



Maj 2014

Journalistiken genomgår just nu stora förändringar som berör såväl journalistisk autonomi som arbetsförhållande. Journalistpanelens senaste undersökning visar att journalister bedömer att det egna och redaktionernas inflytande över journalistiken alltså är stort samtidigt som vinstkrav, annonsmarknad och publikundersökningar ökat i betydelse de senaste fem åren. Det journalistiska arbetet har också ändrat karaktär med avseende på arbetsbelastning och arbetsmetoder.

### **Inflytande över det egna arbetet**

I undersökningen tillfrågades journalister om vilka olika grupper och faktorer som bedömdes ha inflytande över det egna arbetet. Nyhetschefer/redaktionschefer är de som bedöms ha störst inflytande. Över hälften av journalisterna menar att de har stort inflytande. Knappt hälften menar att de egna värderingarna har stort inflytande på arbetet. Högsta ledningen och ägarna bedöms däremot ha betydligt mindre inflytande. Hälften av journalisterna menar att högsta ledningen har litet inflytande och tre fjärdedelar att ägarna har litet inflytande. Med andra ord är det grupper och personer inne på redaktionerna som bedöms ha betydande inflytande. Här ingår journalisterna själva och deras arbetskamrater som sju av tio bedömer har åtminstone ganska stort inflytande.

När det kommer till faktorer kopplade till ett mer marknadsmässigt tänkande bedöms de vara av mindre vikt. Hänsyn till annonsmarknaden har litet inflytande menar 80 procent, hänsyn till vinstkrav spelar också mindre roll, 60 procent menar att de har litet inflytande över arbetet och 50 procent menar att publikundersökningar har litet inflytande.

I undersökningen frågades det också efter hur stort ”externa” gruppernas inflytande är. Resultaten visar att en övervägande majoritet anser att politiker (85%), pr-folk (85%), påtryckningsgrupper (88%) samt näringsliv (86%) har litet inflytande över det journalistiska arbetet.

Med andra ord menar en majoritet av journalistkåren att de faktorer och grupper som är närmast det dagliga arbetet är mest inflytelserika, medan ägare och mer ”marknadsmässiga” faktorer anses ha mindre inflytande i arbetet. ”Externa” gruppernas inflytande bedöms som mycket begränsat.

### **Individuell möjlighet att fatta redaktionella beslut**

I undersökningen ställdes även frågor kring hur stort det egna inflytandet är när det handlar om att fatta redaktionella beslut. En fjärdedel anser att de har i princip total frihet att välja såväl uppslag/nyheter som vinklingar. 80 procent menar att de har stor, eller mycket stor frihet vad gäller såväl uppslag/nyheter som vinklar. Arbetsplats, ålder, kön och utbildning spelar ingen större roll för bedömningen. Däremot finns det ett klart samband mellan hur man bedömer olika grupper/faktorer inflytande och hur man bedömer det egna inflytandet. Bland de som menar att ägare, högsta ledningen och redaktionsledningen har inflytande bedöms det egna inflytandet som lägre. Samma mönster finns vad gäller vinstkrav och hänsyn till annonsmarknaden: ju högre man bedömer detta inflytande desto lägre bedömer man sitt eget. Resultatet är logiskt, men samtidigt är det viktigt att notera att även bland dem som bedömer dessa gruppernas inflytande som stort, anser en klar majoritet att det egna inflytandet alltså är stort.



## Maktförskjutningar

Utöver frågor kring olika grupper och faktorer inflytande i dagsläget ställdes även frågor kring hur inflytandet förändrats över tid. Resultaten visar att samtidigt som friheten att fatta redaktionella beslut bedöms som stora i dagsläget, menar fyra av tio att friheten minskat de senaste fem åren. Ingen anser att den ökat.

Tre av fyra journalister menar att vinstkraven ökat i betydelse och sex av tio journalister att hänsyn till annonsmarknaden och publikundersökningar ökat i betydelse. Över hälften av journalisterna menar också att Pr-folk fått ett ökat inflytande över journalistiken. Ingen anser att dessa grupper/faktorer minskat i betydelse de senaste åren. Resultaten antyder med andra ord en maktförskjutning, vilket påvisats i tidigare undersökningar från JMG. Fortfarande tillskriver dock journalisterna sig själva och redaktions/nyhetscheferna det största inflytandet över journalistiken.

## Förändrade arbetsvillkor och arbetsmetoder

Slående i journalistpanelens undersökning är att två tredjedelar av journalisterna anser att den genomsnittliga arbetstiden ökat de senaste åren (övriga uppger att den är oförändrad).

Journalistyrket har också förändrats såtillvida att tekniken spelar allt större roll. Nio av tio journalister anser att vikten av att ha tekniska kunskaper ökat och lika många anser att användandet av sökmotorer ökat i journalistiken. Över hälften menar att publiksamröret ökat. Samtliga utgör faktorer som, vid sidan av annat, kan bidra till den ökade arbetstiden. Samtidigt har den tillgängliga tiden för research minskat anser 85 procent.

## J-panelen

I journalistpanelen ingår 1880 representativa svenska journalister. 48 procent svarade på denna undersökning. För information om panelens uppbyggnad och undersökningen, kontakta Monica Löfgren Nilsson, vetenskapligt ansvarig för panelen. [Monica.lofgren-nilsson@jmg.gu.se](mailto:Monica.lofgren-nilsson@jmg.gu.se) eller 070 251 77 46.

