

# *Politiske journalister på sosiale medier:*

*Hva har de lov til å dele?*



Bacheloroppgave i journalistikk

Universitetet i Stavanger

2021

Av Julie Dønnem Lillevik

Studentnummer: 250338

Kandidatnummer: 8461

Veileder: Ingvald Nordmark

# Forside

## Bacheloroppgave

**Studieprogram: Bachelor i journalistikk (B-JOURNAL) ved Universitetet i Stavanger**

**Opptaksår: 2018**

**Er oppgaven konfidensiell? (skriv X)      NEI: X    JA: \_\_\_\_\_**

**Kan oppgaven benyttes til undervisningsformål (anonymt)? JA: X    NEI: \_\_\_\_\_**

### Forfatter(e)

Studentnr (6 siffre)	Kandidatnr (4 siffre)	Navn:
250338	8461	Julie Dønnem Lillevik

### Oppgavens tittel:

Politiske journalister på sosiale medier: Hva har de lov til å dele?

---

---

---

**Veileder: Ingvald Nordmark**

## **Sammendrag**

I dette forskningsprosjektet ser vi på hvordan politiske journalister bruker og uttrykker seg på sosiale medier og det blir stilt spørsmål om denne yrkesgruppen her har lite muligheter for meningsytring. Gjennom begreper som objektivitet, ytringsfrihet og journalistikkens ideologi vurderes journalistens teoretiske rolle på sosiale medier. Ved hjelp av kvalitative semistrukturerte intervju får vi dypere innsikt i hva fire politiske journalister selv mener og ser hvordan en eksisterende kvantitativ undersøkelse måler seg opp mot dette. Funnene i forskningsprosessen viser til at de praktiserende journalistene har en nølende innstilling til sosiale medier. Noen er strengere i opprettholdelsen av ideal om objektivitet. Andre mener ytringsfrihet bør stå sterkt. Likevel viser funnene at selv de som mener at journalister bør være med i politisk debatt på sosiale medier, anerkjenner problematikken med å være en partisk deltaker. Denne problematikken bygger på en troverdighet og tillit som journalister vil opprettholde mellom seg selv, publikum og redaksjonene de hører til. Hovedfunnene i denne datainnsamlingen er at dersom politiske journalister får en slags makt til å sette ting på dagsorden og velge alt fra vinkling til kildeutvalg, er det nesten en slags balansegang i at de mister mulighet til å mene noe offentlig om disse.

## **Forord**

Dette prosjektet baserte seg på min interesse i politisk journalistikk og en evig nysgjerrighet på de mange normer, uskrevne regler og myter som dette yrket innebærer. Under arbeidet av har jeg lært utrolig masse om hvordan ulike politiske journalister tenker og også at det eksisterer en del ulikheter blant dem. Det er mye kunnskap jeg har tilegnet meg i løpet av denne forskningsprosessen som jeg føler er gull verdt å ha i baklommen for framtiden.

Takk til min veileder, Ingvald Nordmark, for gode råd og god oppfølging. Også takk for å synes at hypotesen min var spennende i den tidlige startfasen og for at du sa du hadde tro på den. Det gjorde meg ekstremt motivert. Tusen takk til min beste venn, mormor, som alltid hører på tankeløs babling fra en stresset bachelorstudent. Også takk til min kjære søster, den eneste i vår familie som jeg stoler på når det gjelder kommafeil. En siste takk går til alle som deltok i forskningsprosjektet, Ellen Kongsnes, Nicoline Bjerger, Jørgen Gilbrant og Jenny Dahl Bakken.

# Innholdsfortegnelse

<b>1. Innledning.....</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrunn og hypotese.....	1
1.2 Avgrensning .....	2
1.3 Disposisjon.....	2
<b>2. Teori.....</b>	<b>3</b>
2.1 Objektivitet som et omstridt, journalistisk krav.....	3
2.2 Ytringsfrihet .....	4
2.3 Journalister og sosiale medier.....	4
2.4 Hva mener journalistene selv?.....	5
2.5 Journalistikkens ideologi.....	9
<b>3. Metodekapittel .....</b>	<b>10</b>
3.1 Kvalitativ undersøkelse.....	10
3.2 Kvantitative undersøkelser.....	11
3.3 Kildeutvalg, spørsmål og utførelse .....	11
<b>4. Empiri, analyse og drøfting .....</b>	<b>12</b>
4.1 Hvor aktive skal journalister være på sosiale medier? .....	12
4.2 Er objektivitetsidealet realistisk?.....	15
4.3 Kan journalister få en rolle i politisk debatt på sosiale medier? .....	16
4.4 Kan man skille mellom privatperson og journalistrollen? .....	17
4.5 Hvilken klynge faller de inn under? .....	20
4.6 Overlever journalistikkens ideologi på sosiale medier? .....	22
<b>5. Avslutning.....</b>	<b>23</b>
<b>Litteraturliste .....</b>	<b>25</b>
<b>Vedlegg.....</b>	<b>27</b>
Intervjuguide Ellen Kongsnes, Stavanger Aftenblad:.....	27
Intervjuguide Nicoline Bjerger, Drammens Tidende: .....	27
Intervjuguide Jørgen Gilbrant, Dagbladet: .....	28
Intervjuguide Jenny Dahl Bakken, NRK:.....	28

# 1. Innledning

«Når det kommer til journalistenes ytringsfrihet på sosiale medier kan man se på det som et dobbeltsidig verktøy: vi journalister har tilgang til en side av verktøyet. Vi har en hånd med i utvalg av saker vi mener er viktige, velger vinkling, kilder og presentasjon. Da er det bare riktig at vi ikke får tilgang til den andre siden, slik allmenheten har.» (Ellen Kongsnes, 13.04.2021).

Pressen skal ifølge Vær Varsom-plakaten være uavhengig og fri (Norsk presseforbund, 2020). Det underbygger at den enkelte journalist ikke skal la egne interesser stå i veien for sin utførelse av jobben sin. Det betyr at journalisten ikke kan være medlem av et politisk parti for så å dekke saker om politikk og framstå som en nøytral formidler av saken. Man vil altså unngå at dekingen ikke er nøytral eller gjerne objektiv som man også kaller det. Sistnevnte begrep er meget omdiskutert i journalistikken.

I denne oppgaven skal jeg på grunnlag av begrepene objektivitet, ytringsfrihet og teori om journalistikkens ideologi undersøke hvorvidt politiske journalister kan dele egne politiske meninger, sett i lys av sosiale medie-plattformer som Facebook og Twitter

## 1.1 Bakgrunn og hypotese

Journalister er mennesker med stemmerett og egne liv, interesser og personlige meninger. Selv om det står i Vær Varsom-plakaten at slike meninger ikke skal komme fram i ordinær politisk journalistikk, betyr det ikke at journalistene ikke har dem. Ifølge Rogstad (2016, s. 86) forekommer det konflikt i seriositeten, altså tilliten til journalisten, dersom de deler personlige meninger på sosiale medier. Jeg er derfor nysgjerrig på å finne ut hva politiske journalister selv tenker om hvordan det er å forholde seg til politisk debatt i disse offentlige digitale rommene. Forventes det at journalisten opprettholder strenge krav om objektivitet? Dette var bakgrunnen for å forme hypotesen i dette forskningsprosjektet:

*Politiske journalister har lite ytringsfrihet på sosiale medier.*

Målet med denne hypotesen er ikke å finne en klar konklusjon, men heller å finne ut hva utvalgte forskningsdeltakere som jobber eller har jobbet med politisk journalistikk mener.

## ***1.2 Avgrensning***

Oppgavens størrelse legger begrensninger for å gjennomføre kvantitative undersøkelser i tillegg til kvalitative. Jeg har valgt å ta i bruk kvalitativ datainnsamlingsmetode og supplere med en eksisterende kvantitativ undersøkelse presentert i *Politisk kommunikasjon i et nytt medielandskap* av Ingrid Lønrusten Rogstad (2016). Jeg har også blitt nødt til å ta noen avgrensninger når det gjelder utvalg av sosiale medie-plattformer. I forskningsprosessen vil jeg ta utgangspunkt i plattformene Facebook og Twitter ettersom disse er blitt brukt i den utvalgte og eksisterende kvantitative datainnsamlingen (Rogstad, 2016, s. 92). Slik blir det lettere å sammenligne mine innsamlede data med den eksisterende undersøkelsen. Jeg har også valgt å se litt på Snapchat og hvordan denne skiller seg fra de andre plattformene nevnt.

Jeg har valgt å ta utgangspunkt i politiske journalister framfor journalister generelt. Dette er av forskjellige hensyn. Ifølge Rogstad (2016, s. 86) er det mest relevant å ta utgangspunkt i politiske journalister når man skal studere journalisters bruk av sosiale medier. Først og fremst fordi det er de som jobber tett på politikk og dermed har en del retningslinjer å følge innen nøytralitet, integritet og tillit. Det er også viktig for meg å presisere skillet mellom politiske journalister og kommentatorer. Politiske kommentatorer er med i den offentlige debatten gjennom egne meninger, tolkninger og forklaringer, og forholder seg ikke til politisk nøytralitet (Rogstad, 2016, s. 86). Alle de fire forskningsdeltakerne i dette prosjektet er enten nåværende eller har hatt erfaring som politiske journalister. Jeg vil gå nøyaktig inn på hvorfor jeg har valgt å gå for disse fire under metodekapittelet.

## ***1.3 Disposisjon***

For å undersøke den valgte hypotesen min vil jeg først og fremst se på teori som jeg mener er relevant å utbrodere. Dette inkluderer å utdype hva politisk journalistikk er og innebærer, teori om objektivitet, ytringsfrihet, journalistikkens ideologi og sosiale medier. Fulgt etter et kapittel med teori, vil jeg gå inn i et metodekapittel som utdyper hvordan jeg har samlet inn dataen, begrunne valg for datainnsamling og diskutere diverse svakheter ved disse. Kildeutvalg, spørsmål og utførelse av metoden vil også bli diskutert. Etterfulgt av dette kobler jeg analyse av mine innsamlede data opp mot eksisterende teorier, sammenligne med andre undersøkelser tidligere gjort i lignende forskning. Sist, men ikke minst, skal vi se hvordan den holder opp mot hypotesen min.

## 2. Teori

### 2.1 Objektivitet som et omstridt, journalistisk krav

«Journalistikk er en aktuell og sannferdig formidling av fakta og synspunkter, lettfattelig presentert av en uavhengig redaksjon eller journalist.» (Brurås, 2014, s. 17). I journalistikken er objektivitet og nøytralitet to store begreper som har slått røtter. Objektivitet i journalistikk handler om å tilnærme seg sannheten så mye som mulig og belyse hvordan virkeligheten ser ut på en mest realistisk mulig måte (Brurås, 2014, s. 51). Periodevis har denne tanken vært omtalt som et ideal, men ikke uten kritikk. Det har også vært diskutert om dette såkalte idealet er uoppnåelig og også grunnløst. Ifølge Brurås (2014, s. 47) er tanken om objektive journalister et uhjemlet krav. I Vær Varsom-plakaten skilles det mellom kommentar og fakta, men ingenting tilsier at det er i journalistens rolle å være objektiv eller nøytral (Brurås, 2014, s. 47). Den journalistiske metoden kommer til journalistens redning ifølge Brurås (2014, s. 51). Denne metodens grunntrekk dreier seg om saklighet, nøyaktighet, kildekritikk, vesentlighet, fakta og undersøkelse. Den utelukker journalistenes personlige meninger og kommentarer (Brurås, 2014, s. 51). Man bør heller snakke om integritet og habilitet for å få et klarere bilde på den ideelle journalisten. Habilitet betyr at journalisten ikke dekker saker som hen har en personlig kobling til. Dette kan være å ha et familiemedlem, en venn eller egne interesser innblandet i saken. Så fremt hen kan knyttes til kildene på en annen måte enn kun profesjonelt, regnes journalisten som inhabil. I integritet tillegges egenskapene ære, troverdighet og ærlighet (Brurås, 2014, s. 72). Brurås skildrer også dilemmaet med at journalister som personer aldri vil være objektive, men metodene deres kan være basert på sannhet og objektivitet (Brurås, 2014, s. 48).

Selv om politiske journalister blir sterkt frarådet fra å ytre personlige meninger og delta i politisk debatt med sterke ytringer, er de generelt veldig engasjerte i politikk. Ifølge Brurås (2014, s. 80) er det mulig de er mer interesserte i politikk enn gjennomsnittspersonen. Det er kanskje en forutsetning for å jobbe med dekning av politikk at man har et visst nivå av kunnskap og interesse innen feltet. Det blir derimot kalt uakseptabelt dersom en politisk journalist setter seg selv i en dobbeltrolle, hvor hen en dag representerer et parti, mens den neste skal være uavhengig og kritisk (Brurås, 2014, s. 80).

## **2.2 Ytringsfrihet**

Når vi snakker om politiske journalisters ytringsfrihet på sosiale medier, kan vi begynne med å greie ut om hva ytringsfrihet er, og hvordan det fungerer i praksis på sosiale medier for den alminnelige personen. Ytringsfrihet går under menneskerettigheter og handler om retten til fri ytring eller å la være å ytre seg. Demokratiet er avhengig av at sine borgere har ytringsfrihet. Det er lett å se hvorfor; dersom det er mangel på fri meningsutveksling, informasjon og ytringer, hvordan kan folk ta informerte valg i for eksempel stemmeavgivelser?

Ytringsfriheten gjelder alle mennesker uten unntak og i Norge er den hjemlet i Grunnlovens paragraf 100 (Kierulf et al., 2018). I de moderne digitale tidene vi lever i nå, kommer ytringsfriheten fram på nye plattformer enn før. Som tidligere nevnt har sosiale medier bidratt til et nytt område for meningsutveksling, tilgang til informasjon og debatt. Men det betyr likevel ikke at man kan kommentere, dele eller se alt man ønsker der. De ulike plattformene har utviklet egne retningslinjer for sine brukere. Når man oppretter en brukerprofil på Facebook, må man si seg enig i deres tjenestebetingelser. Her kommer det fram at plattformen vil begrense muligheter for ytring dersom ytringen går på bekostning av autentisitet, sikkerhet, personvern eller verdighet (Facebook, 2021). Det finnes et lignende sett med regler for brukerne på plattformen Twitter (Twitter, 2021). Selv om Facebook og Twitter kommer med slike retningslinjer, gjør de det for å verne om den offentlige samtals trygghet og saklighet. Det betyr at de oppmuntrer debatt fra flere sider av saken. Disse innspillene trenger ikke alltid være like saklige. I en norsk studie fra 2013 kommer det fram at de som flittigst bruker Twitter er mennesker med høy utdanning og over gjennomsnittet interessert i politikk (Rogstad, 2016, s. 111). Derfor trenger ikke brukerne representere mannen i gata. På Facebook får vi kanskje en tydeligere representasjon. 84 prosent av befolkningen i Norge har en bruker på plattformen. Av disse brukte 82 prosent Facebook daglig (Ipsos, 2020). Snapchat er også en sosial medie-plattform, men denne er annerledes enn de to andre. Den forutsetter bruk på smarttelefon eller nettbrett og egner seg ikke bruk på datamaskiner. Innhold sendes gjennom bilder, videoer eller samtaler som forsvinner i løpet av øyeblikk. Snapchat har også en «story»-funksjon som lar brukere legge ut bilder eller videoer som varer inntil 24 timer. Man velger selv mottakere og venner man legger til (Abrahamsen, 2020).

## **2.3 Journalister og sosiale medier**

Oppgaven tar for seg politiske journalisters ytringsfrihet på sosiale medier. Så hva er sosiale medier og hvordan kan journalister bruke det? Sosiale medier er digitale plattformer hvor



individer kan skape eller dele innhold (Enli et al., 2018). Politiske ideer og meninger har fått en helt ny rolle i det digitale, offentlige rom. Sosiale medier har gitt ytringsfriheten nye muligheter å utforme seg på (Steen-Johnsen et al., 2013, s. 266). På Facebook kan hvem som helst legge ut så og si hva som helst i egne innlegg, kommentarer og gi et «likerklikk» på andres innlegg osv. Plattformer som Facebook og Twitter kan være nyttige verktøy for journalister til å finne nye ideer og kilder til saker. Mange velger også å dele sitt journalistiske arbeid for å spre engasjement på plattformene (Brurås, 2014, s. 55).

Det som menes med lite ytringsfrihet i hypotesen er å undersøke om journalistene har mindre de skulle si eller mene i offentlige rom, enn allmennheten. På sosiale medier finnes det også et visst sett udefinerte regler for journalister å følge. Ifølge Brurås (2014, s. 55) blir journalisten oppfattet etter jobbtittel også utenfor arbeidstiden. Dermed skal hen ikke ytre kontroversielle eller sterke meninger i sosiale medier siden det kan skape konflikt med rollen sin. Brurås (2014, s. 55) trekker fram problematikken med å flagge en bestemt mening om en sak på sosiale medier, for deretter å skulle dekke denne på en saklig måte og legger til troverdighet som en vikende faktor.

Konklusjonen er nok her at når man får denne yrkestittelen så er det dessverre ikke lengre mulig å skille person fra journalistrollen. Altså ytringer på sosiale medier er langt fra like private som hjemme rundt middagsbordet (Brurås, 2014, s. 56). Noen nyhetsbyråer har egne regler for sine journalisters oppførsel i sosiale medier. Associated Press er for eksempel ett av de byråene med strenge regler for hvordan de ansatte kan fare på sosiale medier med klare og tydelige retningslinjer (Brurås, 2014, s. 56). Det kan med andre ord være forskjeller fra redaksjon til redaksjon i hva de legger i «passende» opptreden i sosiale medier for deres journalister.

#### ***2.4 Hva mener journalistene selv?***

Nå som vi har sett på ytringsfrihet, sosiale medie-plattformer og journalistenes spilleregler, kan vi ta steget videre og se på hvordan de fungerer sammen. Ifølge Brurås (2014, s. 55) så har nemlig journalister også ytringsfrihet og det er ingenting som fra lovens side står i veien for at de tar del i politiske spørsmål, meninger eller å generelt sett være engasjert. Konflikten oppstår derimot når dette går på bekostning av det arbeidet man bedriver. Når man jobber som journalist, og ikke minst politisk journalist, så vil man ikke dekke en sak som man har sterke

meninger om. Dersom man velger å legge ut sterke politiske meninger på sosiale medier, så kan denne komme i strid med tilliten mellom journalisten og kilden, og muligens også publikum (Brurås, 2014, s. 55). Ifølge Rogstad (2016, s. 93) skilte journalistene seg mest når det gjaldt holdninger om deling av politiske meninger og selvpromotering. Spørsmålet om deling av politiske meninger er noe som blir mest relevant å ta til betraktning med tanke på dette forskningsprosjektet.

#### KAPITTEL 5

**Tabell 5.2** Fem brukertyper basert på politiske journalisters bruk av sosiale medier (regnet ut ved klyngeanalyse, skala fra 1 til 5)

	Skeptikerne	Nettverksbyggerne	De ambivalente	Meningsytrerne	Superbrukerne
<b>Selvpromotering</b>					
Promoterer seg selv	4,43	2,38	3,65	3,33	2,10
Ønsker å bli sett	4,68	2,56	4,73	3,73	2,14
Ønsker å bygge et navn	4,78	3,44	4,81	3,73	2,24
<b>Nettverking/popularitet</b>					
Bygger nettverk	3,79	2,04	2,30	3,07	1,65
Ønsker å følge viktige personer	3,81	2,04	2,26	3,00	2,19
Likes og kommentarer er viktig	4,39	2,77	2,70	3,20	2,33
<b>Deler meninger/bruker humor</b>					
Synes meningsytring er uproblematisk	4,53	4,48	4,57	2,00	2,24
Diskuterer politikk	4,62	3,80	4,26	2,57	1,57
Bruker humor	3,73	2,24	2,26	3,20	1,90
<b>Åpenhet</b>					
Er skeptisk til å dele (snudd)	4,12	3,23	2,70	3,20	1,55
Foretrekker å observere på Twitter (snudd)	4,10	3,88	4,36	3,87	1,90
Synes sosiale medier egner seg best til underholdningsbruk (snudd)	3,26	2,38	2,23	2,73	1,86
<b>Aktivitet</b>					
Følger hvor mange på Twitter	3,87	2,50	4,26	3,46	1,71
Blir fulgt av hvor mange på Twitter	3,83	2,63	4,26	2,31	1,57
Tvitrer hvor ofte	4,29	3,17	4,26	3,87	1,52
Antall venner på Facebook	3,61	2,73	3,33	2,46	1,89
Tidsbruk i sosiale medier	4,21	3,58	3,21	4,06	3,25
N	44	26	24	16	21

Høy score indikerer lave verdier (5 er minimum, 1 er maksimum). De variablene som var viktigst i dannelsen av klyngene er skyggelagt (jo mørkere skygge, jo viktigere). N = 135.

*Bilde 2.4.1: klyngeundersøkelse om politiske journalister på sosiale medier fra Rogstad (2016, s. 93).*

Når det kommer til politiske journalisters atferd på sosiale medier så er det allerede blitt utført undersøkelser om dette temaet. Bilde 2.4.1 illustrerer hvordan ulike journalister bruker sosiale medier og er videre delt inn i klynger for å danne en klyngeanalyse. Klyngene danner fem

grupper som har blitt tildelt navnene: skeptikere, nettverksbyggere, de ambivalente, meningsytrere og superbrukere (Rogstad, 2016, s. 93). Skeptikerne er den største klyngen og kjennetegnes av sitt lave aktivitetsnivå på sosiale medier og nølende innstilling til deling av meninger og spørsmål innen politikk. Disse er også ikke av typen til å dele personlige statusoppdateringer eller bilder på Facebook, og er den klyngen som bruker sosiale medier minst i jobbsammenhenger (Rogstad, 2016, s. 95). Klyngen nettverksbyggere bruker sosiale medier til selvpromotering, å følge viktige personer og bruker humor. Bilde 2.4.1 viser at de imidlertid trekker grensen ved flagging av politiske meninger og deltar ikke i politiske debatter på plattformene. Rundt halvparten av klyngen er mer private på Facebook enn Twitter og deler personlige oppdateringer og bilder gjennom førstnevnte. Så og si alle vennene på plattformen er folk de kjenner til personlig. Twitter brukes mye i jobbsammenhenger og her er de aktive flere ganger i uken (Rogstad, 2016, s. 96). De ambivalente er den klyngen som har mest motstridende tanker rundt sosiale medier. Denne klyngen er mer negativ til flagging av politiske meninger enn den første klyngen (Rogstad 2016, s. 96). Denne gruppen karakteriseres av sin ulike bruk av Facebook og Twitter og er i mye mindre grad aktiv på sistnevnte plattform enn førstnevnte. I likhet med nettverksbyggerne liker disse å bruke Facebook til å dele personlige innlegg og bilder, men har ikke mange venner utenfor personlige bekjenskaper (Rogstad, 2016, s. 97). Meningsytrerne utgjør den minste klyngen i undersøkelsen, i tillegg har de sitt navn fra sitt frie syn på flagging av politiske meninger og deltakelse i politisk debatt på sosiale medier. Gruppen har offentlige profiler, men er ikke like aktive som nettverksbyggerne på Twitter og deler sjeldent personlige innlegg og bilder (Rogstad, 2016, s. 97-98). Den siste klyngen kalles superbrukere og bruker sosiale medier mye både profesjonelt og som privatperson. De bruker plattformene til selvpromotering, til å bygge nettverk og diskutere politikk (Rogstad, 2016, s. 98).

Ettersom undersøkelsen presentert i Rogstads bok også inkluderer politiske kommentatorer, redaktører og andre journalistgrupper, er det også relevant å se på hvor de politiske journalistene, eller reporterne, ligger i klyngeinndelingen. Bilde 2.4.2 viser nærmere hvordan journalistene som deltok i undersøkelsen fordeler seg i klyngene.

ER ALLE BLITT FORSTÅSEGPÅERE?

**Tabell 5.4** Respondentenes fordeling innenfor ulike demografiske variabler (i absolutte tall og prosentandel over eller under det som ville vært forventet ut fra demografien i hele utvalget).

	Skep- tikerne	Nettverks- byggerne	De ambi- valente	Menings- ytrerne	Super- brukerne	N
<b>Alder</b>						
< 40	16 (-2,6)	<b>14 (+11,3)</b>	<b>13 (+12)</b>	4 (-16,2)	7 (-12)	54
> 40	20 (+2,6)	10 (-11,3)	9 (-12)	<b>9 (+16,2)</b>	<b>13 (+12)</b>	61
<b>Stilling*</b>						
Reportere	35 (+13,6)	19 (+7,2)	21 (+21,6)	5 (-34,7)	6 (-37,3)	86
Kommentatorer	9 (-12,1)	5 (-13,4)	3 (-20,1)	<b>8 (+17,5)</b>	<b>17 (+48,4)</b>	42
Redaktører	7 (-13,9)	7 (-2,7)	5 (-8,8)	<b>6 (+7,9)</b>	<b>14 (+37,1)</b>	39
<b>Mediesektor*</b>						
TV	7 (+1,1)	5 (+4,4)	2 (-6,5)	3 (+4)	3 (-0,5)	20
Radio	3 (-2,8)	4 (+5,8)	5 (+11,2)	- (-6,8)	- (-6,8)	12
Papiravis	30 (+3)	15 (-8)	12 (-15,2)	<b>13 (+16)</b>	<b>15 (+6,5)</b>	85
Nett	12 (-4,6)	7 (-5)	3 (-19,4)	<b>8 (+18,1)</b>	<b>11 (+20,5)</b>	41
Nyhetsbyrå	4 (+1)	- (-8,1)	6 (+16,9)	- (-8,1)	1 (-3,3)	11
<b>Type medium</b>						
Tabloid	10 (-7,7)	<b>11 (+11,9)</b>	5 (-9,6)	5 (+0,9)	<b>9 (+11,6)</b>	40
Ikke-tabloid	<b>34 (+7,7)</b>	15 (-11,9)	19 (+9,6)	11 (-0,9)	12 (-11,6)	91
Elite	17 (-1,6)	<b>12 (+9,2)</b>	6 (-12)	6 (+0,5)	8 (+1,1)	49
Ikke-elite	27 (+1,6)	14 (-9,2)	18 (+12)	10 (-0,5)	13 (-1,1)	82
<b>N</b>	<b>44</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>21</b>	

Verdier som avviker kraftig fra det som var forventet er markert med fet skrift.

\* Variablene «Stilling» og «Mediesektor» er ikke gjensidig utelukkende. Respondentene kan altså inneha flere stillinger og jobbe innenfor flere sektorer. I figuren er de som har oppgitt å inneha en stilling på daglig eller ukentlig basis inkludert. N = 131, fire missing (ikke-brukere)

*Bilde 2.4.2: Fordeling av alder, medium, sektor og yrke på respondentene i Rogstad (2016, s. 101).*

Tabellen ovenfor viser at flest reportere, altså journalister, befinner seg i klyngen skeptikere. Mange er også plassert i klyngene nettverksbyggere og de ambivalente. Færrest av disse journalistene blir kategorisert som meningsytrere, selv om det er noen. De fleste kommentatorene samler seg i klyngen superbrukere (Rogstad, 2016, s. 101). Hele 87,2 prosent av respondentene i klyngene skeptikere, nettverksbyggere og ambivalente er reportere. Disse tre klyngene er de tre som er tilbakeholden på å flagge politiske meninger og å delta i politiske debatter. De to andre gruppene, meningsytrere og superbrukere, er dominert av kommentatorer og redaktører (Rogstad, 2016, s. 100). Undersøkelsen peker på at det er de yngre journalistene som er flittige brukere av sosiale medier, ettersom de fleste yngre respondentene befant seg i klyngen nettverksbyggere (Rogstad, 2016, s. 103).

Rogstad oppsummerer (2016, s. 104) at tradisjonen om profesjonell avstand til kilder og publikum fortsatt er viktig for journalister som dekker politikk. Hun supponerer at

undersøkelsen indikerer at dette fremdeles er noe som står sterkt hos dagens journalister, selv om sosiale medier har bidratt til at journalistrollen og privatperson er vanskeligere å skille mellom. Den overordnede konklusjonen av undersøkelsen er at politiske journalister er oppmerksomme på å opprettholde en differensiering mellom privatlivet og journalistrollen.

## ***2.5 Journalistikkens ideologi***

Vi har tidligere vært inne på journalistens tillit og troverdighet, dermed blir det relevant å trekke inn journalistikkens ideologi. Dette er en medieforskning som var mye mer undersøkt rundt 70- og 80-tallet, men i dag i mindre grad (Eide, Larsen & Sjøvaag, 2012, s. 70). Journalistikkens ideologi handler kort fortalt om alt journalistikk er og har blitt. På bakgrunn av yrkets lave status i form av manglende formelle krav, lisensiering eller eksamener for å utøve yrket, dermed er tittelen journalist ubeskyttet. Dette betyr at ideologien forsøker å skape en slags profesjonell avstand mellom allmennheten og journalisten siden det ikke eksisterer noen formelle krav eller grenser for yrket (Eide et al., 2012, s. 73). Det er forutsetningene vi tillegger yrket som gjør at journalistikk forstås som en institusjon, som betyr at journalistenes oppførsel formes av regler. Disse reglene er et sett med verdier, normer og myter som strekker seg fra objektivitetsidealet til ytringsfrihetsprinsippet. For å opprettholde autoritet kreves det at journalister hele tiden driver med grensearbeid, altså å opprettholde normene. Da er det ekstremt viktig for de innad i institusjonen å være enige om dem (Eide et al., 2012, s. 73). Med andre ord: for å opprettholde journalistikkens autoritet, troverdighet og tillit, så må den enkelte journalisten følge disse normene som er satt. For at journalistikken skal nå et ideelt samfunnsmessig mål må den ha et publikum, og for å få et publikum må man skape tillit og troverdighet. Derfor kan man si at journalistene er avhengige av å opprettholde tillit og troverdighet for å kunne utføre samfunnsoppdraget og sette ting på dagsorden (Eide et al., 2012, s. 75). Denne ideologien har som tidligere nevnt vokst fram for flere tiår siden, da redaksjoner for det meste fulgte enveisbasert kommunikasjonsstrategi. Denne har møtt på en del hinder over årene ettersom internett har skapt en ny type deltakelse og åpenhet (Eide et al., 2012, s. 77). Digitaliseringsprosessen i samfunnet har altså utfordret den tradisjonelle journalistikken, og profesjonelle normer og regler kan hindre innovasjon i nettjournalistikken. For sin egen overlevelse må institusjonen være åpen for innovasjon, fleksibilitet og være tilpassningsdyktig (Eide et al., 2012, s. 82). Selv om teknologi og utviklingen av internettet har ført til tettere kontakt med publikum og utfordret de tradisjonelle normene, så er journalistisk ideologi fremdeles noe som blir anvendt i nyhetsinstitusjoner. Faktisk blir opprettholdelsen av

normene viktigere dersom disse grensene utfordres. Det vil si at det er viktigere at journalisten følger normer og regler som er satt, for at den opparbeidede makten, legitimiteten og innflytelsen til institusjonen står intakt (Eide et al., 2012, s. 83).

### **3. Metodekapittel**

#### ***3.1 Kvalitativ undersøkelse***

Ved hjelp av kvalitative innsamlingsmetoder, altså semistrukturerte intervju, vil jeg forsøke å tilnærme meg data som svarer på hypotesen. Kvalitativ metode gir rom for mer fleksibelt opplegg når det kommer til forskningsprosessen. Fasene overlapper parallelt med hverandre og man binder seg ikke til forutbestemte metode. De kvantitative metodene for datainnsamling foregår annerledes. Her planlegges mye i forkant og det er en del klarere skiller mellom de ulike fasene i forskningsprosessen (Halvorsen, 2008, s. 131). Når man velger en metode for innsamling av data er det viktig å se på hvilken data det er man vil samle inn, og deretter hvilken metode som egner seg best for denne. Kvalitativ metode ligger bedre til rette dersom man ønsker å se på sosial adferd og meninger (Halvorsen, 2008, s. 133). Eksempler på kvalitative metoder for datainnsamling er observasjon, ustrukturerte intervju, semistrukturerte intervju og gruppediskusjoner. Semistrukturerte intervju kjennetegnes av en muntlig samtale hvor intervjueren i en mindre grad planlegger absolutt alle spørsmål som skal stilles, men heller har en del tema bestemt på forhånd. Man vil også lage en intervjuguide, men denne preges av fleksibilitet i form av oppfølgingsspørsmål og informasjon tilføyes ofte (Østbye et al., 2013, s. 105). Kvalitative intervju er ofte tidkrevende, både med tanke på forarbeid, under intervju og i analysefasen (Østbye et al., 2013, s. 106). Med hensyn til dette har jeg valgt ut et fåtall informanter slik at jeg kan bruke lengre tid på hver av dem. Enheter er forskningsobjektene som man ønsker å innhente data om (Halvorsen, 2008, s. 294). Når man bruker kvalitativ metode, bruker vi ordet informant om enhetene (Østbye et al., 2013, s. 103).

Kvalitative og semistrukturerte intervju er som nevnt fleksible i struktur. Som følge av dette får ikke alle enhetene servert de samme spørsmålene (Halvorsen, 2008, s. 137). Siden lite er bestemt av forskeren på forhånd, er det vanskelig å sikre at absolutt alle kildene får samme opplevelse av intervjuet. Dette betyr at siden kilden styrer samtalen og kildene kanskje har forskjellig vektlegging på informasjonen de deler, så kan forskeren ende opp med data som kan være vanskelig å sammenligne med hverandre. Dersom man ønsker å sammenligne data fra en større andel kilder, er det lurt å ta i bruk kvantitative datainnsamlingsmetoder, som

spørreskjema og strukturerte intervjuer. Her er så og si alt av spørsmål forutbestemt. I spørreskjema kan svaralternativ også allerede forhåndslegd av forskeren (Halvorsen, 2008, s. 141).

Min hypotese handler om politiske journalisters atferd på sosiale medier som på plattformene Facebook og Twitter, hvor man gjerne ytrer seg om personlige meninger. Her kan det være bedre å bruke kvalitativ tilnærming av hypotesen fordi den omhandler uklare regler og uklar praksis som kan være forskjellig fra person til person. Samtidig ønsker jeg å gå i dybden og ikke bare se på hvordan den ideelle politiske journalist handler. Jeg ønsker at personene selv forteller hva de mener og hvorfor, og samtidig hvor de mener at grensen går for meningsytring blant politiske journalister.

### ***3.2 Kvantitative undersøkelser***

Jeg føler ikke jeg får gode nok svar dersom jeg lager et spørreskjema hvor journalister kun svarer «ja» eller «nei». Jeg vil gå i dybden av hypotesen og finne bakenforliggende tankesett, da jeg tenkte i forkant av forskningsprosessen at de fleste journalister har forskjellige syn på dette og ville finne ut hvorfor. Dessuten er det allerede eksisterende undersøkelser i kvantitativ metode som jeg kunne supplere min innsamlede data med. Rogstad (2016, s. 92) presenterer en kvantitativ spørreundersøkelse hvor politiske journalister ble delt inn i klynger for å analysere deres bruk av sosiale medier.

### ***3.3 Kildeutvalg, spørsmål og utførelse***

I utvalget av informanter var jeg som nevnt i innledningkapittelet opptatt av å fange opp politiske journalister. De fire jeg endte opp med har forskjellig bakgrunn, alder og tilhører ulike redaksjoner. Grunnen til å velge ulike redaksjoner var fordi jeg ville utelukke at noen skulle ha hatt forskjellige kulturer og regler for sine journalister. Ett av spørsmålene jeg stilte alle var «Hva skjer dersom du ytrer noe som avslører politisk retning eller inneholder sterke politiske meninger?», fordi jeg tenkte at det ville luke ut diverse forskjeller i særegen karakter og eventuelt hvordan de tenker om sine egne overordnede. Informantene i dette prosjektet er Ellen Kongsnes i Stavanger Aftenblad, Nicoline Bjerge i Drammens Tidende, Jørgen Gilbrant i Dagbladet og Jenny Dahl Bakken i NRK Østlandssendingen. Førstnevnte og sistnevnte er ikke nåværende politiske journalister, men begge har hatt erfaringer og bakgrunn i feltet som jeg føler bidrar til hypotesen. De er også begge ansatt som journalister som iblant dekker

politikk, så de vil uansett måtte være så nøytrale som mulig i sitt arbeidsfelt. To av informantene har politisk bakgrunn, Nicoline Bjerge og Jenny Dahl Bakken, og til disse stilte jeg en del spørsmål som gikk på hvordan de arbeider med troverdighet i skillet fra politiker til politisk journalist. Alle intervjuene med informantene ble utført over en telefonsamtale på rundt 30 minutter hver.

## **4. Empiri, analyse og drøfting**

I dette kapittelet vil jeg presentere mine funn gjennom den kvalitative datainnsamlingen og analysere disse. Deretter vil jeg koble disse opp mot teori presentert i kapittel 2, og i tillegg trekke inn eventuelle likheter eller forskjeller med de kvantitative datafunnene presentert i Rogstad (2016, s. 92). Det vil også bli sjekket opp i informantenes aktivitet på sosiale medier, som en sikkerhetssjekk på at det de sier er riktig. Sist, men ikke minst, vil det være interessant å se på om mine fire informanter vil passe inn i en av de fem klyngene presentert i denne undersøkelsen. Vi må derimot være oppmerksomme på forskjellene som foreligger i kvalitativ og kvantitativ datainnsamling, og at disse kan være vanskelige å sammenligne. Det bør også rettes oppmerksomhet mot at Rogstads undersøkelse (2016, s. 105) ble utført av Stortingets presselosje og beskrives som toppsjiktet av politiske journalister i Norge, hvorimot denne datainnsamlingen er utført blant diverse politiske journalister som dekker politikk fra lokalt nivå til nasjonalt. Hvert delkapittel vil innledes med et spørsmål som skal forsøkes besvart av funn samt teori.

### ***4.1 Hvor aktive skal journalister være på sosiale medier?***

Dette delkapittelet vil ta for seg hva informantene mener om egen opptreden på sosiale medier, hva de føler en journalist sin rolle på plattformene er og hvor de trekker grensene. I intervju med alle fire spurte jeg hvordan de vil vurdere sitt eget aktivitetsnivå på sosiale medier. Her ville tre av de fire informantene beskrive seg selv som observatører eller passive. Ellen Kongsnes i Stavanger Aftenblad begrunner dette med at hun vil verne om troverdigheten hun har som journalist, og at likerklubb og kommentarer på sosiale medier kan komme i konflikt med dette. Kongsnes beskriver seg heller som en aktiv leser og bruker sosiale medier mest til personlige statusoppdateringer, men deler ikke politiske meninger. Det hun kommenterer og deler på sosiale medier er for det meste saker som omhandler større ting, uavhengig av politisk ståsted.



Tar man en titt på Kongsnes sin offentlige Facebook-profil ser man at hun lever opp til sine ord. En statusoppdatering fra 27. mars 2021 hvor hun snakker om at Earth Hour er viktig, er et godt eksempel på den typen innlegg hun deler der (Kongsnes, 2021).

Den eneste av de fire informantene som vil beskrive seg selv som aktiv på sosiale medier, er Jenny Dahl Bakken. Hun bruker både Twitter og Facebook mye og legger ofte ut innlegg og kommenterer eller samhandler med andre. På hennes offentlige profil på Twitter, ser man at hun ikke lyver om sitt aktivitetsnivå. Gjerne flere ganger i døgnet er hun aktiv der og deler mye personlige innlegg. Et eksempel på dette er et innlegg fra 30. april 2021, hvor hun deler at hun skal på butikken og kjøpe potetgull (Bakken, 2021). Dette betyr at hun er som hun selv sier, veldig aktiv. Innleggene flagger derimot ikke politiske meninger.

Alle fire informanter er derimot enige om at de trekker en klar og tydelig grense.

«De sakene jeg dekker, der bør jeg aldri flagge meninger. Jeg jobber mye med lokalpolitikk, så da er det ikke bra hvis kildene vet at jeg har meninger om saken, men nasjonalt er en annen sak. Så lenge man ikke går inn i sakene man jobber tett med.»  
(Nicoline Bjerger, 16.04.2021).

Som tidligere nevnt i underkapittel 2.1, vil det kunne påvirke troverdigheten og tilliten mellom journalisten og kildene samt publikum dersom journalister velger å flagge egne meninger om saken. Dette er altså noe som informantene i denne undersøkelsen er enige i og vil verne om.

Nicoline Bjerger fra Drammens Tidende har som nevnt politisk bakgrunn, har tidligere vært med i Arbeidernes Ungdomsfylking (AUF) og har sittet i Drammens bystyre for Arbeiderpartiet (AP) til 2018. Hennes perspektiv på og bruk av sosiale medier har gått gjennom store forandringer, derfor er det spesielt interessant å trekke dette inn. Da hun ble ansatt som politisk journalist i Drammens Tidende i februar 2021, gjorde hun seg nye erfaringer med sin rolle på sosiale medier.

«Jeg var mye mer aktiv på å dele ting tidligere som politiker, både på Twitter og Facebook, og mer i valgkamper. Min politiske retning nå kommer ikke fram på sosiale medier. Jeg har meldt meg ut av Arbeiderpartiet, og har fått en helt ny hverdag. Jeg

engasjerer meg ikke i debatten, men følger med fra et journalistisk perspektiv. Det er en helt annen verden enn når man er politiker. Det kan også være jeg poster mindre, fordi de yngre ikke legger ut så mye på plattformer som Facebook og Twitter lengre.» (Nicoline Bjerge, 16.04.2021).

Grensen trekker hun i dag ved å flagge politiske standpunkter på sosiale medier, og mener at hun bruker sosiale mest til å finne saker eller poster saker hun selv har skrevet. På hennes offentlige Facebook-profil kan man se at dette stemmer. Hennes siste statusoppdatering var i 2020 som var en delt video (Nicoline Bjerge, 2020). Man trenger ikke bla lenge før en statusoppdatering fra 2016 dukker opp. Det beviser at hun ikke er veldig aktiv på denne plattformen, slik hun selv sier.

I teorikapittel 2.2 som omhandler journalisters opptreden i sosiale medier, trekker Brurås fram at sosiale medier er en plass mange journalister bruker til å finne ideer og bli inspirert til nye saker. Bjerge forteller at hun har flere erfaringer med å finne oppfølgingssaker i kommentarfelt til innlegg av hennes egne saker på sosiale medie-plattformer som Facebook. Dette er også noe Jørgen Gilbrant mener fungerer for ham.

Rogstads kvantitative undersøkelse hevder sosiale medier brukes mest av de yngre journalistene. Den yngste av informantene, Nicoline Bjerge, delte i intervjuet at hun er usikker på om hun har blitt passiv på sosiale medier som følge av skiftet fra politiker til journalist, eller om det var fordi hun følte at de yngre ikke poster mye der lengre. Hun nevnte også i den sammenheng at hun sjeldent observerte jevnaldrende dele innlegg på blant annet Facebook, og at dette var noe overtatt av en eldre generasjon. Dette er et interessant paradoks, da teorien presentert i Rogstad motsier Bjerges påstand. Sant skal sies, at boken og forskningen til Rogstad er datert 2016. I skrivende stund er dette fem år siden, dermed kan den vurderes som gammel forskning.

Oppsummert er informantene noenlunde enige om hva som absolutt ikke er greit for en politisk journalist å dele. Alle mener de ikke skal dele politiske meninger. Til tross for det er det noe diversiteter i hvor stor grad de ønsker å være aktiv på sosiale medie-plattformer. En av de fire informantene, Jenny Dahl Bakken, er den som benytter sosiale medier mest, og er den eneste som ville beskrive seg selv som en aktiv bruker, mens resten var komfortable som passive observatører.

## **4.2 Er objektivitetsidealet realistisk?**

Objektivitet er et annet tema som ble presentert for informantene. Noen av spørsmålene stilt her var noe utenfor rammene «sosiale medier», for å forsøke å se hva journalistene selv tenkte om begrepet. I tillegg ble de spurt om vanskeligheter om å holde seg objektiv på sosiale medier. Her beskriver Jørgen Gilbrant seg som mer katolsk enn paven.

«Objektivitet er ekstremt viktig i min jobb. Det vil bare skaffe meg utrolig mange problemer om jeg skulle mene ting. Overordnet så er jeg en av de mest privilegerte menneskene i Norge som har tilgang til maktpersoner, og da kan jeg ikke samtidig være en aktør. Det blir uryddig.» (Jørgen Gilbrant, 23.04.2021).

På Gilbrants offentlige Twitter profil ser vi at det siste innlegget han postet er fra september i 2020. Denne handler om babybonus på en dagligvarebutikk (Gilbrant, 2020). Med dette kan vi lett konkludere at han er som han sier, en observatør som ikke tar del i politiske debatter eller flagger politiske meninger.

Jenny Dahl Bakken mener at objektivitet er noe som er umulig for mennesker, men at det man bør etterstrebe er profesjonalitet og la være å bruke for eksempel verdiladde ord. «Det betyr ikke at man ikke kan være journalist, selv om man har meninger. Det betyr at man må være bevisst til hvordan man kan forholde seg til kilder, og man må jo gjøre en profesjonell jobb.» (Jenny Dahl Bakken, 23.04.2021).

Som formidlet i teorikapittel 2.1 om objektivitet, er dette et begrep som inneholder mye disputt. Det finnes ingen hjemlet lov eller regel i Vær Varsom-plakaten som krever at journalister er objektive og ikke får lov å ytre politiske meninger. Dog har det blitt et ideal som mange forsøker å etterkomme. Noen tar lettere på det og tar heller forholdsregler dersom de har noen sterke meninger, slik som Bakken. Hun mener at da bør man heller ta en ekstra runde med kolleger og forsøke å holde seg så profesjonell som det lar seg gjøre. I motsetning til henne virker Gilbrant meget streng med seg selv, han liker heller å være på den sikre siden og passe på at det ikke blir begjort et overtramp. Nicoline Bjerger virker enig med begge to. Hun sier at objektivitet er noe man tilstreber seg i hvert steg av arbeidet med en sak, fra kildevalg, spørsmål og vinkling.

«Jeg tenker det er umulig å være helt objektiv, dette er noe som vil komme fram på bakgrunn av deg som person gjennom nettverk og spørsmål og så videre. Du som person legger opp hele saken og alt rundt det. Ofte må jeg tenke på å huske alle sider av saken, og at alle får kritiske spørsmål.» (Nicoline Bjerge, 16.04.2021).

For Jenny Dahl Bakken og Nicoline Bjerge har de begge sagt at de tar ekstra hensyn til sin politiske bakgrunn, og går den ekstra milen for å sikre at sakene deres ikke blir skjevt framstilt:

«Jeg vil være mest mulig objektiv, så jeg snakker med politikere fra alle partier. Jeg passer på å ikke bli koblet til et spesifikt parti, behandle alle fra forskjellige politiske farger likt og bevisst ikke gi Ap noe ekstra. Jeg har aldri fått høre noe negativt koblet til min politiske fortid i sakene jeg dekker, så jeg tror jeg gjør en god jobb der.» (Nicoline Bjerge, 16.04.2021).

Oppsummert sier alle informantene seg enige i at det er umulig å være 100 prosent objektiv som menneske og at dette vil skinne gjennom som journalist. De mener likevel at det er noe å etterstrebe, selv om de trekker ulike grenser for hva de mener er greit eller ugreit å ytre. Alle informantene mener at deres politiske retning ikke er noe som kommer fram gjennom sosiale medier.

#### ***4.3 Kan journalister få en rolle i politisk debatt på sosiale medier?***

Om journalister har en plass i den offentlige politiske debatten som foregår på sosiale medier, er også et spennende tema å se på videre. Ettersom vi nå har sett nærmere på objektivitet og informantenes forhold til det. Ellen Kongsnes i Stavanger Aftenblad mener at journalistene har en plass i politisk debatt på sosiale medier, men at den ser annerledes ut:

«Jeg synes vi bør vise ansikt og engasjement, men holde oss til argumentasjonen. Det beste er at vi bidrar med faktainformasjon. Vårt samfunnsoppdrag er jo å bringe informasjon til torgs, så får lesere trekke konklusjoner og meninger basert på informasjonen.» (Ellen Kongsnes, 13.04.2021).

I kapittel 2.1 om objektivitet ble det nevnt at et visst nivå av interesse og kunnskap om politikk er en slags forutsetning for å jobbe som politisk journalist. Derimot kan problematikk oppstå dersom journalisten blir overengasjert. Alle de fire informantene hadde politisk interesse og kunnskap, men hadde forskjellige innstillinger til hvordan en journalist skulle eventuelt få lov til å delta i en politisk debatt. Når jeg presenterte journalistenes yringsfrihet i kapittel 2, fant vi også ut at journalister ikke blir oppfattet som noe annet utenfor arbeidstiden. Derfor er det viktig å beholde en del av profesjonaliteten også på sosiale medier. Dette er noe informantene selv også erfarer.

Gilbrant har tidligere vært mellomleder med personansvar og sammenligner dilemmaet i å dele politiske meninger på sosiale medier med å delta i en demonstrasjon. Journalister har tidligere kommet til han med ønsker om å delta i demonstrasjon og til dette svarte han nei, for å forsikre seg om at han tok riktig avgjørelse. Han beskriver paradokset med å skulle nettopp ha vært i en demonstrasjon for deretter å dekke saken nøytralt. Bjerge og Bakken virker todelt i denne saken. Begge mener at yringsfriheten bør stå sterkt og at journalister bør få lov til å være med i debatten, men at det alltid vil være noe å forholde seg til. De snakker også om problematikken ved å være journalist og å skulle diskutere politikk fritt på sosiale medier.

For å konkludere så er informantene her noe uenig med hverandre og virker splittet i hva de selv mener. Kongsnes mener at det er en del av samfunnsoppdraget å være tilstedeværende som en informerende, saklig deltager. Gilbrant mener at man bør være på den sikre siden og unngå kontrovers. Bjerge og Bakken vil ikke innskrenke yringsfriheten, men tror også det er grenser for hva man kan si. Det står ikke svart på hvitt i noe slags regelverk at politiske journalister er forbudt å delta i slik debatt, men alle informantene mener at deres rolle i den er veldig annerledes fra mannen i gata.

#### ***4.4 Kan man skille mellom privatperson og journalistrollen?***

Til nå har det blitt utbrettet mye om objektivitetsidealet, troverdighet og tilliten til en journalist på sosiale medier. Men hva skjer dersom en journalist legger ut en sterk politisk mening på en plattform? Tre av de fire informantene ble spurt om hva de trodde kom til å skje dersom dette skjedde med dem. De svarte at selv om de ikke hadde fått noen klare retningslinjer for hvordan de skal opptre, følger de eget skjønn. Alle tre kom til konklusjonen om at de sikkert hadde fått en advarsel fra sine overordnede.

Den fjerde informanten, Jenny Dahl Bakken fra NRK, trengte ikke lure på hva som kom til å skje ettersom hun opplevde akkurat dette. I 2019 var hun ansatt som politisk journalist i Vårt Land. Under kommunestyre- og fylkestingsvalget dette året la hun ut på hennes story på Snapchat til venner og bekjente at hun hadde stemt og la også til hvilken politisk retning hun stemte.

Jørgen Gilbrant i Dagbladet trekker fram saken hennes som et eksempel på hvor grensen burde gå: «Det ble jo en diskusjon rundt det, og man tenkte jo at dette ikke var bra. I min verden er det et overtramp å be folk stemme ut statsministeren.» (Jørgen Gilbrant, 23.04.2021).

I kapittel 2.2 ser vi på hvor vanskelig det er å skille mellom journalistrollen og privatperson. Blant annet på grunn av sosiale medier har altså skillet blitt vanskeligere å definere. Selv om man har en privat profil på Facebook, er det fremdeles noe helt annet enn en uformell prat ved middagsbordet. Selv om Snapchat lar, som tidligere nevnt, brukere selv velge mottakere og venner, så kan hvem som helst ta en skjermdump av det man sender. Det er nettopp dette som gjør Snapchat til enda en sosial medie-plattform for journalister å være varsomme på. «Min vurdering der og da var at jeg skulle vise at jeg hadde stemt. Det jeg tenkte var jo at jeg delte den kun med venner, men det var visst flere som fikk se den.» (Jenny Dahl Bakken, 23.04.2021).

Bakken forklarer at det hun var mest bekymret for var å briste forholdet til framtidige kilder. Hun følte selv at tilliten og troverdigheten hun hadde som journalist kunne ble likvidert.

«Jeg var redd de ikke ville snakke med meg fordi de vet hva jeg la ut. Men det jeg har opplevd var jo egentlig ikke det. Jeg tror det var på grunn av min politiske bakgrunn. De fleste politikerne jeg snakket med som kilder før hendelsen, visste allerede hvem jeg var, så jeg tror ikke de lot seg prege så veldig av det. Det var mindre reaksjoner fra kilder enn jeg hadde forventet.» (Jenny Dahl Bakken, 23.04.2021).

Under intervjuene med informantene ble de introdusert til en påstand som de fikk kommentere fritt på: «Det er vanskelig å skille mellom rollen som journalist og privatperson». Denne påstanden ble også presisert i teorikapittelet. Alle informantene sa seg enige i

påstanden, spesielt Jenny Dahl Bakken følte hun hadde mye erfaringer på den fronten. «Jeg opplevde dette som noe som var vanskelig å godta i starten, da jeg begynte å jobbe som journalist. Nå har jeg funnet andre måter å koble av på.» (Jenny Dahl Bakken, 23.04.2021).

Bakken har kanskje lært dette på den harde måten. Nå ser hun på erfaringene som en styrke fordi hun er mer forsiktige i framstilling av kilder. Hun går nå alltid den ekstra runden med dem for å forsikre seg selv om at hun gjør en god jobb. Hun mener også at dette er noe som lenge kan henge over journalister om man trækker i fellen og deler politiske meninger. Selv om dette er noe hun personlig har lagt bak seg, har hun forståelse for at det kan dukke opp igjen når som helst. For eksempel kommer det opp i hvert jobbintervju hun har vært i og hun kan aldri være sikker på om dette var den avgjørende faktoren som gjorde at hun ikke fikk jobben, sier hun.

Noen redaksjoner kan som tidligere nevnt ha forskjellige regler for sine journalisters opptreden i sosiale medier. Associated Press har blant annet et sett med slike regler. Alle de fire informantene sier at dette ikke er noe de har fått klar beskjed om fra sine overordnede, men at de heller følger sitt eget skjønn og journalistiske innsikt når det kommer til slikt. Bakkens erfaringer med hvordan kollegaer og sjefer reagerte når hennes Snapchat-ytring kom til lys, er lik den responsen de tre andre informantene trodde de kunne fått om de skulle gjøre tilsvarende ytring. Bakken mener at selv om mange utenfor bransjen reagerte så fikk hun ikke så mye hets fra folk innad i bransjen.

«Jeg fikk ingen formell advarsel eller noe slikt, men jeg fikk klar beskjed fra sjefen om at dette gjør jeg ikke igjen. De kollegene som tok kontakt med meg fortalte meg at dette ikke var en så stor ting som jeg selv tenkte.» (Jenny Dahl Bakken, 23.04.2021).

Jørgen Gilbrant mener at det kan være vanskelig å skille mellom journalistrollen og privatperson. Som tidligere nevnt så ville han ikke kalle seg aktiv på sosiale medier, men han mener også at han ikke føler seg overvåket døgnet rundt. Blant familie og kollegaer i muntlig samtale mener han at han flere ganger deltar i debatter om politiske spørsmål, som for eksempel havvindmøller. Nicoline Bjerger mener at dersom man har mange meninger bør man velge en annen bransje.

Når det gjelder spørsmålet om journalisten kan legge fra seg yrket når arbeidsdagen er over, er svaret nei. Informantene virker enige om at rollen ikke kan la seg separere fra deg som person. Dette er noe som baserer seg på forholdet de vil opprettholde til kilder og troverdighet og tilliten de har fra publikum. Jenny Dahl Bakken har selv gjort en tabbe og delt politisk mening og følte selv frykten for nettopp dette.

#### ***4.5 Hvilken klynge faller de inn under?***

En stor porsjon av teorikapittelet er dedikert til Rogstads undersøkelse. Derfor er det også interessant å se på i hvor stor grad disse klyngene kan anvendes informantene ut ifra innsamlet informasjon fra min undersøkelse. I Rogstads undersøkelse ble det konkludert med at reportere stort sett dominerer gruppene skeptikere, nettverksbyggere og de ambivalente. Vil Ellen Kongsnes, Nicoline Bjerger, Jørgen Gilbrant og Jenny Dahl Bakken passe karaktertrekkene til disse klyngene? Eller vil de havne i de to andre klyngene, meningsytrere eller superbrukere, som domineres av redaktører og kommentatorer? Først og fremst er det viktig å igjen presisere forskjellene på de kvantitative og kvalitative undersøkelsene gjort, der det mest sannsynlig ble stilt forskjellige spørsmål med en forskjellig gruppe mennesker.

Vi kan begynne med å se på hvem som faller inn under karaktertrekkene til klyngen skeptikere. Skeptikerne ble kategorisert slik på grunn av sitt tilbakeholdne blikk på sosiale medier og at de sjeldent oppdaterer eller deler innlegg og bilder. Det ville for eksempel aldri falt dem inn å dele politiske meninger der, og de bruker sosiale medier minst i jobbsammenhenger. Jørgen Gilbrant og Nicoline Bjerger ville passet greit inn i denne klyngen basert på deres innsamlede data. Ifølge Rogstads innsamlede data er de flittigste brukerne av sosiale medier unge mennesker. Som tidligere nevnt mener Bjerger at Facebook og Twitter ikke er noe som de yngre bruker så mye lengre. For henne er Facebook noe hun bruker til å følge med på og finne eventuelle saker, men unngår å poste noe. Som tidligere politiker brukte hun sosiale medier i en mye større grad for selvpromotering og nettverksbygging. Som journalist føler hun seg mest komfortabel som observatør. Vi kan kanskje si at Bjerger har gjort et skifte fra å bruke sosiale medier slik klyngen meningsytrere gjør da hun var politiker, til å bli skeptiker. Gilbrant vil passe inn i denne gruppen på bakgrunn av hans svar angående journalister i demonstrasjoner. Han ga også inntrykk for at han er passiv på sosiale medier i tillegg til at hans innstilling til Bakkens ytring virket noe strengt da han mente dette var et overtramp. Det eneste som gjør at disse ikke vil passe perfekt inn i denne klyngen, er at



informantene bruker sosiale medier mye i jobbsammenheng. Begge to sa at de periodevis deler saker de skriver og at de følger med i kommentarfelt for å få ideer til saker og kilder. Grunnen til at de passer bedre her enn for eksempel nettverksbyggere, er fordi de ikke deler personlige innlegg.

I klyngen nettverksbyggere ville jeg plassert Ellen Kongsnes. Nettverksbyggere er som nevnt de som bruker sosiale medier til selvpromotering, å følge med på hva andre gjør og å bruke humor. De deler personlige bilder og innlegg på Facebook, men trekker grense ved flagging av politiske meninger. Kongsnes selv sier at hun bruker sosiale medier til å følge med på andre, og det hun deler er for det meste oppdateringer fra livet hennes i tillegg til saker hun skriver. Hun sier også at journalistenes rolle i politiske debatter på digitale plattformer bør begrenses til å være informerende og saklig, og ikke komme med egne meninger. Dette gjør at hun kan passe greit inn i denne klyngen.

Den siste informantens plassering, Jenny Dahl Bakken, i klyngene kan diskuteres. Den svært omtalte Snapchat ytringen hennes skjedde nemlig ikke på en plattform som Rogstad tar for seg i undersøkelsen. Med andre ord, klyngene til Rogstad ble basert på respondentenes bruk av Facebook og Twitter, ikke Snapchat. Skal vi medregne Snapchat i klyngeundersøkelsen og late som om respondentenes bruk av sosiale medier inkluderer denne, kan vi posisjonere Bakken i klyngen meningsytrere. Meningsytrerne kjennetegnes med fritt syn på deling av politiske meninger og deltakelse i debatt på sosiale medier. Skal vi dømme ut fra kun den ene ytringen, hadde Bakken lett blitt sett på som en meningsytrere. Men hennes eget syn på saken er noe annet. Bakken selv sier at hun er todelt i spørsmål om journalister bør få være med i politisk debatt. Hun tenker at ytringsfriheten er viktig, men at hun også ser problemet i det. I ettertid av hendelsen har hun også nevnt at hun i dag er mye mer forsiktig i hva hun skriver og hvor hun skriver det. Dette plasserer henne muligens i klyngen ambivalente framfor meningsytrere. De ambivalente har motstridende meninger om sosiale medier og i tillegg er negativ til å dele politiske meninger. De ambivalente liker å dele personlige innlegg og bilder. Bakken er den eneste av de fire informantene som ville kalle seg selv aktiv på sosiale medier, og bruker plattformene til å både legge ut personlige innlegg og dele bilder.

Konklusjon av dette delkapittelet er at alle de fire informantene vil falle inn under de tre klyngene som domineres av reportere i Rogstads undersøkelse. Dette viser at min egen forskning har en klar sammenheng med Rogstads. Man ser at disse tre klyngene i

undersøkelsen til Rogstad alle var uvillige til å delta i politisk debatt og flagge politiske meninger. Dette er noe mine kilder alle sa seg enige i, men detaljene rundt personlig deling og bruk av sosiale medier er det som skiller dem.

#### ***4.6 Overlever journalistikkens ideologi på sosiale medier?***

Siden vi i kapittel 2.5 la fram at journalistikkens ideologi ble oppbygd i en tid hvor redaksjoner og nyhetsjournalistikk benyttet enveiskommunikasjon, er det naturlig å spørre om denne ideologien i det hele tatt kan overleve i internettets tidsalder. I dette delkapittelet skal vi se på hvordan denne ideologien kan anvendes ved dagens politiske journalister i deres bruk av sosiale medier.

Nettet har åpnet for større åpenhet og deltakelse for alle. Dette er, som tidligere nevnt, en av de moderne utfordringene til journalistikkens autoritet ifølge journalistikkens ideologi. Alle kan dele nyheter, diskutere fritt og gratis. For journalistene gjelder dette også noen grad. Journalistikkens ideologi setter tillit og troverdighet som forutsetninger for journalistikkens verk. Dersom publikum ikke stoler på at journalisten er objektiv så vil også hennes verk bli utsatt for mistro. Skal man følge journalistikkens ideologi i moderne tider betyr det altså at man også må anvende dens forutsetninger i journalistenes bruk av sosiale medier. Det betyr at i teorien bør objektivitetsidealet stå like sterkt der som på trykk.

Men er dette vanskeligere i nyere tider? Informantene pekte alle på at det er umulig for mennesker å holde seg objektive, spesielt med sosiale medier inn i bildet. Gilbrant belyste et problem i det å skulle gå tilbake flere år i sine brukerprofiler for å sjekke om han hadde delt noe som kan bryte dette idealet. Det virker altså urealistisk å måtte be politiske journalister renske sitt digitale fotspor, da dette kan være svært vanskelig å la seg gjøre.

Ifølge journalistikkens ideologi er det når grensene utfordres at det er viktigst å sørge for opprettholdelse av normer og regler. Sosiale medier og internett er som nevnt noe som har utfordret disse grensene i stor grad. Bør det da være noe som redaksjonene og journalistene bør verne om? Svaret fra informantene er at de tar slike normer om politisk nøytralitet og ytringsfrihet svært alvorlig. Alle svarte at de verner om objektivitet. Selv om Bakken brøyt dette den gangen hennes Snapchat ble offentliggjort, er dette noe hun fra da av har prioritert høyt.

Svaret om journalistisk ideologi overlever på sosiale medier er ja. Den har gått gjennom noen tester, som mer åpenhet for debatt og nyheter. Men informantene er klare på at tradisjonelle journalistiske verdier, normer og myter er noe de følger og tar meget seriøst. Dessuten sier ideologien selv at når journalistikkens grenser utfordres, bør disse normene stå sterkere for å opprettholde yrkets autoritet.

## 5. Avslutning

Avslutningsvis vil jeg oppsummere sentrale funn fra datainnsamlingen og deretter komme til en konklusjon av hypotesen: politiske journalister har lite ytringsfrihet på sosiale medier.

Som vi har sett på i teorikapittelet, står det ikke i stein hva som er akseptabelt av journalister å dele på sosiale medier. Vi fant uansett ut at alle de fire informantene mente at politiske journalister ikke bør dele politiske meninger på sosiale medier. Aktivitetsnivået deres er derimot noe som skiller dem. Noen deler personlige statusoppdateringer og samhandler med andre. Andre føler seg mest komfortabel som passive observatører. Objektivitet er et gjengående tema i denne forskningsprosessen. Som vi så på i teoridelen vet vi at dette er et uhjemlet, men likevel etterstrebet ideal for journalister. Informantene kaller idealet urealistisk fordi det ikke finnes objektive mennesker. Likevel var det noe de strebet for å etterfølge.

Når vi snakket om journalistene kan ha en plass i politisk debatt på sosiale medier kom det fram interessante synspunkter. I teoridelen nevnte vi at selv om det er ingenting som formelt sett står i veien for at journalister tar del i debatt, kan det gå på bekostning av journalistens yrkesutøvelse. Informantene virket enige her og det kom fram at tillit og troverdighet var viktige faktorer de ville verne om. De mente derfor at deres rolle på sosiale medier, selv som privatperson, var annerledes enn allmenheten. Vi fant senere ut at både teori og informantene mente at journalistrollen sjeldent lar seg skille fra privatperson på sosiale medier. Dette opplevde Jenny Dahl Bakken da hun delte på sosiale medier hvilken retning hun hadde stemt i et valg.

I den kvantitative forskningsdataen som ble sammenlignet med denne kvalitative oppdaget, vi at det ikke var så store forskjeller i hvor respondentene plasserte seg. Rogstads undersøkelse viste at de klyngene som ble dominert av reportere var noe kompatibel med det informantene

i denne undersøkelsen mente. Deretter så vi på om journalistikkens ideologi overlever på sosiale medier. Informantene mener at tradisjonelle journalistiske verdier, normer og myter er noe de ivaretar, spesielt på sosiale medier.

Nå har vi funnet et svar hypotesen: politiske journalister har faktisk mindre ytringsfrihet på sosiale medier, sammenlignet med allmennheten. I undersøkelsen kom det fram at informantene mente at det er visse ting yrket deres holder dem tilbake fra å delta i. Imidlertid er det ikke noe informantene uttrykte et spesielt savn for på bakgrunn av at de får en annen del av kaken.

Vi kommer full sirkel til sitatet fra Ellen Kongsnes innledningsvis: man betaler sin pris for å få sette saker på dagsorden.

## Litteraturliste

Abrahamsen, M. H. (2020, 21. august). Snapchat. *Store norske leksikon*.

<https://snl.no/Snapchat>

Bakken, J. D. [@jennydb91]. (2021, 30. april). *Når du må dra ut på butikken halv elleve for å kjøpe potetgull. I dag er en sånn dag.* [Tvitring]. Twitter.

<https://twitter.com/jennydb91/status/1388228022533242883>

Bjerge, N. (2020, 25. august). *Både morsom og kanskje en liten tankevekker?* [Video].

Facebook. <https://www.facebook.com/nicolinebs/posts/10164320544650014>

Brurås, S. (2014). *Etikk for journalister* (5. utg.). Fagbokforlaget.

Eide, M., Larsen, L. O. & Sjøvaag, H. (2012). *Nytt på nett og brett: Journalistikk i forandring*. Universitetsforlaget.

Enli, G. & Aalen, I. (2017, 15. november). Facebook. *Store norske leksikon*.

<https://snl.no/Facebook>

Enli, G. & Aalen, I. (2018, 14. mai). Sosiale medier. *Store norske leksikon*.

[https://snl.no/sosiale\\_medier](https://snl.no/sosiale_medier)

Facebook. (2021). *Standarder*. <https://www.facebook.com/communitystandards/>

Gilbrant, J. [@jgilbrant]. (2020, 11. september). *20% babybonus!* [Hyperlenke vedlagt]

[Tvitring]. Twitter. <https://twitter.com/jgilbrant/status/1304314676470337536>

Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet: En innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. (5. utg.). Cappelen Damm akademisk.

Ipsos. (2020, 7. oktober). *Ipsos SoMe-tracker Q3 '20*. <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q320>

Kierulf, A., Gisle, J. & Elden, J. C. (2013, 19. januar). Ytringsfrihet. *Store norske leksikon*.  
<https://snl.no/ytringsfrihet>

Kongsnes, E. (2021, 27. mars). *Earth hour er ganske koselig egentlig. I tillegg til at det er viktig!* [Statusoppdatering]. Facebook.

<https://www.facebook.com/ellen.kongsnes/posts/10215317836498647>

Rogstad, I. L. (2016). *Politisk kommunikasjon i et nytt medielandskap*. Cappelen Damm Akademisk.

Steensen-Johnsen, K., Enjolras, B. & Wollebæk, D. (2013). Sosiale medier, samfunnspolitisk deltagelse og kontroll. *Internasjonal politikk*, 71(2), 263-273. Hentet fra [https://www-idunn-no.ezproxy.uis.no/ip/2013/02/sosiale\\_medier\\_samfunnspolitisk\\_deltagelse\\_og\\_kontroll](https://www-idunn-no.ezproxy.uis.no/ip/2013/02/sosiale_medier_samfunnspolitisk_deltagelse_og_kontroll)

Twitter. (2021). *Twitters regler*. <https://help.twitter.com/no/rules-and-policies/twitter-rules>

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O. & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag* (4. utg.). Fagbokforlaget.

## Vedlegg

### *Intervjuguide Ellen Kongsnes, Stavanger Aftenblad:*

1. Hva jobber du som nå?
2. Hva er dine erfaringer med politisk journalistikk?
3. Er du aktiv på sosiale medier som Facebook og Twitter? Hvis ja, hvordan?
4. Hvar du noen formeninger om debattmiljøet på Facebook og Twitter?
5. Hvordan er kulturen for meningsytring på disse plattformene som du har opplevd?
6. Hva tenker du om objektivitet?
7. Hvor tydelig har dine overordnede vært på dine begrensinger på sosiale medier?
8. Har du kommentert en politisk sak på sosiale medier før?
9. Er du redd for å få negative tilbakemeldinger koblet til ditt yrke om du ytrer deg?
10. Synes du journalister burde delta i politiske debatter på sosiale medier?
11. Hvor går grensa for deg? (Hva deler du ikke med offentligheten?)
12. Er din politiske retning noe som kommer fram på sosiale medier?
13. Tror du det er noe en alminnelig person kunne skrevet på sosiale medier som du føler at jobben din holder deg tilbake fra å skrive?

### *Intervjuguide Nicoline Bjerge, Drammens Tidende:*

1. Hva jobber du som nå?
2. Hva er dine erfaringer med politisk journalistikk?
3. Er du aktiv på sosiale medier som Facebook og Twitter? Hvis ja, hvordan?
4. Har du noen formeninger om debattmiljøet på Facebook og Twitter?
5. Hva tenker du om objektivitet?
6. Hvor tydelig har dine overordnede vært på dine begrensninger?
7. Har du kommentert en politisk sak i sosiale medier siden du begynte å jobbe som journalist?
8. Er du redd for å få negative tilbakemeldinger koblet til ditt yrke om du ytrer deg?
9. Synes du journalister burde delta i politiske debatter på sosiale medier?
10. Hvor går grensa for deg? (Hva deler du ikke med offentligheten?)
11. Tror du det er noe en alminnelig person kunne skrevet på sosiale medier som du føler at jobben din holder deg tilbake fra å skrive?
12. Har du politisk bakgrunn?
13. Hvordan har skillet vært?
14. Er din politiske retning noe som kommer fram på sosiale medier?

15. Opplever du at folk gjenkjenner deg som politiker når du jobber som journalist?
16. Hva er forskjellene i sosiale medie-bruken som journalist og som politiker?
17. Hva har skjedd om du hadde delt en sterk politisk mening på sosiale medier?
18. Tror du man kan skille mellom journalistrollen og privatperson?

***Intervjuguide Jørgen Gilbrant, Dagbladet:***

1. Hva jobber du som nå?
2. Hva er dine erfaringer med politisk journalistikk?
3. Er du aktiv på sosiale medier som Facebook og Twitter? Hvis ja, hvordan?
4. Har du noen formeninger om debattmiljøet på Facebook og Twitter?
5. Hva tenker du om objektivitet?
6. Hvor tydelig har dine overordnede vært på dine begrensninger?
7. Har du kommentert en politisk sak på sosiale medier før?
8. Er du redd for å få negative tilbakemeldinger koblet til ditt yrke om du ytrer deg?
9. Synes du journalister burde delta i politiske debatter på sosiale medier?
10. Hvor går grensa for deg? (Hva deler du ikke med offentligheten?)
11. Tror du det er noe en alminnelig person kunne skrevet på sosiale medier som du føler at jobben din holder deg tilbake fra å skrive?
12. Er din politiske retning noe som kommer fram i sosiale medier?
13. Hva har skjedd om du hadde delt en sterk politisk mening på sosiale medier?
14. Tror du man kan skille mellom journalistrollen og privatperson?

***Intervjuguide Jenny Dahl Bakken, NRK:***

1. Hva jobber du som nå?
2. Hva er dine erfaringer med politisk journalistikk?
3. Er du aktiv på sosiale medier som Facebook og Twitter? Hvis ja, hvordan?
4. Hva tenker du om journalister som deltar i politisk debatt?
5. Hva skjedde i den hendelsen da din Snapchat ble en sak?
6. Hva var stillingen din da?
7. Hva ble konsekvensene?
8. Hva tenkte du før du tok det valget om å dele det?
9. Hvilke tilbakemeldinger fikk du?
10. Tror du man kan skille mellom journalistrollen og privatperson?
11. Hva er ditt forhold til sosiale medier i dag?
12. Hva tenker du om objektivitet?