

Lunds universitet

Institutionen för kommunikation och medier

Journalistik

Handledare: Andreas Mattsson

2024-01-11

Aida Vizlin Hoti

JOUK10

# Medieutvecklingens påverkan på journalisters kompetensbas

En kvalitativ intervjustudie med anställande redaktionschefer  
om dagens och framtidens viktigaste kompetenser i  
journalistbranschen

# Innehållsförteckning

<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Introduktion</b> .....	<b>4</b>
1.1 Problemformulering, syfte och frågeställning.....	5
<b>2. Tidigare forskning</b> .....	<b>7</b>
2.1 Att utbilda sig till ett yrke i förändring.....	7
2.1.1 Mediekonvergens och redaktionschefers upplevelser.....	9
2.1.2 Vilka kompetenser som anses viktiga i Sverige.....	10
2.2 Reflektion.....	12
<b>3. Teori</b> .....	<b>13</b>
3.1 Medieutveckling.....	13
3.1.1 Aspekter av medieutvecklingen.....	14
3.2 Kompetens i tre kategorier.....	17
3.3 Reflektion.....	18
<b>4. Metod</b> .....	<b>19</b>
4.1 Kvalitativa intervjuer.....	19
4.2 Urval.....	22
4.2.1 Presentation av intervjupersoner.....	22
4.3 Reflektion.....	23
<b>5. Analys</b> .....	<b>25</b>
5.1 Tyst kunskap.....	25
5.2 Färdigheter.....	29
5.3 Personliga egenskaper.....	35
<b>6. Diskussion och slutsats</b> .....	<b>38</b>
<b>7. Källförteckning</b> .....	<b>42</b>
<b>8. Bilagor</b> .....	<b>46</b>
8.1 Intervjuguide.....	46
8.2 Kodningsguide.....	47

## Abstract

The aim of this study is to research the journalism industry of today and explore which skills and knowledge are desirable, or required, for a journalist to possess in order to make it in the profession. This is analyzed with a conceptual framework of media evolution theory which explains the ways in which the industry has changed over the years and what the main contributing factors are to the changing media landscape. Technological, societal and economical advancements and changes push industries to further develop, which in this case means that journalists are pressured in various ways to develop their skills and knowledge to fit the requirements of the changing media landscape. Additionally, competency is another part of the utilized theoretical framework and can be grouped into three parts; knowledge, skill and personal traits. Hence, the results have been categorized according to these groupings as well. The result shows that while societal, technological and economical advancements and changes have pushed journalists into new roles and a need for acquiring new knowledge, personal traits seem to be one of the most protruding aspects of what makes a person a good and valuable journalist in the business today.

Nyckelord: journalistik, teknologi, samhällsutveckling, kompetens, färdighet, personliga egenskaper, medieutveckling

# 1. Introduktion

Journalistik anses vara ett kreativt yrke, och har länge varit prekärt i sin natur, vilket innebär att det kan vara svårt att etablera en långvarig eller hållbar karriär inom yrket. Många gånger baseras journalistiska jobb istället på kortare kontrakt och osäkerhet i hur arbetet och anställningarna kommer se ut är vanligt i branschen. På en prekär arbetsmarknad känner många journalister behov av att utveckla färdigheter och kompetenser för att kunna behålla sina jobb på grund av detta, samtidigt som branschen utvecklas åt ett multikompetent håll som anmärker på vikten av att den enskilde journalisten ska kunna utföra och ha kunskap i många olika områden samtidigt.<sup>1</sup>

Mot slutet av 1800-talet expanderade dagspressen som under detta århundrade hade uppkommit som en ny form av kommunikation. Ny teknik presenterades och förändrade arbetsmarknaden. Detta innebar nya ekonomiska villkor och ökad konkurrens mellan de olika tidningarna i landet. När tidningarna tävlade med varandra och försökte följa med i branschens och teknologins utveckling möttes de av ökade krav från deras läsare.<sup>2</sup> Efterfrågan på ökad kvalitet innebar en professionalisering av yrket. I takt med högre samhällsliga förväntningar var dåtidens journalister tvungna att specialisera sig, och flera olika yrkestitlar började skapas.<sup>3</sup>

Under 1900-talet fortsatte branschen att utvecklas, inte minst skedde professionaliseringen av yrket på större redaktioner. Journalister började anta autonomi mot både medieägare och andra starka maktgrupper i samhället. 1900-talet präglades av bestämmandet av värderingar och normer och vad som ansågs vara bra journalistik. Journalistutbildningar började sedan erbjudas från och med 1960-talet och framåt.<sup>4</sup> Under de sista decennierna av 1900-talet uppstod nätverkssamhället, vilket innefattade ny informations- och kommunikationsteknologi. Denna typ av tekniskifte innebar en förändring på arbetsmarknaden i alla branscher, bland annat innebar det ökade förväntningar på den

---

<sup>1</sup> Minna Koivula, Tiina Saari och Mikko Villi. "I love learning new things": An institutional logics perspective on learning in professional journalism. *Journalism*, vol. 0(0), 2023, s. 2.

<sup>2</sup> Lennart Weibull. "Brytpunkter i svensk medie- och journalistikhistoria" i *Handbok i journalistikforskning*, red. Michael Karlsson och Jesper Strömbäck, andra reviderade upplagan (2015; Lund, Studentlitteratur AB, 2019), 43-58., s. 49.

<sup>3</sup> Gunnar Nygren. "Journalistik som profession" i *Handbok i journalistikforskning*, red. Michael Karlsson och Jesper Strömbäck, andra reviderade upplagan (2015; Lund: Studentlitteratur AB, 2019), 59-72. s. 59.

<sup>4</sup> Gunnar Nygren. "Tillfällig och flexibel - Arbetsmarknad och yrkesroller för journalister i förändring" i *Nordicom Information*, vol. 34, nr 3-4, 2012, ss. 33-34.

anställde som flexibel och multikompetent. Det gjorde även anställningar mer osäkra och innebar även en större specialisering inom alla yrken, och även idag går det att se att journalistiken ser ut såhär.<sup>5</sup>

Under 2000-talet fortsatte branschen att utvecklas, och idag förväntas journalister i allt större grad vara multikompetenta. Utöver att skriva och intervjua bör man kunna fota, filma, videoredigera, förstå sociala medier samt förväntas journalisten skapa sig en nisch eller ha egna idéer på vad för typ av journalistik som denne vill göra. Detta är endast några olika färdigheter och kompetenser som förväntas av dagens journalist. Olika inriktningar med snävare arbetsmöjligheter innebär en press på journalisten som förväntas vara multikompetent men potentiellt även specialiserad inom den inriktning som de väljer att skriva om. Journalistbranschen har till följd av teknologisk utveckling, samhälleliga förändringar och en kris i den affärsmodell som utgör journalistik blivit ett fält präglad av konkurrens och prekaritet. Nya medier och kanaler tvingar arbetande i branschen att hålla sig uppdaterade samtidigt som flera redaktionella jobb försvinner.<sup>6</sup>

Det första kapitlet i denna uppsats består av introduktion, problemformulering och frågeställning vilket sätter basen för studien. I kapitel 2 presenteras tidigare forskning som berör studiens avsedda ämne och fungerar som stöd för senare analys. Kapitel 3 handlar om det teoretiska ramverk som används senare i analysen. Teorin berör medieutveckling och kompetens och används för att visa hur journalistiska roller och förväntningar har förändrats med tiden genom olika aspekter av mediers utveckling. Kapitel 4 berör metod för uppsatsen och innefattar alla olika delar som är viktiga för utformningen av detta arbete. I kapitel 5 analyseras de kvalitativa intervjuer som har utförts med hjälp av det teoretiska ramverket, för att sedan sammanfatta, diskutera och komma fram till en slutsats i kapitel 6.

## 1.1 Problemformulering, syfte och frågeställning

Sedan begynnelsen av dagspressen och skapandet av nya teknologier och medier har journalistbranschen varit i ständig förändring i takt med samhällets utveckling. Nya teknologier skapade större förväntningar från läsarnas håll, vilket i sin tur ledde till att

---

<sup>5</sup> Nygren, 2012, s. 21.

<sup>6</sup> Bruno Takahashi och Perry Parks. "Journalists and Communicator's Perceptions of Their Graduate Training in Environmental Reporting: An Application of Knowledge-Based Journalism Principles." *Frontiers in Environmental Science*, vol. 5, 2017, s. 1.

journalistiken behövde utvecklas ännu mer.<sup>7</sup> Cykliskt ter sig detta och innebär en konstant utveckling och förändrade förhållanden som sätter press på dem som jobbar inom journalistbranschen att konstant behöva utveckla sin kompetensbas. Pressen visar sig genom högre förväntningar från både samhälle och företag.<sup>8</sup> Samhällets konstanta föränderlighet märks främst, som sagt, genom teknologiska avancemang, men även andra faktorer spelar in. Detta kommer att presenteras längre ned. Utvecklingen som journalistbranschen ständigt genomgår sätter en form av press på journalister och kräver en annan typ av kompetensbas än vad det gjordes förr i tiden, vilket innebär att journalister ständigt måste utvecklas i takt med branschen.

Syftet med denna studie är därför att undersöka vilka kompetenser och färdigheter som journalister förväntas ha i dagens medielandskap för att kunna utföra sina arbetsuppgifter. De tre centrala frågor som ska undersökas är därför följande:

- Vad anser anställande redaktionschefer är värdefulla kompetenser för en journalist?
- Hur utvärderas arbetssökande journalisters kompetenser och vilka aspekter blir viktigast att väga in?
- Hur tänker anställande redaktionschefer kring hur journalisters kompetensbaser kommer behöva förändras framöver?

Genom att se till utvecklingen som lett oss dit vi är idag och genom att undersöka teorier som förklarar dessa fenomen kommer denna studie kunna bidra med svar på var branschen befinner sig i utvecklingen just nu, men studien kommer även bidra med ett perspektiv om var branschen potentiellt är på väg framöver, allt enligt uttalanden från de intervjupersoner som denna studie vänt sig till för svar.

---

<sup>7</sup> Weibull, s. 49.

<sup>8</sup> Takahashi et al., s. 1.

## 2. Tidigare forskning

I detta kapitel presenteras ett urval av tidigare forskning inom journalistik och kompetens. Olika perspektiv kommer att presenteras i ämnet och syftar till att ge en bakgrund till det som denna studie därefter syftar till att undersöka.

### 2.1 Att utbilda sig till ett yrke i förändring

Sedan 1900-talets sista decennier, när nätverkssamhället utvecklades, har samhällen kunnat förändras i snabbare takt. Detta skapade bland annat större krav på specialisering.<sup>9</sup> Utvecklingen fortsatte in på 2000-talet och innebar därmed en utveckling av medier där journalister förväntas kunna besitta många olika kompetenser. Journaliststudenter får därför i sin utbildning lära sig skrivande, filmande, redigering men kan ibland, beroende på utbildning, behöva hitta en egen nisch. Det finns allmänreportrar, men det finns många fler genrer av journalistik idag och många olika områden att arbeta med. Det finns en förväntan på journalister att kunna vara generella i sin kunskap men samtidigt ha ämnesspecifik kompetens. Genom en föränderlig bransch måste även skolor vara snabba med att uppdatera sina kursplaner och flera forskare spekulerar kring vilka färdigheter och kompetenser som är viktiga för journalister att besitta.<sup>10</sup>

Konkurrensen är hög i branschen och grundar sig i en krisande affärsmodell för medier. För att journalistik ska kunna existera måste den finansieras, och i en kommersiell sfär kommer pengar från två håll, nämligen annonser och publik. Sedan sekelskiftet har mediemarknaden genomgått en förändring, främst på grund av globalisering och digitalisering. Dessa faktorer har satt Sveriges mediasystem på en global skala istället för nationell och betyder att flera, främst amerikanska, företag styr en stor del av medieekonomin i många delar av världen. Plattformar som Facebook eller sökverktyg som Google har fått sådan makt att annonsörer hellre betalar pengar till dem istället för att annonsera i tidningar, vilket brukade vara den främsta formen av intäkt förr och innebar att journalistik kunde fortsätta produceras.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Nygren, 2012, s. 21.

<sup>10</sup> Takahashi et al., s. 1.

<sup>11</sup> Ingela Wadbring och Ulrika Andersson. "Journalistiken och marknaden" i *På väg mot mediavärlden 2030 - Journalistikens villkor och utmaningar*; sjätte reviderade upplagan. red. Gunnar Nygren och Ingela Wadbring (2000; Lund: Studentlitteratur AB, 2019), 97-120. S. 97.

Teknologin har på många sätt utvecklats och digitala kanaler har blivit allt viktigare medan papperstidningen blivit allt mer impopulär. Det finns dessutom nya kanaler att hålla koll på, främst sociala medier, och därmed har det blivit mer osäkert hur marknadsföringsmodeller ska nyttjas i de nya mediekanalerna. Utöver detta är det allt viktigare att uppvisa trovärdighet som journalist och mediehus, något som publiken många gånger uppger att de saknar. Dessa faktorer fungerar tillsammans för att sätta press på den enskilda journalisten att vara multikompetent och ha förmågan att klara av sina jobb på egen hand.<sup>12</sup>

Forskaren Serena Carpenter menar att om man ska arbeta i mediebranschen måste man ha färdigheter och kompetenser relevanta för industrin, och ska man utvecklas i takt med branschen behöver man ha teoretisk kunskap.<sup>13</sup> Den teoretiska kunskapen syftar till kunskap om kommunikation och media generellt, men det är oklart hur denna kunskap hjälper journalisten i sina uppdrag. Många arbetsgivare förväntar sig inte att journalisterna som söker jobb hos dem ska kunna hantera alla olika plattformar som används, men de förväntar sig istället basala färdigheter och ibland specifika spetskompetenser och förmåga att anpassa sig efter olika situationer. Forskare menar istället att det finns olika färdigheter och kompetenser som journalister måste utveckla för att klara sig i branschen. Detta innefattar bland annat förslag på datavetenskap, interpersonella färdigheter och att ha förmågan att balansera flera jobb samtidigt. Matematik, statistik och data argumenteras vara viktiga kompetenser i journalistyrket också.<sup>14</sup>

Både Wolfgang Donsbach och Thomas Patterson, forskare i journalistik, menar att en bred kunskapsbas är det som krävs för att journalister ska kunna förbättra journalistiken där den brister. Detta innebär att journalister inte bör vara generalister i så stor utsträckning, utan de ska fungera som läkare, jurister eller andra professionella yrkesverksamma. Spetskompetens och specialisering är grunden i denna modell och är menad att skapa högre kvalitet i journalistiken, bättre omdöme samt att forskare argumenterar för att denna modell skulle skapa högre förtroende för journalistiken och ha större vikt med tanke på hur mycket obekräftad information det finns på internet idag. Det är fem kompetenser som här anses vara viktigast; historiekunskap och en förmåga att förstå kontext och händelseförlopp i det, en akademisk utbildning i det område som de bevakar eller rapporterar om, ha kunskap om hur sociopsykologiska faktorer styr kommunikationsprocesser och nyhetsurval, färdigheter i

---

<sup>12</sup> Takahashi et al., s. 1.

<sup>13</sup> Serena Carpenter. "An Application of the Theory of Expertise: Teaching Broad and Skill Knowledge Areas to Prepare Journalists for Change." *Journalism and Mass Communication Educator*, vol. 63, nr 3, 2009, s. 298.

<sup>14</sup> Takahashi et al., s. 2.



skrivande, intervjuande och insamling av fakta samt ett åtagande för sin professionella roll och de värderingar som medföljer.<sup>15</sup>

Samtidigt argumenterar andra för att spetskompetenser inte går att använda i stor utsträckning och att den målgrupp som den journalistiken hade varit riktad till är liten i jämförelse med det resterande samhället som journalister försöker nå ut till. Dessutom finns en risk att den specialiserade journalisten hade kunnat anses vara partisk. Under det tidiga 2010-talet fasades sådana journalister ut ur branschen och mediehus ville ha in fler generalister och allmänreportrar.<sup>16</sup>

### 2.1.1 Mediekonvergens och redaktionschefers upplevelser

Mediekonvergens är ett begrepp för det fenomen som är en sammanslagning av minst två olika mediekanalet. Detta kan exempelvis handla om att börja använda sociala medier och olika kanaler däri för att nå ut med nyheter till flera målgrupper. Journalister som besitter särskild kunskap i online-journalistik och sociala medier är mer attraktiva på arbetsmarknaden än många andra på grund av hur medielandskapet ser ut idag. Eftersom olika digitala plattformar har blivit viktigare inom journalistiken och många olika moment måste arbetas med, förväntas dessa journalister även besitta många olika kompetenser samt att de ska kunna rapportera i flera kanaler på ett bra sätt. Ofta behöver dessa journalister även uppvisa kompetens i form av personliga egenskaper genom att arbeta bra i grupp med andra personer. Eftersom dessa journalister har förväntningar på sig om att ha en djupare förståelse för sociala medier och digitala plattformar, förväntas de ofta även besitta egenskaper som att förstå sin publik och vad de vill ha och läsa samt ha ett bra kontaktnät. Med tanke på hur snabbt saker publiceras och skrivs nu för tiden är det dessutom viktigare för journalister att vara pålästa om journalistisk etik och ansvar som medföljer med snabb publicering.<sup>17</sup>

I en studie gjord 2019 ur redaktionschefers perspektiv på sina medarbetares kompetensbas svarar de bland annat att en förkunskap på det område som de bevakar anses vara en bra kompetens. Med åren har det på många håll blivit färre specialreportrar, men journalisterna förväntas ändå besitta kunskap om sitt bevakningsområde. Gällande bild och ljud ser det

---

<sup>15</sup> Takahashi et al., s. 3.

<sup>16</sup> Ibid., s. 4.

<sup>17</sup> Ainara Larrondo Ureta och Simón Peña Fernández. "Keeping pace with journalism training in the age of social media and convergence: How worthwhile is it to teach online skills?" *Journalism*, vol. 19, nr 6, 2018, s. 878.

väldigt olika ut på olika redaktioner; för vissa är det väldigt viktigt och för andra är det inte lika viktigt. I denna studie hade många journalister kompetens i sociala medier och hur man använder dem för att hitta nyheter men många redaktioner saknar teknisk kompetens, främst i datajournalistik.<sup>18</sup> Det var blandade resultat i studien, men med en majoritet som anger att de har en hög kompetensbas i de områden som efterfrågades. Fortfarande finns redaktioner som saknar kompetens i följande områden: kunskap om bevakningsområde, teknik, att nyttja sociala medier både för att hitta nyheter men även för att sprida dem, att arbeta med olika uttrycksformer, att kunna producera material för flera plattformar och, som tidigare nämnt, datajournalistik. Många journalister tog sin examen för väldigt länge sedan dessutom, vilket innebär att fortbildning blir ännu viktigare. Trots detta var det endast 54% av deltagarna som uppgav att de hade fått en fortbildning under det senaste året.<sup>19</sup>

### 2.1.2 Vilka kompetenser som anses viktiga i Sverige

När mediebranschen är i förändring är kraven det också. Efterfrågan på färdigheter och kompetenser har historiskt sett ändrats en hel del över tid, och även idag ändras det. Kanske till och med snabbare än innan. Detta gör att det bland annat blir svårt att utforma en journalistutbildning som kan täcka flera större eller viktiga områden. Tydligt är att journalister i stor grad behöver vara multikompetenta och multimediala. På ett sätt kan det verka som att det krävs färre kompetenser i journalistbranschen, främst med tanke på att teknologin allt mer tar över mycket av de saker som generellt alltid varit viktiga för journalister. Idag finns exempelvis verktyg för att förbättra stavning och språkbruk. Det har blivit ett skifte, och det är inte nödvändigtvis ett faktum att färre kompetenser krävs; potentiellt är det istället andra typer av färdigheter som efterfrågas.<sup>20</sup>

Journalistkulturen och mediebranscher ser inte likadana ut överallt, och det beror till stor del på olikheter i teknologisk infrastruktur, men även arbetsmarknadsstrukturer och dylikt. Olika mediasystem finns i olika länder och det styr vad för typ av journalistik som skapas.<sup>21</sup> Henrik Örnebring har i en av sina studier undersökt hur journalistik skiljer sig mellan sex

---

<sup>18</sup> Gunnar Nygren och Karolina Olga Nord. "Svenska nyhetsredaktioner 2019: Krympande redaktioner och läsardata i centrum" i *Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2018/2019*, red. Lars Truedson (Stockholm: Institutet för Mediestudier, 2019) s. 43.

<sup>19</sup> Nygren et al., 2019, s. 44.

<sup>20</sup> Henrik Örnebring och Claudia Mellado. "Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations." *Journalism*, vol. 19, nr 4, 2018, s. 446.

<sup>21</sup> *Ibid.*, s. 446.

olika länder, däribland Sverige, samt vilka kompetenser som värderas högst i branschen. Detta har han gjort genom intervjuer och enkäter. I Sverige är de fem viktigaste kompetenserna för en journalist, i rangordning, skrivande, förmåga att arbeta självständigt, att intervjua, forskningstekniker och nätverkande. Fler kompetenser nämndes i studien, men dessa var mest nödvändiga att ha som journalist.<sup>22</sup>

Andra kompetenser som inte rankades som lika viktiga var bland annat multimediala färdigheter. Vare sig denna kompetens ska räknas som väldigt viktig eller mindre viktig beror i största grad på den media som journalisten arbetar för. Har man ett jobb där det krävs att man ska kunna uppdatera flera plattformar så hade denna kompetens varit högre värderad, och alla arbetsplatser kräver inte samma kompetenser. En annan kompetens var att besitta kunskap om juridik. Denna kompetens kommer vara viktigare för de journalister som jobbar med grävande journalistik eller kriminaljournalistik eftersom de får mer användning av denna kunskap i sitt arbete. Detta anses, enligt Örnebrings studie, inte vara lika viktigt i Sverige som det är i Storbritannien, som var ett av de sex länder i denna komparativa studie.<sup>23</sup>

Det kan vara viktigt för journalister att genomgå viss träning i syfte att utveckla verktyg för att mer effektivt, eller bättre, kunna observera, rapportera och förstå. Denna träning kan bestå av att djupare lära sig de fundamentala värderingar som ska upprätthållas i journalistyrket samt att förstå att normer i självreglering kan påverka yrkets professionalisering eftersom man då i större grad kan förstå vad man förmedlar, på vilket sätt och om det är lämpligt. Detta förstärker även det professionella etos som journalister söker att upprätthålla.<sup>24</sup> Många kompetenser kan behöva utvecklas med tiden för att en journalists arbete ska tyckas vara bra. I Storbritannien är det vanligt att journalister utbildar sig i nationell lag, etik, mediaanalys, digital faktagranskning och dylikt. Dessutom är det ofta en förutsättning att journalister ska kunna fotografera, spela in filmer, redigera dem, kunna olika digitala program och liknande. Givet branschens utveckling, i en värld där information både sprids och måste tas in så snabbt det går, är resurser och tid något som ofta inte är tillgängligt. Dessutom förväntas journalister utveckla sina kompetenser och färdigheter på egen hand på den tid de kan hitta utanför

---

<sup>22</sup> Örnebring et al., s. 453.

<sup>23</sup> Örnebring, Henrik. *The skills of journalism: some results from a six-nation comparative project*. s. 7-8.

<sup>24</sup> Christian Ruggiero, Achilleas Karadimitriou, Wai Han Lo, Enrique Núñez-Mussa. "The professionalisation of journalism: Global trends and the challenges of training and job insecurity" i *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021*, red. Josef Trappel och Tales Tomaz (Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet, 2022), s. 313.

arbetstid.<sup>25</sup> Detta sker i en tid där flexibilitet förväntas, linjerna mellan privat- och arbetsliv suddas ut och många befinner sig i prekära arbetssituationer som påverkar den personliga ekonomin.<sup>26</sup>

## 2.2 Reflektion

Den tidigare forskningen som valts ut som relevant för denna studie behandlar främst kompetenser och medieutveckling. Genom att förklara vad den krisande affärsmodellen i medievärlden är samt vad det beror på kan läsaren förstå djupare vad uppsatsens problematisering innebär och förklarar även varför konkurrensen är hög i yrket. Forskningen återger även information om vilka kompetenser som anses vara bra ur redaktionschefers perspektiv, och rent generellt vad som verkar vara nödvändigt att besitta för en journalist idag. Fortfarande saknas det mycket forskning idag på vilka kompetenser som är viktiga inom journalistbranschen och hur efterfrågan på kompetens skiljer sig åt redaktioner emellan. Denna studie syftar därför till att fylla den kunskapsluckan till den mån som tillåts enligt sidbegränsningen. Vidare beskriver den tidigare forskningen hur specialisering är viktigt, samtidigt som journalister förväntas kunna vara generalister och besitta många generiska färdigheter, men journalisten ska även kunna nischa sig. Vidare beskriver forskningen även hur digitaliseringen har påverkat mediebranschen. Alla dessa delar återfinns i denna uppsats och de kommer att diskuteras i både kapitel 5 och 6. Den tidigare forskningen kommer därmed kunna understödja de argument som kommer att presenteras och ger en bekräftande insyn i det som studien syftar till att undersöka.

---

<sup>25</sup> Ruggiero et al., s. 314.

<sup>26</sup> Ibid., ss. 311-312.

### 3. Teori

Denna studie kommer använda teorin om medieutveckling som utgångspunkt för det teoretiska ramverk som ska appliceras på analysen. Vidare kommer även definitioner av kompetens nyttjas för analysen. Nedan kommer det kompletta teoretiska ramverket presenteras. Jag argumenterar för att en kombination av teorin om medieutveckling och definitioner av kompetens kommer kunna förklara varför journalistbranschen ser ut som den gör idag, samt, i viss mån, hur den ser ut idag.

#### 3.1 Medieutveckling

Medier har historiskt sett funnits i flera olika former, och alla dessa har utvecklats till att bli något annat idag. Vissa kanaler, medel eller verktyg blir gamla och oanvändbara, och så ser generellt utvecklingen ut. Nutiden är inget undantag. Det kan finnas flera olika anledningar till hur och varför medierna förändras; ekonomiska faktorer, teknologisk utveckling, kulturell utveckling eller att media drivs av publikens förväntningar. Alla dessa kan samexistera som orsak<sup>27</sup>, men för denna studies skull kommer ingen specifik orsak att undersökas eller appliceras i analys. Utgångspunkten för användandet av denna teori är istället att visa hur journalistbranschen har utvecklats och, på ett ungefär, var vi befinner oss idag.

Teorin om rationellt val säger att människor alltid kommer handla utifrån det som gynnar personen mest. Ofta kan det handla om höga förväntningar beroende på det pris man betalar. Människor förväntar sig att bli väldigt nöjda och underhållna till ett rimligt pris. Ju mer lönsamt för köparen, desto mer framgång till median. Utöver ett rimligt pris finns det flera faktorer som underlättar användandet av media samt förståelsen för det. Detta syftar ofta till teknologiska verktyg såsom radio och TV, men även saker som bra bilder, grafer och andra visuella medel underlättar användarupplevelsen också.<sup>28</sup> Vidare finns, som sagt, olika system som i samspel institutionaliserar ny media i samhället. Teknologi, kultur, ekonomi, och lag och politik. De kan ses som självständiga system i samhället, men fungerar endast i olika konstellationer beroende på vad som behöver ses över. Ofta grundar sig förbättringar i media på ett redan existerande missnöje i samhället eller hos publiken. Missnöjet brukar förbli ospecificerat, men leder till innovation inom branschen.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Stöber, Rudolf. "What Media Evolution Is." *European Journal of Communication*, vol. 19, nr 4, 2004, s. 484.

<sup>28</sup> *Ibid.*, s. 493.

<sup>29</sup> *Ibid.*, s. 495.

Medieutveckling kan även diskuteras utifrån samhälleliga termer; i en ständigt föränderlig miljö, vilket är samhället, kan mediernas funktion och roll undersökas. Exempelvis bestämmer samhällets utvecklingsnivå hur den teknologiska utvecklingen ska se ut. Detta påverkar utvecklingen av media och vad människor har tillgång till för kanaler. Slutligen påverkas samhällsinstitutioner.<sup>30</sup> Samhället har utvecklats till att innefatta en stor mångfald av människor. Detta innebär bland annat att medier har blivit fragmenterade och tvungna att bli mer heterogena. Olika medier av detta slag ger fler människor möjlighet att ta del av media också och det ger dem även en chans att få sin historia berättad också.<sup>31</sup>

Teknikutvecklingen har, trots andra faktorer, varit en av de större drivkrafterna inom medieutvecklingen. Den största skillnaden mellan teknik och mediernas publik sågs främst under 1900-talets början med uppkomsten av TV, radio och dylikt. Under denna tid handlade teknisk innovation om att producera ny teknik som media sedan skulle använda för att nå ut till människor. Idag når tekniken samhället först, och det är istället mediernas jobb att följa med i utvecklingen och anpassa sig efter sin publik och vad de vill ha. Det går att säga att media har gått från produktion till konsumtion.<sup>32</sup> Utöver teknologiska avancemang är media styrt, som sagt, av sociala och ekonomiska faktorer. Den främsta påverkan har läsarna och deras medievanor och förväntningar på vad medier ska ge dem. Det är bland annat samhällsstrukturer, vilka olika medier som finns, det sociala läget samt individens egna preferenser som styr vad de vill se i media, och om mediehus ska kunna konkurrera måste de möta publikens behov.<sup>33</sup>

### 3.1.1 Aspekter av medieutvecklingen

Teknologiska avancemang innebär många gånger att arbete kan automatiseras och därmed krävs inte längre personer som kan utföra arbetet. Detta leder till färre roller på arbetsplatsen, men skapar samtidigt nya roller. Dilemmat blir att den nya rollen många gånger kräver

---

<sup>30</sup> Lowe Hedman, Börje Alström, Nils Enlund, Håkan Hvitfelt och Gunnar Nygren. "Medieutveckling: Ett forskningsområde med många ingångar" *Nordicom Information*, nr 4, 2005, s. 26.

<sup>31</sup> *Ibid.*, s. 28.

<sup>32</sup> Nils Enlund. "Morgondagens teknik finns i dagens laboratorier" i *På väg mot medievärlden 2020: Journalistik, teknik, marknad*, tredje reviderade upplagan. red. Håkan Hvitfelt och Gunnar Nygren (2013; Lund: Studentlitteratur AB, 2005), 75-90. S. 75.

<sup>33</sup> Cecilia Teljas, Alex Jonsson, och Nils Enlund. "Konsumenternas förväntningar driver medieutvecklingen" i *På väg mot medievärlden 2020: Journalistik, teknik, marknad*, fjärde reviderade upplagan. red. Håkan Hvitfelt och Gunnar Nygren (2013; Malmö: Holmbergs i Malmö AB, 2008), 209-228. S. 211.

arbetare med en särskild typ av kompetens och som kan hantera den nya rollen och förstå den.<sup>34</sup> Sedan 2007 har en stor del av världen även haft ekonomiska svårigheter på grund av den globala lågkonjunkturen som skedde då. Den påverkade journalistbranschen väldigt mycket och har fortsatt göra det sedan dess.<sup>35</sup> Medieutvecklingen har därav lett till, i stort, färre arbetsmöjligheter för journalister, även om det i vissa fall kan förekomma en ökning av tjänster.

Samhällelig förändring är en bidragande faktor i medieutveckling och kan se ut på olika sätt. När flera olika grupper existerar i samhället fragmenteras media. Människor är olika och kräver olika former av nyheter och läsning, de upplever saker som människor i andra grupper kanske inte gör och därmed har de även en annan förväntan på medier och annorlunda begäran.<sup>36</sup> Sverige har under senare år blivit allt mer mångkulturellt och har fler invandrare per capita än många andra europeiska länder. Det har länge varit brist på utländska journalister på redaktionerna samt brist på representation i media. Medan public service har krav på att översätta sitt innehåll till Sveriges största minoritetsspråk, vilka är bland annat finska, samiska, meänkieli och romani chib, brukar de även ibland översätta sina program och ge ut tidningar på språk som arabiska, somaliska och persiska.<sup>37</sup> Denna samhällsutveckling har format ett nytt arbetssätt och nya prioriteringar för större tidningsredaktioner som innebär en förändring i det mediala landskap som även i andra fall är snabbt föränderligt.

En av de största förändringarna i dagens medielandskap är även uppkomsten av digitala plattformar. Olika plattformar på både internet och i mobiler har till stor del ersatt både print och radio. Ungefär 70% av landets befolkning följer nyheter genom sina mobiler och ungefär 27% betalar för digitala prenumerationer. Digital media återfinns i många olika former och leder också till en större fragmenterad mediemarknad med olika former av konsumtionsmönster. Även sociala medier fungerar idag som en plattform där många människor kan ta del av nyheter. Eftersom individen, som är en viktig konsument, baserar sina läsvanor på egna intressen och gör det lätt, eftersom det finns många plattformar att välja

---

<sup>34</sup> Bazylik, Sergei och Gibbs, Michael. "How is new technology changing job design?" *IZA World of Labor*, 2022, vol. 344, s. 1.

<sup>35</sup> Franklin, Bob. "The Future of Journalism." *Journalism Studies*, vol. 15, nr 5, 2014, s. 481.

<sup>36</sup> Hedman et al., ss. 26-28.

<sup>37</sup> Lars Nord och Torbjörn von Krogh. "Continuity and change in a more fragmented media landscape" i *The Media for Democracy Monitor 2021: How Leading News Media Survive Digital Transformation*, red. Josef Trappel och Tales Tomaz, vol. 1, 2021, s. 367.

mellan, blir konkurrensen mediehusen emellan bara större.<sup>38</sup> Ska olika redaktioner kunna konkurrera med varandra måste de möta individens behov.<sup>39</sup>

Under 90-talet hade ungefär 80% av Sveriges befolkning en prenumeration på en papperstidning. Under början av 2000-talet hade den siffran minskat till 70%, och år 2019 uppgav 50% av befolkningen att de fortfarande hade en prenumeration på papperstidning. Med åren har det mesta flyttats över till olika digitala plattformar, och tidningar har behövt följa med i utvecklingen och erbjuda sitt utbud till större del där. Papperstidningarna blev färre, och därmed blev annonsintäkterna mindre också. Det blev viktigare för tidningar att få in digitala prenumeranter. Samtidigt strävade flera tidningar efter att vidga sin målgrupp och få yngre personer att läsa deras utgåvor också, men yngre generationer är ofta inte villiga att betala för prenumerationer när de flesta nyheter kan hittas gratis på internet eller återpubliceras där kostnadsfritt.<sup>40</sup>

Något som definitivt kan sägas vara en stor del av medieutvecklingen, är uppkomsten av AI. Forskare tror att inslag, eller en basis, av AI i journalistik kommer leda till att journalistik som fält kommer att bli interdisciplinärt. Detta innebär att journalister kommer behöva sätta sig in i tekniska ämnen och teknikhistoria. Andra forskare menar att det inte nödvändigtvis kommer att bli så, men att journalister istället kommer behöva utveckla högre kompetenser om värdering, etik och applicering av AI på journalistiken.<sup>41</sup> Fortbildning kommer att bli ännu viktigare för journalister, trots att det är viktigt redan nu. Detta kommer hjälpa till att bredda journalisters kompetensbas och kan särskilt hjälpa journalister i utförandet av sina jobb, inte minst när det gäller utbildning om sociala medier, användning av digitala plattformar, etik, ansvar, dataanalys och många fler områden.<sup>42</sup>

---

<sup>38</sup> Nord et al., s. 355.

<sup>39</sup> Teljas et al., s. 211.

<sup>40</sup> Ulrika Andersson. "Digitala prenumerationer ökar - men vägen dit har varit lång" i *Regntunga skyar*, red. Ulrika Andersson, Anders Carlander och Patrik Öhberg. (Göteborgs universitet: SOM-institutet), 131-144, 2020, s. 132.

<sup>41</sup> Meredith Broussard, Nicholas Diakopoulos, Andrea L. Guzman, Rediet Abebe, Michel Dupagne och Ching-Hua Chuan. "Artificial Intelligence and Journalism." *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 96, nr 3, 669-954, 2019, s. 675.

<sup>42</sup> Jenny Wiik, och Gunnar Nygren. "Den journalistiska professionen i nätverkssamhället" i *Människorna, medierna och marknaden: Medieutredningens forskningsantologin om en demokrati i förändring*, s. 262-282. Stockholm: Wolters Kluwer, 2016, ss. 276-277.



### 3.2 Kompetens i tre kategorier

Kompetens kan delas upp i tre huvudpelare. Dessa är färdigheter, eller *skills* på engelska, personliga egenskaper, och kunskap. Att ha vissa färdigheter innebär att man förväntas kunna prestera på en viss nivå av redan satta mål med de färdigheter man besitter som går i linje med det som förväntas, och leverera goda resultat. De personliga egenskaperna syftar bland annat till en persons sociala roll i den miljö man befinner sig i, generell kunskap och karaktärsdrag. Kunskap står här i sin bemärkelse mittemellan personliga egenskaper och färdigheter.<sup>43</sup> Kompetens, i alla sina tre delar, fungerar tillsammans för att skapa en förmåga hos personer att bidra med både explicit och tyst kunskap, eller *explicit and tacit knowledge*.<sup>44</sup>

Tyst kunskap är något som en människa anskaffar genom olika erfarenheter i livet, något som existerar i det undermedvetna. Detta innebär att olika upplevelser och erfarenheter används som lärdomar, och betyder att en person sedan är medveten om det och kan agera på ett lämpligt sätt vid en framtida liknande situation. Denna kunskap är svår att översätta i ord, och sägs därför vara undermedveten; människan vet hur en viss situation ska hanteras framöver, vad som fungerar och inte, och liknande. Explicit kunskap är kunskap som förmedlas genom språk; detta kan exempelvis vara i form av dokument eller böcker.<sup>45</sup> Även om tyst kunskap är undermedveten kan den sättas i ord också, inte minst i professionella sammanhang. Otillräckliga resurser, ny teknik och nya samhällsformer driver därför journalistiken mot nya arbetssätt. Genom att se till vad för kompetenser och kunskap som krävs av journalister går det även att se på ett ungefär var branschen befinner oss i utvecklingen. En utveckling betyder implicit att journalister måste utveckla färdigheter och kompetenser för att kunna konkurrera<sup>46</sup>, men även för att kunna rapportera på ett rimligt sätt i samhällen som blir allt mer multikulturella. Journalister förväntas då kunna tilltala ett kulturellt heterogent samhälle, och berätta fler människors historier. Ibland innebär

---

<sup>43</sup> Cheng-Hui Wang, Gloria Hui-Wen Liu och Chia-Dai Yen. "Teamwork Competence in Journalism Education: Evidence From TV Organizations' News Team in Taiwan." *Frontiers in Psychology*, vol. 13, 2022.

<sup>44</sup> Ibid.

<sup>45</sup> Sergio Evangelista Silva och André Luís Silva. "Expanding the current tacit/explicit knowledge dichotomy encompassing situated and theoretical/normative knowledge: a phenomenological perspective." *Journal of Documentation*, vol. 79, nr 4, 2022, s. 956.

<sup>46</sup> Sörgård Olsen, Karianne. "What We Talk about When We Talk about Local Journalism: Tacit Knowledge during the Digital Shift." *Sur le journalisme*, vol. 7, nr 2, 2018, s. 127.

mångkulturalitet inom journalistiken att mediehus även försöker få in fler journalister med utländsk bakgrund till sina redaktioner.<sup>47</sup>

### 3.3 Reflektion

Medieutvecklingen ses på många sätt i journalistbranschen; det handlar om ekonomiska faktorer och hur många resurser olika redaktioner har och det handlar om teknologiska avancemang och hur väl journalister lyckas inkorporera dem i sitt arbete samt hur de kan lära sig om det för att nyttja det på bästa sätt i branschen. Likaså handlar medieutvecklingen till stor del om samhällliga faktorer, vilket kan bestå av en mångfald av människor och värderingar som förändras med tiden. Alla dessa komponenter är viktiga för att kunna utföra en helhetlig analys av var det nuvarande medielandskapet befinner sig.

Det är alltså ekonomiska, teknologiska och samhällliga faktorer som tillsammans bidrar till en mediebransch som är dynamisk och kräver nya färdigheter och kunskaper av journalister allt eftersom. Enligt ovanstående teori om kompetenser och dess tre grupperingar söker denna studie vidare att påvisa vilka av dessa kompetenser och kunskaper som kan anses vara viktiga för dagens, och framtidens, journalist. I kombination med teorin om medieutveckling är syftet att presentera det utvecklingsstadium som mediebranschen befinner sig i nu och vilka kompetenser som är viktiga för journalisten och för branschen generellt. Det teoretiska ramverk som dessa begrepp och teorier och utgör lämpar sig därför bäst för en studie av detta slag och kommer kunna hjälpa till att analysera de intervjuer som utförts.

---

<sup>47</sup> Awad-Cherit, Isabel. "Cultural Diversity in the News Media: A Democratic or a Commercial Need?" *Javnost-The public*, vol. 16, nr 4, 2008, s. 2.

## 4. Metod

Detta kapitel behandlar studiens valda metod för analys och kommer även presentera respondenterna under “urval”. Både utformning av studien kommer att beskrivas, samt hur analysen ska utföras. Till sist kommer en reflekterande del där jag argumenterar för de val jag har gjort och varför de lämpar sig bäst för denna uppsats.

### 4.1 Kvalitativa intervjuer

Detta är en kvalitativ studie och har utförts med kvalitativa intervjuer. Dessa kan vara förutbestämda eller öppna under intervjuens gång, men oavsett är det viktigt att intervjuguiden är uppbyggd av de teman som ska undersökas. Frågorna behöver vara nedskrivna i en manual, eller guide, och är utformade på det sätt att de ska kunna besvara studiens frågeställningar.<sup>48</sup> Uppsatsen bygger på en semistrukturerad intervjustudie med sex stycken intervjupersoner från olika redaktioner som har personalansvar och en god översikt över vad för kompetenser som de vill få in på sina redaktioner. Denna form av intervju utgår från en färdig lista med frågor som intervjuaren vill ställa, samtidigt som intervjuaren försöker upprätthålla en någorlunda flytande konversation som dessutom kan bestå av följdfrågor.<sup>49</sup> Alla intervjupersoner har fått samma frågor ställda till sig, men med olika följdfrågor beroende på vad de uppger för svar. Denna studies intervjuguide, som återfinns längre ned som bilaga, består av fyra teman; respondentens bakgrund, redaktionens organisation, färdigheter och kompetenser samt framtid. Det första temat behandlar respondentens akademiska bakgrund samt arbetslivserfarenhet. Dessa frågor har ställts för att kort kunna presentera respondenterna och visa vilken bakgrund de har i branschen, vilket implicerar att de har kunnat observera och förstå kulturen, processer och värderingar på ett annat sätt än vad en, exempelvis, nybliven journalist hade kunnat göra.

Det andra temat syftar till att se hur många som är anställda på redaktionen och hur detta har förändrats under de senaste, ungefär, 10 åren. Dessa frågor har ställts för att undersöka en aspekt av medieutveckling. Trots att saker såsom frilans nämns och hade kunnat undersökas,

---

<sup>48</sup> Mats Ekström och Larsåke Larsson. “Kvalitativa intervjuer” i *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*, red. Mats Ekström och Bengt Johansson (2000; Lund: Studentlitteratur AB, 2019), 99-130. S. 114.

<sup>49</sup> Arthur Asa Berger. *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. 4 uppl. (2000; Thousand Oaks: SAGE Publications Inc., 2016), s. 193.

begränsas denna studie till att enbart behandla kompetenser eftersom det är studiens huvudsyfte. Vidare har intervjupersonerna fått frågor om hur rekryteringsprocessen ser ut, detta för att undersöka tankeprocesser i valet av person att anställa. Detta ger en första inblick i vad som är viktigt, och vad som förväntas och krävs av journalisten, för att sedan kunna gå in på det tredje temat. Det tredje temat behandlar färdigheter och kompetenser och det som har efterfrågats specifikt är vad som är viktigt att ha som journalist för att kunna arbeta på en redaktion. Alla respondenter har förväntats förklara vad som krävs på deras arbetsplats, men det har även funnits möjlighet till reflektion om journalistbranschen generellt. Svaren har sedan analyserats med hjälp av det teoretiska ramverket som har använts i denna studie. Detta har kunnat visa vilken, eller vilka, kategorier av kompetens som är viktiga för dagens journalister samt vilka dessa kompetenser är, enligt intervjupersonerna. Det sista temat handlar om framtid och är menat att vara reflektionsfrågor för respondenterna. Det är främst frågorna om kompetenser och framtid som har legat till grund för analysen utifrån teorin om medieutveckling och har därmed även kunnat visa vilka kompetenser som är viktiga att ha som journalist i dagens läge samt hur journalisters kompetensbaser potentiellt kan behöva förändras framöver.

Efter att intervjuerna genomförts har de transkriberats. När de sedan funnits nedskrivna har de kunnat användas för en systematisk analys. Det finns olika sätt att transkribera på; det går att vara väldigt noga, att skriva ner små ord såsom okej, aha, mm, och så vidare. Det går att vara mer generell också. Likaså kan man fokusera på känslor, eller tonläge, kroppsspråk, andning och mer. Vad som fokuseras på baseras på vad studien undersöker.<sup>50</sup> För denna studie har inga djupgående analyser av tonalitet eller känsloläge krävts. Det som har nyttjats är respondenternas reflektioner och faktueella uttalanden. De har talat ur egen erfarenhet av den bransch som de befinner sig i, och de svar som de har gett är faktueella *för just dem*. Även om branschen i stort skulle se likadan ut i hela landet, kommer det att finnas skillnader i vad som är viktigt för dem. Detta har mycket att göra med deras publik och deras uppdrag.

Tematisering innebär att hitta ett ämne att skriva om, att problematisera det, att bestämma vad som ska undersökas och varför. Med hjälp av tidigare forskning och teori begränsas ämnet ännu mer och tydliggör i större grad vad arbetet kommer handla om. Utifrån detta formas frågeställningar som intervjuerna sedan kommer att hjälpa till att besvara. Vissa studier har en förbestämd idé som forskaren empiriskt vill prova, och andra studier klagörs

---

<sup>50</sup> Ekström et al., ss. 119-120.

allteftersom det empiriska materialet bearbetas.<sup>51</sup> Denna studie tog sitt ursprung i en förbestämd idé om att undersöka vilka kompetenser som är viktiga i journalistbranschen, inte minst med tanke på den historiskt dynamiska utvecklingen i industrin. Det blir ännu mer intressant att titta på detta med tanke på att det inte finns mycket forskning tillgänglig på just det här området, vilket samtidigt tyder på att en problematisering av denna typ är nödvändig för att förstå branschens läge idag.

Studiens design utformades genom att bestämma vilken typ av organisation som skulle studeras och vilka människor däri som skulle intervjuas. För att uppnå mättnad i studien, och samtidigt stanna inom begränsningen för studiens längd, bestämdes det att det räckte med sex intervjuer. Kontakt togs med dem genom e-post där de informerades om studiens syfte, intervjuens längd samt att de kan dra tillbaka sitt samtycke när som helst under studiens gång. Intervjuerna hölls genom verktyget Google Meets och en röstinspelning gjordes under tiden med respondenternas godkännande. I frågan om design ingår även hur urvalet bestäms och vad som bör tas i åtanke när intervjupersoner bestäms. Det är viktigt att identifiera en grupp människor som kan svara på det som avses undersökas. I detta fall har det gjorts ett typurval för att hitta de personer som har liknande erfarenheter och som således bör kunna besvara de frågor som ställs.<sup>52</sup> Det som respondenterna har gemensamt, trots olika yrkestitlar, är att de har ett stort överseende över vilka kompetenser som de vill, eller behöver, få in på sin redaktion.

Analysen av det empiriska materialet, intervjuerna, gjordes genom att kategorisera och sortera transkriberingarna utifrån olika mönster som gick att återfinna samt ett fokus på de kompetenser som hade nämnts. Datan delades sedan upp i teman och dessa är kompetens och branschens utveckling. Detta är den främsta utgångspunkten för analysen. Intervjuerna jämfördes sedan med varandra för att hitta likheter och skillnader. Tolkning och analys gjordes återkommande för att säkerställa resultatet.<sup>53</sup> Eftersom denna studie har nyttjat semistrukturerade intervjuer blir ämnena samma i varje intervju. Resten, som respondenterna själva sagt eller tagit upp, har kunnat bli annorlunda, inte minst på grund av de olika typer av följdfrågor som ställts. Transkriberingarna har alltså gått igenom för att hitta mönster, likheter och skillnader och detta kommer sedan att analyseras i kapitel fem.

---

<sup>51</sup> Ekström et al., s. 112.

<sup>52</sup> Ibid., ss. 112-113.

<sup>53</sup> Ibid., s. 122.

## 4.2 Urval

Sex personer från sex olika tidningsredaktioner intervjuades för denna studie. Alla personer har en högre position som tillåter dem att ha ett överseende över hur redaktionen ser ut och vad de vill ha in dit. Respondenterna består av chefredaktörer, en HR-chef och en redaktionschef. Utgångspunkten för valet var att fokusera på de fem största tidningskoncernerna i landet. Tidningarna är av varierande storlek och varierande geografiskt läge, vilket potentiellt medför skillnader i svaren. De koncerner som ingår i studien är Stampen Media, Gota Media, Bonnier News Local, NTM och Schibsted. Intervjupersonerna vars svar kommer att analyseras arbetar på Göteborgs-Posten, Smålandsposten, Sydsvenskan, Svenska Dagbladet, Ystads Allehanda samt Hela Gotland. Studiens initiala idé utgår från en förutbestämd undersökningsaspekt, men urvalet bestämdes efteråt och tog avstamp i en idé om ett varierat geografiskt läge, en varierad storlek på redaktionen och därmed vilken publik som tidningarna riktar sig till. Detta innebär att vissa redaktioner är mindre lokaltidningar, vissa är större och bevakar större områden, och en av dessa är rikstäckande. Alla respondenter har liknande yrkesroller, det gemensamma är främst den kunskap som de besitter om vilka journalister som krävs inne på redaktionen och vilken kompetensbas som de bör ha.

### 4.2.1 Presentation av intervjupersoner

Följande respondenter har valts ut eftersom att de har en roll med stort överseende över redaktionerna vilket innebär att de är rätt personer att fråga om vilken typ av kompetensbas som de vill se hos de journalister de väljer att anställa.

Christofer Ahlqvist är chefredaktör på Göteborgs-Posten (GP) och har varit det sedan 2017. Han har varit i branschen i ungefär 19 år och har en journalistexamen från Södertörns högskola, med några få akademiska kurser utöver sin journalistutbildning. Vidare har Ahlqvist haft flera olika yrkesroller genom åren. Han har arbetat på GP sedan 2015 och förklarar hur redaktionen genomgått omorganisering och i nuläget har de 113 journalister och 24 som arbetar med redigering. Det är totalt 137 personer på redaktionen och alla är fastanställda och jobbar heltid, med undantag för några få som jobbar deltid eller dylikt på eget bevåg.

Kristina Bingström är chefredaktör på Smålandsposten (SMP) och har varit det sedan 2019. Hon har en journalistexamen från högskola i Sundsvall och började arbeta i

journalistbranschen redan under gymnasiet. Efter examen började Bingström att arbeta på Smålandsposten och har varit där sedan dess. Om man räknar hennes tid i branschen efter sin examen, har hon nu varit yrkesverksam i 26 år och har haft flera olika yrkesroller under åren. På SMP finns 38 anställda, med ytterligare 5 tjänster som arbetar åt dem men även åt ett annat mediebolag. Totalt blir det 43 fastanställda.

Maria Rimpi är HR-chef på Svenska Dagbladet (SvD) och har varit det sedan början av 2022. Hon har en journalistexamen från Göteborgs universitet och några olika kurser i humaniora. Rimpi har arbetat som journalist i 25 år och har haft flera olika roller i branschen innan hon landade i sitt nuvarande yrke. På SvD:s redaktion finns ungefär 120 fastanställda journalister och ytterligare ett 10-tal projektjänster, med några få som arbetar deltid på grund av privata anledningar.

Pär Ullrich är chefredaktör och ansvarig utgivare på Hela Gotland (HG) och har varit det sedan februari 2023. Han har en kandidatexamen i statsvetenskap och en kandidatexamen i praktisk filosofi. Vidare har han studerat 60 högskolepoäng, motsvarande ett års studier, i en fortsättningskurs i journalistik. Han har arbetat i journalistbranschen i ungefär 11 år och haft flera olika yrkesroller under dessa år. HG är den digitala tidningsutgåvan på Gotland och däri ingår även tidningarna Gotlands Allehanda samt Gotlands Tidningar. Totalt finns 27 fastanställda journalister och några få vikarier eller inhoppare på alla tre tidningar.

Malena Henriksson har en journalistexamen från Skurups folkhögskola och studerade ett år innan detta ett kortare program i kommunikation och media. Hon har arbetat 35 år i journalistbranschen och har haft många olika yrkesroller under dessa år. För närvarande är Henriksson redaktionschef på Sydsvenskan och har varit det i ungefär 3 år. På Sydsvenskan finns det ungefär 110 fastanställda. Totalt finns 160 tjänster ifall Helsingborgs Dagblad räknas med, eftersom dessa redaktioner samarbetar mycket.

Lars Mohlin är sedan 11 år tillbaka chefredaktör på Ystads Allehanda (YA). Han har en journalistexamen från Skurups folkhögskola och några få kurser inom humaniora på universitetsnivå. Han har arbetat i journalistbranschen i 35 år och har haft flera olika yrkesroller genom åren. På YA finns för närvarande 26 fastanställda.

### 4.3 Reflektion

Studiens utformning utgår från litteratur om metoder i medie- och kommunikationsvetenskap och jag argumenterar i varje stycke varför de val jag har gjort lämpar sig bäst för denna studie. Valet att göra en kvalitativ intervjustudie med semistrukturerade intervjuer i ämnet om

kompetenser i den svenska journalistbranschen beror bland annat på att det inte finns mycket forskning kring ämnet, men även att branschen är i snabb förändring, speciellt efter internets uppkomst. Eftersom denna studie är kvalitativ fokuserar resultatet på att visa en bild av intervjupersonernas tankar och upplevelser och ger utrymme för mer reflektion om ämnet, vilket kan ge annorlunda resultat än vad en kvalitativ studie hade gjort. Fördelen med denna metod är alltså att svaren kan analyseras djupare och det går att ställa den typ av frågor som inte hade fungerat att ställa i en kvantitativ undersökning.

Intervjuerna ger en annan form av inblick som inte fullt ut kan fås genom att endast se till redan existerande forskning och som inte kan fås genom en kvantitativ metod. Att använda landets fem största tidningskoncerner är ett val som gjorts som ett grundläggande steg i urvalet, medan valet av tidningar har ett fokus på geografiskt läge och storlek. Intervjupersonerna är sedan medvetet valda utifrån de tidningar som har valts som grund.



## 5. Analys

I detta kapitel analyseras de sex intervjuer som utgör studiens empiriska material. Kapitlet delas upp i tre delar och varje del behandlar de tre olika typerna av kompetens, som nämnt i teorikapitlet. Teorin om medieutveckling kommer även att appliceras där den är relevant och kommer således att visa på hur branschen har förändrats gällande kompetensbasen som en journalist förväntas ha enligt respondenterna. Att ha i åtanke är att intervjupersonerna som inte nämns hålla med om vissa kompetenser inte är definitiva och uteslutande. Om en intervjuperson inte håller med om något, enligt analysen, kan det potentiellt bero på att personen inte tänkte på just dessa saker under intervjun eller glömde bort att nämna det.

### 5.1 Tyst kunskap

Åtta områden kunde urskiljas i intervjuerna som berör tyst kunskap. Rimpi (SvD), Ullrich (HG) och Henriksson (Sydsvenskan) höll med om att tillämpning av ämnesspecifika kompetenser var viktigt att kunna. Detta innebär att, utöver att besitta teoretisk kunskap, ha förmågan att applicera och behandla ämnet journalistiskt.

Jag kan säga att vi också letar efter människor som är väldigt duktiga på något annat än bara journalistik, som har ett ämne som de är duktiga på och som de har en förmåga att behandla journalistiskt. (Intervju med Malena Henriksson, Sydsvenskan. 10/11/2023)

Detta anses vara tyst kunskap eftersom kunskap om ett ämne är en färdighet, något man lär sig, men appliceringen av kunskapen lär man sig genom erfarenhet och är något som personen undermedvetet förstår och kan. Detta är inte alltid något man kan sätta i ord, och inget specifikt som vem som helst kan lära sig genom samma metod, speciellt när det kommer till att behandla ett ämne interdisciplinärt.<sup>54</sup> Att vara specialiserad inom något och att kunna behandla ett särskilt ämne på journalistiskt vis är något som forskarna Wolfgang Donsbach och Thomas Patterson menar är viktigt för journalister. Spetskompetenser kan därmed vara något som kan höja förtroendet för journalistiken, vilket inte minst är viktigt i en tid där mycket obekräftad information sprids snabbt. Samtidigt kan en för hög grad av specialistkompetens snarare försvåra det journalistiska arbetet, menar andra forskare.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Sörgård, s. 127.

<sup>55</sup> Takahashi et al., s. 3-4.

Intervjupersonerna må hålla med om att specialistkompetenser är viktiga och åtråvärda, men basala journalistiska kompetenser anses vara viktigast och kompetenser av detta slag måste kunna behandlas interdisciplinärt ifall det ska fungera att publicera.

Vidare håller Ahlqvist (GP), Bingström (SMP), Rimpi, Mohlin (YA) och Henriksson med om att det är viktigt för journalisten att veta vad deras publik gillar och vad de vill läsa. Detta handlar främst om att kunna skapa innehåll som tilltalar en större publik och som kan ge tidningarna nya prenumeranter och en chans att konkurrera i en svår bransch. Vetskap om hur man som journalist kan nå ut till nya målgrupper och få nya läsare är en liknande kompetens och där håller alla ovannämnda intervjupersoner återigen med.

En stor del i medieutvecklingen, som speciellt kunnat ses på senare år, är uppkomsten av olika digitala plattformar, sociala medier och andra mediekanaler. På alla plattformar återfinns olika saker och olika människor som väljer att spendera sin tid på den median. Mediemarknaden har blivit alltmer fragmenterad och innebär att det är ännu större konkurrens nu för tidningar än vad det var innan internets och sociala mediers uppkomst. Individerna har satts i större fokus som konsument, och konkurrensen mediehusen emellan har successivt ökat.<sup>56</sup> Att dessutom ha kunskap om vad läsarna gillar är något som individen själv uppfattar genom att se, lyssna, läsa, uppleva och därigenom ta till sig kunskapen, vilket är definitionen av tyst kunskap.<sup>57</sup> Detta anses vara en av de viktigare kompetenserna eftersom denna kunskap driver in nya prenumeranter och innebär att tidningarna kan tjäna pengar. Ekonomiska faktorer är viktiga, och det är inte för att säga att det är journalistens viktigaste egenskap; men i ett fragmenterat och alltmer kommersiellt medielandskap är dessa kompetenser viktiga för att tidningarna ska klara sig.

Till följd av en krisande affärsmodell i mediebranschen, som beror på uppkomsten av olika digitala plattformar och verktyg som har minskat på annonsintäkterna hos landets tidningar, har tidningarna i större grad behövt vända sig till den andra inkomstkällan. Den andra inkomstkällan har alltid varit publiken, och därför har tidningar i allt större grad även kommersialiserats.<sup>58</sup> Detta understödjer det som intervjupersonerna säger om att kunskap om sin publik är bland de viktigare kompetenserna som journalister kan besitta, för genom nya prenumeranter kommer även fler intäkter. Denna del av medieutvecklingen visar hur svåra ekonomiska förhållanden har förändrat journalistbranschen genom åren och hur det har satt

---

<sup>56</sup> Nord et al., s. 355.

<sup>57</sup> Sörgård, s. 127.

<sup>58</sup> Wadbring et al., s. 97.

krav på ny kompetens hos journalister. Enligt Rimpi ansågs inte detta vara en nödvändig kompetens under tidigare år i branschen:

...så att man tänker på läsaren när man skriver. Så var det absolut inte för 20 år sedan, inte ens för 10 år sedan, då fanns det mer någon sorts känsla av att "läsarna, dem struntar vi i, vi håller på med våran grej, och vi kan bäst och vi är journalister och läsarna ska bara ta emot det vi har att ge", och där har det verkligen förändrats, att vi behöver tänka på läsarna, vi behöver vara måna om läsarna och sådär. (Intervju med Maria Rimpi, Svenska Dagbladet. 17/11/2023)

Bingström, Mohlin och till viss del Ullrich anser att lokalkännedom är viktigt, allra främst understryker Mohlin den kompetensen som åtråvärd. Detta är något som en person har med sig genom upplevelser, uppväxt, miljö och dylikt och kan översättas till tyst kunskap därigenom.<sup>59</sup> Rimpi och Henriksson, som arbetar på större redaktioner än ovannämnda, ser en annorlunda kulturell bakgrund som en kompetens som de gärna tar in på redaktionen. Detta handlar i stort om det mångkulturella samhälle som Sverige har blivit och att det journalistiska uppdraget därigenom expanderar; flera personers historier ska berättas, missförhållanden ska rapporteras om i hela samhället, och många gånger är det enklare för en person med den bakgrunden att kunna nå ut till den gruppen och bevaka det området, bygga förtroende där och ha ett annat typ av kontaktnät. Däri anser även Rimpi, Mohlin och Henriksson att ett redan existerande kontaktnät, byggt utifrån det ställe som man kommer ifrån och de människor man växt upp runt omkring, är en viktig tyst kunskap. Medan Henriksson och Rimpi gärna ser ett kontaktnät av detta slag som en kompetens hos personer med annan kulturell bakgrund, vilket också anses som en kompetens i denna bemärkelse, menar Mohlin att ett lokalt kontaktnät är viktigast för dem som lokaltidning.

Att leta efter personer med annan kulturell bakgrund är en del i den samhällliga medieutveckling som skett i Sverige. Det har under ganska lång tid varit brist på utländska journalister i svensk media samt brist på representation av dem. Därför blir det viktigare för tidningar att arbeta utifrån denna typ av målsättning, åtminstone för större redaktioner såsom SvD och Sydsvenskan för att de ska kunna uppnå och uppfylla sitt journalistiska, och demokratiska, uppdrag. Den samhällliga medieutvecklingen har lett till ett mer mångkulturellt Sverige där flera olika grupper existerar och använder olika former av media, samt ett mer fragmenterat medielandskap.<sup>60</sup> Det gäller att nå ut till även dessa människor,

---

<sup>59</sup> Silva et al., s. 956.

<sup>60</sup> Nord et al., s. 367.

men även att rapportera om dem och deras situationer. Detta skapar ett behov av större mångfald i den mediala sfären och handlar inte längre endast om ekonomiska faktorer, utan om hur man inkluderar fler människor i den öppna journalistiken.

Medieutvecklingen har förändrat det journalistiska yrket på detta vis; det finns inte mycket information som beskriver hur det kan ha sett ut förut, men det finns nyare forskning från 2000-talet, inte minst Lars Nord och Torbjörn von Kroghs forskning som understödjer det som Rimpi och Henriksson talar om.<sup>61</sup> Medieutvecklingen, ur ett samhällsligt perspektiv, innebär att titta på samhällets olika folkgrupper som de facto är en mångfald idag. Om journalistiken ska kunna inkludera alla människor i samhället måste det finnas journalister som har ett visst nätverk eller som har växt upp på ett visst sätt för att kunna nå ut till de människor och ställen som etniskt svenska journalister många gånger inte kan. För lokaltidningar kan det vara annorlunda; där är inte en annan kulturell bakgrund nödvändigtvis viktig. Mohlin uppger trots det att det har blivit viktigare för många redaktioner runt om i landet att hitta någon med en icke-svensk bakgrund. I en landsbygd är det dock ännu viktigare med att rapportera om det som är viktigt i just deras bevakningsområde menar han.

[Lokal bakgrund] ser jag som en spetskompetens. Om man är uppväxt till exempel i Ystad, har gått i skolan här, man får mycket gratis. Man har ett kontaktnät. (Intervju med Lars Mohlin, Ystads Allehanda. 8/11/2023)

Ahlqvist och Rimpi understryker vikten av att kunna se en helhet i sitt arbete som journalist. Bingström anser att allmänbildning är, till stor del, viktigare än akademiska spetskompetenser. Rimpi, Ahlqvist och Mohlin tycker vidare att det är väldigt viktigt att den journalist de anställer ska ha arbetslivserfarenhet. Helst ser de att det ska vara journalistiskt arbete, men Ahlqvist och Mohlin menar att även erfarenhet av exempelvis restaurang skulle vara värdefullt eftersom det pekar på att personen besitter vissa egenskaper som kan vara hjälpsamma även vidare i yrkeslivet. Alla dessa kompetenser är saker som en person undermedvetet besitter tack vare olika livserfarenheter och översätts därmed till tyst kunskap.<sup>62</sup> Detta handlar i stort om att kunna besitta generella kunskaper som gör en person till en god kollega och någon som arbetar hårt och klarar av att förstå saker på ett annat sätt än dem som inte har mycket erfarenhet sedan innan; vare sig det är journalistisk erfarenhet eller annan arbetslivserfarenhet. Tyst kunskap skapas genom erfarenheter i livet, och fler

---

<sup>61</sup> Nord et al., s. 367.

<sup>62</sup> Sörgård, s. 127.

erfarenheter ger, logiskt sett, en annan typ av förståelse för processer, helhet, utförande av arbete samt värdefulla personliga egenskaper. Detta underlättar i alla arbeten egentligen, men är väldigt viktigt för journalistiken eftersom den ska vara bred, öppen, objektiv och transparent.

## 5.2 Färdigheter

Alla respondenter håller med om att den absolut viktigaste kompetensen att besitta är journalistiska kompetenser. Detta innefattar allt som journalistik består av; att skriva, att intervjua, att veta hur man ska utforma sitt innehåll, vad för frågor man ska ställa till vilken person och mycket annat. Vidare anser Ahlqvist, Mohlin och till viss del Bingström och Rimpi att det är viktigt för journalisten att besitta förkunskap om det område som journalisten bevakar och ska skriva om. Rimpi nämner att detta ofta inte krävs, men att det ibland kan vara nödvändigt. Dessa saker anses vara praktiska färdigheter eftersom dessa går att lära sig på ett explicit sätt och är något som journalisten förväntas kunna fysiskt och praktiskt kunna leverera på.<sup>63</sup> Ahlqvist och till viss del Ullrich är de intervjuade personer som pekar på att det kan vara en intressant kompetens att besitta kunskap om specifika saker inom sitt bevakningsområde. Detta hade exempelvis varit kunskap inom fordonsindustrin hos GP eftersom fordonsindustrin är stor i Göteborg och politisk historia hos HG på Gotland. Detta styrks av tidigare forskning också, där redaktionschefer menar att det är en viktig kompetens för journalister att vara insatta i sitt bevakningsområde även om de inte är specialister på det.<sup>64</sup>

Flera redaktioner påtalar vikten av teknologiska kompetenser. Ahlqvist anser att Big Data<sup>65</sup> är en viktig kompetens som de gärna vill ha in på redaktionen. Att arbeta med data i form av siffror och statistik är något som Ahlqvist, Ullrich och Mohlin menar är viktigt och blir allt viktigare med tiden också. Analytiskt tänkande och SEO är viktiga kompetenser enligt Ahlqvist och likaså är prompt engineering<sup>66</sup> viktigt, och det håller både han och Henriksson

---

<sup>63</sup> Wang et al.

<sup>64</sup> Nygren et al., 2019, s. 43.

<sup>65</sup> Big Data är en metod som används för att bearbeta stora mängder data som många andra databasmetoder inte klarar av att göra, och där AI-verktyg ofta måste användas för det. (*Challenges of Big Data analysis. (Fan, J., Han, F. och Liu, H., 2014)*).

<sup>66</sup> Prompt engineering innebär att ställa frågor till en AI-bot på så vis att man lyckas få fram en stor mängd data som man annars inte hade kunnat få fram på egen hand. Ställer man rätt frågor kan AI-verktyget generera bättre

med om. I linje med det tror Ahlqvist, Bingström, Rimpi, Henriksson och Ullrich att kunskap kring AI redan är någorlunda viktigt, men kommer troligtvis bli viktigare i framtiden också. Ahlqvist, Bingström och Henriksson understryker även vikten av att veta hur man hanterar sociala medier; inte bara att kunna lägga upp vältagna bilder, utan att veta hur man letar för att hitta nyheter och hur man når ut till läsare och dylikt. Bingström och Ullrich menar vidare att det är viktigt att vara multimedial, och de båda samt Henriksson och Mohlin tycker dessutom att en viktig kompetens att besitta är kunskap om olika digitala plattformar.

Det handlar inte bara om att lägga ut saker på sociala medier, att *använda* sociala medier som en källa både för att få tips om idéer men också en källa för att hitta personer att prata med. Att kunna använda sociala medier som, egentligen, en kontaktbas är ju någonting som blivit mycket viktigare de senaste åren. (Intervju med Kristina Bingström, Smålandsposten. 9/11/2023)

Det anses viktigare nu för tiden att arbeta med sociala medier och att förstå hur man använder det utöver att bara lägga ut bilder. Det handlar om att bygga ett kontaktnät, att kunna förstå sin publik på ett annat sätt och veta vad som tilltalar dem samt att kunna interagera med sin publik på ett bra sätt.<sup>67</sup> Även data och det som tillhör begreppet har under 2000-talet bara blivit successivt viktigare och många gånger förväntas journalister kunna bemästra dessa kompetenser.<sup>68</sup> Intervjupersonerna instämmer i dessa saker och att det är viktigt för många av dem att få in dessa kompetenser på sina redaktioner, vilket bekräftar forskningens validitet samt sättet som medieutvecklingen påverkat redaktioner under 2000-talet. Världen blir alltmer digitaliserad och ny teknologi introduceras väldigt ofta, vilket innebär att det finns en större press på journalister att fortbilda sig och att besitta förmågan att kunna följa med i utvecklingen. Detta innebär att journalister ganska ofta måste lära sig nya saker och bemästra nya kompetenser, vilket även leder till ett yrke som kan bli svårare att verka i.

Detta styrks även av andra forskare som menar att sociala medier och digitala plattformar har blivit allt viktigare under 2000-talet och att de journalister som bemästrar detta är mest attraktiva på arbetsmarknaden. Dessa journalister förväntas besitta många olika kompetenser, vissa som pekar på personliga egenskaper istället, såsom samarbetsförmåga och

---

resultat. Efteråt ska man kunna sammanställa informationen. (Generative AI and Prompt Engineering: The Art of Whispering to Let the Genie Out of the Algorithmic World. (Bozkurt, A. och C Sharma, R., 2023)).

<sup>67</sup> Larrondo Ureta et al., s. 878.

<sup>68</sup> Takahashi et al., s. 2.

förtroendebyggande.<sup>69</sup> Eftersom denna teknik började introduceras under sent 1900-tal samt 2000-talet går det att konkludera att journalistyrket inte såg ut såhär innan dess. Istället, med professionaliseringen innan nätverkssamhället uppstod, fanns krav på specialisering hos journalister. Detta innebär att det förr fanns fler yrkesroller inom branschen, medan journalister idag, i stor utsträckning, förväntas vara multikompetenta.<sup>70</sup> Denna del av medieutvecklingen har lett till större press på att journalister ska ha bredare kompetensbaser och kunna utföra flera jobb på egen hand. Trots att yrket till stor del kräver självständighet idag, anser flera av intervjupersonerna ändå att samarbetsförmåga är en av de viktigare kompetenserna att besitta.

Alla dessa kompetenser är färdigheter som går att lära sig praktiskt och som ska kunna ge goda resultat efter utförande av arbetsuppgifter bestående av nyttjandet av de kompetenserna.<sup>71</sup> Det som alla ovan nämnda kompetenser dessutom har gemensamt är att de grundar sig i teknologisk kunskap. Teknologiska avancemang är en stor del i medieutvecklingen och handlade i ett tidigt skede om att anpassa media utefter de innovationer som då kom ut på marknaden. Det kunde exempelvis handla om att förstå hur program eller nyheter kunde förmedlas till publiken genom radio och TV. Idag når tekniken konsumenten först, vilket innebär att media måste anpassa sig efter det som publiken har tillgång till samt vad de vill se. Därför är det bland annat viktigt för redaktionerna att en journalist är multimedial eller kan hantera digitala plattformar.<sup>72</sup> Alla intervjupersoner menar vidare att det är en viktig kompetens att ha förmågan att driva in nya prenumeranter. Detta görs främst genom att besitta andra färdigheter som i kombination tillåter journalisten att skriva tilltalande innehåll som lockar läsare.

Vi är ju en kommersiell aktör också, det som människor ville ha igår var ju kanske papperstidning, eller för 20 år sedan, och det som människor vill ha idag är något helt annat, vad folk kommer vilja ha imorgon är ju ytterligare någonting annat, det är det vi behöver lära oss. Vad är det våra prenumeranter vill ha? Kan vi inte det så kommer vi inte kunna finnas kvar. (Intervju med Pär Ullrich, Hela Gotland. 14/11/2023)

---

<sup>69</sup> Larrondo Ureta et al., s. 878.

<sup>70</sup> Nygren, 2019, s. 59.

<sup>71</sup> Wang et al.

<sup>72</sup> Enlund, s. 75.

Det går att säga att en stor del av dagens media har gått från produktion till konsumtion, vilket innebär att de successivt har blivit kommersiella aktörer och måste därmed agera utifrån ekonomiska principer och påfrestningar.<sup>73</sup> Detta handlar till stor del om att locka läsare och skriva journalistik som tilltalar publiken för att kunna få nya prenumeranter. Detta säkerställer att tidningarna kan fortsätta att leverera journalistik. Det innebär även att journalister i större grad förväntas kunna producera innehåll som ska tilltala större grupper av människor. Att förstå sin publik, att vara bra på story-telling eller att hålla koll på trender är därmed viktiga kompetenser som går hand i hand med förmågan att driva in nya prenumeranter. Främst handlar det dock om en upplevelse av vad läsarna gillar, en intern förståelse för vad som är trendigt eller viktigt just nu, vilket relaterar tillbaka till kompetensen att förstå vad publiken gillar, vilket är ovan nämnt som en tyst kunskap.

AI har redan nu påverkat journalistbranschen på flera sätt, och de flesta respondenter uppger att de har svårt att se åt vilket håll utvecklingen kommer att gå, men att det troligtvis kommer att bli viktigt på ett eller annat sätt. AI kan underlätta arbete, men det kan även medföra komplikationer i form av krav på nya arbetssätt, potentiell specialistkunskap samt att journalistik blir ett interdisciplinärt fält. Även om AI inte skulle gå så långt, kommer journalister allra troligast behöva fortbilda sig i ämnen såsom värdering och etik för att kunna fortsätta följa med i denna teknologiska medieutveckling.<sup>74</sup> Alla respondenter håller dessutom med om att fortbildning är viktigt och kommer bli viktigare även i framtiden för journalister. Inom journalistik brukar sociala medier, användning av digitala plattformar, etik, ansvar och dataanalys vara viktiga att förstå, inte minst eftersom alla dessa delar utvecklas snabbt.<sup>75</sup> Den teknologiska utvecklingen har fram till idag bland annat lett till olika AI-verktyg. Det är ett starkt verktyg som går att göra mycket med och är redan idag viktigt, exempelvis för att kunna sammanställa större mängder data för att producera journalistiskt innehåll. Det är en kompetens som kommer bli viktigare att ha på ett eller annat sätt, inte minst med tanke på vad som går att skapa med hjälp av AI. Därför tror även flera av respondenterna att bland annat källkritik kommer att bli viktigare att fortbilda sig i. Med tanke på hur medieutvecklingen har sett ut hittills går det att anta att teknologiska avancemang kommer ske kontinuerligt och kommer troligast att innebära att journalister måste, om inget annat, bekanta sig med de olika teknikerna eller lära sig viktiga saker relaterat till tekniken.

---

<sup>73</sup> Enlund, s. 75.

<sup>74</sup> Broussard et al., s. 675.

<sup>75</sup> Wiik et al., ss. 276-277.



Vad gäller akademisk, eller teoretisk, kunskap anser Rimpi, Henriksson och till viss del resterande intervjupersoner att det är viktigt, men i olika utsträckning. Rimpi och Henriksson menar att det är en väldigt värdefull kompetens för dem att ha in på redaktionen, medan resterande intervjupersoner menar att det är meriterande och värdefullt, men att andra kompetenser i stor mån väger tyngre. Detta är dessutom en skillnad mot hur branschen såg ut förr; med tiden blev det viktigare att vara multikompetent som journalist men det omfattade främst fotografi, TV, radio och dylikt. Samtidigt finns många olika genrer inom journalistik nu för tiden, och ofta behöver journalister vara specialiserade i ett ämne för att kunna skriva om det på bästa sätt.<sup>76</sup> Detta visar att branschen har utvecklats till att bli något mer än bara skrivande, filmande och fotografi. Det påvisar ett skifte som troligtvis är som sådant på grund av en prekär bransch, men även ett snabbt föränderligt världsläge. Detta framgår av respondenternas särskilt uppvisade intresse av andra kompetenser än traditionella journalistiska. Andra respondenter fann det viktigt, men inte lika viktigt i jämförelse med journalistiska kompetenser, som citat nedan påvisar.

Det är inget teoretiskt yrke, du producerar saker. Kan du inte det så spelar ingen roll hur många utbildningar du har tagit, kan man inte leverera sen när det egentligen gäller så spelar det ingen roll om du har pluggat ekonomi i åtta år, du kan ändå inte bli ekonomijournalist. (Intervju med Christofer Ahlqvist, Göteborgs-Posten. 7/11/2023)

Ahlqvist, Rimpi och Henriksson är de intervjupersoner i denna studie som befinner sig i Sveriges tre största städer, vilket innebär att de ofta har flera olika målgrupper att nå ut till. Därför är utländska språk en viktig kompetens för dem att ha in på redaktionen. Arabiska, somaliska och Sveriges största minoritetsspråk nämns som viktiga. Detta är en del i medieutvecklingen som syftar till samhällliga förändringar med en mångfald av människor som även kräver representation i svensk media.<sup>77</sup> Mohlin, som arbetar för en mindre lokaltidning, betonar istället vikten av att ha bra språkkunskaper i svenska, något som även är grundläggande för journalister generellt. Vidare anses det viktigt att ha skapat ett kontaktnät, enligt Ahlqvist, och journalistiska kompetenser såsom story-telling och visualisering samt presentation nämns vara viktiga kompetenser enligt både honom och Bingström.

Andra journalistiska kompetenser som nämns är bearbetning av text som Ahlqvist, Bingström och Rimpi tycker är viktigt, men även att besitta färdigheter inom TV, radio,

---

<sup>76</sup> Takahashi et al., s. 1.

<sup>77</sup> Nord et al., s. 367.

podcast, fotografi och liknande kompetenser som återfinns i yrket. Det är främst Bingström och Ullrich som pekar på vikten av att kunna besitta flera färdigheter som generellt är viktiga i journalistyrket. En del i medieutvecklingen handlar om att vissa roller har försvunnit, medan nya har skapats.<sup>78</sup> Under tidigare skeden av journalistiken började yrket så småningom professionaliseras, vilket innebar att fler yrkestitlar skapades eftersom det i större utsträckning fanns högre krav på kvalitet och journalister behövde därmed börja specialisera sig.<sup>79</sup> Senare, under 2000-talet började branschen utvecklas på det sätt att journalister i stort började förväntas kunna vara multikompetenta och kunna skriva, fota, filma, redigera och arbeta med flera olika uppgifter som ingår i journalistyrket.<sup>80</sup> Denna utveckling går att se idag på redaktioner såsom HG och SMP, till viss del på resterande redaktioner också, men inte nödvändigtvis i samma utsträckning. Medieutvecklingen i journalistbranschen är generell i sin natur men det finns självklart skillnader mellan varje redaktion i vad som är viktigt och inte, och ofta handlar det om ekonomiska resurser men potentiellt även om generella förväntningar på journalister idag.

Vi har ju mer resurser, det ska man inte sticka under stolen med, och för oss är det så att när vi satsar på någonting, då kopplar vi ihop en eller två reportrar, någon som är expert på webbpublicering och någon som är duktig på, kanske fotograf, visuell berättare, kanske någon podd, alltså vi bygger team, så gör man jobbet tillsammans. (Intervju med Maria Rimpi, Svenska Dagbladet. 17/11/2023)

Bingström, Henriksson, Ullrich och Mohlin kan anse att det är viktigt med spetskompetenser, inte minst Henriksson, men de betonar även vikten av att kunna vara en generalist, och att besitta förmågan att skriva om det mesta och att kunna behandla dessa saker journalistiskt. Bingström menar även att kunna hålla deadlines är viktigt samt att ha körkort eftersom att deras bevakningsområde upptar ett helt län och de använder bilen mycket för att kunna åka ut och träffa människor. Vidare anser Ullrich att exempelvis juridik kan vara en sådan kunskap som kan vara bra att ha inne på en redaktion. Källkritik anses vara viktigt av Bingström och Ullrich, och en kompetens som ansågs vara särskilt viktig av Ahlqvist, Bingström, Rimpi och Henriksson är samarbetsförmåga. Samarbetsförmåga kan anses vara en färdighet på det sätt

---

<sup>78</sup> Bazylik et al., s. 1.

<sup>79</sup> Nygren, 2019, s. 59.

<sup>80</sup> Takahashi et al., s. 1.

att en person kan träna upp denna förmåga, men den återkommer även senare förklarad som en personlig egenskap.

### 5.3 Personliga egenskaper

Den tredje kategorin av kompetenser är personliga egenskaper. Det handlar främst om den sociala roll som en person intar i den miljö som personen befinner sig samt vad de har för karaktärsdrag.<sup>81</sup> Många personliga egenskaper anses vara väldigt viktiga bland respondenterna, och ibland verkar dessa egenskaper till och med väga tyngre än övriga kategorier av kompetenser. Öppenhet för lärdom är något som Ahlqvist, Rimpi och Ullrich anmärker på. Inte minst med den snabba utvecklingen i branschen anser de att det är viktigt att vara öppen för att lära sig nya saker, nya kompetenser, nya arbetsmetoder och dylikt. Andra personliga egenskaper som Bingström specifikt nämner är förmåga att ta emot kritik, noggrannhet och ansvarstagande. Detta är ofta basala saker som efterfrågas hos de flesta arbetsgivare, men det är ändå viktigt att en journalist besitter dessa egenskaper.

Interaktion, eller interpersonella kompetenser, innebär att en person besitter sociala kunskaper och förmågor som gör det lättare för personen att fungera i grupp med andra människor. Alla förutom Henriksson tryckte på vikten av just denna kompetens. Flera av respondenterna anser även att denna egenskap är viktig nog att kunna väga mer än andra kompetenser, eftersom redaktionerna även strävar efter en god arbetsmiljö. Därför menar även Ahlqvist, Bingström, Rimpi och Mohlin att det är viktigt för journalisten att vara en god kollega, vilket här hör till interpersonell kompetens men ändå skrivs ut som en egen kompetens, just för att kunna uppvisa de olika begrepp som respondenterna tryckte på. Detta är en av få kompetenser som anmärktes på väldigt mycket, och som därigenom kunde tolkas vara bland de viktigaste. Flera av intervjupersonerna uppgav att interpersonella kompetenser var så pass viktiga att de kunde vara avgörande för en anställning. Ibland är det alltså inte tillräckligt att besitta många färdigheter och kunskaper, utan i slutändan avgörs ofta en potentiell anställning på hur personen är och hur den passar inne på redaktionen med kollegorna.

Vidare anser Bingström och Henriksson att det är viktigt för journalisten att kunna ta emot jobb och arbeta med tilldelade uppgifter, men det är även viktigt för journalisten att vara initiativtagande och idérik. Alla förutom Ahlqvist trycker starkt på att idérikedom är en av de

---

<sup>81</sup> Wang et al.

starkare kompetenserna som en journalist kan besitta och kan hjälpa personen framåt i yrket beroende på hur de utför idéerna. Bingström och Mohlin trycker på vikten av nyfikenhet hos en journalist och att även detta är en av de viktigare egenskaperna som en journalist kan besitta, eftersom det hjälper journalisten att hitta nyheter och att hitta nya ingångar och idéer till artiklar.

Att vara idérik kan även tolkas som att nischa sig; journalisten kommer vilja hitta idéer som personen själv tycker är intressanta och som går att arbeta med. Forskning understödjer idén om att det är viktigt för dagens journalister att nischa sig och att hitta något eget, samtidigt som de ska kunna vara generalister och multikompetenta. Medieutvecklingen har gått åt ett sådant håll att teknologi, samhälle, ekonomi och arbetsmarknadsstruktur inte längre är som det var i mitten av 1950-talet och innan dess, vilket innebär en komplex sammansättning av kompetenser hos dagens journalister. Detta innebär, som sagt, att journalisten ska kunna vara en generalist, men ska kunna nischa sig; man ska vara öppen för olika typer av jobb samtidigt som man måste kunna sticka ut som journalist i den höga konkurrens som finns i branschen idag.<sup>82</sup> Detta innebär en utveckling av mediebranschen som tvingar journalister att vara flexibla på alla möjliga sätt, och är en direkt följd av de teknologiska avancemang som förändrade arbetsmarknadsstrukturen under den senare halvan av 1900-talet.<sup>83</sup> Forskningen stödjer det som intervjupersonerna uppger, och innebär en komplex, och till viss del paradoxal, uppsättning av kompetenser som dagens journalister behöver besitta. Detta innebär att medieutvecklingen har satt press på en bredare kompetensbas hos journalister som direkt märks av intervjupersonernas svar.

Samarbetsförmåga kan anses vara en färdighet men även en personlig egenskap, då det går hand i hand med interpersonella kompetenser som handlar om att socialt fungera i grupp med andra människor. Ahlqvist, Bingström, Rimpi och Henriksson menar att denna egenskap är väldigt viktig, inte minst för att bibehålla en god arbetsmiljö. Vidare anser Rimpi att förtroendebyggande och stresstålighet är två viktiga egenskaper att besitta när man arbetar som journalist. Det är en snabb bransch, men också i stort människoinriktad; då blir det viktigt att kunna ta kontakt med andra människor och prata med dem. Att vara självständig och engagerad i yrket är två egenskaper som är viktiga enligt Ullrich, inte minst för att kunna producera journalistiskt innehåll med god kvalitet. Hand i hand med detta går att vara

---

<sup>82</sup> Takahashi et al., s. 1.

<sup>83</sup> Nygren, 2012, s. 21.

passionerad för yrket, något som Mohlin instämmer med. Att vara driven som person instämmer både Ullrich och Henriksson med.

Flera egenskaper liknar varandra men avger ändå någon form av skillnad. God arbetsmoral kan sägas likna ovanstående egenskaper, men bör ändå skrivas ut för sig eftersom god arbetsmoral innebär att ha någon form av personlig etik och tankeprocess som driver en person mot att vilja uppnå goda resultat och en känsla av att de vill och behöver leverera god kvalitet. Gällande framtida kompetenser tror både Rimpi och Ullrich att förändringsbenägenhet och en förmåga att vara anpassningsbar kommer bli allt viktigare.

Journalistbranschen har förändrats sedan dess början, och det har gått väldigt fort. Därför blir det ännu viktigare för journalisten att besitta de egenskaper som krävs för att kunna följa med i medieutvecklingen, och där understödjer journalistikforskning vikten av att vara förändringsbenägen och anpassningsbar.<sup>84</sup> Journalister måste alltså vara villiga att förändras i takt med branschen, för annars kan de ofta inte längre leverera journalistik av god kvalitet. Med detta går att konkludera att det viktigaste för journalister, generellt, är att förstå samhället, ekonomi och teknologi för att på bästa sätt kunna följa med i utvecklingen, och det är därför även viktigt att vara öppen för fortbildning eftersom det är det som hjälper den yrkesverksamma journalisten att kunna fortsätta leverera och arbeta i takt med konstant skiftande krav.

---

<sup>84</sup> Stöber, s. 484.

## 6. Diskussion och slutsats

Mediebranschen har genomgått många förändringar, väldigt snabbt, ända sedan uppkomsten av dagspressen. Det är främst teknologiska, ekonomiska, kulturella och samhälleliga faktorer som bidragit till medieutvecklingen på olika sätt. Förr fanns det fler roller i branschen till följd av yrkets professionalisering och med utvecklingen har det istället blivit färre eftersom journalister i allt större grad förväntades kunna arbeta självständigt med allt vad journalistiskt innehåll innebär. Idag behövs därför ofta inte enskilda fotografer och skribenter, utan journalister förväntas kunna vara multikompetenta. Media i Sverige har dessutom gått från att fokusera på producerandet av innehåll till att bli kommersiella aktörer som, på grund av ekonomiska påfrestningar, måste kunna leverera en viss standard för att kunna tjäna tillräckligt med pengar för att fortsätta. Detta är något som skapat större konkurrens olika mediehus emellan. Dessutom har mediemarknaden blivit mer fragmenterad med samhälleliga faktorer i medieutvecklingen som syftar till en större mångfald av människor i samhället, men även teknologiska avancemang som uppkomsten av många olika sociala medier och digitala plattformar som med tiden satt större krav på journalisten att besitta dessa kompetenser.

Detta återspeglas i de svar som studiens intervjupersoner har uppgett. Genom att fokusera på kompetenser, vilka kan delas upp i tre kategorier, går det att se ungefär hur branschen har utvecklats fram till idag och vilka likheter och skillnader som finns mellan då och nu. Intervjupersonerna tycker alltså att följande kompetenser är bland de viktigaste för en journalist idag: förkunskap om det område som journalisterna ska arbeta med, applikation av ämnesspecifika kompetenser, vetskap om vad deras publik gillar, lokalkännedom eller lokal bakgrund, förmåga att se helhet, vetskap om hur man når nya målgrupper, allmänbildning, arbetslivserfarenhet, en annan kulturell bakgrund och att redan ha ett särskilt hjälpsamt kontaktnät. Att kunna behandla teoretiska ämnen journalistiskt är en kompetens som verkar vara mer betydelsefull idag än vad den var förr; detta kan bero på att alla aspekter av samhället utvecklas snabbt och vissa saker kan vara lättare att rapportera om ifall journalisten besitter förkunskaper om ämnet. Alla dessa kompetenser faller in i kategorin tyst kunskap.

Att veta vad publiken gillar och att veta hur man når nya målgrupper är något som journalisten lär sig genom erfarenhet i yrket och potentiellt genom kompetens i hur man använder olika digitala plattformar och hur man tolkar innehåll däri. En icke-svensk bakgrund har blivit viktigare att få in på flera redaktioner på grund av samhälleliga faktorer i medieutvecklingen. Att ha ett visst kontaktnät är en del av att ha en annan bakgrund, att kunna nå en annan grupp människor och bygga förtroende med dem för att kunna producera

särskild journalistik, men ett existerande kontaktnät är minst lika viktigt för mindre lokaltidningar som, på ett sätt, baserar journalistik på en viss typ av gemenskap och andra bevakningsområden som inte nödvändigtvis är lika viktiga för större redaktioner. Även dessa kompetenser är tyst kunskap.

När det gäller färdigheter var det många olika som nämndes. Mycket hade med journalistiska kompetenser, teknologiska kompetenser och teoretiska kompetenser att göra. De kompetenser som respondenterna nämnde som viktiga var journalistiska kompetenser, förkunskap i det som de ska arbeta med, kunskap om specifika saker i sitt bevakningsområde, Big Data, utländska språk, att arbeta med data, analytiskt tänkande, att ha skapat ett kontaktnät, story-telling, samarbetsförmåga, bearbetning av text, SEO, sociala medier, presentation och visualisering, AI, prompt engineering, språkkunskaper i svenska, TV, radio, podcast, fotografi, att arbeta inom deadline, att vara generalist, att besitta akademisk kunskap, kunskap om digitala plattformar, att vara källkritisk, multimedial, att ha genomgått fortbildning, att driva in nya prenumeranter, juridik samt att ha körkort.

Flera av ovanstående kompetenser har med den digitala utvecklingen att göra och är en konsekvens av medieutvecklingen hittills. Denna form av teknologi är något som utvecklats under det sena 1900-talet samt början av 2000-talet och är således någorlunda nytt för journalister, men teknologin idag ser ändå inte likadan ut som den gjorde i början av 00-talet. Samhället förändras fort och mediebranschen måste följa med i utvecklingen. Därför har de till slut blivit kommersiella aktörer till skillnad från hur media såg ut innan den teknologiska utvecklingen tog verklig fart. Att besitta kunskap om digitala plattformar och att vara multimedial, att vara multikompetent inom journalistik, att förstå AI och data samt statistik och att kunna driva in nya prenumeranter är exempel på kompetenser som är viktigare idag än någonsin tidigare och allt detta är ett symptom på medieutvecklingen som journalistbranschen har genomgått.

Den sista kategorin av kompetens består av personliga egenskaper och nämndes vara bland de viktigaste kompetenser som en journalist kan besitta. Dessa kompetenser är öppenhet för ny lärdom, social kunskap i form av förmåga att interagera med andra, att vara en god kollega, att kunna ta emot jobb men att även kunna vara initiativtagande och idérik. Vidare ska journalisten vara nyfiken, ha en förmåga att ta emot kritik, vara noggrann, besitta samarbetsförmåga, vara förtroendebyggande, stresstålig, driven, självständig, förändringsbenägen, anpassningsbar, passionerad för yrket, engagerad, ha god arbetsmoral och journalisten ska vara ansvarstagande. Det är främst öppenhet för ny lärdom, att vara förändringsbenägen och att vara anpassningsbar som är de kompetenser som kan sägas ha

föranletts av medieutvecklingen. Dessa kompetenser är något som en person bör besitta i sin karaktär, vilket innebär att det inte alltid går att lära sig dessa saker. Men i en bransch där kompetenser byts ut med kort mellanrum, vad som är viktigt och inte beror på vad som händer i världen och samhället, och ekonomi samt teknologi utvecklas åt olika håll ständigt, blir det viktigare för journalisten att besitta personliga förmågor som underlättar förändring. Journalistbranschen förändras väldigt fort, och som alla respondenter säger är det viktigt att kunna följa med i utvecklingen. Detta gäller exempelvis även fortbildning.

De kompetenser som respondenterna främst betonade som viktiga var alltså personliga egenskaper, sedan färdigheter, och sedan tyst kunskap. Trots att mycket mer förväntas av journalister nu än förr, är personliga och sociala kompetenser bland det viktigaste som en journalist kan besitta. Allra viktigast är att ha en god arbetsmiljö och att vara en person som besitter interpersonell kommunikation som kompetens, och sedan kommer andra färdigheter och kunskaper. Flera av intervjupersonerna uppgav att en ansökan om jobb hos dem ofta utvärderas genom journalistisk erfarenhet och/eller personkemi. Medieutvecklingen har bidragit med förändrade arbetsmarknadsstrukturer som gjort många yrkesroller prekära och svåra att verka i, ekonomiska svårigheter som tvingat tidningar att hitta andra former av intäkter än traditionella annonser. Den har även bidragit med samhällsliga förändringar med en större mångfald av människor att nå ut till och en bredare teknologisk kunskap att besitta. Trots detta verkar personliga egenskaper vara nästan viktigast för intervjupersonerna. Detta går till viss del emot idén om medieutveckling som handlar om andra faktorer och utvecklingen av en kompetensbas. Det är fortfarande viktigt att besitta många olika kompetenser, och de skiljer sig åt beroende på vem man frågar, men det är viktigt att fungera i grupp med andra personer. En sådan sak har inget med medieutveckling att göra och påvisar därmed en diskrepans mellan den utveckling som har skett i journalistbranschen ända sedan 1800-talet. Även om intervjupersonerna bekräftar den forskning som har gjorts under 2000-talet gällande kompetenser, är denna del inte särskilt bekräftad av tidigare forskning.

Det som går att konkludera är att branschen till stor del, enligt respondenterna, förändrats från att vara ett yrke där journalisten är i fokus och många olika roller fanns till att bli en konsumentbaserad praktik där journalister alltmer behöver vara multikompetenta och multimediala vilket i sin tur kan leda till färre roller i yrket och en ökad press på journalister att behöva utbilda sig inom fler områden än vad journalister behövde förr. Medieutvecklingen har förändrat det sätt som journalistyrket existerar på, och den har satt press i form av ett större behov av olika kompetenser inne på redaktioner. Redaktioner befinner sig ofta i ekonomiska svårigheter på grund av en medial affärsmodell i kris, och många har därmed



inte heller råd att anställa fler, nya journalister, samtidigt som redaktioner känner ett större behov av att utvidga sina redaktioner till att bli mer heterogena.

Intervjupersonerna tror att medier är på väg mot en bredare teknologisk inriktning och potentiellt ökade förväntningar på ytterligare ämnesspecifika kunskaper som kan behandlas interdisciplinärt. De menar att det kommer bli viktigare med exempelvis kunskap kring AI, och således källkritik. Det är alltså mycket möjligt att den teknologiska medieutvecklingen kommer fortsätta att knuffa branschen åt samma håll som den redan gått mot fram till idag, och journalister kan behöva anskaffa kompetenser i form av tekniska verktyg och dylikt för att kunna följa med i journalistikens utveckling, eller fortbilda sig oftare. Med tanke på globaliseringen samt ett ökande mångkulturellt samhälle lär branschen fortsätta utveckla sig även åt detta håll och fler tidningar kan komma att söka journalister med utländsk bakgrund eller med en viss typ av kontaktnät. Den kompetensbas som efterfrågas idag är många gånger väldigt bred, och troligtvis kommer den bara behöva utökas allteftersom.

Idag finns inte mycket forskning på samtida journalisters kompetensbas och förväntningar eller krav från arbetsgivarens håll. Ett förslag på framtida forskning är att fortsätta i detta spår, möjligtvis på en större skala beroende på forskningens omfattning. Eftersom den teknologiska aspekten har varit viktig i denna studie, skulle framtida forskning även fokusera på journalister och deras teknologiska kompetensbas, vad som förväntas av dem i samtid samt hur det fungerar för dem att lära sig om det och arbeta med det. Likaså är det intressant att titta på specialiseringen inom journalistik; förr specialiserade sig journalister och fler yrkesroller uppstod. Efter ett tag förändrades arbetsmarknaden och journalister skulle bli multikompetenta, men idag syns det i större grad att journalister även förväntas nischa sig eller besitta specialistkompetenser. Denna utveckling kan vara intressant att forska i.

## 7. Källförteckning

### Böcker

Berger, Arthur Asa. *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. 4 uppl. Thousand Oaks: SAGE Publications Inc., 2016

Ekström, Mats och Larsson, Larsåke. "Kvalitativa intervjuer" i *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*, Ekström, Mats och Johansson, Bengt (red.), 99-130. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur AB, 2019

Enlund, Nils. "Morgondagens teknik finns i dagens laboratorier" i *På väg mot medievärlden 2020: Journalistik, teknik, marknad*, Hvitfelt, Håkan och Nygren, Gunnar (red.), 75-90. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur AB, 2005

Nygren, Gunnar. "Journalistik som profession" i *Handbok i journalistikforskning*, Michael Karlsson och Jesper Strömbäck (red.), 59-72. 2 uppl. Lund: Studentlitteratur AB, 2019

Nygren, Gunnar och Nord, Karolina Olga. *Svenska nyhetsredaktioner 2019: Krympande redaktioner och läsardata i centrum i : Lars Truedson (red.), Mediestudiers årsbok: Tillståndet för journalistiken 2018/2019 (pp. 22-57)*. Stockholm: Institutet för Mediestudiermediestudier

Teljas, Cecilia., Jonsson, Alex och Enlund, Nils. "Konsumenternas förväntningar driver medieutvecklingen" i *På väg mot medievärlden 2020: Journalistik, teknik, marknad*, Hvitfelt, Håkan och Nygren, Gunnar (red.), 209-228, 4 uppl. Malmö: Holmbergs i Malmö AB, 2008

Wadbring, Ingela och Andersson, Ulrika. "*Journalistiken och marknaden*" i Nygren, Gunnar och Wadbring, Ingela (red.) *På väg mot medievärlden 2030 - Journalistikens villkor och utmaningar*, 97-120. 6 uppl. 2019. Lund: Studentlitteratur AB

Weibull, Lennart. "Brytpunkter i svensk medie- och journalistikhistoria" i *Handbok i journalistikforskning*, Michael Karlsson och Jesper Strömbäck (red.), 43-58. 2 uppl. Lund: Studentlitteratur AB, 2019

### **Tidskrifter**

Awad-Cherit, Isabel. Cultural Diversity in the News Media: A Democratic or a Commercial Need? *Javnost-The public*, vol. 16, nr 4, 55-72, 2008

Bazylik, Sergei och Gibbs, Michael. How is new technology changing job design? *IZA World of Labor 2022*, vol. 344

Bozkurt, Aras och C Sharma, Ramesh. Generative AI and Prompt Engineering: The Art of Whispering to Let the Genie Out of the Algorithmic World. *Asian Journal of Distance Education*, vol. 18, nr. 2, 1-6, 2023

Broussard, Meredith., Diakopoulos, Nicholas, L. Guzman, Andrea., Abebe, Rediet., Dupagne, Michel och Chuan, Ching-Hua. Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 96, nr 3, 669-954, 2019

Carpenter, Serena. An Application of the Theory of Expertise: Teaching Broad and Skill Knowledge Areas to Prepare Journalists for Change. *Journalism and Mass Communication Educator*, vol. 63, nr 3, 2009

Fan, Jianqing., Han, Fang och Liu, Han. Challenges of Big Data analysis. *National Science Review*, vol. 1, nr 2, 293-314, 2014

Franklin, Bob. The Future of Journalism. *Journalism Studies*, vol. 15, nr 5, 481-688, 2014

Hedman, Lowe., Alström, Börje., Enlund, Nils., Hvitfelt, Håkan och Nygren, Gunnar. *Medieutveckling: Ett forskningsområde med många ingångar* i Nordicom Information, nr 4, 25-41, 2005

Koivula, Minna., Saari, Tiina., & Villi, Mikko. "I love learning new things": An institutional logics perspective on learning in professional journalism. *Journalism*, 0(0), 2023

Larrondo Ureta, Ainara och Peña Fernández, Simón. Keeping pace with journalism training in the age of social media and convergence: How worthwhile is it to teach online skills? *Journalism*, vol. 19, nr 6, 877-891, 2018

Nygren, Gunnar. "Tillfällig och flexibel - Arbetsmarknad och yrkesroller för journalister i förändring" i *Nordicom Information*, vol. 34, nr 3-4, 2012, s. 19-37

Ruggiero, Christian., Karadimitriou, Achilleas., Lo, Wai Han och Núñez-Mussa, Enrique. "The professionalisation of journalism: Global trends and the challenges of training and job insecurity" i *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021*, Josef Trappel och Tales Tomaz (red.), s. 309-335. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet, 2022

Silva, Sergio Evangelista och Silva, André Luís. Expanding the current tacit/explicit knowledge dichotomy encompassing situated and theoretical/normative knowledge: a phenomenological perspective. *Journal of Documentation*, vol. 79, nr 4, 955-972, 2022

Stöber, Rudolf. What Media Evolution Is. *European Journal of Communication*, vol. 19, nr 4, 435-576, 2004

Sørgård Olsen, Karianne. What We Talk about When We Talk about Local Journalism: Tacit Knowledge during the Digital Shift. *Sur le journalisme*, vol. 7, nr 2, 126-139, 2018

Takahashi, Bruno och Parks, Perry. Journalists and Communicator's Perceptions of Their Graduate Training in Environmental Reporting: An Application of Knowledge-Based Journalism Principles. *Frontiers in Environmental Science*, vol. 5, 2017

Wang, Cheng-Hui., Liu, Gloria Hui-Wen och Yen, Chia-Dai. Teamwork Competence in Journalism Education: Evidence From TV Organizations' News Team in Taiwan. *Frontiers in Psychology*, vol. 13, 2022.

Wiik, Jenny och Nygren, Gunnar. "Den journalistiska professionen i nätverkssamhället" i *Människorna, medierna och marknaden: Medieutredningens forskningsantologin om en demokrati i förändring*, s. 262-282. Stockholm: Wolters Kluwer, 2016

Örnebring, Henrik och Mellado, Claudia. Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations. *Journalism*, vol. 19, nr 4, 445-463, 2018

Örnebring, Henrik. *The skills of journalism: some results from a six-nation comparative project*.

### **Rapporter**

Andersson, Ulrika. “Digitala prenumerationer ökar - men vägen dit har varit lång” i *Regntunga skyar*, Andersson, Ulrika., Carlander, Anders och Öhberg, Patrik (red.), Göteborgs universitet: SOM-institutet, 131-144, 2020

Nord, Lars och von Krogh, Torbjörn. “Continuity and change in a more fragmented media landscape” i *The Media for Democracy Monitor 2021: How Leading News Media Survive Digital Transformation (Vol. 1)* / [ed] Trappel, Josef & Tomaz, Tales, Gothenburg: Nordicom, 2021, s. 353-380

## 8. Bilagor

### 8.1 Intervjuguide

#### Bakgrund

- Vad är din akademiska bakgrund?
- Hur länge har du jobbat inom journalistbranschen och vilka olika yrkesroller har du haft genom åren?
- Hur länge har du haft din nuvarande yrkesroll?

#### Organisation

- Hur många anställda har ni på er redaktion?
- Har detta förändrats under de senaste 10 åren? Har det blivit fler eller färre jobb?
- Vad erbjuder ni främst för kontrakt? Heltid, deltid, eller har ni mest på frilans?
- Hur ser den generella rekryteringsprocessen ut hos er? Om någon hör av sig direkt till dig för att söka jobb, hur gör du? Ifall du väljer att boka möte direkt, vad är det som får dig att göra det?

#### Färdigheter

- Vad har ni för generella förväntningar på de personer som ni väljer att anställa?
- Vilka färdigheter eller kompetenser anses bäst eller viktigast att ha?
- Hur viktigt är det med spetskompetenser? Exempelvis, är det viktigt att ha en bakgrund i ekonomi om man vill skriva om det?
- Vad är det som främst fångar ert intresse när ni ska anställa någon? Akademisk bakgrund, något annat? Hur mäter man vad som är viktigast?
- Vad krävs för att man inte ska vara utbytbar som journalist?

#### Framtid

- Tror ni det kommer krävas mer färdigheter eller extra kompetens i framtiden, och vilken kompetens tror ni kommer vara viktigast?

- I Storbritannien utbildar sig journalister extra i juridik, etik, faktagranskning och annat, utöver sin journalistutbildning för att kunna bli bättre i sitt arbete. Är det något ni ser som är, eller kommer, vara viktigt för framtida journalister?

## 8.2 Kodningsguide

Denna kodning gjordes för att underlätta förståelsen för vilken respondent som tycker vad. Redaktionernas förkortning används endast för enkelhetens skull, alla åsikter tillhör respondenterna själva. I de fall där ett kryss inom parentes återfinns innebär det att respondenten har uppgett något som kan tolkas på ett sådant sätt eller att de har nämnt kompetensen som generellt viktig men inte nödvändigtvis viktig för just deras redaktion.

<b>Tyst kunskap</b>	<b>Redaktion</b>
Förkunskap om området de ska arbeta med.	GP, YA, SMP (x)
Applikation av ämnesspecifika kompetenser.	SvD, HG, Sydsvenskan
Vetskap om vad deras publik gillar.	GP, SMP, SvD, YA, Sydsvenskan
Lokalkännedom eller lokal bakgrund.	SMP, YA, HG (x)
Förmåga att se helhet.	GP, SvD
Vetskap om hur man når nya målgrupper.	GP, SMP, SvD, YA, Sydsvenskan
Allmänbildning.	SMP
Arbetslivserfarenhet.	SvD, GP, YA
Kulturell bakgrund.	SvD, Sydsvenskan
Att redan ha ett visst kontaktnät.	SvD, YA, Sydsvenskan

<b>Färdigheter</b>	<b>Redaktion</b>
Journalistiska kompetenser.	GP, SMP, SvD, YA, HG, Sydsvenskan
Förkunskap om området de ska arbeta med.	GP, YA, SMP (x), SvD (x)
Kunskap om specifika saker inom	GP, HG (x)

bevakningsområde.	
Big Data.	GP
Utländska språk.	GP, SvD, Sydsvenskan
Arbeta med data (siffror/statistik).	GP, HG, YA
Analytiskt tänkande.	GP
Att ha skapat ett kontaktnät.	GP
Story-telling.	GP, SMP
Samarbetsförmåga.	GP, SMP, SvD, Sydsvenskan
Bearbeta text.	GP, SMP, SvD
SEO.	GP
Sociala medier.	GP, SMP, Sydsvenskan
Presentation/visualisering.	GP, SMP
AI.	GP, SMP, SvD, HG, Sydsvenskan
Prompt engineering.	GP, Sydsvenskan
Språkkunskaper i svenska.	YA
TV, radio, podcast, fotografi och liknande.	SMP, HG
Arbeta inom satta tidsramar/deadline.	SMP
Att kunna skriva om allt/generalist.	SMP, Sydsvenskan, HG, YA
Akademisk kunskap.	SvD, Sydsvenskan, HG (x), SMP (x), GP (x), YA (x)
Kunskap om digitala plattformar.	SMP, HG, Sydsvenskan, YA
Källkritik.	SMP, HG
Multimedial.	SMP, HG
Kompetens anskaffad genom fortbildning.	YA, HG, GP, SMP, SvD, Sydsvenskan
Att driva in nya prenumeranter.	GP, SMP, SvD, YA, Sydsvenskan, HG
Juridik.	HG
Körkort.	SMP



<b>Personliga egenskaper</b>	<b>Redaktion</b>
Öppenhet för ny lärdom.	GP, SvD, HG
Interaktion med andra (social kunskap).	GP, SMP, SvD, YA, HG
God kollega.	GP, SMP, SvD, YA
Kunna ta emot jobb.	SMP, Sydsvenskan
Initiativtagande/idérik.	SMP, SvD, HG, YA, Sydsvenskan
Nyfikenhet.	SMP, YA
Förmåga att ta emot kritik.	SMP
Noggrannhet.	SMP
Samarbetsförmåga.	GP, SMP, SvD, Sydsvenskan
Förtroendebyggande.	SvD
Stresstålig.	SvD
Förändringsbenägen.	SvD, HG
Anpassningsbar.	SvD, HG
Driven.	HG, Sydsvenskan
Passionerad för yrket.	HG, YA
Självständig.	HG
Engagerad.	HG
God arbetsmoral.	GP, YA
Ansvarstagande.	SMP