



LUNDS
UNIVERSITET

En trygg vuxen i ett digitalt rum: journalistik på Tiktok på
uppdrag av public service

- *en kvalitativ intervjustudie med reportrar från Lilla Aktuellt och Juniornyheterna om hur de nyhetsvärderar för Tiktok*

Kajsa Oscarson

Examensuppsats 15 hp

Vårterminen 2023

Lunds universitet: DIKK60

Handledare: Emil Lundedal Hammar

Abstract

The aim of this thesis is to investigate how journalists at Lilla Aktuellt and Juniornyheterna are influenced by their news audience, primarily children and youths, on Tiktok. Both editorials work on behalf of Swedish public service, which means they have to report objectively and impartially. Previous research has shown that public service organizations must reassess what it means to be of public service in an ever-changing media landscape. But there is currently no Swedish study that has investigated how Swedish public service, SVT and SR, position themselves on Tiktok, with the aim of reaching children, which calls for new knowledge. Through semi-structured interviews this thesis explores how the participants reflect on their news evaluation regarding Tiktok. More specifically, the study examines the significance of the interaction with the audience for the editorial's journalistic ambitions, using theories of digital literacy, platformization and linear communication. The main result of this study is that comment field moderation on Tiktok is a valuable, yet resource-intensive, task because the editorials get an indication of what engages the target audience. It also breaks down how Lilla Aktuellt and Juniornyheterna try to position themselves on Tiktok as a credible and reliable news source for children.

Key words: platformization, cross-platform journalism, Tiktok, Lilla Aktuellt, Juniornyheterna, public service, Sveriges Television (SVT), Sveriges Radio (SR)

Förord

Den här uppsatsen hade inte varit möjlig att genomföra utan deltagarna som lät sig intervjuas. Tack för att ni gjorde era röster hörda och era perspektiv om journalistik på Tiktok synliga.

Jag vill också tacka min handledare, mina nära och kära, och särskilt min vän Isabelle Göransson, som tagit sig an materialet och varit till ovärderlig hjälp under skrivprocessen.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Problemformulering.....	1
1.2 Syfte och frågeställningar.....	2
1.3 Avgränsningar.....	3
1.4 Disposition.....	3
2. Tidigare forskning.....	4
2.1 Public service och sociala medier.....	4
2.2 Otydliga gränser mellan journalistik och innehåll.....	5
2.3 Cross-plattform journalism.....	6
3. Metod.....	7
3.1 Kvalitativ intervjumetod.....	7
3.2 Empiri och urval.....	8
3.3 Att transkribera och tolka informanterna.....	8
3.4 Metodologiska överväganden.....	9
3.4.1 Maktförhållande och etik.....	10
3.4.2 Anonymitet.....	11
4. Teori och centrala begrepp.....	12
4.1 Från linjär kommunikation till tvåvägskommunikation.....	12
4.2 Plattformisering.....	15
4.3 Digital litteracitet.....	16
5. Resultat och analys.....	18
5.1 Beskrivning av studieobjekt.....	18
5.1.1 Public service.....	19
5.1.2 Lilla Aktuellt.....	20
5.1.3 Juniornyhetererna.....	20
5.1.4 Tiktok.....	21
5.2 Journalistiska arbetsuppgifter på Tiktok.....	23
5.3 En trygg vuxen i en digital värld.....	25
5.4 Nyhetsvärdering.....	28
6. Diskussion.....	31
6.1 Informationsutbyte.....	31
6.2 På uppdrag av public service.....	32
7. Slutsatser.....	33
7.1 Vidare forskning och avslutande reflektioner.....	34
Referenser.....	35
Bilagor.....	39

1. Inledning

Under 2000-talet har journalistikens former digitaliserats. Tv, tidningar och radio kan nu konsumeras genom strömningstjänster på internet eller via appar i den smarta mobiltelefonen. Detta har medfört att det dagliga nyhetsflödet kommer från andra aktörer, som företag och plattformar, istället för genom traditionell massmedia. Människor kan nu dessutom, tack vare bland annat sociala medier, själva välja hur och när nyheter ska konsumeras. Det betyder att massmedia fått sin dominans utmanad, nu behöver de organisera sig efter sociala mediers logik (Isaksson och Mattsson, 2017, s. 97-100). Det ställer krav och förväntningar på SVTs nyhetsprogram Lilla Aktuellt och SRs nyhetsprogram Juniornyheterna, som producerar nyheter för barn och ungdomar på uppdrag av public service. Redaktionerna sänder tv och radio på traditionellt vis i veckorna, och använder sig samtidigt av Tiktok för att nå ut med sin journalistik till målgruppen: barn i mellanstadieåldern.

1.1 Problemformulering

Kärnan i den här uppsatsens problemformulering är att publiken på Tiktok influerar Lilla Aktuells och Juniornyheternas nyhetsvärdering inför publiceringar på appen. Det är och har varit en utmaning för traditionell media att klara av en digital förflyttning och samtidigt attrahera en yngre publik. Public service har dessutom, till skillnad från kommersiella aktörer, i uppdrag att producera nyheter som barn och ungdomar kan ta del av. Eftersom Tiktok är en av de mest populära apparna bland barn i mellanstadieåldern har både Lilla Aktuellt och Juniornyheterna valt att etablera sig där (Internetstiftelsen, 2023, s. 167). Redaktionerna närvarar, under våren 2023, inte på några andra sociala medier-plattformar. Det innebär att de anställda behöver anpassa sin journalistik för plattformen, och att de aktivt väljer ut vilka nyheter som ska formateras till Tiktok-videos. Lilla Aktuellt och Juniornyheterna måste även förhålla sig till att deras målgrupp, barn i mellanstadieåldern, är vana och aktiva mediekonsumenter med tillgång till ett enormt underhållningsutbud. Samtidigt är deras publik också bara barn, vilket nyhetsvärderingen ska anpassas efter. Mot bakgrund av dagens komplexa medielandskap, fokuserar denna studie därför på hur de journalister som arbetar på Lilla Aktuellt och Juniornyheterna själva reflekterar över sin nyhetsvärdering för Tiktok.

Bakgrunden till uppsatsens ämnesval grundar sig även i kontroversen som rått i samhällsdebatten om Tiktoks datalagring, eventuella kopplingar till kinesiska statsmakten

och misstankarna om spioneri (Nordevik, 2020). Politiker världen över vill få svar – är appen farlig? USA har redan bannlyst appen från statliga mobiltelefoner, och EU-kommissionen har följt efter. Frågan har ställts om det är politiskt motiverade beslut, eller om Tiktoks succé banat vägen för en modern “öst mot väst”- säkerhetsfråga (Hansson, 2023). Den säkerhetspolitiska debatten om Tiktok är dock inte uppsatsens primära fokus. Kontroverserna är dock något redaktionerna måste förhålla sig till och därför är det relevant för uppsatsens syfte att inkludera i bakgrunden. Det finns för närvarande ingen motsvarande diskussion i liknande omfattning och grad av allvar gällande exempelvis Instagram eller Facebook. Därför är Tiktok högtintressant att undersöka, och särskilt när plattformen kombineras med journalistik på uppdrag av public service.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att öka förståelsen för hur sociala medie-plattformar influerar public service-redaktioners nyhetsvärdering, specifikt i kontexten av nyhetsprogram med barn och unga som målgrupp. Uppsatsen kommer att utreda sambandet mellan journalistik och Tiktok, samt redogöra för hur det kan kopplas till teorier om digital litteracitet och linjär kommunikation. För att uppnå uppsatsens syfte ska jag därför i denna studie undersöka vilka inställningar och attityder reportrar på Lilla Aktuellt och Juniornyhetererna har till nyhetsvärdering för publiceringar på Tiktok. Uppsatsen ämnar bidra med kunskap från ett perspektiv som sällan förekommer i forskningen om journalistik och sociala medier: från journalister som arbetar med barn- och ungdomsnyheter.

Frågeställningar:

- Vilka arbetsuppgifter har reportrarna på Lilla Aktuellt och Juniornyhetererna kopplat till Tiktok?
- Vilken betydelse har interaktionen med barnen på Tiktok för Lilla Aktuells och Juniornyheterernas nyhetsvärdering?
- Hur nyhetsvärderar reportrar på Lilla Aktuellt och Juniornyhetererna vilka nyheter som ska publiceras på redaktionernas respektive Tiktok-konton?

1.3 Avgränsningar

Studien är avgränsad till att undersöka tre public service-anställda reportrars reflektioner och inställningar till nyhetsjournalistik på Tiktok. Mer specifikt avgränsas studien till att beröra ungdomsredaktionerna Lilla Aktuellt (SVT) och Juniornyheter (SR), eftersom de etablerat sig på Tiktok och byggt upp stora plattformar där. Studien avgränsas till att utgå från deras respektive Tiktok-kanaler, @svtlillaaktuellt och @juniornyheter. Jag har medvetet valt att intervjua tre reportrar från svensk public service med liknande arbetsuppgifter för att kunna genomföra en jämförande analys. Det är ett kvalitativt urval och kan inte förstås som representativt för en större grupp.

1.4 Disposition

Den här uppsatsen är uppdelad i sju huvudsakliga delar. Efter uppsatsens inledning presenteras tidigare forskning om bland annat *platformization* och *cross-platform journalism*. Vidare i kapitel tre följer uppsatsens metodavsnitt, vilket bland annat innefattar en diskussion om forskningsetik. Efter metodavsnittet presenteras studiens teoretiska ramverk, och i kapitel fem beskrivs studieobjektet, följt av resultat och analys. Till sist följer ett diskussionskapitel, studiens slutsats samt avslutande reflektioner.

2. Tidigare forskning

Flera forskningsfält inom akademien har undersökt Tiktoks utveckling de senaste åren, men ingen svensk studie har gjorts angående hur public service (SVT och SR) tar sig an plattformen i syfte att positionera sitt varumärke för en yngre målgrupp. På så sätt bidrar den här uppsatsen till nya kunskaper och insikter i ämnet från journalisternas perspektiv. Även om just den svenska scenen för det här området är tämligen outforskat finns det relevanta studier som belyser hur andra europeiska public service-aktörer anpassar sin journalistik för diverse sociala medier. I det här avsnittet kommer jag inledningsvis att redogöra för forskning som undersökt förhållandet mellan public service och sociala medier. Därefter följer ett avsnitt om studier som analyserat hur massmedier anpassat sitt innehåll för Tiktok, och till sist behandlas ett avsnitt om fenomenet *cross-platform journalism*.

2.1 Public service och sociala medier

I takt med att sociala medier utvecklats under det senaste decenniet har också journalisters kunskap om plattformarnas användningsområden ökat. Dels har Facebook, Twitter etc. inneburit ett nytt sätt att distribuera nyheter, och dels har utvecklingen medfört nya journalistiska verktyg. Det har exempelvis blivit rutin i det redaktionella arbetet att göra en "koll" på sociala medier om vad som händer och trender (Isaksson & Mattsson, 2017, s. 99-100). Statistik från sociala medier innebär att nyhetsredaktioner numera har en god uppfattning om vilken typ av nyheter som har potential att bli virala, och frågan är hur kunskapen påverkar nyhetsvärderingen. Samtidigt är det en utmaning för nyhetsredaktioner att nå ut med sin journalistik till den yngre målgruppen, 00- och 10-talisterna, som vuxit upp i tid där utbudet av nyheter och underhållning finns i ett överflöd. José van Dijck och Thomas Poell (2015) skriver om hur sociala medier påverkat brittisk och nederländsk public services relation till allmänheten. De undersöker hur mediebolagen i respektive land kan dra nytta av publikens engagemang i sociala medier, utan att behöva kompromissa med kärnuppgiften och förväntningarna från allmänheten. Public services uppdrag är att nå ut med samhällsviktig information, samt att erbjuda invånarna i alla åldrar ett brett utbud. Författarna betonar att det är en enorm utmaning för public service att nå barn, och speciellt tonåringar, som vuxit upp med strömningstjänster, sociala medier och internet, och argumenterar därför för att public service-bolagen måste omvärdera vad det innebär att vara i allmänhetens tjänst i ett ständigt föränderligt medielandskap (van Dijck & Poell, 2015, s. 149-150). Vidare menar van Dijck och Poell att eftersom amerikanska strömningstjänster konkurrerar med europeisk

television och radio måste public service-bolagen undersöka effektiva sätt att nå ut med innehållet till folket - trots att det är utanför deras egna bekvämlighetszon (ibid, s. 158).

2.2 Otydliga gränser mellan journalistik och innehåll

Förutom ovan nämnda artikel är det även av relevans att nämna två studier som belyser hur nyhetsmedia anpassar sitt innehåll för att nå publiken på Tiktok. Jorge Vázquez-Herrero, María-Cruz Negreira-Rey och Xosé López-García (2022a) har gjort en innehållsanalys där de undersöker hur 19 större nyhetsredaktioner formaterar sin journalistik till Tiktok i syfte att nå en yngre målgrupp. De har bland annat jämfört språk, grafiska element, musik och nyhetsämnen. Studiens resultat pekar mot att de undersökta mediebolagen gör en progressiv utökning på Tiktok, med syftet att positionera sitt varumärke inför framtidens publik - tonåringarna. Estetiken på Tiktok, som grafiska element, musik, visuella effekter och filter, används till populära danser och utmaningar men också till nyhetsfragment. Ibland rör sig innehållet bort från journalistiken för att närma sig barn i deras vardagliga digitala miljö. Det betyder att nyhetsredaktioner redigerar nyhetsvideos som publiceras på Tiktok annorlunda jämförelsevis med hur publiceringen ser ut i tv. Studien poängterar att redaktionerna inte "dansar fram" nyheterna, utan presenterar faktan med en rolig, avslappnad och attraktiv tonalitet, istället för i en sträng och seriös atmosfär. Det är helt i linje med rådande trender på plattformen (ibid, s. 1729).

Vázquez-Herrero, Negreira-Rey och López-García (2022b) har i en annan forskningsartikel analyserat journalisters närvaro och innehållsstrategi på Tiktok. Framgångsrika journalister har i traditionell media blivit idoliserade och attraherat nya läsare eller lyssnare med sin stjärnglans. De har släppt böcker och sänt egna nyhetsprogram. Men teknisk innovation och sociala nätverk har under 2010-talet möjliggjort att vem som helst med tillgång till en mobiltelefon kan konkurrera med stjärnreportern om publiken, och till och med skapa egna kanaler. Artikelförfattarna menar att det skapat en uppmärksamhetsekonomi där journalister och influencers samexisterar och där gränsen mellan journalistik och innehåll suddats ut (ibid, s. 148). Det har resulterat i att journalister på eget bevåg försöker överföra publik från Tiktok till andra plattformar. Studiens resultat visar att somliga journalister anpassar sig till Tiktok samtidigt som de behåller traditionella värderingar, medan andra utvecklat nya sätt att berätta nyheter och berättelser på. Det förekommer att journalister utvecklar strategier för att främja sitt eget personliga varumärke på plattformen (ibid, s.152).

2.3 Cross-platform journalism

Slutligen är det av relevans för den här studien att redogöra för tidigare forskning inom fältet *cross-platform journalism* som berör kopplingen mellan sociala medier och journalistik, eftersom empirin består av intervjuer med reportrar som beskriver sitt förhållande till journalistik på Tiktok. Valerie Hase, Karin Boczek och Michael Scharkow (2022) redogör i en studie för hur nyhetskanaler anpassar sin journalistik till olika sociala medier-plattformar. De menar att stora sociala medier-plattformar blivit centrala aktörer för både nyhetsredaktioner och deras publik när det kommer till *hur* nyheter konsumeras (ibid, s. 2). Facebook, Instagram, Twitter och Tiktok har helt ändrat journalisters rutiner och samtidigt publikens nyhetsvanor. Det är inte en fråga för en nyhetsredaktion *om* en nyhet kan skapa engagemang online, utan *hur* de ska få nyheten att spridas vidare.

Hase, Bozek och Charkow (2022) undersöker även hur fyra tyska nyhetsredaktioner presenterar sin journalistik på Instagram, Twitter, Facebook och Tiktok. De har jämfört ursprungliga nyhetsartiklar med texten som publiceras på respektive sociala medier-plattform (ibid, s. 8). Studien undersökte variabler som språk, ämne, länkar och interaktivitet hos de utvalda nyhetsredaktionerna. Forskarna ville även undersöka ifall journalister frekvent väljer berättelser med kändisar, då deras hypotes var att kända profiler genererar engagemang och "likes". Men de övergripande resultaten visade att det är svårt att bevisa att redaktionerna anpassar sitt journalistiska innehåll för sociala medier (ibid, s. 16). Däremot menar artikelförfattarna att det går att urskilja ett mönster i hur journalister anpassar sitt innehåll på en teknisk nivå. Nyhetsredaktioner väljer exempelvis medvetet bort att publicera länkar på Instagram för att korta ner och tydliggöra innehållet. Forskarna kunde däremot inte urskilja en systematik gällande vilken typ av ämnen som väljs ut att publiceras på de olika plattformarna (ibid, s. 1).

Sammanfattningsvis visar sammanställningen av tidigare forskning att det finns en del studier som ämnar fördjupa sambandet mellan public service, sociala medier och journalistik. Även om Hase et.al (2022), Vázquez-Herrero et.al (2022a) och van Dijck & Poell (2015) gjort ambitiösa försök att analysera hur medier, och särskilt public service-bolag, anpassar sig efter sociala mediernas logik kvarstår en kunskapslucka om hur motsvarande fenomen ter sig i Sverige, vilket innefattar SVT och SRs positionering på Tiktok där barn är den huvudsakliga publiken. Det legitimerar den här uppsatsens val av ämne ytterligare och förhoppningsvis kan resultatet bidra till att belysa forskningsområdet inför framtida studier.

3. Metod

Detta kapitel redogör för studiens metod och metodologiska överväganden. Inledningsvis presenteras studiens intervjumetod: kvalitativa semi-strukturerade intervjuer. Därefter kommer en övergripande redogörelse över hur empirin hanterats, följt av processens metodologiska överväganden. Metodavsnittet avslutas med en diskussion om själva intervjustudien gällande forskningsetiska aspekter.

3.1 Kvalitativ intervjumetod

Det finns ett brett spektrum av olika slags intervjuer. I denna studie har jag använt mig av kvalitativa semistrukturerade intervjuer som metod. Det är ett tillvägagångssätt vars syfte är att få tillgång till individers attityder och inställningar till ett ämne. Bridget Byrne (2012) skriver att semistrukturerade intervjuer är en flexibel metod, men nackdelen är att resultatet sällan går att förutse, (ibid., s. 207). Semistrukturerade intervjuer uppmanar informanten att prata fritt om ett ämne, under en begränsad tid. Det öppna samtalet särskiljer metoden från exempelvis enkätundersökningar, som utgår från formella "stängda" frågor (ibid, s 208). Till skillnad från gruppintervjuer och enkäter har semistrukturerade intervjuer en styrka i att forskaren får en djupare förståelse för enskilda individers uppfattningar, åsikter, upplevelser, värderingar och kunskaper kring ett utvalt ämne (ibid, s. 209).

Studiens syfte är att samla empiri från verksamma journalister med anställning på SVT eller SR. I de kvalitativa semistrukturerade intervjuerna vill jag undersöka hur informanterna reflekterar över sitt journalistiska nyhetsarbete på Tiktok, med vetskap om vad ett public service-uppdrag innebär, samt den aktuella debatten om Tiktok. Valet av semistrukturerad intervju som metod för den här uppsatsen är därför effektivt för att ta reda på informanternas inställningar och attityder till ämnet, utan att den insamlade empirin blir övermäktig att hantera. Jag är medveten om att det finns andra metoder att använda sig av för att undersöka min frågeställning, exempelvis enkäter, fokusgrupper eller diskursanalys. Dessa metoder medger dock inte den djupare förståelse för en enskild individs inställning till ämnet som jag eftersträvar. Det är inte heller relevant för mitt uppsatsämne, eller i linje med god forskningssed, att tolka underliggande uttryck från informanterna i syfte att göra en diskursanalys, eftersom det är informanternas upplevelser och inställning som är det centrala för analysen.

3.2 Empiri och urval

Den här studien baseras på så kallade “expertintervjuer”, vilket innebär att informanterna är i förväg utpekade baserat på den särskilda erfarenhet de besitter, och inte slumpvis utvalda. Jag ansåg att tre informanter var tillräckligt för att kunna samla empiri för att besvara frågeställningarna, och dessutom finns det relativt få verksamma reportrar på de utvalda redaktionerna med dokumenterad erfarenhet av att arbeta med nyhetsjournalistik på Tiktok. Detta framkom under min inledande mailkontakt med informanterna. Jag är dock medveten om att studiens omfång och val av metod inte ger ett fullständigt statistiskt säkerställt resultat, däremot öppnar det upp för vidare forskning.

För att kunna besvara frågeställningarna behövde jag få åtkomst till förstahandsinformation från primära källor. En primär källa har varit med om det som efterfrågas, i kontrast till en sekundär källa som återger eller sammanställer vad andra sagt (Kylén, 2004, s. 11). Kvalitativa intervjuer med reportrar är primära källor i denna studie, eftersom de har förstahandsinformation och kunskap om den dagliga nyhetsjournalistiken som skapas av public service på Tiktok. Den typen av information har inte chefer som beslutar om redaktionens övergripande strategi, eller ungdomarna som konsumerar nyheterna, eller deras föräldrar. De två sistnämnda skulle kunna svara på enkäter om upplevelsen av public services närvaro på Tiktok, men det säger inget om *hur* eller *varför* denna typ av journalistik uppkommer. Min samlade bedömning är att studiens tre informanter medger både validitet och reliabilitet. Validiteten anger de insamlade uppgifternas värde och kvalitet, och med reliabiliteten menas hur pass tillförlitlig den insamlade empirin är. Den här studien använder sig av mjuka data, som åsikter och känslor, men det kan ändå vara reliabel data som ger ett stabilt resultat i relation till studiens syfte (ibid, s. 13).

3.3 Att transkribera och tolka informanterna

Den här studien baseras på tre intervjuer á 45 minuter vardera. Intervjuerna har genomförts i form av ett digitalt videosamtal genom Microsoft Teams. Plattformen erbjuder både inspelning och transkribering med AI-teknik (Warren, 2023). Transkriberingen är det första steget i behandlingen av empirin, och ska ske så nära intervjutillfället som möjligt (Ehn och Öberg, 2011, s. 63). Fördelen med att använda sig av en digital transkribering är att den görs löpande under själva intervjun, och citaten kan tidskodas minut för minut. Den digitala transkriberingssmetoden har också inneburit en skillnad rent tidsmässigt, eftersom en timmes

intervju kan ta så lång tid som åtta timmar att transkribera, om det görs på traditionellt vis (Ehn och Öberg, 2011, s. 63). Nackdelen är dock att transkriberingen inte blir hundra procent språkligt korrekt. Därför har jag senare korrigerat de språkliga fel som programmet gjort, med stöd av videoinspelningen.

Det finns inte en självklar analysmetod för kvalitativa intervjumaterial, utan flera möjliga vägar att gå. Syftet med den här studien är att undersöka innehållet i intervjuerna, i kontrast till att undersöka formen eller själva intervjusituationen (Ehn och Öberg, 2011, s. 64). Det är informationen och berättelserna som är mitt primära undersökningsområde, inte exempelvis hur informanterna uttrycker sig eller beter sig under själva intervjun. När alla intervjuer transkriberats återstod bearbetning och tolkning av informanternas subjektiva berättelser. En första bearbetning av empirin skedde genom upprepad läsning av intervjuutskriften. Under läsningens gång har jag markerat och sorterat den information som informanterna delat med sig av. Jag har valt ut citat från partier som behandlar relevanta ämnen utifrån studiens frågeställningar. Det är ett etablerat tillvägagångssätt, där forskaren lär sig det empiriska materialet och där förhandsuppfattningar om materialet kan ifrågasättas. Det är inte ovanligt att problemställningarna ändras från det ursprungliga allt eftersom bearbetningen fortskrider (ibid, s. 64).

Slutligen är det av relevans att nämna hur informationen reducerats i studiens bearbetningsprocess. Forskaren behöver sortera, välja, och välja bort från underlaget (Lantz, 2013, s. 145). Allt som informanterna delat med sig av är inte relevant för studiens syfte, men vissa fragment kan användas för att skapa en kontext och kopplas till relevanta teorier. Därför är meningar i analysen ryckta ur sitt sammanhang. Risker med detta förfarande är att informantens svar kan få en annan betydelse än det ursprungliga, eftersom sammanhanget saknas (ibid, s. 147). Eftersom forskarens huvudsakliga uppgift är att spegla källan: "så ser intervjupersonen på saken" (ibid, s. 159), eftersträvar jag att återge intervjuaren korrekt.

3.4 Metodologiska överväganden

Frågorna till studiens intervjuer delades in i tre teman enligt en intervjuplan. En intervjuplan är ett sätt att konceptualisera samtalsinnehåll samtidigt som forskaren säkerställer att frågorna följer en röd tråd. Det är inte nödvändigt att intervjuplanen följs kronologiskt vid en semi-strukturerad intervju, eftersom frågorna omformuleras språkligt beroende på

informantens svar (Lantz, 2013, s. 70). De tre teman som intervjun indelades i är 1. Reporterns arbetsuppgifter på redaktionens Tiktok, 2. Den redaktionella nyhetsvärderingen på Tiktok och 3. Public service-uppdraget på Tiktok. Både inför och under intervjutillfället förklarade jag för informanterna hur upplägget såg ut, vilka rättigheter de har, och vilka ämnen samtalen i grova drag skulle behandla.

I en semistrukturerad intervju består intervjuplanen av konkreta frågor som belyser aspekter utifrån teorier som studien baseras på. Det finns utrymme för improvisation och följdfrågor med den semistrukturerade intervjuplanen, till skillnad från den formella strukturerade intervjun (Lantz, 2013, s. 74). Under studiens första intervju improviserade informanten genom att visa upp och guida mig genom redaktionens Tiktok-kanal. Informanten ville utveckla sitt resonemang om nyhetsvärdering på sociala medier och jag tillät detta att ske. Med erfarenhet från den improviserade situationen uppmuntrade jag även de andra informanterna att använda sig av ett visuellt berättande under intervjun. De visade på skärmen hur deras redaktions Tiktok-kanal fungerar och kunde med hjälp av det visuella berättandet utveckla sina resonemang.

3.4.1 Maktförhållande och etik

Relationen mellan informanterna och mig som forskare har varit avgörande för hur de valt att svara på studiens frågor. Under en lång intervju utvecklas en samvaro där sannolikheten för att en förtrolig relation ska uppstå ökar, och det kan påverka intervjun. Det är därför viktigt att intervjuaren visar en förmåga att lyssna intresserat, för vem vill öppna upp sig om den andra inte verkar genuint nyfiken? Men samtidigt får intervjuaren inte överskrida gränsen och riskera att likna en terapeut eller vän (Ehn och Öberg, 2011, s. 66). Jag har medvetet försökt skapa öppenhjärtiga samtal där intervjupersonerna känner sig trygga och bekväma. Samtidigt har jag varit tydlig med studiens syfte för att markera att informanterna deltar i en seriös studie.

Det finns andra faktorer som forskaren måste ta ställning till redan under den inledande processen av studien. Frågornas utformning spelar roll, för när två människor interagerar med varandra i en intervju uppstår en hierarki som forskaren måste ta hänsyn till, även om ambitionen är att hålla intervjun så neutral och objektiv som möjligt. Det handlar om hur intervjuaren och intervjupersonen förhåller sig till exempelvis varandras kön, klass, etnicitet och ålder, vilket kan påverka maktbalansen (Byrne, 2012, s. 213). Forskaren ska även

informera deltagarna om vad studien innebär, och säkerställa att deltagarna gett sitt samtycke till att delta. (ibid, 2012, s. 214). I den här studien har samtliga informanter läst ett informationsbrev samt medgivit sitt samtycke genom mail. De har utöver det även informerats muntligen att intervjun kan avslutas när de vill. Ämnet, journalistik på Tiktok, är inte kontroversiellt eller känsligt, men det finns ett uppenbart attribut som kan påverka maktbalansen. Jag är själv journalist och anställd på en av SVTs nyhetsredaktioner, vilket mina informanter är medvetna om. Vid tillfället för studien var jag dock tjänstledig, men min anställning kan ändå påverka hur informanterna upplever studiens syfte. Det kan dessutom vara av möjlig betydelse att jag personligen har insyn i SVTs internkommunikation gällande Tiktok, men inte SRs.

3.4.2 Anonymitet

Det är god forskningssed att uppgifter anonymiseras, vilket enligt Vetenskapsrådet (2017) innebär att det ska vara omöjligt att koppla uppgifter till en bestämd individ. Problematiken i att den här studiens empiri enbart består av tre expertintervjuer är att informanternas anonymitet inte kan garanteras. Även om deltagarna inte namnges kan personer med insyn i branschen misstänka vilken reporter som är vem. Anonymitet är särskilt viktigt när studien avhandlar ett känsligt ämne som våld eller övergrepp (Vetenskapsrådet, 2017, s. 41). Ämnet i den här studien, nyhetsjournalistik på Tiktok, är dock inte kontroversiellt eller känsligt i den bemärkelsen. Det hade varit en markant skillnad ifall studien handlade om exempelvis journalisters upplevelse av traumatiska händelser. I detta fall är redaktionerna Lilla Aktuellt samt Juniornyhetererna namngivna eftersom det i min bedömning vore meningslöst att benämna dem som "nyhetsredaktioner för ungdomar inom svensk public service". Faktum är att det bara finns Lilla Aktuellt och Juniornyhetererna som stämmer in på den beskrivningen (SVT, SR, 2023). Av de tre deltagarna i studien arbetar en på Juniornyhetererna och de andra två på Lilla Aktuellt. Jag har valt att fingera deras namn för att få ett bättre språkligt flyt i uppsatsens resultatdel. Hädanefter kommer de att benämnas som: Alva, Louise och Elin.

Övrig information om informanterna är medvetet utelämnad för att inte riskera att röja deltagarnas identitet. Om fler mediebolag och informanter inkluderats i studien hade deltagarnas anonymitet möjligtvis stärkts. Men med tanke på studiens omfattning och tidsram var en tydlig avgränsning nödvändig. Samtliga deltagare i den här studien är informerade om hur resultatet presenteras och hur deras identitet hanteras.

4. Teori och centrala begrepp

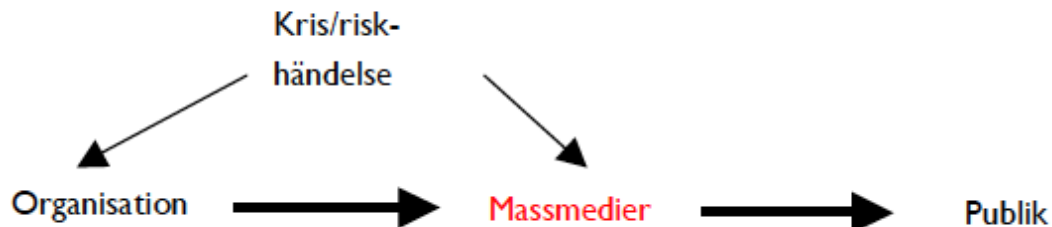
I det här avsnittet presenteras uppsatsens teoretiska ramverk. Det används senare till undersökningens analysdel samt som underlag till studiens diskussion. Inledningsvis presenteras teorin om den linjära kommunikationsmodellen, och därefter redogör jag för begreppet plattformisering. Till sist introduceras teorin om digital litteracitet kopplad till individens förmåga att orientera sig i digitala miljöer. Det är svårt att hitta teorier som förklarar människors förmåga att tänka källkritiskt till den information som återfinns på internet, men med hjälp av begrepp som digital litteracitet kan förståelsen för hur barn och vuxna navigerar på Tiktok fördjupas.

4.1 Från linjär kommunikation till tvåvägskommunikation

Teorin om linjär kommunikation används i den här uppsatsen för att belysa hur utvecklingen av medielandskapet har påverkat och format *Lilla Aktuellt* och Juniornyheterernas nyhetsvärdering för Tiktok. Framställningen bygger på Michael Karlssons (2008) teori om linjär kriskommunikation. Jag kommer följaktligen beskriva paradigmskiftet för medier, från en linjär kommunikation till dagens mer dynamiska modell, en tvåvägskommunikation, där avsändare och mottagare har ett utbyte av varandra.

Massmediers roll vid stora nyhetshändelser har förändrats i och med digitaliseringen. Traditionellt har publiken aktivt vänt sig till medier i syfte att informera sig om en rådande krissituation eftersom egna observationer inte kan ge tillräckligt med information om det aktuella nyhetsläget. Karlsson (2008) menar att tv, radio och tidningar fungerat som en brygga mellan tid och rum åt publiken, då det är omöjligt för dem att ta del av händelser utanför sina egna sinnens räckvidd. Det medför att centrala huvudaktörer vid en kris, som myndigheter, företag och organisationer, är beroende av medier för att kommunicera korrekt information till allmänheten (Karlsson, 2008, s. 5-6). Det är en linjär kommunikationsmodell där massmedier haft en viktig position vid stora nyhetshändelser. Journalister har haft möjligheten att vinkla en händelse ur ett perspektiv som de själva bedömer har det största nyhetsvärdet för publiken. Nyhetsredaktioner har därmed haft makten att definiera publikens uppfattning om vad som hänt under en kris, som en terrorattack, bilolycka eller skolskjutning. Det innebär även att medier kontrollerat hur centrala aktörer agerat och hanterat situationen i fråga. Publiken har behövt använda sig av medier för att få höra en kommentar från de inblandade huvudpersonerna, liksom det omvända. En politiker eller företagschef har varit

beroende av medier för att kunna uttala sig och förmedla information de anser sig vara av relevans, i syfte att skydda sitt varumärke (Karlsson, 2008, s. 6-7). Den linjära kommunikationsmodellen illustreras i figur 1.

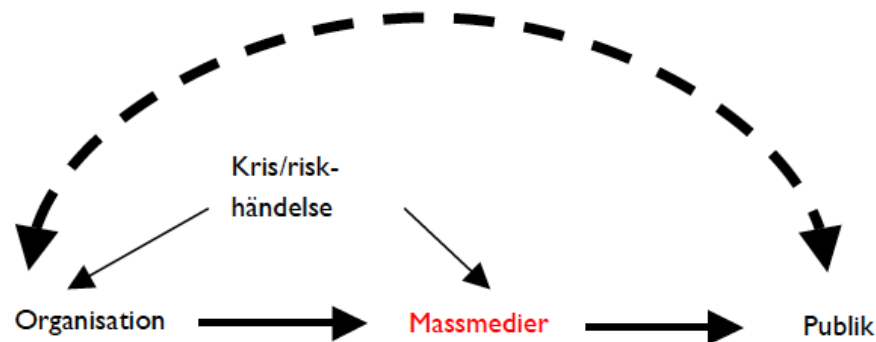


Figur 1. Illustration över massmediernas och avsändarens (organisationens) traditionella roll när publiken vill informera sig om en kris/nyhetshändelser (Karlsson, 2008, s 7).

Internet och sociala medier har helt ändrat förutsättningarna för den linjära kommunikationen mellan publik, massmedier och organisationer vid en nyhetshändelse. Traditionell journalistik har förlorat kontrollen över information, menar Karlsson (2008). Mediernas så kallade gate keeping-funktion har underminerats av Internet eftersom *alla* kan vara en potentiell avsändare av information. Publiken kan kommentera, dela och interagera inlägg som kommer direkt från avsändaren (Karlsson, 2008, s.8). Det ger publiken mer makt och en möjlighet att tala om för avsändaren, en organisation, vilken information de anser är av störst intresse. Samtidigt kan en avsändare, som en politiker i blåsväder, på egen hand publicera ett inlägg i sina sociala medier-kanaler för att kommentera ett omdiskuterat rykte. Ett företag kan uttala sig på sin egna hemsida om en händelse utan att riskera obekväma frågor vid en intervjusituation.

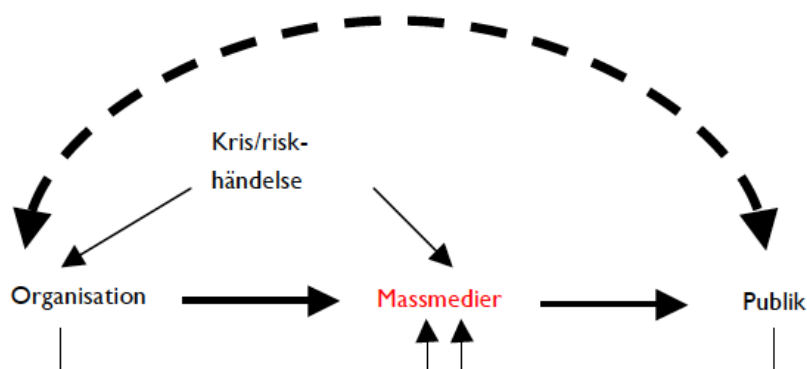
Karlsson (2008) menar dock att det fortfarande är högst troligt att den första kontakten mellan avsändare och publik uppstår genom massmedier, då publiken annars inte får kännedom om en pågående nyhetshändelse. Dessutom får publiken ett journalistiskt genomarbetat material genom massmedier, vilket inte är fallet när informationen kommer direkt från avsändaren (Karlsson, 2008, s. 7-8). Den stora skillnaden nu, jämfört med före internets tid, är att massmedier inte längre erhåller samma privilegierade ställning när det kommer till att påverka allmänhetens inställning och kunskaper till nyhetshändelser. Karlsson (2008)

exemplifierar skiftet med att beskriva nyhetsrapporteringen vid en flygolycka: människor kan nu vända sig direkt till flygbolagets egna kanaler istället för att vänta på att få information om händelsen från en tv-kanal (Karlsson, 2008, s. 9). Denna nya form av kommunikationsväg illustreras nedan i figur 2.



Figur 2. Illustration som visar att publik och organisation kan kommunicera med varandra direkt utan att gå genom massmedier (Karlsson, 2008, s. 9).

Ytterligare en stor skillnad som digitaliseringen fört med sig, då jämfört med nu, är hastigheten. Publiceringar av olika slag har ökat i samband med internets genombrott och till följd av det även interaktionen mellan publik, massmedier och avsändare. Det aktualiserar frågan om kvaliteten på innehållet, vilket är särskilt problematiskt för journalistiken som oftast är tidskrävande, menar Karlsson (2008). Den uppskrivade publiceringshastigheten kan påverka den journalistiska kvaliteten och pressetiska normer (Karlsson, 2008, s. 13). Å andra sidan har det allt snabbare nyhetsklimatet gett upphov till att såväl publik som organisationer kan bidra till den redaktionella nyheten. Karlsson (2008) menar att interaktiviteten komplicerat den klassiska rollfördelningen: “vi skriver - du läser”. Nyheten som journalisten presenterar kan numera få mothugg i form av kommentarer på sociala medier-plattformar. Därmed står inte massmedias sanning längre oemotsagd på samma sätt som före internets tid. Det som brukar kallas mediernas tolkningsföreträdare har i takt med digitaliseringen urholkats, eftersom andra personer än journalister kan påverka och kontextualisera nyheter (Karlsson, 2008, s. 11). Figur 3 kompletterar kommunikationen från figur 2, med tillägget av interaktiva kommunikationsvägar.



Figur 3. Genom interaktiva funktioner tar aktörer större utrymme i media, vilket kan förändrar rollfördelningen (Karlsson, 2008, s. 12).

4.2 Plattformisering

För att besvara studiens andra frågeställning, om vilken betydelse interaktionen med Tiktok-publiken har för redaktionen, krävs en teoretisk förståelse för logiken bakom framgången för stora plattformar som Tiktok. Begreppet plattformisering kontextualiserar sambandet mellan nyhetsredaktioners anpassning för sociala medier, vilket kommer till användning för den här uppsatsen. En digital plattform sammanför mänskliga relationer och beteenden i en online-miljö. Människor kan kommunicera, handla och informera sig om nyheter genom plattformar på internet. Anne Helmond redogör för begreppet plattformisering, där hon argumenterar för att plattformar kommit att dominera den infrastrukturella och ekonomiska modellen för den sociala webben (Helmond, 2015). Men det är ett fåtal stora företag som driver de allra största plattformarna på internet framåt, som Facebook, Google och Microsoft. Den här utvecklingen har inneburit att inte bara ekonomin plattformiserats, utan det gäller även journalistiken. Teorin om att nyheter plattformiserats innebär att nyhetskanaler väljer, anpassar och producerar nyheter i linje med samma logik som plattformen ifråga (Hase et. al. 2022, s. 2).

Valerie Hase, Karin Boczekb and Michael Scharkowc (2022) skriver om hur nyhetskanaler anpassar sina berättelser utifrån vilken plattform de publiceras på. De menar att journalistik på sociala medier plattformiserats för att främja engagemang och interaktion med publiken (Hase et. al. 2022, s. 2). Journalister har i alla tider nyhetsvärderat, anpassat och valt berättelser som passar för publicering. Redaktioner har själva haft kontroll över nyheterna på sin egen plattform i form av en tryckt tidning eller sändningar i radio och tv. Under 2000-talet

har sociala medier-plattformar utvecklats bortom deras kontroll och tvingat bolagen att anpassa sig för sin publik. Det innebär att en nyhet kan lämpa sig att presenteras på ett sätt för Facebook, och annorlunda på Twitter eller Tiktok. När det kommer till publicering på Facebook väljer redaktioner exempelvis 'mjukare' artiklar och anpassar språket för att öka engagemanget hos läsarna (Hase et. al. 2022, s. 2). Teorin om att nyheter plattformiseras är relevant för den här studien då det kan appliceras på informanternas svar på hur de väljer ut vilka nyheter som de anser passar redaktionens Tiktok-kanal. Begreppet fördjupar förståelsen för hur journalistik förändrats i takt med digitaliseringen. Det gäller reportrarnas tillvägagångsmetoder, journalistiska verktyg och möjligheter till att knyta band med betydelsefulla källor. Teorin om plattformisering kan även kopplas till de utökade arbetsuppgifter för reportrarna, till följd av att redaktionen vill närvara på fler plattformar än den egna.

4.3 Digital litteracitet

För att förstå varför barn och tonåringar uttrycker sig som de gör på Tiktok, och varför nyhetsredaktioner ser ett värde i att interagera med publiken, är det av relevans för den här studien att redogöra för teorin om digital litteracitet. Inledningsvis beskrivs termen litteracitet, och därefter presenteras danah boyds teori om digital litteracitet, vilket hon sammanför med förmågan att vara källkritisk. Med stöd av boyd kommer jag senare att angripa empirin i den här studien, eftersom just källkritiskt tänkande var ett återkommande tema under intervjuerna.

Begreppet litteracitet används i det svenska språket för att beskriva förmågan att vara skrivkunnig och läskunnig (Nationalencyklopedin, 2023b). Den engelska översättningen *literacy* används bredare inom forskningen för att beskriva en kompetens, exempelvis *digital literacy* och *information literacy*. Båda begreppen används för att beskriva en kompetens som överskrider förmågan att läsa och skriva (Sundin, 2012, s.6). På samma sätt som vi behöver lära oss att läsa, skapa mänskliga relationer och att ta aktiva val i livet behöver vi också lära oss att navigera bland all information som finns på internet. Varje individ i det senmoderna samhället förväntas ta ansvar och vara påläst inom allt fler områden, som elavtal, skolval och pensionsplacering. Förr vände vi oss till en självutnämnd expert för att få råd om dessa val, men idag vänder vi oss istället till en internetbaserad sökmotor. Informationsvetaren Olof Sundin menar att den digitala utvecklingen tvingat människor att tänka källkritiskt och

anpassa sig till samhällets nya digitala förutsättningar (Sundin, 2012, s. 1). Att orientera sig i digitala miljöer innebär också att förstå sig på de sociala praktiker som plattformarna sätter ramarna för. Olof Sundin menar att det är en förmåga att lära sig skriva en statusuppdatering på Facebook, eller att författa ett stycke till en artikel på Wikipedia. Det är med andra ord en form av litteracitet, konsten att kunna söka, organisera, värdera och kritiskt förhålla sig till information på internet (ibid, 2012, s. 2).

Sociala medier-forskaren danah boyd har i flera böcker och tidskrifter fokuserat på hur samhället, journalistiken och politiken påverkas av tekniken. I boken *It's complicated - the social lives of networked teens* redogör hon för hur och varför tonåringar använder sig av sociala medier. Hon menar att vuxna tar för givet att dagens tonåringar, som vuxit upp med internet, automatiskt kan navigera källkritiskt i digitala miljöer. Ofta beskrivs ungdomar som *digital natives* och äldre vuxna som *digital immigrants*. Det vill säga: antingen är individen uppvuxen med internet, eller så har individen lärt sig att hantera internet senare i livet. Enligt boyd har tonåringar ett försprång till att lära sig hur tekniken fungerar, men det betyder å andra sidan inte att de fötts med en inlärd förmåga att prestera i en digital miljö (boyd, 2012, s. 176). Vidare argumenterar boyd (2012) för att ungdomar måste bli mediakunniga, både som konsumenter och producenter av sociala medier. Det kan handla om att lära sig att kritiskt granska reklam eller att värdera trovärdigheten i ett budskap från ett nyhetskonto (boyd, 2012, s. 181). Genom sitt fältarbete har boyd (2012) på nära håll upplevt hur stora skillnader det kan vara i digital litteracitet mellan olika tonårsgrupper. Vissa tonåringar är intresserade av att utforska digitala världar, medan andra inte ens har tillgång till tekniken. Det finns ungdomar som är självlärda i avancerad programmering, och det finns tonåringar som inte kan urskilja spam i mailkorgen. Därför kan det vara farligt att anta att barn och ungdomar automatiskt är informerade om den digitala infrastrukturen som exempelvis Tiktok och Instagram bygger på. Samtidigt är det naivt att tro att vuxna, *digital immigrants*, inte har värdefulla perspektiv att erbjuda i utbyte (boyd, 2012, s. 177).

5. Resultat och analys

I det här avsnittet beskrivs studieobjektet, och därefter presenteras resultaten från intervjuerna. Materialet analyseras löpande i relation till det teoretiska ramverket. I resultatet följer en redogörelse över reportrarnas arbetsuppgifter kopplat till Tiktok, samt vilken betydelse interaktionen med Tiktok-publiken har för redaktionerna. Här kommer teorin om digital litteracitet och den linjära kommunikationsmodellen att tillämpas. Slutligen redovisas resultatet från intervjuerna gällande hur reportrarna nyhetsvärderar.

Informanternas namn är som tidigare nämnt fingerade i den här studien. Nedan följer en tabell där det framgår vilken redaktion respektive informant tillhör.

informant #1	Alva	Juniornyheterna
informant #2	Louise	Lilla Aktuellt
informant #3	Elin	Lilla Aktuellt

Tabell 1. Intervjupersonernas fingerade namn och redaktionstillhörighet.

5.1 Beskrivning av studieobjekt

Den här uppsatsen är avgränsad till att undersöka hur reportrar från *Lilla Aktuellt* och *Juniornyheterna* nyhetsvärderar material inför publicering på Tiktok. Det är därför av relevans att beskriva respektive redaktions omfattning, vad uppdraget från public service innebär, samt att kortfattat redogöra för hur Tiktok fungerar. Syftet är att ge läsaren en djupare förståelse för komplexiteten i det som den här studien vill utforska, och för hur den samtida debatten om Tiktok utmärkte sig under våren 2023 - tidpunkten för när studiens intervjuer inträffade.

Det förändrade medielandskapet innebär att nyheter numera kan konsumeras i olika former på digitala plattformar. Här i Sverige konsumerade den genomsnittlige svensken någon form av medier drygt sju timmar per dag år 2021, vilket inkluderar allt från podcasts till strömningstjänster (Mediebarometern, 2022). Massmedierna slåss om publikens uppmärksamhet och för journalister har sociala medier utvecklats till en viktig aktör då plattformarna kan sprida nyheterna vidare (Nordicom, 2021). För barn och ungdomar är det

en självklarhet att använda sig av internet och sociala medier för att ta del av nyheter idag. Nästan alla barn (97 procent) i Sverige i åldern 8-19 år använder internet dagligen, och de största plattformarna bland mellanstadie- och högstadieelever är Youtube, Tiktok och Snapchat (Internetstiftelsen, 2022 s. 167-190). Nyhetsredaktioner har därför tvingats utveckla strategier för hur innehållet ska nå den samtida publiken (Vázquez-Herrero et al, 2022, s 1719). Det gäller svenska kommersiella nyhetskanaler, samt public service. I samband med digitaliseringen har journalistik dessutom blivit participatoriskt. Med det menas att vi kan kommentera, dela och trycka på gilla-knappen när en nyhet dyker upp i flödet.

5.1.1 Public service

Termen public service kommer ursprungligen från hur det brittiska radioföretaget BBC beskrev sin verksamhet på 1920-talet. I Sverige översätts begreppet oftast till "i allmänhetens tjänst". Public service innebär att radio och tv ska kunna bedrivas utan statlig påverkan, samtidigt som riksdag och regering har ett ansvar att se till att verksamheterna förhåller sig till vissa grundläggande riktlinjer, som krav på opartiskhet och saklighet (Förvaltningsstiftelsen, 2023). Public service får inte sända vad som helst, utan måste anpassa och förhålla sitt innehåll efter radio- och tv-lagen, samt ett sändningstillstånd som beslutas av regeringen. Tillståndet sträcker sig över sex år, sedan måste det revideras och förnyas. De får inte heller sända reklam, men sponsring kan förekomma. Kravet på opartiskhet innebär att en kritiserad part ska få möjlighet att bemöta kritiken och försvara sig. Uppgifter av betydelse ska också vara sakliga och korrekta, och inte vilseledande (Myndigheten för press, radio och tv, 2023a).

Det finns tre svenska public service-bolag. Det är Sveriges Television (SVT), Sveriges Radio (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR). De finansieras via skatt med en särskild public serviceavgift. Sedan den 1 januari 2019 betalas avgiften av alla över 18 år som har en beskattningsbar förvärvsinkomst (Nationalencyklopedin, 2023a). Tanken är att programföretagen ska ge Sveriges invånare ett oberoende och mångsidigt utbud inom såväl nyheter som sport och underhållning, utan att använda sig av reklam eller produktplacering. SVT, SR och UR ägs av Förvaltningsstiftelsen AB för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Förvaltningsstiftelsen är, som namnet antyder, en stiftelse som bildades i sin nuvarande form av svenska staten år 1997 (Myndigheten för press, radio och tv, 2023b). Syftet med ha en stiftelse som ägandeform är

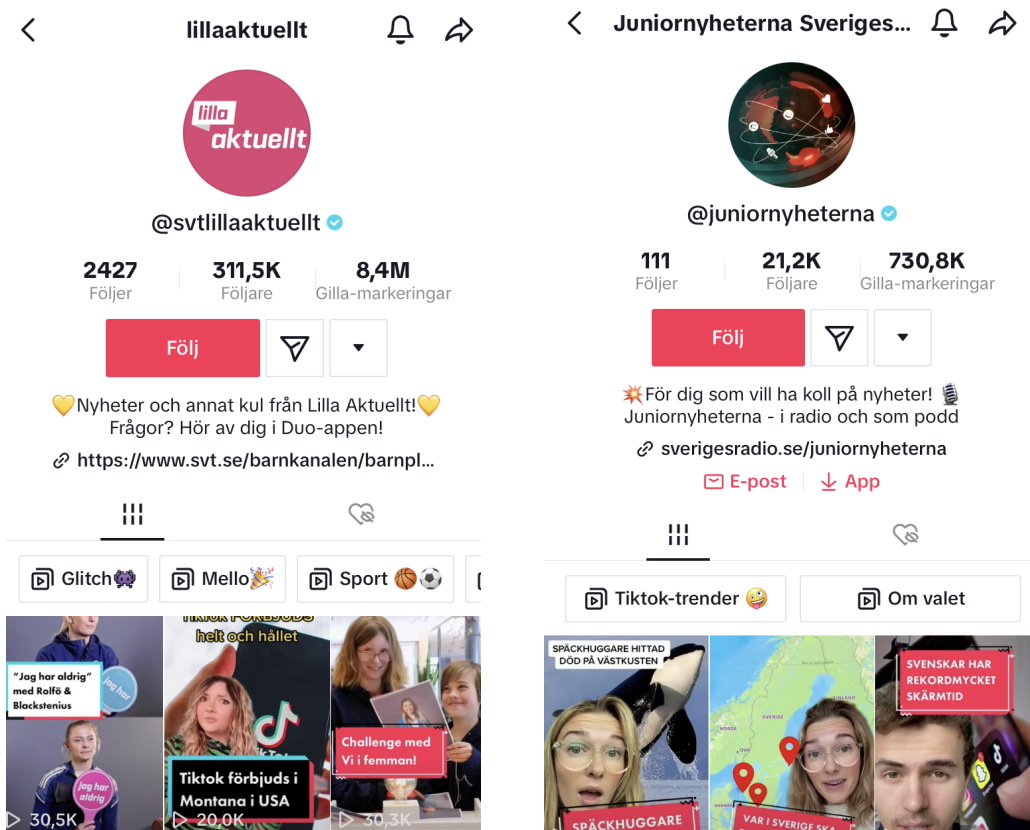
att säkerställa att statsmakten håller armlängds avstånd från public service, för att främja det journalistiska oberoendet i Sverige. En styrelse bestående av tretton ledamöter styr Förvaltningsstiftelsen, vars ledamöter utses formellt av regeringen efter förslag från de politiska partierna (Förvaltningsstiftelsen, 2023).

5.1.2 Lilla Aktuellt

Eftersom den här studien primärt fokuserar på två nyhetsredaktioner är det av betydelse att redogöra för deras respektive utformning, för att få en bättre uppfattning om hur deras redaktionella resurser ser ut. Lilla Aktuellt är SVTs nyhetsprogram för barn i åldern nio till tolv år och har funnits sedan 1993. Redaktionen utgår från Stockholm och består av drygt 23 medarbetare, inkluderat reportrar, programledare, grafiker och chefer. De publicerar videoklipp och nyheter för SVT Play och SVT Barn måndagar till torsdagar. På fredagar sänds även specialavsnittet Lilla Aktuellt Skola som fördjupar veckans nyheter, vilket ofta inkluderas i undervisningen i landets skolor (SVT Play, 2023). Varje vardag publicerar redaktionen även en nyhetshändelse på sin Tiktok-kanal. Lilla Aktuellt startade sitt Tiktok-konto i februari 2020, och har tre år senare (i maj 2023) drygt 311 000 följare. Redaktionen har beslutat att endast närvara på Tiktok, och inte på några andra sociala medier-plattformar. Tidigare fanns de på Instagram, men då reportrarna noterade att målgruppen förflyttat sig till Tiktok bestämde redaktionen sig för att sluta närvara på Instagram och bara fokusera på Tiktok (intervju #2, 2023).

5.1.3 Juniornyhetererna

SRs motsvarighet till SVTs Lilla Aktuellt är Juniornyhetererna. Det är ett radioprogram som sänds både i SRs P4-stationer och publiceras i podcastformat. Målgruppen är barn i åldern nio till tretton år. Varje vardag sänder redaktionen ett kort nyhetsprogram på tre minuter med de viktigaste nyhetshändelserna från dagen. Dessutom publicerar de ett fördjupningsavsnitt varje vecka om en utvald nyhet. Juniornyhetererna är en liten redaktion som utgår från Göteborg med tre anställda medarbetare. I maj 2023 hade Juniornyhetererna strax över 21 000 följare på Tiktok (SR, 2023).



Figur 1. Skärmdumpar från Lilla Aktuellt respektive Juniornyheternas Tiktok-kanaler. [2023-05-24]

5.1.4 Tiktok

Tiktok är en mobilapplikation där användarna kan publicera egna korta videoklipp eller ta del av andra användares videor. Det som utmärker Tiktok jämfört med exempelvis Facebook och Instagram är algoritmerna bakom appens personliga flöde som kallas 'For you page' (FYP). När en användare utforskar appen för första gången är flödet av videor helt opersonligt, men i takt med att användaren stannar till på vissa videor och kollar klart, eller 'gillar' en annan typ av videor, förstår Tiktoks algoritm vad användaren är intresserad av. Om användaren stannar till på videor med bebisar som äter, kommer Tiktoks algoritm fylla på FYP med liknande innehåll. På så vis skräddarsys innehållet för varje användare baserat på hans beteendemönster. En annan framgångsfaktor för Tiktok är varje användares möjlighet att slå igenom för en miljonpublik på plattformen, oberoende av antal följare. Hamnar du på en annan användares FYP och personen uppskattar innehållet, kan din video snabbt nå flera tusentals andra (Hern, 2022).

Eftersom appen dras med kontroverser är det av relevans att redogöra för huvuddragen i dessa och historiken bakom. Tiktok ägs av det kinesiska företaget Bytedance, som började utforma appen år 2016. Ett år senare började företaget etablera sig på den västerländska marknaden, efter att det köpt upp den populära videoappen Musical.ly (Internetstiftelsen, 2023). Därefter exploderade antalet användare världen över. Under det första kvartalet år 2020 blev Tiktok den snabbast växande mobilapplikationen i världshistorien, med två miljarder nedladdningar under den nämnda tidsperioden (Vázquez-Herrero et al, s. 1721). Det är framförallt barn och ungdomar som använder sig av Tiktok. Enligt undersökningen *Svenskarna och internet 2020* använde drygt hälften av alla 12-15-åringar i Sverige Tiktok dagligen (Internetstiftelsen, 2020). Men åldersgränsen för att skapa ett eget konto är 13 år. Om Tiktok misstänker att användaren är yngre än så spärrar de personens konto (Tiktok, 2023). Under år 2022 och 2023 har det rapporterats återkommande i svenska och utländska medier om huruvida Tiktok lagrar känslig information från användarna eller inte. Kontroversen grundar sig i att det cirkulerat uppgifter om att den kinesiska staten övervakar användarna, eftersom appen ägs av kinesiska Bytedance (Internetstiftelsen, 2020). Men det har också framkommit kritik mot Tiktoks användarvillkor och mot hur appen tillåter företag att marknadsföra sig på appen. År 2021 framförde den europeiska konsumentorganisationen BEUC omfattande kritik i en rapport där de analyserade hur reklam på Tiktok riktas mot barn och ungdomar. Framförallt handlar kritiken om att Tiktok misslyckas med att skydda de yngre användarna från smygklam och potentiellt skadligt innehåll. BEUC skriver även i rapporten att Tiktoks praxis för behandling av användarnas personuppgifter är vilseledande. Vidare menar BEUC att Tiktok inte informerar sina användare tillräckligt tydligt om vilka personuppgifter som samlas in, för vilket ändamål och av vilka juridiska skäl (BEUC, 2021). Det finns således både en säkerhetspolitisk och etisk debatt kring appen, vilket är av relevans att ha i beaktning för den här studiens utformning.

Här i Sverige har flera myndigheter förbjudit sina anställda från att ha Tiktok nedladdad på tjänstetelefonen. I mars 2023 meddelade Försvarmakten att de inför ett förbud, och kort därefter följde Trafikverket, Luftfartsverket, Migrationsverket och Sjöfartsverket deras exempel (Larsson, 2023). Under våren 2023 tog även ett flertal svenska kommuner och regioner samma beslut (Dawood, 2023). Men myndigheternas och kommunernas beslut kom långt efter att public service-bolagen beslutat att förbjuda Tiktok på de anställdas arbetstelefoner. Redan i augusti 2020 meddelade Sveriges Television och Sveriges Radio att

medarbetarna ska radera Tiktok från tjänstetelefonerna, och att appen fortsättningsvis ska förbjudas. SRs presschef Claes Bertilsson kommenterade beslutet för branschtidningen *Journalisten* (Granström, 2020): “Vi har gjort det för att vi bedömer att Tiktok-appen inte är förenlig med den säkerhetsnivå vi ställer på våra arbetsverktyg”.

Beskedet fick konsekvenser för SVTs ungdomsredaktion Lilla Aktuellt, som då etablerat sig på Tiktok för att kunna följa ungdomstrender och interagera med målgruppen. Vid tillfället, augusti 2020, hade Lilla Aktuellt drygt 90 000 följare på appen och redaktionen beskrev Tiktok som deras viktigaste plattform för sociala medier (Runevad Kjellmar, 2020). Lilla Aktuellt meddelade att de inte tänkte sluta med sin journalistik på Tiktok, utan att lösningen fick bli att införskaffa en ny telefon där Tiktok kan användas, utan att installera andra arbetsrelaterade appar med känsliga uppgifter (Ericsson, 2020). Sedan SVTs och SRs beslut sommaren 2020 har reportrarna på Lilla Aktuellt och Juniornyheterna arbetet med Tiktok dagligen via varsin särskilt utsedd telefon endast avsedd för Tiktok (informant #1 och #2).

5.2 Journalistiska arbetsuppgifter på Tiktok

Reportrarna på Lilla Aktuellt och Juniornyheterna fick börja intervjun med att beskriva hur deras arbetsuppgifter på redaktionen ser ut. Det framkom att varje informant utför långt fler uppgifter än att skriva, intervjuar eller göra research. De berättar att de växlar mellan att vara reporter, programledare, webbredaktör, innehållsproducent och fotograf. Informanterna beskriver det dagliga morgonmötet som produktionens utgångspunkt, det är där dagens arbetsuppgifter fördelas och diskuteras. Förutom att producera nyhetssändningar till tv, strömningstjänster och radio förväntas reportrarna också uppdatera redaktionens sociala medier och bevaka nyhetsläget. Eftersom Lilla Aktuellt är en del av SVT Barn, och Juniornyheterna en del av Barnradion på SR, förekommer det arbetsuppgifter som utförs för respektive barnkanal.

Alva: Jag gör ganska många olika saker. Dels publicerar jag digitalt innehåll för Juniornyheterna, specifikt på Tiktok då, men också digitalt innehåll mot Barnradions konto. [...] och sen så handlar det ju om att vara med på morgonmöten och bestämma vilka nyheter vi tar med idag, och korra manus så vi fått allting rätt. Eller så klipper jag podd, eller så intervjuar jag politiker eller barn. Eller så gör jag en Tiktok (informant #1).

Den enda sociala medier-plattformen som Lilla Aktuellt respektive Juniornyhetera närvarar på är Tiktok. Louise är utsedd att ansvara för Lilla Aktuells Tiktok-kanal, och hon beskriver sina arbetsuppgifter på plattformen som ett sätt att omvärldsbevaka vad målgruppen är intresserad av. Hon ägnar ungefär två timmar per arbetsdag åt Tiktok, enligt egen uppskattning.

Louise: Jag ansvarar för hur vi ska se ut på Tiktok och jag klipper klippen. Jag går igenom data. Vad funkar? Vad funkar inte? När droppar barn? Jag modererar. Jag är också sociala medier-reporter. Jag försöker hålla koll på trender och se vad liksom målgruppen har för sig eller ser på appen. Jag har liksom en ganska konstant dialog med målgruppen genom text för att få reda på vad de ser i sitt flöde om de ser läskiga klipp eller saker som vi borde prata om (informant #2).

Informanternas beskrivning av sitt journalistiska arbete är i linje med Anne Helmonds begrepp plattformisering, det vill säga att plattformar tagit över webbens infrastruktur och ekonomiska modell under 2000-talet. Det har i sin tur resulterat i att plattformar, som Tiktok, strävar efter att annat internetbaserat innehåll ska anpassas till deras plattform. Det är själva kärnan av plattformiseringen av internet (Helmond, 2015, s. 1). När informanterna redogör för hur det dagliga arbetet byter skepnad från traditionell nyhetsproduktion till närvaron på Tiktok kan det tolkas som ett uttryck för att journalistiken plattformiserats. Resultatet visar att Tiktok kräver stora resurser från redaktionerna ifråga, i form av både tid och personal. Den tredje informanten, Elin på Lilla Aktuellt, berättar att redaktionen utser en medarbetare varje dag att ha ett särskilt Tiktok-ansvar. Arbetsuppgiften innebär att hålla ett extra öga på redaktionens konto och föregå en situation som skulle kunna utlösa en kris. Det anmärkningsvärda är att det som upptar reporterns tid mest är moderering av kommentarsfält. Ämnet fördjupas mer under avsnitt 5.3.

Elin: Då är det [Tiktok] mitt ansvarsområde hela dagen och det som görs då är väl egentligen att man ska moderera minst två gånger per dag, och det beror ju lite på hur lång tid det tar att moderera. Det kan ju gå på liksom fem minuter, men det kan ju också vara att man behöver sitta ganska länge och kolla igenom mycket kommentarer och så där (informant #3).

5.3 En trygg vuxen i en digital värld

Alva, som har ansvaret för Juniornyheterens Tiktok-kanal, uppskattar att det går åt drygt två till tre timmar per arbetsdag till att hantera redaktionens konto. Det handlar främst om att moderera kommentarsfälten och se till att det hålls god ton utan att någon går till personangrepp. Enligt Alva använder Juniornyhetererna frekvent ett Tiktok-format som går ut på att nyheten ifråga följs av en följdfråga till publiken. Anledningen är att redaktionen vill skapa dialog i kommentarsfältet med målgruppen.

Alva: För att det är då vi får kontakt med vår publik på riktigt. Vi ser vad som engagerar dem och hur de pratar med varann, och de får större chans att ställa frågor. [...] Om vi får igång dem till att prata kan vi ha en dialog med dem sen, och lära känna dem mer. Men det kan ju också vara så att man hittar ett case till något annat i sändningen (informant #1).

Vidare beskriver Alva hur hon använder kommentarsfälten som ett journalistiskt verktyg för att få nyhetstips och kontakt med intervjupersoner. Det är ett tillvägagångssätt som även Louise på Lilla Aktuellt använder sig av. Båda menar att barnens kommentarer och taggar hjälper redaktionen att förstå vilken typ av ämnen som engagerar barnen. Att analysera redaktionens kommentarsfält kan tolkas som ett sätt för reporterna att ha ett 'digitalt öra mot marken'. Informanterna återkommer ofta under intervjuerna om vilken typ av innehåll som främjar engagemang. Alva berättar att ju mer omdiskuterat ett ämne är, desto större chans är det att inlägget leder till ett aktivt kommentarsfält. Om redaktionen är snabba med att plocka upp en "snackis" kan det generera större spridning för deras journalistik, och det betyder i sin tur att fler barn i målgruppen tar del av nyheten.

Alva: Så här. Vad kan skapa mest dialog? Kan vi få igång ett riktigt bra kommentarsfält på det här? Finns det en bra fråga till en nyhet? Då kan det vara avgörande, absolut. Men det kan också vara att någonting har ett väldigt högt nyhetsvärde, alltså en stor nyhetshändelse (informant #1).

Relationen mellan Lilla Aktuellt, Juniornyhetererna och Tiktok-publiken kan tolkas som ett resultat av hur medielandskapet förändrats, från en linjär kommunikationsmodell till dagens tvåvägskommunikation. Publiken är inte längre beroende av att invänta massmedias rapportering om en nyhetshändelse, utan publiken kan själva påverka journalisterna, i detta

fall i att efterfråga eller premiera olika typer av innehåll genom sitt engagemang. Vidare poängterar Elin, som inte har lika mycket erfarenhet av att jobba med journalistik på Tiktok, att kommentarsfälten är oerhört värdefulla för redaktionen och något som måste prioriteras i det dagliga arbetet, både nu och i framtiden. Hon anmärker även på att det finns en tendens till ett hårdare tonläge i deras kommentarsfält på Tiktok, vilket tvingar dem att moderera kraftigt.

Elin: Ja, men det kanske har blivit lite mer tufft i kommentarsfälten. Och att kanske kommer det vara någonting som vi framöver måste förhålla oss mer till, typ. För att ändå någonstans så är kommentarsfältet ändå väldigt viktigt för att barnen ska kunna prata med varandra, och med oss (informant #3).

När intervjun senare övergick till att behandla public service-uppdraget började båda informanterna som arbetar på Lilla Aktuellt att beskriva redaktionens mål med närvaron på Tiktok. De menar att redaktionens strävan med närvaron på Tiktok är att vara en trygg vuxen som barnen kan ställa frågor till, och lära sig något av.

Louise: Hela vårt syfte är ju både att liksom hitta kanske nya tittare, men också att vara liksom en trygg vuxen i deras värld som de kan fråga om saker. Och jag tror att det är så de har liksom börjat använda oss också. De har lärt sig att ifrågasätta saker de ser: "Det här kanske inte stämmer riktigt?". Är de osäkra så kanske de taggar oss (informant #2).

Informanternas beskrivning av barnens agerande på Tiktok tyder på att det utvecklats en form av källkritiskt utbyte mellan barnen och nyhetsredaktionen. Även om människor idag har tekniska möjligheter att välja nyhetskällor, har traditionell media (som public service) fortfarande en fördel i att publiken känner till deras narrativ när en händelse sätts i ett sammanhang (Karlsson, 2008, s. 11-12). Med utgångspunkt i det resonemanget kan barnens intresse av att fråga redaktionerna om nyhetshändelser tolkas som att barnen anser att redaktionen är en tillförlitlig källa. Åtminstone de barn som aktivt väljer att kommunicera med redaktionerna på plattformen. Enligt informanterna är det dock inte bara interaktiviteten i de egna kommentarsfälten som signalerar något av nyhetsvärde, utan det handlar även om antalet *taggar* i andra användares kommentarsfält. Informanterna uttrycker flera fördelar över kommunikationen på Tiktok med barnen: dels handlar det om att få nyhetstips och att följa

med i trender, dels handlar det om att positionera sig som en trygg punkt som barnen kan använda sig av och återkomma till när de vill kontrollera en uppgift. Deras beskrivning av interaktionen på Tiktok tyder på att SVT och SR positionerat sig som en aktör med källkritisk kunskap som barnen respekterar. Det tyder även på att barnen utvecklat en form av digital litteracitet, och deras utforskande online uppmuntras av Lilla Aktuellt och Juniornyhetererna. Förmågan att orientera sig i en miljö online, det vill säga digital litteracitet, kan även appliceras på Lilla Aktuellt och Juniornyheterernas inställning till att skapa journalistiskt innehåll på Tiktok. Redaktionerna tenderar att vara vaksamma inför trender och förändringar på Tiktok, vilket kan ses som ett tecken på att de utvecklat en särskild förmåga att anpassa sig inför ett format som de själva inte kontrollerar. Beteendet är helt i linje med boyds (2012) beskrivning av digital litteracitet. Mot den bakgrunden bad jag Elin att förklara hur barnen, i hennes uppfattning, använder Lilla Aktuellt på Tiktok:

Elin: Genom att typ fråga: "Är det här sant?", "Stämmer det här?". Det är det som framgår mycket, kanske inte i vårt kommentarsfält, men mycket när de taggar oss. Då taggar de oss: "Lilla Aktuellt, är det här sant?" "Lilla Aktuellt, har ni sett det här?". Absolut på det sättet (informant #3).

Elin resonerar vidare kring hur det kommer sig att Lilla Aktuellt intagit rollen som en källkritisk funktion för barnen på Tiktok. Det knyter an till det som Louise antydde tidigare, att Lilla Aktuells syfte med närvaron på Tiktok är att "vara en trygg vuxen i deras värld".

Elin: Jag tror att det betyder att de ser oss som en trygg punkt. Alltså såhär, meningen är ju att vi ska vara en trygg vuxen på en plats där det kanske inte alltid är så tryggt. Problemet också någonstans blir ju att Tiktok faktiskt har 13-årsgräns, eeh... men vi vet att barnen finns på Tiktok så därför bör vi också finnas där för att liksom visa att "vi finns här för er" (informant #3).

Sammanfattningsvis visar resultatet att interaktionen med barnen på Tiktok är av stor betydelse för Lilla Aktuells och Juniornyheterernas journalistik. Plattformen ger dem en möjlighet att analysera och förstå vad publiken intresserar och engagerar sig i. Samtidigt tyder resultatet på att redaktionerna, särskilt Lilla Aktuellt, strävar efter att positionera sig som en "trygg vuxen i rummet" genom att interagera med barnen på Tiktok, i syfte att vinna deras respekt och tillit.

5.4 Nyhetsvärdering

Ett återkommande ämne under intervjuerna var nyhetsvärdering. Vilken typ av ämnen anser informanterna passar till Tiktok, och varför väljer redaktionerna bort vissa nyheter? Förutom ämnen som bidrar till aktiva kommentarsfält finns det andra faktorer som spelar roll. Helst ska nyheten vara konkret och inte allt för komplex, och kunna förklaras på under trettio sekunder, menar informanterna. Ju bättre förutsättningar en nyhet har att anpassas till ett Tiktok-format, desto större sannolikhet är det att nyheten väljs ut av redaktionen.

Louise: Längden för det första. Att den inte är längre än 30 sekunder. Den ska vara intressant hela vägen, och det ska vara rakt och konkret. "Det här har hänt". Punkt. Eller så svarar den på en fråga som alla undrar just nu, typ (informant #2).

Vidare beskriver Louise hur det, i hennes mening, sällan förekommer ämnen som inte lämpar sig för Tiktok. Däremot finns det vissa typer av intervjupersoner som medvetet väljs bort, baserat på redaktionens erfarenhet av publikens beteende på plattformen. Louise exemplifierar att det kan handla om en ekonom som ska förklara vad inflation är.

Louise: Men vi märker just att vuxna experter... någon de inte känner igen, det flyger inte. Då scollar man förbi. Och om det är ett barn, liksom inte som någon kändis som de känner igen. Barn funkar bara om de säger roliga saker (informant #2).

På samma tema, fast det omvända, finns det profiler som nästan fungerar som en garanti för att en nyhet ska gå bra på Tiktok. Elin arbetar främst med sportrelaterade nyheter och berättar under intervjun att redaktionen gärna plockar upp innehåll där välkända sportprofiler uttalar sig, eftersom det engagerar målgruppen.

Elin: Jag tror att när det handlar om sport så är det mycket fokus på profiler, alltså kanske som när Messi har gjort någonting. Eller någonting har hänt med Zlatan, när Haaland har gjort många mål. Ja, stora profiler, ofta inom fotboll. Det vet vi är intressant för målgruppen. Det vet vi är väldigt stort på plattformen, så för sporten så är det nog oftast att det handlar om fokus på de stora profilerna och de stora händelserna. Det är liksom inte jätteintressant att rapportera om att

Argentina har vunnit VM-guld, för det vet alla redan. Då behöver man istället rapportera om att VM-stjärnorna har kommit hem från Argentina (informant #3).

När Elin uttrycker att innehåll om vissa fotbollsp profiler väljs ut till Tiktok för att deras namn “är stora på plattformen” korrelerar det med Helmonds teori om plattformisering. Det är i Tiktoks ekonomiska intresse att användarna anpassar sitt innehåll efter Tiktoks digitala infrastruktur (Helmond, 2015, s.8), och det gör både Lilla Aktuellt och Juniornyheter. Anpassningen tyder på att redaktionerna vill nå ut med sin journalistik till barnen, och att medvetet prioritera Zlatan framför en mindre känd fotbollsspelare är ett uttryck för det. En annan faktor som påverkar reportrarnas nyhetsvärdering är “mixen”. Det är ett uttryck för att varje sändning får en balanserad blandning av olika nyhetsämnen, och det gäller också Tiktok. Samtliga informanter uttrycker att det inte får bli för “tung” nyheter, utan stämningen måste lättas upp mellan varven för att barnen ska vilja kolla.

Alva: Det är ju också då mixen då som bestämmer tänker jag. För har vi gjort många seriösa allvarliga nyheter... då vill vi kanske hellre få in någonting som är mer lättsamt eller kul eller bara knäpp (informant #1).

Reportrarna gör inte bara nyheter för Tiktok, utan producerar också nyheter för radio och tv löpande där de dessutom får en större tidsram att röra sig med. Det kräver en annan typ av nyhetsvärdering som inte alltid stämmer överens med nyhetsvärderingen som gäller för sociala medier. Jag frågade om redaktionen gör någon skillnad i nyhetsvärdering för traditionell radiosändning, och till Tiktok. Även här visar resultatet att redaktionen anpassar sig beroende på var nyheten kommer att publiceras.

Alva: Ja, det gör vi väl på ett sätt. För till sändningen så handlar det om att få en mix utav olika sorters nyheter. [...] för att en sändning behöver bestå av en mix av något allvarligt, och av en barnröst kanske? Något som är väldigt kul vill vi gärna avsluta med, eller knäppt. Vi vill ha en mix. Och i tiktokandet är det ju liksom bara en enskild nyhet hela tiden, men där utgår vi också ifrån nyhetsmixen. Så... både ja och nej (informant #1) .

Slutligen finns det ytterligare en faktor som påverkar reportrarnas nyhetsvärdering för Tiktok: situationer när de behöver “lugna ner” publiken och tala om fakta i frågan. Eftersom Lilla

Aktuellt och Juniornyheterarna arbetar på uppdrag åt public service har de krav på sig att vara opartiska och sakliga i sin rapportering. På Tiktok blir dessa krav i vissa fall avgörande för nyhetsvärderingen, eftersom redaktionerna känner ett ansvar över att analysera, dementera eller förklara en uppgift som cirkulerar på plattformen. Det förväntas inte en kommersiell aktör göra. Louise exemplifierar detta genom att nämna “fake news” från kriget i Ukraina:

Louise: Nyheter som är stora, ibland läskiga, men som vi vet att de ändå hört talas om på andra medier eller vid middagsbordet eller på Tiktok. [...] Då vet vi att vi borde prata om det för att liksom förklara och ibland lugna ner (informant #2).

Även här knyter Louise an till den *roll* som Lilla Aktuellt strävar efter att inneha på Tiktok. Hon beskriver att deras uppgift vid stora, upprörande händelser är att vägleda barnen genom nyhetsflödet - i egenskap av en trygg vuxen person på Tiktok. Det visar återigen att redaktionen försöker positionera sig som en pålitlig källa.

6. Diskussion

I följande kapitel diskuteras studiens frågeställningar utifrån resultat och tidigare forskning. Det går att urskilja vissa mönster i deltagarnas svar, trots att studien är avgränsad till endast tre informanter.

6.1 Informationsutbyte

För informanterna i den här studien är interaktionen med Tiktok-publiken ett sätt att utveckla journalistiken, genom att aktivt lyssna och engagera sig i vad målgruppen eftersöker. Det skapar i sin tur ett användargenererat innehåll där redaktionerna belönas med exempelvis fler följare, samtidigt som publiken får ett innehåll de värdesätter. Informanterna har beskrivit hur barnen använder Lilla Aktuellt och Juniornyheterna för att kontrollera uppgifter som florerar på Tiktok. Barnens agerande är helt i linje med Olof Sundins (2012) teori om källkritik och digital litteracitet. Dagens medie- och informationsvärld är annorlunda och mer diversifierad än gårdagens, och det förväntas av individer att ta ansvar för sitt agerande online. Det gör Tiktok-publiken, vilket medför att Lilla Aktuellt och Juniornyheterna får ägna resurser dagligen åt att moderera redaktionens konto. Det handlar om att svara på kommentarer, följa trender i flödet och att radera personangrepp. För redaktionernas del handlar arbetsuppgiften inte bara om att "städa upp", utan även om att säkra en trygg digital miljö där barnen kan trivas. Informanterna menar att de har ett ansvar gentemot publiken, i egenskap av journalister på public service, att agera som en "trygg vuxen" för barnen. Rollfördelningen mellan redaktion och publik har således komplicerats, i enlighet med Karlssons (2008) beskrivning av de förändrade kommunikationsvillkoren .

Analysen visar även att Lilla Aktuellt och Juniornyheterna får ett journalistiskt utbyte av att interagera med sin publik på Tiktok. De får nyhetstips, kontakt med potentiella intervjupersoner och en fingervisning om vilket innehåll som attraherar barnen mest. Med avstamp i studiens resultat från frågeställning 2.) kan detta innebära att interaktionen mellan publik och redaktion är det som driver Lilla Aktuells och Juniornyheternas journalistik framåt. Det strider mot Karlssons (2008) tes att den förändrade rollfördelningen hotar kvaliteten på journalistiken. Massmedias så kallade "gate keeping-funktion" må ha försvunnit delvis, men det behöver inte betyda att journalister inte bibehåller sin auktoritet för det. Samtidigt visade resultatet också att barnen vänder sig till redaktionerna när de vill faktagranska uppgifter eller få en händelse förklarad för sig. Det tyder på ett gemensamt

informationsutbyte som båda parter värdesätter, och att redaktionerna har kunskap som barnen eftertraktar. Vuxna har, enligt danah boyd (2012, s. 177) erfarenhet som ungdomar kan använda sig av i sitt digitala liv, vilket understöds av den här studiens analys. Bara för att dagens ungdomar växt upp under 2000-talets digitaliserade tidevarv betyder det inte att de automatiskt besitter en fingertoppskänsla för att navigera på sociala medier. Det är samtidigt värt att poängtera för diskussionen att danah boyds (2012) forskning om digital litteracitet är drygt tio år gammal. Tiktok fanns inte när hon utförde sitt fältarbete, men grundprincipen kvarstår: barn föds inte med en källkritisk förmåga, utan det är något som måste utvecklas med tiden. Uppenbarligen finns det barn som utvecklar den här förmågan genom att kontakta nyhetsredaktioner med hjälp av funktioner på Tiktok.

6.2 På uppdrag av public service

Enligt analysen publicerar informanterna ogärna nyhetsklipp på Tiktok som är av komplex karaktär, eftersom det ofta kräver mer än 30 sekunders presentation, annars uteblir själva poängen. Det tyder det på att redaktionerna anpassar sig för rådande nyhetsklimat, vilket är helt i linje med Helmonds (2015) teori om plattformisering. Journalistiken måste anpassa sig efter sociala mediers logik för att bibehålla en relevans, och det är Lilla Aktuellt och Juniornyhetererna ett lysande exempel på. Deras närvaro på Tiktok kan tolkas som att de omvärderat vad det innebär att vara i allmänhetens tjänst i ett föränderligt medielandskap, och det korrelerar med van Dijcks och Poells (2015) tidigare forskning om public service och sociala medier. Men det faktum att Lilla Aktuellt och Juniornyhetererna arbetar på uppdrag av public service komplicerar deras nyhetsvärdering, eftersom de ska rapportera sakligt och opartiskt. Det innebär att de har ett samhällsviktigt uppdrag vid stora komplexa nyhetshändelser, och risken är att uppdraget äventyras när nyheter av denna karaktär medvetet väljs bort på grund av att Tiktoks format inte är optimalt för den typen av journalistik. Den allt snabbare publiceringstakten aktualiserar även frågan om kvaliteten på det innehåll som produceras. När hemmaproducerade videor blandas med journalistiskt innehåll i publikens flöden ställer det krav på objektivitet, sanning och relevans från massmedier. Vad är fiktion och vad är verklighet? Det kräver en journalistisk tydlighet och saklighet från nyhetsredaktionens kanaler, för att inte lägga krokben på den självständiga journalistiken. Samtidigt riskerar kvaliteten att urholkas eftersom den samtida nyhetstakten måste upprätthållas för att hålla jämna steg med konkurrenterna. Det är försvårande eftersom grundläggande journalistik är tidskrävande och omfattande.

7. Slutsatser

I det här kapitlet redogör jag för vilka slutsatser som kan dras baserat på studiens resultat och analys. Syftet är att besvara studiens frågeställningar, vilket görs i kronologisk ordning.

1. Vilka arbetsuppgifter har reportrarna på Lilla Aktuellt och Juniornyheter kopplat till Tiktok?

Reportrarna utför ett flertal arbetsuppgifter som är direkt kopplade till redaktionens närvaro på Tiktok, varav moderering av kommentarsfält utmärker sig som en av de mer resurskrävande uppgifterna. Det förväntas att reportrarna kan skriva manus till nyhetsklipp, redigera Tiktok-videor, moderera kommentarsfält, omvärldsbevaka och föra en dialog med publiken. Jag kan konstatera att Lilla Aktuellt och Juniornyheterna lägger stora personalresurser på att skapa journalistiskt innehåll kopplat till appen.

2. Vilken betydelse har interaktionen med barnen på Tiktok för Lilla Aktuells och Juniornyheternas nyhetsvärdering?

Informanterna uttryckte återkommande hur viktigt det är att få igång aktiva kommentarsfält, för då sprids deras nyheter till en större publikskara. Resultatet visar att redaktionerna anser sig ha stor behållning av att interagera med sin publik på TikTok. Genom att föra en dialog i de egna kommentarsfälten på plattformen får de nyhetstips och kontakt med potentiella intervjupersoner. Sammanfattningsvis visar analysen att deltagarna i studien värdesätter att interagera med sin huvudsakliga publik på Tiktok: barn och ungdomar.

3. Hur nyhetsvärderar reportrar på Lilla Aktuellt och Juniornyheter vilka nyheter som ska publiceras på redaktionernas respektive Tiktok-konton?

Sammanfattningsvis visar resultatet och analysen att det finns en mängd faktorer som påverkar reportrarnas nyhetsvärdering inför en Tiktok-publicering. Variabler som aktualitet, förekomsten av kända profiler, tid, saklighet och "mixen" avgör huruvida en nyhet når upp till redaktionernas krav på vad som anses ha nyhetsvärde lämpat för Tiktok. Det finns också fall där redaktionerna, särskilt Lilla Aktuellt, motiverar nyhetspubliceringar med att de

“behöver lugna ner” stämningen i kommentarsfälten. De anser att det är deras uppgift att skapa en trygg digital miljö för barnen, och att dementera falska nyheter eller bemöta oroliga barn är del av redaktionens nyhetsvärdering.

7.1 Vidare forskning och avslutande reflektioner

Först och främst ska det nämnas att resultatet från den här studien inte kan ses som representativt för en större grupp nyhetsreportrar. Resultaten från intervjuerna öppnar däremot upp för vidare forskning kopplad till exempelvis barns relation till källkritik, eller hur journalistiskt innehåll ändrar form beroende på plattform. Eftersom studien utgår från den yrkesgrupp som arbetar med Tiktok handgripligen (reportrar), lämnar det utrymme att forska vidare i hur redaktionerna hanterar plattformen strategiskt. Det är högst troligt att intervjuer med chefer hade resulterat i ny kunskap om ämnet, fast på ett strategiskt plan snarare än operativt. Till syvende och sist kan den enskilde reportern inte svara för hela SVTs eller SRs räkning om framtida utmaningar kopplade till Tiktok eller andra sociala medier.

I den inledande processen av den här studien fanns en ambition att jämföra Lilla Aktuells och Juniornyheternas Tiktok-konton med kvällspressens konton. Men eftersom studien genomfördes under en begränsad tidsperiod avgränsades antalet mediebolag till enbart SVT och SR. Det vore därför intressant att se en studie om hur kvällspress, dagstidning och public service särskiljer sig från varandra när det kommer till att positionera sitt varumärke och journalistiska innehåll på Tiktok. Aftonbladet och Expressen är exempel på två större nyhetsredaktioner som vid tiden för den här studien etablerat sig förhållandevis framgångsrikt på plattformen.

Ytterligare en större potentiell forskningsingång vore att undersöka barns uppfattningar om svensk nyhetsjournalistik på Tiktok. Vilken typ av nyheter intresserar de sig för på Tiktok, och varför? I arbetet med teorin, särskilt digital litteracitet, blev det tydligt att teorin lämpat sig väl för en intervjustudie med huvudsakligt fokus på källkritik. Förslagsvis kan ett möjligt forskningsämne vara att undersöka hur barn tillämpar källkritisk kunskap på Tiktok, med metoden nätnografisk observation.

Referenser

Publicerat material:

BEUC [The European Consumer Organization] (2023). *TikTok*. Tillgänglig:

<https://www.beuc.eu/tiktok> [2023-04-27]

boyd, d. (2014). *It's complicated - the social lives of networked teens*. Yale University Press.

Tillgänglig:

<https://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf> [2023-05-09]

Byrne, B. (2012). Qualitative interviewing. I C. Seale (Red.), *Researching society and culture*. (s. 206-226). Thousand Oaks, Ca: SAGE Publications.

Dawood, L. (2023). Försvarsmakten förbjuder Tiktok för sina anställda. SVT Inrikes, 27 mars.

Tillgänglig:

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/forsvarsmakten-forbjuder-tiktok-for-sina-anstallda> [2023-04-28].

Ehn, B & Öberg, P. Kapitel 4: Biografisk intervjumetod. I Fangen, K. & Sellerberg, A. (red.) (2011). *Många möjliga metoder*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Ericsson, A (2020). Kommer Tiktok att förbjudas? *Svenska Dagbladet*, 26 augusti. Tillgänglig:

<https://www.svd.se/a/e82yyg/kommer-tiktok-att-forbjudas>, [2023-05-18]

Förvaltningsstiftelsen (2023). *Radio och TV i allmänhetens tjänst – Public service*. Tillgänglig:

<https://www.forvaltningsstiftelsen.se/public-service> [2023-04-20]

Granström, K. (2020). Därför förbjuder public service-bolagen Tiktok. *Journalisten*, 17 augusti.

Tillgänglig:

<https://www.journalisten.se/nyheter/darfor-forbjuder-public-service-bolagen-tiktok>, [2023-04-30]

Hansson, W. (2023). Hur farligt är Tiktok – det beror på Kina. *Aftonbladet*, 23 mars 2023. Tillgänglig:

<https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/bgjmal/allt-beror-pa-vem-som-kontrollerar-algoritmen>, [2023-05-07]

Hase, V., Boczek, K. & Scharkow, M. (2022). Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter. Tillgänglig:

<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128389>, [2023-05-02]

Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*. July-December 2015: 1– 11. Tillgänglig:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305115603080>, [2023-05-16]

Hern, A. (2022). How TikTok's algorithm made it a success: 'It pushes the boundaries'. *The Guardian*, 24 oktober. Tillgänglig:

<https://www.theguardian.com/technology/2022/oct/23/tiktok-rise-algorithm-popularity>, [2023-05-15].

Internetstiftelsen (2023). *Vad är Tiktok, och hur fungerar det?* Tillgänglig:

<https://internetstiftelsen.se/podd/dumma-fragor-om-internet/vad-ar-tiktok-och-hur-fungerar-det/>
[2023-04-28]

Karlsson, M. (2008). *Kriskommunikation i förändring - Internet, den ökade publiceringshastigheten och de förändrade villkoren för kriskommunikation*. Tillgänglig:

<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:226992/FULLTEXT01.pdf> [2023-05-05]

Kylén, J.A. (2004). *Att få svar*. (1. uppl). Stockholm: Bonnier utbildning.

Lantz, A. (2013). *Intervjumetodik*. (3., [omarb.] uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Larsson, C. (2023). Fler och fler myndigheter förbjuder Tiktok. SVT Öst, 31 mars. Tillgänglig:

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/ost/fler-och-fler-myndigheter-forbjuder-tiktok>, [2023-04-22]

Myndigheten för press radio och tv (2023a). *Innehållsregler för radio- och tv-sändningar*. Tillgänglig:

<https://www.mpr.se/regelverk/Sa-regleras-radio-och-tv-sandningar/innehallsregler-for-radio-och-tv/>
[2023-05-02]

Myndigheten för press radio och tv (2023b). *Det här är public service*. Tillgänglig:

<https://www.mpr.se/sanda-och-publicera-media/public-service/> [2023-05-02]

Nationalencyklopedin (2023a). Public service. Tillgänglig:

<https://www-ne-se.proxy.lnu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/public-service> [2023-04-24]

Nationalencyklopedin (2023b). Litteracitet. Tillgänglig:

<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/litteracitet> [2023-05-03]

Nordevik, A. (2020). Tiktok utreds – utpekats som spionverktyg. *Svenska Dagbladet*, 11 juli.

Tillgänglig:

<https://www.svd.se/a/4qy9oo/tiktok-utreds-utpekats-som-spionverktyg> [2023-04-25]

Nordicom (2021) *Mediebarometern 2021*. [Elektronisk] Rapport. Göteborgs universitet. Tillgänglig:

<https://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1659067&dswid=2538> [2023-04-22]

Runevad Kjellmar, J. (2020). SVT och SR uppmanar medarbetare att radera videoappen Tiktok. SVT

Kultur, 17 augusti. Tillgänglig:

<https://www.svt.se/kultur/svt-uppmanar-personalen-att-radera-videoappen-tiktok>, [2023-04-28]

SR [Sveriges Radio], (2022). Om Juniornyhetera. Sveriges Radio, 29 december. Tillgänglig:

<https://sverigesradio.se/artikel/om-juniornyhetera>, [2023-05-03]

Sundin, O. (2012). Att hantera kunskap och information i den digitala samtiden. *Läsarnas marknad, marknadens läsare: en forskningsantologi*. Vol. SOU 2012:10, s. 141-154. Tillgänglig:

<https://portal.research.lu.se/sv/publications/att-hantera-kunskap-och-information-i-den-digitala-samtiden>, 2023-04-28].

SVT Play. (2023). *Lilla Aktuellt*. Sveriges Television. Tillgänglig: <https://www.svtplay.se/lilla-aktuellt>

[2023-05-03]

Tiktok (2023). *Föräldraguide*. Tillgänglig:

<https://www.tiktok.com/safety/sv-se/guardians-guide/> [2023-05-01]

van Dijck, José & Poell, Tomas. (2015). Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media. *Television & New Media*. Vol. 16 (2). Tillgänglig:

<https://doi.org/10.1177/1527476414527136>, [2023-04-20].

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M-C. & López-García, X. (2022a). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*. Vol. 23(8) s. 1717–1735. Tillgänglig:

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884920969092>, [2023-04-14]

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M-C. & López-García, X. (2022b). Blurring Boundaries Between Journalists and TikTokers: Journalistic Role Performance on TikTok. *Media and Communication*. Vol. 10 (1), s. 146–156. Tillgänglig:

<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/4699/4699>, [2023-05-13]

Warren, T. (2023). Microsoft launches Teams Premium with features powered by OpenAI. *The Verge*, 2 februari 2023. Tillgänglig:

<https://www.theverge.com/2023/2/2/23582610/microsoft-teams-premium-openai-gpt-features>, [2023-05-19]

Opublicerat material:

1. Intervju med informant #1, 27 april, 2023. Transkribering och inspelning finns i uppsatsförfattarens ägo.
2. Intervju med informant #2, 28 april, 2023. Transkribering och inspelning finns i uppsatsförfattarens ägo.
3. Intervju med informant #3, 2 maj, 2023. Transkribering och inspelning finns i uppsatsförfattarens ägo

Bilagor

INTERVJUGUIDE

Bakgrund

- Hur länge har du jobbat på redaktion?
 - Erfarenhet som journalist? Vilken utbildning?
- Berätta om dina arbetsuppgifter som journalist på er redaktion.
- Hur ser redaktionens arbetsfördelning ut när det kommer till Tiktok?
 - Beskriv hur det går till när du skapar en nyhetstiktok. Vad gör du först? Vilken ordning? Varför gör du så?

Redaktionellt urval

- Hur fungerar redaktionens urval till Tiktok? Vem bestämmer?
- Vilka nyheter väljs ut till att hamna på er Tiktok?
 - Är det någon skillnad med urvalet jämfört med till er sändning?
 - I vilken omfattning / mängd producerar ni nyhetstiktoks?
 - Försöker ni att interagera med publiken?
- Vilken typ av nyhetstiktoks från er blir virala?
 - Vad har de gemensamt?

Inställning till Public Service på Tiktok

- Hur ser du på att din redaktion närvarar på Tiktok?
- Vad betyder Tiktok för er redaktion?
- Vilken typ av respons får ni från barnen?
- Vad har ni för målsättning med Tiktok?
- Hur har företagets inställning till Tiktok ändrats över tid? Hur?
 - Tycker du att public service ska närvara på Tiktok?