

Journalist, javisst!

En förändrad mediebransch ur ett motivationsperspektiv

ABSTRACT

Given the turbulent situation in the Swedish media industry few researchers have turned towards the view of the situation from the perspective of the journalist who is in many ways under pressure. This study therefore aims to take this perspective by combining recent research in the media field with proven theories in the field of motivation. Through deep interviews with eight journalists active in the general news reporting area, the most important factors in terms of their motivation have been suggested and analyzed. There is a distinction between different types of motivation including intrinsic and extrinsic aspects. The intrinsic factors include investigational journalism and the social part of doing research. The extrinsic factors include being able to affect the public and decision makers through their work, choosing your own article topics as well as being assigned topics. Furthermore, since the everyday work is also dependent on deadlines it was necessary to study this from a motivational perspective. However, the shift towards web-based journalism, and its new definitions of deadlines, shows that the negative impact on the motivation is non-existent. Finally, the above-mentioned motivational factors were found only to be affecting the journalist's motivation in the short run since the insecurity of the working environment in terms of not being permanently employed inhibits these factors in the long run.

Keywords: Journalism, media industry, intrinsic motivation, extrinsic motivation, motivating factors

Författare: Caroline Möller 22672 & Ruben Rehn 22673

Handledare: Carina Beckerman

Framläggning: 2014-06-03

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	4
1.1 BAKGRUND	4
1.2 SYFTE OCH FORSKNINGSFRÅGA.....	6
1.3 AVGRÄNSNINGAR.....	6
1.3.1 Samhällsreporter inom tryck och webb.....	6
1.3.2 Förändringar i mediebranschen.....	7
1.3.3 Geografisk avgränsning	7
1.3.4 Redaktionsspecifika faktorer.....	8
1.4 STUDIENS STRUKTUR.....	8
2 TEORETISK REFERENSRAM.....	9
2.1 MEDIER GENOM SAMHÄLLSPÅVERKAN.....	9
2.1.1 Pressen utifrån i den nya marknadsorienteringen.....	9
2.1.2 Journalistik i tryck och webb.....	10
2.2 MOTIVATIONSTEORIER.....	10
2.2.1 Behov	10
2.2.2 Motivation i arbetet	11
2.2.3 Potentiell upplevd motivation i yrket.....	13
3 METOD	17
3.1 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	17
3.2 DATAINSAMLING.....	17
3.2.1 Kvalitativ forskningsstrategi och angreppssätt	17
3.2.2 Intervjuer	18
3.2.3 Val av respondenter	19
3.2.4 Genomförande av intervjuerna	19
3.3 STRUKTURERING OCH ANALYS AV EMPIRIN	20
3.4 STUDIENS TILLFÖRLITLIGHET	20
4 EMPIRI	22
4.1 OSÄKER ARBETSSITUATION	22
4.2 PÅVERKAN FRÅN ANNONSÖRER.....	23
4.3 INCITAMENTSSTRUKTUR.....	24
4.4 DEADLINES	24
4.5 ARBETETS KARAKTÄR.....	25
4.5.1 Samhällspåverkan	25
4.5.2 Den sociala aspekten	25
4.5.3 Egen påverkan på arbetet.....	25
4.5.4 Feedback	26
5 ANALYS.....	28
5.1 ANALYSENS STRUKTUR.....	28
5.2 MÖJLIGHET ATT KÄNNA MOTIVATION I ARBETET.....	28
5.3 HUR MOTIVATIONEN TAR FORM	32
5.3.1 Arbetsvariation, uppgiftsidentifiering och uppgiftsbetydelse.....	32
5.3.2 Arbetsfrihet.....	33
5.3.3 Feedback	36

5.4 OSÄKERHETENS INVERKAN	36
5.5 SKILLNADER MELLAN BEFINTLIG FORSKNING OCH VÅR STUDIE	36
5.6 SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER	37
6 DISKUSSION	42
6.1 FORSKNINGSBIDRAG OCH IMPLIKATIONER.....	42
6.2 FELKÄLLOR.....	42
6.3 FÖRSLAG PÅ VIDARE FORSKNING.....	43
7 REFERENSLISTA	45
7.1 TEORETISKA ARTIKLAR	45
7.2 BÖCKER	45
7.3 URL.....	46

1 Inledning

1.1 Bakgrund

I tidskriften Fria Tidningen berättas det om att det, i april 1996 under en strejk för att höja landsortsjournalisternas löner, avslöjades att det inte krävdes många journalister för att ge ut en tidning såsom Dagens Nyheter. Under tre dagar fanns endast en redaktionsledning på tre personer närvarande i DN-skrapan, vilka med hjälp av nyhetsunderlag från TT och ytterst begränsade grafik- och layoutkunskaper lyckades ge ut tidningen. Även om resultatet, enligt många, lämnade en del övrigt att önska, uppenbarades ändå att journalisternas inflytande inte var lika stort som man tidigare trott, vilket var anledningen till att strejken blåstes av. Denna händelse var upprinnelsen till turbulensen för vikarierande journalister i Sverige.

Mediebranschen i Sverige har under de senaste 15 åren genomgått en omfattande omvandling. Mediearbetsgivarna har haft stort inflytande och arbetsmarknaden för journalister har blivit turbulent. Många av de svenska papperstidningarna har fått problem på grund av en vikande annonsmarknad som tidigare stått för huvuddelen av intäkterna. Förändringarna i branschen har sakta pågått sedan 80-talet. Svenska public serviceföretag såsom SVT och SR har fått kraftig konkurrens från privatägda företag (Strömbäck, 2009). Skiftet från papperstidning till webbaserade tidningar har pågått kontinuerligt i takt med Internets intåg. Således har traditionella pappersbaserade tidningsredaktioner ställts inför en helomvändning där annonsintäkter bytts ut mot webbaserad reklam. En större andel intäkter genereras nu från läsarna, vilket Dagens Nyheter själva berättar på sin webbplatsform. Faktum kvarstår dock att många svenska traditionella redaktioner fortfarande befinner sig i en förändringsfas vad gäller utvecklingen av affärsmodeller som inte förlitar sig på trycktidningsbaserade annonsintäkter.

Sett ur ett bredare perspektiv är det inte bara annonsmarknaden som sätter press på landets nyhetsredaktioner. Detta eftersom man kan anse att företag inom mediebranschen konkurrerar på fyra olika marknader. Dessa är *publikmarknaden*, *annonsmarknaden*, *källmarknaden* samt *kapitalmarknaden* (McManus, 2009). En uppfattning är att då medieföretagen är under press,

tvingas en annan och digital journalistik ta form. Denna använder sekundära och tertiära källor, ofta via internet, samtidigt som sämre källkritik utövas för att fånga läsarnas intressen (Klinenberg 2005; Steensen 2009; Agarwal & Barthel, 2013). Detta kan anses vara resultatet av att nyhetsredaktioner pressas från annonsörer å ena sidan, som inte längre når ut till en lika stor läsarkrets i pappersformatet, och läsarna å andra sidan med allt större krav på snabbhet och lättsamhet.

Journalisten tycks också i hög grad känna av turbulensen i branschen där många beskriver att de fastnat i det så kallade "vikarieträsket" där man ofta går från en osäker anställning till en annan. Vidare tycks vikariefenomenet också vara något som uppfattas som en försvagande faktor av journalistikens kvalitet. Ett citat från artikel i Fria Tidningen av Henrik Ståhl, anställd på Schibstedtkoncernens bemanningsföretag belyser denna syn: *"Är du fast [anställd] på en tidning kan du ha en lojalitet mot den, men är du inhyrd tänker du, precis som vikarier gör, vad är bäst för mig? Hur kan jag få förlängt? Där blir den goda journalistiken hotad, för vad som är bäst för dig kanske inte är god journalistik."*

Forskningen kring den föränderliga mediebranschen har under de senaste 15 åren bland annat fokuserat på digitaliseringen av nyhetsmedia och nyhetsproduktion. Marknadens press på medieföretagen har varit en följd av digitaliseringen. Mycket inom nyhetsproduktionsprocessen och journalisters arbetsbeskrivning har också förändrats. Forskning talar om nyhetsmediers konvergens, som innebär utövandet av journalistik för flera olika medier och anpassningen för olika format, ett fenomen som påstås hamna på journalistens bord enligt Klinenberg (2005). Fler moment i nyhetsproduktionen utöver den renodlade journalistiken sköts numera av journalister i allt större utsträckning, där exempelvis grafisk design ingår i arbetsprocessen. Dessa uppgifter sköttes tidigare av redigerare och redaktörer.

Förändringar inom journalistyrket har också skett vad gäller deadlines där forskning avslöjar att det i och med digitalisering av nyheter inte längre bara finns en deadline utan flera konstanta som sätter högre press på nyhetsproduktionens tempo (Klinenberg, 2005). En nyhetsproduktion som genererar intäkter genom internetannonser kanske är bakgrunden till de

ändrade värderingar vad gäller objektivitet och källkritik som påvisas bland onlinejournalister (Klinenberg, 2005; Steensen, 2009; Agarwal & Barthel, 2013).

1.2 Syfte och forskningsfråga

Trots det ovan beskrivna har dagens forskning ännu knappt berört branschförändringen sett med journalistens ögon och hur det har påverkat deras arbetsmotivation. Syftet med uppsatsen är således att försöka förstå hur man som journalist ser på branschförändringarna och vilka faktorer som driver dem i sitt arbete. Detta är intressant då det i dagsläget finns ett överskott av journalister i förhållande till antal arbetstillfällen samtidigt som deras arbetsbeskrivning har kommit att omdefinieras. Vidare är det intressant för chefer och redaktörer att veta vilka medel som är mest effektiva för att motivera sina medarbetare. Då många hävdar att journalistik med analytiskt djup, som vanligtvis setts som en stark drivkraft, blir allt ovanligare är det också intressant att ta reda på hur en avsaknad av denna motivationsfaktor påverkar den övergripande motivationen. Frågan som kommer att studeras blir därför följande:

Vilka faktorer styr journalistens motivation i en förändrad mediebransch?

Denna kommer att besvaras med hjälp av följande underfrågor:

- *Finns det möjlighet att känna motivation i sitt arbete?*
- *Hur tar denna motivation form och är den av internt eller externt slag?*
- *Hur påverkar den osäkra arbetssituationen på motivationen?*

1.3 Avgränsningar

1.3.1 Samhällsreporter inom tryck och webb

Även om branschförändringen sträcker sig över all typ av journalistik har uppsatsen begränsats till att endast undersöka faktorer sett ur webb- och tryckjournalisters perspektiv. Branschförändringarna har med säkerhet haft påverkan utöver dessa två medieformat, men till följd av uppsatsens begränsade omfattning har denna gräns dragits. Då mycket av bakgrunden till denna studie tar sin utgångspunkt i svenska tidningsredaktioners problem med sina

affärsmodeller samt tidningsjournalisters svårigheter till fast anställning blir denna avgränsning logisk.

Vidare har vi valt att endast intervjua reportrar som arbetar med samhällsfrågor, vilka utgör en majoritet av journalister, och därmed bör vara den grupp där effekter av branschförändringar troligtvis är mest påtagliga. Vidare kan man tänka sig att journalister nischade inom specifika områden har större frihet gentemot sina arbetsgivare och således inte upplever lika hög press. Detta anses dock inte ha någon inverkan på studien. De flesta som studerats har arbetat inom webb. En person arbetar endast med tryckjournalistik, och flera personer arbetar med eller har tidigare erfarenhet av båda formerna. Om respondenternas svar påverkas av detta och det i sin tur har påverkan för hur empirin skall tolkas nämns det explicit i empiriavsnittet. Att respondenterna har snarlika arbetsdefinitioner samt att redaktionsspecifika faktorer har skalats bort gör att det är ointressant för studien vilken respondent som sagt vad. Därför har vi valt att anonymisera respondenterna helt och hållet vilket vi bedömer inte har någon påverkan på analysen och dess slutsatser.

1.3.2 Förändringar i mediebranschen

Att branschen har förändrats till följd av exempelvis digitalisering har i uppsatsen tagits som givet. För att kunna besvara vår frågeställning har vi därför valt att inte fokusera på detta. Den del av referensramen i efterföljande avsnitt, som behandlar branschförändringarna, har således tagits med av anledningen att kunna ta avstamp från att saker och ting har förändrats.

1.3.3 Geografisk avgränsning

Eftersom båda författarna till uppsatsen är bosatta och verksamma i Stockholm har alla intervjuobjekt, med ett undantag, arbetat kring denna ort. Detta har ansetts nödvändigt på grund av praktiska skäl då vi bestämt att fysiska intervjuer var nödvändiga för att säkerställa kvalitet och minskad risk missförstånd som annars kan uppstå vid telefonintervjuer eller videokonferenser (Bryman, 2008). Då geografin saknar eller har liten betydelse för vad som studeras har denna avgränsning ansetts vara rimlig.

1.3.4 Redaktionsspecifika faktorer

Intervjustrukturen och dess frågor har utformats för att ta hänsyn till allmänna faktorer vad gäller intervjuobjektens motivation. Således utelämnas faktorer som är specifika för redaktionen som respondenten tillhört. I de fall då de själva nämnt sådana faktorer på grund av subjektiva tolkningar av frågorna har de utelämnats ur empiri och analys.

1.4 Studiens struktur

Inledningsvis presenteras den teoretiska referensram som ligger till grund för den senare analysen. Denna är uppdelad i två forskningsfält, nämligen forskning inom mediebranschen och motivationsforskning. Därefter presenteras den metod som använts. Här presenteras studiens tillvägagångssätt, datainsamlingsmetod samt hur empiri och analys strukturerats. Därefter följer empiriredovisningen uppdelad på de teman som vi funnit viktiga att analysera. I den efterföljande analysen presenteras dessa genom användandet av teorierna i referensramen. Analysen är uppdelad för att besvara frågeställningens underfrågor först varefter slutsatserna sammanförs till att besvara den övergripande frågeställningen. Slutligen förs en diskussion gällande studiens bidrag till branschen och andra forskningsfält.

2 Teoretisk referensram

2.1 Medier genom samhällspåverkan

2.1.1 Pressen utifrån i den nya marknadsorienteringen

I och med förändringarna i branschen, som beskrevs i bakgrunden, har medierna varit tvungna att utveckla affärsmodeller där man tävlar på fyra olika marknader samtidigt. Dessa är *publikmarknaden*, *annonsmarknaden*, *källmarknaden* samt *kapitalmarknaden* (McManus, 2009). Resultatet av detta blir att makten över vad som produceras förflyttas från redaktionerna till annonsörer och investerare. Konsumenter av nyhets- och samhällsjournalistik, som står för en betydligt mindre del av finansieringen, blir därmed förlorarna. Normalt brukar konsumenten kunna bli vinnare i konkurrensutsatta branscher eftersom det oftast leder till högre kvalitet i tjänsten eller produkten. Detta gäller dock inte i denna bransch, eftersom den ursprungliga tjänsten erbjuder, för konsumenten, tidigare okänd information. Det är därför svårt för denne att avväga hurdan kvaliteten verkligen är (Strömbäck, 2009). Följden blir alltså att journalistiken styrs av annonsörerna och marknadens krav och inte nödvändigtvis av kvalitén inom journalistyrket.

Ytterligare forskning som pekar mot samma sak beskriver att nyheter enligt tradition ska svara på frågan *vem* som har gjort, sagt eller sett *vad*, *var* och *när* det hela skedde samt *varför* (Hamilton 2004). Som journalist skall man genom att använda detta ramverk bevaka samhällsrelevanta aktörer för att människor skall kunna fungera som medborgare i samhället. Numera gäller, enligt Hamilton (2004) ett annat ramverk:

1. Vem bryr sig om någon särskild information?
2. Vad är de villiga att betala för att få informationen, eller hur mycket är andra villiga att betala för att nå dem som vill ha informationen?
3. Var kan medierna eller annonsörerna nå dessa människor?
4. När är det lönsamt att tillhandahålla informationen?
5. Varför är det lönsamt?

2.1.2 Journalistik i tryck och webb

I en observationsstudie på Metro News i USA, gjord av Klinenberg (2005), studeras digital nyhetsproduktion. Studien pekar på att nyhetsproduktionsprocessen har förkortats men att snabba processer inte är något nytt i branschen eftersom man alltid publicerat nyheter efter deadlines av olika slag inom både pappersnyhetsproduktion såväl som TV-nyheter. Skillnaden som påpekas i och med digitalisering innebär dock att det finns deadlines konstant under dygnet och betydligt fler sådana. Intervjuobjekt i studien menar att utredande och analytisk nyhetsrapportering inte längre är prioriterad. Detta generaliseras av Cassidy (2005) som påvisar statistiskt att det är signifikanta skillnader mellan tryck- och online-journalister gällande i vilken utsträckning de antar en analyserande och utredande roll. Vidare finner han att online-journalister i signifikant större utsträckning anser att det är viktigare att publicera nyheter snabbt jämfört med tryckjournalister. Konvergens inom journalistyrket ses också förekomma då yrket i och med digitaliseringen innefattar flera olika arbetsområden utöver själva nyhetsrapporteringen, främst grafisk design (Klinenberg 2005). Detta tar bort tid från själva nyhetsrapporteringen, vilket kräver en snabbare produktionsprocess.

2.2 Motivationsteorier

2.2.1 Behov

Den kanske mest välkända och grundläggande teorin inom motivationsforskningen står Maslow för där han, genom en förklaringsmodell som visas på nästa sida, beskriver hur människor prioriterar sina behov. Tanken är att för att komma högre upp i trappan behöver föregående behov vara tillfredsställt. Det nedersta trappsteget täcker de *grundläggande behoven* såsom mat, vatten och kläder som människor behöver för sin överlevnad. Nästkommande gäller *trygghet*, det tredje *kärlek och gemenskap* det fjärde steget behandlar *självaktning och status*. Det femte och sista steget berör *självförverkligande* (Maslow, 1943).



Figur 1. Maslows behovstrappa (Maslow, 1943).

2.2.2 Motivation i arbetet

Maslows teori behandlar individen i stort och inte specifikt de behov man har i sin yrkesroll. Detta är något som Herzberg gått in på i sin tvåfaktorteori där faktorerna består av *motivatorer* och *hygienfaktorer*. *Motivatorer* relaterar till arbetet i sig och de belöningar som uppstår vid utförandet av arbetet. De mest verkningsfulla är de som främjar individens behov av självförverkligande i sitt arbete. *Hygienfaktorerna* associeras med individens förhållande till kontexten eller omgivningen denne arbetar i. Enligt tvåfaktorteorin är *motivatorerna* effektiva att använda för att motivera individen till bättre prestation samt utförande medan *hygienfaktorer* inte är det. Denna modell har dock kritiserats från olika håll bland annat eftersom Herzberg inte tar hänsyn till att individer kan ha olika definitioner gällande vad som är en *motivator* respektive *hygienfaktor* (House & Wigdor, 1967). På grund av detta väljer vi att använda andra teorier som bättre täcker in det som Herzberg började beskriva.

En inte lika hårt kritiserad teori är den gällande intern och extern motivation¹, vilken istället antar att individer inte motiveras av samma egenskaper. Detta förklaras genom att intern motivation inte endast är något som finns inom individen, men att det samtidigt är en relation mellan individen och uppgiften som genomförs (Deci & Ryan, 2000). Intern motivation definieras

¹ ”Intrinsic” och ”extrinsic motivation”; direkt översättning av engelskt uttryck

här som den typ av motivation som finns inom individen när denne ställs inför en viss uppgift. Det finns därmed inga mål från utomstående parter som individen ska uppnå utan motivationen uppstår istället genom intresset och nöjet i att utföra uppgiften. När individen istället utför en uppgift för att uppnå något för individen utomstående mål och inte ser nöjet i själva uppgiften talas det istället om extern motivation. I tidig forskning definierades detta som motivation som uppstår till följd av externt utsatta mål eller regler (Skinner, 1953). Uppgifter som är externt motiverande utförs därmed utifrån krav eller belöningar från utomstående part. Denna definition har till en början setts som motsatsen till intern motivation (Deci & Ryan, 2000).

Senare forskning har dock nyanserat synen på extern motivation (Deci & Ryan, 2000). Istället identifieras fyra olika former av denna, nämligen: *External Regulation*, *Introjection*, *Identification*, *Internal regulation*². De fyra olika formerna av extern motivation bestäms utifrån vilken grad målet definieras av utomstående part eller av individen själv.

- External regulation är de fall då en utomstående part helt och hållet sätter upp kravet eller målet.
- Introjection beskriver de fall då man fortfarande känner press från en extern part men man genomför det för egen självkänsla eller för samtycke och godkännande från en extern part/grupp.
- Identification är mål som kommer från individen själv. Uppgiften i sig har inget motiverande värde, men att slutföra uppgiften tjänar ett större syfte då de ligger i linje med att komma dit individen känner intern motivation. Författarna tar exemplet då en elev ägnar tid åt att lära sig stava eftersom det ligger till grund för hans livsmål att skriva.
- Internal regulation utgör den mest självgående formen av extern motivation där målen för en uppgift ligger i enlighet med individens värderingar och behov. Detta ligger mycket nära definitionen för intern motivation, men med undantaget att "internal regulation" fortfarande inte erkänner motivation av uppgiften själv.

Denna nyansering av extern motivation ger en tydligare bild av hur ett yrke kan tänkas vara motiverande utan att intern motivation upplevs. Teorin antar

² Originalformuleringar används då lämplig svenskt översättning saknas

därmed att extern och intern motivation inte nödvändigtvis är raka motsatser som tidigare forskning hävdar.

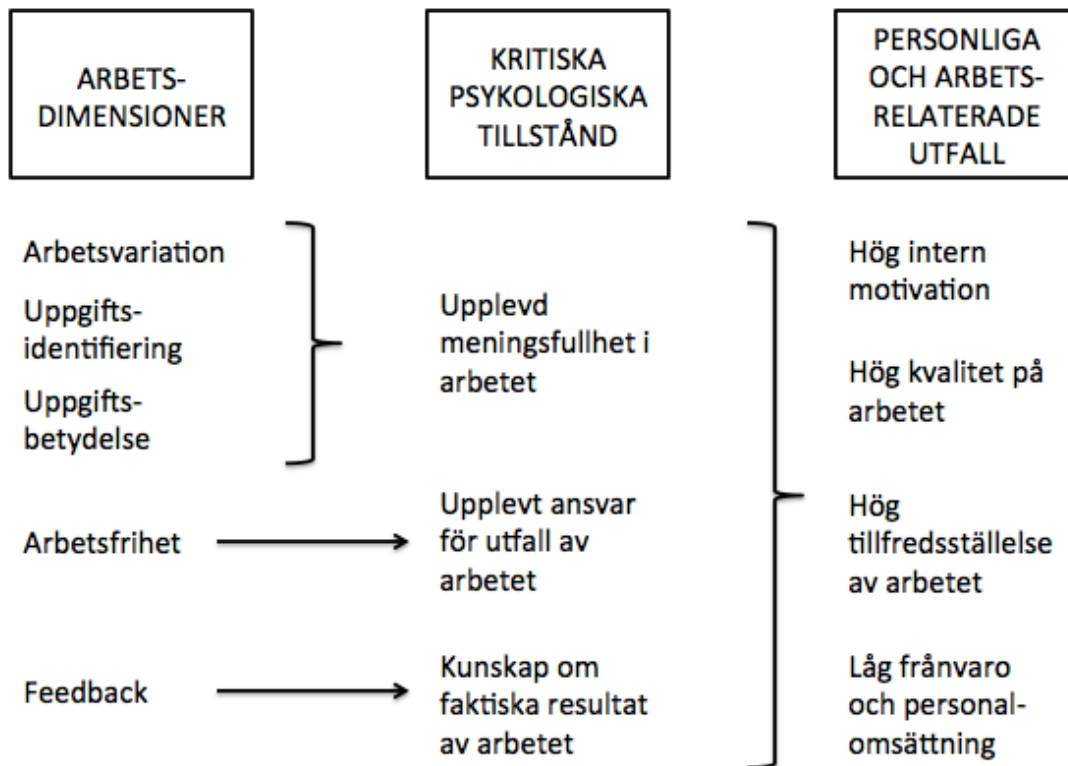
Intressant för mediebranschen är kombinationen av motivation och deadlines där Amabile, DeJong & Lepper (1976) tittade på hur intern motivation påverkades av deadlines i ett pusselexperiment. Olika grupper testades genom ett pussel som antogs vara internt motiverande. Vidare studerades hur deltagarnas interna motivation påverkades av olika villkor kring en deadline. De olika villkoren bestod av:

- Ingen deadline – testobjektet gavs instruktioner att göra så mycket av uppgiften som denna själv önskade.
- Så fort som möjligt – testobjektet gavs instruktioner att arbeta så fort som möjligt utan att veta hur lång tid denne hade på sig.
- Implicit deadline – testobjektet gavs instruktioner om att utföra uppgiften så snabbt som möjligt under vetskapen att de hade 15 minuter på sig.
- Explicit deadline – testobjekten gavs instruktioner om att arbeta så fort som möjligt med vetskapen om att de var tvungna att slutföra uppgiften på 15 minuter för att kunna bidra med värdefull data till studien som genomfördes.

Det visade sig att testobjekten på signifikant nivå ägnade mindre frivillig tid (studiens mått på intern motivation) till uppgiften om en implicit eller explicit deadline ställdes. Den explicita deadlinen utgjorde därav det mest störande villkoret för intern motivation följt av den implicita deadlinen.

2.2.3 Potentiell upplevd motivation i yrket

Det finns ytterligare teorier som pekar på att individer svarar på olika typer av egenskaper. Modellen som presenteras på nästa sida förekommer i ett test gjort av Hackman och Oldman (1976), vilka genom sitt test kunde påvisa stöd för modellen, trots att det fanns vissa avvikelser.



Figur 2. Dimensioner, tillstånd och utfall (Hackman & Oldman, 1976).

Modellen är uppbyggd som sådan att de olika arbetsdimensionerna leder till kritiska psykologiska tillstånd, som i sin tur landar i olika personliga och arbetsrelaterade utfall. Nedan följer en mer detaljerad beskrivning:

1. Mot upplevd meningsfullhet i arbetet:

- Arbetsvariation: Den mån i vilken ett arbete behöver variation av olika aktiviteter för att utföras (vilket innebär att arbetaren besitter ett antal olika förmågor). Innebär detta att den anställde blir utmanad och har möjlighet att utveckla sina förmågor leder det till att denne anser att arbetet är meningsfullt och motiverande.
- Uppgiftsidentifiering: Den grad i vilken arbetet blir fullbordat av en identifierbar insats, det vill säga att arbetet utförs från början till slut med ett synligt resultat.
- Uppgiftsbetydelse: Den grad i vilken arbetet har en betydande inverkan på livet och arbetet för andra människor, både inom organisationen och i yttre miljöer. Författarna nämner exemplet att någon som skruvar åt skruvar på ett flygplan antagligen ser sitt

arbete som mer betydelsefullt än någon som fyller på papper i en skrivare, trots att förmågorna är desamma.

2. Mot upplevt ansvar för utfall av arbetet:

- Arbetsfrihet: Den grad i vilken arbetet medför frihet, oberoende och möjlighet för individen att planera och bestämma hur arbetet skall genomföras.

3. Mot kunskap om faktiska resultat av arbetet:

- Feedback: Den grad i vilken utförandet av de arbetsuppgifter som krävs av arbetet ger individen direkt och tydlig information om effektiviteten av sin prestation.

Dessa faktorer mynnar ut i en ekvation, enligt nedan, genom vilken den potentiella motivationen för ett arbete fastställs.

$$\text{Potentiell motivationspoäng} = \left[\frac{\text{Arbetsvariation} + \text{Uppgiftsidentifiering} + \text{Uppgiftsbetydelse}}{3} \right] \times \text{Arbetsfrihet} \times \text{Feedback}$$

Figur 3. Potentiell motivationspoäng (Hackman & Oldman, 1976).

Detta innebär, enligt ekvationen, att om arbetsfrihet eller feedback för ett arbete ligger lågt eller nära noll blir den totala poängen nära noll. Samma tyngd ligger dock inte på de olika termerna gällande den upplevda meningsfullheten (arbetsvariation, uppgiftsidentifiering och uppgiftsbetydelse), vilket innebär att de, enligt modellen, inte har samma påverkan på poängen som arbetsfrihet och feedback. Ju högre den potentiella motivationspoängen är för ett arbete desto mer positiva antas de personliga och arbetsrelaterade utfallen vara.

Ett antagande i artikeln är att människor med stort behov av personlig utveckling reagerar mer positivt på ett arbete med hög potentiell motivationspoäng än de som inte har samma behov för personlig utveckling (Hackman & Oldman, 1976). Reaktionerna kan enligt modellen ses i två olika skeden; vilka är (a) länken mellan arbetsdimensionerna samt de kritiska psykiska tillstånden och (b) länken mellan de kritiska psykiska tillstånden och utfallsvariablerna. Den förstnämnda skulle innebära att de som har ett stort behov av personlig utveckling är mer benägna att uppleva när

arbetsdimensionerna är bra jämfört med deras motsatser. Den senare påvisar att nästan alla kan uppleva de psykiska tillstånden när arbetsförhållandena är rätt, men att individerna med stort behov av personlig utveckling svarar mer positivt på detta. Självklart kan dessa positiva upplevelser ske i både (a) och (b) samtidigt.

3 Metod

3.1 Tillvägagångssätt

Frågeställningen har successivt växt fram under arbetets gång. Till en början var den inriktad på en fallstudie kring förändring av produktionsprocessen till följd av digitaliseringen. Efter att ha studerat relevant forskning inom området, kunde vi dock hitta en aspekt som man inte tidigare tittat på. Vi valde att titta på journalisten ur ett motivationsperspektiv och vi fick då också beakta teorier inom detta område. Den förändrade frågeställningen förenklade tillgången till empiri då vi inte längre var bundna till en organisation utan kunde samla data från journalister från olika redaktioner. I efterhand ser vi också att en fallstudie skulle varit svår att få access till, eftersom många av dem vi pratat med velat vara anonyma eller inte velat tala om redaktionsspecifika ämnen. Detta innebär att den tidigare frågeställningens slutsatser troligtvis hade försämrats på grund av detta, vilket gör att vi anser att den nya frågeställningen har större förutsättning att ge svar på intressanta frågor.

Under studiens gång kommer vi att gå mellan en induktiv och deduktiv metod, och därmed pendla mellan teori och empiri, för ökad förståelse och för att slutprodukten skall bli så komplett som möjligt. Detta beskriver Alvesson och Skoldberg (2008) som en abduktiv metod. Vi kan till exempel se detta genom att vi till en början endast tittat på mer sofistikerad motivationsforskning, men efter första intervjun fick gå tillbaka till mer grundläggande teorier. Vidare har vi efter varje intervju diskuterat och skrivit ner vad som kan anses vara snabba analyser och saker man i ett senare skede, när analysen skall struktureras, kan bygga vidare på.

3.2 Datainsamling

3.2.1 Kvalitativ forskningsstrategi och angreppssätt

Studien nyttjar en kvalitativ forskningsstrategi gjord genom ett antal djupintervjuer som beskrivs mer ingående i nästa avsnitt. Anledningen till att vi valt en kvalitativ strategi som bygger på ord och upplevelser och inte kvantitet överensstämmer med det Bryman (2008) beskriver vara vanligt för kvalitativa studier. Eftersom intervjuer har genomförts med journalister från olika

redaktioner, vilka egentligen skulle kunna vara vilka som helst var som helst, anser vi inte att detta kan kallas en fallstudie. Enligt Bryman (2008) skall fallet av egen kraft utgöra fokus för intresset, vilket inte stämmer överens med undersökningen. Likheter i studien finns dock med en tvärsnittsundersökning. Denna brukar dock oftare vara av kvantitativ karaktär även om man kan strukturera den kvalitativt (dessa kvalitativa undersökningar brukar dock luta mot kvantitativa undersökningar, exempelvis genom fokusgrupper). Med hänsyn till de få intervjuer som hållits anser vi dock inte att en tvärsnittsstudie överensstämmer med den undersökning vi genomfört.

3.2.2 Intervjuer

Intervjuerna var av semistrukturerad natur då vår avsikt var att ge respondenterna stor frihet att utforma svaren på eget sätt (Bryman, 2008). På så vis kunde vi skapa ett samtal och behövde inte följa ordningen i intervjuguiden som tagits fram inför intervjuerna. Intervjustrukturen ger också utrymme för respondenten att tolka och lägga värderingar i själva frågan, vilket i vissa fall genererade tämligen olika svar på en och samma fråga. Denna flexibilitet gav också respondenten möjlighet att utveckla sina argument och åsikter gällande ämnen de var extra intresserade av. Detta var något vi ansåg vara mycket viktigt då just intresset för arbetet är det som ligger till grund för studien.

Respondenterna hade i förväg inte blivit informerade om studiens syfte och de frågor som ställdes var av sådan karaktär att de inte skulle förstå intervjuens syfte. Förhandsinformationen som gavs inför intervjuerna var endast att vi skulle ställa frågor om deras yrke generellt i syfte att få journalistens perspektiv på förändringar i mediebranschen. Motivet till detta var att eventuella förutfattade meningar om studiens syfte hade riskerat att påverka respondenternas svar. Respondenterna antas däremot vid intervjuens slut ha förstått det egentliga syftet. Som en försiktighetsåtgärd skickades intervjuguiden till en tidigare nyhetschef vid en av Sveriges Radios lokala radiostationer för att säkerställa att vi förstått essensen av mediebranschen och för att säkra att guiden var relevant och enkel att förstå som respondent. Vidare gjordes även en informantintervju med en chefredaktör för att få mer information kring de

bakomliggande faktorerna som har stor påverkan på studiens resultat (Andersen, 2012).

3.2.3 Val av respondenter

Bryman (2008) beskriver att de flesta som skriver om urvalstekniker gällande kvalitativ forskning som grundar sig på intervjuer rekommenderar ett målinriktat urval, eftersom detta är ett försök till att skapa överensstämmelse mellan forskningsfråga och urval. Eftersom vi under studiens gång har haft svårigheter med att få kontakt med journalister har vi fått förlita oss på ett snöbollsurval där vi genom egna kontakter kunnat göra ett urval. Vi har dock aldrig frångått de avgränsningar som vi ursprungligen upprättat som beskrivits ovan. På grund av svårigheter att få tillgång till empiri har antalet intervjuer begränsats till åtta intervjuer exklusive informantintervjun.

3.2.4 Genomförande av intervjuerna

Intervjuerna, som var av fysisk karaktär, genomfördes under en period av en månad (under perioden mars-april 2014) där den första intervjun var något längre än övriga då vi ville testa frågorna för att se hur de skulle mottas och tolkas. Efter pilotintervjun kunde vi revidera intervjuguiden för att hålla oss inom en rimlig tidsfrist under övriga intervjuer och ta bort de frågor som vi upptäckte inte genererade något värde. Informantintervjun var öppnare än övriga intervjuer där respondenten fick utrymme att tala fritt om branschen och dess utveckling inom ramen för det som har en påverkan på studien. Alla intervjuer spelades in för att sedan transkriberas. Detta menar Bryman (2008) är praktiskt taget obligatoriskt vid samtal och intervjuer. Han menar att trots det arbete som uppkommer med transkribering finns det många fördelar med arbetssättet då man upprepade gånger kan gå igenom svaren och på så vis göra en mer noggrann analys av respondenters svar. Det faktum att vissa personer kan störas av en inspelningssituation anser vi inte vara ett problem i denna studie då respondenterna själva ofta använder detta tillvägagångssätt i sitt dagliga arbete. Respondenterna fick även informationen att de kunde välja att vara anonyma i studien. Detta är något vissa respondenter önskade att vara, vilket innebär att vi valt att anonymisera hela studien då den typen av uppgifter inte tillför något värde.

3.3 Strukturering och analys av empirin

Bryman (2008) beskriver att det är lätt att redovisa för mycket data när man gjort en kvalitativ undersökning. Därför valde vi att, efter intervjuerna transkriberats, gruppera de svar vi fått för att kunna hitta samband, men också för att kunna se om det finns olikheter i respondenternas svar. Detta menar Andersen (2012) är ett sätt att illustrera huvudintrycken vi fått genom att bearbeta materialet. Arbetssättet kan dock innebära att man går miste om den komplexitet och variationsrikedom som kännetecknar sociala fenomen. Vi har därför kombinerat en delanalys med helhetsförståelse av empirin, vilket Andersen (2012) också beskriver vara det bästa arbetssättet. Vi anser att vi, genom att kunna lyssna på intervjuerna igen samtidigt som intervjuerna är så pass få att man i efterhand kan komma ihåg respondenten som person, tar hänsyn till den aspekten och på så vis försöker minska den påverkan detta kan komma att ha på empirin. De delanalyser som genomfördes efter varje intervju gav ofta bidrag till den slutgiltiga analysen, då samma slutsatser kunde dras från fler intervjuer. I de fall då vi inte kunnat se samband eller intressanta diskrepanser mellan respondenterna har de utelämnats ur empirin.

Genom ovan beskrivet arbetssätt kunde vi urskilja olika teman. Vi ville dock sammanställa empirin på så vis att vi enkelt kunde analysera resultaten och ställa dem emot den teori som tagits fram i referensramen. På så vis säkerställdes också att den empiri som redovisades var relevant för frågeställningen. De fem teman som tagits fram, som kommer beskrivas i detalj i empiriavsnittet är; *osäker arbetssituation, påverkan från annonsörer, incitamentssystem, deadlines och arbetets karaktär*.

3.4 Studiens tillförlitlighet

Enligt Andersen (2012) mäter man studiens tillförlitlighet genom studiens *validitet* och *reliabilitet*. Validiteten definieras som överrensstämmelse mellan de teoretiska begreppen och de empiriska variablerna. Vidare delas detta upp i ytterligare två begrepp: *giltighet* och *relevans*. Den förstnämnda beskriver den generella överrensstämmelsen mellan teorier och empiri medan den sistnämnda beskriver hur relevant empirin är för problemformuleringen. Reliabiliteten

beskriver i sin tur hur säkert vi mäter det vi faktiskt eftersträvar att mäta och hur mycket detta påverkas av tillfälligheter.

För att studien skall vara så tillförlitlig som möjligt har vissa åtgärder vidtagits under studiens gång. Som vi beskrivit tidigare har vi använt oss av en abduktiv metod. Denna metod har ansetts lämpligt för att studien ska vara så valid som möjligt och eftersom vi velat gå fram och tillbaka mellan teori, empiri och frågeställning för att de ska överensstämma. För att öka relevansen gjorde vi även en pilotintervju som gjorde att vi kunde omformulera samt ta bort eller lägga till frågor i den intervjuguide som användes. Vi höll även en informantintervju för att säkerställa att vår generella uppfattning överensstämde med det generella i branschen. Denna informantintervju var också ett sätt för att öka reliabiliteten på så vis att vi fick en mer övergripande syn på branschen, där respondenten i fråga inte ämnades studeras på samma sätt som övriga. Frågorna, som kretsade kring fakta om branschen, gav således inga utrymmen för subjektiva svar i informantintervju. Eftersom få kvalitativa intervjuer genomförts finns det en risk att den empiri som tagits fram inte är generaliserbar. Därför lades stor vikt vid att diskutera och hitta samband i de intervjuer som genomförts. Detta för att vi inte skulle lägga egna värderingar i empirin, men också för att vi inte skulle bli mer influerade av vissa respondenter vilket skulle kunna göra empirin mindre tillförlitlig.

4 Empiri

4.1 Osäker arbetssituation

Som tidigare nämnt är det svårt för journalister att få en fast anställning. Av de åtta intervjuade journalisterna hade endast hälften fast anställning, varav en för tillfället har tjänstledigt från sin fasta tjänst för ett tillfälligt vikariat. Det beskrivs att endast oundgängliga journalister ges fast anställning, och en av respondenterna säger att om han skulle ge en nyexaminerad journalist vägledning skulle han råda denne att specialisera sig för att bli mer eftertraktad. Han säger dock själv att han trivs bättre som allmänreporter och skulle inte vilja behöva gå samma väg. En annan respondent beskriver att han faktiskt gjort valet att specialisera sig inom ett ämne han annars inte skulle ha valt ifall det hade funnits fler arbetstillfällen för allmänreportrar. Vidare beskriver en journalist att det finns vissa redaktioner han helst inte skulle arbeta på, men att han inte skulle tacka nej om han en dag stod utan arbete. Att tvingas ta en annan väg än den man kanske skulle velat kan dock vara nödvändigt för att kunna styra sitt privatliv. Att vara vikarie handlar ju inte endast om att inte ha en fast punkt i arbetslivet, utan det drabbar också privatlivet, där exempelvis några beskriver att de har svårt att få bostadslån. Man kan inte heller alltid veta var man befinner sig om 11 månader och man har därför svårt att planera den närmaste framtiden. Ett trivialt exempel beskrivs av en respondent, som beskriver att hon inte kan köpa årskort på gymmet. Ett mer allvarligt är där en annan beskriver osäkerheten inför att skaffa barn.

Respondenterna beskriver dock att det också finns fördelar med kortare anställningar. Vissa anser att det finns en typ av frihet i att vara vikare. En respondent beskriver att han i början av karriären inte ville ha fast jobb eftersom han trodde att det skulle hämma kreativiteten. Han tillägger dock i efterhand att en fast anställning i dagsläget är väldigt skönt. En annan, som även hon tycker att det är viktigt med frihet, menar att det faktiskt är en större frihet att vara fast anställd, eftersom man då har möjlighet att själv välja om man vill vara kvar på arbetsplatsen eller inte istället för att bli tvingad att lämna. Andra möjliga fördelar som uttrycks är faktumet att man inte tröttnar på en arbetsplats. Man får också möjligheten att testa olika medieformat och på så vis skapa en bredare

kunskapsbas. Baksidan av myntet blir dock att man inte tillhör någon redaktion vilket gör att man inte känner samma lojalitet och det blir svårt att skapa ett långsiktigt tänk kring sitt arbete. En respondent uttrycker: *"Det [att vara vikarie] drar ner intresset för att satsa långsiktigt /.../ jag bryr inte mig vad som händer [med företaget] om ett år"*. Det kan också innebära att man tvingas ge upp vissa typer av jobb för att man inte kommer att vara kvar på arbetsplatsen tillräckligt länge för att kunna slutföra det.

Det finns bland journalisterna delade uppfattningar om hur framtiden kommer att se ut. Gemensamt för de flesta är att de trivs i sin nuvarande arbetssituation, men att de önskar något annat för framtiden. Det är endast en respondent som idag arbetar med det han hoppas få arbeta med även framöver. De som idag inte har fast anställning har anställningsaspekten som högsta prioritet snarare än något specifikt uttryckt i arbetsbeskrivningen. En av dem uttrycker sig så radikalt att han inte kommer vara kvar i branschen om 5 år om han inte fått en fast anställning, vilket också tycks vara fallet för de andra i samma situation. I övrigt vill de flesta fortsätta att vara skrivande journalister även i framtiden men kanske under andra former än idag.

4.2 Påverkan från annonsörer

Kännedomen om och åtanke på annonsörer bland journalisterna är entydig. Alla beskriver att de aldrig har annonsörer i åtanke när de skriver. En av respondenterna beskriver dock hur han som nyexaminerad fått göra ett arbete där han själv tyckt att man överskridit gränsen för vad som bör kallas reklam. Han säger att han idag inte skulle skriva motsvarande artikel. En annan respondent uttrycker att gränserna mellan redaktionellt innehåll och annonser har blivit mer otydliga, men uttrycker också att han själv aldrig skulle vinkla något så att det kan anses vara reklam. Vidare anser en av dem som arbetar med webbjournalistik, att reportrar har förhållandevis lite kunskap om hur antal klick³ och intäkter från annonsörer hänger ihop. Det enda sambandet de känner till är ju fler klick desto bättre. De respondenter som huvudsakligen arbetar med webbjournalistik berättar att de har tillgång till den statistik som finns gällande klick, men att detta inte används för att bedöma och belöna dem.

³ Antalet sidvisningar av en artikel som publicerats på Internet

4.3 Incitamentsstruktur

Det råder också stor entydighet när det kommer till incitamentsstruktur, både vad gäller hur man belönas och journalisternas inställning till belöningen. Alla beskriver att de har fast månadslön, där det som för andra arbeten med obekväma arbetstider tillkommer tillägg för detta. Till övriga förmåner tillhör, likt andra typer av företag, friskvårdsbidrag.

Alla respondenter beskriver att lönen inte var något som drev dem när de valde att utbilda sig till journalist. Någon beskriver att han visste att man skulle kunna få en "okej lön", medan en annan säger att timlönen blir relativt låg om man ser till all tid man lägger ner och de obekväma tider man arbetar. Han anser således inte att lönen är något som är avgörande. Ett citat från en av respondenterna kan anses vara representativt för hela den intervjuade gruppen, där han säger: *"De [belöningarna från arbetet i sig] betyder nog mer än lönekuvertet"*.

4.4 Deadlines

Uppfattningarna varierar gällande synen på deadlines. När man arbetar på papperstidning är det tydligt att man har en satt deadline inför redigering och tryck. Här måste man dock också ta hänsyn till att det kan finnas olika typer av upplagor som trycks på olika tider om tidningen skall kunna distribueras på landsbygden. Av de som arbetar med tryckjournalistik uttrycker fler att en deadline styr hur lång tid man tar på sig att producera en artikel. De menar att detta både kan påskynda såväl som skjuta upp produktionen beroende på när deadlinen är satt.

Vissa av dem som arbetar med webbjournalistik menar att det inte finns någon deadline, andra säger att det finns en ständig deadline medan vissa likställer dessa. Tvetydigheten inför synen på deadlines i webbsammanhang hänger ihop med hur man publicerar. Om något nytt inträffar publicerar man ofta ett fåtal rader om det lilla man vet och fyller sedan på artikeln efterhand ju mer information man får. Detta eftersom alla webbjournalisterna beskriver kicken av att vara först ut med en nyhet. De tror också att detta i det långa loppet lockar läsarna eftersom de då alltid kan få den mest aktuella rapporteringen.

4.5 Arbetets karaktär

4.5.1 Samhällspåverkan

Kring diskussionen om vad journalisterna varit mest stolta över i sitt arbete svarar nästan samtliga att genomslag av egna granskande artiklar, nationellt och till och med internationellt, har varit något som visar att deras arbete är betydelsefullt och viktigt. Detta på grund av att man når ut till den stora massan och på så vis kan beröra och påverka sin omvärld. Flera respondenter nämner också fall då deras granskningar har påverkat beslutfattare inom ämnet. De har beskrivit att detta inte varit det ursprungliga målet, men att den effekt deras arbete har haft påvisar betydelsen av deras roll. Trots att många beskriver utredande journalistik som den de är mest stolta över är det få av respondenterna som har möjlighet att vara utredande i sitt dagliga arbete. Endast två av åtta beskriver att de kan göra detta. Endast en av dessa jobbar med renodlad utredande journalistik där han helt fritt får välja vad som skall utredas.

Andra faktorer som många respondenter anser vara viktiga vad gäller påverkan, är att publicera nyheter snabbt för att tillhandahålla den viktigaste och mest aktuella informationen. Här tycks fokus ligga på nyhetsvärdet för läsaren snarare än bred exponering. Många journalister beskriver att de tror att läsaren undermedvetet väljer vilken redaktion man följer med hänsyn till vem som tillhandahåller informationen snabbast.

4.5.2 Den sociala aspekten

Många av journalisterna nämner möjligheten att träffa nya människor, exempelvis de som de intervjuar, som något som gör deras arbete stimulerande. I och med digitaliseringen har dock arbetsbeskrivningen för journalisten förändrats och arbetet utförs oftast vid skrivbordet istället för ute på fältet. Trots att mötet är en viktig faktor för de flesta av respondenterna är det få som får möjlighet att regelbundet göra detta.

4.5.3 Egen påverkan på arbetet

En allmän uppfattning är att man som journalist har möjlighet att påverka vad man skall skriva om. De menar att cheferna gärna ser att man kommer med egna initiativ. Många anser att det inte ligger någon prestige i vem som kommer på en

idé. En av respondenterna uttrycker: *"/.../ en bra grej är en bra grej och det vet cheferna också*". Däremot finns det alltid artiklar som måste skrivas, oavsett om journalisten själv är intresserad av ämnet eller inte vilket de flesta anser vara en del av det dagliga arbetet. Ingen uttrycker direkt missnöje till detta samtidigt som de inte skulle välja det frivilligt.

Den allmänna uppfattningen bland respondenterna är att faktumet att man får styra över sitt eget arbete och produktionsprocessen är något som är viktigt för dem. De som arbetar främst med webbjournalistik uttrycker att en del av denna frihet ligger i att de inte måste anpassa sig till ett specifikt format som annars är fallet med tryckmediet där flera är inblandade i att skapa ett uppslag. De som arbetar med webbjournalistik har också många gånger de arbetsuppgifter som klassiskt sett en redaktör har och får på så vis möjlighet att påverka en större del av produktionskedjan.

Ovanstående verkar till viss del bero på redaktionens storlek. En av dem som kommer från en större organisation anser att det finns för många mellanchefer. Detta gör att han måste rapportera till fler personer angående samma ärende vilket innebär att samma fråga kan få olika svar och försvårar på så vis arbetet för journalisten. Samma sak beskrivs av en av de andra respondenterna som tidigare arbetat på en motsvarande redaktion. Hon uttrycker: *"Är man på ett större ställe är man endast en kugge i ett hjul och man kanske inte känner att man har samma möjlighet att påverka. I en mindre organisation kan man påverka jobbet mer, och det är väldigt kort beslutsväg för att genomföra sina idéer."*

4.5.4 Feedback

Internt är det genomgående ont om systematisk feedback. Några beskriver att feedback kan ges ad-hoc i samband med möten. Det tycks dock oftast som att feedback är triggat av negativa händelser och då främst från läsare. En av respondenterna illustrerar något som fler instämmer i: *"Om ingen hör av sig /.../ så har du gjort ett bra jobb, om någon hör av sig och säger något positivt har du gjort ett jättebra jobb. Har du gjort fel så hör de av sig"*. Många beskriver att de lärt sig att bortse från de kommentarer som saknar substans. Dock anser många att även om feedbacken är negativ eller av en annan åsikt är den ett bevis på att

någon tagit till sig informationen och reflekterat över den, vilket anses positivt av respondenterna.

Det finns dock extremfall där journalisterna och deras närstående blir utsatta för hot, vilket inte är lika lätt att bortse ifrån. En av respondenterna beskriver att hon aldrig skulle säga upp sig av denna anledning, men att man kan välja att ta bort sig själv från upplysningssidor för att förbli något mer anonym. En annan beskriver att det ibland blir så jobbigt att han funderar på att välja bort vissa jobb för att slippa turbulens. Vikten av arbetet och dess resultat brukar dock ta bort dessa tankar.

5 Analys

5.1 Analysens struktur

Analysen inleds med att försöka besvara frågan huruvida det finns möjlighet att känna motivation inom journalistyrket i dagsläget. I denna del av analysen används information kring arbetets natur, och således läggs inga värderingar i aktiviteterna. Denna modell kommer sedan att tjäna som övergripande ramverk när vi sedan analyserar hur de motiverande faktorerna tar form i termer av intern och extern motivation. Här tar vi hänsyn till respondenternas värderingar och använder dessa som analysverktyg. När detta kartlagts tittar vi på hur den osäkra arbetssituationen påverkar arbetet. Därefter dras slutsatserna och en diskussion kring dessa hålls.

5.2 Möjlighet att känna motivation i arbetet

Med hjälp av intervjuerna har vi kunnat analysera den potentiella motivationspoängen för journalistyrket genom att använda modellen som presenteras av Hackman och Oldman. Vi har dock inte utfört en djupare analys där vi upprättat ett poängsystem för att få fram en faktisk siffra, utan endast uppskattat om den potentiella motivationspoängen är hög eller inte för yrket. En sådan typ av analys hade krävt en annan typ av studie i en annan omfattning. Som teorierna beskriver, svarar människor olika på samma aktiviteter, vilket gör att vi inte, med informationen vi fått från intervjuerna, kan säga något om de faktiska respondenterna. Vidare kan det diskuteras vad som anses vara en hög respektive låg motivationspoäng utifrån det som beskrivits ovan. Detta anser vi dock bli tämligen tydligt i och med det resonemang som följer nedan.

Att känna meningsfullhet i arbetet beror enligt modellen på tre olika faktorer vilka kommer tas upp nedan. Inledningsvis kan journalistens arbete sägas vara tämligen varierat. Dagens arbetsbeskrivning är också mer varierande än den tidigare varit i och med att man nu gör betydligt mer utöver artikelförfattande. Trots detta innehåller artikelskrivande i sig flera moment vilket också skulle anses vara varierande. Dagens arbete, i jämförelse med det tidigare, kan istället beskrivas ha en annan struktur med flera olika processer. Enligt forskning kan detta komma att påverka den faktiska

nyhetsrapporteringen. På så vis kan detta faktum anses vara något som påverkar arbetet i sin helhet negativt. Detta är dock inte något vi uppfattat från respondenterna. De har sagt att arbetet är stressigt, men det faktum att de utför olika typer av uppgifter är något som anses vara positivt för dem. Av beskrivningen ovan kan *arbetsvariationen* tänkas vara hög, och bidrar därför positivt till den potentiella motivationspoängen.

Vidare, vad gäller arbetets *uppgiftsidentifiering* kan även denna tänkas vara hög, där hela arbetsprocessen kan beskrivas som identifierbar och där slutprodukten har ett synligt resultat. Detta eftersom det dagligen beskrivs och kontrolleras under exempelvis redaktionsmöten. Slutprodukten är också synlig för både interna och externa parter eftersom den publiceras i form av en artikel.

Slutligen kommer den faktor vi anser har störst positiv inverkan på den upplevda meningsfullheten, nämligen arbetets *uppgiftsbetydelse*. Det respondenterna är mest stolta över i sitt arbete är de tillfällen då deras, ofta utredande, nyhet nått ut till många människor. På så vis har man en stor inverkan på sina medmänniskor, men också på beslutsfattare, vilket gör yrkets uppgiftsbetydelse än mer betydande. Dock skulle även denna term kunna ses som något negativt eftersom man beskrivit att denna påverkan på andra människor, till exempel om man arbetar utredande, kan komma att påverka både journalisten och dennes anhöriga negativt. Vi anser dock att de stora fördelar som beskrivits under intervjuerna väger tyngre än denna aspekt. Summerar vi de tre ovanstående faktorerna kommer vi fram till att den upplevda meningsfullheten i det journalistiska arbetet verkar vara tämligen hög.

Nästa del i Hackman & Oldmans modell som påverkar den potentiella motivationspoängen är huruvida individen känner ansvar för arbetets utfall, vilket beskrivs genom graden av *arbetsfrihet*. Alla respondenter beskriver att de har stor påverkan på det dagliga arbetet och dess planering. Att det finns påtvingade arbetsuppgifter som de måste göra tar de endast som givet och menar att sådana ingår i arbetet.

Vidare är deadlines något som tydligt präglar journalistens dagliga arbete. Det är rimligt att säga att deadlines kan tänkas hämma arbetsfriheten då det ställer vissa yttre krav på hur arbetet genomförs. Detta gör att arbetsfriheten kan

tänkas sjunka något. Som empirin dock har avslöjat finns det olika deadlines beroende på om journalisten jobbar mot tryck eller webb.

Vi kan se en skillnad på arbetsfriheten för de som arbetar på en redaktion i en större organisation, och de som arbetar på en redaktion i en mindre organisation. Enligt några respondenter med erfarenhet av båda typerna ser beslutsvägarna olika ut beroende på organisationens storlek, och precis som det skulle te sig i många andra organisationer så har man mer inflytande i en mindre organisation. Här kommer alltså den potentiella motivationspoängen att skilja sig mellan olika typer av organisationer inom nyhetsbranschen. Med stöd av vad som ovan nämnts anser vi dock att arbetsfriheten är hög oavsett organisation eftersom yrket i sig har en hög arbetsfrihet. Om vi skall ta hänsyn till organisationens storlek måste detta även göras för övriga faktorer som har en inverkan på motivationspoängen. Tittar vi exempelvis på *uppgiftsbetydelsen* som är beskriven ovan, kan denna tänkas förändras beroende på vilken typ av organisation man befinner sig i. Exempelvis har vissa organisationer råd att på heltid anställa reportrar som arbetar med utredande journalistik, medan andra organisationer inte har samma resurser. På så vis kan man se en förändrad betydelse i uppgiften för olika organisationer, trots att den i själva yrket kan anses vara hög. Effekten på arbetsfriheten och uppgiftsbetydelsen (med hänsyn till organisationens storlek) kan därmed antas ta ut varandra, vilket inte tillför något till resonemanget. Det visar dock att andra element kan omfördela vikterna för de olika faktorerna, och möjligen också höja eller sänka motivationspoängen. Dock finns där alltid en grundnivå och dessa övriga element kan endast förbättra den potentiella motivationspoängen.

Den sista delen i Hackman och Oldmans modell behandlar feedback. Hur feedback ska definieras är något som kan diskuteras. I Hackman och Oldmans studie definieras det som att arbetsuppgifterna skall ge individen direkt feedback. Dock kan det finnas andra typer av feedback, till exempel den feedback man får av chefer och arbetskamrater. Vi har upplevt i intervjuerna att denna typ av feedback inte är av störst betydelse. Istället beskrivs en annan typ av feedback av respondenterna som är mer i linje med det Hackman och Oldman beskriver. Vi anser att den är uppbyggd av främst två delar, nämligen webbstatistik om den publicerade artikeln samt återkoppling från läsaren.

Här är just journalistyrket annorlunda jämfört med många andra arbeten. Trots att man inom många yrkeskategorier också får återkoppling från sina användare är den inte av samma typ. Jämför man en artikel med en fabriksproducerad produkt ser man en tydlig skillnad, där journalistens namn står på varje enskild produkt. På så vis kan användaren rikta sin kritik direkt till journalisten. Feedback i form av webbstatistik och återkoppling från läsaren kan anses vara både positiv och negativ. Gällande den förstnämnda kan det användas som ett verktyg för att se vad som konsumerats. Detta kan dock vara missvisande där respondenterna menar att det inte alltid är de mest genomarbetade artiklarna som blir de mest lästa. De menar att man därför inte kan stirra sig blind på siffrorna. Gällande återkoppling från läsare menar många att om man gjort ett bra jobb får man ingen respons från läsare. Har man däremot gjort ett sämre arbete är det något som uppmärksammas. Det är dock svårt att förutspå vilka effekter dessa negativa aspekter har på arbetet i sig.

Vidare kan man tänka sig att nyheters spridning, något som visade sig vara viktigt för respondenterna, utgör ytterligare en typ av feedback på arbetet. Detta fungerar som ett kvitto på hur bra artikeln faktiskt är då andra i branschen uppmärksammar den eller där läsare som reflekterar över texten väljer att sprida den för att ge den vidare uppmärksamhet. Denna typ av feedback är den feedback som, enligt intervjuerna, verkar påverka respondenterna till allra största grad. Det finns dock ingen tydlig struktur för hur detta fungerar, eftersom detta inte är något som händer med varje artikel som i de två tidigare exemplen.

För att summera finns det alltså direkta former av feedback på journalistens arbete, nämligen den statistik som finns tillgänglig och återkoppling från läsaren. Båda dessa har inslag som gör dem svåra att bedöma, eftersom statistik kan vara missvisande på grund av att vissa artiklar, av ren slump, kan skapa läsarstormar, medan återkoppling från läsare tenderar att vara ensidig eftersom det framför allt är negativ kritik som framförs. Vi anser att journalisten genom dagens "system" får information om effektiviteten kring sin prestation. Detta skulle dock kunna vara tydligare, vilket innebär att denna faktor inte kommer att vara den faktor som bidrar mest till den potentiella motivationspoängen.

Ser vi till ovan presenterade faktorer och hur de påverkar den potentiella motivationspoängen ser vi att eftersom alla är mer eller mindre positiva bör journalister, enligt modellen, kunna känna meningsfullhet, ansvar för arbetets utfall och att de har kunskap om arbetets resultat. Detta i sin tur bör leda till att journalisterna är internt motiverade och att de är tillfredsställda i sitt arbete. Trots detta finns det, som tidigare påpekats, en skillnad mellan hur individer reagerar på olika aktiviteter. Det krävs därför en vidare analys med andra ramverk för att kunna dra slutsatser om respondenterna är internt motiverade.

5.3 Hur motivationen tar form

5.3.1 Arbetsvariation, uppgiftsidentifiering och uppgiftsbetydelse

Som tidigare nämnt ligger vikten i att nå det som, enligt Hackman och Oldman, kallas upplevd meningsfullhet för journalister i uppgiftsbetydelsen. Arbetsvariationen och uppgiftsidentifieringen kan självklart tänkas vara höga, men respondenterna har lagt tonvikten vid de faktorer som underbygger uppgiftsbetydelsen. Näst intill alla respondenter har uttryckt att mötet med människor vid insamlande av nyhetsmaterial och det analytiska arbetet som följs av utredande artikelskrivande är saker som är roliga med deras arbete. Det faktum att de beskriver ett visst arbetsmoment som en rolig aspekt av arbetet pekar här på *intern motivation*. Detta i och med att de lägger vikt vid processerna och inte effekten eller målet med dem. Sett från perspektivet av *extern motivation* som kräver någon form av yttre målformulering, blir det tydligt att ett sådant mål inte existerar för respondenterna. Möjlighet till utredande journalistik och möte med människor tycks alltså vara aspekter som för journalisters motivation sammanfaller med den klassiska definitionen av *intern motivation* där utförandet i sig självt är målet.

Det blir svårare att kategorisera samhällspåverkan i det interna/externa motivationsramverket. Respondenterna lägger stolthet i de fall då deras artiklar har fått stort genomslag eller har påverkat beslutsfattare i någon mening. Detta kan ses som ett egoistiskt mål, då det bidrar till självkänsla och möjligtvis till social acceptans inom den egna referensgruppen. Om detta är målet med påverkande artiklar hamnar det närmast definitionen för *introjection*, då det kretsar kring eget eller socialt erkännande. Trots att många uttrycker stolthet

över att få genomslag och stor samhällspåverkan genom sina artiklar, känns kategoriseringen till *introjection* som en något förhastad slutsats då många respondenter också nämner att påverkan och genomslag inte varit något ursprungligt mål då artikeln producerades. Om detta mål således inte funnits från första början är det svårare att definiera detta som *introjection* utifrån förslaget som angivits ovan.

Om man istället ser påverkande artiklar som uttryck för journalistens egna agendor, kan de tänkas ligga i linje med dennes värderingar och åsikter. Detta kan anses falla under definitionen av *internal regulation*, som trots tidigare resonemang, definieras som en form av extern motivation. Detta stärks av att några av respondenterna menar att de gillar att skriva om sådant som de anser vara orättvist. Även om det kanske inte finns något uttalat mål att påverka under tiden artikeln skrivs, kan faktumet att de egna värderingarna får uttryckas vara en högst motiverande faktor oavsett vilket genomslag artikeln får.

Tittar man på internt motiverade aspekter av påverkande journalistik, finner man att de flesta lägger fokus vid, att de artiklar som haft påverkan oftast varit analytiska och utredande till sin natur, vilket tyder på att det är en internt motiverade aspekt som spelar in. Detta eftersom det sammanfaller med det som tidigare klargjordes gällande att utredande journalistik utgör en internt motiverad process, då den drivande faktorn är analytisk journalistik i sig och inte effekten av denna.

5.3.2 Arbetsfrihet

I termer av arbetsfrihet har vi identifierat två intressanta aspekter som speciellt lyfts fram av respondenterna. Den ena är i vilken utsträckning man har möjlighet att själv välja ämnen till de artiklar som skall skrivas. Den andra aspekten utgör de deadlines som finns inom branschen. Båda dessa kan tänkas ha både positiv och negativ påverkan på den upplevda arbetsfriheten.

Många av respondenterna menar att de har stor frihet att välja vad de vill skriva om och att redaktörer välkomnar förslag. Detta kan länkas tillbaka till vad som ovan beskrevs gällande att uttrycka egna agendor. Arbetsfriheten blir således det underliggande villkoret för att journalisten över huvud taget skall kunna skriva utifrån egna agendor och därmed kategoriseras denna typ av

arbetsfrihet som den bakomliggande faktorn för att *internal regulation* skall kunna upplevas.

Samtidigt menar de också att de ofta också blir tilldelade artikelämnen. Ingen uttrycker något missnöje i detta, samtidigt som de inte nödvändigtvis finner något direkt nöje i det. De anser att det är en del av deras jobb och något som måste göras. Detta tyder på en svagare typ av motivation med tanke på att de inte av egen vilja skulle utföra uppgiften. Man kan se två möjliga former av motivation som kan tänkas närvara. En aspekt är att man gör arbetet för att det ingår i ens arbetsuppgifter, vilka man erhåller monetär ersättning för. Detta skulle i sådana fall antyda att det motiveras genom *external regulation*. Samtidigt är det ingen av respondenterna som uttryckligen beskriver att man gör det endast av monetära skäl. Om så hade varit fallet, hade man väntat sig mycket större vikt vid klagomål på låga löner och förmåner. Många anser visserligen att de förtjänar högre löner i förhållande till den relativt stora mängd arbete som läggs ner. En rent objektiv jämförelse med jobb med likvärdig arbetsmängd i andra branscher gör detta till ett rimligt påstående, men samtidigt uttrycks inte några direkta invändningar mot löneläget. Vidare påstår samtliga, att monetära incitament aldrig varit något som fått dem att välja jobb eller något som de överhuvudtaget hade i åtanke när de valde att börja studera journalistik från början. Den andra möjligheten som empirin har visat tendenser till är att skrivande av tilldelade artiklar hamnar under *identification*. Detta eftersom man som journalist måste utföra dessa typer av arbeten för att senare få möjlighet att utföra det man tycker är mer intressant. Detta kan jämföras med Deci & Ryans exempel med en pojke som lär sig stava för att sedan kunna nå sitt livs mål att kunna skriva böcker. Oavsett vilket av de två alternativen som beskriver scenariot bäst finns inget stort missnöje kring detta. Dock ser vi att den motivation som följer av arbetsfriheten tycks vara av det externa slaget.

Den andra aspekten av arbetsfrihet kretsar kring deadlines. Här måste skillnader göras mellan tryck och webb. En respondent som arbetar med trycktidning uttrycker att hans artiklar tar precis så lång tid att skriva som han får på sig att skriva dem. Likt det experiment utfört av Amabile, DeJong & Lepper (1976), snuddar respondenten här vid att han till viss del saknar drivkraft att frivilligt slutföra de artiklar han påbörjat tidigare än han skulle behöva. Detta

tyder på att deadline motiveras utifrån, vilket kan liknas vid en explicit deadline i Amabile, DeJong & Leppers (1976) experiment eftersom uppgiften måste utföras innan en viss tidpunkt och att uppgiftens resultat annars är värdelöst då artikeln inte kan publiceras alls efter tidningen gått i tryck.

Eftersom vi intervjuat betydligt färre journalister som endast jobbar med tryckjournalistik jämfört med dem som också eller enbart jobbar med webbjournalistik, är det möjligen djärvt att påstå att ovanstående är ett genomgående fenomen för respondenterna. Om man dock jämför ovanstående med den bild som getts av webbjournalister, ser vi fler intressanta aspekter. Deadlines för webbpublicering ansågs av respondenterna kunna ses på två sätt. Den ena var att det inte finns några deadlines och den andra att det finns flera konstanta vilka båda är synsätt som Klinenberg (2005) iakttagit. Oavsett uppfattning är deadlines på webben inte explicita i meningen att det finns en absolut tidpunkt då det är för sent för att publicera. Istället uttrycks det av respondenterna som att de strävar efter och vill publicera en nyhet före andra redaktioner vilket i sådana fall kan ses som en relativ deadline gentemot andra redaktioner. Faktum kvarstår dock att webbjournalister omöjligt kan känna till när denna tidpunkt inträffar. Det finns inte heller någon tidpunkt när publicering inte längre är möjlig, som för tryck, eller publicering kan sägas helt sakna värde på grund av att textmängden inte är lika begränsad på webben. Dessa två iakttagelser gör att webbdeadlines inte kan sägas vara explicita i den mening som Amabile, DeJong & Lepper (1976) menar i sitt experiment. Det kan inte heller kallas en implicit deadline eftersom tidpunkten, enligt samma argument som ovan, inte är känd. Slutsatsen blir således att webbdeadlines bör hamna under något av de två villkor som Amabile, DeJong & Lepper (1976) kallar *ingen deadline* eller ett uppmanande till att *arbeta så fort som möjligt*. Detta innebär i sin tur att någon hämning av intern motivation, som en explicit och implicit deadline enligt experimentet bevisas ha, inte kan äga rum i webbsammanhang. Samtidigt har vi hittills sett att det inte endast är intern motivation som verkar utgöra de viktigaste faktorerna för journalisters motivation. Dessa faktorer behandlas vidare i summeringen.

5.3.3 Feedback

Som beskrivet tidigare finns det många sätt att erhålla feedback som journalist. I tidigare diskussion påvisade vi att denna faktor ger journalisterna information om resultatet av sitt arbete. Få uttrycker dock att detta är något som har stor inverkan på hur de utför sitt arbete. Om man är beredd att utföra sitt arbete trots extrema former av feedback såsom hot, vilket beskrivs av respondenterna, eller att all feedback som erhålls är negativ eller snedvriden, menar vi att feedback inte har någon större inverkan på motivationen. Därför kommer den inte behandlas vidare.

5.4 Osäkerhetens inverkan

Trots att många motiverande faktorer har identifierats ovan kvarstår problematiken kring arbetssäkerheten som uttryckts i empirin. Det är enkelt, med hjälp av Maslows behovstrappa, att se att ett basalt behov kring individens säkerhet saknas när det kommer till arbetssäkerheten. Viktigt att förstå är dock att Maslows modell beskriver individens generella behov och inte behoven i arbetet. Problemet som uttrycks av respondenterna kretsar inte kring aspekter av deras arbete utan snarare kring den osäkra arbetssituationens påverkan på deras privatliv, där bostadslån och möjlighet till att starta en familj begränsas. Således ser vi att ovanstående analys kring de motiverande faktorerna i arbetet är frikopplad från deras osäkra arbetssituation. Detta visar att motivationen som upplevs i arbetet kraftigt överväger inskränkningen vad gäller de basala behoven. Detta verkar dock endast vara verklighet på kort sikt. Detta baserar vi på det faktum att många av respondenterna utan tillsvidareanställning uttryckte att de kommer träda ur branschen om de inte erhåller fast anställning inom de närmsta åren.

5.5 Skillnader mellan befintlig forskning och vår studie

I många avseenden stämmer vår empiri överens med befintligt forskning om mediebranschen vad gäller det vi funnit och presenterat som viktiga faktorer för journalisters arbetsmotivation. Det finns dock vissa aspekter som är annorlunda, vilka skulle ha förändrat analysen om vi endast tagit hänsyn till dessa.

Både Hamilton (2004) och McManus (2009) påpekar att förändringarna i branschen gjort att man fått anpassa sina affärsmodeller och hur man tänker

strategiskt. Trots att detta är fallet för organisationen i stort, är det ingenting som märks på journalistnivå. Till exempel skulle journalisterna, enligt Hamilton, ha annonsörer och lönsamhet i åtanke när de producerar artiklar. Samtliga respondenter som intervjuats har dock menat att annonsörer är helt ovidkommande för deras arbete. En av respondenterna bekräftar att detta är något som aldrig tas upp på journalistnivå, utan att strategiska beslut hamnar på chefsnivå. Det finns också en yrkesetisk aspekt. Alla respondenter uttrycker att de aldrig skulle låta annonsörer ha någon som helst inverkan på det redaktionella innehållet. Skulle det dock vara som befintlig forskning beskriver, skulle det innebära en inskränkning av arbetsfriheten. Detta till följd av att tryck från andra aktörer kan klassas som externa former av motivation. Press från annonsörer tycks alltså inte ha påverkan på journalisterna i vår studie. Hade detta varit inrotat i journalistikens kultur, vilket vi tolkar att Hamilton och McManus hävdar, är det rimligt att se detta som en form av *introjection* vilket utgör en extern inverkan på journalistens motivation eftersom man då hade agerat utifrån överensstämmelse med rådande branschkultur.

Något som ytterligare hade omfördelat den övergripande motivationen åt det externa hållet är Klienberg (2005) forskning angående deadlines. Han definierar den nya typen av deadlines i webbsammanhang som flera konstanta deadlines under dygnet, vilket tyder på, vad Amabile, DeJong & Lepper (1976) kallar, en implicit deadline. Trots att våra respondenter beskriver det på samma sätt som Klienberg verkar de inte agera utifrån detta, eftersom man, som tidigare angetts, verkar uppträda som att man har en deadline relativt andra redaktioner snarare än en fast tidpunkt.

Sammanfattningsvis kan alltså konstateras, att ovan relaterad forskning skulle ge en mer pessimistisk bild av journalisters motivation än den vi observerat i vår studie.

5.6 Sammanfattning och slutsatser

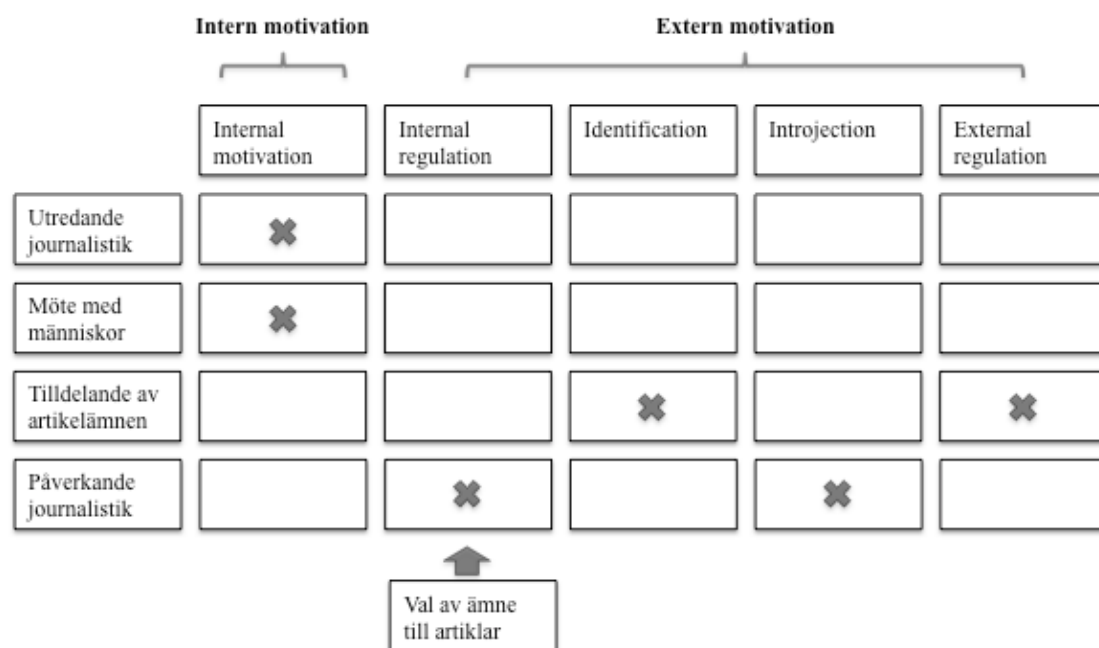
Vi ämnar nu besvara vår forskningsfråga vilken lyder:

Vilka faktorer styr journalistens motivation i en förändrad mediebransch?

Som beskrivet i första delen av analysen ger arbetet i sig möjlighet för journalisterna att känna hög motivation då den potentiella motivationspoängen för yrket är hög. Detta implicerar, som tidigare nämnts, att journalister bör känna intern motivation. Detta observeras visserligen, men vi har sett, genom användandet av mer nyanserade motivationsteorier, att det inte är hela sanningen.

Den interna motivationen framkommer i samband med *utredande journalistik* och i *mötet med människor* eftersom det beskrivs som en stimulerande process i sig själv. Vi ser dock att övriga faktorer klassas som en form av extern motivation. Som vi sett har *friheten att välja ämnen* att skriva om, utgjort villkoret för att *påverkande journalistik* faller under internal regulation. Detta gör det möjligt för journalisten att följa egna agendor. Om frihet i valet av ämne dock inte finns, är det mer rimligt att *påverkande journalistik* hamnar inom motivationskategorin introjection, då påverkan och genomslag av en artikel blir ett mål för att stärka det egna samt det sociala erkännandet. I de fall där journalisten blir *tilldelad artikelämnen* finns det två möjligheter till hur detta motiveras, nämligen genom external regulation eller identification. Utifrån synpunkten att tilldelning av artikelämnen är en del av arbetet kan man först se en bild, där detta helt motiveras av monetära incitament. Samtidigt har inget direkt uttryck för detta uppenbarats i studien. Det andra synsättet innebär att tilldelningen av artikelämnen är mer internt motiverat, där skrivande utifrån tilldelade artikelämnen blir något som är nödvändigt för att, i andra eller senare fall, kunna skriva om ämnen som ligger en närmare om hjärtat.

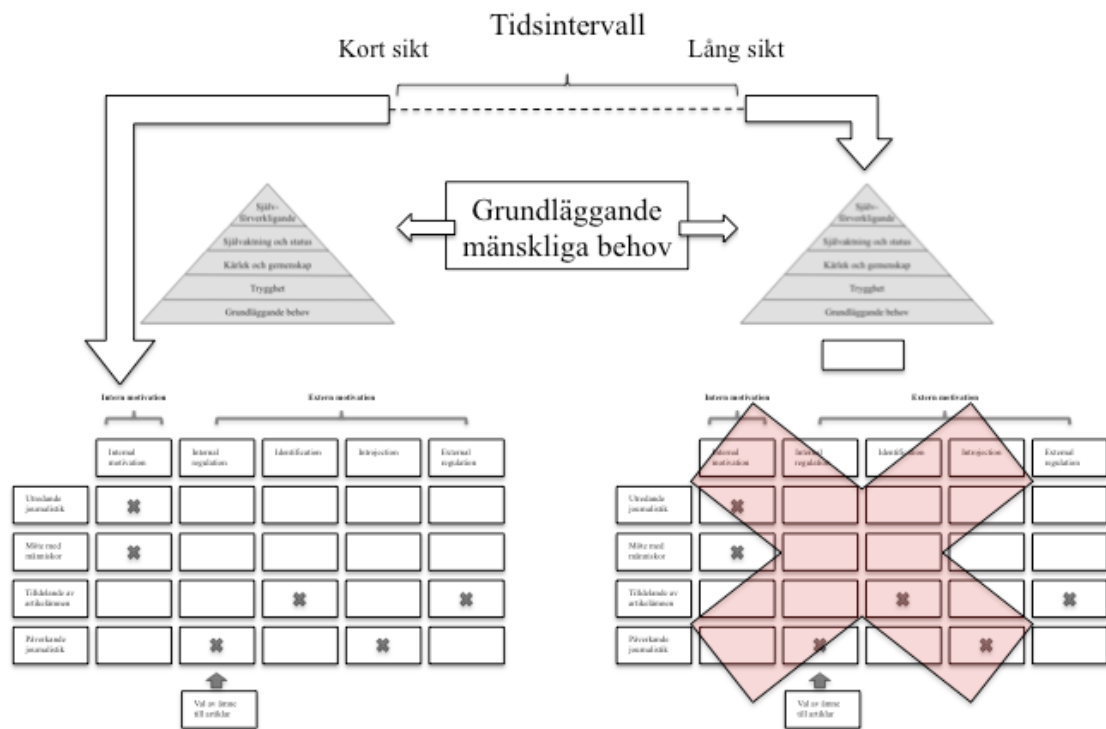
Vi har vidare funnit att deadlines är en viktig aspekt av journalisters yrke. Vi har sett att en explicit deadline inte existerar i sin klassiska definition i webbsammanhang. Istället är det en relativ deadline gentemot andra redaktioner där respondenterna vill vara först. Först och främst drar vi, utifrån Amabile, DeJong & Leppers (1976) studie, slutsatsen att ingen inskränkning på intern motivation äger rum då en explicit eller implicit deadline inte existerar. Det faktum att ett snabbt arbete utförs av respondenterna, ser vi dessutom som ett bevis på att man, trots avsaknad av utomstående krav i form av en deadline, är motiverad i sitt arbete.



Figur 4. Kartläggning av motiverande faktorer för journalister.

Således har de faktorer, som i dagsläget verkar styra journalisters motivation, inverkan inom fler områden än det av det interna slaget. Ännu mer problematiskt blir det då endast två av respondenterna har möjlighet att regelbundet arbeta på ett sätt som involverar fysiska intervjuer och utredande journalistik. Detta är i enlighet med Cassidys (2005) observation att utredande journalistik har blivit alltmer ovanlig i den förändrade mediebranschen. Det är dock intressant att även respondenter som inte jobbar på de här sätten, nämner mötet med människor och utredande journalistik som viktiga faktorer i arbetet, vilket leder till frågan varför det ter sig så. Vi resonerar kring motivationen som en samlad enhet. De olika formerna av motivation upplevs ha olika stor påverkan men summerar till den totala motivationen. Detta baserar vi på att trots att många av respondenterna i liten utsträckning får arbeta med utredande journalistik och att de sällan får vara ute och träffa människor så utgör dessa faktorer och därmed den interna motivationen en stor del av den totala motivationen. Det är därför rimligt att anta, att en mindre mängd av intern motivation kan motivera lika mycket eller mer än övriga typer av motivation. Den begränsade mängden utredande journalistik och de få mötena med människor är alltså nog för att detta skall anses vara viktiga aspekter i arbetet.

När vi nu kartlagt de faktorer i journalistens arbete som tycks vara styrande för dennes motivation, har vi därmed besvarat vår frågeställning. Spridningen i figur 4 visar att det finns utrymme för förändring i styrningen av journalisterna om man skulle önska att denna såg annorlunda ut. Genom att exempelvis låta journalisterna själva välja artikelämne förflyttas motivationen mot att bli mer intern. Utöver de motivationsfaktorer som hittills beskrivits ha inverkan på motivationen, måste det dock också tilläggas hur vi finner att den osäkra arbetssituationen spelar in. Eftersom denna, som ovan klargjorts, inte utgör en motiverande faktor i arbetet, utan ett grundläggande mänskligt behov, behöver vi behandla den osäkra arbetssituationen separat. Vi finner att den osäkra arbetssituationen inte hindrar möjligheten till att vara motiverad i början av journalistens karriär, utifrån de faktorer som presenterats ovan. Således har en inskränkning i det grundläggande behovet att känna säkerhet, inte någon inverkan på huruvida journalisten stannar inom yrket på kort sikt. Detta baserar vi på det faktum att man på kort sikt kan ta genvägar för att uppfylla kraven för säkerhet. Vi har tidigare nämnt aspekter som boende där det är svårt för journalister att få ett bostadslån. Man kan tänka sig att man istället får välja ett andrahandskontrakt för att kunna uppfylla sina behov. Detta kan ses som att man på kort sikt är beredd att offra viss säkerhet för att kunna nå högre nivåer i behovstrappan. På så vis anser vi att man frångår den grundläggande teori som Maslow beskriver med sin behovstrappa, men att detta endast är något som görs under kortare tid. Att så är fallet, baserar vi på att de respondenter som saknar tillsvidareanställning uttryckt att ett utträde ur branschen, inom de närmaste åren på grund av osäkerheten, är trolig. Vi menar alltså att detta visar, att de motiverande faktorer som identifierats ovan, omöjligt kan överväga en osäker arbetssituation, på längre sikt.



Figur 5. De grundläggande behovens påverkan på lång och kort sikt.

6 Diskussion

6.1 Forskningsbidrag och implikationer

När vi började titta på mediebranschen och journalister i allmänhet fann vi att journalisters motivation i en förändrad bransch inte studerats i större omfattning. På så vis har vi bidragit med ett första försök till att kartlägga de viktigaste faktorerna, samtidigt som vi kombinerat två olika forskningsfält som tidigare aldrig gjorts, nämligen motivationsforskning och branschspecifik forskning inom media. Motivationsforskningen har gamla anor, medan en stor del av forskning kring mediebranschen är betydligt nyare, då mycket av forskningen kring denna reviderats till följd av tekniska innovationer. Vi hoppas därför att vår studie har gett ett intressant bidrag genom att studera hur motivationsfrågor kommer till uttryck i en turbulent bransch.

För nyckelpersoner i mediebranschen kan det också tänkas, att ett strukturerat managementperspektiv på journalistyrket kan vara ett hjälpmedel för att förstå hur de bättre kan motivera journalister. Vidare ger det också en insikt i hur den turbulenta arbetssituationen ses med journalistens ögon och vad det kan tänkas ha för implikationer för branschen. Eftersom studien är gjord i en tid av snabb förändring, kan det tänkas att den osäkra arbetssituationen endast existerar för stunden, och är något som kommer avta i framtiden på grund av det vi påvisat i vår slutsats, där många kommer välja att träda ur branschen. Detta anser vi möjligt då en jämvikt mellan antalet arbetssökande och arbetstillfällen, kan tänkas uppstå till följd av den tidsrelaterade motivationsaspekt vi identifierat. För närvarande har arbetsgivaren sista ordet i branschen när det kommer till arbetsvillkor. Om det vi spekulerar i ovan, gällande jämvikt i arbetsmarknaden, visar sig uppfyllas, kommer sannolikt inflytandet på arbetsvillkoren omfördelas, där delar övergår till arbetstagaren. Detta är något som kan komma att omforma branschen och därför påverka dess aktörer och intressenter.

6.2 Felkällor

En av de faktorer som vi tar upp som en viktig påverkan på motivationen, är möjligheten att träffa människor. Man kan ställa sig frågande till huruvida detta

skulle vara en viktig aspekt om vi hade haft ett större underlag och samlat in detta underlag på ett annat vis än via intervjuer. Det finns nämligen en risk att de som tackat ja till en intervju, utgör en grupp av journalister vilka lägger större vikt vid sociala aspekter av sitt yrke. Detta kan tänkas orsaka ett snedvridet urval. Problemet har uppstått då det varit svårt att få tillgång till empiri och att vi därmed inte har haft möjlighet att vara kritiska till urvalet.

Ytterligare ett problem vad gäller urvalet är att majoriteten av dem vi intervjuat arbetat med webbjournalistik. Enligt de teorier som återfinns i referensramen, är den utredande journalistiken begränsad främst till de journalister som arbetar med webbjournalistik. Detta innebär att fördelningen som beskrivs ovan, där endast två journalister anser sig vara utredande i sitt dagliga arbete, förmodligen inte är den korrekta, eftersom studiens respondenter domineras av webbjournalister. Därför kan det antas att den vikt journalisterna lägger vid utredande journalistik inte är så motsägelsefull, som vi diskuterat i analysen, eftersom en större andel journalister i verkligheten kan tänkas arbeta med sådan typ av journalistik.

Slutligen är det också viktigt att erkänna att en studie i allmänhet, och en kvalitativ sådan i synnerhet, löper viss risk att påverkas av subjektivitet. Vid intervjuer av respondenter och vid analys av empirin, kan vi ha gjort omedvetna subjektiva tolkningar, som kan ha kommit att påverka slutsatserna. Detta är självklart något som vi försökt eliminera till den grad det varit möjligt. Det har underlättat då vi varit två och kunnat diskutera och ifrågasätta varandra om något har tyckts oklart.

6.3 Förslag på vidare forskning

Tidsaspektens betydelse för de grundläggande behoven anser vi vara en intressant slutsats. Det skulle därför vara intressant att pröva, om den existerar även i andra sammanhang och inom andra yrkesgrupper där fenomenet kan tänkas upprepas. Genom att studera liknande fall, skulle man kunna testa om fenomenet är generaliserbart.

Vidare uppdagades ett fenomen under studiens gång som låg utanför frågeställningen. En av organisationerna, Omni, hade lanserat en ny typ av nyhetstjänst. Det vi såg här var att inte endast tjänsten hade förändrats, utan

också journalistens arbetsbeskrivning. Tjänsten går ut på att man sammanfattar artiklar från andra källor och sedan hänvisar läsaren till de källor som anses ge den bästa informationen. Således försvinner hela den utredande aspekten och mötet med människor i journalistens arbetsbeskrivning. Vi såg dock att avsaknaden av utredande journalistik och mötet med människor, övervägdes av andra faktorer som ändå gjorde dem högst motiverade. Dessa aspekter kretsar kring att journalister här ges mycket stor arbetsfrihet, inte bara inom arbetet, men också inom organisationen. En fallstudie kring fenomenet hade varit intressant för att visa ett exempel på hur branschen kan komma att utvecklas i framtiden.

7 Referenslista

7.1 Teoretiska artiklar

Agarwal, Sheetal D & Barthel, Michael L. 2013. The friendly barbarians: Professional norms and work routines of online journalists in the United States. *Journalism*. Published online.

Amabile, Teresa M, DeJong, William & Lepper, Mark R. 1976. Effects of Externally Imposed Deadlines on Subsequent Intrinsic Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34: 92-98.

Cassidy, William P. 2005. Variations on a Theme: The Professional Role Conceptions of Print and Online Newspaper Journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82: 264-280.

Deci, Edward L & Ryan, Richard M. 2000. Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25: 54-67.

Hackman, J Richard & Oldman, Greg R. 1976. Motivation through the Design of Work: Test of a Theory. *Organizational behaviour and human performance*, 16: 250-279.

Herzberg, Frederick. 1987. One more time: How do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 65: 109-120.

House, Robert J & Wigdor, Lawrence A. 1967. Herzberg's dual factor theory of job satisfaction and motivation: A review of the evidence and a criticism. *Bernard M. Baruch School of Business and Public Administration*: 369-389.

Klienberg, Eric. 2005. Convergence: News Production in a Digital Age. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 597: 48-64.

Maslow, Abraham H. 1943. A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50: 370-396.

Steensen, Steen. 2009. The shaping of an online feature journalist. *Journalism*, 10: 702-717.

7.2 Böcker

Alveson, Mats & Sköldberg, Kaj. 2008. *Tolkning och reflektion. Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur AB.

Andersen, Ib. 2012. *Den uppenbara verkligheten: om kunskapsproduktion i samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur AB.

- Bryman, Alan. 2008. *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber.
- Hamilton, James T. 2004. *All the news that is fit to sell. How the market transforms informations into news*. Princeton. NJ: Princeton University Press.
- McManus, John H. 2009. *Handbook of journalism studies*. New York: Routledge.
- Skinner, Burrhus F. 1953. *Science and human behaviour*. New York: Macmillan.
- Strömbäck, Jesper. 2009. *Makt, medier och samhälle. En introduktion till politisk kommunikation*. Stockholm: SNS förlag.

7.3 URL

2014. Starkt resultat för DN. Dagens Nyheter. 13 februari.
<http://www.dn.se/ekonomi/starkt-resultat-for-dn/>
- Andersen, Ivar. 2013. Så blev otrygghet normen för journalister. Fria Tidningen. 17 maj. <http://www.fria.nu/artikel/97846>