

Södertörns högskola | Institutionen för medier, kommunikation och it  
Kandidat/Magisteruppsats 15 hp | Journalistik | Vårterminen 2010

# Sociala medier i den svenska nyhetsrapporteringen om Iran

Av: Susan Abbasnejad och Ronak Moaf  
Handledare: Karin Stigbrand

# Abstract

Tidigare forskning har visat att sociala medier är avgörande för informationsspridning i länder med begränsad yttrandefrihet, men också att sociala medier kan vara svårtolkade samt vilseledande. Syftet med denna intervjustudie var att åskådliggöra relationen mellan sociala medier och traditionell journalistik. Studien fokuserade på svenska journalisters användning och värdering av sociala medier i rapporteringen om den politiska utvecklingen i Iran, under perioden 12 juni 2009 till 11 februari 2010.

Kvalitativa forskningsintervjuer utfördes med de svenska journalisterna Natalie Besér (DN), Per Jönsson (DN), Said Montazeri (Radio Hambastegi), Mattias Pleijel (TT) och Kinga Sandén (Sydsvenskan). Intervjuerna fokuserade på följande fem specifika händelser: presidentvalets resultat (13 juni, 2009), Khameneis fredagsbön (19 juni, 2009), Neda Soltans dödsskjutning (20 juni, 2009), demonstrationerna under Ashura (27 december) och demonstrationerna under revolutionens årsdag (11 februari, 2010).

Vår analys visar att journalisterna inte var odelat positiva till sociala medier men att de använde sociala medier som källor i varierande utsträckning. Det var också påtagligt att det skedde direkta källhänvisningar till olika sociala medier i journalisternas texter eller inslag. Samtliga journalister kontrollerade den information de hämtade från sociala medier med andra icke-sociala mediekällor för att verifiera korrektheten innan de publicerade informationen. Våra slutsatser är att sociala medier på ett berikande sätt kompletterar traditionell journalistik då de används medvetet och källkritiskt.

(Gröna rörelsen, Iran, journalistik, nyhetsrapportering, sociala medier, yttrandefrihet)

# Innehållsförteckning

<b>Inledning .....</b>	<b>4</b>
<b>Frågeställning .....</b>	<b>5</b>
<b>Bakgrund i Iran.....</b>	<b>6</b>
Geografi och befolkning .....	6
Ekonomi.....	6
Politik.....	7
Mediepolitik.....	8
Den unga generationen .....	9
Den iranska bloggvärlden .....	10
Kontroll av webben .....	10
<b>Tidigare forskning .....</b>	<b>11</b>
Web 2.0.....	11
Sociala medier .....	12
Svenska journalister och Sociala medier .....	12
Kommunikation i förändring .....	13
Sociala medier kontra journalister .....	13
Sociala medier under förtryck .....	15
<b>Metod .....</b>	<b>17</b>
Val av journalister .....	18
Intervjusituation.....	19
Reliabilitet och validitet.....	20
Etiska överväganden.....	21
<b>Resultat och Analys.....</b>	<b>22</b>
Hur använder journalister sociala medier i sin rapportering?.....	22
Genomgång av fem specifika händelser .....	24
Hur värderar journalisterna sociala medier som källor?.....	28
Hur verifierar journalisterna informationens äkthet när de gäller sociala medier? .....	31
Hur redovisas den information som baseras på sociala medier? .....	32
Hur reflekterar journalisterna kring sociala mediers betydelse för journalistikens framtid?.....	33
<b>Slutsatser och Diskussion .....</b>	<b>34</b>
<b>Källförteckning .....</b>	<b>36</b>
<b>Bilagor .....</b>	<b>40</b>
Intervjuguide inklusive presentation .....	40

## Inledning

Den 13 juni 2009 rapporterades det att den sittande presidenten Mahmoud Ahmadinejad segrat i det iranska presidentvalet som hölls dagen innan. Den konservativa presidentkandidaten fick 62,6 % av rösterna enligt Vaktarrådet. Oppositionen i Iran, med den reformvänliga presidentkandidaten Mir-Hossein Mousavi i spetsen, ifrågasatte valresultatet och anklagade regimen för valfusk. Även i utländska medier spekulerades det om ett eventuellt valfusk.<sup>1</sup>

De massiva demonstrationerna som följde var bland de allvarligaste sammandrabbningarna i landet sedan den islamska revolutionen 1979. Spontana protester runt om i landet utvecklades till en enad pro-demokratisk rörelse: ”den Gröna Rörelsen”. Sekulära, nationalist, religiösa reformister och monarkister gick samman och frågade sig: ”var är min röst?”

I samma veva förbjöds utländska journalister tillträde till Iran och de som redan befann sig i landet skickades hem. Endast ett fåtal gånger sedan dess har journalister bjudits in av regimen för att bevaka formella och kontrollerade evenemang.<sup>2</sup>

Vi följde själva presidentvalet och dess följder dag för dag via svenska, utländska och framför allt sociala medier. Det var först när vi såg Youtube-klippet, där den unga iranska aktivisten Neda Soltan blev ihjälskjuten under en av sommarens demonstrationer, som vi förstod vilken genomslagskraft de sociala medierna kan ha.

Trots den iranska regimens påtagliga försök att strypa informationsflödet inom, till och från Iran, bland annat genom att hota inhemska journalister och skärma av utländska journalister, lyckades mängder av information sippra in i och ut ur landet med hjälp av sociala medier. För att återge ett träffsäkert citat av Brian Solis, specialist på sociala

---

<sup>1</sup> Dagens Nyheter (2009, juni 13). *Valet har bäddat för fortsatt isolering av Iran*. Hämtad april, 22, 2010, från <http://www.dn.se/nyheter/varlden/valet-har-baddat-for-fortsatt-isolering-av-iran-1.890921>

<sup>2</sup> Till exempel fick bland annat SR:s Mellanösternkorrespondent Cecilia Udden i slutet av april 2010 besöka landet för att bevaka en konferens om kärnvapenedrustning.

medier (apropå Iran): “The world was watching...and it did so on Twitter and not CNN or any other news network”.<sup>3</sup>

Detta skeende fick oss journaliststudenter att fundera över relationen mellan sociala medier och traditionell journalistik och på vilket sätt svenska journalister förhåller sig till och använder sig av dessa nya medier. Vårt politiska intresse har gjort oss intresserade av konflikten i Iran och därmed fokuserat ämnesvalet. Vår iranska bakgrund har gjort oss emotionellt berörda av konflikten och skapat risk för snedvridna eller subjektiva utgångspunkter och tolkningar.

## Frågeställning

Med denna studie vill vi få en inblick i och en djupare förståelse av de sociala mediernas betydelse för den svenska nyhetsrapporteringen om den politiska utvecklingen i Iran.

Vi utgår ifrån denna frågeställning:

*Hur behandlar journalister i Sverige sociala medier som källor i sin rapportering om Iran?*

Med utgångspunkt i följande frågeställningar ämnar vi besvara vår huvudfråga:

- A. *Hur använder journalister sociala medier?*
- B. *Hur värderar journalisterna sociala medier som källor?*
- C. *Hur verifierar journalisterna informationens äkthet, när det gäller de sociala medierna?*
- D. *Hur redovisas den information som baseras på källor i sociala medier?*
- E. *Hur reflekterar/resonerar journalisterna kring sociala mediers betydelse för journalistikens framtid?*

---

<sup>3</sup> Brian Solis (2009, juni 17). *Is Twitter the CNN of the new media generation*. Hämtad mars, 15, 2010, från <http://www.briansolis.com/2009/06/is-twitter-the-cnn-of-the-new-media-generation/>

## Bakgrund i Iran

Den islamiska republiken Iran inrättades 1979 i och med den islamistiska revolutionen då den USA-stödda Shah Mohammad Reza Pahlavi störtades och tvingades i landsflykt. Den religiösa ledaren Ayatollah Khomeini tog över makten efter en folkomröstning samma år.

## Geografi och befolkning

Iran är ett stort land (1.65miljoner km<sup>2</sup>) beläget i Mellanöstern och gränsar till Irak, Turkiet, Armenien, Azerbajjan, Turkmenistan, Afghanistan och Pakistan. Tehran är huvudstaden och Iran uppskattas ha cirka 72,2 miljoner invånare (2010).<sup>4</sup>

Det finns många olika folkgrupper i Iran som talar olika, ibland besläktade, språk. Den största etniska gruppen är perser som utgör hälften av invånarna i landet. Den näst största gruppen är azerer som lever i den norra provinsen Azerbajdzan. Kurder, balucher, araber, armenier och turkmener är ytterligare några minoritetsgrupper. Majoriteten av befolkningen är shiamuslimer, medan de arabiska och kurdiska grupperna vanligtvis är sunniter.<sup>5</sup>

## Ekonomi

Iran har stora naturgas- och oljetillgångar och är idag världens fjärde största oljeproducent. Intäkterna från oljeexporten är landets viktigaste inkomstkälla.<sup>6</sup> En tiondel av landets totala yta utgörs av jordbruksmark där bland annat spannmål och frukt odlas.<sup>7</sup> Ekonomin i landet kontrolleras till stor del av staten där priskontroller och subventioner

---

<sup>4</sup> Iran. (n.d.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad april 17, 2010, från <http://www.ne.se/iran>

<sup>5</sup> Iran. I *Regeringskansliet*. Hämtad april 17, 2010, från <http://www.regeringen.se/sb/d/2688/a/52979>

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Iran. (n.d.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad april 17, 2010, från <http://www.ne.se/iran>

försvårar den ekonomiska tillväxten. Arbetslösheten är hög och många ungdomar söker sig utomlands i brist på sysselsättning.<sup>8</sup>

## Politik

Iran är på vissa sätt en demokrati men där islamska ledare och lärda (jurister) bland annat har vetorätt. Rättsystemet i Iran baseras på islams lagar, sharia. Den Högste Ledaren Ayatolla Ali Khamenei, Ayatolla Khomeinis efterträdare, är det politiska och religiösa statsöverhuvudet i Iran. Han har inflytande över alla viktiga beslut i landet. Den Högste Ledaren utser bland annat juristerna i Vaktarrådet, överbefälhavaren och befälhavarna för de olika vapengrenarna samt cheferna för Irans radio och television.

Vaktarrådet är en mycket inflytelserik grupp bestående av tolv teologer, präster och jurister. Sex av rådets kandidater utses av den Högste Ledaren. Vaktarrådet måste godkänna samtliga presidentkandidater till de allmänna valen. I presidentvalet 2009 utsågs fyra presidentkandidater. Vaktarrådet kan även lägga in veto mot parlamentets lagstiftning och därmed hindra lagarna från att godkännas.

Presidenten har den verkställande makten med undantag för de områden som den högsta ledaren bestämmer över. Presidenten kan lägga fram lagförslag men behöver till skillnad från parlamentet inte Vaktarrådets godkännande. Presidenten får sitta i högst två fyraårsperioder i följd.

Parlamentets uppgifter är att lägga fram lagförslag, behandla landets budget och godkänna internationella fördrag. All lagstiftning måste dock godkännas av Vaktarrådet. Idag har de konservativa, ledda av talmannen Ali Larijani, kontroll över parlamentet. Kandidater till Irans parlament måste också godkännas av Vaktarrådet.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Iran. I *CIA The World Fact Book*. Hämtad april 17, 2010, från

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ir.html>

<sup>9</sup> Guardian (2009, 25 juni). *How Iran is governed*. Hämtad april, 09, 2010 från

<http://www.guardian.co.uk/world/interactive/2009/jun/10/iran-elections-government>

## Mediepolitik

Iran har skrivit under och godkänt *Konventionen om medborgerliga och politiska rättigheter* (ICCPR), som bland annat erkänner varje individs åsikts- och yttrandefrihet:

*1. Everyone shall have the right to hold opinions without interference.*

*2. Everyone shall have the right to freedom of expression; this right shall include freedom to seek, receive and impart information and ideas of all kinds, regardless of frontiers, either orally, in writing or in print, in the form of art, or through any other media of his choice.*<sup>10</sup>

Trots dessa formella överenskommelser reglerar den iranska regimen samtliga medier i landet genom diverse inskränkningar i bland annat konstitutionen, presslagen och strafflagen. I konstitutionen erkänns åsikts- och yttrandefrihet med förbehåll:

*Publications and the press have freedom of expression except when it is detrimental to the fundamental principles of Islam or the rights of the public. The details of this exception will be specified by law.*<sup>11</sup>

Presslagen beskriver bland annat syftet med den iranska pressen: ”att sprida och främja islamisk kultur och sunda etiska principer”.<sup>12</sup> I denna lag formuleras restriktioner för vad som får uttryckas offentligt. Lagen föreskriver även att alla individer och organisationer som är aktiva inom pressområdet skall vara registrerade.

Yttrande- och åsiktsfrihetsrestriktionerna bottnar i den grundläggande Islamska lagen, där de olika förordningarna tolkas. Det är framför allt Revolutionsgardet som övervakar att samtliga medier följer det islamska regelverket. Regelverket tillåter regimen att stoppa publikationer, avskeda journalister eller stänga ner redaktioner, om man skulle finna ”omoraliskt” material.

---

<sup>10</sup> International Convent on Civil and Political Rights, 220A (XXI).

Hämtad mars, 20, 2010, från <http://www2.ohchr.org/english/law/ccpr.htm>

<sup>11</sup> International Convent on Civil and Political Rights, article 24.

Hämtad mars, 20, 2010, från <http://www.iranonline.com/iran/iran-info/Government/constitution-3.html>

<sup>12</sup> UNHCR (2006, 2 maj). *Memorandum on media regulation in the Islamic republic of Iran.*

Hämtad mars, 20, 2010, från <http://www.unhcr.org/refworld/country,,ART19,,IRN,,475e4e270,0.html>



I Reportrar utan gränser pressfrihetsindex (2009) återfinns Iran på plats 172 av 175 granskade länder. Sedan den islamska revolutionen 1979 har tusentals tidningar stängts ner, hundratals journalister har gripits, fängslats, torterats och flera dussin har avrättats.<sup>13</sup>

<sup>14</sup>

Den iranska regimen har skapat ett samhällsklimat som bygger på rädsla, menar Azar Mahloujian, författare och ordförande i fängslade författares kommitté.<sup>15</sup>

*Den nationella pressen har tvingats anpassa sig, genom bland annat självcensur, till det ökade trycket från regimen och därmed är den offentliga samhällskritiska debatten numera helt borta.*

Den iranska staten har monopol på alla TV- och radiosändningar i landet, vilket gör det lätt att kontrollera etermedierna.

## Den unga generationen

70 procent av den iranska befolkningen är under 30 år. Det är en generation som har vuxit upp i en dubbel social och kulturell miljö. Den unga generationen är född och uppvuxen i den islamska republiken, ett samhälle som begränsar grundläggande fri- och rättigheter så som yttrandefrihet och religionsfrihet. Samtidigt har denna generation vuxit upp med satellit-TV och Internet och via dessa kanaler inspirerats av västerländska normer och traditioner. År 2009 använde uppemot 23 miljoner iranier Internet.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Reportrar utan gränser (2010, 15 februari) *Situationen i Iran granskas av FN*. Hämtad mars 20, 2010, från <http://www.reportrarutangranser.se/artikelarkiv/78-arkiv/250situationen-i-iran-granskas-av-fn>

<sup>14</sup> Regeringskansliet/Utrikesdepartementet (2007). *Mänskliga rättigheter i Iran 2007*. Hämtad mars 20, 2010, från [http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file\\_archive/080317/8afc75f3dab9f591e332a46bf13a536e/Iran.pdf](http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file_archive/080317/8afc75f3dab9f591e332a46bf13a536e/Iran.pdf)

<sup>15</sup> Azar Mahloujian, "Journalister, författare och nätaktivister i Iran," intervju av Susan Abbasnejad och Ronak Moaf, april 29, 2010.

<sup>16</sup> OpenNet Initiative (2009). *Internet Filtering in Iran*. Hämtad mars, 4, 2010 från [http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI\\_Iran\\_2009.pdf](http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI_Iran_2009.pdf)

## Den iranska blogg världen

Uppemot 60 000 iranier och exiliranier bloggar och farsi är det fjärde största skriftspråket bland bloggare i världen.<sup>17 18</sup> Den så kallade ”iranska bloggrevolutionen” sägs ha triggats igång av Hossein Derakhshan, även kallad ”Irans blogg-fader”. Derakhshan, eller Hoder som han själv kallar sig, startade en av de första bloggarna på farsi år 2001. På uppmaning av en läsare skapade Derakhshan en gör-det-självt blogg-guide.<sup>19 20</sup>

Innehållet i bloggarna är, som i resten av världen, varierande. Men det man i västvärlden skulle uppfatta som ytliga diskussioner om popmusik, mode och andra nöjen manifesterar i detta sammanhang ett motstånd mot den iranska regimen och dess kulturella förtryck.<sup>21</sup>

## Kontroll av webben

Den iranska regimen har utvecklat ett sofistikerat tekniskt filtreringssystem för att identifiera och blockera stötande webbplatser. Systemet är bland de största i världen.<sup>22</sup> Iran är dessutom det enda land i världen som har begränsat Internethastigheten för privat bruk.<sup>23</sup> Irans regim arbetar dessutom aktivt med att sprida desinformation på nätet. 10 000 bloggar har upprättats för att sprida propaganda och motverka sekulära röster på nätet.<sup>24</sup>

Våren 2009, strax innan presidentvalet, blockerades Facebook. President Mahmoud Ahmadinejad förnekade inblandning, men många tror att Facebook blockerades på grund

<sup>17</sup> OpenNet Initiative (2009). *Internet Filtering in Iran*. Hämtad mars, 4, 2010 från [http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI\\_Iran\\_2009.pdf](http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI_Iran_2009.pdf)

<sup>18</sup> Erik Stattin ”Bloggar i nyhets- och opinionsbildning” i *Bloggtider*, Lars Våge, Erik Stattin och Gunnar Nygren, 62 (Finland: WS Bookwell, Borgå 2005).

<sup>19</sup> Stattin 2005, 63.

<sup>20</sup> Guardian (2004, 20 december). *Freedom in Farsi blogs*. Hämtad mars, 26, 2010, från <http://www.guardian.co.uk/technology/2004/dec/20/iran.blogging>

<sup>21</sup> Stattin 2005, 63.

<sup>22</sup> OpenNet Initiative (2009). *Internet Filtering in Iran*. Hämtad mars, 4, 2010 från [http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI\\_Iran\\_2009.pdf](http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI_Iran_2009.pdf)

<sup>23</sup> OpenNet Initiative (2009). *Internet Filtering in Iran*. Hämtad mars, 4, 2010 från [http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI\\_Iran\\_2009.pdf](http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI_Iran_2009.pdf)

<sup>24</sup> The Washingtonpost (2009, 17 juni). *Iran Elections: A Twitter Revolution?* Hämtad mars, 21, 2010, från <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/discussion/2009/06/17/DI2009061702232.html?hpid=topnews>

av att den reformvänliga presidentkandidaten Mir Hossein Mousavi använt sig av Facebook för politisk organisering.<sup>25</sup> Efter det omdiskuterade presidentvalet ökade den politiska aktiviteten med hjälp av Internet i Iran. Detta ledde till att regimen ökade sina insatser på nätet för att övervaka de oppositionella grupperna. Nätaktivister arresterades och fängslades vilket ledde till att omvärlden uppmärksammade Internetcensuren i Iran och ifrågasatte presskontrollen.<sup>26 27</sup> Idag är många sajter fortsatt blockerade, inklusive Youtube och Facebook. Det har dessutom blivit svårare att kringgå blockaden.

## Tidigare forskning

Forskningsöversikten inleds med en kort genomgång av Internets tekniska och kulturella utveckling och behandlar sedan tidigare forskning inom området mass- och mediekommunikation. Kapitlet avslutas med en beskrivning av sociala mediers betydelse för journalistik och informationsspridning, speciellt i ett land som Iran med begränsat informationsflöde.

## Web 2.0

Den senaste sociala och kulturella utvecklingen på Internet går under namnet Web 2.0. Begreppet myntades 2004 av Tim O'Reilly och namnger den nya generationens webbtjänster och affärsmodeller på webben. Web 2.0 involverar användarna och är beroende av deras bidrag.<sup>28</sup> Fenomenet inkluderar följande aspekter:

- Användargenererat innehåll och kontroll

---

<sup>25</sup> CNN (2009, maj 25). *Ahmadinejad denies calling for Facebook ban*. Hämtad mars, 22, 2010, från <http://edition.cnn.com/2009/WORLD/meast/05/25/iran.ahmadinejad.facebook/>

<sup>26</sup> Reportrar utan gränser (2009, juni 29). *Vad händer i det tysta bakom murarna på Evinfängelset?* Hämtad mars, 17, 2010, från <http://www.reportrarutangranser.se/artikelarkiv/78-arkiv/80-vad-haender-i-det-tysta-bakom-murarna-pa-evinfaengelset>

<sup>27</sup> Reporters Without Borders (2010, mars 12). *World Day Against Cyber Censorship*. Hämtad mars, 12, 2010, från <http://en.rsf.org/world-day-against-cyber-censorship-12-03-2010,36566>

<sup>28</sup> Tobias Olsson och Peter Dahlgren, *Young people ICTs and democracy* (Göteborg: Nordicom,2010), 118.

- Interaktivitet och samarbete
- Användarvänlig och tillgänglig design
- Webben som en plattform
- Gratis för användaren men finansieras t.ex. med riktad reklam.<sup>29</sup>

## Sociala medier

Sociala medier är en benämning på de nya medierna som har vuxit fram på webben som en del av Web 2.0. Det som skiljer sociala medier från andra medier är den sociala interaktionen; människor som för konversationer ”online”. Exempel på sociala medier är bloggar (Blogger), mikroblogger (Twitter), sociala nätverk (Facebook), video- och fotodelningssajter (Youtube, Flickr), wikier (Wikipedia) och Internetforum (topix.net).

## Svenska journalister och Sociala medier

Fem av tio svenska journalister uppger att de har goda eller mycket goda kunskaper om sociala medier, enligt en studie sammanställd av Cision.<sup>30</sup> 66 procent av de tillfrågade journalisterna uppger att de läser bloggar minst en gång i veckan. Journalisterna använder bloggar och andra sociala medier främst i researchsyfte (53 %). 28 procent uppger att de bloggar som en del i sitt journalistiska arbete. Två av tio journalister skriver i en microblogg dagligen emedan 34 procent uppger att de aldrig läst en microblogg. Tio procent av journalisterna uppger att de inte använder sociala medier och att de inte ämnar använda sociala medier i framtiden.

---

<sup>29</sup> O'Reilly (2005, 30 september). *What is Web 2.0*. Hämtad mars, 15, 2010, från <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

<sup>30</sup> Cision (2010). *Cision nordic social media survey*. Hämtad mars, 4, 2010, från <http://se.cision.com/Global/Scandinavia/Cision%20Nordic%20Social%20Media%20Survey%202010.pdf>

## Kommunikation i förändring

För att en kommunikation skall vara möjlig krävs någon form av sändare och mottagare.<sup>31</sup> Mass- och mediekommunikation är en av många olika kommunikationsformer som sker via en teknisk kanal. Denna kommunikationsmodell har länge dominerats av traditionella medier: tv, radio och press. Dessa medier fungerar som grindvakter och megafoner; de dirigerar den offentliga debatten genom att avgöra vilka ämnen, personer och problem som skall uppmärksammas.<sup>32</sup> De traditionella medierna utmärks genom att vara kostsamma, enkelriktade och opersonliga.<sup>33</sup> Konsumenten uppmuntras sällan till offentlig diskussion och möjligheterna till feedback få.<sup>34</sup>

I och med de nya sociala medierna har produktionsförhållandena och förutsättningarna för mass- och mediekommunikationen förändrats.<sup>35</sup> De sociala medierna är mångriktade (många till många), snabbare, personligare, billigare och enkla att använda och möjliggör för konsumenten att bli producent av innehåll som är tillgängligt på den offentliga arenan.<sup>36</sup>

## Sociala medier kontra journalister

Många frågar sig om bloggar kan räknas som journalistik. Det kan de, ibland, menar journalisten och författaren Jay Rosen.<sup>37</sup> Journalister och bloggare är verksamma i samma offentliga arena, men de har olika förutsättningar, drivkrafter, ändamål och följer olika etiska regler. Det som Jay Rosen kallar för ”slutna redaktionella system” (traditionella

---

<sup>31</sup> Bengtsson, red., *Politisk kommunikation och demokrati* (Lund: Studentlitteratur AB 2001), 13.

<sup>32</sup> Denis McQuail, *Mcquail's Mass Communication Theory* (Oxford: SAGE publications Ltd 2005), 308-309.

<sup>33</sup> Bengtsson 2001, 13.

<sup>34</sup> Stattin 2005, 49.

<sup>35</sup> Sofi Engström och Thina Grotmark. ”Privat Tystnad – Offentligt Transparens? Redaktionellt ansvarigas syn på journalisters privata aktivitet på sociala medier.” Göteborg: Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation 2010.

<sup>36</sup> Anders R. Olsson et. Al. *Journalistik, Nätet och Maktens Ordningar* (Stockholm: Sim (o)), Sida 37-41

<sup>37</sup> Jay Rosen et. al. ”Blogging, journalism & credibility: Battleground and Common Ground.” Cambridge: Harvard University, institution for Internet and society 2005.

medier) är först och främst kommersiella i sin natur. Målet är att bli publicerad och konsumerad. Eftersom produktionen är dyr och utrymmet begränsat ställs höga krav på professionella journalister som kan producera läsbara texter.<sup>38 39</sup>

I det som Jay Rosen kallar för det ”öppna systemet” (webben) uppdateras materialet kontinuerligt; information byggs på och redigeras efter hand. Det ”öppna systemet” är till skillnad från de ”slutna redaktionella systemen” ideologiskt till sin natur. Bloggaren skriver om personliga intressen och kan till skillnad från journalister vara subjektiva. Eftersom produktionen är billig och utrymmet obegränsat kan vem som helst (med Internetuppkoppling) producera innehåll. Det handlar först och främst om att synas, att bli omdiskuterad, kommenterad eller länkad. Nackdelen med sociala medier är att de saknar form och struktur.<sup>40</sup>

Journalisten, bloggaren och författaren Dan Gillmor skriver i *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People* att människor som tidigare känt sig exkluderade från den offentliga debatten, nu har möjlighet att göra sig hörda samt påverka nyhetsflödet.<sup>41</sup>

*We will learn we are part of something new, that our readers/listeners/viewers are becoming part of the process. I take it for granted, for example, that my readers know more than I do—and this is a liberating, not threatening, fact of journalistic life. Every reporter on every beat should embrace this. We will use the tools of grassroots journalism or be consigned to history.*

Det ena systemet behöver alltså inte ersätta det andra. Journalister och bloggare utnyttjar och kompletterar snarare varandra. Nu har journalistiken möjlighet att utvecklas och

---

<sup>38</sup> Jay Rosen et. al. ”Blogging, journalism & credibility: Battleground and Common Ground.” Cambridge: Harvard University, institution for Internet and society 2005.

<sup>39</sup> Pressthink by Jay Rosen (2005, 21 januari). *Bloggers vs. Journalists is Over*. Hämtad mars, 12, 2010, från [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk\\_essay.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk_essay.html)

<sup>40</sup> Jay Rosen et. al. ”Blogging, journalism & credibility: Battleground and Common Ground.” Cambridge: Harvard University, institution for Internet and society 2005.

<sup>41</sup> Dan Gillmor. *We the Media-Grassroots Journalism by the People, for the People* (2004). Hämtad mars, 12, 2010, från <http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>

utvidgas med hjälp av de människor som man traditionellt kallat för allmänheten.<sup>42</sup> Dan Gillmor skriver att:

*Our core values, including accuracy and fairness, will remain important, and we'll still be gatekeepers in some ways, but our ability to shape larger conversations—and to provide context—will be at least as important as our ability to gather facts and report them.*<sup>43</sup>

Vi önskar att ta reda på hur etablerade journalister i Sverige faktiskt drar nytta av sociala medier och hur deras inställning till sociala medier påverkar deras användning av dem.

## Sociala medier under förtryck

Bloggar har vuxit fram fortare och fått ett större genomslag i länder där informationsflödet är hårt kontrollerat. Här kan bloggarna vara effektivare än de traditionella medierna, då de tack vare sin anonymitet och decentralisering möjliggör en öppen diskussion i känsliga frågor.<sup>44</sup>

Ben Parr har sammanställt en tidslinje där han med hjälp av Twitter, Flickr, YouTube, och Wikipedia redovisar händelseutvecklingen i Iran dag för dag (12 juni-21 juni).<sup>45</sup> Parr vill visa att det är möjligt att förstå sommarens händelseutveckling (2009), bara genom att följa sociala medier. Parr drar följande slutsatser om de sociala mediernas betydelse för utvecklingen i Iran:

1. Sociala medier har hjälpt iranier att kommunicera med varandra
2. Sociala medier har hjälpt iranier att kommunicera med omvärlden.

---

<sup>42</sup> Rosen et. al. "Blogging, journalism & credibility: Battleground and Common Ground." Cambridge: Harvard University, institution for Internet and society 2005.

<sup>43</sup> Dan Gillmor. *We the Media-Grassroots Journalism by the People, for the People* (2004). Hämtad mars, 12, 2010, från <http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>

<sup>44</sup> Stattin 2005, 62

<sup>45</sup> Mashable; The Social Media Guide (2009, 21 juni), # *IranElection Crisis: A Social Media Timeline*. Hämtad mars, 2, 2010, från <http://mashable.com/2009/06/21/iran-election-timeline/>

3. Sociala medier har hjälpt omvärlden att kommunicera med iranierna och med andra som sympatiserar med oppositionen.<sup>46</sup>

I denna studie fokuserar vi framför allt på punkt 2 och 3.

Clay Shirkey hävdar att den ”Gröna rörelsen” är den första revolutionära rörelsen som har slungats in i den globala arenan samt transformerats av sociala medier.<sup>47</sup> Shirkey syftar först och främst på microbloggen Twitter när han talar om de sociala mediernas betydelse för händelseutvecklingen i Iran. Varför just Twitter har varit så viktig, sammanfattar Shirkey med två ord: enkelhet och tillgänglighet. Dessa faktorer gör Twitter lätt att använda, men svår att kontrollera, till skillnad från till exempel Facebook som lätt kan blockeras. Hittills har den iranska regimen inte lyckats stänga ner Twitter.<sup>48</sup>

Twitter använder sig av korta texter som kräver väldigt lite bandbredd och är därför okänsligt för begränsningar i hastigheten på Internet-access. I Iran där Internet-hastigheten är strypt går Twitter fortfarande att använda medan Youtube (som kräver flera hundra kilobit per sekund) kan bli närmast obrukbart för visning av videoklipp.<sup>49</sup>

Dock är inte alla forskare överens om Twitter och andra sociala mediers positiva och pro-demokratiska effekter. Evgeny Morozov anser att de sociala mediernas demokratiska förutsättningar är skenbara. Han är särskilt skeptisk till microbloggen Twitter och menar att det uppstår en stor risk för fel- och misstolkningar då en skribent måste sammanfatta hela sitt budskap med 140 tecken.

Morozov tycker inte att man skall underskatta diktaturer. Endast i en stat där regimen vore totalt tekniskt okunnig skulle en ”twitterrevolution” vara möjlig. I länder som Iran är situationen den motsatta; makthavarna är angelägna om att utnyttja Internet och sociala medier för egna ändamål. Regimen, såväl som oppositionen, kan enkelt manipulera

---

<sup>46</sup> Mashable; The Social Media Guide (2009, 21 juni), # *IranElection Crisis: A Social Media Timeline*. Hämtad mars, 2, 2010, från <http://mashable.com/2009/06/21/iran-election-timeline/>

<sup>47</sup> Tedblog (2009, 16 juni), *Q&A with Clay Shirky on Twitter and Iran*.

Hämtad mars, 2, 2010, från [http://blog.ted.com/2009/06/qa\\_with\\_clay\\_sh.php](http://blog.ted.com/2009/06/qa_with_clay_sh.php)

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> Ola Liljedahl, ”Sociala medier,” intervju av Susan Abbasnejad och Ronak Moaf, april 6, 2010.



information och sprida propaganda, hävdar Morozov.<sup>50</sup> Twitter, Facebook och andra sociala medier bjuder dessutom in den iranska underrättelsetjänsten i det offentliga samtalet. Regimen behöver inte längre använda sig av tortyr för att få fram känsliga uppgifter. Nu finns allt tillgängligt på nätet.<sup>51</sup> Morozov tror alltså inte att sociala medier har varit betydelsefulla för demokratiutvecklingen i Iran. Han drar en parallell till den iranska revolutionen 1979 där folk lyckades organisera sig mer diskret med bandspelare och videokassetter.<sup>52</sup>

## Metod

I den här studien använder vi oss uteslutande av den kvalitativa forskningsintervjun som metod och baserar därmed hela vårt empiriska material på sammanlagt fem intervjuer. Vi utgår ifrån ett kvalitativt perspektiv där vi ser verkligheten som en individuell, social och kulturell konstruktion, snarare än som en objektiv realitet.<sup>53</sup> Vi är i första hand intresserade av de olika respondenternas tankestrukturer (förekomsten/icke förekomsten av kategorier), snarare än att sammanställa diagram med generaliserande svar.<sup>54</sup> Därför har vi valt att genomföra samtalsintervjuer och inte frågeunderökningar (som utgår ifrån fasta frågeställningar där respondentens svar begränsas av förutbestämda svarsalternativ). Styrkan med den kvalitativa samtalsintervjun är att den ger en djupgående förståelse för hur de fem respondenterna resonerar kring de olika frågeställningarna eftersom den öppnar upp för oväntade svar samt ger möjlighet till följdfrågor.<sup>55</sup> Steinar Kvale skriver att ”om man vill veta hur människor uppfattar sin värld och sitt liv, varför inte prata med dem”.<sup>56</sup>

---

<sup>50</sup> Evgeny Morozov (2009) *Iran: Downside to the “Twitter Revolution”*. Hämtad mars, 5, 2010, från [http://www.evgenymorozov.com/morozov\\_twitter\\_dissent.pdf](http://www.evgenymorozov.com/morozov_twitter_dissent.pdf)

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> The Washingtonpost (2009, 17 juni). *Iran Elections: A Twitter Revolution?* Hämtad mars, 5, 2010, från <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/discussion/2009/06/17/DI2009061702232.html?hpid=topnews>

<sup>53</sup> Jarl Backman. *Rapporter och uppsatser* (Lund: Studentlitteratur AB 2008), 53.

<sup>54</sup> Peter Esaiasson et. al. *Metodpraktikan* (Vällingby: Nordstedts juridik AB 2006), 254-256.

<sup>55</sup> Peter Esaiasson et. al, 279

<sup>56</sup> Steinar Kvale *Den kvalitativa forskningsintervjun* (Lund: Studentlitteratur AB 1997), 9.

## Val av journalister

Vårt intresse riktades mot journalister i Sverige som har rapporterat om det iranska presidentvalet och dess följder från och med den 12 juni 2009 till och med den 11 februari 2010.

Vi har valt att fokusera på den politiska utvecklingen i Iran som utlöstes i och med sommarens presidentval därför att den är en relativ färsk och fortsatt aktuell utveckling där sociala medier används flitigt av inblandade individer. Dessutom var det i samband med presidentvalet som utländska journalister förbjöds tillträde till Iran vilket gjorde alternativa informationskanaler viktiga.

Vi intervjuade fem journalister som arbetade på väletablerade nyhetsredaktioner i Sverige, inklusive en persisktalande reporter på den persisktalande radiokanalen Radio Hambastegi:

- **Natalie Besér**, Mellanösternkorrespondent, DN, skrev i somras närmast dagligen om händelseutvecklingen i Iran. Hon har tidigare arbetat på Sveriges Radio (Ekot, P1 morgon och studio Ett). Intervjuad den 15 april 2010.
- **Per Jönsson**, DN, har besökt Iran 11 gånger (senast 2008). Han har genom åren byggt upp ett stort kontaktnät av exiliranier och iranier på plats i Iran. Intervjuad den 16 april 2010.
- **Said Montazeri**, var med och startade närradiostationen Radio Hambastegi (solidaritet på persiska) för 20 år sedan. Stationen drivs av oppositionella exiliranier i Stockholm. Intervjuad den 23 april 2010.
- **Mattias Pleijel**, TT, har besökt Iran två gånger, senast i januari 2010 (dock ej som journalist). Han jobbar idag på SR (P4) men jobbade under sommaren 2009 på TT där han bevakade Iran. Intervjuad den 6 maj 2010.
- **Kinga Sandén**, SydSvenskan, twittrade direkt från Iran under sommarens upplopp. Sandén fick Stora journalistpriset 2009 som ”årets förnyare” med

motiveringen: ”för att hon i realtid med hjälp av Twitter hittar svåråtkomliga källor och information i utrikesjournalistiken och vidgar världen för läsarna”.

Intervjuad den 6 maj 2010.

Vi kontaktade samtliga journalister via e-post med en förfrågan om de ville ställa upp på en intervju.

## Intervjusituation

Vi intervjuade varje journalist enskilt och de fick svara på frågor utifrån en i förväg sammanställd frågeguide (se bilaga 1). Vilka frågor respektive följdfrågor som ställdes och i vilken ordning berodde på situationen och på respondentens svar. Frågeguiden tog också upp fem specifika händelser som journalisterna hade rapporterat om. Detta för att vi ville knyta frågeställningarna till faktisk rapportering. Samtliga intervjuer varade mellan 45 och 180 minuter.

Vi såg det inte som önskvärt att genomföra en kvalitativ intervju via e-post i och med att möjligheten till följdfrågor elimineras. Vi hade dock ingen möjlighet att personligen träffa Kinga Sandén och valde därför att genomföra intervjun med henne via e-post, trots dess begränsningar. Vi övervägde beslutet och kom överens om att Kinga Sandén skulle kunna bidra med intressanta erfarenheter till vår studie.

Vi tog upp följande fem specifika händelser:

1. **Presidentvalets resultat den 13 juni 2009 samt spekulationer om eventuellt valfusk.** Detta var startskottet på sommarens demonstrationer i och med att oppositionen anklagade regimen för valfusk. I utländska medier spekulerades det samtidigt en hel del om resultatets validitet.
2. **Khameneis fredagsbön den 19 juni 2009.** Detta var Khameneis första offentliga framträdande efter presidentvalet. Han anklagade väst för att ha piskat upp stämningen i Iran och i sitt tal avvisade han alla påståenden om valfusk.

Khamenei fördömde även motståndsrörelsen och förkunnade att regimkritiker skulle komma att ställas till svars.<sup>57</sup>

3. **Neda Soltans dödsskjutning den 20 juni 2009.** Mordet på den unga iranska aktivisten Neda Soltan den 20 juni 2009 är ett exempel på de sociala mediernas kraft. Mordet filmades med en mobilkamera, laddades upp på videodelningssajten Youtube och spreds snabbt världen över. Inom några dagar länkades videoklipppet på bland annat CNN.com.<sup>58</sup> Neda Soltan blev en martyr och symbol för den iranska ”Gröna rörelsen”.
4. **Demonstrationerna under Ashura den 27 december.** Ashura är en religiös högtid och denna dag inträffade en av de blodigaste konfrontationerna mellan demonstranter och säkerhetsstyrkor sedan presidentvalet, åtta personer rapporterades ha dödats under dessa kravaller.<sup>59</sup>
5. **Demonstrationerna under revolutionens årsdag den 11 februari 2010.** Oppositionen hade uppmuntrat sina anhängare att visa sitt missnöje mot regimen i och med 31-årsdagen av den islamiska revolutionen. Dock blev demonstrationerna inte så omfattande som många hade trott.<sup>60</sup>

## Reliabilitet och validitet

Validiteten beskriver undersökningens giltighet, det vill säga att vi har studerat det vi ämnat studera utifrån vår forskningsfråga. Vi har under hela studien haft vår forskningsfråga i åtanke och försökt forma uppsatsens olika komponenter därefter. Vår frågeguide tar upp frågor som knyter an till vår forskningsfråga. Vid utskriften av

---

<sup>57</sup> Expressen (2009, juni 19). *Khamenei hotade demonstranterna*. Hämtad maj, 2, 2010, från <http://www.expressen.se/Nyheter/1.1612339/khamenei-hotade-demonstranterna>

<sup>58</sup> Nrc handelsblad (2009, 23 juni). *Iconic Iran video was posted in the Netherlands*. Hämtad maj, 12, 2010, från

[http://www.nrc.nl/international/article2280315.ece/Iconic\\_Iran\\_video\\_was\\_posted\\_in\\_the\\_Netherlands](http://www.nrc.nl/international/article2280315.ece/Iconic_Iran_video_was_posted_in_the_Netherlands)

<sup>59</sup> DN (2009, 27 december). *Dödsdom för demonstranter i Iran*. Hämtad maj 2, 2010, från <http://www.dn.se/nyheter/varlden/dodsdom-for-demonstrant-i-iran-1.1055273>

<sup>60</sup> SvD (2009, 11 februari). *Oro i Iran på revolutionens årsdag*. Hämtad maj 2, 2010, från [http://www.svd.se/nyheter/utrikes/oro-i-iran-pa-revolutionens-arsdag\\_4245107.svd](http://www.svd.se/nyheter/utrikes/oro-i-iran-pa-revolutionens-arsdag_4245107.svd)

intervjuerna har vi återgått till våra grundfrågor och strukit alla, ibland intressanta men i detta fall irrelevanta, sidospår.

Reliabiliteten är en annan viktig aspekt som forskaren måste ta hänsyn till och berör studiens trovärdighet. På grund av den kvalitativa forskningsintervjuns *tolkande* karaktär, är det extra viktigt att vidta åtgärder för att motverka snedvridna och selektiva tolkningar. Genom att formulera öppna frågor, snarare än slutna och ledande frågor, har vi låtit respondenterna formulera sig fritt och öppet. Kritiska följdfrågor har ställts för att klargöra samt förtydliga tankestrukturer.

Ett annat problem är att det kan vara svårt att anteckna alla svar under en intervju. Därför har vi spelat in samtliga intervjuer (utom Kinga Sandén som svarade via e-post). På så vis kunde vi koncentreras oss på respondenternas svar och formulera relevanta följdfrågor. Efteråt transkriberade vi samtliga intervjuer i separata Word-dokument. Vi har sedan återgått till dessa dokument ett flertal gånger för att kontrollera att citaten är korrekta samt för att i perspektiv verifiera att vi tolkat respondenterna rätt.

## Etiska överväganden

Vi har tagit del av och följt Vetenskapsrådets forskningsetiska principer. Vi har meddelat samtliga journalister om våra avsikter med intervjuerna. Vi har även förklarat vad vår studie går ut på samt vad deras intervjusvar skall användas till (Informationskravet). Eftersom denna studie behandlar arbetet med texter som har publicerats ser vi inget speciellt behov för konfidentialitet när det gäller journalisterna själva, vilket de själva ej heller har efterfrågat. Däremot har journalisterna hållit sina källor konfidentiella och vi har inte heller efterfrågat deras identitet (Konfidentialitetskravet). Vi skickade ut e-post till samtliga journalister med en förfrågan om de ville ställa upp på en frivillig intervju med oss journaliststudenter (Samtyckeskravet). Vi ämnar inte använda tillhandahållen information till någonting annat än till denna studie (Nyttjandekravet).

## Resultat och Analys

I detta avsnitt redogör och analyserar vi respondenternas svar på intervjufrågorna, inklusive diskussionerna kring de fem specifika händelserna (se bilaga 1). Efter varje fråga följer ett urval av respondenternas svar samt vår sammanfattning och analys i form av en kommentar. På samma sätt behandlas de fem specifika händelserna.

### Hur använder journalister sociala medier i sin rapportering?

Per Jönsson (DN) konsumerar sociala medier, framför allt Youtube, ett fåtal gånger i veckan eller när något speciellt händer, som till exempel under högtiden Ashura. Per Jönsson använder sociala medier som ett komplement i sitt arbete, mest för att ”få ett hum” om situationen på gatorna. Enstaka gånger har Per Jönsson utnyttjat Youtube för att skapa korrekta miljöbeskrivningar i sina texter, men endast i de fall där han själv varit på plats och kan verifiera platsen. I övriga fall undviker Per Jönsson att basera sin information på sociala medier.

*Tack vare mina tidigare kunskaper om Iran, i och med att jag själv har befunnit mig på dessa gator och känner igen stadsbilden, kan jag säga att detta är den och den gatan i Teheran. I mina artiklar kan jag skriva att demonstrationståget passerar de eller det huset.*

Mattias Pleijel (TT) använder sociala medier för att komma i kontakt med olika källor, som han sedan exempelvis e-postar, ringer upp eller stämmer träff med. Han har även ett stort kontaktnät av exiliranier på Facebook som kontaktar och tipsar honom om utvecklingen i Iran. Mattias Pleijel citerar även ett antal iranska bloggare som han anser vara ”seriösa” och anger dem som källor i sina texter.

DN:s Mellanösternkorrespondent Nathalie Besér konsumerar och använder sociala medier dagligen. Hon arbetar aktivt och medvetet med de sociala medierna, bygger kontaktnät och kommunicerar med sina källor i Iran.

*Jag har Facebook uppe hela tiden för att hålla koll på vad som händer i de länder jag bevakar. Jag har 400 ”vänner” på Facebook med olika bakgrunder, som ger mig direktrapporter om vad som händer i mellanöstern.*

Natalie Beser har även ett youtube-konto där hon bland annat prenumererar på RSS-inlägg.<sup>61</sup>

*Jag sitter och vänta på att de första klippen ska komma för att få en känsla av situationen, se hur allvarligt det verkar och uppskatta hur stort det blir. Är det en miljon människor som demonstrerar eller bara trettio.*

Said Montazeri (Radio Hambastegi) utnyttjar också sociala medier för att samla och utbyta information om den politiska händelseutvecklingen i Iran. Via Facebook och andra sociala medier kommunicerar Said Montazeri med källor i Iran. Radio Hambastegi har dessutom en egen facebook-sida med ett nätverk av cirka 700 vänner/medlemmar.

*Vi skapar ett utbyte av information där jag ger mina kontakter i Iran information som vi får ta del av via västerländska medier och de ger mig information om sådana saker som västerländska medier inte har möjlighet att rapportera om. På så sätt kan båda sidorna förstå situationen bättre.*

Under sommaren 2009 twittrade Kinga Sandén (Sydsvenskan) direkt från gatorna i Iran. Läsarna hade möjlighet att kommunicera med och ställa frågor till Sandén. Hon lät även läsarna chatta med iranier på plats.

**Kommentar:** Det är påtagligt att de fem journalisterna, på ett eller annat sett, har utnyttjat sociala medier för att berika sina texter eller inslag. Cisioms studie visar att svenska journalisternas först och främst använder sociala medier i researchsyfte. Detta har även vi kunnat konstatera i vår undersökning. Journalisterna har använt sociala medier ”någon gång” i veckan till ”timmar per dag”. De har framförallt använt Youtube, Facebook och Twitter, för att få direktrapporter från Iran. Kinga Sandén har till skillnad från de andra journalisterna rapporterat via Twitter. Hon har även integrerat sina läsare genom att låta dem chatta med iranier på plats. Said Montazeri talade om ett utbyte av information, där han, via Facebook, spred information till Iran. Sociala medier har i enlighet med Ben Parrs teori, fungerar som en direkt länk mellan Iran och omvärlden

---

<sup>61</sup> Via RSS kan användaren prenumerera på innehållet på en webbplats.

(journalisterna). De fem journalisterna har utnyttjat denna länk (i olika utsträckning) i sin rapportering om händelseutvecklingen i Iran.

## Genomgång av fem specifika händelser

### **1. Presidentvalets resultat den 13 juni 2009 samt spekulationer om eventuellt valfusk**

Radioreportern Said Montazeri var vaken hela natten för att följa presidentvalet via olika kanaler på nätet, inklusive sociala medier. Det var via den statliga iranska nyhetsbyrån IRNA som han fick de första uppgifterna om presidentvalets resultat. Said Montazeri hade direkt ifrågasatt valresultatet. Tidigt på lördag morgon (13 juni) skulle han sända sitt radioprogram.

*Jag sa till mina kollegor att vi ska hålla ett speciellt program med fokus på valet. Jag inledde programmet med meningen: i Iran genomfördes ett val, med fusk, och folk kommer att reagera, och det luktar blod.*

Kinga Sandén var på plats i Iran och rapporterade direkt via Twitter. Hon intervjuade människor som hon träffade på gatorna. Hon rapporterade tills mobilnätet och Internet-accessen stängdes ner framåt kvällen på valdagen den 12 juni.

Dagen efter valet skrev Per Jönsson en artikel om demonstrationerna efter valet. Han fick fakta främst genom etablerade nyhetskanalers webbupplagor (AFP, BBC, IRNA). Han sökte även information på den fria encyklopedin Wikipedia.<sup>62</sup> I artikeln skrev Per Jönsson om demonstranter som hade samlats på "ett stort torg" för att protestera mot valresultatet. Den miljöbeskrivningen fick han bekräftad via diverse youtube-klipp. Jönsson skrev även en artikel om det påstådda valfusket.

*Det var en svenskanier som tipsade mig om att de skulle finnas ett brev som bevisade valfusk, eventuellt e-postade han brevet till mig. Det visade sig att han hade hittat brevet på en iransk*

---

<sup>62</sup> Wikipedia är en encyklopedi med öppet innehåll dvs. att användarna kan vara med och författa innehållet.



*hemsida, så jag letade och sökte rätt länge efter mer information om detta. Till slut hittade jag information på The Independent som jag tycker är en trovärdig källa. Det var rätt mycket pussel med den här artikeln.*

Mattias Pleijel hörde av sig till källor i Sverige, men också till forskare för att få en analys av valet och valresultatet. Han prövade även att ringa en av sina källor i Iran men utan resultat.

*Han pratade bara om vädret så jag märkte snabbt att han inte kunde prata om situationen.*

(Natalie Besér har inte besvarat denna fråga)

**Kommentarer:** Kinga Sandén använde Twitter för att sprida direktnyheter från Iran till Sverige, vilket bekräftar Clay Shirkeys tes om att microbloggen Twitter har varit speciellt betydande för händelseutvecklingen i Iran i och med att Twitter är lätt att använda, men svår att kontrollera. Twitter i sig är svår att stänga ner, men i och med att regimen ströp hela mobilnätet under valkvällen kunde Kinga Sandéns inte komma åt Internet och därmed inte heller Twitter.

## 2. Khameneis fredagsbön den 19 juni 2009

Kinga Sandén, som nu var tillbaka i Sverige, fick hjälp av kontakter på Twitter att hitta en direktsänd engelsk textning av fredagsbönen på Internet. Hon sammanfattade talet på sin egna Twitter-sida. Said Montazeri följde talet på nätet via den statliga iranska radiokanalen IRIB.

*Det var faktiskt första gången på flera år som jag lyssnade direkt på en bön. Det var hårda ord och ingen tvekan om att de skulle försöka stoppa demokrati rörelsen.*

Said följde Twitter och olika diskussionsforum på nätet för att se vad iranier skrev om talet. Genom Youtube sökte han videoklipp från fredagsbönen.

(Mattias Pleijel, Per Jönsson och Natalie Besér har inte besvarat denna fråga)

**Kommentar:** Clay Shirkey hävdar att sociala medier lyfter upp nationella händelser till ett internationellt plan. Fredagsbönen spreds snabbt världen över genom videoklipp på Youtube och kommentarer på Facebook och Twitter. Kinga Sandéns fick en textning via

Internet så att hon kunde ta del av fredagsbönen. Iranier och omvärlden (Kinga Sandén och Said Montazeri) kommunicerade och hjälptes åt för att sprida information och förstå händelseutvecklingen i Iran. Detta bestyrker Ben Parrs teori om att sociala medier har hjälpt iranier och omvärlden att kommunicera med varandra.

### 3. Neda Soltans dödsskjutning den 20 juni 2009

Samtliga journalister har sett youtube-klippet på Neda Soltan. Said Montazeri fick via ett inkommande samtal tips om youtube-klippet. Han rapporterade om dödsskjutningen i Radio Hambastegi och angav Youtube som källa. Said Montazeri anser att styrkan med Youtube är dess personliga och visuella egenskaper.

*Människor som inte hade någon direkt koppling till Iran kunde identifiera sig med människorna i Iran eftersom att man fick se dramatiska och personliga bilder på individer som man dessutom kunde kommunicera med. Videoklippen på Neda Soltan berörde omvärlden. Hon blev en martyr för den gröna rörelsen.*

Natalie Besér håller med Said Montazeri och menar att utan de sociala medierna så skulle alla övergrepp mot den iranska befolkningen ske i skymundan.

*Tänk om inte Youtube hade funnits, då hade allt detta hänt i tystnad. Det blir dessutom inte lika starkt om någon anonym andrahandskälla berättar om att en människa blivit skjuten som när man ser det själv på video.*

Kinga Sandén blev också tipsad om youtube-klippet på Neda Soltan, men eftersom inga officiella nyhetsbyråer i Iran erkände mordet så var det svårt för henne att verifiera det som skett. Därför rapporterade hon till en början inte om mordet som en nyhetshändelse. Istället fick intervjupersoner referera till Neda Soltan i citat. I DN skrev Per Jönsson en artikel om Neda Soltans död, men utgick i första hand ifrån uppgifter från bland annat AFP.

*Det kan ha varit så att jag fått en länk till Youtube skickad till min e-post först, men jag hade ingen speciell kontakt med folk på sociala medier när jag skrev artikeln om Neda.*

**Kommentarer:** Frågan är om dödsskjutningen hade uppmärksamats i svenska nyheter om det inte vore för sociala medier? I och med att officiella iranska nyhetsmedierna inte erkände mordet skulle händelsen lätt kunnat förbli en nationell

tragedi som aldrig skulle nå utanför den iranska gränsen. Även detta stödjer Clay Shirkeys tes om den ”Gröna rörelsen” i Iran har slungats in i den globala arenan samt transformerats av de sociala medierna.

#### **4. Demonstrationerna under Ashura den 27 december**

Sex månader efter presidentvalet var det den religiösa högtiden Ashura. Said Montazeri hade redan några dagar innan högtiden märkt av en upprymd stämning på olika sociala medier och förstod att regimkritiker planerade och förväntade sig våldsamma upplopp. Han fick dessutom kontinuerlig information via Facebook.

*Jag har ett stort nätverk av kontakter på nätet, så många av mina ”vänner” skickade olika youtube-länkar som visade brutala kravallerna, och när jag tryckte på en länk så browsades hundratals andra videos.*

Natalie Besér skrev många artiklar under julhelgen och Ashura. Hon följde situationerna via sociala medier, i synnerhet via Youtube. Dessutom hade hon kontakt med exiliranier och iranier på plats och kunde via dem bekräfta eller avfärda informationen som spreds via sociala medier.

(Mattias Pleijel, Per Jönsson och Kinga Sandén har inte besvarat denna fråga)

**Kommentarer:** Det framgår att både Said Montazeri och Nathalie Besér huvudsakligen följde Ashura-utvecklingen via sociala medier. Said Montazeri och Nathalie Besér verifierade alltid informationen som spreds på de sociala medierna med andra källor, inklusive andra sociala medier, innan de rapporterade om det. Detta bestyrker återigen Ben Parrs teori om sociala mediers betydelse för informationsspridningen i Iran.

#### **5. Demonstrationerna under revolutionens årsdag den 11 februari 2010**

Även under revolutionens årsdag förväntade sig många att det skulle bli oroligt i Iran. Said Montazeri följde händelseutvecklingen via kontakter på Facebook, via utländska nyhetskanaler samt via officiella iranska nyhetskanaler. Kinga Sandén följde dramatiken på Twitter som började veckor före den 11 februari. Hon gjorde flera intervjuer via chatt och e-post som publicerades en dag innan årsdagen. På revolutionens årsdag, lät Kinga

Sandén läsarna chatta med en person i Iran som skulle ut och demonstrera. Därefter intervjuade hon två aktivister som varit ute och demonstrerat på eftermiddagen.

*Med hjälp av deras berättelser kunde jag använda material som vi annars hade haft svårt att bekräfta äktheten på, som till exempel youtube-klipp från samma platser där de hade varit.*

Natalie Besér följde också Twitter där det skrevs om massiva demonstrationer i huvudstaden. Hon skulle skriva ett uppslag om demonstrationerna. Hon ringde upp två av sina källor i centrala Tehran för att få uppdateringar av händelseutvecklingen och verifiera den information hon fått via sociala medier men fick istället veta att det inte fanns några demonstrationer på de påstådda platserna.

*Den ena kontakten hade åkt buss genom hela området och inte sett någonting. Den andra personen talade jag med en timme senare och denne hade inte heller sett någonting. Vi fick dra tillbaka nyheten så att vi inte publicerade något som beskrev situationen större än vad den faktiskt var.*

**Kommentarer:** Dan Gillmor menar att journalister måste våga omfamna de sociala medierna och tillåta läsarna/lyssnarna/tittarna att bli en del av arbetsprocessen. Våra intervjuer visar att tre av fem journalister aktivt integrerar sociala medier i sin rapportering. Natalie Besér skulle, om hon inte hade varit källkritisk, ha publicerat falska rykten. Detta är ett exempel på att journalister, trots sociala mediernas potentiella risker, kan undvika att bli manipulerade av sociala medier så länge de fortsätter att förhålla sig källkritiskt till webben och alltid verifierar information på annat håll innan de publicerar den.

## Hur värderar journalisterna sociala medier som källor?

Per Jönsson poängterar ovissheten med sociala medier; man kan inte lita på informationen, eftersom man inte vet vem som står bakom materialet. Vem som helst kan skriva och därmed kan vem som helst också ljuga. Som journalist vågar han därför inte citera de sociala medierna rakt av.

*Om det skulle visa sig vara falsk information skulle man bli oerhört tillrättvisad av läsarna, och i värsta fall av någon annan konkurrerande tidning. Trovärdigheten skulle rubbas..*

Därför nöjer sig Per Jönsson många gånger med att följa och referera till de etablerade nyhetsbyråerna samt de stora nyhetsredaktionerna som har mer resurser och fler kontakter på plats.

*New York Times har till skillnad från DN bättre ekonomiska resurser och därmed större och bättre kontaktnät än vad jag någonsin har haft.*

Natalie Besér håller med om att det är lätt att manipulera informationen på Internet, men menar att det alltid finns en risk för manipulation och att även nyhetsbyråer kan råka ut för det. Hon menar att alla är lika beroende av andra- och tredjehandsinformation i rapporteringen om Iran.

*I vanliga fall, om någonting händer i till exempel Israel, då kan man utgå ifrån nyhetsbyråerna, för de befinner sig på plats och berättar öppet om vad som händer. Man får höra israelernas röster och man får höra palestiniernas. Men i Iran finns inga utländska journalister. Där säger de sociala medierna mer sanning än vad regimen gör, även om det finns de som överdriver mycket. Men om man har femtio olika källor, då kan ju inte alla ljuga. Det är mångfalden som gör att det blir trovärdigt.*

Mattias Pleijel tycker att sociala medier är ett ”fantastiskt” tillskott i det offentliga samtalet, men han är samtidigt kritisk. Han menar att problemet med sociala medier är att de inte går att värdera; allt kan komma från en och samma ursprungliga källa, vilket kan leda till att en lögn får oerhörda proportioner. Därför tror Mattias Pleijel inte att mångfalden av sociala mediekällor gör informationen mer trovärdig. Mattias Pleijel föredrar följaktligen att använda material från andra stora nyhetsbyråer, så som AFP och Reuters, för då vet han att det finns en ansvarig utgivare och att det är professionella journalister som skrivit artikel.

*Bloggare har däremot inget juridiskt ansvar för innehållet i sina inlägg och kan därmed skriva vad som helst utan rättsliga konsekvenser.*

Till skillnad från Per Jönsson och Mattias Pleijel bedömer Said Montazeri att värdet av de sociala medierna i rapporteringen om Iran är stort och ifrågasätter inte det positiva i att iranier anonymt sprider information via sociala medier.

*Alla vet att det fria ordet inte existerar i Iran. Officiella nyhetskanaler säger antingen ingenting eller så manipulerar de en händelse helt och hållet. Iranska journalister som rapporterar om en sanning, fängslas och torteras. Tack vare de sociala medierna, kan alla medborgare sprida information och bli hörda. Jag tycker att man ska vara ödmjuk och inte avfärda sociala medier i länder som Iran.*

Natalie Besér, Mattias Pleijel, Said Montazeri, och Kinga Sandén är överens om att sociala medier har varit betydelsefulla för medborgarna i Iran och att de har öppnat upp ett fönster till ett annars slutet land. Mattias Pleijel anser att sociala medier har påverkat den svenska nyhetsrapporteringen om Iran.

*Sociala medierna och den gröna rörelsen påverkade hur mycket man skrev om Iran i somras. Rapporteringen om Iran hade nog dött ut mycket tidigare om de sociala medierna inte hela tiden hade lyft upp frågor och händelser. Visst hade man rapporterat om valfusk, men det hade svalnat. Tack vare alla dramatiska bilder och videoklipp kunde man se och identifiera sig med människor.*

Även Per Jönsson anser att sociala medier kan vara betydelsefulla i lägen där journalister förnekas tillträde ("man får i alla fall något hum om vad som händer i landet"), men han tror "absolut inte" att sociala medier har varit avgörande för den svenska nyhetsrapporteringen om Iran. Själv har han i och med sina 11 besök i landet byggt upp ett personligt kontaktnät av etablerade källor som han kontaktar via e-post eller telefon.

*Mobiler är ju ibland avstängda. Men i stort sätt kan man fortfarande kommunicera med människor i Iran. Det är naturligtvis svårare. Men visst går det att ringa folk i Iran.*

**Kommentar:** Intervjuerna ovan tyder på att värderingen av sociala medier ser olika ut beroende på vem journalisten är. Per Jönsson och Mattias Pleijel menar att material från de stora nyhetsbyråerna är säkrare än sociala medier. Nathalie Besér, Said Montazeri och Kinga Sandén har ett annat förhållningssätt till sociala medier och ser snarare potentialen i dessa nya medier. De menar att sociala medier snarare gynnar och kompletterar journalistiken, med förutsättningen att de används på ett professionellt sätt (i enlighet med Dan Gillmors och Jay Rosens teorier om att sociala medier kompletterar traditionell journalistik, snarare än hotar den). Natalie Besér och Mattias Pleijel menar, liksom Jay Rosen, att sociala medier möjliggör en kommunikation (Iran-omvärlden) och på så sätt även definierar samt påverkar den svenska nyhetsrapporteringen om Iran.

## Hur verifierar journalisterna informationens äkthet när de gäller sociala medier?

Alla journalister är överens om att det finns risker med sociala medier. De är även överens om att journalister, men även privatpersoner, bör vara extra uppmärksamma med information hämtad från sociala medier. Samtliga journalister verifierar därför den information de får via sociala medier med andra icke-sociala medier. Dessa källor är framför allt etablerade nyhetsbyråer så som AFP och Reuters, men även arabiska Al Jazeera och i vissa fall BBC. Per Jönsson använder uppemot 100 till 200 källor i respektive artikel.

*Det är mycket påståenden som måste kollas upp och verifieras med andra oberoende källor, det räcker absolut inte med en handfull källor. Många av nyhetskanalerna i Mellanöstern är användbara, framför allt Al Jazeera. De har egna iranska reportrar som bor och jobbar i Iran.*

Journalisterna verifierar även informationens äkthet med tidigare etablerade källor på plats i Iran eller med exiliranier i Sverige som har kontakter i Iran. Om informationen på sociala medier känns ”orimlig” kontaktar Natalie Besér sina kontakter för att verifiera informationen.

*Om det känns orimligt eller konstigt ringer jag någon av mina exiliranska kontakter här i Sverige som har pratat med 17 personer i Iran och som vet precis hur läget är där borta. Jag frågar om detta är rimligt och får deras bedömning.*

Said Montazeri väntar till exemplet med att publicera eller referera kontroversiella nyheter, speciellt när källan är okänd. Först när han har verifierat informationen på annat håll, oftast via personliga kontakter på plats i Iran, publicerar han det. Said Montazeri menar att journalister alltid ställs inför källkritiska problem, vare sig det gäller sociala medier eller ej. Han tror inte att journalister skulle vara mindre källkritiska nu bara för att de använder sociala medier.

*Bara för att man använder sociala medier behöver det inte betyda att journalisten ska sluta vara källkritiska. Självklart måste journalisten dubbelkolla alla källor här med.*

**Kommentarer:** Evgeny Morozov anser att Internet försvårar främjandet av demokrati då många diktaturregimer manipulerar nätet till egen fördel samtidigt som de arresterar och

fängslar nätaktivister som inte uppfyller deras moraliska krav. Eftersom källan är anonym blir det svårt att värdera samt verifiera den information som finns tillgänglig på sociala medier. Undersökningen visar att samtliga journalister är medvetna om sociala mediers risker och att de använder sociala medier källkritiskt.

## Hur redovisas den information som baseras på sociala medier?

Kinga Sandén berättar att Sydsvenskan vid ett par tillfällen har hänvisat till Twitter för att läsaren direkt ska kunna följa vad som händer. Man har även, ”vid skarpa lägen”, länkat till twitterflöden som *#iranelection*.

*Vi bäddar till exempel inte in youtube-klipp utan länkar till dem och skriver ut att vi inte kan ansvara för innehållet.*

Mattias Pleijel redovisar vad som skrivs i utländska medier, iranska medier samt sociala medier. Han tycker att man som reporter kan skriva att man läst något på till exempel Twitter, men att man måste poängtera att detta inte är något som nyhetsredaktionen står för.

*På så sätt får läsaren en bredare bild av utvecklingen och kan själv avgöra hur hon eller han vill tolka informationen från de olika källorna.*

Även Said Montazeri gör direkta källhänvisningar till sociala medier i sina radioinslag för att ge lyssnarna möjlighet att följa utvecklingen i realtid. Per Jönsson redovisar framförallt miljöbeskrivningar för att skapa närvaro. Natalie Besér hittar och filtrerar väsentlig information och skapar sammanhang av det spretiga informationsflödet på diverse sociala medier och sammanfattar materialet för att underlätta läsarens förståelse av händelseutvecklingen i Iran.

**Kommentar:** Journalisterna gör direkta källhänvisningar till sociala medier i sina artiklar och radioinslag. Detta tyder på att journalisterna är öppna för sociala medier som källor och visar att de är villiga att interagera sociala medier i sin rapportering. Journalisterna inser att det finns viktig information att hämta från de sociala medierna. De utnyttjar sin



journalistiska kompetens till att ge mening åt och analysera det som sker på sociala medier (Jay Rosen och Dan Gillmor).

## Hur reflekterar journalisterna kring sociala mediers betydelse för journalistikens framtid?

Natalie Besér, tror att de sociala medierna kommer berika och förändra journalistiken, men tycker att det är alldeles för få journalister som hänger med i utvecklingen. Hon menar att de inte förstår vilken potential det finns att tillgå bland de sociala medierna.

*Ibland blir man chockad över vad man hör här på redaktionen. 'Varför är du med i Facebook?' Eller, 'håller du på och facebookar nu igen?' De verkar ha missat hela grejen med de sociala medierna. En del äldre skolade journalister kommer nog inte kunna lära om, så ser mellanöstern också ut, den äldre generationen hänger efter.*

Natalie Besér menar att sociala medier också sätter press på traditionella medier som måste anstränga sig för att konkurrera med nya, snabba, sociala medierna. Hon menar att traditionella medier därför måste fokusera på de egenskaper som sociala medier saknar. De måste bli analytiskt sett mer djuplodande samt ge sammanhang och förklaringar till händelser och förlopp.

Kinga Sandén och Said Montazeri menar att journalister bör satsa hårdare på att skapa trovärdighet och sammanhang eftersom att dessa egenskaper är de enda konkurrensfördelar gentemot sociala medier. Kinga Sandén anser att journalister måste bli ännu bättre på att integrera läsarna:

*Journalister måste bli ännu bättre på att lyssna på läsarna och utnyttja deras kunskaper och låta dem hjälpa till. Rent konkret i vardagen möjliggör sociala medier en betydligt bättre journalistik. Iran är inte det bästa exemplet på grund av källproblemen.*

Mattias Pleijel och Per Jönsson tror däremot inte att sociala medier kommer att förändra journalistiken i grunden. Per Jönsson hävdar att sociala mediers betydelse för rapporteringen om den politiska utvecklingen i Iran har överdimensionerats och tror inte att journalister först och främst vänder sig till sociala medier för att få tag på information.

*Det är helt enkelt för betungande att gå igenom de sociala medierna.*

Mattias Pleijel menar att sociala medier har gjort det lättare att hitta källor och fall, men att ”hantverket” i grunden ändå är densamma. Han tror att journalister kommer att fortsätta att jobba källkritiskt, kontrollera utsagor och ha en viktig roll som analytiker och sammanställare av information.

**Kommentarer:** Kinga Sandén, Natalie Besér och Said Montazeri är de tre aktiva journalisterna på nätet. De konsumerade sociala medier närmast dagligen och ser fram emot dessa nya mediers utveckling. Dessa journalister har integrerat de sociala medierna i sin rapportering. Mattias Pleijel och, framför allt, Per Jönsson är mindre entusiastiska till de sociala medierna. De lyfter upp traditionell journalistik och dess fördelar samt ifrågasätter snabb, okontrollerbar och flyktig information på nätet. Därför undviker Per Jönsson att används sociala medier som källor i sina texter, medan Mattias Pleijel snarare refererar till sådant som står på sociala medier utan att ta redaktionellt ansvar för informationen.

Kinga Sandén tycker att det är viktigt att dagens journalister vågar lyssna samt ta del av sociala medier eftersom det finns mycket kunskap att tillgå. Jay Rosen var inne på samma spår. Kinga Sandén menar, likt Jay Rosen, att det är okunskap och rädslan för det okända som hindrar många journalister från att använda sociala medier.

## Slutsatser och Diskussion

Om sociala medier har spelat en avgörande roll för demokratiutvecklingen i Iran eller inte, är forskare och journalister oense om. Erik Stattin, Ben Parr och Clay Shirkey är överens om att sociala medier har betydelse och genomslag i slutna länder med begränsad yttrandefrihet, som till exempel Iran. I dessa länder möjliggör sociala medier en virtuell offentlig arena där medborgarna kan uttrycka sig tämligen öppet. Under sommarens upplopp skapade sociala medier en möjlighet för oppositionella att kringgå den iranska regimens censur och göra sina röster hörda. Sociala medier bidrog också till att viktiga nyheter kunde nå omvärlden. Det faktum att tiotusentals människor producerade samt

spred information och åsikter (oavsett kvalitet) via de sociala medierna, visade att det existerar ett stort behov av att delta i det offentliga samtalet.

Natalie Besér, Per Jönsson, Said Montazeri, Mattias Pleijel och Kinga Sandén använde sociala medier i sin rapportering om Iran. De använde sociala medier i researchsyfte samt refererade och hänvisade direkt till sociala medier i sina texter eller inslag (i varierande utsträckning). Mängden sociala medier bärande en mängd information som strömmade ut från Iran, kunde inte ignoreras av de svenska journalisterna och nyhetskanalerna. Det var ett informationsflöde som de var tvungna att följa på ett eller annat sätt, om så bara för att kontrollera läget och hänga med i utvecklingen så gott som i realtid.

Det är föga troligt att frånvaron av sociala medier skulle ha omöjliggjort den ”Gröna rörelsen” eller den svenska nyhetsrapporteringen om Iran. Däremot är vi övertygade om att händelseutvecklingen i Iran skulle ha försiggått mer i skymundan och med fördröjd kunskap hos omvärlden. På så sätt har sociala medier lyft upp denna nationella händelse till ett internationellt plan och blottlagt den iranska regimens förtryck av de oppositionella i landet. Viktigt är att sociala medier har bidragit till att iranierna själva har fått möjlighet att lyfta fram och uttrycka vad de tycker är viktiga nyheter och ämnen.

Detta tyder på att sociala medier har definierat samt påverkat nyhetsvärderingen och därmed spelat en viktig roll i den svenska nyhetsrapporteringen om Iran. Vår studie stödjer därmed Ben Parrs teori om att sociala medier har (1) hjälpt iranier att kommunicera med omvärlden och (2) hjälpt omvärlden att kommunicera med iranierna. Denna snabba och personliga länk har visat sig betydelsefull för journalister, när de vågar använda sig av den medvetet och källkritiskt. De sociala medierna kan därmed ses som ett kompletterande verktyg till journalistens traditionella verktygslåda.

## Källförteckning

### TRYCKTA KÄLLOR

- Backman Jarl (2008). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur AB
- Bengtsson Hans, red (2001). *Politisk kommunikation och demokrati*. Lund: Studentlitteratur AB
- Engström Sofi och Grotmark Thina (2010). *Privat Tystnad – Offentligt Transparens? Redaktionellt ansvarigas syn på journalisters privata aktivitet på sociala medier*. Göteborg: Göteborgs Universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation.
- Esaiasson Peter et. al. (2006) *Metodpraktikan*. Vällingby: Nordstedts juridik AB
- Kvale, Steinar (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB
- McQuail Denis (2005). *Mcquail's Mass Communication Theory*. Oxford: SAGE publications Ltd
- Olsson Anders et. al. (2007) *Journalistik, Nätet och Maktens Ordningar*. Stockholm: Sim (o)
- Olsson Tobias och Dahlgren Peter (2010) *Young people ICTs and democracy*. Göteborg: Nordicom
- Rosen Jay (2005). *Bloggning, Journalism & Credibility conference*. Cambridge: Harvard University, institution for Internet and society.
- Slevin James (2000). *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press
- Våge Lars Stattin, Erik & Nygren Gunnar (2005). *Bloggtider*. Finland: WS Bookwell, Borgå.

### ELEKTRONISKA KÄLLOR

- Brian Solis (2009, juni 17). *Is Twitter the CNN of the new media generation*. Hämtad mars, 15, 2010, från <http://www.briansolis.com/2009/06/is-twitter-the-cnn-of-the-new-media-generation/>
- Björn Häger (2001). *Intervjuteknik, tio tips*. Hämtad mars, 20, 2010, från <http://www.intervjuteknik.se/subpage2.html>
- Dan Gillmor. *We the Media-Grassroots Journalism by the People, for the People* (2004). Hämtad mars, 12, 2010, från <http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>
- Evgeny Morozov (2009) *Iran: Downside to the "Twitter Revolution"*. Hämtad mars, 5, 2010, från [http://www.evgenymorozov.com/morozov\\_twitter\\_dissent.pdf](http://www.evgenymorozov.com/morozov_twitter_dissent.pdf)
- Mashable; The Social Media Guide (2009, 21 juni), *#IranElection Crisis: A Social Media*

- Timeline*. Hämtad mars, 2, 2010, från <http://mashable.com/2009/06/21/iran-election-timeline/>
- O'Reilly (2005, 30 september). *What is Web 2.0*. Hämtad mars, 15, 2010, från <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Pressthink by Jay Rosen (2005, 21 januari). *Bloggers vs. Journalists is Over*. Hämtad mars, 12, 2010, från [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk\\_essay.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/21/berk_essay.html)
- Reportrar utan gränser (2009, juni 29). *Vad händer i det tysta bakom murarna på Evinfängelset?*  
Hämtad mars, 17, 2010, från <http://www.reportrarutangranser.se/artikelarkiv/78-arkiv/80-vad-haender-i-det-tysta-bakom-murarna-pa-evinfaengelset>
- Reporter utan gränser (2010, 15 februari) *Situationen i Iran granskas av FN*.  
Hämtad mars 20, 2010, från <http://www.reportrarutangranser.se/artikelarkiv/78-arkiv/250situationen-i-iran-granskas-av-fn>
- Reporters Without Borders (2010, mars 12). *World Day Against Cyber Censorship*. Hämtad mars, 12, 2010, från <http://en.rsf.org/world-day-against-cyber-censorship-12-03-2010,36566>
- Tedblog (2009, 16 juni), *Q&A with Clay Shirky on Twitter and Iran*.  
Hämtad mars, 2, 2010, från [http://blog.ted.com/2009/06/qa\\_with\\_clay\\_sh.php](http://blog.ted.com/2009/06/qa_with_clay_sh.php)
- UNHCR (2006, 2 maj). *Memorandum on media regulation in the Islamic republic of Iran*.  
Hämtad mars, 20, 2010, från <http://www.unhcr.org/refworld/country,,ART19,,IRN,,475e4e270,0.html>

### **Dagstidningar**

- CNN (2009, maj 25). *Ahmadinejad denies calling for Facebook ban*. Hämtad mars, 22, 2010, från <http://edition.cnn.com/2009/WORLD/meast/05/25/iran.ahmadinejad.facebook/>
- Dagens Nyheter (2009, juni 13). *Valet har bäddat för fortsatt isolering av Iran*. Hämtad april, 22, 2010, från <http://www.dn.se/nyheter/varlden/valet-har-baddat-for-fortsatt-isolering-av-iran-1.890921>
- DN (2009, 27 december). *Dödsdom för demonstranter i Iran*. Hämtad maj 2, 2010, från <http://www.dn.se/nyheter/varlden/dodsdom-for-demonstrant-i-iran-1.1055273>
- Expressen (2009, juni 19). *Khamenei hotade demonstranterna*. Hämtad maj, 2, 2010, från <http://www.expressen.se/Nyheter/1.1612339/khamenei-hotade-demonstranterna>
- Guardian (2009, 25 juni). *How Iran is governed*.  
Hämtad april, 09, 2010 från <http://www.guardian.co.uk/world/interactive/2009/jun/10/iran-elections-government>

- Guardian (2004, 20 december). *Freedom in Farsi blogs*. Hämtad mars, 26, 2010, från <http://www.guardian.co.uk/technology/2004/dec/20/iran.blogging>
- Nrc handelsblad (2009, 23 juni). *Iconic Iran video was posted in the Netherlands*. Hämtad maj, 12, 2010, från [http://www.nrc.nl/international/article2280315.ece/Iconic\\_Iran\\_video\\_was\\_posted\\_in\\_the\\_Netherlands](http://www.nrc.nl/international/article2280315.ece/Iconic_Iran_video_was_posted_in_the_Netherlands)
- SvD (2010, 11 februari). *Oro i Iran på revolutionens årsdag*. Hämtad maj 2, 2010, från [http://www.svd.se/nyheter/utrikes/oro-i-iran-pa-revolutionens-arsdag\\_4245107.svd](http://www.svd.se/nyheter/utrikes/oro-i-iran-pa-revolutionens-arsdag_4245107.svd)
- The Washingtonpost (2009, 17 juni). *Iran Elections: A Twitter Revolution?* Hämtad mars, 21, 2010, från <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/discussion/2009/06/17/DI2009061702232.html?hpid=topnews>

### **Fördrag**

- International Convent on Civil and Political Rights, 220A (XXI). Hämtad mars, 20, 2010, från <http://www2.ohchr.org/english/law/ccpr.htm>
- International Convent on Civil and Political Rights, article 24. Hämtad mars, 20, 2010, från <http://www.iranonline.com/iran/iran-info/Government/constitution-3.html>

### **Rapporter**

- Cision (2010). *Cision nordic social media survey*. Hämtad mars, 4, 2010, från <http://se.cision.com/Global/Scandinavia/Cision%20Nordic%20Social%20Media%20Survey%202010.pdf>
- OpenNet Initiative (2009). *Internet Filtering in Iran*. Hämtad mars, 4, 2010, från [http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI\\_Iran\\_2009.pdf](http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI_Iran_2009.pdf)
- Regeringskansliet/Utrikesdepartementet (2007). *Mänskliga rättigheter i Iran 2007*. Hämtad mars 20, 2010, från [http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file\\_archive/080317/8afc75f3dab9f591e332a46bf13a536e/Iran.pdf](http://www.manskligarattigheter.gov.se/dynamaster/file_archive/080317/8afc75f3dab9f591e332a46bf13a536e/Iran.pdf)

### **Uppslagsverk**

- Iran. (n.d.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad april, 17, 2010, från <http://www.ne.se/iran>
- Iran. I *Regeringskansliet*. Hämtad april, 17, 2010, från

<http://www.regeringen.se/sb/d/2688/a/52979>

Iran. I *CIA The World Fact Book*. Hämtad april 17, 2010, från

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ir.html>

### **MUNTLIGA KÄLLOR**

Azar Mahloujian, "Journalister, författare och nätaktivister i Iran", intervju av Susan Abbasnejad och Ronak Moaf (29 april, 2010)

Ola Liljedahl, "Sociala medier", Intervju av Susan Abbasnejad och Ronak Moaf (19mars 2010)

## Bilagor

### Intervjuguide inklusive presentation

**I den här studien** undersöks journalisters medvetenhet och arbete med de sociala medierna i rapporteringen om Iran från och med presidentvalet den 12 juni 2009.

**Vår frågeformulering är:**

*Hur behandlar journalister i Sverige sociala medier som källor i sin rapportering om Iran, från 12 juni 2009 till 11 februari 2010?*

**Med sociala medier menar vi:** aktiviteter som kombinerar social interaktion med användargenererat material på webben (exempel: Youtube, Twitter, Facebook, Wikipedia och bloggar).

**En källa** kan vara en person, en text, en kvarleva eller något annat hjälpmedel som du får information från och som hör ihop med en uppgift eller en händelse du rapporterar om direkt eller indirekt. Att tillägna sig en text innefattar även avlyssning, film- och , videotittande.

**Frågor a-b**

- a. *Hur använder journalister sociala medier?*
- b. *Hur värderar journalisterna sociala medier som källor?*
- c. *Hur verifierar journalisterna informationens äkthet, när det gäller de sociala medierna?*
- d. *Hur redovisas den information som baseras på källor i sociala medier?*
- e. *Hur reflekterar/resonerar journalisterna kring sociala mediers betydelse för journalistikens framtid?*



**5 specifika händelser:****1. Presidentvalets resultat den 13 juni 2009 samt spekulationer om eventuellt valfusk**

- A. Hur fick du först vetskap om denna händelse?
- B. På vilka andra sätt har du fått information om just denna händelse?
- C. Hur fick du kontakt med dina källor?

Om sociala medier har använts:

- C. På vilket sätt använde du de sociala medierna? Varför?
- D. Hur redovisas den information som baseras på källor i sociala medier?
- E. Hur värderar du dessa sociala medier?

**2. Khameneis fredagsbön den 19 juni 2009**

- A. Hur fick du först vetskap om detta?
- B. På vilka andra sätt har du fått information om just denna händelse?
- C. Hur fick du kontakt med dina källor?

Om sociala medier har använts:

- C. På vilket sätt använde du de sociala medierna? Varför?
- D. Hur redovisas den information som baseras på källor i sociala medier?

**3. Neda Soltans dödsskjutning den 20 juni 2009**

- A. Hur fick du först vetskap om talets innehåll?
- B. På vilka andra sätt har du fått information om just denna händelse?
- C. Hur fick du kontakt med dina källor?

Om sociala medier har använts:

- C. På vilket sätt använde du de sociala medierna? Varför?
- D. Hur redovisas den information som baseras på källor i sociala medier?

- E. Hur värderar du dessa sociala medier?

#### **4. Demonstrationerna under Ashura den 27 december**

- A. Hur fick du först vetskap om denna händelse?  
B. På vilka andra sätt har du fått information om just denna händelse? Hur fick du kontakt med dina källor?

Om sociala medier har använts:

- C. På vilket sätt använde du de sociala medierna? Varför?  
D. Hur redovisas den information som baseras på källor i sociala medier?  
E. Hur värderar du dessa sociala medier?

#### **5. Demonstrationerna under revolutionens årsdag den 11 februari 2010**

- A. Hur fick du först vetskap om denna händelse?  
B. På vilka andra sätt har du fått information om just denna händelse?  
C. Hur fick du kontakt med dina källor?

Om sociala medier har använts:

- C. På vilket sätt använde du de sociala medierna? Varför?  
D. Hur redovisas den information som baseras på källor i sociala medier?  
E. Hur värderar du dessa sociala medier?