga in i, och inta positioner, i det journalistiska fältet. Dessa aktörer har dock förbisetts av den tidigare forskningen på grund av att de saknat de traditionella resurserna och det symboliska kapitalet i fältet (Örnebring et al., 2018). En del bildjournalister har definitivt ingått i denna kategori av förbisedda aktörer, eftersom de kan ha tagit sig in i fältet på otraditionella sätt (Becker, 2004; Bock et al., 2017; Wadbring & Nilsson, 2016). I denna avhandlings empiriska material finns de med.

## 5 Metod och material

De nordiska mediestudier som inspirerats av Bourdieus begrepp har använt sig dels av enkäter (Wiik, 2010) för att visa hur förändringar i fältet ser ut, dels kombinerat enkäter och intervjuer för att måla upp en bild av det norska mediefältet (Hovden, 2012). En kombination av intervjuer och observationer har dessutom använts vid studier av danska redaktionskulturer och statuskillnader mellan olika aktörer (Schultz, 2006). Parallellt med detta utgörs den begränsade svenska medieforskning som gjorts på bildjournalistik i huvudsak av innehållsanalyser och semiotiska analyser av bilder (Becker et al., 2000, Wadbring & Nilsson, 2016). Men det finns inga tidigare studier i det journalistiska fältet där bildjournalistiken uppfattas som ett subfält, och där svenska bildjournalister fått ge sin syn på ideal, normer och status i branschen, och inte heller någon studie där frågeställningarna fokuserat på bildjournalistiken rent generellt. Det görs i denna avhandling, genom en stor intervjustudie.

### 5.1 Strategiskt urval av intervjupersoner

Det strategiska urvalet har styrts av en strävan efter att identifiera relevanta aktörer på olika positioner som kan uttala sig om det bildjournalistiska subfältet i det allmänna journalistiska fältet. För att finna dessa personer har urvalet har skett i flera steg.

Förutom de självklara bildjournalisterna, har även multijournalister, reportrar och chefer/mellanchefer valts ut till studien, då dessa yrkesroller representerar merparten av de roller som finns inom dagspressen i Sverige. Ur dessa kategorier av yrken har därefter respondenterna handplockats, för att nå ett strategiskt urval av kvalificerade aktörer på olika positioner inom fältet, exempelvis från nationella, regionala eller lokala dagstidningsföretag. Urvalet av respondenterna speglar dessutom en bredd ifråga om ålder, kön, yrkesår i branschen och huruvida de arbetar som frilans eller som fast anställd.

I praktiken innebar detta att tidningsföretag, från norr till söder, valdes ut baserat på tidningens upplaga och geografiska läge. Därefter kontaktades utvalda aktörer på dessa företag som dels innehade positioner inom de fyra valda yrkesgrupperna, dels var aktörer som antogs ha varierande mängd av symboliskt, kulturellt eller socialt kapital, exempelvis kulturellt kapital från tidigare erhållna journalistiska eller bildjournalistiska utmärkelser och priser.

Därutöver kontaktades även frilansande bildjournalister, multijournalister och reportrar från olika delar av landet utifrån samma kriterier.

En annan strävan var att försöka intervjua till hälften män och till hälften kvinnor i varje yrkesgrupp. Detta lyckades inte inom varje yrkesgrupp, men däremot i hela urvalet av respondenter.

Vad beträffar Bourdieus begrepp kapital och habitus, innebär dessa att varje respondent använder sina resurser för att kämpa om olika positioner i fältet. Omvänt skulle de därför kunna användas för att rangordna aktörerna utifrån deras respektive mängd av symboliska och kulturella kapital, och tidigare erfarenheter i form av deras habitus. Dessa skulle alltså kunna motsvaras av respondenternas titel, arbetsplats, eventuella priser och utmärkelser och antal år i branschen samt utbildningsnivå.

Utifrån Bourdieus begreppsvärld är dessutom arbetsplatser och yrkestitlar laddade med ett symboliskt kapital och värde. Det går med andra ord att anta att det är mer prestigefyllt att arbeta för en stor nationell dagstidning som chef än som multijournalist på en liten lokaltidning. Därtill har tillgången till en permanent arbetsplats och en stadig inkomst minskat, och därmed kan man anta att det blir mer eftertraktat bland aktörerna i fältet. Samtidigt innebär den förenklade digitala tekniken att den traditionella journalistiska infrastrukturen och produktionsmedlen att nästan vem som helst kan bli en aktör i branschen (jfr. Örnebring et al., 2018, s. 410).

Utifrån dessa antaganden har detta avhandlingsarbete försökt att omforma respondenternas grundförutsättningar till kvantitativa värden. Det vill säga, en respondent med en fast anställning på en nationell dagstidning med flera utmärkelser efter många år inom branschen har antagits kunna ha ett högre ackumulerat symboliskt kapital i branschen jämfört med en nyexaminerad student som inte ännu har vunnit några priser och som precis börjat arbeta i branschen. Respondenter med ett symboliskt och kulturellt kapital i form av olika utmärkelser och priser eller högskoleexamen har därför tilldelades ett positivt värde medan frilansande respondenter utan några priser eller titlar har tilldelades ett negativt värde. De skilda förutsättningar i den journalistiska infrastrukturen, å ena sidan, och åtskillnaderna i respondenternas ackumulerade symboliska och kulturella kapital, å andra sidan, gavs värden längs två olika axlar med utgångspunkten från ett neutralt nollvärde. Tabell 1 illustrerar denna fördelning.

X-axelns värden utgörs av vad Örnebring et al. (2018) kallar för den journalistiska infrastrukturen. Den inbegriper ett symboliskt kapital i fältet i form av yrkestitlar och arbetsplatser. Dessa förutsättningar finns så att säga redan etablerade i fältets strukturer, oavsett om olika aktörer kan dra nytta av

dem eller ej. Y-axelns värden motsvarar däremot de mer individuella symboliska eller kulturellt kapital och habitus som aktörerna själva kan ackumulera och sträva efter över tid för att nå de andra värdena på x-axeln.

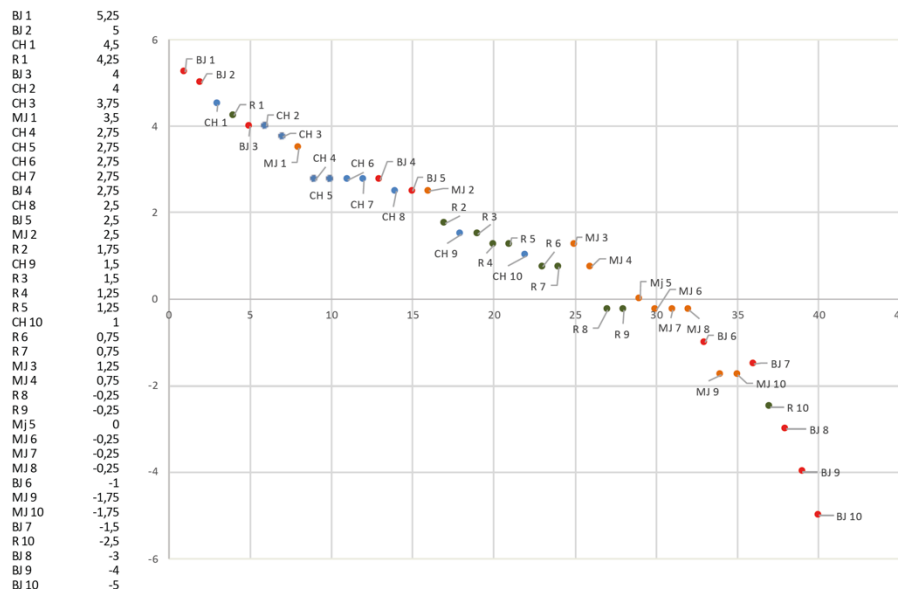
*Tabell 1. Fördelning av värden utifrån respondenternas bakgrunder*

<u>X-axel</u>	<u>Värde</u>	<u>Y-axel</u>	<u>Värde</u>
<b><u>Aktörens arbetsplats</u></b>		<b><u>Aktörens yrkesår i branschen</u></b>	
Anställd på nationell dagstidning	1	> 20 år	1
Anställd på nationell kvällstidning	0,75	< 19 - 10 år	0
Anställd på regional dagstidning	0,5	> 10 år	-1
Anställd på lokal dagstidning	0,25		
Annat medieföretag	0		
Frilans med kontorsplats i frilanskollektiv	-0,25		
Frilans utan kontor	-0,5		
Student, praktik/nyexaminerad	-1		
<b><u>Aktörens yrkestitel</u></b>		<b><u>Utmärkelser och priser</u></b>	
Hög chef	1	Både nationella och internationella	1
Mellanchef	0,75	Endast nationella	0,5
Anställd reporter	0,5	Inga priser och utmärkelser	0
Anställd bildjournalist	0,5		
Anställd multijournalist	0,5		
Frilansande reporter	0		
Frilansande multijournalist	-0,5		
Frilansande bildjournalist	-0,5		
Journalist eller bildjournaliststudent	-1		
<b><u>Aktörernas årsinkomst</u></b>		<b><u>Aktörens utbildningsnivå</u></b>	
> 500 tkr / år	1	Högskolenivå	1
< 499 - 400 tkr / år	0,5	Gymnasienivå	0
< 399 - 300 tkr / år	0	Grundskolenivå	-1
< 299 - 250 tkr / år	-0,5		
> 250 tkr / år	-1		

Respondenterna fick under intervjuerna besvara grundläggande frågor om sina arbetsplatser, titel och årsinkomst, men även utbildningsnivå, priser och utmärkelser och antal år i branschen. Därefter gavs respondenterna värden också utifrån det, och alltsammans lades ihop för att kunna visa bredden på det strategiska urvalet, samt för att inför de kommande empirikapitlen kunna presentera och analysera aktörernas utsagor i förhållande till dessa värden.

Jag vill dock tydligt poängtera att denna sammanställning inte ska ses som en korrespondensanalys baserat på ett totalurval, såsom gjorts i tidigare forskning (jfr. Hovden, 2012), utan endast som en fingervisning och illustration kring var, i förhållande till varandra, aktörerna i detta empiriska material befann sig. Figur 5 illustrerar detta.

Figur 5: Rangordning av respondenterna



I rangordningen till vänster om diagrammet finns summan av de sammanräknade värdena som varje respondent fick, vilka sträckte sig från ett negativt -5 i värde för den lägst rangordnade respondenten, upp till ett positivt +5,25-värde för den allra högst rangordnade respondenten.

Etiketterna vid varje värde står för de olika yrkesgrupperna. CH står för chefer och mellanchefer, MJ betyder multijournalister, R gäller reportrar och slutligen står BJ för bildjournalister. Rangordningsnumret 1, 2, 3 o.s.v. motsvarar alltså respondenternas ordning inom respektive yrkesgrupp utifrån deras sammanräknade värde.

Detta avhandlingsarbete har, som redan nämnts, alltså genomförts med hjälp av intervjuer. Skälet till detta är att intervjuer, till skillnad från enkäter, kan nå djupare in i människors förståelse av sin livsvärld och blotta tidigare dolda åsikter och uppfattningar kring sociala strukturer och fenomen, vad beträffar exempelvis ett delfält såsom det bildjournalistiska med en mindre grupp av aktörer som bildjournalisterna (jfr. Tracy, 2013 s.132). Under de, till största delen timslånga, intervjuer har respondenterna därför fått tid att utveckla sina upplevelser och uppfattningar kring normer och ideal och sin upplevda status, och samtidigt fått ge mer grundade förklaringar kring hur de såg på förutsättningarna för det bildjournalistiska subfältet i det större

journalistiska fältet. Därmed har de gett svar på frågeställningar kring normer och ideal och statuspositioner, som den tidigare forskningen inte riktigt kunnat besvara kring detta subfält av det journalistiska fältet som avhandlingsarbete valt att undersöka och kommer uttala sig om.

Forskningsintervjun är vidare en social process mellan den som intervjuar och den som intervjuas. Det vill säga, forskningsintervjun är inte ett neutralt utbyte av svar och frågor, utan en aktiv, flexibel och anpassningsbar social process där intervjuaren och respondenten lär känna varandra. Hur detta kan se ut beror delvis på hur intervjuerna genomförs.

## 5.2 Genomförande av intervjuerna

En frågeguide utarbetades utifrån frågeställningarna för att strukturera intervvisituationen, och leda in den mot avhandlingens frågeställningar. Frågorna i guiden var generellt utformade så att alla respondenter fick utveckla och beskriva hur de uppfattade ideal och normer, egna och andras yrkesroller samt synen på förutsättningarna i fältet.

Med detta sagt, var ändå fokus på bildjournalistik och bildjournalisterna. Det vill säga, när det gällde bildjournalisterna fick de ge sin syn på dessa frågeställningar utifrån sitt inifrånperspektiv medan de andra respondenterna fick besvara frågorna i guiden utifrån ett utifrånperspektiv. Ett exempel som kan nämnas är att alla respondenter tillfrågades om vad de ansåg var bra eller kvalitativ bildjournalistik, och vad de ansåg gav bra renommé och status i branschen. Därtill fick bildjournalisterna beskriva hur de upplevde att andra aktörer såg på dem och bildjournalistiken, medan övriga aktörer fick frågor som uppmanade dem att ge exempel på vad de såg som skillnad mellan journalistik och bildjournalistik respektive dessa yrkesroller. Cheferna fick till exempel svara på vad de förväntade sig av en bildjournalist medan en bildjournalist beskrev vad de uppfattade att en chef förväntade sig av dem. På detta vis kunde aktörernas olika synsätt kring exempelvis ideal och normer fångas. Frågeguiderna finns samlade i bilaga 5.

Intervjuerna inleddes dock alltid med att respondenterna fick beskriva sin bakgrund, till exempel om de hade någon person i sin närhet som var journalist eller bildjournalist, och ange vilka skäl som låg bakom att de blev verksamma i branschen. Detta genomfördes för att få en första idé om respondenternas habitus. Aktörerna ombads även beskriva vad de gjorde en vanlig dag på jobbet, för att få en uppfattning om deras skilda arbetsvillkor och förutsättningar.

De flesta av frågorna i guiden utgjordes av mycket öppna frågor, där respondenterna gavs tid att utveckla och utforma sina egna tankegångar, åsikter och beskriva sina erfarenheter från branschen. I de fall där förtydliganden eller kompletteringar behövdes för att förstå vad respondenternas menade ställdes uppföljande frågor, vilket bidrog till att intervjuerna antog formen av nära samtal, snarare än en fråga-svar-intervjusituation.

I detta sammanhang ska också nämnas att respondenterna gavs tillfälle att läsa igenom intervjuguiden innan intervjuerna genomfördes. Detta gjordes av två skäl. Det första skälet var att presentera forskningen och få tveksamma respondenter att ställa upp på intervju, och för det andra att tillmötesgå de mer stressade respondenternas önskemål om att effektivisera intervjuerna. Detta kan naturligtvis kritiseras, och det kan antas att respondenterna kunde förbereda sig och tillrättalägga sina svar. Men å andra sidan går det att argumentera för att detta istället underlättade för att respondenterna att tänka igenom och formulera sina svar, så att de blev mer välgrundade i respondenternas livsvärldar.

Utifrån det ovan beskrivna urvalet intervjuades åtta av bildjournalisterna i en första intervjuomgång under våren 2015. Under hösten 2015 fortsatte intervjuerna med tio chefer och mellanchefer samt tre av reportrarna och två av multijournalisterna. Under vintermånaderna december-februari, 2017–2018, fullbordades de sista intervjuerna i en tredje och sista intervjuomgång. Den omgången bestod av intervjuer med två bildjournalister, sju reportrar och åtta multijournalister.

Allt som allt utgörs intervjumaterialet av 40 aktörer i den svenska tidningsbranschen. Att det slutliga intervjumaterialet bestod av tio respondenter ur varje yrkesgrupp har att göra med det ovan beskrivna strategiska urvalet av olika respondenter, men även att det under den första intervjuomgången framkom att en empirisk mättnad nåddes vid ungefär tio respondenter per grupp.

Sju av respondenterna intervjuades ansikte-mot-ansikte. Resterande intervjuades via Skype, huvudsakligen i form av videosamtal med ljud och bild men i form av ett telefonsamtal. Dessa samtal spelades in hjälp av programvaran Call Recorder.

Videosamtal har kritiserats i metodlitteraturen för att kroppsspråket inte syns under intervjun (jfr. Tracy 2013, s. 163). Men de inspelade video-intervjuerna visade sig innebära möjligheten att i efterhand gå tillbaka och titta på ansiktsuttryck och reaktioner hos respondenterna för varje fråga i det inspelade samtalet, vilket inte hade varit möjligt med bara bandade ansikte-

mot-ansikte-intervjuer. En annan fördel med alla de inspelade skypeintervjuerna visade sig vara den höga ljudkvaliteten på grund av att respondenterna ofta gick undan och befann sig i en lugn miljö under intervjuerna. Denna höga ljudkvalitet resulterade i sin tur i att jag vid den efterföljande transkriberingen haft mycket få problem med att höra vad respondenterna svarade, jämfört med de bandade ansikte-mot-ansikte-intervjuerna.

Det ska även nämnas att det förekommit två mailintervjuer i det empiriska materialet, där respondenterna svarat skriftligen på grund att de var ute på arbetsresor. Detta var inte helt optimalt då möjligheten att ställa följdfrågor förlorades men dessa respondenters svar var, å andra sidan, mycket genomtänkta och välformulerade.

Alla respondenter gavs möjligheten att uttala sig anonymt, då några av dem uttryckte att de upplevde att deras jobb annars stod på spel. Dessa respondenter var främst aktörer som hade upplevt nedskärningar på sina arbetsplatser och som därför var viktiga för det empiriska materialet. Till skillnad från dem avsåg sig de flesta cheferna i urvalet anonymitet, men i den empiriska sammanställningen har alla respondenter blivit anonymiserade med det rangordningsnummer som beskrivits ovan.

Utöver intervjuerna, som utgör det empiriska materialet i detta avhandlingsarbete, genomfördes även två mindre observationer under två veckor i juni 2016. Tanken med dessa besök i den journalistiska verkligheten var dels att få observera kulturen och strukturerna som satt i väggarna i redaktionsmiljöerna i branschen (jfr. Nygren & Lindblom, 2019), dels att få uppdaterad kunskap om nyhetsbyråarbetet. Observationerna genomfördes på Dagens Nyheter och nyhetsbyrån TT.

Dessa observationer genomfördes under en så pass kort tidsrymd att de inte bidrar direkt till analysen, men däremot till en kontextualisering av arbetet på redaktionerna. Däremot har dessa besök i branschen medverkat till att spegla arbetssituationerna för några av aktörerna på två redaktioner i branschen, och i den empiriska sammanställningen används de inledningsvis till att måla upp en "scen" ur fältet, snarare än att de explicit besvarar avhandlingens frågeställningar. Frågeställningarna besvaras av intervjumaterialet.

### 5.3 Kodning och analys

Presentation av ett kvalitativt empiriskt material tenderar att följa den typ av framställning som är paradigmet inom ett vetenskapligt fält (Lindlof & Taylor,

2011, s. 290). Mitt samhällsvetenskapliga paradig kommer dock att blandas med min etnografiska och journalistiska bakgrund. Det innebär att den empiriska redogörelsen lånar sin stil från dels ett etnografiskt paradig, dels ett samhällsvetenskapligt kvalitativt synsätt. Respondenternas synsätt och uppfattningar redovisas dels genom direkta citat hämtade ur intervjuerna, dels sammanfattande stycken formade av avhandlingens teoretiska utgångspunkter.

Denna redogörelse har dock föregåtts av en iterativ analysprocess och kodning av det empiriska intervjumaterialet under avhandlingsarbetet (jfr. Tracy 2013, s. 184ff). Analysprocessen har växlat mellan ett inifrån- och ett utifrånperspektiv. Med andra ord, under avhandlingens analysarbete har jag växlat mellan att förhålla mig till respondenternas egna förklaringar, deras logik, deras övertygelser och uppfattningar för att försöka uppfatta deras värderingar, övertygelser och rutiner, till att distansera mig mot vad respondenterna svarat, för att analysera och om möjligt förklara materialet i förhållande till de teoretiska utgångspunkterna och den tidigare forskning (Lindlof & Taylor, 2011; Tracy 2013).

Konkret har detta inneburit att jag efter de första inledande intervjuerna började transkriberade dem, dels för att fortlöpande ha kontroll över intervjumaterialets framväxt och skapa mig en uppfattning om vad respondenterna sade i förhållande till avhandlingsarbetets frågeställningar, dels upptäcka om och i så fall när en empirisk mättnad nåddes.

Efter den första omgången av transkriptioner med bildjournalister och chefer, kodades de utifrån de övergripande frågeställningarna, i en så kallad *primary-cycle coding*. Denna kodning gjordes i programvaran Nvivo för att få en överblick över framväxande teman och tendenser i intervjumaterialet. Redan vid denna första kodning framträdde oväntade perspektiv i respondenternas svar. Vid den andra kodningsomgången, efter den andra och tredje omgången av intervjuer, i en så kallad *second cycle coding* (jfr. Tracy 2013, s. 188f), växte dessa teman och tendenser, och blev till en allt mer detaljerad kodbok. Se denna kodbok som bilaga 6.

## 5.4 Den språkliga hanteringen och presentationen

Det föreslås i metodlitteraturen att en kvalitativ empirisk redogörelse med fördel bör innehålla en hög detaljrikedom, vara en så kallad *tjock beskrivning*, för att nå en hög trovärdighet (jfr. Creswell 2013; 2014). Med tanke på att varje transkriberade intervju ledde till 30–40 sidor text vardera, har det dock varit nödvändigt att sammanfatta och gruppera respondenternas svar.

Andra forskare (Holliday, 2007, s. 75) menar att det som gör en empirisk beskrivning användbar för analysen inte i första hand är en mängd citat staplade på varandra, utan att det som redovisas visar intressanta aspekter av materialet, och att det viktiga med analysen är att den är grundad i teori och tidigare forskning.

Jag försöker kombinera dessa båda synsätt. Avhandlingens empiriska sammanställning kommer därför i möjligast mån att redovisas som en rik, kontextualiserad skildring av vad respondenter sagt under intervjuerna, för att därefter, utifrån svaren, underbygga den efterföljande analysen.

I de empiriska kapitlen kommer bildjournalisterna att presenteras först, därefter följer reportrar och multijournalister för att avslutas med cheferna. De citat som kodats som intressanta för avhandlingens frågeställningar har dels infogats direkt i den löpande texten när citaten varit kortare än två meningar, dels redovisats i längre blockcitat om citaten varit längre än två meningar.

Alla citat är direkta citat. Respondenternas talspråkliga felaktigheter har emellertid i vissa fall korrigerats för att fungera grammatiskt korrekt i löpande text och för att underlätta läsningen. Dessa korrigeringar har, i de fall de förekommer, markerats med [klammerparenteser] runt om det eventuellt ersatta eller korrigerade ordet.

Klammerparenteser har även använts i de fall då namn på exempelvis respondentens medieföretag har redigerats bort för att anonymisera respondenten. Några av blockcitaten har förkortats, exempelvis då respondenter upprepat eller stakat sig. Detta har då markerats med /.../ i blockcitaten.

Citaten och redogörelsen av det sagda i de följande empirikapitlen speglar, trots dessa smärre korrigeringar, adekvat alla aktörernas olika uppfattningar. Samtliga respondenter kommer till tals och bidrar i att underbygga diskussionen i den avslutande kapitlet.

## 5.5 Från pressfotograf till forskare – min förförståelse

*All qualitative inquiry is personal*, skriver Patton (2015). Det vill säga, all forskning är i en mening personlig. Andra teoretiker, däribland Bourdieu själv, menar att den grundläggande principen för valet av ett studieobjekt bör vara att man är försiktig att välja något man som forskare är för djupt involverad i, och att man behöver reflektera över detta (Bourdieu & Wacquant, 1992).

Jag har en bakgrund som bildjournalist inom svensk dagspress. Jag började på nittiotalet som pressfotograf, när den analoga fotografitekniken användes, och under mina 15 år som bildjournalist och bildredaktör i branschen lärde jag känna branschen relativt väl. Flera av dess aktörer känner jag fortfarande personligen. Jag är medveten om att mitt tidigare yrkesliv kan vara ett problem och leda till en viss hemmablindhet. Jag skulle emellertid vilja hävda att det förhåller sig tvärtom.

Den tidningsbransch som jag en gång var verksam i och som jag lämnade för det akademiska fältet, ser inte längre ut som den gjorde när jag var verksam. Den är helt annorlunda jämfört med den verklighet som mina respondenter lever i idag.

Under till exempel sommaren 2008, när jag gjorde mitt sista riktiga arbetspass som bildredaktör på en stor dagstidning, var sociala medier i sin linda och endast de läsare som hade de allra senaste smarta mobiltelefonerna kunde skicka bilder och videor med godtagbar kvalitet till redaktioner. Framför allt fanns det då ännu ingen mediekonsument som kunde ta del av nyheter i mobilen.

Denna förändring av fältet i kombination med min egna förförståelse, menar jag, har snarare gjort det lättare för mig att studera, uppfatta och analysera fältet på ett djupare sätt än en forskare som alls inte befunnit sig i dagstidningsbranschen (jfr. Lindlof & Taylor, 2011, s. 4ff). Vidare menar jag att min bakgrund har utgjort en fördel vad beträffar kännedomen om vilket urval av respondenter som varit lämpliga att intervjua för detta avhandlingsarbete. Av samma anledning har jag varit medveten om att välja att inte intervjua respondenter jag har haft en nära vänskaplig relation till under mitt yrkesliv.

Trots dessa åtgärder – och av den enkla anledningen att den svenska dagstidningsbranschen inte är särskilt stort och inte innefattar tillräckligt många individer som varit av intresse för det föreliggande avhandlingsarbetet – har jag i enstaka fall korsat mina egna spår då jag varit tvungen att intervjua aktörer som jag i viss mån haft professionell kontakt med. Detta kan uppfattas som en svaghet men är, menar jag, närmast en oundviklig omständighet av att studera ett litet fält.

På det stora hela menar jag att min kännedom om branschen varit en styrka. Men det finns annat som är värt att diskutera i form av styrkor och svagheter med avhandlingen.

## 5.6 Diskussion kring studiens styrkor och svagheter

Alla studier har sina styrkor och svagheter. I mångt och mycket handlar det om de val som gjorts under arbetets gång.

Det specifika syftet med detta avhandlingsarbete är att analysera bildjournalistiken och bildjournalisters position under en avgörande tid för det journalistiska fältet. För att kunna uppfylla syftet har jag utgått från två frågeställningar:

1. Hur betraktas den bildjournalistiska yrkesrollen och bildjournalistiken av aktörerna i fältet och hur förhåller sig dessa beskrivningar till journalistiska ideal och normer?
2. Vilken status tillskrivs bildjournalisterna och bildjournalistiken i förhållande till övriga aktörer och till journalistiken i fältet?

Valet av intervju som metod är grundat i Bourdieus fältteori och därför har 40 relevanta aktörer på olika positioner i fältet intervjuats om sina uppfattningar om bildjournalister och bildjournalistiken. För att komma på djupet, är min absoluta övertygelse att intervjuer är ett bättre metodval än enkäter. Respondenternas möjlighet att utveckla sina svar och ge sin bild av ideal eller normer vad gällde bildjournalistik och bildjournalister, något som kan vara ytterst svårt att fånga i en enkätstudie. Trovärdigheten i intervju svaren är stor.

De två intervjuomgångarna genomfördes med relativt långt mellanrum, två år. De flesta bildjournalister och alla chefer intervjuades under den första omgången, medan reportrar och multijournalister till största del intervjuades under den andra omgången. Detta kan visserligen i viss mån ha påverkat respondenternas syn på vissa trender i subfältet. Syftet med avhandlingsarbetet har dock varit att studera relativt trögrörliga ideal och normer, och aktörernas syn på varandras positioner i det journalistiska fältet i stort och för det bildjournalistiska delfältet i synnerhet. Åsikter och attityder förändras inte snabbt, i varje fall inte avgörande mycket under en tvåårsperiod. Snarare var det så att tiden mellan intervjuomgångarna gav möjligheten att hinna transkribera och till viss del analysera vad olika yrkesgrupper hade sagt under den första kodningscykeln, något som lett till att det tidigt framträdde tecken på en viss mättnad i svaren i det empiriska materialet kring avhandlingens frågeställningar.

Valet av respondenter kan alltid diskuteras, liksom intervjuareffekter. Genom min branschkunnskap menar jag att det strategiska urvalet av respondenter inte hade kunnat göras på ett bättre sätt om jag helt stått utanför branschen. Å andra sidan, bör man vara medveten om att de allra flesta

människor vill framstå i en bra dager när de intervjuas, och samtidigt vill en intervjuare få svar på sina frågor. De ofta timslånga intervjuerna styrdes därför till stor del av en intervjuguide, för att få de centrala frågeställningarna besvarade och för att intervjuerna inte skulle bli till långa samtal. I och med att alla respondenter samtidigt fick utveckla och fördjupa sina svar och tankegångar kring studiens frågeställningar blev intervjusituationen ändå inte helt styrd. Empirin bör därför snarare uppfattas mycket trovärdig, och min bedömning är att genom intervjuer har de båda frågeställningarna om bildjournalistikens subfält och dess aktörer i det journalistiska fältet kunnat besvaras.

## 6 Ideal och verklighet inte samma sak

Utanför de stora panoramafönstren på kontorshuset på Glasbruksbacken vid Slussen i Stockholm, blåser en kall och fuktig försommarvind. Människor på väg till sina arbeten eller någon annanstans, klämmer in sig i busskurerna undan duggregnet samtidigt som de tittar tyst ner i sina mobiltelefoner. Kanske läser någon av dem morgonens nyheter. Sannolikheten är då stor att dessa nyheter är producerade bara hundra meter från där de hukar i väntan på sin buss.

Nyhetsbyrån TT är Sveriges största nyhetsförmedling. De håller rutinemässigt koll på nyhetshändelser i Sverige och ute i världen. Liket en nyhetsfabrik producerar och säljer de nyhetstexter, stillbilder och videor till andra medieföretag som inte själva har dessa resurser. Detta har TT gjort i nästan 100 år. Dygnet runt. Året om. Med andra ord, Nyhetsbyrån TT är en stor aktör, betydelsefull aktör i det svenska journalistiska fältet. Det går bra för TT. Den försämrade ekonomin bland svenska dagstidningar har inneburit att man har fått fler kunder, som laddar ner texter och bilder från deras digitala plattform. Bland de 240 anställda medarbetare finns nio bildjournalister, fyra videofotografer, en administrativ bildchef, en videoredaktör samt flera bildredaktörer. Bildproduktionsenheten på TT har vuxit de senaste åren. För bara några år sedan var bildredaktionen ett eget separat företag – en bildbyrå vid namn Scanpix. Men Nyhetsbyrån TT köpte upp bildbyrån i och med att dagstidningsmarknaden efterfrågade mer bilder och videomaterial till TT:s traditionella nyhetstexter.

I det öppna kontorslandskapet på redaktionen håller den administrativa bildchefen Mats på med att sammanställa dagens uppdragslista för fotograferna – den så kallade *Löpsedeln*. Fem meter till vänster om Mats sitter bildredaktörerna Petra och Stina, med listan över vilka fotografer som faktiskt är i tjänst denna dag. Två av namnen står inom parentes.

– En av fotograferna är i Frankrike under fotbolls-EM och den andra är i Bhutan och följer kungahuset på deras statsbesök, berättar bildredaktören Petra.

Mats skriver ut kopior av *Löpsedeln* och tar bunten under armen och går till konferensrummet där medarbetarna samlats för dagens morgonmöte. Han sätter sig vid mitten av det långa konferensbordet samtidigt som han fäller en kommentar om ett utskrivet A4-ark som ligger på bordet – det så kallade *Uppslaget*.

– Det blev lite mycket case...

De andra betraktar papperet under tystnad.

Även om mycket av nyhetsproduktionen i dagstidningsbranschen fokuserar på övergången till digital publicering, online och mobilt, trycks det fortfarande papperstidningar i Sverige. Det är till dessa tidningar som TT säljer sina tjänster i form av abonnemangspaket. De produkter man säljer är färdigskrivna nyhets-, och reportagetexter,

stillbilder, videor och illustrerande grafik. Uppslaget, som Mats kommenterat med journalistisk jargong, är en del av detta abonnemangs-paket och består av två färdigredigerade tabloidsidor med inrikes och utrikesnyheter och utgör en digital pdf-fil som direkt kan sättas in i abonnenterna dagstidningsproduktion utan att de själva behöver redigera sidor. Produkten sparar både tid och resurser för de abonnerande kunderna. Det är uppslagsredakören Lars-Gunnar som har uppgiften att göra uppslaget varje kväll. LG, som han kallas, har en bakgrund som skrivande reporter och sportjournalist på byrån.

– Helgen gick lite på rutin..., svarar Lars-Gunnar.

När inga fler medarbetare säger något om Uppslaget går Mats över till att presentera dagens uppdrag. Bland annat är det slutspurt på primärvalskampanjerna i USA. Flera texter och reportage väntas komma från TT:s korrespondenter. Dessa journalister fotografera inte själva så texterna behöver illustreras av bilder som väljas ut ur det inkommande bildflödet från internationella bildbyråer, såsom AP, AFP eller Getty. Mats delegerar arbetsuppgiften till bildredaktörerna, Petra och Stina. Båda nickar som svar tillbaka. För dem är detta en rutinuppgift. Dessutom är de två som kan hålla ett öga på det stora bildflödet med tiotusentals bilder som kommer in från hela världen under en dag. Vanligtvis är detta den ordinarie bildredaktörens arbetsuppgift. Men just denna vecka är Stina, som håller på att lära sig TT:s arbetsrutiner, även på plats som assisterande bildredaktör. Stina har arbetat på Expressen som bildredaktör. Men kvällstidningen lade nyligen ner sin bildavdelning så när Stina blev erbjuden ett längre vikariat på byrån tvekade hon inte att ta det.

Videoredaktören Birgitta berättar om att det kommer genomföras en live-tv-sändning senare under dagen från kontorsbyggnadens tak.

– Det är en rappartist som släpper en skiva. Hoppas att det inte regnar, tillägger hon.

Det är trots allt i början av juni och väderleksrapporten har talat om ostadigt väder och det duggade under morgontimmen. Birgittas oro för strul med tekniken är högst befogad.

En av grafikerna föreslår att det borde göras en grafik om förra höstens stora nyhet – Den stora flyktingströmmen – när nu ny statistik på hur många flyktingar som kom och varifrån de kom, släppts från Migrationsverket. Mats håller med och ger grafikern uppgiften att färdigställa denna illustration.

Det blir det sista som dryftas under det korta rutinmässiga morgonmötet för strax därpå löser Mats upp mötet och alla går tillbaka till sina respektive arbetsplatser. Ingen av de anställda fotograferna deltog. Alla var nämligen redan ute på inplanerade fotouppdrag, vilket inte är en ovanlighet. Samtidigt var inte heller någon av cheferna från andra avdelningarna med på bildredaktionens möte. Dessa chefer hade redan hållit ett morgonmöte med Mats, där listan med dagens händelser redan hade dryftats och planerats.

Efter mötet förklarar Mats vad han menade med kommentaren – *”Det blev lite för mycket case...”* – och berättar att tidigare satt inte uppslagsredaktören LG med under bildredaktionens morgonmöten. Men efter en omorganisation på TT där det beslutades att ändra på arbetsrutinerna för att TT:s produkter skulle bli mer bildmässigt i sin utformning, sitter LG med och man avhandlar Uppslaget

– Men när det hela tiden bara publiceras porträtt på personer i texterna blir det inte bra bildjournalistik. Det blir tråkigt. Tyvärr sker detta fortfarande på grund av gamla invanda rutiner. Men vi försöker ändra på det så det blir bättre bildjournalistik. Jag hade hellre sett att LG satsat på en intressant dragarbild istället för alla de där små porträttbilderna i artiklarna och notiserna, förklarade Mats.

Det ovanstående beskrivningen är ett utdrag från observationen vid Nyhetsbyrån TT i början av sommaren 2016. Att hålla planeringsmöten, eller så kallade morgonmöten, om vad som journalistiskt ska göras varje dag på redaktionen, äger rum även på de flesta dagstidningar runt om i landet. Sådana planeringsmöten utgör en av de mest grundläggande journalistiska rutiner som formar nyheterna som läsarna senare kan ta del av.

Samtidigt ger beskrivningen från det här specifika morgonmötet även en bild av den sociala strukturen bland aktörer och hur normer och ideal förmedlas genom denna typ av arbetsrutin, vilket i sin tur skapar en social struktur mellan aktörerna. För även om det just under detta morgonmöte inte var tydligt uttalat förstod de närvarande vad den administrativa bildchefen ville och dessutom vad han förmedlade för ideal vad beträffar den producerade bildjournalistiken, exempelvis i hur *”Uppslaget”* skulle sett ut.

Detta kapitel kommer att sammanfatta de olika respondenternas syn på ideal och normer vad beträffar bildjournalistiken och journalistiken i fältet.

## 6.1 Trovärdighet och autonomi viktigt för bildjournalister

Alla de intervjuade bildjournalistrespondenters ideal och normer var att sträva efter att trovärdigt spegla, förklara och förmedla verkligheten till läsarna på ett folkbildande vis. Respondenterna menade att detta trovärdighetsideal krävde en närhet till människorna de ville beskriva, vilket var en arbetsprocess som tog lång tid.

Arbetsprocessen förutsatte även en yrkesetik som inte enbart föreskrev att deras bilder skulle var sanningsenliga och inte manipulerade, utan även en norm om att vara en närvarande medmänniska och något av en människokännare. För att fungera i en sådan arbetssituation nämnde flera

respondenter hur de utvecklat strategier i relation till andra aktörers önskemål, förväntningar och krav.

### 6.1.1 Att vara närvarande tar tid

Den allra mest erfarna och välrenommerade bildjournalisten med flera prestigefyllda priser och lång karriär bakom sig, definierade den idealiska bildjournalistiken på följande vis:

*Bildjournalistiken bör, enligt mig, upplysa människor om hur världen ser ut. Att ge ett ansikte, en resonansbotten till textens ofta stramare roll. Bra bilder talar enligt mig till hjärtat. De ska väcka känslor, beröra. /.../ En bild med stora estetiska och innehållsmässiga kvalitéer kan i bästa fall förändra en värld. I alla fall kan de innebära att ingen efteråt kan säga "vi visste inget." Bilder (och filmer) är, i större utsträckning än text, en viktig del av vårt kollektiva minne. (BJ 1)*

Samtidigt beskrev han att det saknades *förståelse bland chefer och reportrar om hur lång tid ett dokumentärt visuellt berättande [kunde] ta. Journalistiskt dokumentära bilder kan dessutom bara tas i presens (BJ 1).*

Den bildjournalist som arbetade på en kvällstidning, och som också hade en mängd nationella och internationella utmärkelser, beskrev på ett likartat sätt sina bildjournalistiska ideal. I hans fall höll emellertid idealen på sätt och vis på att förändrats i och med digitaliseringen, eller som han uttryckte sig:

*Kärnan i bildjournalistik är att man visar verkligheten och man ger folk någonting som dom inte visste om och som dom verkligen är intresserade av. Och kan lära sig något av. Men det är som sagt... det är en svår tid liksom... och samtidigt jätteintressant! Och alla möjligheter finns ju i dag, med nätet, med mobilen. Och allting flyter liksom. Det har ju öppnat upp gränserna så otroligt mycket, liksom. (BJ 2)*

Samma respondent upplevde att stora nyhetshändelser i världen som historiskt sett varit pressfotografernas främsta yrkesuppgift att förevisa, skedde alltför snabbt för att han skulle kunna vara på plats där något hände. Han menade att *det är nästan alltid någon där på plats ändå (BJ 2)* och ansåg därför att hans nuvarande arbetsuppgift som bildjournalist istället var att *ta reda på förhållanden bakom* dessa skeenden och nyhetshändelser, som han uttryckte det:

*Det är en skillnad från förr. För då... Ja, men hände det en olycka så fick vi åka dit och göra det. För det var vi som rapporterade därifrån. Idag gör vi inte det för att det alltid är någon som har en bild eller mobilbild. Det är ju liksom lite borta för oss idag, den delen av pressfotografin. (BJ 2)*

Den digitala utvecklingen hade, enligt honom, varit positiv för branschen – men framför allt för honom själv, då han beskrev hur tekniken givit honom en större frihet och frigjort arbetstid från hans tidigare arbetsuppgifter. Nu kunde han istället ägna tid åt att följa en eller flera personer eller ett ämne och *att gå djupare* (BJ 2) i berättelserna.

Som exempel på hur han arbetade nu, beskrev han hur han lade upp bilder på sitt Instagramkonto från de djupgående reportagen innan de publicerades på tidningens hemsida eller i dess tryckta upplaga. På en följdfråga om han publicerade sina reportage på Instagram för att vara först ut med dem, svarade han att så inte var fallet utan att han publicerade dem där för nå ut till så många som möjligt med sin bildjournalistik.

Han var dessutom inte oroad över att någon skulle ta hans idéer eller hans reportagebilder och publicera dem på andra ställen:

*Det skiter jag fullständigt i. Folk får gärna sno. [Skrattar] Som med det här projektet som jag arbetar med nu, där hade jag från början bestämt att det aldrig skulle...det handlar inte om att jag ska tjäna ett öre på det. Alla som vill publicera det får göra det. Det ska vara gratis att titta på. Det ska vara tillgängligt liksom, för att allt handlar om att få ut journalistiken. (BJ 2)*

Det respondenten svarade får snarast tolkas som ett folkbildande, public serviceideal. Men att folkbilda tar tid, och det riskerar att kollidera med den ökande publiceringstakten och den digitala omställningen.

En förändrad arbetssituation vittnade en annan prisbelönt bildjournalist, anställd på en nationell dagstidning, om. Han beskrev hur han hade utvecklat strategier för att navigera inom den redaktionella kulturen på hans dagstidning för att nå sina ideal. Hans strategi var, som han sa, att *föra bildens talan* och att *jobba tillsammans med en duktig reporter* som hade ett gemensamt mål med vad vi ska göra, veta vi vad vi söker och vad vi vill berätta (BJ 3).

Han berättade att själva fotograferingstillfället var *en jättejätteliten del* av arbetsuppgiften. Istället menade han att möten med reportrar och chefer var viktigare för att kunna få *veta vad som är på gång* och *mixa deras önskemål med verkligheten*, och kunna planera arbetstiden och skapa de perfekta förhållandena för att kunna gör *en idealisk kvalitetsbildjournalistik*. Det innebar att befinna sig på *rätt plats vid rätt tillfälle* och *fånga ögonblick när något händer*, och till och med att *vara på plats när något inte händer* (BJ 3).

Han illustrerade denna arbetsstrategi med att säga att istället för att åka till en presskonferens på Rosenbad, så sökte han hellre upp verkliga situationer eller personer ute i samhället som nyheten handlade om, *vilket kan kännas självklart för oss som ska ta bilderna men inte så självklart för dem som ska skriva*, för, som han uttryckte det, bildjournalistiken blev *maffigt när man följer någon person och visar upp någon persons öde* (BJ 3).

De kvinnliga bildjournalisterna uttryckte att deras ideal och mål var att etablera en nära kontakt med de människor som de porträtterade, och de samarbetade med intervjupersonerna för att trovärdigt och ärligt kunna berätta om dessa människors livssituationer (BJ 4, BJ 5, BJ 8, BJ9, BJ 10). Dock konstaterade en av de yngre kvinnliga bildjournaliststudenterna, precis som de högt rangordnade bildjournalisterna, att *djupare stories är ett ideal bland fotografer, inte i branschen* (BJ 10).

Respondenternas syn på bildjournalistiska ideal pekar mot att de ville vara närvarande, vara där det händer, och kunna skapa relationer till de människor de ska porträttera. De är intresserade av förutsättningarna utanför redaktionernas väggar, snarare än vad reportrar eller chefer menade att de ska rapportera om. Deras argumentation handlade om att samhället skulle speglas med en så allsidig och etiskt trovärdig bildjournalistik som möjligt.

### 6.1.2 Tidspress har ändrat villkoren

En allt snabbare publiceringstakt har emellertid lett till en minskad arbetstid per jobb, och en begränsad möjlighet för bildjournalisterna att nå de ideala arbetsförhållanden som de önskar (BJ 5, BJ 6, BJ 8). Dessutom menade några att den journalistiska etiken var i farozonen, i och med den allt snabbare publiceringstakten. Exempel som gavs var vid snabba, icke källkontrollerade publiceringar av läsarbilder på nätet (BJ 4) och vid livesändningar som riskerade att röja personer identiteter (BJ 5).

Den prisbelönta bildjournalisten på den nationella dagstidningen gav ytterligare ett exempel på hur tidspressen kunde innebära att journalistkollegor utan kunskap om bilder publicerade dem utan tanke på deras innehåll. Istället för att vara innehållsmässigt korrekt i valet av bilder användes...

*...genrebilder även till nyheter och med genrebilder blir det ju en viss typ av journalistik och det blir ju en viss typ av berättande. Det är ju nåt som då blir väldigt lätt utbytbar och det är ju klart att...ja...vem läser det till slut? (BJ 3)*

I linje med detta resonemang menade en av de yngre bildjournalisterna att journalister som inte gavs tid att utföra sina arbetsuppgifter riskerade att tumma på det demokratiska uppdraget, genom att exempelvis inte hinna kontrollera fakta eller vara källkritiska (BJ 7). En annan av bildjournalisterna, med över 30 års erfarenhet som frilansare i branschen, men med en allt tunnare uppdragslista, trodde dock fortfarande på journalistikens institutionella uppdrag i samhället och att, som han uttryckte det,

*journalistiken är nödvändig, det är en hörnpelare i samhället* (BJ 6). Han menade att såväl journalistikens som bildjournalistikens roll var att folkbilda och granska makten. Samtidigt hävdade han att denna typ av journalistik var hotad på grund av ekonomiska förändringar för journalistiken, och han ansåg att medieföretagen måste lösa krisen genom att *hitta en [ny] betalningsmodell* (BJ 6).

Att villkoren förändrats för branschen är ett faktum, och det är föga förvånande att det också upplevs så av dem som är verksamma i den.

### 6.1.3 Högt symboliskt kapital ger möjligheter

De fyra yngre frilansande bildjournalisterna som alla var kvinnor (BJ 7, BJ 8, BJ 9 och BJ 10), tvivlade på om en idealisk bildjournalistik kunde vara en helt objektiv beskrivning av verkligheten. En av dem (BJ 7) uttryckte en retorisk fråga som svar på vad för verklighet bildjournalistik skulle spegla: Var hon inte subjektiv som människa? En annan (BJ 8) besvarade frågan och gav samtidigt en etisk lösning på objektivitetsdilemmat genom att mena att journalistiska bilder och text *inte nödvändigtvis* [behövde] *säga samma sak* utan att för den skull bli mer subjektiv än objektiv. Den lägst rangordnade och också den yngsta bildjournalisten menade att hennes ideal därför var *en balansgång i att bild och text på nåt sätt ska matcha varandra* (BJ 10).

Som svar på frågan om vad en annan bildjournalistrespondent däremot uppfattade som dålig bildjournalistik, funderade hon länge tills hon konstaterade att det var *att kanske inte gå in och påverka för mycket... jag har inte något exempel nu. Men alltså att inte störa sanningen för mycket* (BJ 9).

Det kan i en första anblick ses som att de yngre bildjournalisterna inte hade några vidare starka ideal, men de tycktes trots allt luta sig emot ett trovärdigt och folkbildande ideal, snarare än den snabba journalistik som de upplevde använde bilder för att illustrera något snarare än att spegla det. En av dessa bildjournalisterna gav ett exempel på hur förutbestämda journalistiska vinklar från reportrar och redaktörer inte så sällan påverkade hennes bildjournalistiska arbetssituation:

*[Journalister] använder bilder som bevis. Det blir lite mer legitimt än att bara skriva vad som händer. /.../ Det viktiga är att bevisa att vi var där. Det är ju också en grej, att du bara åker ut och fotar någonting helt meningslöst bara för att tidningen ska kunna skriva: "Vi var där!" (BJ 8)*

Denna unga bildjournalists ideal att spegla och visuellt representera verkligheten på ett trovärdigt och allsidigt sätt kolliderade enligt hennes mening med reportrars och redaktörers krav. Det ligger i linje med det som

beskrivits av den tredje rangordnade bildjournalisten, men med den viktiga skillnaden att den yngre frilansande bildjournalisten inte hade ett tillräckligt högt symboliskt kapital för att kunna *föra bildens talan* (BJ 3).

Sammantaget kan ovanstående därför tolkas som att bildjournalister med ett högt symboliskt kapital i fältet kan upprätthålla sina bildjournalistiska ideal och är autonoma nog att kunna följa dem, medan de yngre bildjournalister med ett lågt eller inget symboliskt kapital inte kan göra detta.

Respondenter med högre symboliskt kapital beskrev inte bara hur de kunde *föra bildens talan* (BJ 3), utan även förklara för skrivande reportrar och chefer på redaktionerna att det inte gick att *göra bra bildjournalistik på allting*, som *exempelvis ekonomijournalistik* (BJ 3). De lägre rangordnade respondenterna däremot, särskilt de som var frilans, beskrev hur de inte vågade stöta sig med reportrar eller redaktörer i fältet, och snarare än att hamna i en konflikt mellan ideal och dessa aktörers dominanta doxa, sade sig till exempel den yngsta bildjournalisten till och med kunna tänka sig att ta ett jobb som servitris på ett kafé för att kunna genomföra sitt bildjournalistiska projekt (BJ 10).

Också en annan av dessa yngre respondenter menade att hon hellre jobbade *som en självständig frilans* som drev egna projekt eller som hon uttryckte sig:

*Det är viktigt att smala av och att välja vägar. Antingen gör man allt, eller så gör man lite för bättre betalt. (BJ 8)*

På liknande vis beskrev faktiskt även den näst högst rangordnade bildjournalisten sin arbetsituation, som anställd på en kvällstidning med stor självständighet och resurser, men hur han ändå strävade efter högre ideal som bildjournalist:

*Drömmen om att faktiskt kunna förändra någonting och bidra med nånting och ge folk nånting som de inte visste att dom ville ha, har... eh... Det har känts mycket roligare att jobba mot det målet och det har känts möjligt att göra det också. Det går faktiskt att förändra med bildjournalistik! (BJ 2)*

Ett stort mått av självständighet, eller autonomi, ses som eftersträvansvärt för journalister. Men för bildjournalisterna i fältet handlade detta inte primärt om självständighet i relation till yttre aktörer, utan snarare i relation till andra aktörer i det journalistiska fältet. För att detta ska vara möjligt, krävs ett visst mått av symboliskt kapital. Samtidigt är det just genom att vara en självständig bildjournalist, med mycket egen arbetstid att bestämma över, som respondenterna kunde generera ett högre symboliskt kapital i fältet. Med andra ord tycks bildjournalisterna i viss mån befinna sig i ett moment 22.

## 6.2 Förklara och avslöja centralt för reportrar

I likhet med bildjournalisterna talade även reportrarna om idealet att självständigt styra sin arbetstid, för att kunna producera en förklarande eller avslöjande journalistik. Två synsätt dominerade: att folkbilda och berätta för läsarna om samhället och världen, respektive att avslöja maktmissbruk, missförhållanden eller orättvisor i samhället.

På olika sätt hade reportrarna, precis som bildjournalisterna, utvecklat strategier för att försöka uppnå sina ideal och en självständighet i fältet. Men när de ekonomiska och tekniska förändringarna i fältet börjat påverka reportrarnas arbetssituationer, vittnade de om hur det blivit svårare att göra ett bra jobb. Samtidigt hade reportrarna dessutom tydliga förväntningar på de bildjournalister som de arbetar med.

### 6.2.1 Autonomi för folkbildning och undersökning

Den mest välrenommerade lokaltidningsreportern, med 20 år i branschen och ett antal journalistiska utmärkelser för sin grävande journalistik, ansåg inte helt oväntat att kunskapen om samhället fanns utanför redaktionens väggar, och att hans uppgift som reporter var att undersöka den, gräva i dess missförhållanden och att ständigt *bedriva egen research* (R 1). Han hjälpte även andra journalister på sin redaktion...

*...med research, offentlighetsprincip, grävande, faktainsamling och skrivande och formulerande, och [vara] lite av ett mellanting mellan reporter och redaktör i själva arbetsprojektet !..! Men sen är ju det här en lokaltidning där alla ändå måste göra allt. (R 1)*

Parallellt beskrev han vad han förväntade sig av bildjournalister. Han såg dem som självständiga yrkespersoner i fältet och att det innebar att det alltid var...

*...två personer som åker på ett jobb och vi kommer att komma tillbaka med två berättelser. Den ena berättelsen är berättad med bilder och den andra är berättad med text. Helst ska de korrelera med varandra utan att det ser larvigt ut !..! trots att reportern letar efter en sak, det vill säga, letar efter fakta, medan bildjournalisten gör lite ögonfägnad. Det vill säga, får det att se vackert ut på sidan men samtidigt ska bilderna förmedla rätt känslor till rätt berättelse till läsarna. Det kräver att bildjournalisten har tid och kapacitet att berätta en historia med sina bilder. (R 1)*

På samma sätt som han behövde sammanfatta och förenkla ett skeende i nyhetstexter, förväntade han sig att en bildjournalist gjorde ett relevant och etiskt urval när denne fotograferade. Därför utgick han från att...

*...när en fotograf åker till en plats riktar hen kameran mot det som är intressant. Sen att det inte är hela verkligheten som man kommer hem till redaktionen med, det är nog ingen som förväntar sig, på samma sätt som reporter inte kommer hem med hela bilden av vad som händer. (R 1)*

Hans resonemang tyder på en realistisk syn på objektivitet och vad som kan fotograferas, men menade ändå att den bästa typen av bilder var de dokumentära [som var] tagna av en människa som hade varit på plats (R 1). En sådan bildjournalistik skickade dessutom signalen [till läsarna] att tidningen har ansträngt sig, åkt dit och pratat med de där människorna (R 1). Han utvecklade sin syn på bra bilder och sade att de var...

*!...! bilder som berättar en historia även om de står helt fria från text. Då har man lyckats. Däremot så är det inte sagt att det alltid ska vara så. De ska också funka tillsammans med text för det är oftast så de kommer att publiceras. Men riktigt bra nyhetsbilder ska, till nöds, kunna stå helt själva utan att det finns en berättelse vid sidan av dem som talar om vad det här är för någonting. Bilden ska ha verkshöjd i sig. (R 1)*

Han beklagade dock, med anledning av sitt resonemang, att allt färre nyhetsbilder inte berättade...

*...en historia om vad som har hänt !...! Och nu...[skrattar] på samma sätt markerar man det omvända, att tidningen INTE har besvärat sig med att åka till området och ta reda på hur det förhåller sig. (R 1)*

På en lokal dagstidning i norra Sverige, på ett frilanskontor i Stockholm samt i sitt hemmakontor i mellannorrland satt tre olika reportrar, en anställd och två frilansreportrar, och uttryckte nästa identiska uppfattningar och förväntningar på bildjournalistiken och bildjournalisternas roll i fältet.

De båda frilansarna menade att idealet var att bilder måste tillföra någonting till texten (R 3) och att bildjournalistik och journalistik var två parallella spår samtidigt som det är ett spår. De interagerar hela tiden och hör ihop hela tiden (R 2).

Reportern på den norrländska dagstidningen, som genomgått rationaliseringar där alla de tidigare pressfotografer hade blivit multijournalister, menade att de tidigare fotografernas bilder höll en högre kvalitet och att...

*...motiven berättar någonting !...! De förmedlar någonting. Inte bara att det är en person som sitter och tittar rätt in i kameran [skrattar] som det blir när vi andra fotar. För man har inte tid att vänta in rätt ögonblick eller kanske hitta de motiven som berättar någonting. (R 7)*

Den äldsta av dessa tre reportrar beskrev sig ha ett ideal om att vara oberoende och granskande (R 3) medan den anställda specialreportern i Norrland hade

som arbetsuppgift att gräva, och bevakade landstingen och kommunerna och förklara *lite mer bakgrunden till saker* (R 7) på ett mer folkbildande vis.

Frilansreportern i mellannorrland arbetade i viss mån med undersökande journalistik, men i och med att han ofta frilansade för företag och organisationer var uppdragen *inte i syfte att avslöja* (R2). Istället beskrev han sig som en motpol till en *nyhetsjournalist som behöver vara i händelsernas centrum*, och därför var att hans ideal snarare av folkbildande art, eller som han sade:

*Jag berättar en historia. En historia om ett skeende eller en företeelse på ett sådant sätt att folk kan förstå det. Sen om det är...oberoende av beställaren så gör jag ju samma sak... det kan vara en personlig upplevelse eller ett skeende.* (R 2)

Dessa reportrar förväntade sig att bildjournalisterna skulle aktivt bidra med bildidéer till deras skrivna journalistik. Frilansreportern i Stockholm sa till exempel att...

*...det är ju tråkigt om någon bara sitter med i två timmar, och det har man vart med om att många fotografer har sagt: "Okej då måste vi ta lite bild" eller "Oj, vi måste ta lite bilder också!" i slutet av intervjun.* (R 3)

Han utvecklade tankarna och menade att bildjournalister inte alltid levde upp till hans förväntningar och det han räknade med att en idealisk bildjournalist bidrog med beskrev han på följande vis:

*Det är väl någon som har något eget, liksom. Som har någon idé och som säger: 'Ja men så här kan vi kanske göra!'. Sen är det förstås bra om de kan något om ämnet. Nu är det klart att alla kanske inte kan alla ämnen. Men kan de någonting om ämnet så är det ju klart att det alltid är bättre. Jag menar, kommer du med någon eller pratat med någon och de kan inget om ämnet då är det klart att då blir det svårare att ha en idé, va.* (R 3)

Detta välinsatta teamwork mellan henne och bildjournalister, beskrev även en annan frilansreporter på ett frilanskontor i norra Sverige. Hon sade sig förvänta att en bildjournalist *inte bara [var] en person som bara är med och knäpper kort* (R 5). Det var mer än så. Bildjournalister skulle ha...

*...samma tänk kring etik och allting, att man absolut inte, inte förvanskar någonting utan att man är en del av berättelsen på ett väldigt viktigt sätt. Alltså att jag berättar en del av berättelsen i text och den berättelsen finns också i bild fast på ett sätt som kanske fångar en annan person, eller som kanske förstärker varann. /.../ Sen behöver de inte nödvändigtvis vara exakt samma alltid. Ibland kan de ju säga lite olika saker.* (R 5)

Själv beskrev hon sig som *mycket av en folkbildare* och att hennes målsättning med journalistiken var att berätta det som var *intressant och relevant, som kan ge någon slags aha-känsla* för läsarna (R 5).

Denna norrländska frilansreporter skrev dessa *väldigt specifika skeenden och grejer* [i artiklar och reportage för] *nischtidningar*. Hon kunde välja bland de uppdragsgivare som kontaktade henne:

*Det är lätt att en redaktör tar en för givet och hunsar med en. Men jag älskar att vara frilans, för att de redaktörer som jag inte tycker levererar gentemot mig behöver jag inte jobba med. Det tycker jag är kanon. (R 5)*

Hon beskrev hur hon hade lyckats erövra denna självständiga ställning i fältet, vilket främst var tack vare ett stort nätverk med svenska forskare.

Det blir tydligt att ett ackumulerat socialt kapital eller symboliskt kapital, lett till att det är möjligt att upprätthålla en självständighet och arbeta i linje med sina ideal, som att folkbilda eller granska. Som reportrar på fältet förutsatte de att bildjournalisterna arbetar med samma slags ideal, och att bilder fungera som ett parallellt, kompletterande och självständigt spår till deras texter.

Alla reportrar resonerade emellertid inte på samma sätt. Ideal var en sak, verklighet en annan. Och hur man hanterar den verklighet man arbetade i skiljde sig åt.

## 6.2.2 Idealen kontra marknadsorienteringen

Den fjärde reporter i rangordning, som var anställd som utrikesreporter på en svensk kvällstidning, uttryckte det starkaste stödet för marknadsorientering bland reportrarna. När han skulle beskriva vad han uppfattade som idealisk journalistik och bildjournalistik förklarade han att det var den som konkurrensmässigt stod *ut från det bredaste av flödena* av nyheter och hade något som för *journalistiken framåt* (R 4). Han förtydligande vad han menade genom att ge några exempel:

*Det är kvalitet att få den bästa och snabbaste nyhetsbevakningen som vid en händelse som i Paris. Det är en kvalitet att som [tidningens namn] kunna skicka 10 personer till Paris inom loppet av 50 minuter från att det har smällt. Det är också kvalitet att en person som [en bildjournalists namn] kan få utrymme att jobba vid sidan av den vanliga nyhetsfäran med ett projekt som fått stor spridning över hela världen. Det är kvalitet att vi kan göra en satsning som [projektnamn] /.../ som gett oss en unik chans att berätta vad som händer på vattnet mellan Turkiet och Grekland. (R 4)*

Utrikesreporterens uppräknings tyder på att han också hade både ett aktualitetsideal och ett folkbildande ideal, som båda var formade på en ideologi som förutsatte en journalistisk närvaro. Samtidigt var det tydligt att reportern hade hög tillgång till redaktionella resurser och goda arbetsmässiga

förutsättningar för att kunna vara ägna tid åt att vara närvarande i sin journalistik.

Möjligen var det också därför han beskrev att kvalitativ bildjournalistik skulle ha *en förmåga att stänga av bruset runt i kring, en förmåga att oavsett var du är när du ser bilden eller det rörliga materialet så försvinner omvärlden* (R 4). Han tog bilden på den drunknade syriska flyktingpojken Aylan Kurdi som exempel på en bild med den förmågan att få *en hel värld att plötsligt att reagera*.

Med bilders starka genomslagskraft och betydelse för den journalistik han hade i åtanke, beskrev han vidare...

*...att det är ett stort mervärde att jobba med bildjournalister som har det där drivet för att jag tror att det i slutändan blir ett mycket, mycket bättre material som publiceras. Så jag förväntar mig av personen att ha samma intresse som jag själv av att leverera ett bra jobb. /.../ i ett väldigt tigt samarbete där vi gemensamt bestämmer vad vi ska göra för typ av material. Där fotografen tar lika stort ansvar som jag i att försöka få fram personer att bygga den här journalistiken kring. (R 4)*

Kort sagt, utrikesreporterens yrkesnorm var att leverera en kvalitativ utrikesjournalistik, och han förväntade sig samma ambitionsnivå från bildjournalisterna.

En yngre webbreporter, anställd på en lokal dagstidning i Mellansverige, hade inte alls samma resurser och beskrev på ett mer krasst sätt att hans arbetsuppgifter styrdes av *ekonomiska incitament och att det ska gå snabbt* (R6). Den snabba webbjournalistik han producerade var dock långt ifrån hans ideal, vilket var att, precis som föregående respondent, arbeta långsammare, granska och avslöja missförhållanden och att folkbilda läsarna. Det var därför inte konstigt att han menade att *sinnebilden för bra journalistik när man har resurserna* (R6), som till exempel när Expressen gav frilansutrikesreportern Magda Gad, som han såg upp till, tid att förklara olika fenomen och *berätta vad som händer ute i världen*. Samtidigt var han fastanställd på den lilla lokala dagstidning och dess ekonomiska verklighet innebar att han, nästan tvärt emot sina ideal, producerade webbjournalistik vars syfte var att skapa klick och locka till digitala prenumerationer. I detta sammanhang förklarade han sin uppfattning kring idealisk bildjournalistik:

*Alltså, en bra bild kan ju vara fantastisk. Men på webben så ska det hända någonting hela tiden och då kan det vara en dålig bild också vara bra. En dålig bild på en olycka är ju mycket bättre än en fantastisk porträttbild, för att den lockar mer trafiken till sidan. Alltså, om man bara har en bild på det då ökar trafiken. (R 6)*

I denna reporters verklighet värderades bilders kvalitet i första hand efter hur snabbt de kunde komma ut i nyhetsflödet på de digitala plattformarna, snarare än utifrån deras berättande innehåll eller tekniska kvalitet. Lokal-

tidningsreporterens journalistiska ideal illustrerade samtidigt hur trögrörliga hans egna ideal var så istället för att förkasta de traditionella journalistiska idealen helt hade han, och flera andra respondenter med honom, på olika sätt utvecklat strategier för att hantera den nya verkligheten och arbets-situationens förutsättningar.

### 6.2.3 När marknaden tränger sig på

En av frilansreportrarna, med flera journalistiska utmärkelser för sin utlandsrapportering, arbetade ibland som timanställd på olika nationella medieföretag för att dryga ut sin inkomst och för att ha råd att göra djuplodande projekt och reportageresor. Hon kunde inte tänka sig att jobba med något annat yrke och hennes ideal var att fungera som...

*!.../ folkbildaren som hjälper till att tolka och förstå världen. Att man kan ge en unik inblick i nått. När som tar läsaren i handen och tar den till en ny plats som den inte har varit på och som när de slutar läsa, känner att de fattat något. Att få vara en som lyst upp en del av världen som varit mörkt [skrattar]. (R 8)*

I linje med hennes ideal menade hon att bilder skulle vara *sanna* [och visa] *verkligheten och förmedlar den som den såg ut när man var på plats*. Dock ansåg hon inte att bilder nödvändigtvis behövde visa upp samma sak som texten, precis som några av de andra reportrarna vidhållit, och hon uttryckte det som att:

*Jag tycker ju väldigt mycket om när text och bild berättar samma historia men från olika vinklar, om man säger. Så man kompletterar varandra, att de fördjupar berättelsen så att man får ut någonting mer av den. !.../ och tillsammans så kan man göra otroligt starka reportage. (R 8)*

Utifrån sin strävan att spegla samhället och folkbilda läsare, beskrev ytterligare en frilansreporter i södra Sverige, att bilder var lika viktiga som hennes texter: *vi står för lika delar. Utan bilderna är inte min text värd särskilt mycket. Utan vi kompletterar och lyfter upp varandra* (R 9) och att hon därför arbetade med likasinnade, duktiga bildjournalister som *skapade bilder på människor där man ser att bildjournalisten har kommit personerna nära*.

Resonemanget från dessa två frilansreportrar tyder på att ett gott samarbete med bildjournalister kan resultera i att de dels får sälja sina reportage dyrare, dels att de strategiskt kan behålla sina ideal på en konkurrensutsatt mediemarknad. Det är samtidigt slående att reportrar med såväl hög ekonomisk säkerhet (R 2 och R 5) som mycket osäkra ekonomiska frilansförhållanden (R 8 och R 9) uttrycker en likartad inställning gentemot betydelsen av bildjournalistik.

De båda sistnämnda frilansjournalisterna uttryckte dock båda stor frustration över sin egen ekonomiska situation:

*...väldigt märkligt [när] man får priser, man skriver böcker, folk tycker det går jävligt bra. Man har ett jävligt gott anseende när man rör sig i branschen, men man har fortfarande inte pengar nog att köpa nya gummistövlar till sina barn. (R 8)*

Frilansreportern som befann sig i södra Sverige, menade att hennes frilanssituation var en märklig ordning, då det var hennes *uppdragsgivare [som] sätter arvodet, det funkar ju inte så i övriga hantverksvärlden men för journalister är det så*. Hon beskrev vidare att det var en...

*...skillnad mellan jobb som jag får utlagda på mig och jobb som jag kommit på själv. Där lägger jag ned otroligt mycket mer tid. Alltså, när jag har egna idéer som jag levererar till mina uppdragsgivare, då försvinner tiden på något sätt. Då har man ju en färdig tanke från början på vad man ville göra och den vill man ju komma så nära som möjligt i själva slutprodukten. Så där spelar inte det ekonomiska in i lika stor roll för man vill visa, framför allt för redaktören och läsaren att det var det här jag ville berätta. (R 9)*

Den lägst rangordnade frilansreportern, som hade den mest osäkra ekonomiska situationen, hade flyttat till New York några år tidigare, efter att i tio års tid arbetat som timvikarie och bemanningsanställd på flera svenska dagstidningar. Reportern beskrev hur han hade valt frilanslivet framför att fortsätta arbeta på dagstidningar i Sverige trots ett sämre privatekonomiskt läge. Det berodde framför allt på att han upplevde en stor förändring på redaktionerna:

*Jag upplevde på senare år när jag jobbade i Sverige att det var en 'göra och fylla'-mentalitet. Inte mycket engagemang och inte så mycket ideal om att förändra världen eller granska eller så... Men det är också så att jag de senaste åren jobbade på en liten lokalredaktion. Jag tyckte att det var skillnad när jag jobbade på en större redaktion. Samtidigt, på en sån liten arbetsplats är det få individer som gör stor skillnad och om chefen som jobbar där, tillsammans med tre-fyra andra, är bitter eller less och inte har engagemang påverkar det ju allting. (R 10)*

Den brist han hade känt, gick på tvärs med hans egna ideal som grundades i hans nyfikenhet och att han ville *förmedla den nyfikenheten och det människor berättar [till läsare] /.../ så att det kan leda till nått bra* (R 10). Av detta skäl samarbetade han bara med likasinnade, nyfikna och ambitiösa unga bildjournalister. Tillsammans planerade och gjorde de all research kring reportageidéer som de sedan föreslog till svenska dagstidningar och magasin.

Den New York-baserade frilansreporterns perspektiv på det svenska dagstidningsbranschen kan ses som en lägesrapport från en aktör som står lite vid sidan av fältet. Hans skildring av valet att flytta från en bransch med få ideal och under omstöpning på grund av en förändrad ekonomi och

digitalisering, kan ses som den mest genomgripande strategin bland respondenterna för att hålla fast vid sina egna ideal.

## 6.3 Viss inrättning i ledet bland multijournalisterna

Till skillnad mot reportrarna som beskrev sig som relativt autonoma i fältet, beskrev multijournalisterna i större utsträckning hur de hade anpassat sina arbetsätt och rättat sig efter de ökade produktionskraven och marknadsorienteringen. Samtidigt sa de sig fortfarande hålla fast vid traditionella journalistiska ideal och menade att folkbildning, granskning och etik hade blivit allt viktigare i det snabba nyhetsflödet.

Respondenterna var dock i viss mån uppdelade i två läger. Å ena sidan, de respondenter som gav uttryck för ett ogillande vad beträffande förändringarna och upplevde att de hade lett till en försämring av normer och ideal i journalistiken och, å andra sidan, de som ansåg att de digitala förändringarna kunde vara bra och hade anpassat sina ideal till förändringarna. De använde sig strategiskt av klick och läsarstatistik för att motivera sina ideal. Skillnaderna mellan dessa grupper framträdde främst mellan de yngre och äldre aktörer i intervjuaterialet.

### 6.3.1 Läsarstatistiken formar normer

Den allra högst rangordnade och äldre multijournalisten med egen kolumn i den regionala dagstidningen i Mellansverige, var redan i början av intervjun negativt inställd. Hon menade att den journalistiska kvalitén hade sjunkit i takt med införandet av multijournalistrollen på tidningen, och framför allt på grund av nya digitala plattformarna:

*Idealen nu är ju att vi har blivit mer som en konserverfabrik. Det är mer av löpande band! Vi måste mata sajten! Den är en ständigt vrålhungrig fågelunge, liksom. Och den måste matas ett visst antal gånger per dygn. (MJ 1)*

Hennes folkbildande ideal yttrade sig i att hon helst skrev *om människor mer än politiska beslut /.../* i reportage med en *human touch, nära grejer med en väldigt bra bredd*. Även om detta ideal ibland stod i direkt kontrast till en ökad publiceringstakt på de digitala plattformarna, beskrev hon i linje med detta att kvalitativ bildjournalistik, var porträtt på *en människa som du kan se i ögonen som berättar sin historia* (MJ 1).

Trots sina personliga ideal konstaterade hon samtidigt att läsarstatistiken, som mätte mediekonsumenternas beteenden online, tydde på att läsarna

egentligen inte brydde sig om en kvalitativ bildjournalistik. Istället vittnade hon om att det var främst nyhetsbilder, från exempelvis trafikolyckor, som genererade klick. Hon gav ett exempel på att hon kunde ha fotograferat...

*...världens suddigaste bild men den [var] från tillfället och den [var] på riktigt. Då ökar läsningen jättejättejättemycket. Förstår du, det är ju ett taskigt betyg för den kvalitativa bildjournalistiken för det är ju ingen vettig bildjournalistik egentligen. Det är ju bara ett kvitto på att vi [var] på plats och att det blir mer äkta för läsaren: "Fan de är där! De är där!" (MJ 1)*

Därför menade hon också att dagstidningarnas webbsidor inte längre var plattformarna för *den fantastiska bildjournalistiken, det fantastiska reportaget som har fått ta många veckor eller månader att göra, eller de skithäftiga gravprojekten* (MJ 1).

Läsarstatistiken visade inte bara vilka bilder eller videor som fungerade bra på webben, utan även vilken typ av journalistisk produktion som egentligen konsumerades. Denna kunskap hade i sin tur ändrat hennes och hennes kollegors uppfattningar kring vilka ämnen de skulle skriva om. Från att ha varit mest intresserade av djuplodande, folkbildande reportage och artiklar, övergick de till mer lättlästa, tydliga artiklar med ämnen *som sticker ut och har en väldigt, väldigt bra vinkel* (MJ 1):

*Vi måste vara självkritiska och tänka att vi suttit här som några slags divor i decennier efter decennier och trott oss veta vad folk vill läsa. Vi har ju gissat! Och satt upp något slags finger i luften. Och då när alla skulle ha en agendaredaktion för att alla skulle föra någon slags agenda över vad folk skulle tänka och tycka, det är ju helt sjukt egentligen när man tänker efter. Istället för att gå ut och fråga vad folk tyckte, vad vill ni läsa om? I folkets tjänst ligger det att vara sann, relevant. Men vi ska ju inte ljuga för det, vi ska ju inte vara i folkets tjänst genom att ljuga oss till deras sympatier. Vi måste vara ärliga, men vi måste också lyssna mer på vad våra "användare" eller våra "kunder" tycker är relevant. (MJ 1)*

Multijournalisten som arbetade på en nationell dagstidnings lokaldel, hade en mer tudelad uppfattning beträffande bildjournalistiken. Å ena sidan menade hon att *kvalitet borde ses ur mediakonsumentens synvinkel och att snabbhet och enkelhet kan vara kvaliteter i sig* (MJ 2). Därför ansåg hon att användningen av läsarnas bilder och videor samt livesändning med mobilen var berättigade på nätet. Å andra sidan var hon kritisk till hur marknadsorienteringen lett till ett felaktigt nyttjande av de anställda bildjournalisternas kunskaper för ovidkommande arbetsuppgifter.

Med ironi i rösten menade hon att det lades *sjuuukt stora resurser på att ta snygga porträtt på folk eller stilsierade auberginer i studio* och färdigskrivna livsstilsreportage och kulturartiklar i den nationella dagstidningen, snarare än att de välrenommerade och prisade bildjournalisterna fick göra *egna jobb, initiera jobb, driva egna jobb* (MJ 2). Vissa av dessa arbetsuppgifter var inte

sådana som, hon trodde, hade gjort att *en fotograf blev fotograf* (MJ 2). I linje med detta, beskrev hon sig själv som en av de där *gamla mossiga journalisterna* vars ideal var att *skildra samhället och stå på den svages sida mot den stora dumma makten* (MJ 2).

Den multijournalist som arbetade som programledare för livesändningar på en dagstidningskoncerns webbtveavdelning med fokus på aktualitet, bekräftade hur de dagligen mätte vad läsarnas tittade på och hur de betedde sig på webben genom analysverktygen, precis som ovanstående multijournalister beskrivit. På frågan om hur hon såg på framtiden för journalistiken och dess yrkesroller, svarade hon att...

*...multijournalisterna kommer inte att försvinna, utan kommer fortfarande vara norm /.../ för alla jobb kräver inte att det ska ta längre tid, ibland behöver vi snabbheten, du vet, den är ovärderlig. (MJ 5)*

Samtidigt menade programledaren att det inte var troligt att alla multijournalistister kunde ta kvalitativa bilder, i varje fall inte som de specialiserade bildjournalisterna. Trots att alla på hennes medieföretag numera var multijournalister, fanns också några tidigare bildjournalister kvar bland de anställda. När dessa hade tagit någon bild eller filmat, såg hon direkt att de...

*...hittat någonting annat, någonting nytt. /.../ då blir jag imponerad för då får jag ett annat perspektiv på berättelsen. Jag blir väldigt imponerad av sådana bilder och det är likadant med texter, om den som skrivit den har hittat en annan detalj än de flesta andra. (MJ 5)*

En av dessa multijournalister, som gått från att ha varit anställd bildjournalist till att också skriv och filma sedan hans dagstidning omorganiserat, beskrev hur han gärna hade velat ägna mer tid åt att dokumentera och berätta om andra människors vardag. Men det fanns inte längre tid för det på den lilla lokalredaktionen i södra Sverige där han arbetade.

Ibland behövde han emellertid fortfarande åka ut och fotografera, eller filma nyhetshändelser, eftersom hans kollegor inte till fullo lärt sig den bildjournalistiska tekniken. Han berättade om ett sådant tillfälle, då det hade uppstått ett bråk mellan polis och fotbollssupportrar efter en match. Tack vare den nya digitala tekniken hade han kunnat publicera bilder direkt på den regionala dagstidningens webbsida, och inom ett par timmar hade en och en halv miljon besökare sett hans bilder. Sett ur ett aktualitetideal var detta en viktig funktion för bildjournalistiken, ansåg han. Däremot var han mer pessimistisk inför framtida möjligheter för honom att göra längre bildreportage, och sa uppgivet att denna typ av bild-journalistik fanns det inte

längre tid och plats för och att den kommer göras av idealister, alltså de kommer inte få betalt för den. Bara ett fåtal kommer kunna leva på det (MJ 6).

Den tredje rangordnade multijournalisten, också med bakgrund som bildjournalist och dessutom prisad i en prestigefylld svensk bildjournalistik-tävling, talade i liknande termer om läsarstatistiken. Till skillnad emot ovanstående multijournalist (MJ 6) hävdade hon emellertid att...

*...kvalitetsjournalistiken, de genomarbetade, långa fina reportagen, där man skriver in egna värderingar som reporter, sportkrönikor som stjälpur ett lag. Det säljer bra för det är vad vår publik vill ha! (MJ 3)*

I ett digitalt mediebrus och en ökad publiceringstakt ansåg hon därför att bildjournalistiken kunde bidra med *någonting extra...vad ska man säga...de där vinklade känslorna. Men även det där snabba och raka* (MJ 3) för att locka mediekonsumenterna eftersom de, enligt henne, ville ha en mix av *snabba nyheter, omröstningar, bildspel, dokumentärfilmer och kvalitativa reportagetexter*. Därför menade hon att bildjournalistik skulle dra nytta av detta och *bromsa in* för att *kunna behålla de lugna, stora och genomarbetade grejerna och kunna...ja...backa bandet lite grand ibland* och bli mer *säljande*, som hon uttryckte det (MJ 3).

Den enda bland multijournalisterna som sade sig inte ha i några ideal var den frilansande multijournalisten i övre Norrland. Han menade att...

*...någonstans i universum är det väl uppgiften, men i det dagliga när jag är ute och skriver och tar bilder vet jag inte om det är det. Jag tänker inte riktigt att 'Nu är jag ett nyhetsfilter som förklarar händelser'. (MJ 10)*

Trots detta beskrev han ändå att han som frilans satte stor heder i att...

*...vara på plats, det är liksom min grej att vara på plats och det är... det där med att vara på plats tycker jag väl är det viktigaste, både för skrivandet och fotograferandet. Vara på plats är väl det högsta idealet, tycker väl jag [samt] göra ett så bra jobb som möjligt och göra kunden nöjd. (MJ 10)*

En sådan inställning tyder på att hans ideal och marknadsvärde som frilans i hög grad är format av aktualitetskraven i branschen, men också av läsarstatistikens betydelse.

### **6.3.2 Marknadsorienteringen oförenlig med idealen**

Den ökande marknadsorienteringen i branschen tycks oförenlig med flera av respondenternas tydliga ideal. Den äldre, före detta kulturredaktören vid den norrländska lokaltidningen uppfattade bland annat att branschen blivit till *en*

*ganska splittrad värld* (MJ 7), och enligt henne skapade digitaliseringen en ny syn på vad som sågs som journalistisk kvalitet:

*Det som går snabbt och genererar klick på webben är kvalitet. Det är vad det handlar om. För det är ju en otrolig teknikfixering idag. Det pratas ju hela tiden om teknikhjältarna. De som kan många program. Innehållet kommer ju, tycker jag, i andra hand eller till och med i sista hand. Det är viktigare att man har något som man kan 'jaga ut' och 'hotta upp' och 'jaga klick' än att det är bra. (MJ 7)*

Detta liknar i mycket vad den allra första multijournalisten sa i det inledande citatet om den allt snabbare publiceringstakten på nätet. Men den före detta kulturredaktören menade också att...

*...det kan vara en ganska stor risk för den traditionella journalistiken som faktiskt bär demokratin med att kabla ut de trista kommunfullmäktigebesluten som ju ändå berör oss som medborgare. Den är ju inte häftig, den är ju inte privat, så därför kanske journalistiken kommer falna och dö ut. Jag är så pessimistisk att jag tror att läsarna nog tyvärr inte kommer märka och inte sakna kon förrän bålet är tomt, så att säga. (MJ 7)*

På hennes dagstidning hade man *släppt på kvalitetskraven något oerhört* (MJ 7) vad gällde bildjournalistiken. Bilder sågs, enligt henne, snarast som utfyllnad. Som stöd för sin åsikt beskrev hon att hon inte hade fått någon utbildning i att fotografera innan hon blev multijournalist. De få gånger man diskuterade bilder eller videor på morgonmötena handlade det om hur många klick eller visningar som bilderna eller videoklippen genererat, snarare än deras innehållsmässiga kvaliteter.

På liknade sätt ansåg beskrev multijournalisten på den nationella dagstidningen och om menade att hon var en av de där *gamla mossiga journalisterna* (MJ 2), att hon upplevde att alltmer av den journalistik som gjordes på den nationella dagstidningen handlade om att *underhålla och tilltal, rika hemmafruar* eller *locka starka konsumentgrupper som gör att våra annonsörer vill annonsera* (MJ 2). Hon menade att detta tankesätt styrde planeringen för de duktiga bildjournalisterna, de som ibland behövde *tillbringa två dagar i studion med att ta bilder på skit* (MJ 2).

Respondenten argumenterade för att den nationella dagstidningen borde återgå till att bli *en klassisk nyhetsförmedlare som berättade om samhällsförhållanden* eftersom hon upplevde att *läsarna vill kunna spegla sig själva och sina vardagsliv i tidningen. Och vet du, det gör de knappt i dag* (MJ 2). Hon använde sig emellertid inte av läsarstatistiken för att underbygga dessa argument, såsom den högst rangordnade multijournalisten gjorde.

Den livesändande programledaren som arbetade på en mediekoncern i norra Sverige, menade visserligen att hennes personliga ideal var att försöka vara en *tredje statsmakt eller folkbildare* (MJ 5), och att hon tyckte att...

*...diskussionen om att vara de här pelarna, den finns nog på redaktionen varje dag, men sen kanske jag inte lyckas med att vara det varje dag även men min vision är liksom det. (MJ 5)*

I motsats till den äldre ovanstående multijournalisten som ansåg att man borde återgå till en klassisk nyhetsförmedling, menade denna yngre multijournalist att trenden snarare var att det journalistiska uppdraget var att...

*...vi också ska bli någon slags plattform för en interaktion mellan och med vår publik. Vi är inte där än. Men jättemycket handlar om att vi ska kunna bli det nya "vardagsrummet" för våran publik, där de ska kunna hänga, kunna boka sin frisörtid men också läsa nyheterna, liksom. (MJ 5)*

På ett litet lokalkontor, på en regional dagstidning i Norrlands inland, satt den yngsta bland multijournalisterna. Han hade ambitioner att avslöja orättvisor och spegla en sann bild av det lilla norrländska lokalsamhälle, men kände sig inte som...

*...en tredje statsmakt eller en Janne Josefsson som skulle avslöja någonting hela tiden. Men det är ditåt man strävar. Det är ju det man går igång på när man får ett tips i inkorgen. Jag skulle inte vara kvar i branschen jättelänge om det bara var det där "9 till 5"-jobbet där man plockade upp något från kommundariet och bara skrev om det. Så ser jag det inte. (MJ 8)*

Tillfrågad om vad han ansåg var den idealiska bildjournalistiken svarade han att det var när han fick tid att *vara med på händelseförloppet* och att man *med hjälp av bilderna ser vad nyheten är och förstå vad det är som händer*. Samtidigt beskrev han hur han uppfattade sin roll som en blandning mellan *agendasättare* och *den som balanserar nyhetsflödet och försöker visa alla sidor eller båda sidor*. *Till skillnad mot sociala medier och andra kanaler så försöker man förklara skeenden och förlopp tydligare* (MJ 8).

De journalistiska idealen bland multijournalisterna är på ett plan djupt rotade, men samtidigt finns en större medvetenhet om att de ekonomiska förutsättningarna i branschen har förändrat de journalistiska rutinerna och arbetssätten. I varierande grad har de tvingats att acceptera dessa nya omständigheter.

### **6.3.3 Strategier för autonomi och etik**

En av multijournalisterna skildrade på samma sätt som flera av de övriga respondenterna hur fältet förändrats, och hur läsarstatistiken i viss mån påverkade hennes val av reportageämnen eller hur lång tid hon kände att hon kunde lägga på att göra reportage. Men med en bakgrund som renodlad bildjournalist arbetade hon friare än de övriga respondenterna med att

fotografera och skriva reportage till de intäktsgenererade bilagorna på en dagstidning i södra Norrland. Hon styrde och planerade sitt arbete själv, men var tvungen att motivera all extra arbetstid för cheferna på tidningen. Detta gjorde hon genom att visa att hennes reportageprodukter ledde till *digital utväxling* (MJ 4) i form av nya digitala prenumeranter, de så kallade pluskunderna:

*Alltså, jag tror att verklighetens förutsättningar är så förändrade och man måste tänka utifrån dem. Om jag kan hänga någonstans en förmiddag för att få med ett skeende så är det bra. Då har jag gjort ett gott arbete [fnissar] till reportaget, om du förstår. Man måste vara mera realist idag och man måste väga huruvida det är värt det, den arbetsinsatsmässiga insatsen kontra vad man får ut av det. (MJ 4)*

Hon hävdade, i motsats till flera andra respondenter, att det man pratade mycket om kvalitet och innehåll på hennes dagstidning och att det gick...

*...mer mot att mäta kvalitet och säkra att vi gör relevant och intressant innehåll med både text och bild /.../ vi kan ju inte göra vad för skit som helst utan vi måste ju hålla en kvalitet. (MJ 4)*

När det kom till bildjournalistik menade hon att det...

*...här med bildflöde som aldrig tar slut och att alla kan fotografera, och hej och hå, [inte överensstämde med denna kvalitetsinriktning för] det är inte alla som kan berätta och skildra och sätta saker i ett sammanhang. Och jag tror att det är otroligt viktigt att fortsätta göra det i både text och bild. Och jag tror att det är där vi står lite grand. (MJ 4)*

En frilansmultijournalist som hade programmeringskunskaper och var verksam i södra Sverige, hoppade ofta in och vikarierade för flera medieföretag som en självständig och samtidigt eftertraktad aktör i fältet. Hon sade också att hennes ideal som journalist var att vara ett slags folkbildande nyhetsfilter som hjälpte läsarna att sortera i dagens informationsflöde, men till skillnad emot övriga respondenter talade hon om att det etiska yrkesidealet hade fått en ny och ökad betydelse i och med digitaliseringen:

*Hemskt mycket journalistik idag handlar om att lära folk att vara källkritiska. Att tydliggöra journalistens roll, vad är dess förutsättningar och vad som man ska tro på idag. Jag tycker alla tidningar jobbar mycket med hur läsarna ska särskilja vad som är riktigt journalistik mot någon annan site med ett annat tydligt politiskt syfte. Men vi måste också inse att vi inte har monopol längre, vi bär inte ut nyheterna varje dag och kan säga att världen ser ut så här och vi har granskat den. (MJ 9)*

Av dessa skäl menade hon att folkbildning om källkritik och etik och hur det formar förutsättningarna för journalistisk produktion, var ytterst viktigt för att journalister ska kunna fortsätta att vara en relevant yrkesgrupp i samhället. Framför allt var det emellertid viktigt eftersom den förändrade mediekonsumtionen tycktes ha drivit en del medieföretag till en desperat jakt

efter klick- och trafikstatistik. Hon menade att upprätthållandet av ett gott källkritiskt förhållningssätt var viktigt så att inte felaktiga publiceringar skedde på grund av ett kortsiktig marknadsorienterat behov av att höja trafiken till de egen digitala plattformarna.

I linje med detta kritiserade hon de medieföretag som publicerade genrebilder bara för att de...

*...fungerar för det man vill berätta. Istället för att hänga med och berätta, utan att ha en fast mall som man vill berätta och istället ta del av någonting, man följer någonting och det krävs tid. Tid och engagemang! Och det är inte bara är det att man då hämtar hem något från fältet utan också att materialet hanteras sen på ett bra sätt, både digitalt och i tryck. (MJ 9)*

Det är slående att alla multijournalister uppfattar att branschen och därmed förutsättningarna för att bedriva journalistik har förändrats. En del har utvecklat strategier för att skapa sig ett eget utrymme för att kunna arbeta mer i enlighet med sina ideal, men andra har inte det. Läsarstatistiken måste man förhålla sig till, och den förändrar fältet som helhet.

## 6.4 Chefer verkar i en marknadsstyrd verklighet

De chefer och mellanchefer som intervjuats om sina ideal i denna studie, talade inte ingående som de övriga respondenterna om dessa. Däremot förklarade de vad de förväntade sig av andra yrkesutövande aktörer i fältet. Det beror rimligen på att deras jobb bestod i att ställa upp riktlinjer och förväntningar på alla anställda i företaget. De har ett journalistiskt, administrativt och ekonomiskt ansvar för hela tidningsproduktionen.

### 6.4.1 Snabbheten överordnad annat

När personalchefen med ansvar för flera lokala dagstidningar i Västsverige beskrev vad han förväntade sig av de anställda journalisterna inom hans medieföretag, beskrev han att det allra viktigast var att medarbetarna levererade journalistik i dess klassiska bemärkelse (CH 1). På följdfrågan om han kunde förtydliga vad han menade med klassisk journalistik, särskilt vad beträffande bildjournalistiken, svarade han:

*I min värld handlar det om... eller vad ska vi kalla det... Om nuet, om förloppet. Ja, det handlar om aktualitet och om att en bild ska ha ett budskap! Den ska på nått sätt vara berättande och den ska helst stötta eller driva storyn om en händelse. (CH 1)*

Personalchefen uttryckte vidare att om dagstidningar skulle vara relevanta för medborgarna, behövde alla journalister bli mer medvetna om att...

*...text, bild, rörlig bild och till och med sociala medier och viral spridning behöver samarbeta i ett enda samspel /.../ [men att] utgå ifrån bilden eftersom ingångarna i de digitala kanalerna [var] så många flera med bilder och videor [för att] kunna kombinera de här storheterna för den kanal eller den form man vill ut i, då pratar vi online och framför allt mobilt och våra nya läsargrupper. De [läs: mediekonsumenterna] förväntar sig inte längre en stillbild utan förväntar sig att någonting rör på sig och ger ljud i varje läge. (CH 1)*

Dock innebar en sådan arbetsbeskrivning samtidigt en normativ syn på vad för slags kunskaper alla hans medarbetare skulle ha, och enligt honom innebar det att alla behövde bli multikunniga. Så trots ett större fokus på den visuella journalistiken, hade man ändå sagt upp alla bildjournalister inom den mediekoncern där han verkade.

En chefredaktör i norra Sverige resonerade på ett liknande vis och menade att alla *behöver vara relevanta och vi behöver beröra*, vilket, enligt honom, gjordes genom att *berätta i text och i bild* (CH 2). Men även denna chefredaktör hade tillsammans med sin tidningsstyrelse och fackrepresentanter sagt upp alla de tidigare anställda bildjournalisterna bara några veckor innan intervjun genomfördes. Han beklagade visserligen detta beslut, men menade att specialiserade fotografer och deras kompetens på sätt och vis var kvar vid tidningen då man hade skrivit frilanskontrakt med dem som hade blivit uppsagda.

I likhet med personalchefen i Västsverige ansåg han dessutom att videor var mycket viktigare än stillbilder och, menade han, de tidigare pressfotografer *har haft svårt att anpassa sig till den nya tiden* (CH 2), med ökade krav på snabbare leverans och livesänd tv. Samtidigt tillade han att professionella bildjournalister visserligen kunde *ta oerhört mycket bättre bilder än vad jag själv är kapabel till för de har ett kunnande. Samtidigt efterfrågar vi inte det kunnandet* för även om deras stillbilder var *välkomponerade, skarpa i varenda pixel [var de] på många sätt mindre viktiga i mobilen* (CH 2). Det som däremot var viktigt, var aktualitet och snabbhet. Precis som andra respondenter gjort, tog han bilden föreställande den drucknade pojken, Aylan Kurdi, som exempel på hur han resonerade kring förväntningarna på bildjournalistiken som, enligt honom, rådde i branschen:

*Kvaliteten i den bilden är ju bara att någon tagit den. Sen att den är suddig, det nästan bara förstärker det dokumentära intrycket. Det är ju en helt annan kvalitet. Du måste ha BILDEN i det digitala sammanhanget! (CH 2)*

Det var troligt att chefredaktören inte hade tittat närmare på bilden, eftersom den varken är oskarp eller var fotograferad av vem som helst, utan av en

professionell anställd bildjournalist vid en turkisk bildbyrå som hade varit på plats vid händelsen. Också den inställningen säger något om synen på den som tar viktiga bilder.

På en nyhetsbyrå i Stockholm, som förmedlar texter och bilder till alla Sveriges dagstidningar, satt tre chefer på olika positioner. Alla var eniga, till motsats emot de ovan citerade cheferna, om att bildjournalistiken skulle utföras av specialiserade bildjournalister. En av chefsrespondenterna, vars position kunde liknas med en nyhetschefs, beskrev sina prioriteter och rutiner vid plötsligt uppdykande nyhetsläge, såsom vid stora nyhetsändelser enligt följande:

*Jag driver ju ganska hårt det här med att OM vi ska välja så skickar vi en fotograf. För bara något år sedan, eller två år sedan, kunde det ju hända vid nyhetsändelser att man började ringa polisen eller SOS och så där. Men det var ingen som kom på att man skulle larma en fotograf. Men så är det inte idag. Idag gör man ju det. Men det tar ju alltid tid och ställa om, alltså kultur och så där. Det tar ju tid men vi är på väg. Så, om vi måste välja vid en händelse då skulle jag hellre skicka ut en fotograf än enbart en textreporter. Därför att bilden är ju unik i stunden. Den kan du inte återskapa medan texten kan du ju oftast hämta hem på olika sätt. (CH 6)*

Texter och bilder sågs som starkt sammanlänkade i det digitala nyhetsflödet. Nyhetsbyråns service till alla dagstidningar var att förse dem med nytagna bilder till nyhetstexter. Bilderna skulle dessutom kunna vara säljbara vid senare tillfällen ur byråns bildarkiv. Med andra ord, normerna kring både journalistikens och bildjournalistikens produktion vid byrån var i högsta grad marknadsinriktat mot en snabb dagstidningsproduktion. Samma chef beskrev det med orden:

*...snabbheten är nödvändig. Det är en hygienfaktor, den måste finnas där för att man ska vara relevant. Du kan ta världens bästa bild men kommer du dagen efter med den då är det försent. (CH 6)*

Ibland krockade emellertid det uppskruvade tempot och aktualiteten med traditionella ideal, berättade en respondent som var mellanchef på byrån. Hon skildrade hur journalistisk erfarenhet hos enskilda medarbetare inte hade stämt överens med aktualitetskravet under byråns bevakning av terrordåden i Paris för några år sedan:

*Reportern och fotografen som åkte iväg hade en förväntan och tro på att: 'Ja men nu ska vi vara på plats där det händer, vi ska fånga ögonblicket och skildra det här skeendet. Vi ska fånga stämningen i Paris direkt efter terrordådet'. Men sen kom kravet från redaktörerna [på byrån] att: 'Nä men ni ska sända live klockan 10 på måndag. Det är det viktigaste nu. Allting annat är underordnat det!' Och då liksom bara... (respondenten skrattade och slog ut med armarna). Det kom liksom en massa nya krav på teamet som inte heller stämde överens med verkligheten i Paris. De hade ju kunnat levererat fördjupning men helt plötsligt var det något annat som*

*förväntades av dem. Det blev jättesvårt, de upplevde att det blev jättejobbigt, att ingen blev nöjd, och att de dessutom var pressade att leverera i alla kunders olika kanaler men ingen hade egentligen ett intresse av fördjupningen och varför de var där från början. (CH 8)*

En bildredaktör på en kvällstidning var van vid denna typ av nyhetsläge. Han beskrev samma nyhetshändelse som ett "breaking news"-läge och det som var allra viktigast var *extremt mycket snabbhet* (CH 9) under den allra första rapporteringen av en sådan händelse.

Han menade att det var viktigt att ha de allra första bilderna eller videorna från händelserna, vare sig dessa kom från professionella fotografer eller läsare. Efter ett par timmar eller dagar, beroende på hur stor händelsen var, byttes bilder eller videorna ut mot fördjupningar av de egna bildjournalisterna och reportrarna vid kvällstidningen. Men i stort sett definierade han arbetet som en *kamp om att vara först* (CH 9). Aktualitet prioriterades före fördjupning.

Det fick även konsekvenser för vad han förväntade sig av bildjournalisterna. Alla skulle kunna leverera och skicka *både stillbild och rörligt direkt från kameran och kunna göra enklare intervjuer* (CH 9). Först därefter ansåg han att det var bra ifall bildjournalisterna även hade *ett eget bildspråk så att man kan beröra i bild och göra god bildjournalistik*.

Det nämnda kan ses som *en* definition av en bildjournalistisk norm, men det förekom även andra definitioner kring vad som förväntades av bildjournalistiken och bildjournalisterna i fältet.

## 6.4.2 Fördjupning inte oväsentlig

I motsats till de som förespråkade snabbhetens betydelse, fanns respondenter som talade om helt andra värden. En administrativ personalchef med lång yrkeserfarenhet från branschen och med fler journalistiska utmärkelser, menade att mediekonsumenter efterfrågade *sammanfattning, bakgrund, analys, och den journalistiska kompetensen, som jag sa, de kontrollerade uppgifterna* (CH 3). Därför förespråkade han granskning och fördjupning och hade gjort valet att ha kvar *egna medarbetare som [var] bildjournalister som kan berätta i bild, eftersom den visuella journalistiken helt enkelt [var] en del av tidningens DNA*. Han ansåg dessutom att kvällstidningsjournalistik, som han arbetade med i över 30 år, idealiskt sett var en traditionell journalistisk praktik där alla journalister skulle var ute i verklighet för att möta människor:

*I själva jobbets kärna ligger att vara på plats och möta människor. Jag önskar att ännu fler skrivande journalister skulle tycka samma sak men tendensen är tyvärr tvärt om. Det blir mer och mer jobb på redaktionen och sen man skickar ut, så har det alltid varit, men det är mer*

*uttalat idag, att man sen skickar ut fotograf på plats. Så det är väl en alldeles utmärkt drivkraft, att vara på plats och att träffa människor för det är nämligen det som kommer att göra skillnad. (CH 3)*

På ett liknande sätt definierade bildchefen på en stor nationell dagstidning med anställda bildjournalister, att man som bildjournalist behövde kunna...

*...jobba i många olika genrer, och många olika tempon, och det är viktigt att man har koll på när man ska använda vilken och framför allt veta vad det är vi ska berätta om idag /.../ ha ett bildspråk och ett berättarsätt som funkar /.../ inte helt olikt en god skribents berättande. (CH 4)*

Han såg det som självklart att bildjournalister dessutom hade färdigheter i fototeknik och komposition men poängterade att...

*...det är viktigt att de inte bara är fotografer utan att de är bildjournalister. Och då inte bara att de kallas för bildjournalister utan att de även agerar som journalister. Att helt enkelt kunna hela jobbet om det krävs och framför allt var insatta och pålästa, inte bara i det ämnet de ska göra utan i alla dagshändelser. (CH 4)*

Han tydliggjorde att en bildjournalists berättarstil inte enbart skulle följa *en text utan snarare [söka] en känsla i texten och berättar den. Det kräver en väldigt duktig berättare som är närmast poetisk* (CH 4). Det kan tolkas som att hans förväntning på duktiga bildjournalister var att de skulle ha en personlig berättarstil. Samtidigt tillstod han, i likhet med andra cheferna, att snabb leverans av nyhetsbilder var också en självklar och viktig del av arbetsuppgiften, men som bildchef på den nationella tidningen kallade han detta arbete för *rapportens gång, det vill säga, det som händer idag* (CH 4) och han såg det bara som något som behövde göras.

### **6.4.3 Objektivitet eller subjektivitet, det är frågan**

En mellanchefer med ansvar för sociala medier hade en annan uppfattning om bildjournalistik, på grund av hans insyn i läsarstatistiken. Han berättade att den fördjupande och bilddrivna reportagen eller bildspelen från nyhetshändelser, inte var det som konsumerades eller delades av läsarna i de sociala kanalerna. Detta var visserligen tråkigt, enligt hans personliga syn på kvalitativ bildjournalistik, men han kunde bara konstatera att sådana bilder inte engagerade läsarna i lika hög grad som om de publicerade ett bildspel med *de sju gulligaste djurens som fötts under året på zoo* (CH 5).

Vad sociala-medier-chefen trots allt kunde konstatera med hjälp av statistiken, var att om en nyhet publicerades med en bild eller ett videoklipp

så genererade den 30 procent mer engagemang än om nyheten saknat bild eller video.

Chefredaktören för ett, vid tidpunkten för intervjun, nystartat medie-företag med inriktning mot granskande journalistik, menade däremot att all journalistisk rapportering var mer eller mindre personlig och subjektiv. Detta såg han inte som ett problem, utan snarare som en trend i branschen, eller som han uttryckte sig:

*Vi går mot en tid där rapporteringen blir allt mer subjektiv på så sätt att man kommer följa enskilda korrespondenter eller enskilda journalister som vägleder en och som fungerar som en diskussionspartner. (CH 10)*

Han framhöll dessutom att denna typ av subjektiv rapportering var mer transparent och öppen gentemot läsarna, vilket var mer efterfrågad än den traditionella journalistiken enligt hans personliga erfarenheter.

Han var samtidigt kritisk mot hur de etablerade dagstidningarna och medieföretagen hanterade de förändrade ekonomiska förutsättningarna och menade att *de gamla affärsmodellerna* hade lett till flera fall av etiskt tvivelaktig journalistik. Som exempel angav han trenden med betald journalistik, eller så kallad *native content*. Enligt honom var detta *en väldigt farlig väg att gå* och det äventyrade journalistikens  *trovärdighet och förtroendet* (CH 10). Inte helt oväntat tyckte han att lösning på dagstidningsbranschens kris var *självklart granskandet*:

*Det ju journalistikens uppgift att granska makten, det tycker jag på något sätt är bärande. Sen kan man göra annat också. Men det är så att säga ingen annan som kommer göra det om inte journalister gör det. Så det är klart att det är ett prioriterat område och det är det som människor vill betala för, så att säga, journalistik som gör skillnad. (CH 10)*

Journalistikens uppgift är alltså att undersöka samhället och världen å läsarnas vägnar, och i linje med detta menade han att journalister kunde ta mer hjälp från läsarna eftersom...

*...människor är kunniga, kvalificerade, idérika, och vill liksom inte bli lurade med en massa konstiga klick-beten. Man måste ta läsarna på allvar. Det görs ju inte idag. (CH 10)*

På följdfrågor kring hur detta läsardeltagande undersökande skulle gå till, utvecklade han sina tankar och menade att gällde bara att ta till vara *läsarnas tips och kunskaper i ett ämne* och tillsammans med dem *bygga en kvalitativ journalistik och bildjournalistik* (CH 10). I så motto hade hans specialiserade medieföretag baserat sin affärsidé på en traditionell journalistisk ideologi om att intervensera å läsarnas vägnar men att inhämta information genom att ta

hjälp av läsarnas tips. Detta är i sig inga nya grepp inom det journalistiska arbetet, men paketerat i en ny form och ett exempel på den ökade graden av publikorientering i branschen som alla chefer hade vittnat om på olika sätt under intervjuerna.

## 6.5 Motstridiga ideal i fältet

Hur betraktades då den bildjournalistiska yrkesrollen och bildjournalistiken av aktörerna i fältet, och hur förhöll sig dessa beskrivningar till journalistiska ideal och normer? Det var avhandlingens första frågeställning.

Det snabba svaret är att bildjournalisters ideal är att få befinna sig ute i verkligheten under lång tid, och att trovärdigt spegla och dokumentera densamma. Samtidigt kan de arbetsmetoder som bildjournalisterna berättar om tolkas som att de gärna utförde en slags undersökande bildjournalistik, genom att undersöka verklighetens olika aspekter i bilder. En sådan undersökande bildjournalistik skiljer sig emellertid från det som vanligtvis definieras som undersökande journalistik i fältet.

Parallellt med speglande och granskande ideal inom bildjournalistik har bildjournalisterna starka etiska normer kring hur de bör arbeta med sin bildjournalistik. De menar att man som bildjournalist inte får ändra eller tillföra något till verkligheten, utan bara spegla den så objektivt och trovärdigt som möjligt. Några aktörer menade visserligen att det inte gick att vara helt objektiv i sin bildjournalistik eftersom man är subjektiv som människa, men sammantaget syftar alla bildjournalister mot att trovärdigt spegla verkligheten i sina bilder. Det innebär att bildjournalister uppfattar att deras samhällsuppdrag är att fungera som ögonvittnen till de nyhetshändelser som sker i samhället och i världen.

Samtidigt inser bildjournalister att privatpersoner med mobiltelefoner allt oftare kommer vara de som kan fotografera och filma snabbt uppdykande nyhetshändelser. Betydelsen av det var tudelad. Det behöver inte vara ett hot mot deras samhällsuppdrag, eftersom bildjournalisterna därmed istället kan ägna sig åt den fördjupande bildjournalistiken. De frilansande bildjournalisterna ansåg däremot att allmänhetens bilder inkräktade på deras yrkesområde och menade dessutom att det var viktigt att läsarnas bilder granskas källkritiskt innan publicering. I viss mån fick de även medhåll om detta av de fastanställda bildjournalisterna.

Liknande höga ideal och etiska normer har observerats bland finska, amerikanska och australiensiska bildjournalister i den tidigare forskningen (Busst, 2012; Mäenpää, 2014; Newton, 2001). Dessa studier genomfördes för

relativt många år sedan, och trots att såväl den svenska som den internationella bildjournalistkåren drabbats av radikala förändringar och utmaningar är idealen och normerna ändå likartade (jfr. Hadland et al., 2016).

Det finns också ett antal bildjournalister som kan sägas ha blivit mer av realister genom att anpassa sina ideal till den ökade marknadsorienteringen. Exempel på sådan anpassning är att använda sig av Instagram för att marknadsföra både sig själva och sin bildjournalistik till mediekonsumenter och till det journalistiska fältet i stort.

Andra har hållit fast vid sina ideal och normer utan att nämnvärt förändra eller anpassa dem. Flera bildjournalister vittnar snarare om att de kan tänka sig att arbeta med annat för att finansiera sina bildjournalistiska projekt. Deras etisk hållning kräver ett visst arbetssätt som i sin tur kräver omfattande arbetstid (jfr. Busst, 2012). Dessa ideal har sina rötter i den analoga fototekniken och utvecklingen av den bildjournalistiska yrkesrollen under 1900-talet (jfr. Newton, 2001).

Hur ser då andra aktörer på fältet på bildjournalisters ideal och normer, i relation till hur de ser på sig själva och sina egna ideal och normer?

Till att börja med stämmer journalisternas egna ideal och normer väl överens med vad tidigare medieforskning visat (jfr. Wiik, 2010). På ytan kan det därför uppfattas som att journalistkåren är relativt homogen, men det går att skönja vissa skillnader bland aktörerna (jfr. Asp, 2011). Framför allt gäller det hur de strävar mot dessa ideal.

I motsats till bildjournalisterna beskriver exempelvis reportrarna att de kan arbeta relativt självständighet och har tid att göra det de tycker är viktigt: att folkbilda och undersöka. De flesta multijournalisterna har inte denna möjlighet, även om de i grund och botten också ville folkbilda och undersöka och således har likartade ideal som reportrarna. Multijournalisterna var samtidigt mest realistiska ifråga om i vilken utsträckning det var möjligt att producera en idealisk journalistik i det allt mer marknadsorienterade fältet. Dessutom fanns det multijournalister som, med hjälp av läsarstatistik, argumenterade för att den folkbildande och undersökande journalistiken skulle sträva mot att anpassas till läsarna. Detta kan tyda på att multijournalisters ideal och normer håller på att anpassas och formas utifrån fältets nya fortsättningar (jfr. Deuze, 2005; 2007).

De relativt nya förutsättningarna på marknaden har definitivt stor betydelse för flera av chefernas ideal, och framför allt deras normer, ifråga om vad de förväntar sig av aktörer i fältet. Enligt deras synsätt måste alla bli mer marknadsorienterade för att journalistiken ska bli relevant för läsarna. Man

kan säga de uppfattade journalistiken ses som en vara, som vilken annan vara som helst.

Chefer är dock delade i sin syn om vilken typ av journalistik som är den mest efterfrågade, troligen beroende på vilken typ av medieföretag de arbetade på. En del menar att det är den snabba, aktuella och framför allt digitala, online-journalistiken som läsarna ville ha, vilket får tolkas som att dessa chefer förordar aktualitet. Andra chefer anser att det är den en djuplodad, förklarande och undersökande journalistiken som efterfrågas, vilket tolkas som de har både ett folkbildande och undersökande ideal. Gränsen mellan chefernas olika synsätt återfinns framför allt mellan chefer på medieföretag med stora ekonomiska resurser och chefer på ekonomiskt pressade medieföretag. De chefer som uttrycker ett tydligt aktualitetsideal var de mest ekonomiskt pressade, i motsats till chefer som arbetar på medieföretag med mer resurser och som i högre grad talade om folkbildning och undersökande journalistik.

Tidigare forskning har visat att mediechefer i allmänhet har gått från att vara journalistiskt och publicistiska ansvariga, till att bli mer administrativt och ekonomiskt ansvariga (Andersson et.al., 2018). Samtidigt har tidigare forskning dessutom pekat på att journalisters ideal stärkts i takt med att branschen har förändrats, vilket i sin tur kan förklara varför reportrar och bildjournalister i detta avhandlingsarbete också har uttryckt starka ideal (jfr. Wiik 2011). I en tid av förändring, förändras synen på yrkesroller inte särskilt snabbt – åtminstone inte bland dem som är kvar i fältet.

Multijournalister verkar i grund och botten ha likande ideal och normer som de övriga respondenterna, men samtidigt tycks de vara mer flexibla och snarare utgå från vilken typ av journalistik som läsarna efterfrågar. Det är rimligt att anta att multijournalister till större del än de övriga aktörerna grundar sin uppfattning ifråga om ideal och normer på den dagliga läsarstatistiken över mediekonsumenternas beteenden online.

Den starka autonomin som reportrarna beskrev, skiljer sig från de andra aktörernas genom att de hade större möjligheter att upprätthålla och sträva mot sina ideal. Reportrar tycks därför vara de aktörer som, trots fältets förändringar och chefers normativa förväntningar, har störst och också "rätt" typ av symboliskt kapital; de kan påverka sin egen situation och därmed fältets doxa och ethos.

Samtidigt kan multijournalisterna också i viss mån påverka fältets doxa och ethos, eftersom de har en slags nyare yrkesnormer. Med sina tolkningar av läsarnas beteenden online är de med och formar den nya, mer marknadsinriktade och flexibla yrkesrollen i fältet.

Bildjournalister är de som har lägst möjlighet att påverka fältets ideal och normer. Till och med de bildjournalistiska aktörer som har ett högt symboliskt kapital i fältet möts av motstånd från andra aktörer, samtidigt som de har egna normativa förväntningar på hur bildjournalister ska producera bildjournalistik, vilket kan tänkas hålla dem tillbaka från en yrkesmässig förändring.

Den största skillnaden mellan bildjournalisternas roll och bildjournalistikens betydelse för fältet, återfinns mellan bildjournalisterna själva och cheferna. Eftersom chefer är de som anställer och säger upp bildjournalister, är deras normativa förväntningar mycket betydelsefulla för den framtida bildjournalistiska yrkesrollen och dess position i fältet.

Där bildjournalister talar om sina ideal och normer i termer av objektivitet, folkbildning och autonomi i fältet menar de flesta chefer att detta utrymme inte längre finns i mediebranschen och att aktualitet och snabbhet är konkurrensverktygen. Dessa båda grupper synsätt är diametralt motsatta, och det är rimligt att tro att det är chefernas normativa synsätt som kommer att dominera fältet. Att många bildjournalister har sagts upp eller uppmanats att anpassa sina arbetsuppgifter till de förändrade ekonomiska och tekniska förutsättningarna i fältet, är dessutom vara ett tecken på att så redan har skett.

Några av de bildjournalister som övergått till att bli multijournalister vittnar om hur de i viss mån anpassat sina ideal och normer. De bildjournalister som *inte* valt att anpassa sig till fältets förändringar har istället tvingats att välja mellan att strategiskt använda sitt symboliska kapital för att påverka de andra aktörerna, eller att välja andra vägar som frilansande bildjournalister.

Samtidigt har de ekonomiskt pressade cheferna också tvingats välja, och då har bilder och bildjournalister ansetts vara det enklast att klara sig utan. I viss mån kan det bero på att pressfotografer historiskt har haft en låg status i fältet, vilket i sin tur påverkar synen på bildjournalister i fältet. Det blir också tydligt hur texten fortfarande anses viktigare än bilden, vilket också pekar mot hur trögrörligt fältets doxa och ethos är.

## 7 Differentierad status i fältet

Klockan är lite över nio på tisdagsmorgonen den 14:e juni 2016, och Dagens Nyheters redaktionschef öppnar det stora morgonmötet på redaktionen genom att rikta sig till chefen för utvecklingen av tidningens digitala plattformar. Det som hände just denna morgon var lanseringen av Dagens Nyheters omgjorda hemsida och chefen berättade hur teknikerna ansett att igångsättningen fungerat väl. Men hon var trots detta oroad över att det redan uppstått lite tekniska problem, bland annat med visningen av vissa bilder och videor. Samtidigt sade hon sig ha uppfattat klagomålen som inkommit från reportrarna kring implementeringen av en feedbackknapp i den nya mobilapplikationen. Knappen var tänkt för läsarna som skulle kunna ge direktfeedback och skriva kommentarer till reportrarnas artiklar, men i och med att reportrarna inte tyckte om den lovade hon att den skulle tas bort.

– Kul! Tack för det, svarade redaktionschefen, och frågade redaktören på den digitala redaktionen om hur läget med engagemanget från läsarna var på hemsidan.

– Det är bra läsning på artikeln om att vi går till jobbet och är sjuka och att vi allt mer går i parterapi, berättade chefen, och flera av de andra redaktörerna fnissade till. Han fortsatte med att beskriva vilka av dagens nyheter som den digitala redaktionen tänkte prioritera. Bland annat nämnde chefen en livesändning från partiledardebatten och några nyhetsvideoklipp från byråerna som hade kommit in under natten som man tänkte lyfta upp.

Därefter gav redaktionschefen ordet till sociala-medier-redaktören som berättade att föregående dags stora succé på DN:s Facebooksida, var en opinionsartikel skriven av en kulturprofil.

– 1300 sidvisningar och 40 procent av dem kom från Facebook. Så det var absolut en stor snackis igår.

– 70 procent från Facebook? Har vi varit uppe på sådana nivåer tidigare, undrade en annan redaktör.

– Ja, det har vi. Fast det är sällsynt. 50 procent är väl det vanligaste, svarade sociala-medier-redaktören. Därefter berättade han att ett videoinslag om svenska flaggans ökade popularitet hade fått 700 gillamarkeringar och en massa delningar.

– Alltså det var ett bildmässigt DN-grafik-inslag som vi bara lade upp igår. Så det var lite kul, sa han.

Han fortsatte med att berätta att statistiken visade att under ett års tid hade DN:s Facebook-kanal gått från mindre än en procents trafik till att omfatta 25 procent av flödet av läsare till dagstidningens vanliga hemsida.

– Det finns väldigt mycket potential, men vi måste analysera statistiken mer och se ifall den leder till riktig läsning eller inte, avslutade han och lämnade tillbaka ordet till chefredaktören som i sin tur lämnade det

vidare till nyhetschefen för papperstidningen. Denne började berätta om att man skulle publicera ett reportage om en stor militärövning på Utö nästa dag.

– Är det någon nyhetsvinkel på det reportaget, undrade redaktionschefen.

– Jaaaa, det är väl det, svarade nyhetschefen och drog på svaret innan han förklarade att reportagevinkeln var att Försvaret allt oftare samövade med amerikansk militär, vilket inte var någon riktigt nyhet.

Utan att vidare kommentera detta gav redaktionschefen istället ordet till utrikesredaktören som snabbt sammanfattade att utrikesredaktionen bevakade vad som skedde i USA och i Jemen för tillfället.

Därefter passades redaktionschefen över ordet över till ekonomiredaktören som kortfattat redogjorde för två artiklar som de hade, att det gick bättre för svensk ekonomi och vad Brexit troligen skulle få ekonomiska konsekvenser för England.

Efter det avhandlades i rask takt nyheterna från kultur-, och nöjesbevakningen samt den lokala nyhetsbevakningen i Stockholm och att Sportavdelningen bevakade fotbolls-EM. Även om sportchefen egentligen hade haft för avsikt att bevaka fotboll-EM ur ett svenskt perspektiv berättade han att han hade känt sig nödgad att skriva 1800 tecken i en kommentar om att en tränare ifrån ett annat land hade filmats när han stoppat handen i sina träningsbyxor och därpå tagit upp den och luktat på sina fingrar, eftersom detta hade blivit en stor nyhet på sociala medier och i andra välsedda dagstidningar i Europa. Gruppen av redaktörer på morgonmötet log medan redaktionschefen tog över ordet från sportredaktören och snabbt lämnade över till DN-debatts redaktör, som berättade vad den avdelningen hade på gång.

Sist i raden bland avdelningarna och cheferna på morgonmötet, var bildredaktören Britt-Mari som fick redogöra för att bildredaktionen skulle livesända från partiledardebatten och från presentationen av den svenska OS-truppen. Hon beskrev också snabbt de reportage som bildjournalisterna hade levererat bilder till och som skulle publiceras i den morgondagens upplaga av Dagens Nyheter.

– Det är jättefina bilder, sa redaktionschefen och kort därpå slutade morgonmötet.

Observationen ovan visar prioriteringen av nyheterna på Dagens Nyheters redaktion, och kan faktiskt ses som en beskrivning av de olika yrkesrollernas och ämnenas status i det journalistiska fältet just nu. Även om bildredaktören förmodligen hade samma yrkesmässiga mellancheffställning som övriga redaktörer, avhandlades ändå det bildjournalistiska frågorna sist under morgonmötet. Intresset för de digitala plattformarna däremot, var mycket högt bland cheferna.

Status- och positionsfrågor kan diskuteras på många olika sätt, och ofta speglar man sig själv genom andra. De olika yrkesgrupper som ingår i studien

talar därför både om sin egen och andras status i fältet. Här blir det också tydligt att det finns en stor skillnad i status mellan bildjournalister och bildjournalistik.

## 7.1 Dubbla budskap ifråga om anseende

Det finns en tydlig skillnad mellan bildjournalisterna ifråga om hur de uppfattar sin egen status: låg eller hög. Det är rimligt att anta att skillnaderna beror på att aktörer med en hög status har ett högre ackumulerat kulturellt eller symboliskt kapital i fältet. Men det fanns också tydliga åldersskillnader. De äldre bildjournalisterna som uppfattade en hög status, vittnade bland annat om att deras kulturella kapital bestod av vinster i tävlingar. De yngre bildjournalisterna som erfor en hög status, nämnde detta i samband med universitetsexamina i journalistik och bildjournalistik.

Ifråga om statusen för bildjournalistiken *per se*, uppfattade bildjournalisterna att den var generellt sett hög, eller i varje fall på väg upp, tack vare en ökande mängd bilder i samhället samt ett ökat intresse för videor på de digitala plattformarna. Bildjournalisterna upplevde trots detta att bildjournalistik fortfarande hade en lägre status än den skrivna journalistiken.

### 7.1.1 En gång chaufför, alltid chaufför?

Bildjournalisternas uppfattningar om sin position är relativt likartad och tydlig ifråga om hur deras ställning i fältet ser ut och hur den påverkade deras arbete.

Den mest välrenommerad bildjournalisten, med ett mycket högt symboliskt kapital i form av utmärkelser från nationella och internationella tävlingar, sade bland annat att hans arbetsdag nästan uteslutande bestämdes av vad de skrivande reportrarna och redaktörerna ville, eller av vilka nyhetshändelser som stod agendan just den dagen. Hans arbetssituation kan sammanfattas på följande vis:

*Arbetet planeras oftast av uppdragsredaktören och/eller redaktionssekreteraren på den avdelning som skulle utföra intervjun. Vissa, längre reportage planerar jag och utför själv. Jag interjuvar, filmar, fotograferar och skriver. Vissa resor initierar jag själv också. Av de längre reportagen så står jag själv för merparten av planering och utförande. /.../ [Det som förväntas av mig är] att jag levererar bilder, och visuellt material som håller en kvalitet och även ett informativt innehåll som kan användas i tidning och i digital form. Vi förväntas lämna materialet i tid, i den form som är efterfrågad och i rätt kanaler. Det skall innehålla det som efterfrågas men även gärna något som överraskar. /.../ Jag gör ett urval, sedan är det upp till redaktörerna/redigeraren att välja [de bilder som publiceras]. (BJ 1)*

En kvinnlig bildjournalist på en kvällstidning, med lång yrkeserfarenhet och ett nationellt pris från en tävling, bekräftade att hon hade en liknande arbetssituation och position:

*Ibland vet jag inte vad jag får för uppdrag när jag kommer till jobbet. Ofta har jag kanske ett projekt så jag kan planera det tillsammans med en reporter. Ibland är jag på resande fot och då är det fullt oftast varje timme på dygnet. Men huvudsakligen får vi jobb från bildredaktören men sen är det upp till mig att planera hur. (BJ 4)*

I Norrland väntade den äldre manliga frilansbildjournalisten med nästan 40 år i dagstidningsbranschen på att uppdragsgivare skulle ringa honom. Han sade sig vara tacksam för att de överhuvudtaget gjorde det fortfarande, även om bokföringen i enmansföretaget visade att intäkterna stadigt sjunkit de senaste två decennierna. Ifall han ens hade en status i fältet så menade han att den berodde på att han levererade i enlighet med vad hans uppdragsgivare ville ha:

*Jag har ju status liksom i så måtto att jag har fått överleva. Jag har fått bli... jag har blivit anlitad överallt. Dels att man ringer och funderar om jag inte kan åka dit och titta, 'ja, visst det kan jag göra' men också att jag har sålt in egna grejer och då har jag jagat upp en reporter, antingen här lokalt, eller att samarbetat med någon, att de gör en telefonare eller att de skickar en reporter på jobbet. Alla de varianterna har jag ju varit med om. Folk vet att jag levererar. (BJ 6)*

Han upplevde dock att statusen för bildjournalister i allmänhet i branschen var i dalande...

*... eftersom många medieföretag väljer att frånhända sig fotografierna /.../ bra bildjournalistik, bildreportaget, det uppskattas ju inte. För det är ingen som vill ha det, det betalas inte. Utan det ska vara snabba pucker hela tiden, och det är ju ett litet dilemma. (BJ 6)*

En ung frilansande kvinnliga bildjournalist i Västsverige beskrev också det allt snabbade tempo i branschen. Hon blev, ofta med kort varsel, engagerad att göra frilansuppdrag åt flera medieföretag. Hon sade att hon kände sig som *en resurs som de bokar, alltså att reporterar bokar en bil eller bokar en fotograf samtidigt* (BJ 8). Det bör tilläggas att hon hade fem års yrkeserfarenhet och en journalistisk såväl som en bildjournalistisk universitetsexamen, vilket får ses som ett högt kulturellt kapital i fältet. Ändå kunde hon berätta hur reporterar och redaktörer ofta hade åsikter om hennes bilder, eller om hur hon skulle utföra sitt arbete. Hon menade att deras attityd hängde samman med hennes status som frilansare.

*Det är lätt att säga till mig: 'Det här funkar. Det här funkar inte.' Det är väl lätt att säga till mig som är vikarie för jag kommer inte bråka som en fastanställd skulle kunna ha gjort. (BJ 8)*

Den kvinnliga kvällstidningsfotografen berättade om "chaufförsfenomenet", dvs. att vara den som självklart ska köra bilen trots att man alltid åker tillsammans med en reporter. Detta fenomen drabbade henne ibland, trots lång yrkeserfarenhet och nationellt pris en bildjournalisttävling. Hon menade att attityden och fenomenet var ett resultat av en generellt lägre status för bildjournalisterna än för reportrarna i fältet. Vidare menade hon att den bildjournalistik som blev resultatet av sådant beteende ofta inte blev bra:

*!...! slentrianmässiga bilder från händelser som kanske inte ens borde haft en bild där det kanske handlade mer om taxiverksamhet för en reporter. (BJ 4)*

En av de lägre rangordnade frilansbildjournalisterna var inne på liknande tankegångar, och beskrev hur hon upplevde att hennes status varierade beroende på om hon var inne på redaktionen eller ute bland människor i allmänhet, utanför redaktionen.

När hon berättade för någon utanför redaktionen att hon arbetade som bildjournalist, upplevde hon att yrket i allmänhet verkade ha ett gott rykte. När hon däremot samarbetade med reportrar och redaktörer på redaktioner, upplevde hon sig ha en tydligt underordnad position. Hon beskrev, precis som flera av bildjournalisterna, hur vissa reportrar bara satte sig i baksätet i hennes bil och förvänta sig att hon skulle köra dem dit de ville. Hon hade till och med fått frågan från en reporter om hon kunde hämta upp honom på andra sidan Stockholm och att köra honom hem. Då hade hon svarat:

*'Nä, jag är liksom ingen taxi. Du kan faktiskt ta tunnelbanan'. !...!*

*'Va, men jag är ju den här eller den här profilerade skribenten!'*

*!...! samma jobb kan ju ha hög eller låg status beroende på vem du arbetar med eller vem du arbetar för. (BJ 7)*

Hennes personliga strategi för att höja sin egna status, var att hoppa in och vikariera som bildredaktör. Hon kände att hon då fick en högre status, eller som hon uttryckte det:

*Jag har ju ingen chefsposition egentligen men jag upplever att folk tror det. Eftersom det är jag som säger: 'Skulle du kunna sticka iväg på det här eller det där jobbet?'* (BJ 7)

Den lägst rangordnade, och yngre, kvinnliga bildjournalisten som fortfarande var student och på väg in i branschen när intervjun genomfördes, beskrev också hur hon upplevde att arbetsuppgiften som bildjournalist främst handlade om att *bildsätta nyheten, alternativt komma hem med genrebilder som kan bildsätta en nyhet* (BJ 10).

Bildjournalisternas upplevelser pekar mot en underordnad status vare sig de var erfarna med en hög status och en relativt självständig arbetssituation, eller om de var nya aktörer på väg in i fältet. Trots en relativt samstämmig bild, upplevde de högre rangordnade bildjournalisterna ändå ett högt personligt anseende, förmodligen tack vare deras, ofta prisbelönta och eftertraktade, bildjournalistik.

### 7.1.2 Prisade bildjournalister har framtidstro

Den näst högst rangordnade och prisbelönta bildjournalisten, som arbetade på kvällstidningen, kände visserligen att han hade en status i fältet men ansåg att den allmänna statusen för bildjournalisterna i branschen *uppenbarligen inte var bra eftersom det går som det går nu* (BJ 2). Han grundade sitt antagande på de senaste årens uppsägningar och menade att skälen till dessa troligen var att *cheferna kanske inte sett att det har gett någonting* att ha anställda pressfotografer då de bara gjorde beställningsjobben.

De dagstidningar som sagt upp sina pressfotografer hade likafullt begått ett misstag, ansåg han. I stället borde de ha gett bildjournalisterna *möjligheter och ansvar som jag tror att många ville ha* (BJ 2). Han hade ändå en framtidstro och motiverade den med ett, som han uppfattade det, ökat intresse för bildjournalistik, givet det ökade flödet av bilder på digitala plattformar samt framväxten av Fotografiska i Stockholm. Men även om han hade en personlig känsla av framtidstro, var han bara en av cirka 70-talet kvarvarande fast anställda bildjournalister i fältet.

Den tredje rangordnade prisbelönta sportfotografen på den nationella dagstidningen var en av dessa fast anställda bildjournalister. Även han kände en relativt hög personlig status, men uppfattade samtidigt att bildjournalister och bildjournalistiken generellt sett hade en låg status i branschen, eller som han beskrev det:

*...vi har hög status på [dagstidningen]. Det har vi. Men tyvärr skulle jag säga, rent generellt, är det rätt låg status för bildjournalistiken inom dagstidningsmedierna [...]. Det är ju bara att konstatera, det är ju ett antal tidningar som lagt ner sina bildredaktioner de senaste åren. [...]. Kom i ett krisläge och man måste spara måste man göra olika val. Gör man då valet att skära*

*bort fotografierna är det tecken på att man inte är intresserad av att utveckla den [läs: bildjournalistiken]. (BJ 3)*

Han ansåg också att dessa dagstidningar fattat ett felaktigt beslut, och menade att de kunde ha haft *väldigt mycket att vinna på att ha bra bildjournalistik* (BJ 3) eftersom att det är viktigt att någon på redaktionerna för bildens talan.

Trots de nedskärningar som skett, kände han ändå att statusen för bildjournalistiken höll på att öka i fältet. Det berodde framför allt på bemötandet från de nya digitala redaktörerna som utvecklade de nya plattformarna, och som han uttryckte det,

*...när det kommer in nya människor märker man ju att de ser ju på bilder på ett heeeelt annat sätt än vad man kanske traditionellt sett det. (BJ 3)*

En kvinnlig bildjournalist på en större dagstidning instämde i ovanstående, med i princip samma motivering. Hon menade att det fanns en satsning på de digitala plattformarna på redaktionerna, och en ökad efterfrågan på bilder och videor bland mediekonsumenterna. Hon sammanfattade det på följande vis:

*Det är ju bilder man klickar på, bildspel till exempel. Det klickar man jättemycket på. Jag tror att läsarna vill ju att... ja, dom vill ju ha dom här direkta bilderna men samtidigt vill dom ju ha bildberättelser, tror jag. Ändå. (BJ 5)*

Om man får tro dessa respondenters svar, pekar de mot en uppåtgående trend för bildjournalistiken och en lägre status för bildjournalisterna i fältet. Den mest renommerade bildjournalistens värtaliga svar pekar på liknande vis mot en tvetydig status för bildjournalistiken och bildjournalister:

*Paradoxalt nog både hög och låg samtidigt. Hög därför att den är ett starkt språk i en värld där bilder alltmer är ett sätt för framförallt unga att utbyta information. Låg för att stressade ekonomer och chefer på medieföretag i jakt på besparingar gör felbedömningen att neddragningar på det visuella berättandet är en eftergift man kan göra. (BJ 1)*

Under en period diskuterades det i branschen om bilder från allmänheten skulle kunna vara användbara, för att åtminstone delvis ersätta den professionella bildjournalistiken. Tillfrågade om sin syn på läsarbilder, rådde det delade meningar bland bildjournalisterna om huruvida läsarbilder var ett hot eller inte mot bildjournalistiken och bildjournalisters status i fältet.

De anställda bildjournalisterna uppfattade inte att läsarbilder var ett hot, medan de frilansande var mer kritiska till dem och ansåg att de inkräktade på deras producerade bildjournalistik.

Den mest välrenommerade bildjournalisten som citerats ovan, menade till exempelvis att *läsarbilder och medborgarjournalistik är syskon till den professionellt producerade bildjournalistiken och journalistiken*. Något ironiskt markerade han samtidigt en gräns gentemot amatörer, när han lade till att vem som helst som har *en mobilkamera eller digital kamera* kan visserligen kalla sig *bildjournalist – på samma sätt som alla som har en penna kan kalla sig författare* (BJ 1).

En annan respondent som arbetade på en större dagstidning menade, i linje med detta, att ögonblicksbilder allt oftare kommer tas av allmänheten eftersom professionella bildjournalister inte hinner vara på plats vid alla nyhetshändelser:

*Vi ska ju ha en jävla tur om vi passerar där det händer något och sen hinna ta upp kameran och fotografera. Alltså det existerar ju inte idag, för det är ju så mycket annat som vi måste göra också. Vi kan ju inte var ute, liksom. Så den där riktigt nyhetsbilden...Ja, vetefan...Den tar nog Kalle på gatan som råkar var där! (BJ 5)*

Trots att läsarbilder såg som ett komplement av de fast anställda bildjournalisterna, reserverade sig några och menade att de kräver en noggrann kontrollapparat bestående av bildredaktörer som kontrollerar insända bilders äkthet. Dessa aktörer menade att den journalistiska källkritiken så väl som etiken behöver tas hänsyn till vid publiceringarna av läsarbilder (BJ 1, BJ 2, BJ 4, BJ 5). Till exempel menade den kvinnliga bildjournalisten på kvällstidningen:

*Läsarbilder kan fylla en bra funktion men det krävs ett stort publicistiskt ansvar. Det är långt ifrån samma sak att ta en bild och att ha för avsikt/publicera den. Sen kan man ju hoppas att folk vid en olycka hjälper till innan de börjar ta bilder... (BJ 4)*

De frilansande bildjournalisterna var, av konkurrensmässiga skäl, förstaeligt mer kritiska till läsarbilder. De ansåg att läsarbilder generellt sett inte höll en hög kvalitet och att de inkräktade på deras professionella bildjournalistik (BJ 8, BJ 9, BJ 10). I linje med det resonemanget, pekade en av bildjournalisterna på, så saknar människor självinsikt om sin egen förmåga att ta bilder:

*.../ saknas är folks insikt att de inte kan fotografera. Folk har insikt om att de inte kan skriva men samma insikt finns inte när det gäller fotografering. (BJ 6)*

Bildens betydelse har ökat enligt bildjournalisterna, men samtidigt har de själva fått konkurrens genom den tekniska utvecklingen som gjort att alla kan ta bilder, om än inte nödvändigtvis bra bilder. Men det är den som är nära en nyhetshändelse som kan dokumentera den i bildform, oavsett vem den personen är. Det blir tydligt hur olikartad bildjournalistikens och bildjournalistens ställning är i fältet.

### 7.1.3 Bilderna är omtvistade gränsobjekt

Ovan har beskrivits hur bildjournalisterna generellt upplever en underordnad status i fältet, parallellt med att bildjournalistiken har fått en ökad betydelse, framför allt i digitala sammanhang. Hur har då detta påverkat aktörernas arbetssituation och deras yrkesroll i fältet?

Under intervjuerna tillfrågades respondenterna om sin arbetssituation och de vittnade om att de gjorde allt fler arbetsmoment. En frilansande bildjournalist beskrev arbetssituationen på följande vis:

*Du ska filma, göra intervjù, ta stillbilder och när du kommer hem till redaktionen kanske du själv ska lägga in det i mallen, det vill säga, redigeringen själv, kanske Ettan själv. Och kanske till och med Löpet för det är bara du som jobbar helg. Jag menar, du får ju inte någon du kan bolla med utan allt handlar bara om att göra det så snabbt och effektivt som möjligt för att det bara ska ut. Och då tror jag att det blir sämre kvalitet generellt även om jag tror att det kan vara ett kreativt arbetssätt också. (BJ 7)*

Vad respondenten ovan beskriver med en yrkesjargong, var att arbetsuppgifterna hade blivit allt fler och att hon samtidigt arbetar mer ensam trots att hon endast var helgvikarie på dagstidningsredaktionen. Det vill säga, det tidigare så specialiserade bildjournalistiska yrkesrollen har blivit allt mer generell och multikunnig, om man får tolka denna respondent.

Den nationellt prisade och anställda kvinnliga bildjournalisten på den större dagstidningen sade sig ha *sörjt färdigt* (BJ 5) den gamla fotografrollen. Det vill säga, den yrkesroll som tidigare var mycket mer specialiserad emot att ta stillbilder men som samtidigt hade en underordning i fältet. Hon upplevde att statusen höll på att förbättras för bildjournalisterna i fältet i och med att deras arbetssituation, *i och med film, och hela den biten* höll på att förändras. Hon var dessutom en av få bildjournalister i detta avhandlingsarbete som skrev egna reportage, och det tyckte hon var givande även om bilden då fick stå tillbaka eftersom tiden istället gick åt till att ta fram fakta och skriva texten. Hon mötte också ett visst motstånd internt från reportrarna på redaktionen för att hon både skrev och fotograferade:

*Det gillar dom nog inte. Det tror jag nog inte att dom vill heller. Det är samma sak. Om det vore så att om vi skrev mer så skulle det nog bli lite gnäll. För det har jag ju hört några gånger: "Men varför har den fotografen skrivit det där?" och jag bara "Jaja..." [skrattar] (BJ 5)*

Andra bildjournalister uttryckte också att det var givande att arbeta med både text, stillbild och video, *men i slutändan kan ingen vara bäst på allt* (BJ 4). Någon menade att det var svårt när flera olika kompetenser som ska rymmas under samma hatt, och det kan en eller annan klara av men storhopen gör det inte (BJ 6). Ytterligare en annan bildjournalist menade den multijournalistiska produkten inte kan bli så bra *med tanke på att du ska utföra, traditionellt sett, två personers jobb på samma tid* (BJ 7).

Den mest välrenommerade bildjournalisten, som också ibland skrev sina egna reportage, menade i linje med detta att den multijournalistiska arbetsrollen visserligen var oundviklig, men att en sådan utveckling också kunde vara problematisk och:

*.../ inte fick påverka den journalistiska kvalitén menligt. Det vill säga att det inte är något som man tvingas till för att spara pengar, utan för att det journalistiska berättandet tillförs något. (BJ 1)*

Det blir tydligt att denne bildjournalist markerar en professionell och kvalitativ gräns mellan sig själv som kunnig bildjournalist och multijournalistiken och multijournalisterna i fältet.

En av de yngre frilansande bildjournalisterna markerade också en professionell gräns när hon valde att titulera sig själv journalist istället för som bildjournalist. Hon resonerade att journalister var...

*...ett samlingsbegrepp för alla oss som är ute, hämtar in nyhetsmaterial, bearbetar och sen publicerar. Det är att vara journalist. .../ att vara ute på fältet, möta folk och samla in material. Sen är vissa bättre på att skriva medan andra är bättre på att fotografera, och några gör bra teve. (BJ 7)*

Hon drog också en gräns mellan sig själv som bildjournalist och en reporter som skrev artiklar och ibland fotograferade, och menade att de sistnämnda inte kunde kallas för bildjournalister. Enligt henne var de multijournalister.

En annan respondent ansåg, i likhet detta, att det fanns en klar gräns mellan reportrar och bildjournalister, eftersom det i bildjournalistrollen alltid ingick att vara ute i verkligheten, *för vi får ju inga bilder på redaktionen. Vi måste verkligen ut. Vi är dom som är ute och möter människorna* (BJ 5).

Den yngsta bildjournalisten, som fortfarande var student, beskrev i liknande ordalag hur hon hade fattat att hennes främsta arbetsuppgift var...

*...att skapa ett förtroende mellan mig och den person jag ska fota så att jag kan följa den personen i nästan vilket läge som helst och att den litar på att jag porträtterar den personen på ett värdigt vis. Eller återspeglar verkligheten, i alla fall. Det tror jag är den viktigaste uppgiften. (BJ 10)*

Bildjournalisterna är på många sätt duktiga på att motivera sitt eget värde i fältet och de markerade gränser mot andra aktörer men frågan är om de alltid lyckas med detta, vare sig de har ett högt eller lågt symboliskt kapital i fältet?

Ett exempel på detta är den prisbelönta sportfotografen som arbetade på den nationella dagstidningen, och hur han använde sig av sina erfarenheter och renommé för att motivera hans sätt att producera kvalitativ bildjournalistik. Han beskrev nämligen att hans kanske viktigaste arbetsuppgift inte var att fotografera eller filma, utan att prata och planera bildlösningar med reportrar och redaktörer på redaktionen. Detta kallade han *att föra bildens talan* (BJ 3). Syftet med detta var att vara proaktiv och få vara med från början när reportrar och redaktörer planerade innehållet i dagstidningen:

*Genom att ge en liten putt åt rätt håll då spar man så ootroligt mycket energi på vägen. Då har du ju gjort ett bildjournalistiskt bildarbete i stort sätt i början för att sätta den formen. För det är klart om man går åt helt fel håll direkt då krävs det jättemycket tid och kraft och pengar för att vända det så det blir rätt. För det viktiga är ju att vi hjälps åt och ser till att det blir ett... ja, att det blir ett bra resultat i slutändan. Det är ju det som är det som är viktigast. (BJ 3)*

Den näst högst rangordnade bildjournalisten på kvällstidningen menade i linje med detta samtidigt som han drog en gräns mellan sig själv och andra bildjournalister i fältet, att många bildjournalister tyvärr fortfarande var kvar i den gamla pressfotografrollen. Enligt honom ingår det numera i den nya bildjournalistiska yrkesrollen att inte bara kunna producera kvalitativ bildjournalistik, utan även att ägna sin arbetstid åt att göra research och skriva egna reportage. Som högt ansedd aktör i fältet får det därmed ses som att han definierade en professionell gräns mellan den gamla pressfotografrollen och den nya bildjournalistrollen i det han sa.

### 7.1.4 Att instagramma och tävla om positionerna

Under intervjuerna framkom även andra gränsdragningar än de ovan redovisade, och framför allt professionella strategier som aktörerna använde i syfte att markera sina positioner och yrkets gränser.

I och med tillkomsten av de nya digitala plattformarna menade en av bildjournalisterna att det fanns fler chanser för henne att höja den egna statusen. Hon ansåg till exempel att bildjournalister, precis som skrivande reportrar, skulle använda sig av sociala medier för att marknadsföra sig själva. Själv var hon på väg att skapa sig ett instagramkonto för att, som hon sade, bli jämställd med reportrar som twittrade:

*Jag tänker att jag ska göra som reportrarna gör. Sen kan man hashtagga och så vidare. För jag tror att det är viktigt att man agerar som reportrarna gör. 'Nä, jag kör mitt eget' För då likställer man sig själv med reportrarna.' (BJ 5)*

Denna strategi hade den prisade bildjournalisten vid kvällstidningen redan använt sig av sedan en tid. Han beskrev att han numera tänkte...

*...jättemycket på Instagram när [han var] ute på jobb. Det är ju också en kanal som är jätteviktig att sprida saker i. Så att man måste hela tiden tänka nytt, liksom. (BJ 2)*

Han gav exempel på hur han publicerat ett stort reportage som han hade arbetat länge med och som hade allt för många bilder för att det skulle komma till sin rätt i papperstidningen. Han hade istället valt att göra en instagram-story:

*Publicerade 30 bilder och 15-sekunders filmer, tror jag, på Instagram. Och sen skrev jag lite om det på (kvällstidningens hemsidaadress). Bara en rubrik och så fick folk gå in och titta på bilderna och det blev, liksom, toksuccé! (BJ 2)*

Det bildreportaget, berättade han, fick massor med klick på hemsidan och spreds av läsarna. Dessutom fick han en stor mängd nya följare till sitt instagramkonto. Det var därför inte konstigt att han svarade mycket positivt på frågan om han trodde att bildjournalistiken hade en framtid på de nya plattformarna:

*Absolut! Absolut! Tror? Jag är helt övertygad om att det är så vi måste tänka, liksom. Vi måste tänka nya plattformar. (BJ 2)*

Bildjournalisterna nämnde dock parallellt med dessa nya sätt även de traditionella strategierna för att öka sin status i ett fält, vilket i journalistikens fält är att bli prisbelönt för sin bildjournalistik.

Samma välrenommerade bildjournalist som citerades ovan berättade hur vinster i nationella och internationella tävlingar hade gett honom en *skjuts* i karriären (BJ 2). Han konstaterade att det som var *bra med tävlingar är ju att det är ofta där man kan göra sig ett namn*. Sådana erkännanden ledde även till ett kulturellt kapital i fältet, vilket gjort att han fått en ökad autonomi på den egna redaktionen. Det innebar i sin tur att det blivit *enklare att få ut mitt material, att få gehör* (BJ 2). Trots framgångarna i tävlingarna var han ändå till viss del kritiskt mot att bildjournalisttävlingarna ofta begränsades av traditionella journalistiska normer och ideal, eller som han uttryckte sig:

*Jag tycker ju att de är jättebra, liksom, för oss inom bildjournalistiken. Men jag tycker också att de måste anpassa sig efter tiden. Det är väl fortfarande ganska traditionellt, de är fortfarande stöpta i den gamla tidningsformen. Så det vore nog bra om de också anpassade sig och förde in lite nya sätt att se på saker (BJ 2).*

En annan respondent ansåg också att tävlingar kunde hjälpa till att *utveckla, inspirera och höja statusen för bildjournalistiken* (BJ 4). Däremot var hon, till skillnad mot föregående respondent, tveksam till om tävlingarna verkligen gav de individuella aktörerna en högre status i fältet, givet ett ökat flöde av bilder i samhället. Hon beskrev till exempel hur hon knappt mindes de närmaste årens prisvinnande bilder i den svenska bildjournalistiktävlingen Årets bild, medan hon inte glömt de bilder som vann för flera decennier sedan:

*Du vet förut, när [Sven-Erik] Sjöberg fick Årets Bild och blev Årets Fotograf, typ i ett liksom. Då pratade man om dom där bilderna längre. Som den där bilden på handen genom [Berlin]muren. Det är ju en bild som fortfarande lever kvar. Jag vet inte, men vad blev Årets Bild förra året? (BJ 4)*

Den unga frilansande kvinnliga bildjournalisten från västra Sverige som ringdes in som fotograf och chaufför, kände inte helt oväntat att vinster i tävlingar var viktiga för henne status som frilans. Hennes intryck var dessutom att det allt oftare var de frilansande bildjournalisterna som vann priserna i tävlingarna:

*Det är ju inte längre de fastanställda fotograferna som vinner. Det är ju folk som försöker slå sig in i branschen. Och det visar väl samtidigt att de fastanställda fotograferna blir färre eller att de har mindre tid att göra saker som är intressanta. (BJ 8).*

Samtidigt menade den prisbelönta sportfotografen på den nationella dagstidningen att tidningarna som bara använde sig av frilansare, vars bilder ibland vann i tävlingen Året bild, *slog sig för bröstet för att man tar in folk som åker till farliga ställen och tar Årets Bild* eftersom denna prisvinnande bildjournalistiken knappt ens har med *den tidningen att göra när man inte ens har publicerat bilderna* (BJ 3).

Vare sig bildjournalisterna var nya aktörer som försökte etablera sig i fältet eller redan etablerade och erfarna, var det trots detta tydligt att bildjournalisternas strategier var tecken på att de försökte komma bort från den generellt underordnade och den lägre statusen som de upplever, i förhållande till andra aktörer i fältet.

## 7.2 Reportrar med självförtroende

De intervjuade reportrarna hade generellt sett ett betydligt större självförtroende avseende den egna statusen i fältet, än vad bildjournalisterna uppvisade. Deras beskrivningar hänger dessutom samman med upplevelser av mer autonomi och medbestämmande, till skillnad emot bildjournalisternas beskrivningar som till stor del var styrda av andra aktörer.

Bildjournalistiken ansågs av reportrarna däremot ha hög status i fältet. I vissa fall högre än skrivna texter. Återigen blir det tydligt att det finns en differentiering mellan synen på bildjournalister respektive bildjournalistik.

### 7.2.1 Kulturellt kapital och leverans ger autonomi

I detta avsnitt redovisas reportrarnas självbild, för att ha som pendang till hur de betraktar bildjournalister och bildjournalistik, vilket följer i de kommande avsnitten.

Den undersökande lokaltidningsreportern, med flera journalistiska utmärkelser och priser, beskrev tydligt att han kände att han hade en status i fältet. Han framställde det som att han visserligen inte hade någon formell makt men att han hade...

*...mycket tack vara alla dessa priser och nomineringar, en position där jag kan säga: 'Så här tycker jag att vi ska göra', och jag märker ju att påfallande ofta så lyssnar folk på vad jag säger och tar till sig det. Det är ju också en sorts makt, även om den är informell, så den ger ju mig ett inflytande. (R 1)*

En äldre frilansreporter, som hade sin arbetsplats på ett frilanskollektiv i Stockholm och som tidigare hade varit anställd vid en kvällstidning, sa ungefär samma sak trots en helt annan formell position:

*Jag är ju så pass etablerad frilans och har hållit på ganska länge. Och jag har ju inte heller börjat som frilans. Många kände ju till mig innan jag blev frilans. Så den [läs: statusen] är väl ganska bra. (R 3)*

Ett tredje exempel på reportrars status i fältet kan hämtas från en anställd reporter på en lokal dagstidning med ett litet täckningsområde i Mellansverige. Han uppfattade att status var förknippat med produktion och leverans av journalistik och att hans kollegor visade honom respekt för han var...

*...duktig på att dra fram nyheter. Alltså, vad ska man säga, jag är en ren nyhetsjournalist. Jag är jävligt bra på att berätta när saker och ting sker och få tips från olika personer. (R 6)*

Vissa frilansreportrar beskrev på liknande vis att de kände att de hade en hög status eftersom *tidningar lever ju på frilansare (R 2)*. En annan frilansreporter i norra Sverige, som beskrev att hon älskade att vara frilans och såg sig som en folkbildare, bekräftade att allt eftersom magasinerna *i takt med att de har gjort sig av med anställda (R 5)* hade de *blivit beroende av sina frilansare*, och därför upplevde hon att hon hade en så pass hög status att hon kunde välja vilka redaktörer och tidskrifter hon ville jobba med.

En annan frilansreporter i södra Sverige kände personligen inte någon *direkt status, men...det kanske håller på att ändras lite grand* eftersom hon också bekräftade att frilansare *värderas högt av uppdragsgivare* eftersom de, som hon menade, *i den här krisen [hade] stått kvar då det blåst och ruskat om i fältet (R 9)*.

Upplevelsen av sin egen status i fältet var således associerad med hur väl dessa respondenter levererade ett journalistiskt innehåll, än med ett symboliskt och kulturellt kapital som de första respondenterna nämnt. På frågan huruvida detta var fallet bekräftade frilansreportern i Norrland att så var det, och han tillade att det handlade om *vad man levererar och hur man levererar. Och vilket engagemang man lägger ner. Man bedöms mycket efter det man gör. Och det är väl också rimligt (R 2)*.

Men det fanns också andra synsätt. En trots allt prisbelönt frilansreportern i Stockholm uppfattade att frilansreportrar i allmänhet inte hade någon status överhuvudtaget, att de var...

*...en anonym bas med vikarier som oftast inte ens har ett 11-månaderskontrakt och är helt utbytbara. [De] bara kallades in till redaktionerna för fylla ut med innehåll som något slags fotfolk i branschen (R 8).*

Hon kände dock själv att hon personligen hade en hög status, tack vare sin långa erfarenhet...

*...och för det spelar ju roll att man fått pris, och såna saker. Att man har gett ut bok. Och har hållit några föreläsningar som varit populära, och att man har ett kontaktnät (R 8).*

En större ödmjukhet karaktäriserade utrikesreportern på en kvällstidning med stora ekonomiska resurser. Han undvek att svara på huruvida han hade en hög eller låg status i fältet. Istället beskrev han hur han gavs tid att planera och resurser att genomföra långa reportageresor och projekt, vilket får tolkas som att hans status är relativt hög.

På en lokal dagstidning i norra Sverige, med betydligt mindre resurser än den stora kvällstidningen, gjorde en kommun-, och landstingsreporter en lång paus innan hon med ett utdraget *Jaaa...Gud, det där är jättesvårt att svara på....* (R 7). När hon slutligen svarade på frågan om status menade hon att hon uppfattade att hennes status som reporter numera var kopplad till vad webbstatistiken visade att läsarna tog del av. Hon ingick i en grupp av reportrar på tidningen som gjorde undersökande journalistik, och hade ett ackumulerat symboliskt kapital som tidigare nyhetschef på dagstidningen men upplevde trots detta att hennes status som reporter snarare hade minskat i fältet. Hon tillade att *de som lyfts fram nu är ju de som åker iväg och gör något om någonting annat, till exempel livsstilsreportage eller livesändningar* (R 7). På hennes dagstidning var det främst webb- och multijournalister.

Den lägst rangordnade frilansreportern, som satt hemma i sitt kök i New York under skypeintervjun, hade svårt att förstå frågorna om status. Efter en stunds betänketid jämförde han sin status som frilans med den status han haft som bemanningsanställd, vilket i båda fallen var låg. Han sa att *ett sorts mått på status* var hur mycket medie företagen *betalade för det man gör som frilans* (R 10). Under den korta tid han själv varit frilans hade han hunnit uppleva att arvodena hade gått ned, och tillade:

*Faktum är att folk försöker köpa grejer väldigt billigt hela tiden. Och ibland, tyvärr, säljer man sig väldigt billigt. Man säljer sig så billigt att det egentligen inte funkar och det kanske man inte borde. På så sätt har man ju mindre status, att folk vill betala mindre för det man gör. (R 10)*

Den personliga känslan av lägre status som den frilansande reportern och som den anställda kommun-, och landstingsreportern i Norrland kan samtidigt inte helt jämföras med den situation i fältet som bildjournalisterna beskrev. Det vill säga, reportrarna ansåg visserligen att deras status var låg men de kunde fortfarande vara verksamma som frilans i New York samt anställd specialreporter på en liten lokal dagstidning. Det är möjligt att detta därför speglar en personlig lägre självbild snarare än en lägre status som aktörer i fältet. Denna tolkning blir tydligare i nästa avsnitt där dessa två respondenter, tillsammans med övriga reportrar, ger sin syn på bildjournalisterna, vilket ger en tydligare spegling av statusen mellan reportrar och bildjournalister i fältet.

### 7.2.2 Om pressfotografer respektive bildjournalister

Den undersökande, prisbelönta reportern på lokaltidningen i Mellansverige, beskrev inte i första hand bildjournalisternas status i fältet, utan snarare pressfotografernas status, när han förklarade att...

*...på en dagstidning är rollerna ju glasklara. Där står reportern i högre rang än fotografen. Fotografen betraktas, inte uttalat men i praktiken, som en sorts assistent till reportern. Det är väldigt sällan som fotografen får bestämma om vad reportaget ska handla om och reportern hänger med och skriver om det som fotografen vill dokumentera. (R 1)*

På följdfrågan om huruvida arbetsfördelningen eventuellt hade förändrats i och med digitaliseringen och ett ökande behov av bilder online, svarade han nekande att...

*...det skulle jag nog säga att det inte har /.../ så fort vi delar in oss, så fort vi börjar skilja på reporter och fotograf vilket vi gör ibland, /.../ så fort den distinktionen görs blir det med automatik så att reporter är befälet och fotografen är soldaten. (R 1)*

När han ombads att förtydliga om han menade med denna uppdelning hängde samman med praktiska och organisatoriska skäl, snarare än en statusmässiga, vidhöll han att den hade med status att göra: *Det har det ju. Det har blivit... det är ju en sån där dold struktur som man brukar tala om i dag (R 1).*

Frilansreportern i Norrland bekräftade på sätt och vis strukturen när han beskrev hur det var honom som uppdragsgivarna kontaktade när de ville att han och en fotograf skulle göra uppdrag, eller som han beskrev det, var det...

*...väldigt få gånger som beställningsjobben gick via en fotograf som ringer mig... alltså nu kanske det blir lite elakt. [skrattar lite nervöst]. Men alltså, många fotografer sitter hemma och väntar på att jag ska ringa och då blir min status högre på nått vis Men... ja... eh... en duktig fotograf får ju den respekt som han eller hon förtjänar på samma sätt som en duktig skribent i branschen. (R 2)*

På liknande vis menade den anställda reportern på dagstidningen i det lilla spridningsområdet i Mellansverige, att statusen för bildjournalister hängde samman med hur väl de producerade och levererade i fältet:

*En bra bildjournalist har ju status. Vad ska man säga, internt här, så har vi en som heter [kvinnonamn] och hon är ju jätteduktig på att få bilder att leva. Det är klart att man vill ha sig med henne ut på jobb. Alltså, man har ju respekt för personer och deras kompetens, om man säger så. (R 6)*

Frilansreportern i Stockholm hade också en stor respekt för de frilansande bildjournalisternas yrkeskunskap och stora kompetens som inte han själv besatt. Han berättade att vissa av pressfotograferna inte nöjt sig med att vara chaufförer och fotografera åt reportrar, och hur de under 1990-talet börjat kalla sig för bildjournalister istället för pressfotografer. Det hade emellertid bemötts med motstånd från reportrar:

*Det var ju många som inte gillade detta och som sa: 'Va, Du är inte journalist! Du ska ta bilder!' (R 3)*

I resonemanget kring statuskillnaden mellan fotografer och bildjournalister bekräftade frilansreportern i New York att det fanns kvar den *där kulturen är att fotograferna bara tar en bild* (R 10) på vissa redaktioner. Han trodde ändå att i och med att en yngre generation av akademiskt utbildade bildjournalister kom in i fältet skulle kulturen och strukturen *säkert förändras, då det finns mer respekt och status på grund av att folk är mer utbildade*. Samtidigt hade han svårt att förklara varför pressfotografer sagts upp och bildredaktionerna lagts ned men ansåg att det *gav ett entydigt budskap: 'Vi behöver inte er!'* (R 10). Kopplar man detta till vad denna respondent beskrev tidigare om sin egna status som frilans, tycks han vara mindre medveten om bildjournalisternas nuvarande situation och mer fokuserad på sin egna situation och position i fältet.

På den lokala dagstidningen i Norrland, där kommun- och landstingsreportern arbetade, hade man sagt upp alla pressfotografer. Hon trodde inte att de skulle komma tillbaka till branschen igen. Därför ansåg hon att statusen var mycket låg för bildjournalisterna. Hon motiverade detta med att...

*...stillbilderna på webben och i mobilen är så små så de gör sig helt enkelt inte riktigt. Däremot kommer video och film på webben och i mobilen att få en större betydelse men då kommer det främst vara journalister som kommer ta över de arbetsuppgifterna. (R 7)*

Tar man i beaktande hennes upplevelse av sin egna status verkar hon varit desto mera rationell kring att bildjournalister blivit bortrationaliserade medan hon fortfarande hade kvar sitt arbete och kunde ägna sin autonomi åt gräva och göra undersökande journalistik. Detta får med andra ord tolkas som att hon trots allt hade en hög status som aktör i jämförelse med bildjournalister.

På kvällstidningen, som fortfarande hade kvar sina anställda bildjournalister, hade man däremot omorganiserat och förändrat arbetsrutinerna så att de lyft betydelsen för bildjournalister, berättade utrikesreportern. Syftet var att man skulle arbeta...

*...tajtare ihop mellan fotografer och reportrar i researcharbetet. Den typen av jobb kommer ligga mer på en gemensam uppgift /.../ Jag vill hävda att fotografens status är väldigt hög, åtminstone hos oss. (R 4)*

På följdfrågan huruvida omorganisationen inneburit att de professionella gränserna mellan bildjournalister och reportrar till och med hade suddats ut svarade han:

*Ibland i varje fall. Men kanske inte varje gång. Men när det ska göras stora projekt kommer fotografer eller bildjournalister, eller vad man nu väljer att kalla dem, oftare in redan från början. Eller kan till och med vara de som kommer med idén. Jag tror det är lättare nu för många av fotograferna att få gehör för sina idéer. (R 4)*

Generellt sett menade han dock att branschens nedskärningar inneburit ett skifte för pressfotografrollen, och att det inte längre kommer finnas plats för...

*...fotografer som sitter och väntar på reportrar och att man ska åka ut och ta en bild /.../ det kommer falla ett mycket större ansvar på fotografer att driva sina egna projekt. (R 4)*

Frilansreportern, som upplevde en ökande personlig status i fältet tack vare ett högt kulturellt kapital, hade på ett liknande vis sedan länge arbetat nära tillsammans med en frilansbildjournalist. Mellan dem fanns det inte någon statusskillnad, framför allt inte när de var ute på reportageresor, menade hon. Enligt henne var det nämligen...

*...väldigt svårt att följa ett skeende, och samtidigt liksom observera, intervjua, känna in, och plåta samtidigt. Det går att göra men det blir bättre om man är två personer som ägnar sig åt det man är bra på var för sig. (R 8)*

Också en av de andra frilansreportrarna menade att yrkesrollerna var *två olika skrån* med *olika stilistiska grepp* (R 9) och hade svårt att se någon statusskillnad emellan yrkena.

Frilansreportern i norra Sverige, som kunde välja sina uppdragsgivare, menade till och med att bildjournalisternas status *var minst lika hög, om inte högre* (R 5) än hennes egen status som frilansreporter. Hon menade att detta berodde på att redaktörerna på tidskrifterna värderade frilansbildjournalisterna högre, framför allt för deras kvalitativa bildjournalistik, som enligt henne hade fått en ökad relevans i branschen. Och därmed lämnar vi reportrarnas syn på bildjournalisternas status för att gå över till deras syn på bildjournalistikens status.

### 7.2.3 Texten styr trots bildernas ökade betydelse

Många reportrar menar att bildjournalisternas uppgift är att leverera bilder till deras texter och reportage. Det säger mycket om synen på bildjournalister, och också en hel del om synen på bildjournalistiken. Ifråga om bildjournalistiken finns emellertid en något mer nyanserad bild hos reportrarna. Den undersökande reportern på lokaltidningen i Mellansverige, beskrev till exempel statusen för bildjournalistiken i fältet på följande vis:

*Bilder håller tyvärr på att förvandlas till en sorts ikon, en vinjett eller någon sorts färglick snarare än en egen berättelse. Sen ligger det väl också i sakens natur, man brukar väl säga att "En bild säger mer än tusen ord!" Ja, men tyvärr har vi inte kontroll över vilka ord den där jävla bilden ska säga, som vi har när det gäller text. För när det kommer till text bestämmer vi ju vilka ord som läsaren ska läsa. Så, bilden kan ju 'prata' väldigt mycket och vi kan ju inte styra det på samma sätt, så det är ju samspelet mellan de här två som jag tycker gör riktigt bra tidningsjournalistik. Alltså när de fungerar med varandra. (R 1)*

Vad beträffar bildernas status jämfört med textens, kan dock respondenterna i någon mån ha blandat ihop bilders marknadsmässiga värde med status. Till exempel beskrev frilansreportern i Norrland, att bilder var viktiga i så motto att de sålde hans frilansreportage. Han berättade hur ett magasin först hade tackat nej till ett av hans reportage men sedan ringt tillbaka och sagt *att de ville ha jobbet för att det var så bra bilder [skratt]* (R 2). Efter den senaste reportageresan till Svalbard hade han dessutom fått höra att *text var jättebra men å vilka fina bilder!* (R 2), vilket enligt honom betydde att *bilderna är viktiga, det kommer man aldrig ifrån* (R 2).

Samtidigt är det säkert så att det finns en viss skillnad i synen på bilder beroende på om man vill sälja till magasin/tidskrifter eller dagspress. På de

magasin och tidskrifter som frilansreportern i norra Sverige arbetade uppskattades bra bildjournalister som producerade kvalitativ bildjournalistik. Hon menade att när hon skrivit ett långt reportage måste det...

*...till ganska många bilder och de behöver hålla en hög kvalitet för att magasinets material ska bli läst [...]/ super viktigt att jobba med en bra bildjournalist för att kunna se till att få lite genomslag för mitt material. (R 5)*

På liknande vis förklarade en annan frilansreporter att...

*...en bra bild slår ju så mycket högre än vad mina drapor på 10 000 tecken gör. När någon ser en fantastisk bild så kanske de köper den och förstora den och ha den i sitt vardagsrum. Det finns ju ingen som skulle vilja göra det med mina texter. (R 9)*

När den renommerad frilansreportern i Stockholm, som arbetade nära tillsammans med en frilansbildjournalist, sålde in reportage till magasin och tidningar var det en klar fördel om de hade bra kvalitativa bilder:

*Om vi redan har bilder, så har bilderna högre status. Det är bilderna som man säljer på. Man säljer på en väldigt tydlig vinkel, rubrik och bilderna, skulle jag säga. Medan man säljer mer på vinkeln och idén innan man åker. Men jag skulle nog säga att bilderna är en väldigt viktig säljfaktor, mer än texten. (R 8)*

Den erfarna frilansreportern på frilanskontoret i Stockholm uppfattade att statusen för bildjournalistiken hade höjts sedan tiden då han arbetade som fast anställd, vilket även bekräftades av utrikesreportern som lade till, att *just bildjournalistiken är väl det som har allra högst anseende* (R 4).

Kommun- och landstingsreportern på den lokala dagstidningen i norra Sverige var av en annan uppfattning i linje med hennes tidigare resonemang. Hon menade att statusen för bildjournalistiken hade sjunkit, eftersom läsarstatistiken, enligt henne, pekade mot att bilder inte hade någon betydelse för mediekonsumenterna. I själva verket höll hon för troligt att läsarna inte ens reflekterade över bilder, och att det därför inte spelade någon roll att man sade upp pressfotografer eller bildjournalister.

Reportern som arbetade på en liknande liten lokal dagstidning i Mellansverige, var delvis inne på samma spår. Han menade att när han tolkade läsarnas beteenden på nätet så uppfattade han att var att texterna som hade betydelse för läsarna, men att bilderna också spelade en viktig roll:

*En bra bild och en dålig rubrik ger ju inte så mycket även om bilden är jätteoacker. Medan en bra rubrik och en dålig bild ger mer. Men en kombination är oslagbart! Till exempel, i förra*

*veckan så skrev jag om en person som åkte in till sjukhus för felställt ben. Alltså, den rubriken, den vill man ju bara klicka på. 'Vadå, felställt ben? Vad innebär det?' Men då hade jag bara en dålig genrebild till det. Skulle jag ha haft en bild från själva olyckan hade trafiken gått upp med 20–30 procenten till, tror jag. (R 6)*

Kanske inte så konstigt att han menade att bra bildjournalistik var bilder *som funkade till texten och att de levereras snabbt* (R 6).

Respondenternas uttalande pekar, som exempel, mot tydlig partiskhet för den journalistisk texten, vilket i sin tur visar på en tydlig underordning av bildjournalistiken från dessa aktörers sida.

Frilansreportern i New York menade i linje med detta att de anställda aktörerna på dagstidningarna generellt sett inte kan förstå sig på och kan hantera bilder utan bara använder sig av genrebilder när de ska illustrera sina texter, vilket i sin tur, menade han, *påverkar statusen för bildjournalistiken negativt* (R 10).

Trots allt vittnade lite mer än hälften av reportrar om att de uppfattade en ökad status för bildjournalistiken – eller i varje fall att den var viktig för journalistiken i det allt mer marknadsorienterade fältet. Syn på såväl bildjournalistikens som bildjournalisternas status har samtidigt betydelse för den professionella interaktion som reportrarna har med bildjournalisterna, vilket nästa avsnitt behandlar.

#### **7.2.4 Texter är reportrarnas distinkta gränsobjekt**

Frilansreportern i Norrland förklarade hur han såg på de professionella gränserna mellan honom som reporter och bildjournalisterna som skötte med bildjournalistiken till hans reportage; antingen löstes den genom att han hade *en fotograf [med sig eller] så är det uppdragsgivaren som löser bildfrågan i efterhand* (R 2). På detta vis menade han att journalistik och bildjournalistik var *två parallella spår. Texten löper sitt spår och bilderna löper sitt spår* (R 2).

En mer gränsöverskridande syn på rollerna i fältet kan representeras av den unga frilansreportern i norra Sverige som kunde välja sina uppdragsgivare. Hon menade att hennes texter inte blev lästa om inte bilderna var tillräckligt bra, och att för henne var det därför *superviktigt att jobba med en bra bildjournalist* (R5), och hon tillade att:

*Jag tycker att min journalistik har blivit så mycket bättre sedan jag började jobba tätt med bildjournalister. Jag tycker att mina texter har blivit så mycket bättre.*

*Kan du utveckla det, vad beror det på känner du?*

*Ja men jag skulle säga att man redan i, liksom, research-, och idé-fasen sitter och funderar på lite olika saker; "Vad ska man hitta på?". Som ett exempel typ, om vill skriva om den svenska blivande vinindustrin nere i Skåne eller vad det skulle kunna vara. Och förr skulle det kanske ha stannat där eller så hade man åkt till en vingård och träffat någon och sen hade man dragit därifrån. Medan när man samarbetar med en bildjournalist så blir det så tydligt att man måste fota något som är spännande. Och det blir inte bara att reportern ringer upp en person och får ett ja och så får fotografen hänga med. Utan nu är ju fotografen i allra högsta grad med och bestämmer när vi ska åka. "Ska vi tajma in skörden av druorna eller pressningen, eller nått annat?". Vilket då gör att texten blir mycket bättre för att man skildrar en händelse, en företeelse i text och bild.*

***Din text, säger du, har alltså blivit bättre i och med att du samarbetar tätt med bildjournalister, kan du utveckla vad som du upplever blir bättre?***

*Texten blir mer levande och den berättar mer än vad den hade gjort annars. Historien blir mycket mer intressantare. Det blir inte bara en person som sitter vid ett köksbord och berättar och sen åker man hem utan det händer grejer hela tiden. Och när man är ute så är det en annan sak som jag tycker är otroligt skönt med att jobba med en bildjournalist.*

Även utrikesreportern på kvällstidningen (R 4), frilansreportern i New York (R 10) och framför allt frilansreportern som hade ett nära samarbete med en bildjournalist (R 8), vittnade om hur mindre gränsdragningar och prestige mellan dem själva och bildjournalisterna underlättade när de producerade sin journalistik. Det bör noteras att dessa respondenter också var bland de yngre i intervjumaterialet. Samtidigt berörde den tionde rangordnade reportern hur anställda redaktörer på dagstidningar och magasin sällan kommenterade bilder:

*Häromdagen pratade jag med en fotograf och vi pratade om kritik. Att det är väldigt få redaktörer som ger kritik. Om det beror på att de inte har tid eller att de inte har förmågan att vara bra redaktörer, svårt att säga. Men det är i alla fall väldigt ovanligt med människor som har förmågan att få en att lyfta sin text. Jag vet som sagt inte om det beror på tidsbrist, men det är få som återkommer med textkritik bortom vad de ser på papperet. Så jag ventilerade detta med en fotografkollega som svarade att: 'Men alltså, man hör ju aldrig någonting om bilderna! Det som man kan få höra är: Tack för bilderna! Fina!' Och det är ju en statusskillnad. Det har ju på något sätt med status att göra. (R 10)*

Frilansreportern i södra Sverige beskrev hur det däremot krävdes att hon allt oftare arbetade som multijournalist åt hennes uppdragsgivare. Hon upplevde att det inte fungerade så bra, eftersom hon inte fick några tips eller stöd från sina uppdragsgivare. Hon berättade hur hon själv behövde intervjua personer, skriva uppdateringar i de digitala kanalerna, hålla koll på nyhetens utveckling samt skriva flera artikelversioner för uppdragsgivarens olika pappersupplagor. Dessutom ville uppdragsgivaren att hon ibland skulle filma och göra livesändningar på Facebook, och hon konstaterade lite uppgivet:

*Jag önskar att jag kunde säga att det här med den digitala utvecklingen bara är av godo. Alltså, det är det ju. Men jag tror inte att man kan förvänta sig att alla fotografer och skribenter ska kunna hantera allt samtidigt. Utan är man skribent så är man skribent och är man bildjournalist så är man bildjournalist. (R 9)*

Många av reportrarna drog tydliga professionella gränser mellan sig själva och bildjournalisterna. De yngre, och frilansande reportrarna ville dock samarbeta mer med bildjournalister för att lättare kunna sälja sina reportage, medan de äldre ville styra bildjournalistiken.

En reporter drog också en gräns emot den multijournalistiska yrkesrollen och det allmänna kravet på multijournalistik i fältet. Samtidigt var det ingen reporter som nämnde att bildjournalisterna skulle kunna utföra mer multijournalistiska arbetsuppgifter och börja skriva.

### 7.3 Multijournalisternas varumärke: flexibilitet

Samtliga yngre och några av de lite äldre multijournalisterna upplevde att de fått en högre status i fältet, till skillnad från de ofta tidigare specialiserade reportrarna som blivit multijournalister. Ett skäl är troligen att de sistnämnda inte var så tekniskt bevandrade. Nästan alla multijournalister ansåg att bildjournalisters status hade minskat i fältet. Det kan tolkas som att dessa multijournalister därmed drog sina gränsdragningar mot de kvarvarande bildjournalisterna. Parallellt med detta förekom även de multijournalister som tvärt emot menade att specialiserade bildjournalister blivit exklusiva, och egentligen var de som skulle producera kvalitativ bildjournalistik.

#### 7.3.1 Är multijournalisterna de stora hjältarna?

Multijournalisterna är den "nyaste" gruppen i det journalistiska fältet. De gör allt som både bildjournalister och reportrar gör, och ofta lite till. Vi inleder med att studera deras självbild.

Den högst rangordnade multijournalisten på den regionala dagstidningen i Mellansverige menade att hennes upplevelse av status i första hand låg i att hon hade en krönika i dagstidningen som lästes av många, eller som hon sade, *att jag känner mig stolt över min krönika, beror inte på kollegor, utan det beror i första hand på läsarkontakter* (MJ 1). Hon menade att hon egentligen aldrig upplevt något anseende i branschen eftersom hon alltid skrivit om *människoöden och*

*mjuka värden* men att hon nu började känna detta tack vare statistiken över vilken journalistik som läsarna faktiskt konsumerade online.

På liknande vis upplevde den yngsta respondenten i gruppen, en nyutexaminerad multijournalist som hade fått en fast tjänst i Norrlands inland, att han hade en status som lokalredaktör, eller som han sammanfattade det:

*Det är nog många lokalpolitiker här som ser att man har väl en viss makt som media och även allmänheten förstår det, liksom... Det känns som om man har en viss status. (MJ 8)*

Dessutom befann han sig långt ifrån centralredaktionen och kände att han självständigt kunde bevaka de lokala nyheterna och spegla människorna i det lilla lokalsamhället, på det sätt han ville. Nyhetscheferna lyssnade till hans idéer och han kände att han kunde påverka rapporteringen för det var han som kände till *[samhällets namn]* mer än de som sitter på redaktionen, som har sämre koll på nyhetsflödet (MJ 8).

Multijournalisten på en stor nationella dagstidning upplevde en, som hon skämtsamt sade, *skräcködlestatus* (MJ 2) på grund av att hon arbetat så många *hundår då man gör all skit som de* [läs: chefer] *kastar på en* (MJ 2) och för att hon alltid levererade. Det gjorde, enligt henne, att cheferna kunde...

*...lita på en, de vet att man levererar, majoriteten av de jobb man gör är egna idéer, den egna inputen man får från sitt egna flöde och man känner att ens chefer förstår att 'den här personen presterar bäst när den personen får göra som den vill'. (MJ 2)*

En multijournalist på en regional dagstidning väster om Stockholm, och som tidigare hade varit bildjournalist innan hon blev multijournalist, hade precis innan intervjun blivit chef för sportavdelningen på tidningen. Hon förstod visserligen att hennes status i fältet hade höjts i och med den nya positionen, men hennes upplevelse av anseende hade ännu inte infunnit sig. Hon kände sig fortfarande på samma nivå som sina kollegor. När det gällde status som aktör i fältet upplevde hon till och med att hon hade haft mer status i sin gamla roll som renodlad bildjournalist för...

*...när jag bara var fotograf och fick en "lapp i handen" och gjorde fyra jobb, då kände jag en form av status. Det gör jag inte nu på samma sätt. Jag tänker att statusen då som bildjournalist, den var högre för mig än nu när jag blivit nyhetschef eller sportchef, if it makes sense. (MJ 3)*

En äldre multijournalist som tidigare varit kulturredaktör på en mediekoncern i Norrland, men som sedan blivit multijournalist, svarade att

tack vare sin tidigare position kände hon fortfarande en viss status på redaktionen, eller som hon uttryckte sig: *Jag tycker nog att jag fortfarande får en viss respekt i kulturfrågor men det är ju inte alls som det var förr* (MJ 7). I och med de snabba digitala förändringarna hade hon dock erfarit att hon hade halkat efter tekniskt [och då] åker man ner i status, det är väldigt tydligt nu, känner jag. Istället, menade hon, var det de unga multijournalisterna som hade den högsta statusen eftersom de sågs som *de digitala spjutspetsarna*, till skillnad från de äldre:

*Vi känner ju oss lite akterseglade av all den här tekniken. Vi behöver ju dem för att på något vis komma ikapp. Det har ju hänt så ofantligt mycket. Alltså då menar jag de som verkligen är multijournalister, inte bara kraven på oss alla andra att göra många saker, utan de som verkligen kan programmen och även kan fylla dem med något vettigt* (MJ 7).

En av de där unga multijournalister som representerade de "digitala spjutspetsarna" styrkte att hennes egen status var hög. Hon var nämligen programledare för den norrländska mediekoncernens livesändningar och vid tidpunkten för intervjun satt hon på ett kafé i London, där hon höll på att vidareutbilda sig, finansierat av mediekoncernen:

*Det fanns chans, om man ville, att vidareutbilda sig, de sa bara: 'Varsågod!', liksom. De gör allt för att behålla oss. Det säger nog lite om vartåt vår bransch är på väg och vad alla håller på att satsa på inför framtiden. Så det är en intressant fråga, statusen har verkligen förändrats och ekonomiskt satsar man verkligen på vi som håller på med här.* (MJ 5)

En annan multijournalist inom samma mediekoncern menade att status som multijournalist handlade främst om...

*...att vara väldigt flexibel och kunna hålla många bollar i luften och göra flera olika saker [och] lär sig hantera förutsättningarna så man kan lägga ambitionsnivån rätt.* (MJ 4)

De två frilansande multijournalisterna som intervjuats bekräftade på sätt och vis de föregående respondenternas intryck, att status hängde samman med hur flexibel man var och hur väl man kunde leverera journalistiskt innehåll till de digitala plattformarna.

Frilansmultijournalisten från södra Sverige som hade koll på *det digitala* (MJ 9), menade att det efterfrågades väldigt mycket av hennes kunder och att hennes digitala kunskaper vid ett tillfälle hade inneburit att en högre chef på ett stort nationellt medieföretag velat anlita henne på stående fot och att *det märks när man kommer in att folk lyssnar på en och värdesätter det man gör. Sen vet inte jag om det är lika med status, men ändå...* (MJ 9).

I norra Sverige upplevde den andra frilansmultijournalisten inte alls samma status som föregående respondent, och det var som han sade på grund av att han var...

*...lite mer som en "jack-of-all-trades" som måste ta allting som dyker upp framför ögonen på en för att överleva. Jag kan inte påstå att jag har någon statusposition [skrattar]. Jag tror att regionala frilansare, som jag, hamnar nog väldigt långt ner på statusspinnen [skrattar]. Men samtidigt är man ju väldigt uppskattad när det väl händer någonting. Då är man ju väldigt het [skrattar]. (MJ 10)*

Han menade däremot att de som hade hög status i fältet var de specialiserade och nischade aktörerna med specialkunskaper, till exempel reportrar som bara skrev om ett ämne eller duktiga bildjournalister. Men i och med de ekonomiska försämringarna för branschen hade hans multikunskaper börjat efterfrågas allt mer, eftersom han menade att de kunskaperna *var viktiga för produktionen* (MJ 10) för de Stockholmsbaserade mediaföretagen. Som han beskrev det händer *mer och mer sällan att, till exempel Aftonbladet, skickar upp en bildjournalist, oftast ringer de mig istället*, sade han och fortsatte:

*Ibland kan det vara ganska stora, betydelsefulla jobb som jag istället får göra med en upprett reporter. Så jag tror ju på så sätt har nog statusen ökat för mig. (MJ 10)*

Att medieföretagen hellre anlidade frilansande multijournalisterna än frilansande bildjournalister, belyser den förändrade statusen för bildjournalisterna i fältet i jämförelse med multijournalisterna.

### **7.3.2 Tudelad syn på bildjournalisterna**

När det gällde statusen för bildjournalister på den lokala dagstidningen där den högst rangordnade multijournalisten arbetade, så menade hon att den var obefintlig. Tidningen hade sagt upp alla de forna bildjournalisterna och gått över till alla anställda var multijournalister. Men nedläggningen av fotoavdelningen hade samtidigt påverkat kvaliteten och därmed statusen för bildjournalistiken menade hon också:

*Vi pratar inte längre om bra bildjournalistik. Ärligt talat, jag tycker inte det. Vi försöker minimera antalet skitdåliga bilder [skrattar] genom att försöka utbilda oss till att bli multijournalister och då blir det väldigt mycket uppställt. (MJ 1)*

Två andra multijournalister (MJ 6 och MJ 7), som arbetade på en mediekoncern i Norrland, och som övergått till att alla anställda skulle arbeta med alla arbetsuppgifter, menade att inom deras medieföretag hade man försökt att behålla de forna bildjournalisterna. Vissa bildjournalister hade ändå valt att lämna företaget när de ställts inför ultimatum om att behöva börja skriva. Trots det menade den före detta kulturredaktören att den bildjournalistiska kompetensen till viss del fanns kvar i medieföretaget men att signalen som övergången till multijournalistik gav till de anställda var oklar vad beträffar bildjournalistikens betydelse:

*Det är dubbelt, det är väldigt bra att ha bilder men samtidigt tycker man att: 'Ja, men alla kan väl trycka på en knapp på en kamera?' (MJ 7)*

Som programledare för livesändningar ansåg den yngre multijournalisten, vid samma medieföretag, att statusen för bildjournalistiken hade höjts men hon tillstod att läget för bildjournalisternas status var sämre. Hon menade till och med att multijournalistrollen hade blivit en norm bland fältets yrkesroller (MJ 5).

En multijournalist som tidigare varit bildjournalist, men som blivit multijournalist för att få behålla sitt jobb på en regional dagstidning i södra Sverige, svarade kort och gott att han hade tillhört *den sista generationen pressfotografer* (MJ 6).

Multijournalisten som arbetade som frilansare i södra Sverige ansåg på motsvarande sätt att de kvarvarande anställda bildjournalisterna på redaktionerna runt om i Sverige inte hade någon hög status:

*De kan nog känna att de används lite mer som; 'Min fotograf, kan du åka ut och ta en bild?' Alltså, att man sällan diskuterar jobben längre med dem och att det är. De känner nog i högre utsträckning, att de bildsätter bara artiklar, att de bara skickas iväg ut på uppdrag och att de bara kan ta några snabba knäpp när de kommit fram men sen måste de drar vidare. (MJ 9)*

Däremot trodde hon att de bildjournalister som var frilansare hade en högre status, eftersom de kunde lägga mer tid och engagemang på sin bildjournalistik. Genom det kunde de ha chans att vinna priser och därmed få en högre status i fältet.

På sätt och vis bekräftade multijournalisten, som kände att hon hade ett förtroende bland sina chefer på den stora nationella dagstidningen, att de anställda bildjournalister inte möttes av den respekt som hon själv upplevde. Hon skildrade hur bildjournalisternas ambitioner, att *driva egna projekt* (MJ 2), påfallande ofta möttes av motstånd och att de *bromsades och motades* av

cheferna. Vissa av de anställda bildjournalisterna lyckade trots allt att sälja in sina projekt- och reportageidéer, berättade hon, men de hade, enligt henne, också uppnått den här statusen som jag har (MJ 2). De som inte lyckades sälja in sina idéer tvingades köra sitt eget race vid sidan av sitt dagliga arbete.

Alla multijournalister menade emellertid inte att bildjournalisternas status var låg. På frågan vad multijournalisten som blivit chef för sportavdelningen uppfattade att bildjournalisterna hade för status i fältet, svarade hon, i motsats till de övriga:

*Jag tror att statusen för bildjournalister i branschen är generellt sett väldigt hög. Jag tänker på mina kollegor som fortfarande jobbar på dagstidningar och diverse kvällstidningar är fortfarande... Alltså, i mitt tycke, är det en större status idag att vara bildjournalist och jobba som bildjournalist än det kanske var för tio år sedan. (MJ 3)*

Multijournalisten i norra Sverige menade, av nästan samma anledning, att bildjournalistyrket var på uppgående i fältet eftersom det fanns färre professionell bildjournalister och för att yrkesrollen sågs som lite mer exklusivt (MJ 10).

Synen på yrkesrollen kan hänga samman med synen på bilder på två sätt: antingen att bilder och videor hade fått en ökad betydelse i det digitala samhället och att den som tar bilderna därför bör värnas – eller att alla är kapabla att ta dessa bilder och att bildjournalisterna därmed spelat ut sin roll.

### 7.3.3 Bilder är superviktiga

Multijournalisten på den nationella dagstidningen menade att statusen för bildjournalistiken per definition var hög eftersom, som hon antog att...

*...människor i allmänhet har blivit mer vana att titta på bilder också... och vi vet att vi måste ju leverera någonting som gör att folk tittar. (MJ 2)*

En av de frilansande multijournalisternas menade att mediekonsumenternas beteenden på de digitala plattformarna visade att läsarna efterfrågade kvalitativ bildjournalistik. Därför hade bildjournalistiken fått en ökad betydelse i fältet, ansåg hon.

På liknande vis uppfattade multijournalisten som sade sig ha varit den sista pressfotografen, att *intresset för fotografi var stort* (MJ 6) i samhället och att det till exempel var flera konstinstitutioner som *fyller sina väggar med bra fotografi*. Ändå menade han att statusen för bildjournalistiken i det journalistiska fältet sjunkit:

*Alla vet ju att bilder är viktiga som fan! Men det känns som att statusen har sjunkit lite grand. Samtidigt som att fotografi är stort och vi har liksom, Dunkers kulturhus fyller sina väggar med bra fotografi, Fotografiska i Stockholm och så vi har Landskronas fotofestival...Men samtidigt har statusen faktiskt har sjunkit lite. Får jag säga. (MJ 6)*

Framtiden för den äkta bildjournalistiken var ganska mörk och hotad (MJ 6), tyckte han. På följdfrågan om han kunde förklara vad han menade med den äkta bildjournalistiken svarade han att det var den som fick *ta lite längre tid att göra*, som *följer ett skeende* (MJ 6) och som inte bara *bekräftar texten utan att låter bilden berätta*.

Den unga multijournalisten som blivit sportchef och som menade att bildjournalisternas status var på uppåtgående, var av en liknande åsikt och ansåg att *digitaliseringen har varit både bra och dålig... för bildjournalistiken*, på grund av att *folk inte har riktigt tid eller ork och lust att kanske fördjupa sig i vad som liksom är ett bra bildjournalistiskt arbete* (MJ 3). Vad beträffar den bildjournalistik som hennes dagstidning en gång i tiden gjort sig känd för, var den ett minne blott. I och med att alla hade blivit multijournalister, menade hon, hade dagstidningen...

*...vad ska jag säga... man har tappat stinget! Alltså det finns liksom inte... De där bilderna som tidigare var stomme i papperstidningen, på webben och i storyn, de finns liksom inte riktigt kvar längre. Det är en enorm sorg för mig. (MJ 3)*

Men det fanns också andra synsätt. En av multijournalisterna skrädde inte orden då hon vittnade om synen på bildjournalistiken på mediekoncernen i norra Sverige, efter man gått över till multijournalistik. Hennes åsikt var att ledningen på företaget uppfattade bilder och video som något som var till för att *smycka eller dra uppmärksamhet till texten* (MJ 7) och att detta var ett tecken på en låg status för bildjournalistiken:

*Är inte bilderna lite gisslan på tidningarna nu? Man pratar om hur mycket bilder det finns i världen, hur bildberoende vi är i samhället men sen så går man och säger upp fotografier, nästa dag. Vad säger det? Alltså att man gör så betyder ju att man har lägst respekt för deras arbete för då gör man sig av med en hel yrkesgrupp och kompetensen som de besitter. (MJ 7)*

Hon uppfattade att när det kom till de bilder som hon själv producerade, så fanns det inte *några kvalitetskrav så länge jag fyller min sida i tid* (MJ 7). En av multijournalisterna, som tidigare varit bildjournalist inom samma mediekoncern, hade först svårt att säga huruvida bildjournalistiken fått en högre eller lägre status inom företaget, men kom fram till att...

*...alltså, det har ju blivit sämre på ett sätt, när kvaliteten blir sämre för att det är så många olika som bidrar med bilder till bildflödet, på vår redaktion till exempel. (MJ 5)*

Ombedd att svara huruvida texten eller bilden hade likartad status eller inte, svarade multijournalist i det lilla norrländska samhället:

*Tyngdpunkten ofta ligger ändå på texten. Eller så här, det är texten som är avgörande för hur långt fram i tidningen artikeln hamnar eller hur mycket man drar på den. Men visst, om man har en bra bild eller om man har fångat en färgglad bild från till exempel nationaldagsfirandet, kan den hamna på förstasidan och få mycket bildutrymme. Men generellt är det hur hård nyhet eller hur bra nyheten är, i textväg och hur mycket fakta eller hur mycket man avslöjar, som är det som avgör om artikel, med text och bilder, hamnar på sidan fyra eller sidan 17. (MJ 8)*

Frilansmultijournalisten i norra Sverige konstaterade också att texten hade en högre status än bilden, och beskrev det på följande vis:

*Det ändå så att texten tronar högst upp. Det är den som styr och oftast är informationsbäraren. Om det till exempel är ett stort gräv som är på väg att avsätta en minister, då är det klart att texten är viktigast. Sen har det väl även funnits avslöjanden på grund av en bild men det har ju skett väldigt sällan. Texten har ändå högst status på något underligt sätt. (MJ 10)*

En tolkning av svaren från multijournalisterna blir att de uppfattade att bildjournalisterna, generellt sett, hade en lägre status i fältet. Samtidigt beskrev de en delad syn på hur bilder och videor fått en viktigare roll för att locka läsarna. Dessa delade uppfattningar bland multijournalisterna kan bero på att sex stycken hade en bakgrund av att vara renodlad reporter medan fyra hade en bakgrund av att ha varit bildjournalist, vilket kommer att diskuteras närmare i slutet av detta kapitel. Vidare framstår det som att en ökad efterfrågan av bildjournalistik skulle, ur ett professionellt perspektiv, kunna tillgodoses av både multijournalisterna och bildjournalisterna, vilket i sin tur leder till en otydlig arbetssituation för aktörerna i fältet. Därför var det kanske inte konstigt att multijournalisterna markerade sina nya yrkesrollsgränser gentemot bildjournalisterna i fältet.

### **7.3.4 Gränsobjekten är både bilder och videor**

Detta framkom framför allt när multijournalisterna beskrev hur de såg på stillbilder och videor, vilket i sin tur får tolkas som att de ansåg att dessa var tolkningsbara gränsobjekt i fältet. Detta pekar mot att multijournalisterna genomförde ett gränsdragningsarbete mot framför de bildjournalistiska

aktörerna i fältet. Å andra sidan, gör även de få kvarvarande bildjournalister detta emot multijournalisterna. Multijournalisten som arbetade på den nationella dagstidningen, som fortfarande hade bildjournalister och en bildavdelning, beskrev hur bildjournalisterna motiverade sin avdelning genom att...

*...ändra bildbeställningarna till att kalla dem bildönskemål. Det är en markering att: Här kan du inte komma och beställa bilder utan här kan man komma och önska bilder och sen får man se om de bedömer att det är tillräckligt bildmässigt för att vi ska åka ut. Och det är faktiskt en semantisk maktförskjutning. Alltså på riktigt, så är det sjukt viktigt för dem att det ska funka så. (MJ 2)*

Hon uppfattade att denna arbetsmetod uppstod i och med att fototekniken blev digital, vilket i sin tur förmodligen gjort det...

*...mer komplicerat att vara fotograf /.../ jobbigt för fotografer att jag idag kan ta en bild med min iPhone som har lika bra kvalitet, kanske ett viktigare budskap, och jag kanske lyckats fånga det där viktiga nyhetsögonblicket bättre än den där snubben eller snubban med kameror för 200 000 runt sin hals bredvid mig gör...jag kan bara sätta mig in i den motsatta situationen. (MJ 2)*

Multijournalisten som blivit sportchef, utvidgade resonemanget lite och satte in de otydliga gränserna mellan yrkena i ett samhälleligt sammanhang. Hon menade att:

*...i och med att mobiltelefonerna blir allt bättre och bättre, att schyssta medelmåttiga systemkameror blir allt billigare och billigare, och att folk tycker att ett bra filter funkar i deras instagram-feed har folk inte riktigt tid eller ork och lust att kanske fördjupa sig i vad som liksom är ett bra bildjournalistiskt arbete. (MJ 3)*

Med andra ord menade hon att den digitala omställningen i samhället har påverkat synen på yrkesrollerna i det journalistiska fältet.

Denna påverkan hade de tre multijournalisterna som arbetade i den norrländska mediekoncernen förstås upplevt eftersom de numera var multijournalister för att koncernen *behövde effektivisera* (MJ 4).

Den unga programledaren som ansett att bildjournalistiken fått en ökad status, menade dessutom att multijournalisterna blivit den nya yrkesrollsnormen i fältet. Hon beskrev samtidigt hur hon upplevde att videofilmning och fotografering var *jätteroligt*. Hon fick då utlopp för sin *kreativa sida* och menade att hon *faktiskt bara njutit* (MJ 5) av att göra flera arbetsuppgifter samtidigt. Hon avslutade sitt tydliga gränsdragningsarbete mot bildjournalisterna, med att tillägga hon tyckte sig ha *en känsla för bild även*

om jag inte har utbildat mig i det (MJ 5). Respondenten trodde samtidigt att multijournalistrollen hade nått en viss begränsning i branschen:

*I varje fall inom [Mediekoncernens namn], för nu börjar vi snarare titta på hur man kan effektivisera våra multijournalister så att vissa jobbar med webb och vissa kanske jobbar med... feature. I framtiden tror jag att vi kanske kommer se mer spjutspetsar men multijournalisterna kommer inte att försvinna utan den kommer fortfarande vara norm. (MJ 5)*

Multijournalisten som tidigare varit bildjournalist på samma mediekoncern, men som nu arbetade som multi, hade just en sådan specialtjänst med fokus på längre bild- och featurereportage inom koncernen. Hon markerade samtidigt sina specialkunskaper i bildjournalistik som multijournalist genom att beskriva hur detta kunde te sig mellan aktörer i fältet:

*Idag är du mer värdefull om du kan bild än om du kan skriva och försöker ta bilder. Om du kan komma hem och har bildsatt reportagen med bra bilder blir det väldigt tydligt att allt blir mycket bättre, att det är någonting man klarar av. Man kommer lättare undan med att vara en halvdålig skribent än om man är en halvdålig fotograf. Det syns tydligare. (MJ 4)*

Samtidigt markerade hon mot forna pressfotografer när hon ansåg att man som multijournalist...

*...måste vara beredd att vara väldigt flexibel och kunna hålla många bollar i luften och göra flera olika saker. Och det ser man ju att förut när det brände till, så då jobbade man bara mot papperet, nu jobbar man direkt, liksom, live från platsen. Och det kanske inte räcker med det. Du ska kanske få ihop en film. Alltså, det är så många delar i det nu. (MJ 4)*

Detta tolkas rimligen som en gränsdragning gentemot både redan etablerade och nya aktörer i fältet som inte var lika flexibla som hon själv.

Det var uppenbart att också den frilansande multijournalisten i södra Sverige förstått vikten av flexibilitet och marknadsföring av sig själv som aktör i fältet, när hon beskrev sina kunskaper som multijournalist:

*Jag plåtar, jag skriver, jag kan rörlig bild, jag kan tänka plattformar och sociala medier. Men jag tänker att det som är lite att vara journalist idag. Att blir du journalist 2018 så är det den typen av journalist du är. Det bör du vara. Men jag skall nog säga att mitt främsta hantverk är skrivandet, när det är det jag gör, sen jobbar jag ibland bara som fotograf också ibland. Och så kan jag det digitala rätt bra. (MJ 9)*

Väl medveten om textens överordnade status, såväl som de digitala förändringarnas betydelse för medieföretagen, markerade hon senare under intervjun mot redan etablerade och specialiserade reportrar i fältet:

*Ja, jag tror att de är de som känner sig hotade och vill försvara det som de kan. Det finns ju en massa försämringar som sker på grund av det nya medielandskapet och de slimmade organisationerna. Så de har ju rätt i det också. Ja men typ, 'Det goda reportaget' och att det ska få ta tid och att inte allt ska hastas ihop. Men det där måste mätas. För det spelar ingen roll om vi gör jättebra journalistik om ingen läser den, det finns ingen poäng med att vi gör den då, tycker jag. Alltså, vi måste fundera på hur folk konsumerar journalistiken och mäta det utanför den skull fastna i att räkna klick. (MJ 9)*

I linje med det menade även andra multijournalister att mediekonsumtionen online hade rubbat de gamla hierarkierna i fältet.

Den högst rangordnade multijournalisten beskrev hur man dagligen genom webbstatistiken kunde se *vad folk läser* och att *de som suttit på de högsta hästarna och tyckt att de har varit väldigt duktiga* hade fått sig en tankeställare. *Det var inte säkert att de blir lästa längre* menade hon (MJ 1). Hon framhöll visserligen att journalistiken hade ett demokratiskt uppdrag och att:

*...man måste skriva om saker även om de inte blir lästa. Men vi kanske har lagt fokus på lite fel saker. Ibland. Och det har blivit tydligt, för nu har vi ett kvitto, för vi har den stora skärmen som sitter på väggen där vi ser exakt vilka grejer som går bra och vilka saker som folk skiter i [skrattar]. Det är ju hårt. Det är ju det. Det är hårda tider. Det är ett stälbad för vissa. (MJ 1)*

På liknande vis markerade multijournalisten, tidigare hade varit bildjournalist på en regional dagstidning i södra Sverige, när han klagade över att vissa dagstidningar inte längre höll måttet vad gällde journalistik och bildjournalistik. Enligt honom kunde vissa dagstidningar inte längre vara på plats vid viktiga nyhetshändelser på grund av sina neddragningar. Han menade att tidsbristen i fältet innebar *inte bara dålig bildjournalistik för att de inte har tid* utan även en dålig journalistik (MJ 6). Detta kan tolkas som att respondenten uppfattade att kvalitativ journalistik och bildjournalistik är ett viktigt konkurrensmedel, men också ett betydelsefullt gränsobjekt mellan professionella och icke-professionella aktörer.

Det multijournalisterna vittnade om, pekar sammantaget på att de ansåg att bildjournalistik var numera ett gränsobjekt öppet för tolkningar och, som tack vare den förenklade fototekniken, multijournalister lika gärna kunde producera vare sig det blev med kvalitet eller ej.

Därtill var multijournalisterna mycket mer benägna att framhäva sig själva än de andra aktörerna. Framför allt poängterade de sina flexibla färdigheter och kunskaper och drog många fler gränsdragningar gentemot de andra aktörerna i fältet. En av respondenterna menade till och med att den multijournalistiska yrkesrollen hade blivit till norm i fältet.

De aktörer som har mest makt över att definiera ovanstående aktörernas förutsättning i fältet är emellertid cheferna.

## 7.4 Cheferna i en tuff ekonomisk verklighet

Cheferna talade i mindre grad om den egna statusen, och i högre grad om alla andra aktörers status, precis som med deras ideal och normer i fältet. Tillfrågade beskrev ändå vissa, särskilt chefer med en reporterbakgrund, en tydlig gräns mellan den egna chefsrollens status jämfört med framför allt bildjournalisternas positioner.

### 7.4.1 Ingen given status att vara mediechef

HR-chefen på en mediekoncern i södra Sverige radade upp de olika titlar han haft under sin karriär och menade att den främsta kvalifikation som chef och...

*...den stoltaste titeln i det här sammanhanget var att jag var bildchef på [en kvällstidning]. Det handlade väldigt mycket om att jag skulle sätta upp en organisation på bildredaktionen mer än att jag skulle vara någon jäkel på bilder. (CH 1)*

I själva verket var detta inte så mycket en beskrivning av chefsens självupplevda status och en genomgång av hans karriär, så mycket som en uppräkningslista av hans symboliska kapital i fältet. I och med det får det ändå tolkas om han hade hög status i fältet.

Chefredaktören på den norrländska dagstidningen, som hade sagt upp de anställda bildjournalisterna några månader innan intervjun, utvecklade en beskrivning av arbetet som chefredaktör, och menade att statusen i så motto var:

*Hög, om vi pratar om ett klassiskt statusbegrepp, för det är nog lite eftersläpning i begreppet status. Det sitter ju en hel rad med gamla män som varit tidigare chefredaktörer på en vägg som jag försöker avskaffa och det är ju bara män, bara män som traditionellt haft en hög position. Det kan ha varit riksdagsmän genom åren och så där, på tidningarna tidigare. Det var ju väldigt politiserat tidigare. De som drev sin egna politiska agenda. Så det tror jag också är en eftersläpning. Jag tycker ju att jag är en journalist som är lite för lite inne i det redaktionella. För det finns inte med och det finns ju andra som sköter det. Det går ju istället mot att man blir någon slags företagsledare och jobbar med omorganisationer, rationaliseringar, avskaffar fotoavdelningar, sitter i förhandlingar, HR-frågor att ta hand om. Sen har vi resurser som kan ta hand om det. Men det kretsar ändå kring högsta chefen som då är chefredaktören så man lägger otroligt mycket tid på det. Hitta nya intäkter, utveckling av verksamheten på olika sätt. Traditionellt sett var man ju mer Publicisten. Men det är ju få som hinner med eller klarar av*

*att vara och det är inte vad som efterfrågas utan det är ju Vd:n som är chefredaktören numera. Men statusen är fortsatt hög i samhället och på redaktionen, skulle jag säga. (CH 2)*

Förutom de två ovanstående respondenterna var det få av cheferna som talade om sin status på liknande vis. Personalchefen med åtskilliga journalistiska utmärkelser samt en lång karriär med minst lika många positioner som den högst rangordnade chefen, menade blygsamt att hans personliga status inte var hög:

*Äh, jag vet inte om HR-chefer har en så jädra hög status precis... jag vet inte om jag ens funderar i de termerna ska jag säga. Vår viktigaste uppgift just nu är att lösa den Gordiska knuten: Hur ska journalistiken utvecklas framåt? Och medan väldigt många dysterkoistar menar att loppet är kört är jag helt säker på att det är det inte. (CH 3)*

Chefen på en nationell nyhetsbyrå med lång erfarenhet från branschen och med fler års studier vid universitet, blev på liknande sätt först lite obekvämt när hon fick frågan om hon upplevde sig ha någon status i branschen. Lite motvilligt tillstod hon att hon nog hade en av *de högsta, om man säger, redaktionella rollerna på byrån*. Hon blev lite mer tydlig på följdfrågan om hon upplevde att nyhetsbyrån hade någon status i fältet:

*[tankepaus] ...gentemot våra kunder skulle jag nog också säga att vi har det eftersom vi har... är fortfarande någon slags institution, en nyhetsförmedlarinstitution, som har... ganska hög credd hos ganska många, inte hos alla, men hos ganska många. Så att ja, jag skulle säga att min position har hög status i branschen. (CH 6)*

Chefen med ansvar för bildavdelningen på samma byrå menade att det fanns skillnader i olika chefers status och att man behövde...

*...skilja på person och ämne /.../ vi som jobbar med bildjournalistiken, att vi som personer har lägre status eller möter mindre respekt som person. Så är det inte alls. Utan det är snarare att utgångspunkten för... Alltså, att man prioriterar texten som utgångspunkt i nyhetsrapporteringen, så kan man väl säga. (CH 7)*

På liknande vis svarade även bildredaktören på en kvällstidning att han kände sig väldigt uppskattad i sin roll:

*Men man har ju förändrat den så till vida att... förr då var det ju så att man hade en bildredaktör för nätet, man hade en bildredaktör för feature, man hade en bildredaktör för nyheter som dessutom hade en bisittare under delar av arbetstiderna, tror jag. De rollerna är nu centrerade till en person. Det är en bildredaktör som sköter allt det där nu. Arbetsbelastningen har därför ökat. Plus att vi även jobbar tätt ihop med tv, med rörlig bild så att... Tempot på ökat. Kravet på att det ska gå snabbt att få fram bilder har ökat. Sen så tror jag*

*att vi som har... jag upplever i alla fall att om man har jobbat många år på [kvällstidningen] så känns det som man i varje fall är väldigt lyssnad på. Att man i varje fall lyssnar på ens argument, tankar och idéer på redaktionen. (CH 9)*

Två av chefernas svar skiljde sig från de övrigas, framför allt på grund av att deras väg in i branschen hade varit annorlunda jämfört med de övrigas.

Sociala-medier-redaktören på den stora dagstidningen menade till exempel att någon bred journalistisk kompetens egentligen inte behövdes för att nå hans chefsposition. I själva verket hade det bara ett år före intervjun med honom, inte funnits någon chef med fokus på sociala medier på dagstidningen. Tillkomsten av hans roll skedde snarare av nödvändighet än av journalistisk hävd. Tidningen hade saknat kompetens han hade fått jobbet, kort sagt, och därför uppfattade han att rollens status *fått ökad betydelse*. Samtidigt menade han att själva arbetsuppgiften inte var *raketforskning* (CH 5).

En annan chef som tidigare varit frilans men som numera drev en journalistisk byrå, beskrev sin status i fältet på följande vis:

*Jag och [en bildjournalists namn] har liksom unika erfarenheter som väldigt få andra har. Så när det gäller vissa frågor så har vi en röst som folk lyssnar på. /.../ Jag har en plattform idag absolut. Det är jag fullt medveten om och försöker använda den på bästa sätt. (CH 10)*

Sammanfattningsvis får man tolka chefernas svar som att de var medvetna om sin betydelse i fältet, men att deras skilda beskrivningar av den personliga statusen jämfört med rollens status, kan ha att göra med skillnader i respondenternas olika mängd ackumulerat kulturellt kapital eller också yrkesrollens symboliska kapital i de traditionella strukturerna i fältet. Det kan naturligtvis också ha att göra med personlighetsdrag.

## **7.4.2 Att kompetensväxla från fotografer till bildjournalister**

Flera cheferna menade att i och med den digitala omställningen och den ökade efterfrågan på bilder och videor online, hade statusen för bildjournalisternas höjts i fältet. Däremot fanns det de chefer som, får det tolkas, menade att statusen för pressfotograferna hade försvunnit. De chefer som var mest positiva till bildjournalister var de som var anställda på redaktioner med stora resurser och som fortfarande hade kvar anställda bildjournalister. De chefer som var minst positiva till bildjournalister var de på medieföretag med mindre resurser som gjort besparingar och gått över till

den multijournalistiska rollen. Samtidigt kan uppfattningarna kring bildjournalisters status bero på att cheferna i vis mån sammanblandade deras yrkesroll med de forna pressfotografernas, som i mångt och mycket är väldigt lika.

En av de positiva cheferna, som hade en hög position på den nationella nyhetsbyrån, menade att statusökningen för bildjournalisterna inneburit att bildavdelningen på byrån gått från att ha varit del av *en beställarorganisation* (CH 6) till att man engagerade bildjournalisterna i nyhetsplaneringen på byrån. Bildchefen på byrån beskrev hur denna planering tidigare sett ut:

*Standardproceduren har varit så här: Reportern skriver sin text. [Knacker med fingrarna i bordet] 'Sen måste vi ha en bild på det här!' Man ringer till Svenska Diabetikerföreningen för att jaga fram ett case. Man hittar ett case i norra Skåne, vi skickar ut en fotograf som tar en bild som ska illustrera den artikeln som reportrarna skrivit. Det är inget bra sätt att jobba på. (CH 7)*

En annan av cheferna på nyhetsbyrå menade dock att de hade en lång väg att gå i dessa förändringar och tillstod att *det är ju många gånger som... hm... det fortfarande blir beställningsjobb, skulle jag säga* (CH 8). Samma chef trodde också att bildjournalisters hade en något lägre status i branschen än reportrar och att detta kunde ha att göra med att bildjournalister gjorde allting, *från sport till flyktkatastrofer*, och som hon uttryckte det, *när man gör lite av allting får man ju på något sätt en lite lägre status* (CH 8). Hon menade att denna arbetsfördelningen dessutom varit till *de skrivande journalisternas fördel*, vad beträffar differenserna mellan olika aktörers status i fältet.

Till skillnad emot de positiva cheferna, uttryckte chefredaktören i norra Sverige, som hade sagt upp de anställda bildjournalisterna, att *'Fotografer är lite speciella!'* och att det var *någon konstnärlig svårighet och ofta lite stök kring fotografer i branschen* (CH 2).

Personalchefen på mediaföretaget i västra Sverige, argumenterade för att ingen aktör längre hade en status, utan att alla aktörer, journalister och bildjournalister, fick status först när de *levererade och bidrog* (CH 1). Han menade därför att han skulle anställa multikompetenta medarbetare och *kompetensväxla mot de som är multikompetenta bildjournalister*. Han sade också att den fotograf som *inte vill förändra sig utan vill vara kvar i den gamla yrkesrollen, kommer i varje fall inte vi anställa i framtiden* (CH 1).

Chefredaktören på den lokala dagstidningen i Norrland uttryckte sig ännu mer rakt på sak:

*Vi efterfrågar personer som är startklara, oerhört produktionssäkra, orkar hur mycket som helst och dessutom är generella. Det är ju inte så roligt men vi går ju mot en fabriksmässighet på det*

*sättet. Och vi är tvungna! Jag står för det! Det är det vi söker när vi söker sommarvikarier, någon som kan bara sätta sig och köra snarare än någon som är genialiskt och briljant därför vi skapar inga utrymmen för det, du kommer inte till din rätt hos oss på det sättet. Och det är lite tråkigt men det är bara att inse att det är så det är och då är det bättre att prata högt om det. Att vara specialiserad på bildjournalistik efterfrågar vi tyvärr inte i samma utsträckning längre. (CH 2)*

En aspekt som framkom under intervjun med chefredaktören, som alltså bara några månader före intervjun hade sagt upp de anställda bildjournalisterna, var reglerna kring presstödet som tidningen var beroende av.

Ställd inför besparingskrav på grund av vikande annonsförsäljning, hade chefredaktören tillsammans med styrelse och facket tittat på hur stödet var utformat, och tagit sitt beslut i förhållande till hur de kunde göra besparingar utan att förlora stödet. Han hade konstaterat att det inte nämnde något om att en dagstidning måste ha anställda bildjournalister eller en bildavdelning, eller som han sade, stödet tar *inte upp bilder överhuvudtaget* (CH 2). Han, och tidningsledningen, hade därför valt att säga upp alla bildjournalister och lägga ned bildavdelningen.

En annan av cheferna, som var bildredaktör på en kvällstidning och som fortfarande hade kvar sina anställda bildjournalister, menade i linje med detta att mediechefer med budgetansvar troligen uppfattar att kamera- och filmutrustning är *en tydlig kostnadspost* (CH 9) och att man kopplade samman utgifterna med bildjournalister som yrkesgrupp i kristider. Enligt honom var det dock ett felaktigt beslut, eftersom kameror också användes av reportrar och multijournalister på dagstidningar. Samma chef menade också att ett av de bakomliggande skälen till att de anställda bildjournalisterna sagts upp de senaste åren var *att många högt upp i olika tidningsföretag kommer ur det skrivande skräpet* (CH 9), därför lade de inte lika stor vikt vid bildjournalistiken som vid den skrivna journalistiken.

En av cheferna på nyhetsbyrån kommenterade uppsägningarna av bildjournalisterna i branschen, på följande vis:

*Det är klart att man kan tycka att det är tråkigt [med nedläggningen av en specifik tidnings bildredaktion]. Men det är ju inte så att man står utan fotografier, man har ju ett antal frilansfotografer som jag antar har olika typer av avtal med [tidningen] och som man kontinuerligt jobbar med. (CH 6)*

Samma chef argumenterade också för att en bildavdelning var en kostsam avdelning och hon antog att detta kunde ha varit ett av skälen till varför vissa tidningar lagt ned dem.

Den prisade och erfarna personalchefen på kvällstidningen spekulerade också kring uppsägningarna och menade att de kan ha berott på *en analys av marknaden, att bilder kan man alltid få tag i, att det finns frilans* (CH 3). Samtidigt ansåg han att varje tidning med självaktning behövde ha ett eget uttrycksätt när det gällde text och bilder. Det var också därför som man på hans kvällstidning gjort bedömningen att behålla de anställda bildjournalisterna. Han beskrev ställningstagandet på följande vis:

*Vår analys är att det är viktigt att vi har egna medarbetare som är bildjournalister och som kan berätta i bild. Men det betyder inte att jobbet som fotograf på [kvällstidningen] inte är i förändring. Det är snarare en enormt stor förändring precis som det är för de skrivande medarbetarna. Tidigare hade vi en bildredaktion som enbart var en stillbilda-redaktion och en liten del som var webbredaktion. Nu är det en uttalad målsättning precis som med de skrivande reportererna att alla ska klara av alla uttrycksätt inom bild, det vill säga, både still och rörligt. Så det är uttalat krav och är någonting som är nytt. (CH 3)*

På följdfrågan om detta hade inneburit att bildjournalisterna också skulle börja skriva egna reportage, svarade han dock att det var två olika kompetenser som inte skulle göras samtidigt eller sammanblandas, eller som han uttryckte saken:

*Det vore direkt dumt, måste jag säga, för att man har sökt sig till yrket av olika skäl. Att man är duktig på att berätta i bild och att man är duktigt på att berätta i text. Och jag tror att det är två helt olika kompetenser där man ska hålla de isär, alltså när det gäller just själva skrivandet. (CH 3)*

I liknande ordalag uttryckte sig även en av cheferna på den nationella nyhetsbyrån, som menade att de redan hade många anställda reportrar på redaktionen så hon ansåg inte poängen med att bildjournalisterna också skulle skriva, och lade till att...

*...om du är fotograf så kan du göra stillbild, du kan göra rörligt och du kan sända live men du kanske inte kan göra allt samtidigt, det blir svårt. Ska du också skriva, javisst, en del kanske har fallenhet för det. Medan andra kanske inte har det. (CH 6)*

Ett annat argument för att behålla bildjournalisterna kom från bildredaktören på kvällstidningen. Han ansåg att det blev mer kvalitet i den producerade journalistiken om man hade anställda bildjournalister. Han uppfattning var att när tidningar sade upp bildjournalister tappade de både en *lojalitet hos fotografen* och möjligheten att ha *fungerande team som fungerar bra ihop samt fotografens trygghet att kunna våga ta ut svängarna i sitt fotograferande lite grand*

(CH 9). Därmed försämrades möjligheterna till att göra en bättre journalistik, menade han.

Vare sig chefer ansåg att neddragningarna bland bildjournalisterna i fältet var motiverade eller ej, var deras skilda åsikter paradoxalt nog grundlagda i en gemensam uppfattning om bildjournalistikens ökade betydelse för fältet.

### 7.4.3 Ett uppsving för bildjournalistiken

De flesta cheferna uppfattade, som nämnts, en ökande efterfrågan på bildjournalistik framfört allt vad gällde videor, webbklipp och livesändningar på nätet. Denna efterfrågan för bildjournalistiken – och därtill hörande högre status – kan även avspeglas i respondenters syn på de yrkesmässiga omställningarna i branschen.

Nyhetschefen på byrån (CH 6) beskrev till exempel hur man hade tagit ett företagsbeslut om att satsa *rörligt, men även live* förutom stillbilder. Skälet var att alltfler dagstidningar bland byråns kunder hade dragit ner på sina bildredaktioner och sagt upp de anställda bildjournalisterna. Dagstidningarna hade trots detta ändå visat en växande efterfrågan på stillbilder, videor och livesändningar, och chefen beskrev situationen på följande vis:

*Det finns ett stort intresse kring det bland våra kunder, alltifrån de allra största till mindre lokaltidningar, använder sig av det då. /.../ eftersom både direktrapporteringar i text och i liveveve gör att engagemanget är lite längre, alltså från varje läsare/tittare. (CH 6)*

Hon tillade att hon bedömde att bildjournalistikens betydelse därför *var precis lika stor som innan, kanske till och med mer* och att bildernas makt var *otroligt stor* eftersom att *de fastnar i människors medvetande, lite bättre och lite längre, än en text* (CH 6).

Det var därför närmast självklart att även bildchefen på nyhetsbyrån menade att bildjournalistik var viktig. Han uttryckte sin uppfattning på följande vis:

*Ur mitt perspektiv så är förstås bild väldigt viktigt och det är väldigt betydelsefullt i all kommunikation... Och det ser man ju bara på att det ska vara bild till allting. Bild är ju ett medium som väldigt snabbt berättar. Och berättar någonting mycket snabbare än en text. Samtidigt som det berättande stannar kvar väldigt mycket, det visar ju många undersökningar, bilderna kommer du ihåg, texten glömmes du. (CH 7)*

Även chefen på nyhetsbyrån, som hade en reporterbakgrund, bekräftade i liknande ordalag, att både bilder och videor hade fått en ökad betydelse och

att nyhetsbyrån fått ett jättestort uppsving den senaste tiden vad gällde efterfrågan på videor. Hon antog att det hände *samma med att medie-konsumenterna gillar bild och att du har en 4G-telefon, kan du kolla på video fast du är liksom ute på stan* (CH 8).

På den nationella dagstidningen intygade sociala-medier-redaktören att bilder, videor och rörlig grafik hade blivit allt viktigare i alla de digitala publiceringskanalerna, inte minst i mobilen. Han beskrev att dagstidningens policy var att publicera en bild till varje inlägg på Twitter och Facebook, eftersom det innebar att tidningen fick *33 procent fler klick* (CH 5). Bildchefen på samma nationella dagstidningen menade att detta berodde på *det krävs en bild för att fånga läsaren i dagens digitala mediebrus och att mer än någonsin går [bilder och texter] hand i hand* (CH 4), vilket enligt båda respondenter betydde en bra framtid för bildjournalistiken.

Chefen på kvällstidningen konstaterade kort och gott:

*...bilden är jätteviktigt för oss /.../ de värnar om bildens roll för att det helt enkelt är en del av kvällstidningens DNA.* (CH 3)

Till och med den lägst rangordnade chefen ansåg att...

*...det är en glansperiod för bilden, om man menar att den har ju tagit över. Bilderna driver ju publiceringar, instagram, snapchat, det är ju bilddriven kommunikation. Och det måste ju mediekonsumtionens förstå annars kommer de försvinna.* (CH 10)

Chefredaktören på den regionala dagstidningen i Norrland drog dock en annan slutsats kring bildjournalistikens betydelse. Han menade att bilders värde i viss mån hade förändrats i och med att mediekonsumtionen flyttat över till mobilen:

*Det är ett stort behov av att ha en bild, det gör mycket. Det ser vi om vi tittar på vad hur läst saker och ting blir. Det blir det om man har en bild till och om rubriken är den rätta. Det är så du fångar upp någonting när du läser i mobilen. Där ökar ju trafiken. Vi tappar ju läsning i papperstidningen, det är färre som tar till sig det. Och nya läsare kommer till i mobilen. Men om du har en bra bild och fotografen kommer hem med en riktigt bra bild så kan du dra den över papperet och du får du en rejäl impact som du inte får någon annan gång. I mobilen kan du aldrig dra bilden på det sättet. Du får aldrig den känslan för den. Sen är ju en bra bild är ju till sin fördel även där men viktigare är ju att bara ha bilden.* (CH 2)

Chefredaktören drog slutsatsen, genom att ge ett exempel på en nyligen publicerad läsbild i dagstidningens digitala kanaler, att...

*...kvaliteten i den bilden var ju bara att någon tagit den. Sen att den är suddig, det nästan bara förstärker det dokumentära intrycket. Det är ju en helt annan kvalitet. Du måste ha BILDEN i det digitala sammanhanget! (CH 2)*

Den högst rangordnade personalchefen menade att bildjournalistiken visserligen kommer *ha en viktigt och kanske snarare en mer framträdande roll i många sammanhang än vad den haft tills idag* (CH 1) men han ansåg att det var i de...

*...exklusiva delarna av vår journalistik, exempelvis i det exklusiva reportaget eller den exklusiva nyhetsförmedlingen, där kommer bilden att spela en viktig roll genom att vara vårt berättigande i en värld där mycket kommer vara utbytbar och uppfångbar via nätet. (CH 1)*

Bildredaktören på en kvällstidning ansåg att de dagstidningar som valt att säga upp de anställda bildjournalisterna, och i likhet med föregående respondenters argument kommer förlita sig på läsarbilder eller att reportrar tar bilder, hade *valt att sänka kraven och att man accepterar en lägre nivå på både bilder och på journalistiken* (CH 9).

Sammanfattningsvis ansåg de flesta cheferna att bildjournalistiken hade fått en ökad betydelse i fältet, framför allt på grund av den förändrade mediekonsumtionen. Men uppenbarligen var chefer mer delade kring ifall bildjournalisternas status var hög eller inte. Skillnaderna mellan cheferna i denna fråga kan framför allt uppfattas mellan chefer på mindre och ekonomiskt drabbade dagstidningar jämfört med resursstarka medieföretag som dessutom har anställda bildjournalister. Detta kan ses som en naturlig konsekvens, men samtidigt kan synen på de professionella bildjournalisterna ha påverkats av en historisk låg status för pressfotograferna, eftersom det gick att skönja vissa skilda i åsikter bland de äldre chefsrespondenterna med lång erfarenhet jämfört med framförallt yngre chefer i fältet.

#### **7.4.4 Nyttä och kunskap är gränsobjekt**

Den näst högst rangordnade chefredaktören i Norrland, som hade sagt upp alla bildjournalister, menade att reportrar har blivit...

*...mer som generalister. Precis som lokalredaktörerna har jobbat tidigare, [medan] fotografer blir mer som specialister. Default är att reportern ska fotografera sitt eget jobb sen tar vi in fotografer på frilansbasis på de jobb där vi verkligen ser att det lyfter (CH 2). /.../ för att öka intäkterna och minska kostnaderna. Det är en jättetråkig utveckling. Men det tycker jag man behöver ha i huvudet när man för den här diskussionen. (CH 2)*

På följdfrågan om varför han och dagstidningens ledning inte valt att behålla de specialiserade bildjournalisterna och vidareutbilda dem i att skriva, gick han in på de överväganden som hade gjort i de fackliga förhandlingarna vid uppsägningarna, och efter en tankepaus svarade han:

*Det som det landade i var ju att de fotografer det gällde, det personer det gällde hade inte kompetens för att göra annat. Det får man ju pröva från person till person. I något fall ville den personen heller inte lära sig annat utan valde att gå vidare. I förhandlingen med facket, och som det slutade, om man läser i protokollet, så slutade förhandlingen i oenighet på den punkten därför att facket menar att med tillräcklig utbildning så går det att skola om. /.../ [Ledningen] hävdade att de personer det gällde inte hade kompetens för att göra andra saker. Så är det ju. Om man ska uttrycka det hårt så blir det ju så. Det var arbetsgivarens hållning i det hela och förhandlingen landade i att de blev uppsagda. (CH 2)*

Chefredaktörens svar pekar mot att det dels inte behövs någon skolning i att fotografera, dels att pressfotografer inte kan skriva. Den nya professionella gränsdragningen innebär därmed ett professionellt övertagande och inlemmande av fototeknik och filmtekniken i den nya reporterrollen.

Även den allra högst rangordnade chefen, personalchefen i Västsverige, hade liknande åsikter och menade att han inte kunde anställa pressfotografer som inte ville göra mer än att fotografera. Liket den ovanstående respondenten menade han också...

*...att varje producerande nyhetsjournalist, i förhållande till bildjournalist, ska kunna klara att ta en bild, men framför allt göra en enkelt rörlig bildsekoens med sin iPhone eller liknande så att man får ut allt det här i de olika kanalerna. Så på det viset inkräktar ju reportrar även på bildjournalistiken...eller inkräktar? Det är nödvändigt att man jobbar med det eftersom igen ser allt detta som en helhet /.../ den bildjournalistiska yrkesrollen är en journalist som kan använda bilden som främsta uttrycksätt, istället för som språk i text. Då handlar det väldigt mycket om att det inte längre är BILDEN-bilden utan den handlar minst lika mycket om rörlig bild. (CH 1)*

Den tredje rangordnade chefen, personalchef på kvällstidning, trodde inte på generalism utan konstaterade:

*Allmänreporterens framtid är dyster, antingen är du specialiserad och har en väldigt tydlig kunskap inom ett område eller så är du profilerad där du på grund av din kunskap men framför allt din trovärdighet och ditt sätt att berätta är den typen av journalist vi kommer se. För allt det andra, det allmänna det som vi får överallt ifrån, det kommer att finnas i bruset i alla fall. Det kan vi plocka upp någon annanstans ifrån medan det är de enskilda rösterna som göra skillnad framöver. (CH 3)*

På ett delvis likartat sätt uttryckte sig två av cheferna på nyhetsbyrån och menade att även om *de gamla traditionella arbetsområdena närmar varandra* höll

man isär rollerna lite grand fortfarande (CH 7) på nyhetsbyrån, med argumenten att det fanns begränsningar för hur mycket man kan göra tills det inte längre blir bra (CH 6). Enligt henne var det därför lämpligt att dra gränser mellan yrkena på följande vis:

*Om du är fotograf så kan du göra stillbild, du kan göra rörligt och du kan sända live men du kanske inte kan göra allt samtidigt, det blir svårt. Du kan göra det vid olika tillfällen. Men ska du också skriva, javisst, men en del kanske har fallenhet för det medan andra kanske inte har det. /.../ vi tycker nog att det är för oss i nuläget så att fotograferna fortsätter att fokusera på bild, även om man nu gör även rörligt och live. Att man... Det är det man huvudsakligen gör, att det är ens specialområde, liksom. (CH 6)*

En bildchef på en stor nationell dagstidning beskrev gränserna på ett annat sätt. Han menade att det var viktigt att bildjournalisterna...

*...inte bara är fotografer utan att de är bildjournalister. Och då inte bara att de kallas för bildjournalister utan att de agerar som /.../ helt enkelt kunna hela jobbet och framför allt var insatt och påläst, inte bara i det ämnet som ska göra, utan i alla dagshändelser. (CH 4)*

Bildchefen menade vidare att i ett allt hårdare ekonomiskt klimat måste tidningsledningen kunna ha användning av alla medarbetare. Därför måste bildavdelningen och bildjournalisterna på tidningen ...

*...vara till nytta för nyhetsarbetet på tidningen. Vi kan inte vara en bonus eller en lyx och det blir man bara om man blir ett nyhetsdjur, som jag brukar säga, och jätteviktigt är att man blir en duktig berättare /.../ ett bildspråk och ett berättarsätt som funkar, inte är helt olik en god skribents. Man ska kunna jobba i många olika genrer, och många olika tempon, och det är viktigt att man har koll på när man ska använda vilket. (CH 4)*

Han trodde att det journalistiska berättande skulle komma att innehålla mer bilder och visuellt material i framtiden, och gjorde gränsdragningen att de som var...

*...bäst lämpade att göra detta i branschen är ju fotograferna, för de har ju bildseendet, de har berättandet och allting så varför ska vi ge bort den grejen till reportrar med videokamera? Vi kan det redan. Jag puffar dem snarare att göra hela inslaget själva, att lära sig speaka, att lära sig redigera, så att man blir oberoende. (CH 4)*

Sitt antagande kring den framtida professionella utvecklingen i fältet grundade han på tendensen att bildanvändningen i de digitala medierna hade ökat och att de sociala medierna bygger ju på bildberättandet (CH 4). Med en symbolisk markering mot de redaktioner som sagt upp sina bildjournalister

menade chefen slutligen, att han hade svårt att se hur de skulle klara av *att gå från där de är till en digital marknad och verklighet. Det handlar ju snarare om att de har gett upp en del av sin kvalitet* (CH 4). Den kvalitativa bildjournalistiken sågs därmed som det gränsobjekt som kommer att avgöra vissa mediaföretags framtida framgångar.

Men alla chefer har inte samma synsätt. Det kan ha att göra med om de hade sin bakgrund i den skrivna journalistiken istället för i bildjournalistiken.

På frågor huruvida det var en vanlig karriärväg att gå från bildchef till HR-chef menade den allra högst rangordnade chefen att så inte var fallet:

*Nä, det är den inte och det kanske är lite synd att den inte är det, men det är kanske inte är riktigt sant för det finns ju en karriärväg för bildredaktörerna som tagit den vägen till att sen bli nyhetschefer och jobba med dom delarna. Men det är klart att i grunden är det väl så och vad det beror på... Ja, vad beror det på? (CH 1)*

Efter en kort tankepaus fortsatte han och beskrev den, enligt honom, existerande en gräns mellan hans position och bildjournalisternas:

*Det kanske är historiska skäl och tradition att texten har varit det viktiga, men jag tror också att det beror på en viss passivitet från bildskräets sida där man har accepterat att vara, du vet, den där lapp-i-handen-fotografen och inte tagit initiativen själv. Så det egna valet att låta det vara på det sättet har haft inverkan, tror jag. (CH 1)*

På frågan huruvida en bildjournalist skulle kunna bli chefredaktör svarade den näst rangordnade chefredaktören i Norrland, att han inte såg några hinder. Samtidigt förtydligade han, genom att göra en markering, de egenskaper som krävdes för att bli en chefredaktör:

*Du behöver ändå vara rätt socialiserad, måste förstå dig på pengar, du måste vara affärsmässig i kombination med, ja, du behöver inte ha ordets gåva men du måste förstå journalistik, i alla fall. (CH 2)*

Han försökte också ge något exempel på en bildjournalist som gått från att ha varit fotograf till chef men, som han konstaterade, *jag kommer inte på någon på rak arm, som har börjat som fotograf* (CH 2). Han tystnade och efter en stund började han resonera kring vad detta kunde berodde på och kom fram till att det...

*...kanske är så att den traditionella organisation som vi har haft, den inordning som vi haft, att ingen av fotograferna sökt sig till arbetslederi, skrivande eller multi? Där tror jag att vi har varit väldigt traditionella organiserade och det kanske har funnits någon osynlig linje som har gjort att de har hållit sig på sin kant. (CH 2)*

Personalchefen vid kvällstidningen hade ett lite tydligare svar på frågan huruvida bildjournalister kunde bli chefer och menade att...

*...den vanliga rekryteringsvägen är i och för sig från skrivarsidan, men det finns säkert exempel på motsatsen men jag kommer inte på någon just nu. Men det är klart har man en bred journalistisk kompetens, det är ju det handlar om så är det klart att man kan bli det. (CH 3)*

Svaren från de tre högst rangordnade cheferna får spegla den gränsdragning som nämndes av chefsrespondenterna på en högre nivå i fältet, mellan dem själva och bildjournalisterna. Det kan tolkas som att aktörer med en bakgrund i den skrivna journalistiken stod emot aktörer med en bakgrund inom den visuella journalistiken beträffande statuspositioner.

## 7.5 Nya positioner i ett förändrat fält?

Vilken status tillskrivs då bildjournalisterna och bildjournalistiken i förhållande till övriga aktörer och till journalistiken i fältet? Det är avhandlingens andra frågeställning.

Det snabba svaret ifråga om bildjournalistiken *per se*, är att i princip alla vittnar om att bilder och video är viktiga för branschen. Huruvida det innebär att bildjournalistiken fått en högre status i fältet i jämförelse med journalistiken är dock omtvistat.

Å ena sidan har den fotografiska tekniken förenklats i och med digitaliseringen, och parallellt med det har det blivit enklare för allmänheten att konsumera bildjournalistiken i mobilen och på olika digitala plattformar. Läsarstatistiken från Sveriges största dagstidning säger att sociala-mediepostningar läses cirka 30 procent mer om de har bilder eller videor jämfört med om den bara består av skriven text. Frilansreportrarna menar att det är mycket lättare att sälja reportage till medieföretagen om dessa samtidigt innehåller bilder tagna av professionella bildjournalister. Bilder kan därmed uppfattas därmed ha en högre status än texter.

Å andra sidan kan bildens status snarare tolkas i termer av en kommersiellt ökad betydelse, snarare än en ökad social status i fältet. Det är fortsatt texten som är viktigare än bilderna, men för att den ska fungera på marknaden krävs det att den är bildsatt. Det innebär att journalistiken fortfarande har en högre status i fältet än bildjournalistiken (jfr. Reich & Klein-Avraham, 2014b).

Om vi lämnar bildjournalistiken och istället går över till det bildjournalistiska yrket, har dess status inte stigit i takt med en ökad kommersiell betydelse av bildjournalistiken. Uppsägningar av bildjournalister pekar snarare mot en nedgång av yrkets status, på grund av den ökade marknadsorienteringen och den tekniska omställningen i fältet. Ett fåtal bildjournalister upplever en hög personlig status, tack vare ett högt ackumulerat personligt symboliskt och kulturellt kapital, medan de allra flesta upplever att de har en låg status i fältet. Det finns historiska förklaringar till att det ser ut så, som fortfarande tycks vara betydelsefulla. Statusen hos de forna pressfotograferna tycks påverka synen på de moderna bildjournalisterna i fältet (jfr. Zelizer, 1995a; 1995b)

Multijournalister, som är en relativt ny yrkesroll i fältet, upplever att de har en högre status än bildjournalister eftersom de är mer flexibla och kan hantera fler arbetsuppgifter. En förklaring kan vara att de uppfattar att de har ett tydligt stöd från ekonomiskt pressade chefer som vill se en snabb produktion av innehåll till de nya digitala kanalerna. Samtidigt uppfattar multijournalisterna att den digitalt förenklade bildjournalistiken blivit ett gränsobjekt som de, tillsammans med chefer som sagt upp de anställda bildjournalisterna, kan, ska och bör producera. Multijournalisterna har därmed en fördel i det professionella gränsdragningsarbetet som bildjournalisterna som blivit uppsagda inte har och, inte helt oväntat, menar multijournalisterna att de är den nya yrkesnormen i det förändrade fältet.

De flesta av de övriga aktörerna höll dock inte med om detta. Med undantag för vissa chefer som menar att alla måste bli generalister, ansåg flera reportrar och alla bildjournalister att den multijournalistiska yrkesrollen inte alls är fältets norm. Oavsett vilken mängd symboliskt kapital de hade, menade de att varken journalistiken eller bildjournalistiken blir bra när man utför flera arbetsuppgifter samtidigt. De menade att en specialisering av yrkesrollerna innebar en högre status, snarare än en generalisering och sammanslagning av yrkesrollerna.

Sammantaget kan vi därmed konstatera att det pågår en social kamp om de professionella gränsdragningarna i branschen. Denna kamp har förstas inletts i och med de digitala förändringarna (jfr. Nygren, 2008a; 2014), och som sådan bär den drag av den symboliska kamp som inleddes mellan aktörerna i och med framväxten av den bildjournalistiska yrkesrollen i början av 1900-talet. Då handlade övergången om att lämna gravyrer för att istället reproducera fotografiska bilder i dagstidningarna med hjälp av haltonstryckpressen (jfr. Raetzsch, 2015). När tekniska skiften och ekonomiska omställningar sker, utmanas positioner och arbetsmetoder – men

det leder inte per automatik till att nya yrken får en ökad social status i fältet. Eftersom social status är trögrörlig och avhängigt normer och ideal som redan finns i ett fält kan det snarare bli tvärtom.

Sett ur detta perspektiv tycks reportrarnas status i stort sett vara oförändrad. Vissa frilansreportrar upplever snarare en ökad status i fältet, medan andra reportrar uppfattar att de multijournalistiska kraven har ökat och att arbetssituation är mer pressad, trots att de har kvar sina arbeten och är relativt autonoma. Det är främst autonomi och medbestämmande som gör att reportrarna, till skillnad mot övriga aktörer, har en fortsatt hög status.

Sammanfattar man frågan om vilken status som bildjournalisterna och bildjournalistiken har i förhållande till andra aktörer och till journalistiken i fältet framträder en relativt tydlig bild. Bildjournalistiken har visserligen fått en skjuts uppåt och beskrivs som viktigt för fältet. Men aktörernas åsikter går isär kring bildjournalisternas status i fältet. Gränsdragningarna ser således olikartade ut beroende på om vi talar om bildjournalistiken som gränsobjekt eller bildjournalisterna som gränsdragande och aktiva aktörer i det allt mer marknadsinriktade, journalistiska fältet (jfr. Leigh Star, 2010).

## 8 Ordmänniskor mot bildmänniskor?

Syftet med detta avhandlingsarbete har varit att analysera bildjournalistikens och bildjournalisternas position under en avgörande tid för det journalistiska fältet. Utgångspunkten för studien har varit att analysera detta genom Bourdieus fält- och begreppsvärld, men också i relation till tidigare professionsforskning och journalistikforskning. Den specifika tid som det journalistiska fältet befunnit sig i vid mitten av 2010-talet är också betydelsefull. Ekonomiska neddragningar parat med teknisk utveckling har påverkat hela mediebranschen, och bildjournalisterna är en av de grupper, eller subfält, som definitivt påverkats mest.

Relationerna mellan olika aktörer inom det journalistiska fältet är emellertid det som stått i studiens fokus; hierarkier, maktkamp, vad som betraktas som förgivettaget och hur olika aktörer betraktar fältet. Det är därför dags att återvända till de teoretiska utgångspunkterna och gå in på denna analys. Till att börja med görs detta genom Bourdieus begrepp *illusio*, det vill säga spelet i fältet och vad respondenterna vittnat om att det är. Därefter kommer begreppen *doxa* och *ethos*, det vill säga, aktörernas beskrivningar av ideal och normer att diskuteras, följt av diskussioner kring vad som kan uppfattas som *habitus* och kapital i fältet. Med andra ord, ett resonemang kring vad för slags tanke- och handlingsmönster som aktörerna beskrivit i sina berättelser, i sin tur format utifrån vad de uppfattar som värdefullt i fältet.

Till sist kommer vi att landa i en summerande diskussion kring vad fältets förändringar kan ha för betydelse för fältets roller i synnerhet – men även fältets position i samhället i allmänhet, vilket knyter an till avhandlingens analysram ovan.

### 8.1 De som deltar i spelet blir anställda

Det sociala spelet som sker mellan personer med olika yrkespositioner i en bransch, är vad Bourdieu kallar för ett fälts *illusio*. Begreppet kan sägas spegla graden av engagemang bland dem som arbetar på till exempel dags-tidningsföretag. Samtidigt återspeglar begreppet att de som deltar i detta sociala spel i olika grad har accepterat den investering som krävs för att bli en aktör i fältet. Med andra ord innebär *illusio* att de som deltar i spelet har skrivit under ett slags "socialt kontrakt" om att spelet är värt att spela med i (jfr. Benson & Neveu, 2005; Bourdieu, 1998).

Detta avhandlingsarbete har haft som utgångspunkt att studera bildjournalister som grupp, och hur deras engagemang ser ut. Samtidigt

deltar även andra aktörer i fältets illuso i allra högsta grad, som reportrar, multijournalister och redaktionella chefer.

Cheferna kan sägas vara de som bestämmer vem som överhuvudtaget får delta i spelet, utifrån hur engagerade de är i fältet. Graden av engagemang och lämplighet för fältets spel, kan sägas motsvara om en aktör blir anställd, anlitad eller uppsagd. Hårdraget uttryckt kan man säga att ju mer aktörerna visar sitt engagemang genom att följa chefernas normativa föreställningar kring de mest lämpade arbetsmetoderna för branschen, desto högre sannolikhet är det för den enskilda aktören att bli anställd, få ett vikariat eller frilansuppdrag.

Tolkar man hur en del chefer beskriver fältets illuso, det vill säga deras förväntningar kring hur professionella aktörer ska agera i branschen, så är det viktigaste att de snabbt ska kunna leverera bildjournalistiskt och journalistiskt innehåll till de nya digitala kanalerna. Sådana förväntningar speglar hur marknadsorienterade dessa chefers uppfattningar är kring fältets illuso. En viktig förklaring är naturligtvis att den svenska dagstidningsbranschen har blivit mer konkurrensutsatt från stora multinationella företag, såsom Google och Facebook. Andra chefer menar emellertid att det i denna konkurrens snarare är viktigt att man som aktör deltar i detta marknadsorienterade spel genom att leverera unik fördjupning och analyser kring nyheter och samhälls-skeenden. Den krassa verkligheten kan således tolkas på två olika sätt.

En gemensam slutsats är emellertid att chefer överlag uppfattar att *leverans* är ett mått på aktörernas engagemang i fältets illuso. Levererar man inte, så är man inte en aktör att räkna med i fältet. Cheferna bestämmer på så vis vilka aktörer, som enligt deras normativa synsätt, har tagit till sig fältets illuso och uppvisar ett tillräckligt stort engagemang. De aktörer som deltar genom att visa engagemang är de som blir anställda eller får uppdraget att leverera det journalistiska och bildjournalistiska innehållet. Dessa aktörer är främst multijournalister och frilansande reportrar.

Multijournalisterna har tydligt beskrivit att de förstått att den investering som krävs av dem är att vara flexibla och kunna utföra flera arbetsuppgifter. De flesta multijournalister är mycket positiva till detta och har accepterat kraven för att delta i spelet – medan andra upplever att de saknar den tekniska kunskapen och känner att de inte fått tillräckligt med stöd och vidareutbildning för att utföra sådana arbetsuppgifter. Samtliga håller ändå med cheferna om att en snabb leverans av bildjournalistiskt och journalistiskt innehåll i de nya digitala kanalerna är ytterst viktig. Därutöver beskrev de att man som aktör behöver förstå vad läsarna vill konsumera.

Engagemanget i fältet *illusio* har inneburit att multijournalister har ett realistiskt synsätt kring sina ideal men å andra sidan upplever de att chefer, och i vissa fall till och med tidningsledningarna, står bakom dem som aktörer i fältet och att de utgör den nya yrkesnormen i fältet.

Spelet i fältet visar sig även innehålla motsättningar mellan aktörerna, till och med en kamp, kring definitioner av *illusio* (jfr. Bourdieu & Wacquant, 1992). På ena sidan av denna kamp står, framför allt, bildjournalisterna och till viss del även reportrar, och på den andra sidan står cheferna och multijournalisterna i fältet.

De flesta bildjournalister vill också kunna leverera bildjournalistik, men de vill göra detta genom att på ett trovärdigt vis spegla verkligheten. En sådan arbetsmetod tar dock lång tid, en tid som chefer menar inte längre finns i det marknadsorienterade fältet. Synen på grad av engagemang i fältets *illusio* skiljde sig därför en del mellan många av bildjournalisterna och cheferna.

De äldre, mer erfarna och ofta fastanställda bildjournalisterna, ansåg överlag att fältets *illusio* visserligen är värt att spela med i. Samtidigt försökte de påverka övriga aktörer genom att föra bildens talan, och få dem att förstå att verkligheten och samhället inte alltid kan speglas och trovärdigt förklaras genom snabbt producerad bildjournalistik. Yngre, ofta kvinnliga och frilansande bildjournalister, hade ett mycket lägre engagemang i fältets *illusio*. Det beror rimligen på känslan av att de sällan kan påverka andra aktörer i fältet. De kunde till och med tänka sig att arbeta utanför branschen med ett annat yrke, för att utöver det sedan kunna följa sina bildjournalistiska ideal.

Sammantaget tycks bildjournalisterna förhålla sig till två fält. Parallellt med sitt förhållningssätt till det journalistiska fältet, förhåller de sig till ett annat fältets *illusio*, nämligen det dokumentärfotografiska eller konstfotografiska. Där finns den tid som krävs för att utveckla det som är viktigt för en bildjournalist. Vissa bildjournalister har så starka ideal och normer, att de anser att det nuvarande journalistiska fältets marknadsorienterade *illusio* inte stämmer överens med deras ideal och normer.

Även reportrarna har starka ideal och normer, men de har anpassat dessa till fältets marknadsorienterade spel på ett annat sätt än bildjournalisterna. De uttrycker att de vet att deras arbetsuppgift och investering i spelet är att leverera innehåll. Samtidigt får de, tack vare att de levererar det förväntade innehållet, social belöning i form av ett högre symboliskt kapital. Det i sin tur leder till en större självständighet för dem som aktörer, och större möjligheter att sträva emot sina ideal. Med andra ord, reportrars autonomi i fältet speglar att deras engagemang är i linje med ett marknadsanpassat fält, och de

anställande chefernas för-givet-tagna förväntningar i förhållande till fältets illusio.

## 8.2 Självklarheterna i fältet är inte lika självklara

De för-givet-tagna ideal och normer som finns i ett fält är dess *doxa* och *ethos*, enligt Bourdieu. Även om doxa – eller om man så vill, ideal – är relativt trögrörliga, så kan det ifrågasättas, bestridas och ändras när omständigheter i det journalistiska fältet förändras (jfr. Bourdieu, 2005).

Som redan nämnts, har tidigare forskning bland svenska journalister visat att deras ideal är starka och relativt homogena, ifråga om synen på att folkbilda, undersöka och ställa makten i samhället till svars (jfr. Asp, 2011; Wiik, 2010). Detta avhandlingsarbete har funnit att det journalistiska fältets tidigare självklarheter, dess doxa och ethos, faktiskt uppfattas olika av aktörer i fältet.

Bildjournalisterna och reportrarna har fortsatt starka och homogena ideal och normer. De två andra grupperna av aktörer, chefer och multijournalister, menar visserligen att dessa ideal är eftersträvansvärda, men viktigare för journalistikens överlevnad är att vara aktuell och snabbt få ut nyheter till läsarna. Cheferna och multijournalisterna har kanske inte släppt sina tidigare ideal och normer helt, men däremot tycks de ha omformats och anpassats till en marknadsorienterad verklighet. Idealen blir därmed mindre viktiga. Det fanns frilansande multijournalister som beskrev att de uppfattade journalistiken som vilket jobb som helst, där de behövde leverera till sina uppdragsgivare. Liknande tendenser har observerats bland aktörer i det norska journalistiska fältet. Sådana aktörer, som saknar tydliga ideal och normer, kan därför ses som agnostiker kring fältets doxa och ethos (jfr. Hovden, 2012).

Det är rimligt att anta att även om ideal och normer är relativt trögrörliga och inte förändras lätt, så är de inte lika självklara som tidigare. Förklaringen är rimligen att branschens förutsättningar radikalt har förändrats under det senaste decenniet. Det pekar i sin tur mot att det journalistiska fältets inre doxa och ethos, vad beträffar dess arbetsmetoder och dess uppdrag i samhället, inte helt ligger i linje med de nya förutsättningarna i det digitaliserade och globaliserade samhälle som vi lever i idag. Men det går också att dela upp idealen i två komponenter. *På ytan* var många eniga om att fältets illusio var att leverera journalistiska och bildjournalistiska produkter till läsarna. Men *under ytan* handlade det om hur detta skulle ske på bästa sätt.

Då uppfattar aktörerna, beroende på deras doxa och ethos, svaret på olika vis (jfr. Hovden, 2012).

I och med digitaliseringen har också nya aktörer, inte enbart multijournalister, etablerat sig i fältet. Sådana aktörer kan vara allt från it-tekniker och programmerare (jfr. Nielsen, 2012), till kändisbloggare i kvällstidningar eller lokala aktörer på en lokal annonsmarknad med små resurser. Viktigt är att de också har för-givet-tagna ideal och normer kring journalistiken (jfr. Örnebring et al., 2018). Dessa aktörer kommer både direkt och indirekt att påverka fältet med nya ideal och normer, parallellt med att journalistiska och bildjournalistiska arbetsmetoder och vanor kommer att förändras. De nya aktörerna liknar mest multijournalisterna i fältet, och är redan från start marknadsorienterade på ett sätt för inte särskilt länge sedan var främmande för journalistiken, vilket i sin tur kommer göra anspråk på en bredare definition och förståelse av vad som är journalistik såväl som bildjournalistik (jfr. Deuze & Witschge 2017).

### 8.3 De nya och gamla förkroppsligade vanorna i fältet

Fältets ideal och normer tar sig uttryck i aktörernas tanke- och handlingsmönster, som i sin tur reproducerar fältets strukturer. Med andra ord kan man säga att journalistiska och bildjournalistiska arbetsmetoder och utövning av dessa är starkt kopplade till yrkesrollernas ideal och normer. Det sker en automatisk förstärkning av dessa vanor när aktörer lyckas utföra sina arbetsuppgifter bättre än andra i fältet, och då erhåller uppskattning från sina kollegor. Det renommé som aktörer samlar på sig är det symboliska kapitalet som Bourdieu talar om. En framgångsrik aktörs tanke- och handlingsmönster är med andra ord starkt förknippat med yrkesideal och normer som andra aktörer försöker efterlikna.

Tidigare forskning har till exempel funnit att journalister studerar andra journalister och deras publiceringar för att se hur andra gör, och vad som blir framgångsrikt. På detta sätt sprider sig arbetssättet, och normen, bland journalister. Ett sådant exempel är synen på grävande journalistik (jfr. Zelizer, 1993). Nordisk forskning har pekat på att efter lång erfarenhet i fältet utvecklar journalister en slags journalistisk intuition för vad som är en bra nyhet. Detta kallas för att ha en näsa eller en magkänsla för nyheter och ett fältspecifikt habitus (jfr. Schultz, 2007). På liknande vis anser vissa bildjournalister i detta avhandlingsarbete att andra aktörer i och utanför fältet, inte förstår eller har de rätta arbetsvanorna för att producera kvalitativ bildjournalistik.

Detta avhandlingsarbete pekar mot att den tidigare observerade fingertoppskänslan för nyheter kan vara på väg att förändras i och med förändringarna i det digitala mediefältet. Innan det fanns digital läsarstatistik, möjlig att följa i realtid, var denna intuition betydligt viktigare än vad den kommit att bli idag. Genom läsarstatistik är det möjligt att se vad (de digitala) mediekonsumenterna vill ha. Aktörerna beskriver hur tekniken utgör ett nytt verktyg och arbetssätt i det fältet. Det blir därmed möjligt att producera en mer läsaranpassad bildjournalistik och journalistik. Denna kunskap kan uppfattas som ett nytt habitus i fältet.

Samtidigt har inte alla aktörer i fältet tillgång till denna teknik. Många frilansare, som berättar om hur de står vid sidan av de redaktionella resurserna och tekniken, torde utgöra ett b-lag av aktörer som inte har möjligheten att lära denna teknik och skaffa sig detta nya habitus (jfr. Örnebring et al., 2018). I viss mån gäller samma sak generellt för bildjournalisterna, för även om de har tillgång till statistiken, är det i princip alltid texterna och inte bilderna som man utgår från när statistiken analyseras.

Läsarstatistiken är emellertid inte neutral. Den går att tolka på olika sätt, och det tycks som om var och en är sig själv närmast. Reportrar med starka undersökande och folkbildande ideal utgår från sina tanke- och handlingsmönster och använder läsarstatistik för att motivera sin självständighet. Multijournalisterna däremot, använder statistiken för att bedöma hur mycket tid och vilken ambitionsnivå de ska ligga på för att om möjligt locka nya prenumeranter. Samtidigt använder cheferna onlinestatistiken för att motivera sina ekonomiska och organisationsmässiga beslut.

På sätt och vis kan dessa olikartade tolkningar bland de olika aktörerna ses som naturliga, eftersom alla tolkar statistiken utifrån sina egna ideal och i syfte att stärka sin egen position i fältet. Chefernas förhållningssätt till statistiken är möjligen den mest rimliga eftersom de inte behöver säkerställa sin egen position i fältet på samma sätt som övriga aktörer.

Alla på en dagstidningsredaktion har tillgång till läsarstatistiken, den visas på stora skärmar uppsatta på redaktionsväggarna och den tas upp på morgonmöten. Samtidigt är det värt att poängtera att bildjournalister, vare sig de är anställda och eller frilans, överhuvudtaget inte nämner läsarstatistik. Den tycks inte relevant för dem, och kanske finner de heller inte stöd för sina ideal i den på samma sätt som övriga aktörer i fältet.

Att statistiken är utformad på så vis att den visar vilka artiklar som lästs, hur många klick ett bildspel haft, hur många som tittat på en livesändning eller hur många startade strömmar ett videoinslag haft, innebär att den i första hand är kvantitativ och inte kvalitativ. Det vill säga, den kan inte säga något

om vilken typ av bilder som läsarna vill ha. Den visar möjligen att bilder är viktiga eftersom läsare klickar mer på sociala-medier-inlägg med bilder och videor än på texter utan bilder. Detta används i sin tur som argument av de övriga aktörerna kring vilka som är de rätta arbetsätten inom bildjournalistik. Flera chefer, reportrar och multijournalister tror inte ens att läsarna bryr sig om kvalitativ bildjournalistik. Med det i åtanke framstår det närmast som naturligt att bildjournalister inte talar om den digitala läsarstatistiken.

Det habitus som de bildjournalistiska aktörerna istället förespråkar är arbetsmetoden att komma nära andra människor, spegla samhället och vara ögonvittnen till nyhetshändelser. Det är förstås grundat i de bildjournalistiska idealen och normerna, som i sin tur är kopplade till symboliskt och kulturellt kapital, såsom priser och utmärkelser i bildjournalistiska tävlingar. Samtidigt tar detta bildjournalistiska habitus lång tid att utveckla, och ses kanske därför som mindre viktigt för chefer som hanterar en ekonomisk realitet.

Cheferna är de som i anställer och säger upp bildjournalister samt bestämmer vad som ska göras och vem som ska utföra de journalistiska och bildjournalistiska arbetsuppgifterna. Bildjournalisterna beskriver att uppdragen fördelas ut av redaktörer och uppdragsgivare till, i första hand, reportrar och först därefter till bildjournalister. Synen på bildjournalisternas uppgift tycks endast vara att bilda journalistiken snarare än att kunna påverka den eller komma med förslag på hur den bäst kan genomföras.

Vissa reportrar menar att denna arbetsfördelning närmast är naturlig. Det är kanske inte så konstigt att bildjournalister då kan uppleva att deras specifika habitus får allt mindre betydelse och plats i det allt mer marknadsorienterade fältet. Bildjournalister uppfattar samtidigt att detta journalistiska habitus automatiskt underordnar dem gentemot andra, och att andra aktörer sällan lyssnar till deras kunskaper och erfarenheter. Endast ett fåtal bildjournalister med högt symboliskt kapital och de frilansbildjournalister som samarbetar med andra frilansreportrar, tycks kunna föra fram sina tankar kring bildjournalistiken, bli lyssnade till och bli jämställda med andra aktörer i fältet.

Å andra sidan är det rimligt att ställa sig frågan om detta är något nytt. Antagligen är det inte det. Vi såg i kapitel 3 att fotografer alltid varit underordnade skrivande journalister. Det kommer från en historisk och inlärd organisationsstruktur (jfr. Brennen & Hardt, 1999). Bara för att yrkesbeteckningen börjat förändras från fotograf till bildjournalist, så innebär inte det att förhållandena mellan aktörerna i fältet ändras. Uppenbarligen har fältets traditionella organisationsstrukturer format ett visst journalistisk

habitus som har en inlärd och för-givet-tagen hierarki. För trots att till exempel chefer, fastanställda reportrar och flera multijournalister med skrivbakgrund talar om att bildjournalistiken har stor betydelsefull för fältet, underordnar de samtidigt bildjournalister.

Sett ur ett sådant perspektiv är det inte konstigt att flera bildjournalister, visserligen med skiftande framgång, har utvecklat strategier och habitus för att kunna navigera dessa hierarkiska organisationsstrukturer. Ett specifikt bildjournalistiskt habitus beskrevs av en aktör som att han förde bildens talan på sin redaktion. Beroende på mängden samlat kapital och därmed habitus i fältet, lyckas dock bildjournalister i varierande grad att göra just det.

## 8.4 Betydelsen av kapital i fältet

Det som ger renommé eller uppfattas som värdefullt av aktörer i ett fält ska ses som fältets symboliska eller kulturella kapital, menar Bourdieu (jfr. Broady, 1991). Detta avhandlingsarbete pekar mot att de flesta aktörerna i fältet åtnjuter ett högt symboliskt kapital när de levererar *aktuell* journalistik eller bildjournalistik till medieföretagen. Avslöjanden och fördjupande journalistik och bildjournalistik, som visserligen är uppskattat innehåll, genererar inte samma typ av symboliskt kapital i det marknadsorienterade och digitala fältet.

Bildjournalisterna argumenterar för att trovärdig, fördjupad bildjournalistik borde ges ett högre värde och därmed ett symboliskt kapital i fältet. Dock, menar Bourdieu, måste ett symboliskt kapital erkännas av majoriteten av aktörerna i ett fält för att kunna ses som symboliskt kapital.

Det är kanske därför som bildjournalister med många nationella och internationella priser och utmärkelser beskriver att de visserligen känner en personligt hög status i fältet, men att de samtidigt upplever hur den fördjupade bildjournalistiken, som kan leda till ett ökat symboliskt kapital, inte är lika aktad bland chefer i fältet. Detta kan, för att tala med Bourdieu, bero på att alla typer av kapital i förlängningen ska kunna omvandlas till ekonomiskt kapital. Bourdieu kallar detta för kapitalkonvertering.

Det kan till och med vara så att prisvinnande bildjournalistik inte överhuvudtaget omvandlas till ett ekonomiskt kapital för medieföretagen. Intervjuerna visar att dagstidningar kan publicera artiklar i tidningen om att deras frilansbildjournalister har vunnit priser i Årets bild, fastän man kanske inte ens har publicerat just denna bildjournalistik i tidningen. Prisvinnande bildjournalistik publiceras naturligtvis inte dagligen i dagstidningar, likväl som att prisvinnande skriven journalistik inte dagligen publiceras i

dagstidningar, men den omnämns i dagstidningar när den kan konverteras till ett ekonomiskt kapital. Det vill säga, det ska kunna tolkas av läsarna som om dagstidningar publicerar prisvinnande bildjournalistik och journalistik. Samtidigt är det inte ens säkert att läsarna bryr sig om eller ens uppfattar bildjournalistiken, på samma sätt vad som aktörerna i fältet förstår den.

Sammantaget tycks studiens resultat peka mot att ett bildjournalistiskt symboliskt kapital inte har samma värde för övriga aktörer som det har för gruppen av bildjournalister i fältet. Det kan till och med tänkas vara så att enskilda prisbelönda bildjournalister, som har ett högt ackumulerat symboliskt kapital, visserligen ger ett visst renommé till det medieföretag de arbetar på – men samtidigt är de kostnadskrävande på grund av högre löner och arvoden för företagen som dessa inte alltid får tillbaka i form av ökade annonsintäkter eller abonnemang. Med andra ord, det sker kanske ingen egentlig kapitalkonvertering för medieföretaget.

Samtidigt ges inte alla aktörer i fältet samma resurser och förutsättningar för att skapa ett högre symboliskt eller kulturellt kapital. Bildjournalister som är anställda tycks behöva förhandla sig till mer resurser och tid för att skapa sin bildjournalistik, än vad skrivande journalister gör. Samtidigt behöver frilansare och vissa anställda, utan tidigare symboliskt kapital i fältet, arbeta på sin fritid och utan ekonomiska resurser för att försöka skapa en prisvinnande bildjournalistik.

## 8.5 Det journalistiska fältet i dagens digitala samhälle

Bourdieu's fältbegrepp innebär att man som forskare uppfattar alla sociala sammanhang, till exempel den svenska dagstidningsbranschen, som ett socialt konstruerat fält med en egen inre logik, och som är skapat av de människor och institutioner som är verksamma i fältet. De aktiva aktörerna investerar, i olika grad, sitt engagemang i fältet och deras vanor och tankemönster formas av yrkesmässiga ideal och normer som i sin tur leder till ett yrkesmässigt habitus. Med andra ord, journalisters och bildjournalisters för-givet-tagna normer och ideal skapar de sociala strukturerna och förutsättningarna för fältet (jfr. Bourdieu, 1986).

Bourdieu menar samtidigt, givet detta, att ett fält i ett samhälle är autonomt gentemot andra fält i samhället. Det kan man emellertid inte säga att det journalistiska fältet fullt ut längre är. Aktörer försöker förvisso förhålla sig autonoma gentemot det ekonomiska och de politiska fälten i samhället. Men samtidigt har det svenska dagstidningsfältet genomgått så stora

ekonomiska och tekniska förändringar under det senaste decenniet, att aktörernas autonoma ställning och fältets inre logik delvis kullkastats.

Tidigare forskning har pekat mot att mediefältet rört sig mot det ekonomiska fältet och dess ideal (jfr. Andersson et al., 2018) Andra förändringar som den tidigare forskningen visat är förstås framväxten av multijournalisternas yrkesroll (jfr. Nygren 2008a; 2008b) och den ökade tillämpningen av digital teknik i fältet (jfr. Nygren & Zuiderveld, 2011). Detta avhandlingsarbets empiri styrker den tidigare forskningen och visar dessutom på ett tydligt aktualitetskrav som tillkommit. Aktualitetskravet är kopplat till de ökade möjligheterna att i realtid se hur läsarnas konsumtion ser ut online, till skillnad från tidigare då man använde trubbigare former av läsundersökningar. Dock bör det nämnas att tidningarnas inkomster från såväl prenumerationsförsäljning som annonsintäkter domineras av pappret, inte de digitala kanalerna (jfr. Facht & Ohlsson, 2019), och det är fortsatt journalistik på papper som flest läsare tar del av (*Mediebarometern 2018, 2019*). Men, hur läsning och tittande ser ut där är inte lika lätt att undersöka, och diskuteras därför inte. Det är inte omöjligt att exempelvis väl genomarbetade fotoreportage är något som ger hög läsning i pappersform men inte online, men det kommer vi aldrig att få veta.

Bourdieu's fältbegrepp och professionsforskningen har en del gemensamma beröringspunkter (jfr. Fournier, 2000). För det första menar professionsforskning, precis som Bourdieu, att ett fält och en profession ska uppfattas som en social konstruktion. Med det menas att professioner och branscher ständigt behöver omformas, förnyas eller omvandlas i och med att ny kunskap och teknik tillkommer i branschen, eller genom att aktörerna i dessa yrken möter samhällets förändrade behov och önskemål (jfr. Fournier, 2000). För det andra menar man att yrkesutövarna i en bransch kämpar om att definiera vad som är den "rätta" arbetsuppgiften inom yrket. Alla aktörer försvarar sina arbetsuppgifter och positioner genom att avgränsa och definiera vilka metoder som är de rätta för just deras yrkesroll, särskilt i förhållande till andra närliggande yrkens och yrkesutövares arbetsuppgifter. Under en tid av omstöpning av arbetsmarknaden, på grund av ny teknik eller efterfrågan, kämpar yrkesutövare med att överta andra konkurrerande yrkesutövares arbetsuppgifter, särskilt ifall det egna yrket har något att tjäna på övertagandet (jfr. Gieryn, 1983). Detta avhandlingsarbete har kunnat visa att gränsdragningsprocesser sker mellan aktörerna. Kampen står kring vem som får producera bildjournalistiken i det fältet: bildjournalister eller multijournalister.

Å ena sidan tycks det som om bildjournalisterna fått en allt mer tillbakadragen position i branschen, men å andra sidan finns det tecken på att bildjournalister kan vara på väg att få en ökad betydelse. Bildjournalister som arbetar på lokala dagstidningar och som gått över till att arbeta multijournalistiskt, upplever en nedprioriterad position. Motsatsen återfinns framför allt på kvällstidningarna, som alltid vurmat för bilder, och hos nyhetsbyråer som förser sina kunder med bilder.

I enlighet med detta ansåg en bildjournalist på kvällstidningen, som får sägas ha ett mera kommersiellt tankesätt och habitus, att framtiden var ljus för de bildjournalister som ville acceptera och ta till sig de nya digitala förutsättningarna i fältet (jfr. Wadbring, 2013).

Att cheferna generellt sett är mer marknadsorienterade är inte särskilt konstigt med tanke på deras uppgift och position, men något mer förvånande är möjligen att multijournalisterna var så marknadsorienterade, och då framför allt de yngre. Det kan dels bero på en annan inställning till det allmänna kommersiella perspektivet i fältet och samhället i stort, men även på ett annat förhållningssätt till de digitala aspekterna av branschen. Som motsats återfinns bildjournalister och vissa äldre reportrar och multijournalister, som närmast längtar tillbaka till den tid som flytt.

Det finns alltså både realister och drömmare bland aktörerna i fältet. Med realister avser jag dem som sett och accepterat att branschen har ekonomiska problem och att förutsättningarna för att göra journalistik har förändrats över tid. Med drömmare menar jag dem som inte accepterar detta, som har kvar sina starka ideal och normer och inte vill befatta sig med en ekonomisk realitet. Realisterna utgjordes främst av yngre frilansreportrar, som anpassat sig till mediernas marknadsorientering och vill leverera innehåll. Drömmarna återfanns i huvudsak bland de yngre frilansande bildjournalisterna som självständigt ville ägna tid åt egna projekt, utan att vara avhängiga fältets strukturer och snarare, kan det tolkas, strävade efter det symboliska kapitalet i fältet (jfr. Bourdieu 1993; 1996).

Å ena sidan pekar detta alltså mot att vissa aktörer håller på att anpassa sina ideal till fältets förändringar, men å andra sidan kan reaktionerna lika gärna peka mot en allmän uppluckring av fältets gränser och att aktörer med starka ideal söker sig till andra fält med lika starka ideologier och symbolisk marknad, snarare än en ekonomisk. I båda fallen har det att göra med den ökade graden av marknadsorientering i det journalistiska fältet.

Ytterligare ett exempel på uppluckring av yrkesrollerna och fältet är hur aktörerna försvarade sina yrkesgränser emot yttre inkräktare, såsom bidrag från allmänheten. Framför allt var det frilansande bildjournalister kritiska

mot läsarbilder, medan fastanställda bildjournalister inte uppfattade dem som ett hot på samma sätt. Samtliga aktörer var ändå eniga om att branschen bör förhålla sig källkritisk mot läsarbilder och att det krävs en granskning av dem innan publicering. Det kan således finnas lite olika skäl till att etablerade aktörer inte är villiga att släppa in nya konkurrerande, aktörer i fältet.

Journalistiken brukar kallas för en semiprofession. Det finns en särskild utbildning, det finns en yrkesorganisation, men det saknas en legitimation. Med andra ord kan i princip vem som helst ägna sig åt journalistik. I takt med en förenklad teknik, en billig produktion och allmänt uppluckrade gränser så är det alltfler som åtminstone närmar sig den gränsen utifrån. Och innanför den gränsen, i det journalistiska fältet, riskerar bildjournalisterna att försvinna.

## 8.6 Bildjournalister och bildjournalistik i ett marknadsorienterat samhälle

Allt pekar mot att bildjournalister generellt sett har en lägre position i dagstidningsbranschen jämfört med de andra aktörerna. Dessutom tenderar aktörer sinsemellan att strida om positionerna i fältet, eller branschen.

Den kamp som jag här intresserat mig för handlar framförallt om vem som ska ha rätten att definiera och producera bildjournalistik. Bildjournalistiken är ett gränsobjekt som olika aktörer i fältet tolkar på det sätt som passar dem bäst. I och med nya tolkningar kring bildjournalistiken, görs samtidigt nya gränsdragningar mellan olika yrkesroller och positioner i fältet. Dessutom tillkommer hot utifrån, från aktörer utanför fältet.

Inne i fältet står kampen framför allt mellan bildjournalister och multijournalister. De senare är stöttade av ekonomiska och administrativa beslut från de pressade cheferna i branschen. Bildjournalisterna stötts å andra sidan av unga, ofta frilansande, reportrar som menar att de gärna delar sin yrkeskunskap och samarbetar med bildjournalister. Framför tycks denna kunskapsdelning bero på fältets förändrade *illusio* kring marknadsorienteringen, som i sin tur påverkar dess inre marknad ifråga om frilansreportage och journalistiskt innehåll som kräver bra bilder och bildjournalistik. I linje med det värnar de mest kommersiella aktörerna i fältet, som kvällstidningar och nyhetsbyråer, om att ha anställda bildjournalister.

Samtidigt är ett fälts *doxa* och *ethos* trögrörliga, och det innebär att aktörer som vill engagera sig i fältet måste göra valet att följa, navigera eller förkasta idealen och normerna som förekommer. Sett ur ett sådant perspektiv kan det uppfattas som att skrivande reportrar med starka journalistiska ideal och

chefer med mer marknadsanpassade normer, för närvarande delar makten i fältet att definiera dess doxa och ethos. Det kan vara så att eftersom dessa aktörer har en liknande bakgrund, så strider de inte om definitionerna kring doxa.

Men de står inte heller helt vid sidan av den pågående symboliska kampen mellan bildjournalister och multijournalister. Cheferna och multijournalisterna liknar i vissa avseenden varandra, och de privatekonomiskt pressade frilansreportrarna har ställt sig på de frilansande bildjournalisternas sida ifråga om synen på bildjournalisters yrkesrollposition och bildjournalistikens position i fältet. Det tycks dock som om multijournalisterna för närvarande har dragit det längsta strået i denna kamp bland de lokala morgontidningarna, där den bildproducerande yrkesrollen och bildjournalistiken historiskt sett länge varit underordnad (jfr. Raetzsch, 2015; Zelizer 1995a). Det tycks fortfarande vara situationen för bildjournalisterna i fältet. Å andra sidan har de frilansande bildjournalister som finns i fältets utkant fått en ökad betydelse för de likaledes innehållsproducerande frilansande reportrarna.

I linje med detta resonemang, men ur ett annat perspektiv, kan det mörka framtidsscenariot för den bildjournalistiska yrkesrollen till viss del belysas med hjälp av den traditionella pressfotografrollen, vars aktörer åtnjöt en närmast obegränsad teknisk autonomi kring fotografiet i fältet. I och med digitaliseringen har denna tekniska autonomi demokratiserats, och nu är det snarare en abstrakt intellektuell kunskap kring kvalitativ bildjournalistik som utgör den nya yrkesrollens gränsdragning. Denna tolkning stärks av de nya definitionerna av bildjournalistyrket som vissa högt rangordnade chefer i fältet yttrat.

Men bildjournalister och bildjournalistik är två olika saker. Signaler inifrån fältet, som aktörerna själva sett det, ger vid handen att bilder och fotografi fått en ökad betydelse i samhället i stort, inte minst tack vare framväxten av de bilddrivna sociala nätverkssajterna, som till exempel Facebook och Instagram. Dessutom finns ett ökat intresse för fotografi i och med ett ökat antal fotografiska utställningslokaler i Sverige. Bildjournalistiken tycks således inte röna samma öde som bildjournalisterna.

De bildjournalister som arbetar med traditionellt journalistiska arbetsuppgifter som tidigare förbehållits skrivande reportrar – det vill säga egen research, egna skrivna reportage samt publicering av sina bilder på de nya digitala plattformarna – beskriver också hur de upplever en högre personlig status i fältet och de uttrycker en positiv syn på framtiden för yrkesrollen. Dessa bildjournalister visar samtidigt att man kan klara sig

undan uppsägningar och neddragningar, om man som aktör är beredd att anpassa sig och förändra sig. Detta kan, i sin tur, peka mot att bildjournalister kan komma att fortsatt kunna vara en relevant specialistyrkesroll i branschen, förutsatt att utövarna vidareutbildar sig och arbetar mer som journalister i sin yrkesroll – men med ett speciellt visuellt kunnande.

Det är därför inte säkert att yrkesrollen helt försvinner eller avgränsas från branschen, som multijournalisterna i viss mån fått det att framstå som. I själva verket är det kanske så att den gamla pressfotografrollen håller på att professionaliseras, omdefinieras och anpassas till fältets och samhällets nya förutsättningar.

Med andra ord, det behöver fortsatt finnas någon bakom bilderna.

## 9 English summary

The restructuring of Swedish newspapers within the last 20 years has hit editorial staff very hard, especially photojournalists. In 2017 the 165 daily newspapers in Sweden only employed a total of 60 photojournalists combined, with 70 newspapers left with no photojournalist on staff at all (Jansson & Lundquist, 2017). That's less than one full-time staff photojournalist per newspaper and out of the photojournalists that remain, most are employed by larger national newspapers in Stockholm. Previously strong photography departments have been closed down at many of the local newspapers and the staff made redundant.

In the same time period, the use of images in newspapers has increased (Wadbring & Nilsson, 2016), and our society has been flooded with information in the form of pictures, videos and illustrations. In part, this change is due to the digital development which has made it easy for anyone to take pictures, thereby altering the role of the photojournalist. In connection with digitalisation, market-orientation has also increased, both for media companies and others. Google and Facebook are two multinational companies whose entrance has completely redrawn the map of the Swedish media landscape, greatly affecting the newspapers. With the changes brought on by digitalisation and globalisation, Swedish newspapers have lost both advertising revenue and audience revenue. The newspapers advertising revenues fell by about 40 percent, or 4.8 billion SEK, between 2011 and 2017.

Increased advertising competition and market-orientation is part of the explanation for the restructuring of the Swedish newspaper media, but the development of digital technology has had a wider impact than that. The technological advancements have also made it easier for everyone to access all types of mediated journalistic content in their smart phones. This is a crucial difference compared to 20 years ago when media companies were structured and organised around specific technologies e.g. printing technology was required to publish newspapers, or broadcasting equipment to broadcast radio or television. Nowadays, virtually anyone can produce media content and publish it online (Weibull & Wadbring, 2020).

In order to streamline production and save money, Swedish newspapers have tried many different strategies such as redundancies, coordination through mergers, merging parts of smaller newspapers and outsourcing parts of journalistic production to production companies, news agencies and freelancers (Werne, 2018). Where redundancies have taken place, they have however disproportionately affected photojournalists.

These structural changes form the basis for a broader view of how the media landscape has changed, but other factors may also play a role in how we understand the position of photojournalism and photojournalists in society and media. Using sociologist Pierre Bourdieu's field theory (cf. Bourdieu, 2005b) the newspaper industry can be studied as a social field. In short, a field can be said to consist of actors and organisations that are bound together by an inner logic through their values, norms and ideals, which will be unique to that social field. This assumed logic creates conditions in the field for how actors can think, act and behave, which in turn creates a social structure that generates and reproduces a pattern of social norms and ideals that might have weakened the professional position of photojournalists in the Swedish newspaper media field (cf. Benson, 2006, p. 188). In addition to Bourdieu's field theory, this study also utilises sociological theories regarding professional development.

This is the starting point of this thesis and the purpose of the dissertation has been to analyse the positions of photojournalism and photojournalists during a crucial time for the journalistic field. The research questions were:

1. How are the ideals and norms of photojournalism and its practitioners described by actors in the field and how do these descriptions relate to journalistic ideals and norms?
2. Which status is attributed to photojournalists and photojournalism in relation to other actors' status and the position of journalism in the field?

In the study, 40 actors in the Swedish newspaper field were strategically selected for semi-structured interviews. The selected respondents consisted of ten photojournalists, ten multi-skilled journalists, ten reporters and ten editors and editors-in-chiefs. The interviewees were employed at national, regional or local newspaper companies or worked as freelancers in the field and varied in age, gender, years in the industry and had varying amounts of symbolic, cultural or social capital, according to Bourdieu's field theory.

The results show that Swedish photojournalists' ideals and norms regarding photojournalism were to document and reflect the society and the world in their photos. The photojournalistic ideal was to dedicate a significant amount of time to a photo story in order to credibly and truthfully produce images of society and people's reality and lives, which is consistent with previous Anglo-American research (cf. Busst, 2012; Newton 2001)

However, following the technological advancements of the past 20 years these ideals and norms have come into conflict with the increased speed of online publishing as well as the journalistic field's increased market-orientation, in response to this change. This has especially affected the photojournalists' opportunity to autonomously choose how to work and strive towards their photojournalistic ideals and norms as actors in the field.

Unlike the photojournalists, reporters described that they were relatively independent and was often given time to do what they felt was most important in their journalistic production: to educate people and act as watchdogs.

Multi-skilled journalists, on the other hand, expressed that they would also like to have that opportunity, because they too wanted to educate and investigate and thus had similar ideals as reporters. However, the multi-skilled journalists were realistic regarding the extent to which they were able to produce an ideal journalism in the increasingly market-oriented field. In addition, referencing to the online statistics, this group of multi-skilled actors argued that journalism had to adapt to what the readers wanted to read. This may indicate that the multi-skilled journalists' ideals and norms is being shaped by the journalistic field's digital and commercial change (cf. Deuze, 2005; 2007).

These new commercial circumstances in the Swedish newspaper media market were also of great importance to several of the managers' ideals and norms, and above all to their standards, in terms of what they expected from the other actors in the field. In their view, everyone had to become more market-oriented in order for journalism to stay relevant to readers. One conclusion is that the managers perceive journalism as a commodity like any other (cf. Hovden, 2012).

However, managers were divided in their views on what type of journalism was most in demand. Some managers, appearing to subscribe to the ideals and norms of timeliness, believed that it was the fast, current and, above all, the online journalism that readers wanted. Other managers believed that it was the in-depth, explanatory and investigative journalism that was in demand, which can be interpreted as expressing both traditional public service and watchdog ideals.

The differences in actors' views regarding norms and ideals were also reflected in the differences in how they saw the status for the photojournalists and photojournalism in the field. Every actor in this study testified that photojournalism was very important to the newspaper industry. However, this increased status seemed to be interpreted in terms of commercial status

and importance, rather than an increased social status in the field. In other words, in order for journalism to be an attractive product on a commercial market, it has to be illustrated by images. One interpretation of this is that journalism still has a higher status in the field than photojournalism (cf. Reich & Klein-Avraham, 2014b).

Turning to the status of the practitioners in photojournalism, their status has not risen in line with the increased commercial significance of photojournalism in the field, rather the opposite. This study finds that there are some historical causes for this lower status for photojournalists. A historically low status for the former press photographers appears to influence the view of the modern photojournalists among the actors in the Swedish newspaper field (cf. Zelizer, 1995a; 1995b).

In addition, other actors claimed that they had a higher status position in the field than photojournalists. For instance, multi-skilled journalists, which is a relatively new professional role in the Swedish journalistic field, said that they had a higher status than photojournalists because they were more flexible and could handle more tasks. At the same time, multi-skilled journalists interpreted the digitally simplified photograph and video production as a so-called boundary object that they can produce (cf. Leigh Star, 2010). The multi-skilled journalists were interpreted to perform a professional boundary work against photojournalists based on these claims as well as their assertions that the multi-skilled journalistic profession was the new norm in the changed Swedish journalistic field (cf. Gieryn, 1983).

Media managers in struggling newspapers, who in this study described how they had participated in making photojournalists redundant, supported the multi-skilled journalists' views. Reporters, however, where of a somewhat opposite opinion, and argued that the photojournalist's status had become a bit more important to the field.

In conclusion, ideals and norms within the journalistic field were perceived differently among actors probably because of the increased market orientation in the field. This seems to have led to a symbolic struggle between how powerful actors defined the doxa and ethos of the field and of the boundaries of the professional roles in the field.

This symbolic struggle began, of course, with the digital changes (cf. Nygren, 2008a; 2014), and as such it carries the same traits of the symbolic struggle between different actors during the emergence of the photojournalistic profession in the early 1900s (cf. Raetzsch, 2015). This in turn can mean that even if a new profession, like the multi-skilled journalists', emerges through technological changes and shifts, and positions and work

methods are challenged, it doesn't necessary imply that it gets an increased social status position in the field. Social status as a profession is probably more dependent on the accumulation of the accumulated symbolic capital of the profession, which in turn is dependent on the fields' doxa and ethos, which is changing much slower than the technology.

From this perspective, the status of reporters is to be consider largely unchanged. In fact, some freelance reporters tended to experience an increased status in the field, while employed reporters perceived that increased multi-skilled work requirements had made their job situation more pressured and had a lower status, despite the fact that they had kept their jobs and were relatively autonomous. The sustained higher status of reporters was reflected in their descriptions of autonomy and co-determination relative to the other actors in the field.

When summarising the question of the status for photojournalists and photojournalism in relation to other actors and to journalism in the field, a relatively clear picture emerges. Photojournalism has certainly come more to the forefront and was described as important to the changing field, but the views of the actors goes beyond the status in the field. The professional boundaries thus look different depending on whether we are talking about photojournalism as a subject or about the photojournalists as actors in the increasingly market-oriented Swedish journalistic newspaper field. For instance, photojournalists who is crossing boundaries and are doing traditional journalistic work previously only reserved for reporters – that is, their own research, producing their own written texts and publishing on new digital platforms – described how they experienced an increased status and had a positive view of their professional role in the field while actors who's primarily job descriptions was similar to those of the older press photographer role felt their status was lower in the field. This indicate that modern photojournalist can continue to be relevant actors of the media field, provided that they continue to expand their professional roles and specialised visual expertise.

It is therefore not certain that the professional role of the photojournalist will completely disappear from the media field. In fact, it possible that the former role of the press photographer is being professionalised, redefined and adapted to the new conditions of the field and society.

In other words, there might still be a need for someone Behind the Pictures.

# 10 Litteratur

- Abbott, A. (1988). *The System of Professions: An Essay on the Division of Expert Labor*. Chicago: University of Chicago Press
- Aldridge, M. & Evetts, J. (2003). Rethinking the Concept of Professionalism: The Case of Journalism. *British Journal of Sociology*, 54(4), 547-564. doi:10.1080/0007131032000143582
- Andersson, U. & Wiik, J. (2013). Journalism Meets Management. *Journalism Practice*, 7(6), 705-719. doi:10.1080/17512786.2013.790612
- Andersson, U., Wiik, J., & Waldenström, A. (2018). *Profession möter management* Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG).
- Asp, K. (red) (2011). Svenska journalister 1989–2011. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Barnhurst G, K. & Nerone, J. (2001). *The Form of News: A History*. New York: Guilford Press.
- Barnhurst, G. K. & Nerone, J. (2003). US Newspaper Types, the Newsroom, and the Division of Labor, 1750–2000. *Journalism Studies*, 4(4), 435-449. doi:10.1080/1461670032000136541
- Becker, K. (1992). Photojournalism and the Tabloid Press. In Dahlgren P. & Sparks C. (Ed.). *Journalism and Popular Culture*. (pp. 130-153). London: Sage.
- Becker, K. (1996). Pictures in the Press. I Carlsson U. (Red.). *Medierna i samhället: Igår, idag, imorgon*. (s. 11–23). Göteborg: Nordicom.
- Becker, K., Ekecrantz, J., & Olsson, T. (Eds.) (2000). *Picturing Politics: Visual and Textual Formations of Modernity in the Swedish Press*. Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholm University.
- Becker, K. (2004). Where is Visual Culture in Contemporary Theories of Media and Communication? *Nordicom Review*, Vol. 25, no. 1/2, pp. 149-157.
- Becker, K. (2008). The Power of Pictures in Journalistic Discourse. In Eide, E., Kunelius, R., Phillips, A. & Nordicom (Eds.), *Transnational media events: the Mohammed cartoons and the imagined clash of civilizations*. Göteborg: Nordicom.
- Benson, R. (2006). News Media as a "Journalistic Field": What Bourdieu Adds to New Institutionalism, and Vice Versa. *Political Communication*, 23(2), pp. 187-202. doi:10.1080/10584600600629802
- Benson, R. & Neveu, E. (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Oxford: Polity.
- Bock, M. A. (2011a). Newspaper Journalism and Video: Motion, Sound, and New Narratives. *New Media & Society*, Vol. 14(4), pp. 600-616. doi:10.1177/1461444811421650
- Bock, M. A. (2011b). You Really, Truly, Have to 'Be there': Video Journalism as a Social and Material Construction. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 88(4), pp. 705-718. doi:10.1177/107769901108800402
- Bock, M. A., Lough K., & Fadnis D. (2017). "Her" Photographer: The Roanoke Live-Shot Murders and Visual Communication's Place in the Newsroom. *Visual Communication Quarterly*, Vol. 24(3), pp. 162-73. doi:10.1080/15551393.2017.1343151
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* [New ed.]. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In John Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. pp. 241–58 Westport, Conn: Greenwood Press.

- Bourdieu, P. (1989). Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, Vol. 7(1), pp. 14-25. doi:10.2307/202060
- Bourdieu, P. (1990). *Photography: A Middle-Brow Art*. Oxford: Polity Press in association with Blackwell Publisher Ltd.
- Bourdieu, P. (1992). *The Logic of Practice*. (R. Nice, Trans.). Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: essays on art and literature*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, P. (1996). *The Rules of Art: genesis and structure of the literary Field*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, P. (1998). *On Television*. New York: New Press.
- Bourdieu, P. (1998). *Practical Reason: on the theory of action*. (R. Johnson, Trans.). Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (2005a). *The Social Structures of the Economy*. Oxford: Polity.
- Bourdieu, P. (2005b). The Political Field, the Social Field, and the Journalistic Field. In Benson, R. & Neveu, E. (Eds.). *Bourdieu and the journalistic field*. Oxford: Polity.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Brante, T. (2010). Professional Fields and Truth Regimes: In Search of Alternative Approaches. *Comparative Sociology*, Vol. 9(6), pp. 843-886. doi:http://dx.doi.org/10.1163/156913310X522615
- Brennen, B. (1998). Strategic Competition and the Value of Photographers' Work. *American Journalism*, Vol. 15(2), pp. 59-77. doi:10.1080/08821127.1998.10731971
- Brennen, B. & Hardt, H. (1999). *Picturing the Past: Media, History, and Photography*. Urbana: University of Illinois Press.
- Broady, D. (1991). *Sociologi och epistemologi: om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin* (2., korr. uppl. ed.). Stockholm: HSL Högsk. för lärarutbildning.
- Busst, N. V. (2012). *Telling Stories to a Different Beat: Photojournalism as a "Way of Life"*. (Doctoral dissertation) Gold Coast, Qld: Bond University.
- Börjesson, M. (2004). *Det svenska högskolefältet och lärarutbildningarna*. Uppsala: Forskningsgruppen för utbildnings- och kultursociologi, Uppsala universitet.
- Capa, R. (2007). *Krigsfotografen: från Nordafrika till Berlin*. (M. Eklöf, övers.) Stockholm: Bonnier.
- Carlson, M. & Lewis, S. C. (Eds.). (2015). *Boundaries of Journalism*. London: Routledge.
- Creech, B. (2017). A Newsmaker's Tool: The 35mm Camera and Journalism's Material Epistemology. *Journalism*, Vol. 18(9), pp. 1125-1141. doi:10.1177/1464884916657507
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. (3., [updated] ed, Ed). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (Fourth edition, international student edition, Ed.). Los Angeles: SAGE Publications.
- CNN (2015). Dead Migrant Boy Beach Photographer Nilufer Demir. Informationen hämtad 2019-02-11.
- Dewitz, B. v., & Lebeck, R. (2001). *Kiosk: Eine Geschichte der Fotoreportage 1839-1973: A History of Photojournalism*. Göttingen: Steidl.
- Deuze, M (2004). Journalism Studies Beyond Media: On Ideology and Identity. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, Vol. 25(2), pp. 275-293. doi:10.1080/02560054.2004.9653298
- Deuze, M (2005). What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, Vol. 6(4), pp. 442-464. doi: 10.1177/1464884905056815

- Deuze, M. (2007). Journalism in Liquid Modern Times. *Journalism Studies*, Vol. 8(4), pp. 671-679. doi:10.1080/14616700701412233
- Deuze, M. & Witschge, T. (2017). Beyond Journalism: Theorizing the Transformation of Journalism. *Journalism*, Vol. 0(0), pp. 1-17. doi:10.1177/1464884916688550
- Egge, T., Minnhagen, C., & Thor, M., (2018). Reklamintäkterna till journalistik fortsätter sitt fall trots högkonjunktur. En studie av reklamintäkter hos svenska medier med nyhetsjournalistiskt innehåll 2008–2017. I L. Truedson, (red). *Mediestudiers årsbok. Tillståndet för journalistiken 2017/2018*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Facht, U. & Ohlsson, J. (2019). *Mediesverige 2019*. (13 ed.). Göteborg: Nordicom.
- Flusser, V. (2000). *Towards a Philosophy of Photography*. London: Reaktion.
- Freund, G. (1980). *Photography & Society*. Boston, Massachusetts: David R. Godine Publisher.
- Fournier, V. (2000). Boundry Work and the (Un)making of the Profession. In N. Malin (Ed.) *Professionalism, Boundaries, and the Workplace*. London: Routledge.
- Forsell, J. (2004). *Bilder som förändrade Sverige*. Stockholm: Bokförlaget Forum.
- Fredriksson, S. (2003). Börsen och katedralen. I Carlsson, U., Albinsson Bruhner, G., Gustafsson, K. E., & Nordicom (Red.). (2003). *Pennan, pëningen & politiken: medier och medieföretag förr och nu*. Göteborg: NORDICOM.
- Freidson, E. (2001). *Professionalism: The Third Logic*. Cambridge: Polity Press.
- Gardeström, E. (2016). Educating Journalists: The Who, When, How and Why of Early Journalism Education in the Nordic Countries. In Hovden, J. F., Nygren, G., & Zilliacus-Tikkanen, H. (Eds.). *Becoming a Journalist: Journalism Education in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom.
- Gervais, T. (2010a). The Greatest of War Photographers. *Études photographiques* (no. 26). Open Access: <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3452>
- Gervais, T. (2010b). Witness to War: The Uses of Photography in the Illustrated Press, 1855-1904. *Journal of Visual Culture*, Vol. 9(3), pp. 370-384. doi:10.1177/1470412910380343
- Gieryn, T. F. (1983). Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists. *American Sociological Review*, Vol. 48(6), pp. 781-795.
- Goldthorpe, J. H. (2007). "Cultural Capital": Some Critical Observation. *Sociologica* 2, (Sep-Okt): pp. 1-23. doi:10.2383/24755
- Gorman, E. H, & Sandefur, R. L. (2011). "Golden Age", Quiescence, and Revival. *Work and Occupations*, Vol. 38(3), pp. 275-302. doi:10.1177/0730888411417565
- Gustafsson, K. E. (2005). *Reklamens makt över medierna*. Stockholm: SNS förlag.
- Hacking, J., & Company, D. (2012). *Photography: The Whole Story*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Hadland, A., Lambert, P., & Campbell, D. (2016). The Future of Professional Photojournalism. *Journalism Practice*, Vol. 10(7), pp.820-832. doi:10.1080/17512786.2016.1163236
- Hardt, H. (2001). Photojournalism. In Smelser N. J., & Baltes P. B., (Ed.) & Gale Group. *International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences*, pp. 11402-11404. Amsterdam: Elsevier.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory*, Vol. 17(4), pp. 367-385. doi: 10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x
- Hanitzsch, T. (2011). Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators. *International Communication Gazette*, Vol. 73(6), pp- 477-94. doi:10.1177/1748048511412279

- Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the Media and Cultural production. *Media, Culture & Society*, Vol. 28(2), pp. 211-231. doi:10.1177/0163443706061682
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2010). 'A Very Complicated Version of Freedom': Conditions and Experiences of Creative Labour in Three Cultural Industries. *Poetics*, 38 (1), pp. 4-20. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.poetic.2009.10.001
- Hockley, W. E. (2008). The Picture Superiority Effect in Associative Recognition. *Memory & Cognition*, Vol. 36(7), pp. 1351-1359. doi:10.3758/MC.36.7.1351
- Holliday, A. (2007). *Doing and Writing Qualitative Research*. London: Sage.
- Holsanova, J., & Språkrådet. (2010). *Myter och sanningar om läsning. Om samspillet mellan språk och bild i olika medier*. (1. uppl. ed., Skrifter utgivna av Språkrådet ; 12). Stockholm: Språkrådet
- Hovden, J. F. (2012). A Journalistic Cosmology: A Sketch of Some Social and Mental Structures of the Norwegian Journalistic Field. *Nordicom Review*, Vol. 12/1/2012, Vol.33(2), pp.57-76.
- Jansson P. & Lundquist H. (2017) Här lever bilden, *Journalisten*, 2–22 mars s. 2–13.
- Jenkins, R (1982). Pierre Bourdieu and the Reproduction of Determinism. *Sociology*, Vol. 16(2), pp. 270-281.
- Johansson, J., & Lagergren, F. (2008). Avreglering – ett bränsle för förnyelse. I Giertz E. (red) *Då förändras Sverige: 25 experter beskriver drivkrafter bakom utvecklingen*. Lund: Studentlitteratur.
- Journalisten* (2016a). Sex fotografitjänster bort när Sydsvenska sparar. Information hämtad 2016-09-01.
- Kobré, K. (2017). *Photojournalism: The Professionals' Approach* (7th ed.). New York; Routledge.
- Larson, M. S. (1977). *The Rise of Professionalism: A Sociological Analysis*. Berkeley: University of California Press.
- Lamont, M., & Molnár, V. (2002). The Study of Boundaries in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology*, Vol. 28, pp. 167-195.
- Langton, L. (2009). *Photojournalism and Today's News: Creating Visual Reality*. Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Leigh Star, S. (2010). This is Not a Boundary Object: Reflections on the Origin of a Concept. *Science, Technology, & Human Values*, Vol. 35(5), pp. 601-617. doi:10.1177/0162243910377624
- Lidegran, I. (2009). *Utbildningskapital: om hur det alstras, fördelas och förmedlas*: Its Creation, Distribution, and Transmission. Uppsala: Acta Uppsala universitet.
- Lindberg, T (2004). *Ett nytt sätt att se: Om bildtidningen Se 1938–1945*. Sylwan 14, Göteborg: Nordicom.
- Lindlof, T. R. & Taylor B. C. (2011). *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Lindström, P. (2008) *Svart på vitt. Om tio fotografer*. Lund: Historiska media.
- Lowrey, W. (2002). Word People vs. Picture People: Normative Differences and Strategies for Control Over Work Among Newsroom Subgroups. *Mass Communication and Society*, Vol. 5(4), pp. 411-432. doi:10.1207/S15327825MCS0504\_03
- Marchetti, D. (2005). Subfields of Specialized Journalism. In Benson, R. & Neveu, E. (Ed). *Bourdieu and the Journalistic Field*: Oxford: Polity.
- McQuail, D. (2002). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- McKendrick, N., Brewer, J., & Plumb, J.H. (1982). *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*. London: Europa Publications Limited.

- Mediebarometern 2018* (2019). Göteborg: Nordicom.
- Melin, M. (2008). *Gendered Journalism Cultures: Strategies and Tactics in the Fields of Journalism in Britain and Sweden*. Doktorsavhandling, Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Molnar, A. (1996). *Giving Kids the Business. The Commercialisation of America's Schools*. Boulder and Oxford: Westview Press.
- Mäenpää, J., & Seppänen, J. (2010). Imaginary Darkroom: Digital Photo Editing as a strategic ritual. *Journalism Practice*, Vol. 4(4), pp. 454-475. DOI: 10.1080/17512781003760501
- Mäenpää, J. (2014). Rethinking Photojournalism. The Changing Work Practices and Professionalism of Photojournalists in the Digital Age. *Nordicom Review*, 35(2), pp. 91-104.
- Newton, J. H. (2001). *The Burden of Visual Truth: The Role of Photojournalism in Mediating Reality*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Newton, J. H. (2009). Photojournalism. *Journalism Practice*, 3(2), pp. 233-243. doi:10.1080/17512780802681363
- Nielsen, R. K. (2012). How Newspapers Began to Blog. *Information, Communication & Society*, Vol. 15(6), pp. 959-978. doi:10.1080/1369118x.2012.694898
- Nord, L. & Strömbäck, J. (2012). Demokrati, medier och journalistik. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Noordegraaf, M. & Schinkel, W. (2011). Professional Capital Contested: A Bourdieusian Analysis of Conflicts between Professionals and Managers. *Comparative Sociology*, Vol. 10(1), pp. 97-125. doi:10.1163/156913310X514092
- Nycop, C-A. (1970). *Bära eller brista: en tidningsmans memoarer 1909-1944*. Stockholm: Bonnier.
- Nygren, G. (2008a). *Yrke på glid: om journalistrollens de-professionalisering*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Nygren, G. (2008b). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*. Lund: Studentlitteratur.
- Nygren, G. & Zuiderveld, M. (2011). *En himla många kanaler: flerkanalpublicering i svenska mediehus*. (Medier i konvergens; 2) Göteborg: Stiftelsen Etermedierna i Sverige & Nordicom.
- Nygren, G. (2014). Multiskilling in the Newsroom: De-Skilling or Re-Skilling of Journalistic Work? *Journal of Media Innovations*, Vol. 1(2), pp. 75-96. DOI: <https://doi.org/10.5617/jmi.v1i2.876>
- Nygren, G., & Lindblom, T. (2019). Bland multireportrar och innehållsleverantörer. I Gunnar Nygren & Ingela Wadbring (red.), *På väg mot medievärlden 2030. Journalistik, teknik, marknad* (6e upplagan). Lund: Studentlitteratur.
- Nygren, G., & Nord, C. O. (2019). Svenska nyhetsredaktioner 2019: Krympande redaktioner – nätverksproduktion och läsardata i centrum. I Truedson, L. (red). *Tillståndet för nyhetsjournalistiken 2019 – en översikt*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Ohlsson, J. (2012). *The Practice of Newspaper Ownership. Fifty Years of Control and Influence in the Swedish Local Press*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet (JMG).
- Ohlsson, J. & Facht, U. (2017). *Kampen om reklamen*. Göteborg: Nordicom.
- Ohlsson, S. (2012). *Digital Bild 4.0: [Från fotografering till färdig bild]*. Lidingö: Dext.
- Ots, M. (2012). Mediernas ekonomiska villkor. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4. ed.). Thousand Oaks, California: SAGE.
- Raetzsch, C. (2015). Real Pictures of Current Events. *Media History*, Vol. 21(3), pp. 294–312. doi:10.1080/13688804.2015.1053387
- Resumé (2016). Information hämtad 16-09-01 från länk: <http://www.resume.se/nyheter/artiklar/2014/11/26/klart-expressens-bildredaktion-laggs-ner-fran-arsskiftet/>
- Reich, Z., & Klein-Avraham, I. (2014a). Out of the Frame: A Longitudinal Perspective on Digitization and Professional Photojournalism. *New Media & Society*, Vol. 18(3), pp. 429-446. doi:10.1177/1461444814545289
- Reich, Z., & Klein-Avraham, I. (2014b). Textual DNA. *Journalism Practice*, Vol, 8(5), pp. 619-631. doi:10.1080/17512786.2014.883119
- Rosenblum, N. (2007). *A World History of Photography* (4. ed.). New York: Abbeville.
- Schultz, I. (2006). *Bag nyhederne: værdier, idealer og praksis*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Schultz, I. (2007). The Journalistic Gut Feeling. *Journalism Practice*, Vol.1(2), pp. 190-207. doi: 10.1080/17512780701275507
- Shoemaker, P. J. (2009). *Gatekeeping Theory*. New York, London: Routledge.
- Seo, S. (2019). Blue-Collar Witnesses to Power: The Culture of Photographers at the Associated Press. *Journalism Studies*, Vol.20(15), pp.2200-2217.
- Spelregler för press, radio & tv* (2020). Hämtad på [www.sjf.se](http://www.sjf.se) 2020-03-28
- Strömbäck, J., Nord, L., & Adam, S. (2012). Swedish Journalists: Between Professionalization and Commercialization. In Weaver, D. H., & Willnat, L. (Ed.) *The Global Journalist in the 21st Century* (pp. 306-319). New York: Routledge.
- Švarc, J. (2016). The Knowledge Worker is Dead: What about Professions? *Current Sociology*, Vol. 64(3), pp. 392–410. doi:10.1177/0011392115591611
- Svenskarna och Internet* (2019). Internetstiftelsen: Stockholm Hämtad från: <https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2019/10/svenskarna-och-internet-2019-a4.pdf>
- Tait, G. B. (2017). Really Social Photojournalism and a Photojournalistic Changing of the Guard: Observations and Insights. *Visual Communication Quarterly*, Vol. 24(4), pp. 230-242. doi:10.1080/15551393.2017.1388726
- Tracy, S. J. (2013). *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. Chichester, West Sussex, UK / Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Truedson, L. (2018). Tillståndet för nyhetsjournalistiken 2018 – en översikt, i Truedson, L (Red.) *Mediestudiers Årsbok – Tillståndet för journalistiken 2017/2018*. Stockholm: Institutet för mediestudier
- Wadbring, I. (2012). *Journalistikens kommersialisering - mera myt än sanning? Innehållets förändring i svensk dagspress 1960–2010*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för mediestudier
- Wadbring, I. (2013). Journalists care about commercialization. *Journalistica*, no 1: pp. 96–113. Doi: <https://doi.org/10.7146/journalistica.v7i1.15805>
- Wadbring, I., & Nilsson, M. (2016). *En bild säger mer än tusen ord? Bildjournalistikens förändring i svensk dagspress 1995–2013*. Sundsvall: DEMICOM, Mittuniversitetet.
- Weibull, L., & Wadbring, I. (2020). *Det svenska medielandskapet. Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber.

Werne, K. (2018) Omställningen - otryggheten i mediebranschen #5. Stockholm: Journalistförbundet. Från [https://www.sjf.se/system/files/2018-11/omstallningen\\_-\\_otryggheten\\_i\\_media\\_nr\\_5\\_-\\_kent\\_werne\\_korrad\\_180115.pdf](https://www.sjf.se/system/files/2018-11/omstallningen_-_otryggheten_i_media_nr_5_-_kent_werne_korrad_180115.pdf)

Westlund, O. (2011). *Cross-Media News Work. Sensemaking of the Mobile Media (Re)volution*. (Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation, Serie 64). Gothenburg: Department of Journalism, Media and Communication (JMG), University of Gothenburg.

Wiik, J. (2010). *Journalism in Transition. The professional Identity of Swedish Journalists*. (Göteborgska studier i journalistik och masskommunikation; Serie 59). Gothenburg: Department of Journalism, Media and Communication (JMG), University of Gothenburg

Wiik, J. (2011). Yrkesideal. I Asp, K. (red) *Svenska Journalister 1989–2011*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.

Wiik, J. (2014). Towards the Liberal Model. *Journalism Practice*, Vol. 8(5), pp. 660-669. doi:10.1080/17512786.2014.883112

Wikipedia (2020a). Artikel om Christer Strömholm. Nedladdad 2020-03-28.

Wikipedia (2020b). Artikel om Högskolan för fotografi. Nedladdad 2020-03-28.

Wikipedia (2020c). Artikel om Konstfack. Nedladdad 2020-04-15.

Wikipedia (2020d). Artikel om bildjournalistik. Nedladdad 2020-04-15.

Zelizer, B. (1993). Journalists as Interpretive Communities. *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 10(3), pp. 219-237. doi:10.1080/15295039309366865

Zelizer, B. (1995a). Words against Images: Positioning Newswork in the Age of Photography. In Hardt, H., & Brennen, B. (Ed.). *Newsworkers: Toward a History of Rank and File*. (pp. 135–159). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Zelizer, B. (1995b). Journalism's "Last" Stand: Wirephoto and the Discourse of Resistance. *Journal of Communication*, 45(2), pp. 78-92. doi:10.1111/j.1460-2466.1995.tb00729.x

Åker, P. (2011). Photography, Objectivity and the Modern Newspaper, *Journalism Studies* Vol. 13(3), pp. 325-33.

Örnebring, H., Karlsson, M., Fast, K., & Lindell, J. (2018). The Space of Journalistic Work: A Theoretical Model. *Communication Theory*, Vol. 28(4), pp. 403-423. doi:10.1093/ct/qty006

# 11 Bilagor

## Bilaga 1: Respondenterna

### Bildjournalistrespondenter

<p><b>BJ 1</b> Mailintervju. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Anställd bildjournalist på nationell dagstidning; Nationella och internationella utmärkelser; Årsinkomst: 400-499 tkr; År i yrket: &lt;20 år; Kön: Man; Ålder: 51-60 år; Gymnasienivå; Ingen familj-i medierbakgrund.</p>
<p><b>BJ 2</b> Bandad direktintervju. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Anställd bildjournalist på nationell kvällstidning; Nationella och internationella bildjournalistikpriser; Årsinkomst: 400-499 tkr; År i yrket: 20 år; Kön: Man; Ålder: 31-40 år; Gymnasienivå; Familj-i medierbakgrund.</p>
<p><b>BJ 3</b> Bandad direktintervju. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Anställd bildjournalist på nationell dagstidning; Nationella utmärkelser; Årsinkomst: 400-499 tkr; År i yrket: &lt;20 år; Kön: Man; Ålder: 41-50 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medierbakgrund.</p>

<p><b>BJ 4</b> Mailintervju. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Anställd bildjournalist på nationell kvällstidning; Nationellt utmärkelse; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket: &lt;20år; Kön: Kvinna; Ålder: 41-50 år; Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>BJ 5</b> Bandad direktintervju. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Anställd bildjournalist på regional dagstidning; Nationell utmärkelse; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket: 10-19 år; Kön: Kvinna; Ålder: 51-60 år; Grundskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund;</p>
<p><b>BJ 6</b> Videointervju via Skype. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Låg materiell säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Frilansande bildjournalist med kontoret hemma; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 250-299 tkr; År i yrket: &lt;20 år; Kön: Man; Ålder: &lt;60 år; Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>BJ 7</b> Videointervju via Skype. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Låg materiell säkerhet, låg tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Frilansande bildjournalist med kontoret hemma; Nationell utmärkelse; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket: &gt;10 år; Kön: Kvinna; Ålder: 31-40 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>BJ 8</b> Bandad direktintervju. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Låg materiell säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt journalistisk kapital.</i></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u> Frilansande bildjournalist med kontoret hemma; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &gt;250 tkr; År i yrket: &gt;10 år; Kön: Kvinna; Ålder: 21-30 år; Högskolenivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>

<p><b>BJ 9</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <i>Låg materiell säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt journalistisk kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u>  Frilansande bildjournalist med kontoret hemma; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &gt;250 tkr; År i yrket: &gt;5 år; Kön: Kvinna; Ålder: 21-30 år; Högskolenivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>
--	--

<p><b>BJ 10</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <i>Låg materiell säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt journalistisk kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u>  Student; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &gt;200 tkr; År i yrket: &gt;5 år; Kön: Kvinna; Ålder: 21-30 år; Gymnasienivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>
---	--

### Reporterrespondenter

<p><b>R 1</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <i>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u>  Anställd reporter på lokal dagstidning; Journalistiska utmärkelser; Årsinkomst: 400-499 tkr; År i yrket: &lt;20 år; Kön: Man; Ålder: &lt;41-50 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
--	---

<p><b>R 2</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <i>Hög ekonomisk säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u>  Frilansreporter med kontoret hemma; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 400-499 tkr; År i yrket: &lt;20 år; Kön: Man; Ålder: &lt;60 år; Grundskolenivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>
--	--

<p><b>R 3</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <i>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u>  Frilansreporter på frilanskontor; Journalistiska utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; år i yrket: &lt;20 år; Man; Ålder: 51-60 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
--	--

<p><b>R 4</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Anställd reporter på nationell kvällstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &lt;300-399 tkr; År i yrket: &lt;10-19 år; Kön: Man; Ålder: 31-40 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>R 5</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Frilansreporter på frilanskontor; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &gt;500 tkr; År i yrket: &gt;10; Kön: Kvinna; Ålder: 31-40; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>R 6</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Anställd reporter på lokal dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket: &lt;10-19 år; Kön: Man; Ålder: 21-30 år; Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>R 7</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Anställd reporter på lokal dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket: 10-19 år; Kön: Kvinna; Ålder: 41-50 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>R 8</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Låg ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Frilansreporter på frilanskontor; Journalistiska utmärkelser; Årsinkomst: 250-299 tkr; År i yrket: &lt;10-19; Kön: Kvinna; Ålder: 31-40; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>

<p><b>R 9</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Frilansreporter på frilanskontor; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &gt; 500 tkr; År i yrket: &lt;10-19 år; Kön: Kvinna; Ålder: 31-40 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
--	--

<p><b>R 10</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Låg ekonomisk säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Frilansreporter i utlandet med kontoret hemma; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 250-299 tkr; År i yrket: &gt;10 år; Kön: Man; Ålder: 31-40 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
---	--

### **Multijournalistresponder**

<p><b>MJ 1</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på regional dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 400-499 tkr; År i yrket &lt;20; Kön: Kvinna; Ålder: 51-60 år; Grundskolenivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>
---	---

<p><b>MJ 2</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på nationell dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &lt;20 år; Kön: Kvinna; Ålder: 41-50 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
---	---

<p><b>MJ 3</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, högt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på regional dagstidning; Nationell utmärkelse; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &lt;10-19 år; Kön: Kvinna; Ålder: 21-30 år, Gymnasienivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>MJ 4</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på lokaltidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &lt;10-19 år; Kön: Kvinna; Ålder: 31-40 år, Högskolenivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>MJ 5</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på regional dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &gt;5; Kön: Kvinna; Ålder: 21-30 år, Högskolenivå; Familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>MJ 6</b>  Bandad direktintervju.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Låg ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på regional dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 250-299 tkr.; År i yrket &lt;10-19 år; Kön: Man; Ålder: 41-50 år, Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>MJ 7</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Låg ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på lokal dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 250-299 tkr; År i yrket &lt;10-19 år; Kön: Kvinna; Ålder: 51-60 år; Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>

<p><b>MJ 8</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Multijournalist på lokal dagstidning;  Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &gt;5 år; Kön: Man; Ålder: 21-30 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
---	--

<p><b>MJ 9</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, låg tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Frilansmultijournalist med kontor hemma; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &gt;5; Kön: Kvinna; Ålder: 31-40 år, Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
---	--

<p><b>MJ 10</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Frilansmultijournalist på frilanskontor;  Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &lt;5 år; Kön: Man; Ålder: 31-40 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
--	---

## **Chefsrespondenter**

<p><b>CH 1</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, Høgt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Administrativ chef på regional mediekoncern; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &gt;500 tkr; År i yrket &gt;20 år; Kön: Man; Ålder: 51-60 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
---	---

<p><b>CH 2</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, Høgt symboliskt kapital.</b></p>	<p><u><b>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</b></u>  Chefredaktör på regional dagstidning;  Inga utmärkelser; Årsinkomst: &lt;400-499 tkr; År i yrket &gt;20 år; Kön: Man; Ålder: 31-40 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
---	---

<p><b>CH 3</b> Telefonintervju via Skype. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, Högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u> Administrativ chef på nationell kvällstidning; Journalistiska utmärkelser; Årsinkomst: &gt;500 tkr; År i yrket &gt;20 år; Kön: Man; Ålder: 41-50 år, Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>CH 4</b> Telefonintervju via Skype. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, Högt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u> Mellanchef på nationell dagstidning; Internationell utmärkelse; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &gt;20 år; Kön: Man; Ålder: 41-50 år, Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>CH 5</b> Videointervju via Skype. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u> Mellanchef på nationell dagstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &lt;10 år; Kön: Man; Ålder: 31-40 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>CH 6</b> Videointervju via Skype. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u> Mellanchef på medieföretag; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &lt;500 tkr; År i yrket 19-20 år; Kön: Kvinna; Ålder: 41-50 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>CH 7</b> Videointervju via Skype. Kapital enligt Örnebring m.fl. modell: <i>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</i></p>	<p><u><i>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</i></u> Mellanchef på medieföretag; Inga utmärkelser; Årsinkomst: &lt;500 tkr; År i yrket &lt;20 år; Kön: Man; Ålder: 51-60 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>

<p><b>CH 8</b>  Videointervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Mellanchef på medieföretag; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket 19-20 år; Kön: Kvinna; Ålder: 31-40 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>CH 9</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Hög ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, lågt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Mellanchef på nationell kvällstidning; Inga utmärkelser; Årsinkomst: 300-399 tkr; År i yrket &lt;20 år; Kön: Man; Ålder: 41-50 år, Gymnasienivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>
<p><b>CH 10</b>  Telefonintervju via Skype.  Kapital enligt Örnebring m.fl. modell:  <b>Låg ekonomisk säkerhet, Hög tillgång till resurser, Högt symboliskt kapital.</b></p>	<p><b><u>Symboliskt/Kulturellt/Socialt Kapital och Habitus:</u></b>  Chef på medieföretag; Journalistiska utmärkelser; Årsinkomst: 200-299 tkr; År i yrket &gt;10 år; Kön: Man; Ålder: 31-40 år, Högskolenivå; Ingen familj-i medier-bakgrund.</p>

## **Bilaga 2: Intervjuguiden**

Grundfrågor

### Personuppgifter

Namn:

Ålder:

Kön:

Yrkestitel/position:

Utbildning & nivå:

Arbetsplats:

Arbetstider:

Årsinkomst:

Utmärkelser och priser:

Vilka sociala mediekanalet använder du dagligen?

### Bakgrundsfrågor till samtliga respondenter

1) Till att börja med, berätta om din bakgrund? Fanns/finns det någon i din familj eller sociala närhet som t ex var bildjournalist, journalist eller jobbade på annat vis inom medier?

2) Vad gör du i ditt jobb? På vilket sätt berörs din yrkesroll av bildjournalistik?

### **Frågor formulerade till Bildjournalisterna**

#### Bildjournalistikens förutsättningar och villkor

*Det finns mycket forskning om vad journalister gör. Men inte så mycket vad en bildjournalist, så enligt dig hur skiljer sig yrkena åt eller gör de kanske inte det?*

1) Vad gör egentligen en bildjournalist, rent praktiskt? Om du skulle få en fråga från en person som inte är i branschen, hur skulle du beskriva din arbetsuppgift? Nämn t ex de tre främsta arbetsuppgifterna enligt dig?

2) Hur din arbetsdag ser ut?

3) Vad förväntas av dig som bildjournalist? Från till exempel från chefer och bildredaktörer? Skiljer sig det sig från vad som förväntas av en skrivande reporter? Vad förväntar du av dig själv?

4) Vilka typer av jobb/uppdrag brukar du göra?

5) Är det du som planerar dina jobb eller din arbetsdag? Kan du planera egna reportage? Hur många jobb/uppdrag/nyheter fotograferar/filmar/produserar du under en arbetsdag?

6) Vem väljer de bilder som ska bli publicerade? Du eller andra? Ifall andra, vilka?

### Bildjournalistikens normer, värderingar och ideal

*Inom journalistik har man ideal och normer kring vad som är rätt inom yrket, såsom objektivitet och eller aktualitet, t ex att det som ska publiceras ska var nytt för allmänheten, relevant och sanningsenligt samt förhoppningsvis exklusivt.*

- 1) Vilka ideal och normer skulle du säga att bildjournalistiken har? Vad ska man helst göra som bildjournalist? Vad får man inte göra som bildjournalist?
- 2) Vilka personligt ideal eller normer har du själv? Vad strävar du efter i ditt yrke?

### Tema: Ideal, kvalitet och verkligheten

- 3) Kan du ge exempel på vad du anser är bra bildjournalistik? Kan du ge exempel på dålig bildjournalistik? Skiljer det sig från vad som journalister tycker är bra och dålig bildjournalistik?
- 4) Vad anser du om läsarbilder och den utvecklingen? Kan alla bli bildjournalist nu när alla har minst en mobilkamera? Kan kalla sig bildjournalist/pressfotograf bara för att man har en digitalkamera?
- 5) Kan man tävla i bildjournalistik? (Isf i vilka tävlingar bör man tävla i?)

### Tema: Status

- 6) Vilken status upplever du att bildjournalistik har i mediebranschen? Vilken status upplever du att du själv har inom branschen?
- 7) Behöver man utbilda sig i bildjournalistik eller behövs det inte någon utbildning alls i bildjournalistik?

### Tema: Framtiden

- 8) Hur ser du på framtiden för bildjournalistiken? Hur ser du på din egen framtid som bildjournalist? Multijournalistiken, alltså att journalistyrket och bildjournalistyrket verkar smälta samman, hur ser du på den?  
Är det något du tycker jag glömt att fråga om, något du skulle vilja tillägga?  
*Slutligen, kan du rekommendera någon eller några namn i branschen, t ex reportrar, bildjournalister eller chefer, som du tror skulle kunna tillföra något till forskningen?*

### Frågor formulerade till reportrar och multijournalister

#### Tema: Förutsättningarna och villkoren

- 1) I detta förändrade medielandskap, vilka villkor arbetar tidningsbranschen under idag och vilka förutsättningar påverkar yrkesrollerna mest? Är det ny organisation, ny teknik, ny ekonomi, ny mediepolitik eller nya kulturella strömningar i samhället?

2) Enligt dig, vad förväntas bildjournalisten göra? Eller kort sagt, vad förväntar du dig av en bildjournalist? Kan du beskriva hur bildjournalistik, d.v.s. stillbilder och video, passar in i den dagliga produktionen av journalistik? I vilket läge används den? Hur används den? Var används den? Varför används den?

3) *Kraven på multikompetens ökar, traditionella yrkesidentiteter luckras upp och arbetet blir mindre individuellt och oberoende och det redaktionella systemet står allt mer i centrum för produktionen*, hur ser du på denna utveckling, vad kan ha gått förlorat i och med denna utveckling och vad kan ha vunnits på denna utveckling? Samt hur fungerar dessa arbetsmetoder hos er?

4) Och, vilka är dina personliga erfarenheter kring bildjournalistik? Har du några erfarenheter då det blivit bra eller då det inte blivit så bra, berätta gärna?

### Tema: Ideal, kvalitet och verkligheten

*Genom historien har forskning visat att det förekommer olika ideal kring kvalitet inom medierna och att de har förändrats genom åren men förmodligen finns det ändå en gemensam samsyn. I halvtids-betänkandet i medieutredningen föreslås att presstödet förändras och stödet ges till vad som anses som kvalitet.*

5) Vad är "kvalitet" enligt dig? Är ideal och kvalitet samma saker?

6) Vilken syn på ideal och syn på kvalitet är rådande på din arbetsplats, i synnerhet, samt i allmänhet, i tidningsbranschen?

Tänk så här, vem, om du skulle välja någon person i media, anser du står för hög kvalitet och rätt ideal eller vilket mediaföretag, enligt dig, representerar hög kvalitet och rätt ideal?

*I våras intervjuade jag flera bildjournalister, och de beskrev sina bildjournalistiska ideal som att "vara på plats nära händelser och personer", "fånga ögonblick" och ha "tid att visuellt skildra och förklara skeenden" och de menade att om de kunde uppnå dessa ideal blev bildjournalistiken de producerar av hög kvalitet.*

7) Vad anser du om detta? Vad ser du som bildjournalistikens kvalitet?

8) Samt, hur stämmer dessa ideal överens med verklighetens arbetsrutiner i dagen tidningsmedia?

9) När är bilder och video som bäst? Vad har de då? När är de som sämst, vad saknas eller vad har blivit fel? Kort sagt, vilka egenskaper är det som gör att en bild, eller video har hög kvalitet enligt dig? Och i jämförelse, vilka egenskaper är det som gör att en journalistisk text har hög kvalitet?

10) Vad tror du eller kanske du rent av vet du vad mediekonsumenter tycker om bildjournalistiken och journalistiken som görs idag?

*Allt fler bilder finns att tillgå i samhället, den digitala tekniken har gjort det lättare för människor att trycka på en knapp och sända iväg en bild. Det är billigt, snabbt och intressant för medier som behöver rationalisera. I den nya medieutredningen tror man att denna utveckling kommer att öka. Samtidigt visar annan forskning att den digitala tekniken medför nya källkritiska och etiska risker för journalistiken.*

10) Vad anser du om den digitala utvecklingen och vad tycker du om läsarbilder generellt, vad är dess fördelar eller nackdelar?

11) Hur används läsarbilder på din arbetsplats och i vilka sammanhang?

### Tema: Status

12) Kan tänkas vara en lite osvensk fråga men, känner du att du har en position eller yrkesroll med status inom tidningsbranschen? Kan du påverka? Lyssnar man på dig i egenskap av din position/yrkesroll? Har din position/yrkesroll fått ökad eller minskad status i branschen?

13) I allmänhet, vilken status har journalister jämfört med bildjournalister i branschen?

14) Vilken status har bildjournalistiken jämfört med journalistiken i branschen? Text vilken status har bilder i branschen och vilken status har text i branschen?

*Forskning har visat att yrkena reporter och pressfotograf länge varit relativt åtskilda men att de nu håller på att flyta samman, att gränsdragningar mellan yrkesrollerna suddas ut.*

15) Till att börja med, vad anser du om den utvecklingen? Stämmer beskrivningen med vad du ser?

16) Vilken status har multijournalistiken i branschen och vilken status har multijournalister? Har du någon gång upplevt någon dragkamp mellan journalistik och bildjournalistik, i så fall, på vilket sätt och vad hände?

17) *De senaste åren har branschen genomgått många rationaliseringar, besparingar och omstruktureringar, journalister och bildjournalister har sagts upp eller blivit multi eller frilans:* Till att börja med, hur har det varit på ditt medie företag, vilka omstruktureringar har skett där? Vad sker nu och närmast? Vad har dessa förändringar inneburit för just dig? Vad har det inneburit för bildjournalistiken och journalistiken på din arbetsplats?

19) Vilken status har frilansare i branschen? Vilka uppdrag får de och vad fyller de för funktioner i mediebranschen?

### Tema: Framtiden

*Historisk forskning kring den svenska journalistkåren har visat att den genomgått olika faser, till en början hade den rollen av att vara folkbildare, sen*

*informationsförmedlare, sen blev den Tredje Statsmakten, och nu fungerar den allt mer som en kombination av dessa samt ombud för mediekonsumenter och uttolkare av samhället. Och den nya medieutredningen, om jag tolkar den, vill stödja folkbildning kring journalistik så fler kan bli "medieborgare", som de myntat det.*

20) För det första, stämmer den nutidsbilden med hur yrkeskåren ser ut, enligt dig?

För det andra, på vilket sätt ingår bildjournalister i yrkeskåren, enligt dig?

21) Och slutligen, vilken framtiden ser du för bildjournalister och bildjournalistiken generellt?

22) Vilken framtid ser du för journalister och journalistiken generellt?

Är det något du tycker jag glömt att fråga om, något du skulle vilja tillägga?

*Slutligen, kan du rekommendera någon eller några namn i branschen, t ex reportrar, bildjournalister eller chefer, som du tror skulle kunna tillföra något till forskningen?*

### **Frågor formulerade till chefer**

*Tema: Förutsättningarna och villkoren*

*De senaste åren har branschen genomgått flera rationaliseringar, besparingar och omstruktureringar.*

1) Hur har det yttrat sig på ditt medieföretag, vilka omstruktureringar har skett de senaste åren? Vad sker just nu och vad kommer ske härnäst?

Vilka av villkoren, anser du, har påverkat nyhetsproduktionen mest, och kanske särskilt villkoren för bildjournalistiken och bildjournalister?

*Journalistiska avvägningar görs varje arbetsdag på medieföretag, på flera tidningar har många, både journalister och bildjournalister, sagts upp. Det senaste året har dessutom fotoavdelningar lagts ner och bildjournalister har blivit frilans*

2) För det först, vad anser du om detta och för det andra, vilka beslut har tagits på ditt medieföretag när det gäller omstruktureringar? Berätta gärna vad som varit avgörande för besluten? Samt hur tänker man kring omstruktureringar gällande bildjournalistiken på ditt företag?

3) Vad känner du personligen är viktigast för medieprodukten, bra bilder, bra videoklipp, bra live-teve eller bra journalistisk text?

4) Vad anser du att bildjournalister helst ska utföra och fylla för funktion på ditt medieföretag?

*Forskningen har visat att kraven på multikompetens ökar, traditionella yrkesidentiteter luckras upp och arbetet blir mindre individuellt och oberoende och det redaktionella systemet står allt mer i centrum för produktionen, hur ser du på den utvecklingen?*

5) Stämmer dessa arbetsmetoder överens med hur det ser ut på ditt medieföretag idag? Vilka/vilken yrkesgrupp är främst lämpad att utföra dessa arbetsuppgifter? Kan något ha gått förlorat i denna utveckling eller vad vinnas på denna utveckling?

Tema: Ideal, kvalitet och verkligheten

*Genom historien har forskning visat att det förekommer olika ideal kring journalistiken inom medierna. Och, nu senaste betänkandet i medieutredningen föreslås dessutom att nuvarande presstödet ska göras om och ges till kvalitativ journalistik.*

6) Men vad är de journalistiska idealen, enligt dig? Vilka egenskaper är viktiga för hög journalistisk kvalitet?

7) Vilka kvalitetsideal existerar beträffande bildjournalistik i mediebranschen idag? Vad anser du om bildjournalistiken har för uppgift eller roll idag?

8) Vad tror du eller kanske du rent av vet du vad mediekonsumenter tycker om journalistiken eller bildjournalistiken som görs idag?

*I våras intervjuade jag flera bildjournalister, som beskrev sina bildjournalistiska ideal som att "vara på plats nära händelser och personer", "fånga ögonblick" och ha "tid att visuellt skildra och förklara dessa skeenden"*

9) Vad anser du om det och hur väl stämmer det med arbetsrutiner i dagens medieverklighet?

*10) Allt fler bilder finns att tillgå i samhället, den digitala tekniken har gjort det lättare för människor att trycka på en knapp och sända iväg en bild. Vad anser du om den utvecklingen i samhället? Innebär det något för bildens betydelse i medierna idag? Samtidigt har den ny digitala tekniken medfört vissa källkritiska och etiska risker för journalistiken.*

11) Vad anser du om medborgargenererat journalistiskt material, t ex läsarbilder? Vilka risker eller fördelar ser du med sådant material? Hur ofta använder ditt medieföretag sådant material och i så fall, i vilket sammanhang?

Tema: Status

12) Vilken status har tidningsbranschen eller kanske mer specifikt, vilken status har journalistik respektive bildjournalistik? T ex vilken status har bilder och video jämfört med journalistisk text på ditt medieföretag?

13) Vilken status har journalister jämfört med bildjournalister i mediebranschen och i samhället?

14) Vilken status har multijournalistiken och vilken status har multijournalister i branschen?

- 15) Vilken status har din egna position eller yrkesroll inom tidningsbranschen? Har din yrkesroll fått ökad eller minskad status i branschen? Har du upplevt att det förekommit statusrelaterade gränsdragningar mellan journalistrollen och bildjournalistrollen på ditt medieföretag, i så fall, på vilket sätt har det yttrats sig?
- 16) En kanske lite mer filosofisk fråga, hur erhåller man status i mediebranschen?

Tema: Framtiden

*Tidigare forskning kring svenska journalistiska kåren har visat att den genomgått olika faser, till en början hade den rollen av att vara folkbildare, sen informationsförmedlare, under 70-talet blev den Tredje Statsmakten, och nu fungerar den allt mer som en kombination av dessa samt leverantör av nyheter till mediekonsumenterna.*

- 17) För det första, stämmer det med den bild du har av yrkeskåren, för det andra, på vilket sätt ingår bildjournalister i din bild av den journalistiska yrkeskåren? Samt, vilken framtid ser du för bildjournalister och bildjournalistiken i branschen? Vilken framtid ser du för journalister och journalistiken och tidningsmedierna i allmänhet?
- 18) Är det något du tycker jag glömt att fråga om, något du skulle vilja tillägga?

*Slutligen, kan du rekommendera någon eller några namn i branschen, t ex reportrar, bildjournalister eller chefer, som du tror skulle kunna tillföra något till forskningen?*