

V

Uppgifter
AFTONBLADET Senaste nytt.
Dygnet runt.

Tusentals evakuerade
efter tågkrasch

Nya vägar för nyheter

En studie av nyhetsförmedling på webb,
text-tv och i andra alternativa kanaler.

Utbildningsserie nr 6

Magnus Liljeström



Nya vägar för nyheter

En studie av nyhetsförmedling på webb,
Text-TV och i andra alternativa kanaler.

Magnus Liljeström



Ända sedan 70-talet då Text-TV introducerades har svenskarna kunnat läsa uppdaterade nyheter i elektroniska medier. Att inte behöva passa sändningstider och att slippa den fördröjning som tidningarnas tryckning och distribution ofrånkomligen medför är attraktivt för den nyhetstörstande och för den som fått kännedom om en nyhet och vill veta hur den utvecklas.

Fortfarande är Text-TV den största kanalen för denna typ av nyhetsförmedling, men bara under de senaste åren har en mängd nya nyhetsförmedlare och tekniker dykt upp.

Närmare fyra miljoner svenskar läser webbsidor på Internet, många av dem tar del av nätets nyhetstjänster.

Över 70 dagstidningar publicerar nyheter i webbformat, liksom de flesta etermedieföretag och ett växande antal redaktioner som producerar direkt för nätet.

Ett oöverskådligt antal nätplatser publicerar nyhetsrubriker och ibland texter från olika innehållsleverantörer. Nyheterna dyker dessutom allt oftare upp i företagets intranät.

En liten rännil letar sig vidare ut i mobiltelefoner i form av nyheter i SMS-format. Samtidigt planerar medieföretag och telekomföretag för WAP. Flera nyhetstjänster finns redan, åtskilliga är på gång, men mycket få har idag tillgång till de särskilda WAP-telefoner, som krävs för att ta del av utbudet. Bilden är liknande när det gäller leverans av nyheter till handdatorer.

Samtidigt kan de nyhetsansvariga på medieföretagen få varningar om stora nyheter i sin personsökare.

Syftet med den här rapporten är

- att beskriva hur nyhetsförmedlingen i dessa kanaler ser ut.
- att analysera vilka förutsättningar dessa kanaler har för att förmedla nyheter och information vid allvarliga händelser och samhällsstörningar.
- att erbjuda medieföretagen en grund för egen analys av de alternativa kanalernas möjligheter vid stora nyheter/allvarliga händelser.

Utgångspunkten för undersökningen och analysen är de två roller som de alternativa kanalerna kan spela vid allvarliga händelser:

- att sprida information om att något har hänt – i denna rapport kallat *alerteringsfunktionen*.
- att erbjuda löpande rapportering om utvecklingen av händelsen – *fördjupningsfunktionen*.

Studien innehåller dock inga jämförelser mellan traditionella mediers och nya mediers betydelse i detta sammanhang.

I arbetet har såväl nationella som lokala medier studerats, liksom samspelet mellan dessa.

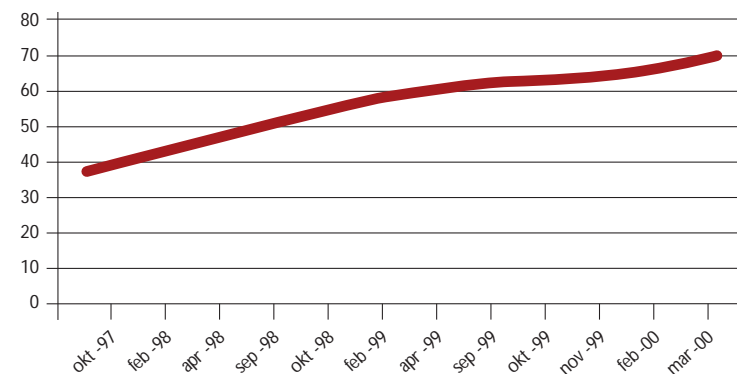
Ambitionen har varit att inventera samtliga svenska massmedieföretag, såväl traditionella som nya, som producerar nyheter för publicering i Text-TV, webb eller andra nya medier. I ett 20-tal fall har också företrädare för medieföretagen intervjuats. I studien ingår dessutom en genomgång av webbplatser som återpublicerar nyheter från redaktionella leverantörer.

I studien görs också en analys av tillgänglig statistik över tillgång och användning av webb och Text-TV och av användarmönstren.

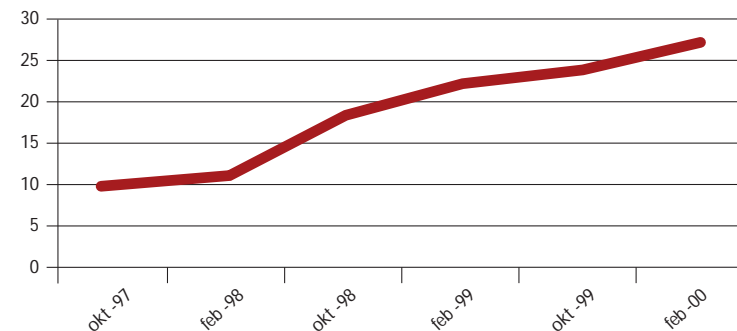
Webbanvändarna <http://www...>

Sju av tio svenskar har tillgång till Internet och mer än fem av tio använder webben. Andelen webbanvändare växer, skillnader mellan olika grupper minskar och surfandet blir mer frekvent.

Procent **Tillgång till Internet**



Procent **Använder webben en vanlig dag**



Tillgång och användning

I mars 2000 var det nästan 3,8 miljoner personer, motsvarande 53 procent av den svenska befolkningen mellan 12 och 79 år, som surfade, enligt en undersökning från MMXI Nordic (tidigare Sifo Interactive).¹ På ett år har antalet användare vuxit med ungefär 360 000 eller drygt 10 procent.

Av webbanvändarna var det i mars 2000 en klar majoritet, 65 procent eller drygt 2,6 miljoner personer, som använde webben fyra dagar i veckan eller mer. Andelen surfare som använder webben ofta växer.

Av surfarna är drygt 44 procent kvinnor, en andel som sakta men säkert har ökat. Mer än hälften av webbanvändarna är under 35 år, medan 20 procent är över 50 år.

Ett annat sätt att mäta är att fokusera på *tillgången* till Internet. 69 procent av svenskarna mellan 9 och 99 år hade i mars 2000 tillgång till Internet på arbetet, i hemmet eller i skolan, enligt en undersökning från MMS ab.²

För ett år sedan var den siffran 58 procent och för två år sedan 41 procent. Ökningen har, procentuellt sett, varit starkast i hemmen. Idag har 78 procent av dem som har tillgång till Internet någonstans Internetaccess i hemmet. För två år sedan var andelen 51 procent.

Av samtliga tillfrågade är det 54 procent som har tillgång till Internet i hemmet. För två år sedan var den siffran 21 procent. I dag har över 80 procent av dem som har dator hemma också tillgång till Internet i bostaden. För två år sedan var andelen 45 procent.

Av de förvärvsarbetande är det 55 procent som har tillgång till Internet på jobbet. Av barn och ungdomar mellan 9 och 14 år är det 92 procent som har tillgång till Internet. Motsvarande siffra i gruppen 15–24 år är 88 procent.

I undersökningen görs ingen skillnad på tillgång till e-post och tillgång till webben. Undersökningen utelämnar också alternativet tillgång till Internet via bibliotek, Internetkaféer etcetera.

I samma undersökning finns också siffror på webbanvändningen per dag. 27 procent av svenskarna, motsvarande drygt 2,1 miljoner människor mellan 9 och 99 år söker information på webben en vanlig dag.

På bara några år har webben etablerat sig som ett massmedium, eller snarare ett individuellt medium där massor av människor hittar information, förströelse, affärserbjudanden, tjänster, andra människor och mycket annat.

Medieforskarna konstaterar att Internetanvändningen har börjat påverka användningen av övriga, traditionella medier. Men effekten är inte särskilt stor. En förklaring till detta är naturligtvis att en stor del av Internetanvändningen sker på skolor och arbetsplatser, och därmed inte utgör så stor konkurrens till annan medieanvändning. De som använder Internet ofta uppger dock oftare att de minskat på övrig mediekonsumtion.³

Läser webbanvändarna nyheter?

På samma sätt som webbutbudet är oöverskådligt brett, från aktiehandel till porr, så är det mer som skiljer än förenar de olika typerna av webbanvändning. Detta medför stora svårigheter för den som vill fokusera på webbens roll i nyhetsförmedlingen, förstadd som redaktionellt utvald och bearbetad rapportering om händelser och företeelser av betydelse och intresse för mottagarna.

I olika undersökningar förekommer svarsalternativet ”nyheter”, men det är svårt att veta hur de svarande uppfattar detta. Är nyheter bara det som normalt finns i nyhetsändningarna i radio och TV och på nyhetsplats i tidningarna, eller kan det också vara nya produkter, nya spel och nya aktiekurser? Går det att särskilja sportresultat från rapportering om det som är fokus för denna rapport, allvarliga händelser och samhällsstörningar?

I flera undersökningar väljer drygt 40 procent av Internetanvändarna alternativet ”nyheter” när de ställs inför en flervalslista.

En bearbetning av siffror från en Orvestundersökning från senare delen av 1999 visar exempelvis att 42 procent av dem som minst någon gång i veckan använder Internet svarar ”nyheter”. Det är mindre än för svarsalternativen ”surfning” och ”reseinformation”, men mer än för ”banktjänster” och ”sportinformation”. Undersökningen innehåller dock inte information om hur ofta de tillfrågade använder de olika tjänsterna, vilket är viktigt att veta för att kunna bedöma förutsättningarna för nyhetsförmedlingen på webben.

Besöks-siffrorna

En annan väg att hitta information om nyhetsförmedlingen är att se på besöks-siffrorna för de nätplatser som erbjuder nyheter. I topp-listan över domäner med flest *unika besökare* ligger den största nyhetssajten, aftonbladet.se, först på tionde plats.⁴ Antalet besökare uppgick i februari -00 till 1 116 000.

Flera av de domäner som har fler besökare erbjuder dock också nyhetstjänster, exempelvis passagen.se och msn.se. Antalet unika besökare säger dock inget om hur många *besök* en nätplats har.

Bilden kompliceras även av att långtifrån alla besökare på nyhets-sajterna läser nyheterna. Ett okänt antal besökare går med hjälp av bokmärken direkt in på andra avdelningar, utan att se några nyhets-rubriker.

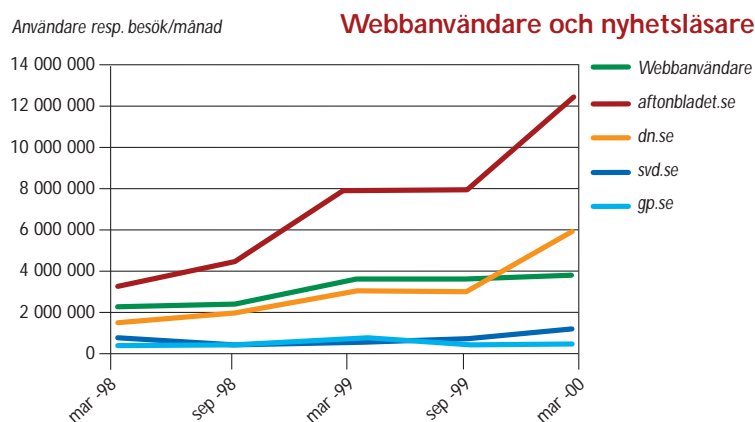
Av de nätplatser som offentliggör sina besöks-siffror dominerar sajter som erbjuder nyhetstjänster. De största av dessa är *Spray* (518 000 besök per dag i mars -00), *Aftonbladet* (403 000) och *Dagens Industri* (221 000) och *Dagens Nyheter* (185 000). När det gäller antalet *sidvisningar* är fördelningen likartad. (*Måttet sidvisning avser vanligtvis att en webbsida laddats ned av en användares dator.*) Olika teknisk uppbyggnad av nätplatserna medför dock att det blir missvisande att göra jämförelser mellan antalet sidvisningar på olika nätplatser.

Besök per dag på ett urval sajter med egna nyheter

Nätplats	Besök per dag	Uppdaterade allmänna nyheter
Aftonbladet	403 000	X
Dagens Industri	221 000	
Dagens Nyheter	185 000	X
Expressen*	>70 000	X
TV4	60 000	
Svenska Dagbladet	40 000	X
SVT*	34 000	X
Finanstidningen	26 000	
Göteborgsposten	24 000	X
Sydsvenska Dagbladet	8 400	X
Nerikes Allehanda*	5 500	X
24timmar*	3 100	X
Falu Kuriren*	2 800	
Dala-Demokraten*	2 400	X
Arbetsbladet*	2 000	
Sundsvalls Tidning*	2 000	X
Blekinge Läns Tidning*	1 800	X
Barometern*	1 500	X
Arbetet*	1 300	X
Borlänge tidning*	370	
Bergslagsposten*	350	

Siffrorna bygger dels på publicerade rapporter från MMXI Nordic, dels på företagets egna uppgifter (markerade med *). De specialiserade ekonomitidningarna har normalt inte några allmänna nyheter. Av landsortstidningarna är det åtskilliga som normalt inte publicerar några uppdaterade nyheter under dagen, utan bara sådant som tidigare publicerats i papperstidningen.

Besökssiffrorna för de stora nyhetssajterna har de senaste två åren ökat betydligt snabbare än antalet webbanvändare. Den genomsnittliga webbanvändaren gör idag alltså fler besök på en nyhetssajt än för två år sedan. Diagrammet nedan visar utvecklingen för fyra tidningssajter och för antalet webbanvändare. Sammantaget har antalet besök per webbanvändare på de fyra sajterna ökat från 3,3 i mars 1998 till 10,4 samma månad år 2000.⁵ Den genomsnittliga webbanvändaren gör alltså ett besök var tredje dag på någon av dessa sajter.



Uppgången för Dagens Nyheter och Aftonbladet beror både på att deras besökare blivit fler och på att dessa gör tätare besök. Läsarna på dn.se gör drygt åtta besök i månaden, att jämföra med drygt sex besök i månaden för två år sedan. Motsvarande siffra för aftonbladet.se är nästan 10 besök i månaden. Det är dubbelt så många som i mars 1998.⁶

Ett annat svar på frågan om webbanvändarna är intresserade av nyheter kommer från dem som publicerar sig på webben. Nyheter finns med som en del av utbudet på en lång rad stora sajter, exempelvis portaler, söktjänster och ingångssidor för Internetleverantörer,

som har det gemensamt att de har kapacitet att analysera användarnas beteenden.

Ett genomgående drag i svaren från de innehållsansvariga för nyhetsinriktade sajter är också att de allmänna eller lokala nyheterna tillhör de mest välbesökta delarna av nätplatsen. Men liksom i papperstidningen är mixen viktig. Avdelningarna för sport- och ekonominyheter kan många gånger vara nästan lika efterfrågade.

En läsarusundersökning som har gjorts på aftonbladet.se pekar på att en överväldigande majoriteten av de svarande tar del av nyheter. Inget annat alternativ får ens hälften så många svar. Denna typ av undersökningar, där urvalet helt styrs av de svarande själva är dock oerhört otillförlitlig. Den enda slutsatsen som kan dras är att bland dem som valde att fylla i enkäten tog så gott som alla del av nyhetsmaterialet.



5. Siffror från MMXI Nordic, Net Check och Webbniversum, se www.mmxinordic.com
 6. Siffrorna bygger på en jämförelse mellan antalet unika besökare enligt MMXI Nordics panelundersökning Relevant Knowledge och publicerade besöksiffror.

Användarmönster

Av tillgänglig statistik går det att skapa en god bild av när på dygnet besöken görs på nyhetssajterna⁷. Huvuddelen av besöken görs under kontorstid och är ganska jämt fördelade över denna tid. En morgontidningssajt som Dagens Nyheter uppvisar en liten topp vid 10-tiden, medan Aftonbladets läsare är som flest vid lunchtid. Slutsatsen är alltså att en stor del, ungefär två tredjedelar, av läsarna kopplar upp sig från arbetsplatsen eller skolan.

Under kvällen avtar läsandet gradvis och efter kl 23 minskar det kraftigt. En sajt som aftonbladet.se har ungefär 5 procent av sina besök, eller ungefär 20 000, mellan midnatt och 07. Det är alltså nästan lika många som Göteborgs Posten har under hela dygnet och ytterligare en illustration på Aftonbladets dominerande ställning på webben.

Det finns många indikationer på att de som har tillgång till Internet söker information där när någonting allvarligt har hänt. Nyhetssajterna slår besöksrekord vid stora nyhetshändelser. En illustration av detta är tågolyckan i Borlänge (se sid 39) där lokaltidningen mer än fördubblade sina besökssiffror dagarna efter olyckan. Även de lokaltidningssajter som inte hade någon information om olyckan ökade sina besökssiffror. SPFs undersökning efter snökaoset i Gävle i december 1998 visar att 14 procent av de tillfrågade sökt information på Internet.

Men hur ser vardagsläsningen ut? Finns det grupper som använder nyhetstjänster på Internet så ofta att det är sannolikt att de först nås av nyheten om en allvarlig händelse den vägen?

En undersökning av läsarna på aftonbladet.se pekar på att det är möjligt. Mer än en tredjedel av av dem som valt att delta i undersökningen uppger att de besöker sajten mer än två gånger om dagen. Urvalsproblemet i denna typ av undersökning är dock mycket stort. Det går därför knappast att dra några andra slutsatser om denna grupp än att den finns.

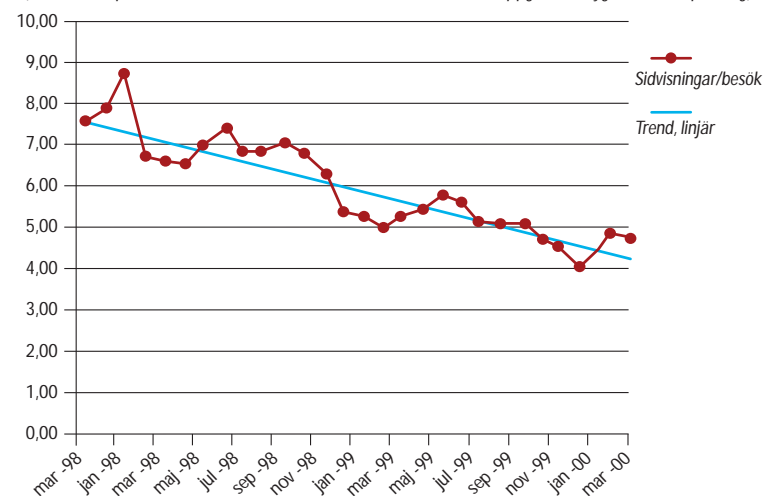
I en av de få akademiska undersökningar som gjorts om nyhetsläsning på Internet framkommer en bild av regelbundenhet i nyhetsläsningen.⁸ Undersökningen fokuserar på användningen av Svenska CNNs nyheter och består av telefonintervjuer med 207 personer som svarat på en enkät på Svenska CNNs nätplats. Av dessa är det två tredjedelar som uppger att de läser webbnyheterna på regelbundna tider. En fjärdedel uppger att de läser nyheterna "när de har lite tid över" och en åttondel går in på sajten vid speciella nyhetshändelser. Urvalet är dock alltför osäkert för att några långtgående slutsatser ska kunna dras av resultaten.

Ett annat sätt att granska användarmönstren är att jämföra utvecklingen av antalet besök och antalet sidvisningar, för att få ett svar på hur mycket användaren läser vid varje besök. De flesta nyhetssajter har dock gjort sådana förändringar i sin struktur att sådana jämförelser inte låter sig göras. En sajt som kan uppvisa en lång tidsserie med relativt oförändrad struktur är aftonbladet.se.

Antal sidvisningar per besök på aftonbladet.se

November -97 – mars -00 samt trend

(N.B. Under perioden har antalet besök nästan sexdubblats och uppgår till drygt 400.000 per dag)



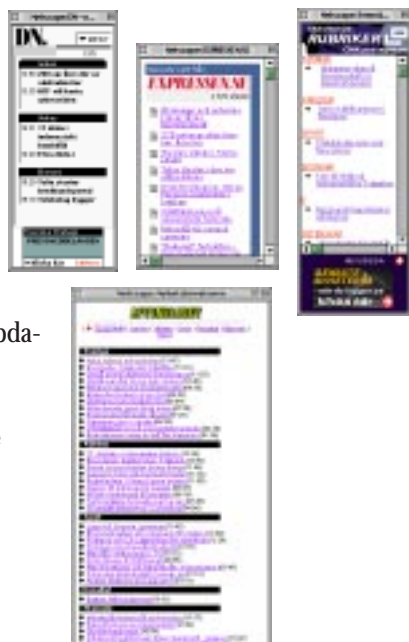
8. Fjellman, Erik och Sjögren, Jan, Nyhetsläsning på Internet - Svenska CNN från ett användarperspektiv, arbetsrapport nr 83, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs Universitet.

Diagrammet visar att Aftonbladet haft en tydlig minskning av antalet sidvisningar per besök. Samtidigt har, som visats ovan, antalet besök per besökare ökat. Siffrorna visar alltså att besökarna med tiden gör fler besök, men läser färre sidor vid varje besök. I stället för att "läsa tidningen" på webben kollar man om det hänt något. Om detta beror på att användarna blir "mognare" i sitt surfande ju längre de använder webben – och inte på ändrade tekniska förutsättningar, som att fler sitter på fasta uppkopplingar – är trenden antagligen starkare än vad som antyds av diagrammet, eftersom det under perioden hela tiden kommit till nya "omogna" användare. En invändning som kan göras mot resonemanget ovan är att läsandet också hänger ihop med vad som erbjuds på sajten. Förändringen i beteende kan likaväl bero på att aftonbladet.se blivit bättre på att uppdatera sina nyheter under perioden.

De tekniska förutsättningarna, både på användar- och avsändarsidan, spelar en viktig roll för nyhetsläsarnas beteende. Om allt fler i sitt dagliga arbete sitter vid en nätuppkopplad dator, blir det antagligen fler som tittar på nyhetssajter för att se om det hänt något under dagen.

Vissa funktioner på nyhetssajterna ökar möjligheten för att den som sitter långa tider vid en nätuppkopplad dator ska få del av viktiga nyheter. Dessa så kallade nyhetsbevakare eller skrivbordsrubriker är små webbläsarfönster som datoranvändaren kan ha öppna på datorskärmen och som automatiskt uppdateras när nya texter publiceras.

På liknande sätt kan så kallade kanaler användas av dem som inte



sitter uppkopplade jämt. Genom att "prenumerera" på en nyhetskanal laddas en nyhetstjänst ner vid uppkoppling eller vid bestämda tillfällen.

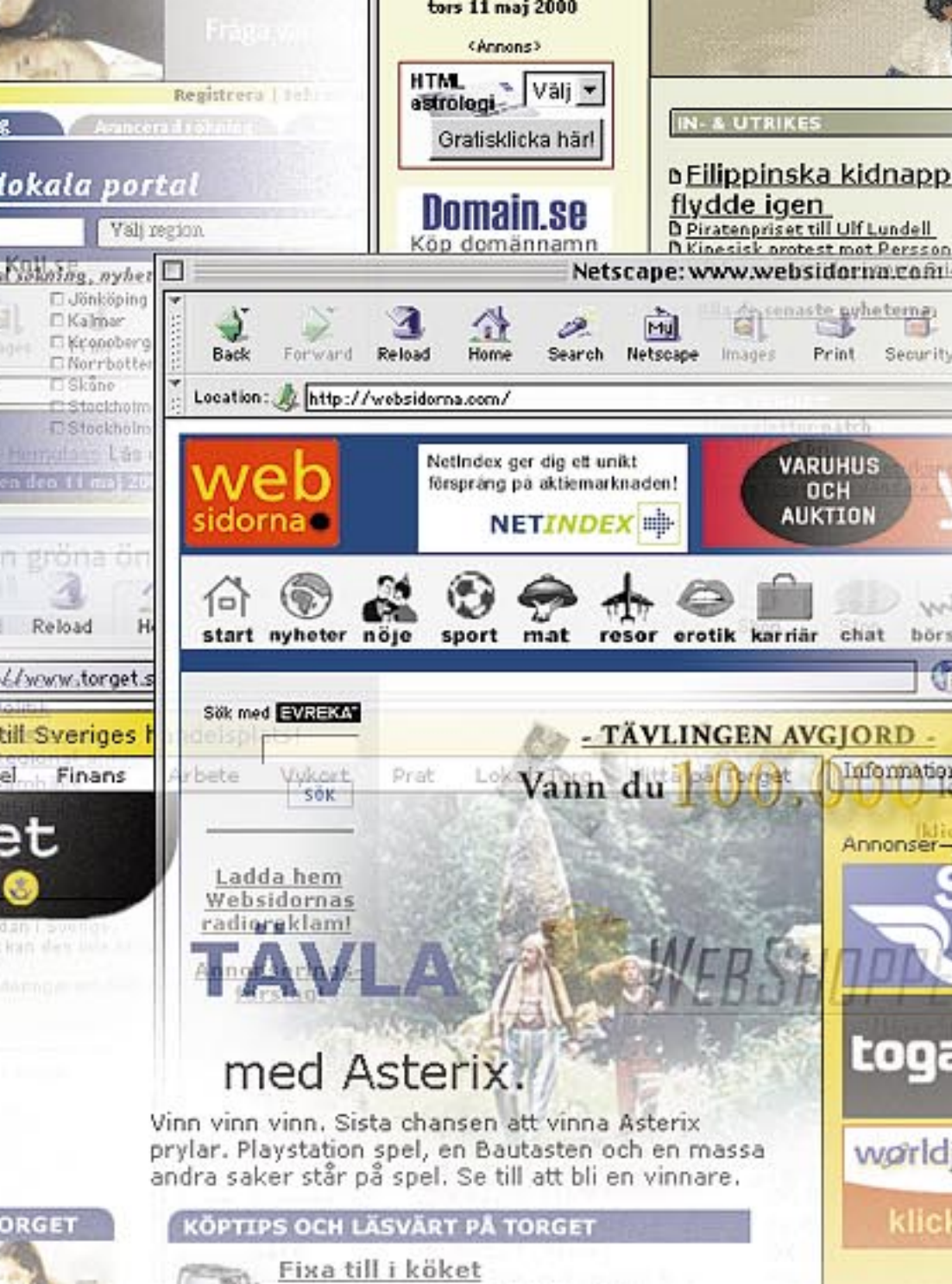
Förtroende

Det har i olika sammanhang hävdats att information på webben skulle vara mer otillförlitlig än annan information. Själva frågeställningen antyder en viss yrvakenhet inför ett nytt fenomen. Webben är inte ett medium, utan många olika i samma tekniska distributionskanal. Där finns alltifrån forskningsresultat till skvaller. På samma sätt varierar avsändarna.

Starka traditionella varumärken inom nyhetsförmedling har blivit starka också på Internet. Den inbördes positionen har dock varierat och det är inte osannolikt att vissa nyhetsföretag har fått hela sitt varumärke stärkt genom sin närvaro på webben. Några, relativt få, nya varumärken har etablerats, de flesta med någon koppling till traditionella medieföretag.

Portaler, sökmotorer och handelssajter domineras nästan helt av nya aktörer med liten eller ingen koppling till den gamla medieindustrin. Men nyhetsförmedlingen på dessa sajter och på de specialiserade nyhetssajterna sköts nästan uteslutande av gamla medieaktörer.

Det är rimligt att anta att läsarna, åtminstone när den värsta hypen kring Internet har lagt sig, inte har mindre tilltro till en artikel på Dagens Nyheters sajt än till en artikel i papperstidningen. Det kommer alltså i längden inte att vara kommunikationskanalen, utan avsändaren, som bestämmer i vilken mån läsarna ska ha tilltro till budskapet.



Nyhetsförmedlarna på webben

Idag arbetar över 90 svenska medieföretag med att producera dagliga nyheter som publiceras på Internet. Antalet redaktioner är avsevärt fler.

Företagen kan delas in i följande grupper:

- 73 traditionella tidningar
- 11 lokala webbtidningar/portaler
- 2 traditionella nyhetsbyråer
- 2 webbnyhetsbyråer
- 3 traditionella etermedieföretag
- Dessutom minst fyra kommersiella radioföretag som publicerar nyheter i text- eller ljudformat.

Nyheter publiceras dels på företagets egna nätplatser, dels på andra sajter. Några av dessa har mängder av besökare, exempelvis de stora portalerna och söksajterna. Andra är små, exempelvis personliga hemsidor, som kan publicera uppdaterade nyhetsrubriker från något medieföretag. Ytterligare andra är inte öppna för allmänheten, utan finns på olika företags intranät.

De nyhetsproducerande webbaktörerna skiljer sig emellan vad gäller redaktionella resurser, uppdateringsfrekvens, tillgång till källor och så vidare.

Nyhetsbyråerna

TT och FLT har en central position i nyhetsförmedlingen på nätet, trots att de inte själva publicerar några nyhetstexter på sina nätplatser. En mycket stor del av de nyheter som läsarna kan hitta på webben kommer ursprungligen från de traditionella nyhetsbyråerna, särskilt från TT.

TTs material finns tillgängligt på webben i fyra former:

1. Det vanliga telegrammaterialet, som abonnenterna kan välja att lägga ut på sina hemsidor. Hur mycket som får läggas ut beror på avtalet med TT. Som mest får tidningarna publicera 48 texter från TT per dygn. Telegrammen får läggas ut utan fördröjning. TTs telegrammaterial utgör också grund för bearbetningar eller egna texter/inslag i många medier.
2. Särskilda så kallade rubriknyheter, de viktigaste av de aktuella nyheterna sammanfattade i några meningar. Dessa nyheter levereras dygnet runt och publiceringen på abonnentens nätplats sker automatiskt.
3. Särskilda urval/bearbetningar för företags, myndigheters eller organisationers intranät.
4. Radiosändningar, dels i realtid på några av radiokundernas nätplatser, dels ständigt tillgängliga på exempelvis SvDs nätplats, där ljudfilerna läggs ut direkt efter sändning. Dessutom finns åtminstone ett företag som levererar ett urval av TTs nyheter som nyhetsbrev via e-post.

Åtskilliga av TTs kunder har tilläggstjänsten TT-flash. Den innebär att meddelande lämnas via personsökare vid stora nyheter. För webbredaktionerna innebär denna tjänst en möjlighet att snabbt få kännedom om – och publicera – stora nyheter, oavsett tid på dygnet.

TTs styrka är densamma på nätet som i andra kanaler: En, fortfarande, stor nyhetsredaktion med dygnet-runt-bemannning, en seriös nyhetsvärdering och en hög trovärdighet.

FLT har utvecklat sitt arbetssätt, som tidigare var helt inriktat på material för tidningsproduktion, till att också vara en nyhetsbyrå i realtid. För webbpublicering erbjuder FLT dels en tjänst med automatisk publicering av nyheter i kortformat, dels att abonnenterna själva

får välja ur hela nyhetsflödet. FLT:s kortnyheter är något längre än TTs.

Sedan början av april -00 levererar FLT också nyheter till den half-tenägda nyhetssajten senastenytt.com. Dessa nyheter finns till en början tillgängliga på ett dussintal nätplatser. Det rör sig så väl om medieföretags sajter som portaler och stora intranät. FLT räknar med att senastenytt.com ska finnas ute på åtskilligt fler platser inom kort.



Affärsidén är att nyhetssajter, portaler, intranätssajter och andra nätplatser som vill kunna presentera aktuella nyheter gratis ska få tillgång till nyhetsrubrikerna från senastenytt.com. När läsaren klickar på rubriken öppnas ett nytt fönster med hela nyhetstexten och med andra rubriker från senastenytt.com. Tjänsten finansieras

med annonsintäkter, som går till ägaren av sajten där nyheterna publiceras, i detta fall alltså senastenytt.com.

Nyheterna publiceras i kategorierna inrikes, utrikes, ekonomi, sport och nöje. Nyheterna listas inte i strikt tidsordning. Den nyhet som bedöms viktigast finns längst upp, oavsett om andra texter publicerats senare eller ej. På nätplatsen senastenytt.com finns också en ingångsida som presenterar de viktigaste nyheterna.

Webbnyhetsbyråerna



I Sverige finns idag två nyhetsbyråer inriktade på att leverera allmänna nyhetstjänster för webbpublicering: 25timmar, 25timmar.se och svenska CNN, cnn.se. Deras texter publiceras bland annat på några av de största portalerna och söktjänsterna som Passagen, Spray och Yahoo. Gemensamt för de två är att de inte bedriver någon egen nyhetsjakt, utan är beroende av andra redaktionella källor.

Svenska CNN har tillgång till FLT:s tjänster och mycket av inrikesmaterialet och en del av utrikesmaterialet består av FLT-telegram.

Andra utrikestexter är översättningar av material från CNN.

Rubriker och, i vissa fall, kortversioner av nyhetstexterna publiceras på de sajter som köper Svenska CNNs nyhetstjänst. Texten i fullängd ligger på Svenska CNNs sajt. På så sätt genererar nyhetstjänsten möjligheter att sälja annonser. Detta är idag en viktigare inkomstkälla än försäljningen av nyhetsinnehåll.

Den egna sajten ligger inom Passagens domän och har en ingångssida i form av en löpsedel, med de viktigaste nyheterna och rubrikpuffar till övriga nyheter.

Nyheterna från Svenska CNN levereras också i rubrikformat i ett dagligt nyhetsbrev med e-post till cirka 4 000 prenummeranter. I anknytning till rubrikerna finns länkar till berörd avdelning på Svenska CNNs sajt.

Svenska CNN har sin redaktion bemannad mellan 06 och 24 på vardagar, 12–20 på lördagar och 14–22 på söndagar.



25timmar har inte några abonnemang på nyhetsbyråtjänster, utan redaktionen är hänvisad till att bearbeta nyheter från andra medier, huvudsakligen sådana som finns tillgängliga på nätet.

25 timmar levererar, förutom allmänna nyheter, också nischade nyhetstjänster med inriktning på exempelvis IT. Redaktionen är bemannad mellan 04 och 19 på vardagar, 09–19 på lördagar och från 10–21 på söndagar.

Tidningarna

Det stora flertalet av medieföretagen på webben är traditionella morgontidningar, som på sin nätplats återpublicerar det nyhetsmaterial som tryckts i papperstidningen. Nyhetsmaterialet finns ofta tillgängligt på nätet någon gång under natten eller tidiga morgonen,

det vill säga innan eller ungefär samtidigt som pappertidningen når sina läsare. Vissa tidningar lägger ut i stort sett hela tidningens innehåll, men i de flesta fall görs ett urval. Detta kan variera från några få artiklar till mer än 30 texter.

18 tidningar har också en löpande webbpublicering av egenproducerat material. Det kan vara material som kommer att finnas med i morgondagens tidning, eller texter producerade specifikt för webben. Dessa texter kan också publiceras i nya versioner i takt med att en nyhet utvecklas. Ytterligare några tidningar publicerar webbspecifikt nyhetsmaterial vid större händelser, exempelvis olyckor.

25 av tidningarna publicerar också kontinuerligt uppdaterade inrikesnyheter från andra nyhetsleverantörer. TT är klart störst på det här området. I många fall sker publiceringen av TTs nyheter genom en automatisk leverans av så kallade rubriknyheter. Ingen behöver alltså finnas närvarande för att lägga in texterna.

FLTs nyheter har publicerats på en handfull lokala tidningssajter. Genom satsningen på senastenytt.com räknar FLT med att antalet kommer att öka.

När det gäller inrikesnyheter är det främst de två kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen som har ambitionen att fortlöpande publicera eget webbspecifikt material på sina nätplatser. Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, liksom Göteborgs-Posten, förlitar sig i större utsträckning på inrikesnyheter från TT i det dagliga nyhetsflödet. Vid större händelser kan dock dessa tidningar publicera egenproducerat material

Aftonbladet och Expressen har sina webbredaktioner bemannade dygnet runt. Men också andra redaktioner har möjlighet att publicera nyheter dygnet runt vid stora händelser. Dagens Nyheter har exempelvis ett system där chefen för webbredaktionen nås av nyhetslarm genom TTs personsökartjänst TT-flash. Vid behov kan texter då publiceras från en bärbar dator, oavsett plats och tidpunkt. Liknande möjligheter finns också på flera av de lokaltidningar som

publicerar egna nyheter fortlöpande.

Flera av lokaltidningarnas webbsatsningar verkar vara baserade på en enskild persons engagemang. Webbredaktörerna håller själva i de flesta trådar, följer nyhetsutvecklingen och publicerar texter även utanför normal arbetstid. Webbredaktionerna blir då visserligen effektiva, men också sårbara.

Mer om...



Aftonbladet är först och störst på webben – ”På Internet sedan 25 augusti 1994”, skriver tidningen under bilden av Lars Johan Hierta. *Aftonbladet.se* har ungefär dubbelt så många besökare som *Dagens Nyheter*, som är tvåan bland nättidningarna.

Aftonbladets webbupplaga publicerar dels material ur papperstidningen, med start från klockan 06, dels nyheter producerade direkt för webben. Dessutom sänder man webbradio med musik och nyheter och levererar nyheter till TV5s Text-TV-sidor.

Webbtidningen har tillgång till papperstidningens redaktionella resurser, men arbetar oftast parallellt med denna. En nätreporter och en ”pappersreporter” kan alltså arbeta med samma nyhet. Tidigare förekom att huvudredaktionen glömde bort webbredaktionen vid en stor nyhet, men detta händer inte längre, enligt webbredaktionen.

Förutsättningarna för att stora nyheter, oavsett tidpunkt på dygnet, snabbt ska publiceras på *aftonbladet.se* är goda. Exempel på detta har också iakttagits under denna studie.

Aftonbladets ingångssida är en lång löpsedel där nyheterna

presenteras i en rubrik och en ingressmening. Utmärkande för Aftonbladets nyhetssidor är att de viktigaste nyhetsrubrikerna finns i botten på varje nyhetsartikel, som därmed blir en upprepning av löpsedeln på ingångssidan.

Dessutom finns en telegramavdelning med korta nyhetstexter, i stort sett de samma som i Text-TV-tjänsten. Här publiceras nyheter i tidsordning i avdelningarna Sverige, Världen, Sport och Ekonomi.

Verksamheten är fortfarande ganska "tekniktung". De som arbetar med att publicera nyheter är fler än dem som arbetar med att producera nyheter.



Dagens Nyheter, dn.se har en ingångssida med tidningskaraktär. De viktigaste nyheterna finns presenterade med rubrik och ingress och därunder ligger ytterligare ett antal nyhetsrubriker. Vanligtvis är detta material hämtat ur papperstidningen, men ingångssidan redigeras om när något viktigt händer.

Då används ofta en TT-text, men det kan också vara material producerat av papperstidningens eller webbredaktionens journalister.

I en "notisspalt" till vänster finns senaste nytt i form av nyhetsrubriker. Dessa publiceras i tidsordning inom avdelningarna Inrikes, Utrikes, Ekonomi, Sport och Kultur.

Webbredaktionen består uteslutande av journalister, som med stöd av ett produktionssystem publicerar artiklar och notiser utan någon html-kodning.



Expressen, expressen.se publicerar inte några besöksiffror men uppger att man har över 70 000 besök per dag. Nätplatsens ingångssida är tydligt nyhetsinriktad. Samtliga nyhetstexter på sajten finns med på förstasidan och presenteras med rubriker och ganska långa ingresser. De flesta nyhetstexterna har inte varit publicerade i papperstidningen.

Nätplatsen utmärker sig genom att ofta erbjuda läsarna möjligheter till fördjupning. De flesta artiklar kompletteras med länkar till tidigare texter i ämnet och/eller till andra webbresurser, även till andra medieföretags sajter.

Webbredaktionen har 9 anställda, alla journalister. Nattetid sitter webbredaktören vid papperstidningens nyhetsdesk. Expressen ger alla som har privata hemsidor möjlighet att med automatik publicera uppdaterade nyhetsrubriker från expressen.se på dessa sidor. Hur vanligt det är att detta används är inte möjligt att mäta.

Sundsvalls Tidning, stonline.se började tidigt med sin webbtidning och är den enda tidningssajt som tar betalt av sina användare, antingen genom prenumerationen på papperstidningen eller genom ett särskilt webb-abonnemang. Förstasidan är tillgänglig för alla, men resten av materialet kräver inloggning med användarnamn och lösenord. Antalet besökare är



ungefär 1 500–2 000 per dag. På ingångssidan finns några huvudnyheter, vanligtvis från papperstidningen, och en senaste-nytt-spalt med rubriker i kategorierna Lokalt, Inrikes, Utrikes, Sport och Nöje.

Webbsajten sköts av en webbredaktör, som har stöd av en tekniker. Webbredaktören sitter vid tidningens nyhetsdesk och ambitionen är att arbeta integrerat med såväl papperstidningen som företagets radioproduktion.

Det webbspecifika lokalmaterialet är ganska begränsat. Vid större händelser kan man dock publicera ganska mycket material. Ett exempel är flygolyckan vid Midlanda hösten -99. Då valde tidningen också att koppla bort inloggningskravet, så att nyhetssidorna blev tillgängliga för alla.



Barometern, barometern.se är ett exempel på lokaltidningssajt som främst publicerar nyheter ur papperstidningen. På ingångssidan finns en löpsedel med de viktigaste nyheterna, men också senaste-nytt-rubriker i kategorierna In & Utrikes, Lokalt, Sport och Ekonomi. Ambitionen är att publicera åtminstone en webbspecifik lokalnyhet per dag.

I vänsterspalten finns också de olika orterna i spridningsområdet listade. Nyheter från dessa orter presenteras inte med rubriker, men syns om man klickar på ortsnamnet. På alla ortssidor finns de senaste rubrikerna från TTs rubriknyheter. Det innebär att även den som genom bokmärken går direkt in på sin ortsavdelning ser de senaste nyheterna.

Barometerns webbplats har ungefär 1 500 besökare per dag och sköts av en webbredaktör.



Bergslagsposten, bergslagsposten.se är en av de många lokaltidningar som använder sin nätplats för att återpublicera delar av papperstidningen. En huvudnyhet presenteras på ingångssidan och resten finns inpublicerade under olika ortsrubriker. Totalt publiceras 15–20 texter per dag.

Nättidningen har ingen uppdatering under dagen, men överväger att satsa på en tjänst med automatisk publicering av riksnyheter. Nätplatsen har cirka 350 besökare per dag.

Lokala webbtidningar/portaler

De etablerade medieföretagen dominerar nyhetsförmedlingen på nätet, men det finns några nya aktörer som producerar lokala nyheter. Det främsta exemplet är *24 timmar* i Örebro, 24timmar.se.



Företaget startades av journalister från Örebro-Kuriren. Till skillnad från övriga lokala webbtidningar arbetar 24 timmar som en traditionell redaktion med fokus på nyheter. Drygt 20 nyhetstexter produceras per dag. Till det kommer sport- och nöjestexter. Förutom det som redaktionens två journalister producerar kommer material från samarbetspartners, bland annat Örebro-Kuriren. Genom ett jourssystem kan nyheter publiceras dygnet runt.

24 timmar befinner sig i en expansionsfas och avser att öppna nyhetssajter på flera andra orter. I början av 2001 räknar företaget med att finnas på närmare 20 platser i landet. Journalisterna på de nystartade redaktionerna kommer att ha stöd av en centralredaktion i Örebro. Det lokala materialet kommer också att kompletteras med inrikesnyheter från någon leverantör.

Om denna satsning genomförs enligt planerna innebär det en utmaning för ett antal traditionella tidningsföretag, som idag är ensamma på webben inom sitt spridningsområde, eller kanske inte ens har någon nyhetstjänst på webben.

I Örebro har konkurrensen inneburit att *Nerikes Allehanda*, nerikes.se gjort en mycket ambitiös satsning på webben.



– Vi har fått vässa oss. Vi hade inte kommit dit vi kommit idag om vi inte haft konkurrens, säger Lennart Mattisson, som är redaktionellt ansvarig för NAs nätplats.

NA har ungefär 5 500 besök per dag på sin sajt, medan 24 timmar har drygt 3 000 besök.



I Örebro finns ytterligare en webbaktör – Internetportalen i Örebro, orebro.cc – som publicerar dagliga nyheter. Dessa är i de flesta fall hämtade från andra lokala media. Nätplatsen innehåller också annonser och information om evenemang och företag. Inom samma företag, Svenska Internet Portaler AB, finns ytterligare sex nätplatser av denna typ.

Etermedieföretagen

Sveriges Television, TV3 och *Sveriges Radio* har alla gjort seriösa satsningar på nyhetsförmedling via Internet.

Mest nyhetsinriktad är TV4s sajt, tv4.se, som redovisar de senaste och viktigaste nyheterna direkt på ingångssidan. På nyhetssidorna finns sedan nyhetstelegram, oftast från TT, och längre nyhetstexter baserade på det egna nyhetsarbetet. Dessutom publiceras varje dag ett antal TV-inslag med bild och ljud. I genomsnitt publiceras ungefär 50 nyheter per dag.

På sajten finns också Text-TV-materialet. Nyheterna i Text-TV-formatet är dock i stort sett de samma som i webbformatet.

Även 15 av TV4s lokala stationer publicerar textnyheter på webben. På de lokala stationernas ingångssidor finns också de viktigaste inrikesnyheterna i telegramform. Den som så önskar kan också



anpassa TV4s nyhets-sidor så att nyheter från en lokal station syns där.

TV4s webbredaktion är integrerad med Text-TV-redaktionen och har en nära kontakt med det övriga nyhetsarbetet på TV4. Den är bemannad klockan 06-01. Planer finns på dygnet-runt-bemanning. Webb-redaktionen kan också

publicera nyheter från externa datorer på andra tider. Redaktionschefen har tillgång till TT-flash. TV4s nyheter finns idag publicerade i rubrikform också på altavista.se, som är en av de större svenska söksajterna.

SVT, svt.se, har nyhetsrubriker i en "snurra" på ingångssidan och en samlad presentation av de olika nyhetsredaktionernas material under rubriken nyheter. Basen utgörs av Text-TV-materialet, kompletterat med ett antal TV-inslag, som presenteras både i text- och videoformat. TV-inslagen kan finnas tillgängliga på webben inom 10 minuter efter sändning.

Webbredaktionen är bemannad på vardagar mellan 07.30 och 21.00. Den arbetar nära Text-TV-redaktionen, som automatiskt publicerar Text-TV-materialet på webben dygnet



runt. Fem av SVTs distrikt publicerar också nyheter på webben; dels finns nyhetssändningarna tillgängliga i efterhand i videoformat, dels finns telegram i textformat.



Sveriges Radio, sr.se, har inte några textnyheter eller nyhetsrubriker på sin sajt. Däremot finns alla radions nyhetssändningar tillgängliga i form av ljudfiler. Det är alltså möjligt att lyssna på radionyheterna även om man missat sändningstiden, eller vill höra vad som egentligen sades i ett inslag. Ekots senaste

nyhetssändning finns att ladda ner omedelbart efter att den sänts. Nyhetssändningarna finns tillgängliga på nätet i ett dygn. Extrasändningar publiceras av tekniska skäl inte på webben.

Även de lokala kanalernas nyhetssändningar finns tillgängliga på nätet. De läggs ut med upp till 15 minuters fördröjning. Ett mindre antal lokala kanaler publicerar också lokala nyheter i textformat.

Det pågår idag en diskussion inom Sveriges Radio om företaget ska publicera nyheter i textformat, men några beslut är inte fattade.

Minst fyra kommersiella radio-kanaler tillgängliggör nyheter på webben, antingen som nyhetstexter eller i ljudformat. Ett intressant exempel är Radio Stella i Helsingborg, radiostella.se. Helsingborgs Dagblad levererar lokala nyheter, i stort sett de samma som finns



under senaste nytt på HDs webbplats. Den senaste sändningen finns alltid tillgänglig på såväl radiostationens som tidningens nätplats. Dessutom finns radiosändningarna, med bland annat nyheter från TT, tillgängliga i realtid på webben.



Kanal 5, kanal5.se, som har en omfattande nyhetstjänst på Text-TV, har inga nyheter på sin webbplats.

Teknik

De tekniska lösningarna för webbpublicering varierar oerhört mycket mellan olika medieföretag. Bland dem som huvudsakligen publicerar material ur papperstidningen är det vanligt med lösningar som bygger på hopkopplingar med tidningens redaktionella produktionssystem. Detta kan vara mer eller mindre automatiserat. Systemen kan ibland vara sådana att de gör det svårt att publicera material utanför det normala flödet, exempelvis vid allvarliga händelser.

Flera medieföretag har byggt eller köpt system som möjliggör publicering i färdiga mallar på ett så enkelt sätt att även de som i vanliga fall inte arbetar med webbpublicering kan lägga ut artiklar. Det finns också en rad exempel på lösningar där medarbetare kan publicera material från externa datorer.

Samtidigt finns det exempel på nyhetssajter som är "tekniktunga" och beroende av tekniker eller personer med kunskaper i html och annan kodning för att kunna lägga ut material.

Hur kommer nyheten till webben?

De traditionella nyhetsredaktionerna får ofta mycket snabbt kännedom om en allvarlig händelse, exempelvis en stor olycka som medför risker för allmänheten. Ibland sker det genom att redaktionerna själva lyssnar på polisradion och där snappar upp information. Ibland kommer informationen från larmcentralen, polisen eller annan myndighet, i enlighet med rutiner eller enskilda initiativ. I många fall kommer informationen genom tips, från allmänheten eller från mer eller mindre professionella tipsare.

En enskild person förtjänar att nämnas i detta sammanhang, Ulf Wigh i Norrköping. Från att ha börjat som tipsare har han byggt upp ett nyhetsföretag med sju anställda. Affärsidén är att lyssna på radiokommunikation på polisens, räddningstjänstens och sjöräddningens frekvenser över i stort sett hela landet och omedelbart informera de nyhetsredaktioner som kan vara intresserade av en händelse. De flesta större redaktioner har idag avtal med Wighs News om nyhetsbevakning och är garanterade att larmas inom några minuter. Nyheter av lokal karaktär erbjuds berörda medier. Ett urval av nyheterna publiceras också på företagets nätplats, wighsnews.se.

Eftersom allvarliga händelser i de flesta fall brukar generera radiotrafik finns det goda förutsättningar för att nyhetsmedierna ska vara informerade ganska kort efter det att polis och/eller räddningstjänst börjat hantera en allvarlig situation.

På nyhetsredaktionerna är det rutin att tipsen ska bekräftas innan något publiceras. Så fort nyheten är kollad kan den ligga ute på nätet inom någon minut, på de medieföretag där det finns rutiner för publicering av senaste nytt.



Ett medium - många vägar ut

Datorn som nyhetskanal är inte bara tillgänglig för den som aktivt söker information. Medieföretagen erbjuder också ett antal tjänster som ger fortlöpande tillgång till senaste nytt, åtminstone för personer som tillbringar sin arbetsdag vid en nätansluten dator. Olika former av nyhetsbevakare kan ligga som öppna fönster på datorns skrivbord. Nyheterna kan levereras som e-post. Webbradio ger musik i datorn med nyheter på fasta tider och när något viktigt hänt, men också som textrubriker på skärmen.

Automatisk nedladdning av nyhetssidor med så kallad push-teknik finns också, men har fått mindre spridning än vad som förutspåddes när den lanserades för några år sedan.

Tidning	URL	Nyheter	Uppdaterat under dagen
8sidor	llstiftelsen.se/8sidor/nyheter	X	
Aftonbladet	aftonbladet.se	X	X
AlingsåsKuriren	alingsaskuriren.se	X	
Alingsås Tidning	alingtid.se	X	
Arbetsbladet	arbetarbladet.se	X	
Arbetet NyTid	news.arbetet.se	X	
Arbetet Skåne	arbetet.se	X	X
Arboga Tidning	ingress.se/at	X	
Arvika Nyheter	nwt.se/arvikanyheter		
Avesta Tidning	ingress.se/avt	X	
Barometern	barometern.se	X	X
Bergslagsposten	bergslagsposten.se	X	
Blekinge Läns Tidning	blt.se	X	X
Bohuslänningen	bohuslaningen.se		
Borlänge Tidning	borlangetidning.com	X	
Borås Tidning	borastidning.se	X	X
Bärgslagsbladet	ingress.se/bbl	X	
Dagbladet	dagbladet.nu	X	
Dagen	dagen.com	X	
Dagens Nyheter	dn.se	X	X
Dalabygden	tidningshuset.com/db/index.shtml	X	
Dala Demokraten	dalademokraten.com	X	
Elfsborgs Läns Allehanda	ela.2stad.se	X	
Enköpingsposten	eposten.se	X	
Eskilstunakuriren	ekuriren.se	X	X
Expressen	expressen.se	X	X
Fagerstaposten	ingress.se/fp	X	
Falukuriren	falukuriren.se	X	
Filipstads Tidning	nwt.se/konc_filipstad.asp		

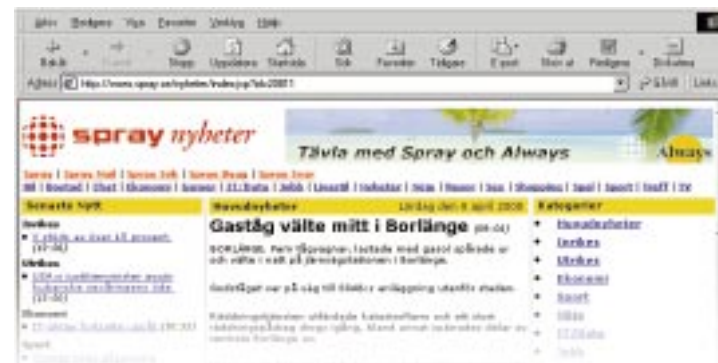
Folkbladet (Östgöten)	folkbladet.se	X	
Folket	folket.se/fo/	X	
Gefle Dagblad	gd.se	X	X
Gotlands Allehanda	gotlandsallehanda.se	X	
Gotlands Tidningar	gotlandstidningar.se	X	
Gästriklands Tidningar	tidningshuset.com/gt/index.shtml	X	
Göteborgsposten	gp.se	X	X
Hallands Nyheter	hn.se	X	
HallandsPosten	hallandsposten.se	X	
Haparandabladet	haparandabladet.se		
Helsingborgs Dagblad	hd.se	X	X
Hjo Tidning	nyhetsgruppen.se/hjotidning		
Hudiksvalls Tidning	ht.se	X	
Hälsinge Kuriren	halsingekuriren.se/hkn	X	
JönköpingsPosten	jp.hallpressen.se		
Katrineholmskuriren	kkuriren.se	X	
Karlskoga-Kuriren	karlskoga-kuriren.se		
Kristianstadsbladet	ksdbladet.se	X	
Landskronaposten	nst.se		
Lidingö Tidning	lt.nu	X	
Ljusdalsposten	ljp.se	X	
Länsposten	tidningshuset.com/lp/index.shtml	X	
Länstidningen, Södertälje	lt.se	X	
Länstidningen, Östersund	ltz.se	X	
Mariestadstidningen	tsl-mt.se/tsl		
Mora Tidning	moratidning.com	X	
Motala & Vadstena Tidning	motalatidning.se	X	X
Nerikes Allehanda	nerikes.se	X	X

Nordvästra Skånes Tidningar	nst.se		
Norrländska Socialdemokraten	nsd.se/nsd	X	
Norra Skåne	nsk.se	X	
Norra Västerbotten	norrnan.se	X	X
Norrbottnenskuriren	kuriren.nu	X	X
Norrköpings Tidningar	nt.se	X	X
Norrteje Tidning	norrtejetidning.se	X	
Nya Ludvika Tidning	nyalt.se	X	
Nya ST tidningen	sttidningen.se	X	
Nya Wermlands Tidningen	nwt.se		
Nynäshamnsposten	nhp.se		
Piteå Tidningen	pitea-tidningen.se	X	
Sala Allehanda	ingress.se/sa	X	
Skaraborgs Allehanda	nyhetsgruppen.se		
Skaraborgsbygden	skaraborgsbygden.se		
Skånska Dagbladet	skd.se		
Smålandsposten	smp.se	X	X
Sundsvalls Tidning	stonline.se	X	X
Svenska Dagbladet	svd.se	X	X
Sydsvenska Dagbladet	sydsvenskan.se	X	X
Södermanlands Nyheter	sn.se	X	
Södra Dalarnes tidning	sodran.com	X	
Tidningen Metro	metro.se	X	X
Tidningen Ångermanland	tidningen.to		
Tranås Posten	tranasposten.se	X	
Trelleborgs Allehanda	allehandasyd.se/ta/index.htm		
Trollhättans Tidning Lilla Edet Posten	tt.2stad.se	X	

Upplands Nyheter	tidningshuset.com/un/index.shtml		
Uppsala Nya Tidning	unt.se	X	
Varbergskuriren	varbergskuriren.com	X	
Vestmanlands Läns Tidning	vlt.se	X	X
Värmlands Folkblad	vfb.se	X	
Värnamo Nyheter	varnamonyheter.se		
Västerbottens Folkblad	nyavf.se		
Västerbottens Kuriren	vk.se	X	X
Västervikstidningen	vt.se	X	
Västmanlands Folkblad	folkbladet.com	X	
Västmanlands Nyheter	tidningshuset.com/vn/index.shtml	X	
Ystads Allehanda	allehandasyd.se/ya/index.htm		
Ölandsbladet	olandsbladet.se	X	
ÖrebroKuriren	orebro-kuriren.se/		
Örnsköldsviks Allehanda	oea.se	X	X
Östersundsposten	op.se	X	X
Östgöta- Correspondenten	corren.se	X	X
Östra Småland	ostrasmaland.se	X	

Ett exempel: Tågolyckan i Borlänge 8 april

Natten mot lördagen den 8 april, klockan 02.30, inträffade en olycka nära järnvägsstationen i Borlänge. Ett tåg med nio tankvagnar lastade med gasol spårade ur och flera av tankvagnarna fick stora skador. Riskerna för att gas skulle ha läckt ut och därmed för en explosion bedömdes som stora när räddningstjänsten kom fram till olycksplatsen. Ingen gas läckte dock ut vid olyckstillfället. Redan under helgen stod det klart att ett stort antal människor skulle behöva evakueras inför arbetet med att ta hand om de urspårade vagnarna. Stora delar av centrala Borlänge, med affärer och arbetsplatser, bland annat Banverkets huvudkontor, låg också inom riskzonen.



Redan under natten fick de tre närmast berörda nyhetsredaktionerna, Radio Dalarna, Dala-Demokraten och Falu Kuriren/Borlänge Tidning larm om händelsen. Dala-Demokraten larmades av Wighs nyhetstjänst klockan 02.45. Falu Kuriren/Borlänge Tidning fick tipset från en privatperson vid 3-tiden. Radio Dalarna larmades av Eko-redaktionen i Stockholm, som dels larmats av Wighs nyhetstjänst, dels fått information från larmcentralen via sändningsledningen.

Nyheten spreds dock först i riksmidia. Ekot hade med nyheten i sina sändningar från klockan 04.00. Radio Dalarna hade sedan extrasändningar före den första ordinarie sändningen och därefter

vid flera tillfällen under helgen. Ekosändningarna och Radio Dalarnas ordinarie sändningar fanns tillgängliga på Internet.



Dala-Demokraten, dalademokraten.com, som var det första lokalmediet som fick kännedom om olyckan, gjorde inget redaktionellt arbete under natten. Först vid åttatiden på lördagsmorgonen kom arbetet i gång och tidningen publicerade en text om olyckan på sin nätplats klockan 09.30. Därefter publicerades en rad texter

under helgen, dels sådana som var avsedda för måndagens tidning, dels sådana som skrevs specifikt för webben. Dala-Demokraten tillhör de landsortstidningar som också i vanliga fall publicerar lokala nyheter på webben innan de kommer i papperstidningen. Enligt redaktionsledningen var detta till nytta vid tågolyckan, eftersom reportrarna är vana att lämna text till webben.

I övrigt organiserades arbetet så att nyhetschefen i Borlänge tog ett särskilt ansvar för att få fram material för webbpublicering. Under lördagen publicerades materialet av den ordinarie webbredaktören och under söndagen av biträdande redaktionschefen, som satt i sin sommarstuga och publicerade från en bärbar dator.

Konkurrenterna falukuriren.se och borlangetidning.com, som ingår i samma koncern och delar på webbblösning och på de redaktionella resurserna i Borlänge, publicerade inte något material om tågolyckan under helgen. Anledningen var att det inte fanns resurser och rutiner för annan publicering än inläggning av material från papperstidningen. På måndagsförmiddagen publicerades materialet ur tidningen och då skapades också en särskild avdelning på nätplatsen för tågolyckan, där ytterligare material sedan publicerades under dagen. På måndagskvällen hade 25 texter publicerats.

– Det här är sista gången som vi inte publicerar en stor händelse-nyhet på webben så fort vi kan, säger redaktionschefen Ewa Wirén.

Falu Kuriren hade kort före tågolyckan annonserat efter en webbredaktör för att utöka sin satsning på webben. Tidningen har en skriftlig nyhetspolicy som klargör att papperstidning och webbtidning ska komplettera varandra och att nyheter som inte är exklusiva för tidningen ska publiceras på nätplatsen först. På nätet ska också publiceras sådant fördjupningsmaterial som fungerar bättre där än i papperstidningen.

Riksmedierna hade under större delen av helgen tågolyckan som huvudnyhet på sina nätplatser. Aftonbladet och Expressen hade från lördagsmorgonen en rad artiklar och uppdateringar som följde

händelseutvecklingen i Borlänge. Även övriga rikstidningar hade egna texter eller byråmateriel på sina sajter.

Åtminstone två riksmidier länkade också sina läsare vidare till lokala medier: Dagens Nyheter hade en länk till Dala-Demokraten och Expressen hade en länk till Radio Dalarna, sr.se/dalarna.

Förutom nyheten om själva olyckan var det två ämnen som stod i centrum under helgen: evakueringsplanerna och uppgifterna om att lokföraren skulle ha varit berusad.

När det gäller evakueringen lämnades inga definitiva besked från myndigheterna, förrän vid en presskonferens på söndagskvällen. Då hade de allra flesta som var direkt berörda informerats genom en omfattande dörrknackning.

På söndagskvällen lade kommunen också ut en samlad information om avspärningar, evakuering med mera på sin webbplats. Informationen samordnades med räddningsledning och polis. Tekniskt sett löste kommunens webmaster detta genom att samla all information på en webbsida, som automatiskt öppnas som ett nytt fönster när användaren går in på kommunens ingångssida. Därmed behövde inga ingrepp göras i sajtens ordinarie struktur. Under måndagen publicerade lokaltidningarna länkar till kommunens information på sina sajter.

Besökssiffror

Lokaltidningarna har normalt sett ganska få besök på sina nätplatser under helgerna. Dala-Demokraten har en normal lördag ungefär 950 beök. Vid tågolyckan mer än fördubblades den siffran till 2000. På söndagen var antalet besök något lägre, 1750, vilket ska jämföras med cirka 750 en vanlig söndag.

Även på Falu Kuriren, som inte hade någon information om tågolyckan, ökade besökssiffrorna jämfört med en normal helg.

Arkiv Redigera Visa Favoriter Verktyg Hjälp

Bakåt Framåt Stopp Uppdatera Start sida Sök Favoriter Tidigare

Adress <http://www.dalademokraten.com/dde/default.asp>

Sök i arkivet

Bärry PASSAR ALLTID

Vädret i Dalarna
+4 till +7 grader.
Soligt och vackert.

DD Senaste Nytt

- ▶ Så sker evakueringen
- ▶ Centrala delar avspärrade
- ▶ Inte första gången
- ▶ Tusentals ska evakueras
- ▶ Evenemang fick ställas in
- ▶ Miljöministern åker till olycksplatsen
- ▶ Stängda butiker i centrum
- ▶ Dussar tället för tåg
- ▶ Naturskulpturen väntar till

Lördag 8 april 2000

Så sker evakueringen

[DD Senaste Nytt] 2500-3000 personer kommer att evakueras under tre dygn i nästa vecka när gazolvagnarna ska bärgas från stationsområdet i Borlänge. Kommunen planerar att placera de evakuerade i skolor och i driftvärnets anläggning i Storsund. – Där står sängar redan bäddade, säger kommunens kanslichef Lars Ivarsson.

Mer om olyckan i Borlänge läser du under Senaste Nytt.

Alertering och fördjupning

I vilken utsträckning har då de som varit nära berörda av olyckan, det vill säga invånarna i Borlänge, haft förutsättningar att få sin första information om händelsen genom information på webben? Och vilken roll har webbmediet spelat för att ge de berörda tillgång till fördjupad och uppdaterad information?

Under helgen fanns information i textformat endast på Dala-Demokraten nätplats. Ökningen av antalet besök på den sajten

pekar i samma riktning som iakttagelser vid andra allvarliga händelser, det vill säga att personer söker efter ytterligare information på webben när de fått höra om något allvarligt. Det går dock inte att säga hur många av dem som berörts av olyckan som besökt Dala-Demokratens nätplats, eller i vilken mån de där fått ny information.

Webbens alerteringsfunktion kan i det här fallet inte bedömas på annat sätt än genom att göra en undersökning bland de berörda i Borlänge. Förutsättningarna för webbens alerteringsfunktion påverkas av ett antal faktorer. Förutsättningarna begränsas av att den enda lokala nätplats som hade information om olyckan dels inte har mer än 950 besök en vanlig lördag, dels har en publik i hela Dalarna och bland dalfolk i förskingringen, alltså inte bara i Borlänge. Förutsättningarna förstärks av att flera nationella medieföretags nätplatser tidigt publicerade nyheten om tågolyckan.

Vidareförmedlarna

”Content” – innehåll – är ett ofta använt buzz-word i webbsammanhang. Nyheter är en viktig del av innehållet för olika typer av portaler, söksajter, och ingångssidor för Internetleverantörer, men också i företagens intranät. Eftersom sajtägarna saknar egna redaktionella resurser måste innehållet komma någon annanstans ifrån. Därför ses nyhetsförmedlarna som ”content providers” i dessa sammanhang.

Relationen mellan sajtägaren och innehållsleverantören kan se olika ut. I vissa fall är det ett tydligt säljare/kund-förhållande där nyheter levereras och publiceras i sin helhet på köparens sajt. I andra fall kan nyhetsleverantören gratis ge bort rätten att publicera uppdaterade nyhetsrubriker. Nyttan för nyhetsleverantören blir då att sajten fungerar som en löpsedel. När läsarna, klickar på rubrikerna, kommer de till nyhetsföretagets nätplats, med ökade annonsförsäljningsmöjligheter som följd. Mellan dessa ytterligheter finns en mängd olika former av samarbeten och inte sällan också en viss ägar-gemenskap mellan nyhetsleverantören och sajtägaren.

Hur många webbavvändare som varje dag ser nyhetsrubriker på vidareförmedlarnas sajter går inte att säga. Förutsättningarna för att webbavvändarna ska kunna ta del av vidareförmedlarnas nyhetstjänster är dock goda. I denna kategori finns nämligen en stor del av de mest välkända och välbesökta svenska domänerna. Här följer en beskrivning av några av dessa sajters nyhetstjänster.

Microsofts svenska portal msn.se är en av de sajter som flest svenskar besöker. Enligt MMXI Nordics webbpanelundersökning Relevant Knowledge besökte över 1,1 miljoner svenskar sajten i januari 2000. På ingångssidan erbjuds läsarna nyhetsrubriker från Aftonbladet, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Svenska CNN och TV4. Sajten är ett exempel på hur användarna med så kallad personalise-



ring själva styr vilket innehåll som ska finnas med på sidan. Med ett enkelt klick kan användaren lägga till eller ta bort nyhetsleverantörer på den startsida som visas i hennes dator.

Sajten erbjuder också nyheter från en rad internationella medier. I samtliga fall hamnar användaren på nyhetsleverantörens nätplats när de klickar på en rubrik.

Passagen, passagen.se, är en av de största och äldsta portalerna i Sverige. Den drivs av Scandinavia Online, med bland annat Telia bland ägarna. Passagen erbjuder nyheter från Svenska CNN, som drivs av samma företag. Svenska CNN har i sin tur ett avtal med FLT, som levererar det mesta av inrikesmaterialet. Svenska CNN har också sin webbhemsida under Passagens domän. Den användare som klickar på en CNN-rubrik på exempelvis msn.se kommer alltså till Passagen, där hon får läsa en FLT-nyhet på Svenska CNNs sidor. FLT-nyheten kan i sin tur mycket väl vara en re-write på en artikel i Dagens Nyheter.

Inom Scandinavia Online finns också söksajten evreka.com, som erbjuder nyhetsrubriker från CNN på en särskild nyhetssida.



Spray är en annan portal med ett mycket blandat utbud. På ingångssidan finns en inrikesrubrik. Ett klick på den leder till nyhetsavdelningen där hela artikeln finns, tillsammans med länkar till andra nyheter och till inrikesavdelningen. Inrikesnyheterna på sajten kommer från 25 timmar, som ingår i Spraykoncernen. Spray.se hade över 750 000 unika besökare i januari -00.

Everyday.com är *Tele2s* webbportal och förinställd startsida för surfare med Tele2-abonnemang. Nätplatsen hade närmare 440 000 unika besökare i januari -00. På sajten finns nyhetsrubriker från Senastenytt.com, dvs från *FLT*. Dessutom finns en avdelning med inrikesnyheter. Dessa är hämtade från Metro och består av texter från TT och FLT som redan publicerats i Metros pappersutgåva.

Svenska Yahoo, yahoo.se, är en av de största svenska söksajterna (cirka 440 000 unika besökare i jan -00) På förstasidan finns vanligtvis en inrikesnyhet. Artiklarna kommer från 25 timmar och från TT i form av rubriknyheter. Den som klickar på rubriken kommer till en nyhetsavdelning med fler nyhetsrubriker och korta ingresser. Där ges



möjlighet att klicka vidare till de fullständiga artiklarna, som vanligtvis är ganska korta. Alla artiklar är publicerade på yahoo.se.

Ofta presenteras också något "nyhetstema" direkt på förstasidan. Med detta menas en samling av olika artiklar om en större händelse. Där finns även länkar till relevanta nätplatser. Det händer också att pressmeddelanden publiceras bland artiklarna under ett nyhetstema.

Även yahoo.se erbjuder möjligheter till personalisering.



Altavista har en svensk söksajt, altavista.se, som erbjuder några nyhetsrubriker på ingångssidan. Inrikesnyheterna levereras av TV4 och presenteras med rubrik och ingress. Den som vill läsa hela artikeln hamnar på TV4s sajt. Altavista.se hade ungefär 250 000 unika besökare i januari -00.

Telia har ett antal olika sajter där man erbjuder nyhetsrubriker, bland annat startsidan telia.se, emfas.se och dof.se. Nyheterna kommer från Svenska CNN. Presentationsformerna varierar. Det ser ibland ut som om uppdateringen av nyhetsrubrikerna är långsam.

Telenordia har en startside, start.telenordia.se, för sina och Algonets kunder. Där finns fem nyhetsrubriker från Svenska CNN. Ett klick på rubrikerna leder direkt till Svenska CNN.

Enligt de topplistor som publiceras av MMXI Nordic är telenordia.se en av de mest besökta domänerna. Hur många som använder startsidan med nyheter är dock oklart.



Andra vidareförmedlare

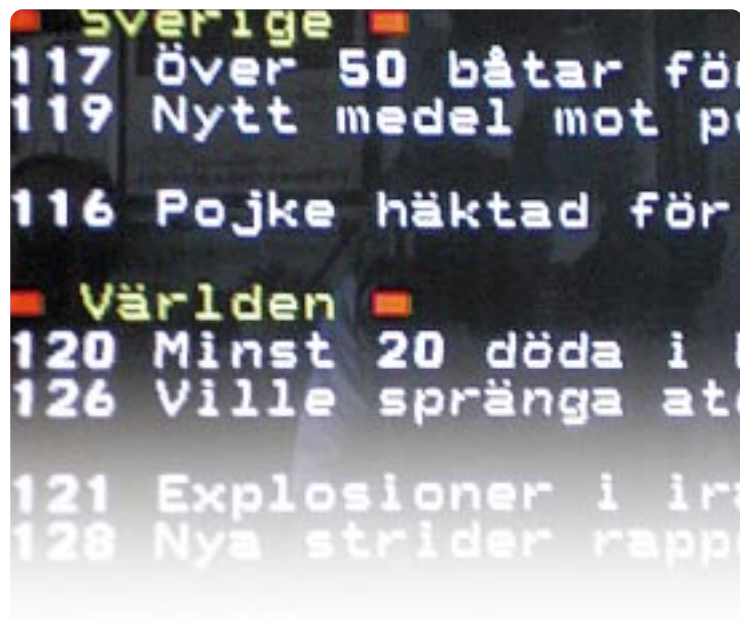


Tjohoo.se är en litet mindre portal (90 000 unika besökare i januari -00) med telegramrubriker från Aftonbladet, Dagens Nyheter och Svenska CNN. Den förefaller ha en viss fördröjning i publiceringen.

Sverige.nu och subsajten nyhet.nu erbjuder TTs rubriknyheter och även en tjänst med TT-nyheter i ett nyhetsbrev per e-post, koll.se är en webbkatalogtjänst som presenterar nyhetsrubriker från Dagens Nyheter, websidorna.com är en mindre portal med nyhetsrubriker från 25 timmar och lycos.se är en söktjänst som inte har några nyheter på förstasidan, utan istället på en särskild nyhets sida. Under avdelningen utrikes/inrikes finns för närvarande endast utrikestelegram från FLT-AP.

Utöver dessa finns en rad mindre vidareförmedlare, lokala portaler och personliga hemsidor med nyhetsrubriker. En av de stora och välkända nätplatserna, Postens torget.se, har upphört att publicera allmänna nyheter, eftersom sajten ändrat inriktning och idag främst är en handelsplats.

Text-TV



I Sverige användes Text-TV-tekniken för nyhetsförmedling första gången 1979. Sedan dess har tjänster och tillgänglighet vuxit, så att det idag är 87 procent av svenskarna som har tillgång till en Text-TV-apparat. Trots de tekniska begränsningarna, med ett litet utrymme för text och en viss väntan vid sidbyten, är Text-TV idag ett betydelsefullt massmedium.

Varje dag tittar mer än var tredje svensk – 35 procent eller 2 750 000 personer mellan 9 och 99 år – på någon Text-TV-kanal.⁹ Det kan jämföras med att ungefär 50 procent av befolkningen ser något nyhetsprogram på TV en vanlig dag. Skillnaden mellan män och kvinnor är markant. Varje dag ser 44 procent av männen på någon Text-TV-kanal, jämfört med 25 procent av kvinnorna.

För att vara ett moget medium har publikutvecklingen för Text-TV varit kraftig, från 25 procent 1994 till 35 procent år 2000. Fler kanaler och fler Text-TV-mottagare är två förklaringar till detta. Ökningen har varit kraftigast bland de yngre, de mellan 15 och 24 år. Det är också denna grupp som flitigast använder Text-TV, med en siffra på 51 procent per dag. Men Text-TV används av alla åldrar. En fjärdedel av befolkningen över 60 år ser på Text-TV en vanlig dag.

Kombinationen av Text-TV:s tillgänglighet – sekundschnabbt, direkt i vardagsrummet och utan några krav på tekniskt kunnande – och mångfalden av tjänster som erbjuds är mediets styrka.

Mediet har också blivit mer användarvänligt. Många av de nya apparater som säljs kan lagra ett större antal Text-TV-sidor, inte sällan 400–600 sidor. Användaren slipper därmed vänta på att nästa sida ska komma i sändning. En del nya TV-apparater med bredare bildformat kan också visa Text-TV på halva skärmen och den vanliga TV-bilden på andra halvan.

SVT-text erbjuder också en flash-funktion. Genom att välja en viss Text-TV-sida kan man titta på det vanliga TV-programmet och sedan, när en nyhet publiceras, få upp den i TV-rutan.

Kanalerna



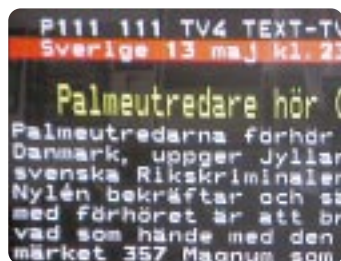
Störst bland Text-TV-kanalerna är SVT-text, som sänds i SVT:s bägge kanaler och når 29 procent av befolkningen per dag. TV4-text når 20 procent, medan TV3 och Kanal5 når 4 respektive 3 procent. Övrig Text-TV ses av 2 procent. Åtskilliga läsare använder alltså mer än en Text-TV-kanal per dag.

SVT-text är störst i samtliga åldersgrupper, men bland de yngre är avståndet till TV4 litet och minskande. SVT-text är relativt sett starkare bland äldre och högutbildade. Övriga Text-TV-kanaler har en mycket tydlig tyngdpunkt i åldersgruppen 15–24 år.

För de märksända TV-kanalerna är sändningstiderna i stort sett de samma som för TV-programmen. För många tittare går det alltså inte att se Text-TV den tid på dygnet då det inte är några TV-sändningar. Ungefär 200 000 hushåll i Stockholm kan se SVT-text dygnet runt genom kabelnätet

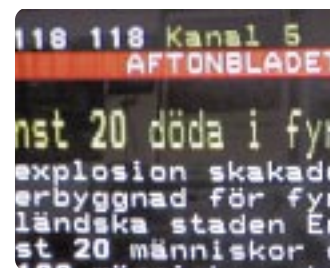
Innehållet och nyhetsarbetet

De olika Text-TV-kanalerna har ett lika blandat innehåll som en morgontidning: inrikes- och utrikesnyheter, sport, ekonomi, väder, TV-program, spel- och tipsresultat och – i de kommersiella kanalerna – annonser.



Uppdaterade nyheter finns främst i *SVT-text*, *TV4-text* och *Kanal5*. Om tittarna inte gjort egna inställningar, kommer de direkt till en löpsedel där de senaste nyheterna presenteras. TV4-text erbjuder dessutom lokala nyheter i fyra regioner.

Nyheter är också det mest lästa materialet, enligt en undersökning av SVT-texts läsare.¹⁰ Av dem som vanligtvis tittar någon gång per dag är det 73 procent som läser löpsedeln, 69 procent som läser inrikesnyheter och 58 procent som läser utrikesnyheter. Undersökningen pekar också på en trolig förklaring till att Text-TV-tittandet är så mansdominerat: sport- och spelsidorna drar mellan två och tre gånger så många manliga som kvinnliga läsare. På inrikessidorna är de manliga läsarna bara mellan en tredjedel och en fjärdedel fler än kvinnorna.



För TV4s del är nyheterna något mindre dominerande; 38 procent av besökarna läser nyhetssidorna. Detta är dock under förändring. TV4-text har sedan hösten -99 satsat mer på nyhetsmaterialet och strävat efter att få en liknande stil på Text-TV-nyheterna som på kanalens andra nyheter.

Antalet läsare på nyhetssidorna har ökat med 60 procent sedan oktober -99 och uppgick i februari -00 till 603 000 per dag. Löpsedeln med de viktigaste nyheterna ses dock av fler personer.

SVT-text har en nyhetsredaktion med drygt 10 tjänster och dygnet runt bemanning varje dag, året runt. Redaktionsledningen finns närvarande på dagtid, men en jourfunktion bestående av nyhetschefen eller redaktionschefen finns alltid tillgänglig.

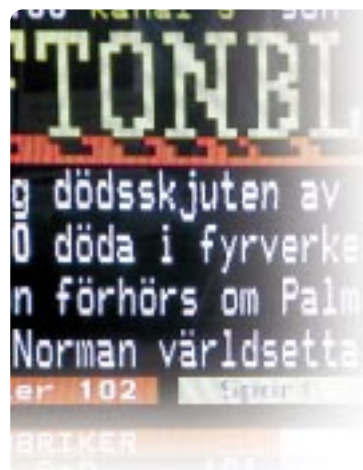


Huvuddelen av nyhetsarbetet består av bearbetning av nyhetsmaterial från ett antal källor utom och inom SVTs organisation, bland andra TT, Reuters, AP, Rapport, Aktuellt och SVT²⁴, men också Stockholmstidningarna, som kommer till redaktionen ganska snart efter tryckning, och olika webbkällor. Redaktionen tar också direktkontakt med primärkällor för att kontrollera en uppgift när det bedöms behövas.

Urvalet av inrikesnyheter är TT-betonat, men med fokus på

nyheter som går att göra begripliga på ett begränsat antal rader. Redaktionen uppger att man har god kapacitet att följa upp större nyhetshändelser med täta uppdateringar om det kommer material. Uppdateringarna ligger ute i TV-signalen så gott som omedelbart efter att redaktionen skrivit in texten.

TV4-text har integrerat sin Text-TV-redaktion med webbredaktionen och arbetar nära kanalens övriga nyhetsredaktioner. Redaktionen är normalt sett bemannad klockan 06–01. Planer finns på att bemanna redaktionen dygnet runt. Förutom de egna nyheterna finns också TTs rubriknyheter, korta texter om de viktigaste händelserna, utlagda på TV4-text.



Kanal5-text får sitt nyhetsmaterial från Aftonbladets Text-TV-redaktion, som också producerar kortnyheter för aftonbladet.se. Redaktionen har egen bemanning klockan 06–01, men stora nyheter kan publiceras dygnet runt av webbredaktionen. Genom integrationen med webbredaktionen och närheten till papperstidningens redaktion finns goda förutsättningar för att Text-TV-nyheterna ska vara uppdaterade.

Bedömning

De tre Text-TV-tjänster som beskrivits ovan arbetar samtliga efter normala journalistiska principer och har en god tillgång till tillförlitliga nyhetskällor.

Detta i kombination med de höga tittarsiffrorna gör att Text-TV bör ses som ett viktigt medium för rapportering om allvarliga händelser. Förutsättningarna för att personer först nås av nyheten

om en allvarlig händelse via Text-TV påverkas dels av de höga tittarsiffrorna, dels av att de allra flesta användarna går in via förstasidan med en löpsedel för de viktigaste nyheterna.

Personer som får kännedom om en händelse genom nyhetssändningar kan också omedelbart gå in på Text-TV för att i egen takt ta till sig nyheten och sedan följa utvecklingen. De gånger TV rapporterar om allvarliga händelser genom en textremsa i den ordinarie sändningen kan fördjupad information hittas på Text-TV. SVT har också använt Text-TV för att publicera fördjupad information som kan vara svår att ta del av i en nyhetssändning, exempelvis listor på omkomna efter allvarliga olyckor.



De nyaste medierna



Mobil kommunikation är i centrum för dagens framtidsvisioner. Med mobiltelefonen som plattform ska vi få tillgång till information och elektroniska tjänster var än vi befinner oss.

WAP och SMS¹¹ är de tekniker som idag används för nyhetsförmedling via mobiltelefoner.

Gemensamt för de två är att de har en liten omfattning och kräver mycket av användaren. WAP förutsätter att användaren investerar i en särskild WAP-telefon och dessutom sätter sig in i de ofta ganska avancerade inställningar som krävs för att använda telefonen.

Nyhets tjänster i SMS-format kräver oftast ett litet dyrare telefonabonnemang och är ganska svårlästa, eftersom nyheterna kommer uppdelade i flera korta meddelanden.

Förväntningarna – och förberedelserna – är dock stora. Många av de stora nyhetsförmedlarna på webben har redan byggt WAP-lösningar. Flera större landsortstidningar planerar också att erbjuda WAP-tjänster. Eftersom materialet till dessa tjänster redan finns i webbformat är kostnaderna för att skapa WAP-tjänster ganska måttliga. I bakhuvudet finns också läxan från webben: Det gäller att vara med från början!

Alla nya medier, utom biofilmen, har krävt att publiken gjort investeringar i mottagarteknik. Ännu är det trögt med investeringar i WAP-telefoner och det beror dels på att mycket få telefoner finns ute på marknaden, dels på en osäkerhet om framtida standards.

När, snarare än om, teknik för mobil åtkomst av Internettjänster blir mer allmänt spridd, kommer det att få återverkningar på mönstren i nyhetsförmedlingen. Framför allt inbjuder tekniken till att använda dödtid, exempelvis under transporter, för kommunikation. Då handlar det mer om att "kolla om det hänt något" än om att "läsa tidningen", det vill säga samma mönster som det finns spår av i Internetanvändningen.

SMS-tekniken har inte samma utvecklingsmöjligheter, inte minst därför att den inte är interaktiv. Däremot kan det finnas förutsättningar för att använda SMS-teknik på liknande sätt som TT idag använder personsökarteknik för att alertera om viktiga nyheter. Det vill säga att användaren abonnerar på en "varningsfunktion" antingen på allmänna nyheter eller, mer troligt, inom någon nisch.

Nyhets tjänster för handdatorer är ytterligare en ny kanal för medieföretagen. Omfattningen är fortfarande begränsad och det handlar snarast om en variant av webbens push-teknik. Handdatorn kopplas till en Internetuppkopplad dator och laddas med de tjänster som användaren prenumererar på. Dessa kan sedan läsas vid valfritt tillfälle.

Möjligheter och faror

Vid den inventering som gjorts av nyhetsförmedlingen i alternativa kanaler inom ramen för denna studie har särskild vikt lagts på faktorer som bidrar till att användarna snabbt informeras om en eventuell allvarlig händelse och/eller får fördjupad och uppdaterad information om händelsen. Ett antal hinder och risker har också identifierats.

Hänvisningar mellan kanaler

När dagstidningar skriver om en allvarlig händelse hinner det vanligtvis hända mer redan innan tidningen nått läsaren. För de tidningar som kompletteras av en uppdaterad webbtjänst är det därför idag ofta naturligt att hänvisa läsarna till fördjupad och/eller uppdaterad information på webben. Men i många fall saknas rutiner och policies för hur detta ska göras, var initiativet ska tas och så vidare. Rutinerna är av vikt också vid andra tillfällen än när det hänt något allvarligt.

Ett exempel på hur servicen till läsarna kan förbättras kommer från Dagens Nyheter: I samband med primärvalen i USA hade papperstidningen en förhandstext. Resultaten skulle komma efter tidningens pressläggning. I papperstidningen hänvisades därför till en text från tidningens USA-korrespondent, som skulle finnas på webben när papperstidningen nådde läsarna.

När det finns rutiner för denna typ av hänvisningar ökar också sannolikheten för att det ska fungera vid allvarliga händelser.

Hänvisningar åt andra hållet, från webb till papper, förekommer regelmässigt på vissa tidningssajter och syftar till att öka intresset för materialet i tidningen. Denna typ av hänvisningar kan passa mindre bra vid allvarliga händelser, eftersom läsaren kan få intrycket att medieföretaget inte publicerar all tillgänglig information på webben.

I TV-mediet förekommer hänvisningar till Text-TV och till webb. Detta utnyttjas exempelvis vid information om stora fel i teleförb-

delserna eller problem med larmnummer. Det har också använts för att presentera namnlistor och liknande vid stora olyckor. Vice versa kan Text-TV och webb användas för att informera om kommande extrasändningar vid allvarliga händelser.

Länkar

Olika medieföretag har olika policies när det gäller länkning till andra webbresurser. Vid allvarliga händelser kan länkar ge dem som är berörda av händelsen viktig information.

Ett par exempel på hur det kan fungera:

- Vid en brand i ett hyreshus i Gävle i februari 2000 länkade Expressen till Radio Gävleborgs sajt. Därmed kunde de som ville följa utvecklingen, kanske därför att någon anhängig bodde i närheten, hela tiden lyssna på den senaste lokala radiosändningen, även om de bodde utanför Gävleborg. Branden var också ett exempel på en lokal händelse som i det första skedet uppmärksammades av riksmidierna, men som inte var tillräckligt dramatisk för att alla skulle rapportera om den slutliga utgången. I sådana lägen är det extra viktigt att de som är berörda av händelsen ges möjlighet att söka information på andra håll.
- Vid gästgäsolyckan i Borlänge i april länkade de lokala tidningssajterna till kommunens informationssida om olyckan. Denna sida utvecklades under veckan efter olyckan till ett omfattande material med information om evakuering och avspärningar, dagrapporter, pressmeddelande, bilder och inbjudningar till informationsmöten. I det första skedet länkade också Dagens Nyheter till Dala-Demokratens nätplats.

- > Vid brandkatastrofen i Göteborg 1998 länkade lokaltidningssajter i andra delar av landet till Göteborgs-Posten. Flera tidningar länkade också till Göteborgs kommuns informationssida.

Innehållspresentationen

Papperstidningen kännetecknas av att ett mycket stort informationsmaterial har strukturerats och presenterats på ett användarvänligt sätt. Läsaren kan snabbt se vad som är viktigast, enkelt få en överblick över innehållet och lätt hitta till de avdelningar som är av särskilt intresse. Att utveckla en motsvarande överskådlig och användarvänlighet på webben är en lång process. Vissa ingredienser är av särskild vikt när det gäller nyhetsförmedlingen vid allvariga händelser.

Prioritering eller tidsordning

Både rena nyhetssajter och andra nätplatser där nyheter är en del av innehållet väljer ofta att presentera det senaste materialet under rubriken "Senaste nytt" eller motsvarande. Ofta visas ett antal nyhetsrubriker med möjlighet att klicka vidare till hela texten. I många fall presenteras dessa nyheter i strikt tidsordning, vilket får två konsekvenser:

- > Materialet blir mindre attraktivt, eftersom de senaste nyheterna inte alltid är de intressantaste.
- > Viktiga nyheter riskerar att falla bort ur innehållsförteckningen och därmed inte uppmärksammas.

Ett exempel på det senare är tågolyckan i Norge i början av april -00, då gasfyllda vagnar spårade ur och började brinna nära Lilleströms station. Olyckan skedde på natten och händelsen var under förmiddagen huvudnyhet i de



norska medierna. Norska Yahoo har, liksom den svenska syskon-sajten, en nyhetssida med rubriker. Där fanns gasbranden med under förmiddagen, men vid lunchtid hade den knuffats ut av senare nyheter.



Möjligheten att presentera nyhetsmaterialet utifrån redaktionella prioriteringar i stället för tidsordning finns idag på flera sajter med "Senaste nytt-rubriker", men används inte alltid. Ett tydligt undantag är senastenytt.com, som mycket medvetet arbetar med att prioritera det viktigaste i sitt nyhetsmaterial.

Missar läsarna nyheterna?

På de flesta nyhetssajter är det möjligt för användarna att bokmärka en speciell avdelning så att de vid nästa besök kan gå direkt till det materialet, utan att gå in på ingångssidan. Det kan gälla sportnyheter, ekonomi, TV-program etcetera. Några sajter, exempelvis Borlänge Tidning, har i huvudet på samtliga avdelningar en rullande text med de viktigaste nyheterna. Därmed får alla besökare en möjlighet att upptäcka nyheter av vikt.

Nyheter under dagen och uppdateringar

Det mesta av nyhetsläsningen på webben sker under dagtid. För många är då de nyheter som presenterats i morgontidningen redan gamla. Motiven att besöka en nyhetssajt ökar alltså avsevärt om det där finns "nya" nyheter och uppföljningar av det som rapporterats tidigare. När det gäller riktsnyheter löser många nyhetssajter detta genom att publicera uppdaterade nyheter från någon innehållsleverantör.

Därmed garanteras att det alltid finns något nytt för varje besökare.

För lokaltidningssajter är det betydligt mer krävande att publicera nyproducerat lokalt material, eftersom detta kräver att tidningsredaktionens medarbetare jobbar på ett nytt sätt. Det krävs också nya sätt att tänka när det gäller nyhetskonkurrensen med andra lokalmedier.

Åtskilliga lokaltidningar nöjer sig därför med att publicera lokala nyheter i efterhand, utom när det hänt något väldigt speciellt. Det finns goda exempel på hur lokaltidningar snabbt kunnat publicera aktuellt material vid större händelser. De båda Gävletidningarna Arbetarbladet, arbetarbladet.se och Gefle Dagblad, gd.se lade ut nyhetstexter "i realtid" när det i februari -00 brann i ett hyreshus i staden.



Om läsarna är vana vid att inte hitta några nyproducerade texter på tidningssajten finns dock risken för att de inte letar där efter mer information, när de får höra att något allvarligt hänt.

Om de däremot vet att det alltid finns något nytt, så är detta ett incitament för att besöken ska öka och därmed också möjligheten att webbanvändarna snabbt får kännedom om allvarliga händelser.

Teknik

Många medieföretag har skaffat sig möjlighet att publicera webbmaterial från externa datorer. Det kan användas på olika sätt; snabba sportreferat från bärbara datorer och mobiltelefon, helgarbete hemifrån, korrespondenttexter och så vidare. Det är också en viktig möjlighet vid allvarliga händelser. Dels bidrar det till snabbhet, dels till säkerhet, eftersom det blir möjligt att publicera texter även om redaktionslokalerna av någon anledning (hot, brand, gasalarm etc.) inte är tillgängliga.

Sårbarhet

Webbmediet är beroende av att tekniken fungerar, av att det finns el och fungerande förbindelser. Driftsäkerheten beror både på de tekniska investeringar som gjorts och på tillgången till teknisk personal när något händer.

Men även om datorerna har ström och fungerar kan det uppstå problem vid allvarliga händelser. Erfarenheterna visar att det är just vid stora nyhetshändelser som besöksrekorden slås. Risken för att serverkapacitet och bandbredd inte ska räcka till är alltså som störst när mediet behövs som bäst. Flera av de större nyhetssajterna har ansträngt sig för att ha god beredskap på detta område, men det ligger utanför ramarna för denna studie att göra en analys av om ansträngningarna är tillräckliga.

En kritisk länk är förbindelsen från medieföretagets servrar till Internet. Få företag har någon alternativ förbindelse och det finns

exempel på att det kan ta lång tid, mer än 12 timmar, för leverantörerna av förbindelsen att åtgärda ett fel.

Till frågorna om sårbarhet hör också risken för att informationen på en nyhetssajt manipuleras utifrån av hackers. Materialet i denna studie ger ingen grund för en bedömning av hur stor den risken är. Vidare finns en risk att utomstående får tillgång till nyhetssajternas publiceringsverktyg, genom att nästla sig in på redaktionerna. Här utgör systemen för publicering från externa datorer en särskild risk.

Kan det bli fel?

Risken för att felaktiga uppgifter ska spridas i nyhetsförmedlingen på nätet är egentligen inte större än för att samma sak ska hända i traditionella medier. Rutinerna, de redaktionella bedömningarna och – i många fall – redaktionerna är de samma för webbpublicering som för traditionella distributionsformer. Detta gäller åtminstone så länge nyhetsförmedlingen på webben domineras av traditionella medieföretag och av nya företag där medarbetarna har erfarenhet av traditionella mediers nyhetsarbete. Men, när det blir fel är hastigheten en riskfaktor. En felaktighet sprids snabbt och dyker upp på många olika ställen.

Ytterligare ett problem är att nyhetsbyråernas material utgör viktiga källor också för nätredaktioner som inte är abonnenter, utan tar del av det på andra mediers nätplatser. Om nyhetsbyråerna skulle råka sända ut en felaktig uppgift nås dessa redaktioner alltså av felaktigheten, men inte nödvändigtvis av rättelsen.

Slutsatser

Bedömningen av vilka förutsättningar Text-TV och webb har för att spela en roll i nyhetsförmedlingen vid allvarliga händelser har delats upp i två områden:

- *Alerteringsfunktionen:* I vilken utsträckning kan människor förväntas få kännedom om en händelse genom dessa kanaler?
- *Fördjupningsfunktionen:* I vilken utsträckning kan de förväntas få fortsatt information om händelsens utveckling genom dessa kanaler?

Alerteringsfunktionen är beroende av vardagsanvändningen av dessa medier. Bara den som använder medierna kan nås av den första informationen om en händelse genom dessa.

Fördjupningsfunktionen är beroende av tillgången till medierna, men också av allmänhetens kännedom om var information står att finna. Gemensamt för bägge funktionerna är att de också är beroende av att information finns tillgänglig i de aktuella medierna.

De relevanta frågorna är alltså i vilken mån svenskarna har tillgång till dessa kanaler, i vilken mån och på vilket sätt de används samt om innehållet i medierna kan ge kännedom och fördjupad information om en eventuell allvarlig händelse.

En mycket stor majoritet av svenskarna har idag tillgång till andra kanaler för nyhetsförmedling än de traditionella:

- 87 procent, eller 6 850 000 personer, har tillgång till Text-TV
- 69 procent, eller 5 430 000 personer, har tillgång till Internet

Nyhetsförmedling genom mobiltelefonen, det vill säga med WAP och SMS, spelar i detta sammanhang en mycket marginell roll, även om förväntningarna inför framtiden är stora.

Varje dag använder många, kanske uppemot hälften, av svenskarna någon av dessa nya kanaler för att söka information:

- 35 procent, eller 2 760 000 personer, tittar på åtminstone någon Text-TV-kanal
- 27 procent, eller 2 120 000 personer använder webben

Webb och Text-TV som första informationskälla – alerteringsfunktionen

Av Text-TV-användarna ser de flesta, minst två tredjedelar eller drygt 1,8 miljoner personer, nyheter på löpsedeln eller på nyhetssidorna.

Motsvarande beräkning går inte att göra för webben. Det saknas en samlad information om antalet besök på nätplatser med nyhetstjänster. För ett antal enskilda sajter finns det besöksstatistik. Att omsätta besökssiffrorna till en siffra på hur många som tar del av nyheter på dessa sajter en vanlig dag låter sig dock inte göras. Orsakerna till detta är flera: Alla besök görs inte på nyhetsidor, många besöker flera olika nyhetssajter och det är inte säkert att alla uppmärksammar nyheterna på sidor där de tittar efter något annat.

Både Text-TV och webb är snabba medier, sammanlänkade i realtid med det nationella nyhetsflödet genom nyhetsbyråerna och genom närheten till de traditionella nyhetsredaktionerna. Vid en allvarlig händelse finns det förutsättningar för att information ska finnas ute på Text-TV och webb inom tio minuter efter exempelvis ett flash-telegram från TT.

Förutsättningarna är dock olika vid olika tider på dygnet. Nattetid är det bara ett fåtal webbredaktioner som är bemannade, nämligen aftonbladet.se och expressen.se. Dagens Nyheters redaktion är stängd mellan klockan 02 och 06, men har ett larmsystem. SVT-text har sin redaktion bemannad dygnet runt och Text-TV-nyheter kan publiceras på webben, även under tider när de inte finns tillgängliga i TV-sändning. TT levererar nyheter dygnet runt i sin webbtjänst, som finns återpublicerad på en rad nätplatser. FLT har

planer på dygnet-runt-leverans. TV5s Text-TV uppdateras dygnet runt av Aftonbladet.

Under dagtid är Text-TV-redaktionerna och de större webbredaktioner ständigt bemannade. Frågetecken finns dock för med vilken snabbhet nyheterna uppdateras på några av de sajter som vidareförmedlar nyheter.

Medieanvändningen varierar också över dygnet. De stora nyhetssajtarnas trafik är som mest intensiv under kontorstid, då övrig mediekonsumtion är ganska låg. Därmed ökar sannolikheten för att webben under denna tid ska vara den första källan till information om en allvarlig händelse. Den som surfar på dagtid gör det vanligtvis från arbetet eller skolan och har därför vanligtvis andra omkring sig. Vid en allvarlig händelse har denna grupp alltså förutsättningar att fungera som vidareförmedlare.

På kvällstid är webbanvändningen högre, men besöken på nyhetssajterna färre. Samtidigt är detta den tid då huvuddelen av Text-TV-konsumtionen infaller. Med över 2,5 miljoner läsare är potentialen för mediets alerteringsfunktion betydande.

Nattetid är all mediekonsumtion låg. På webben svarar läsare i utlandet för en inte obetydlig del av trafiken under dessa timmar, samtidigt som den marksända Text-TV:n inte är tillgänglig. De alternativa kanalernas alerteringsfunktion kan därför sägas vara obetydlig nattetid.

Användarna kan själva öka de alternativa kanalernas alerteringsfunktion. Både i Text-TV och på webben finns det möjlighet att välja funktioner som gör att nyheterna exponeras för användaren just när de publiceras. Hur många som använder dessa funktioner är inte känt.

Sammanfattningsvis är det alltså en avsevärd del av svenskarna som kan komma att få en första kännedom om en allvarlig händelse genom webb och Text-TV. Den fortsatta ökningen av Internettillgång och webbanvändning innebär att webbens alerteringsfunktion hela tiden förstärks. De tecken som finns på nya användarmönster –

att läsarna går in oftare på nyhetssajter för att kolla om det hänt något – pekar i samma riktning.

Totalt sett spelar dock Text-TV fortfarande en viktigare roll än webben. Ungdomarnas stora och ökande Text-TV-läsning tyder på att mediet fortsatt kommer att vara betydelsefullt.

Följ utvecklingen på webben?

Den som är berörd av en allvarlig händelse har goda förutsättningar att hitta fördjupad och uppdaterad information i de alternativa kanalerna, särskilt på webben. Mediets styrkor; obegränsat utrymme, läsning i egen takt, möjlighet till information i text-, bild-, ljud- och videoformat och möjlighet till länkning; gör det också särskilt lämpligt för denna typ av kommunikation. Detta visades till exempel på ett tydligt sätt vid gastågsolyckan i Borlänge.

Men det finns också svagheter: Webben förutsätter tillgång till utrustning, el och fungerande förbindelser till Internet. Dessutom måste användarna veta var det ska finna information.

Så länge en händelse är i centrum för riksmédiernas intresse hittar webbanvändare information på de stora nyhetssajterna. Dessa sajter är välkända.¹² Men när riksintresset minskar kan behovet av fortsatt information ändå vara stort på det lokala planet. Då kan bristande kännedom om lokala webbresurser bli ett hinder, liksom det faktum att det inte är på alla håll i landet som medier erbjuder uppdaterade lokalnyheter på webben.

Denna funktion kan förbättras, bland annat genom att:

- > Riksmédier blir bättre på att länka till lokala medier
- > Lokala medier blir bättre på att publicera uppdaterade nyheter
- > De traditionella medierna blir bättre på att hänvisa till webben.

Text-TV har begränsade möjligheter att ge fördjupad information om en allvarlig händelse. Mediets tekniska begränsningar och karaktär av riksmédium är kanske de viktigaste orsakerna till detta.

Däremot har mediet en väldig styrka i det att en TV-tittare som i nyhetssändningarna tar del av en allvarlig händelse kan gå in på Text-TV för att i egen takt ta till sig nyheten. Detta kan vara särskilt viktigt vid händelser som innebär starka känslomässiga påfrestningar.

Denna funktion förstärks om det finns rutiner för att säkerställa att nyheter om allvarliga händelser finns utlagda på Text-TV samtidigt som de presenteras i TV-sändningen.

Framtiden

Webben är fortfarande ett ungt medium i stark förändring. Detaljerna kring nyhetsförmedlingen på webben är kanske oklara, men riktningen är tydlig: Ökad tillgång, fler användare, livligare användning, fler besök på nätplatser med nyhetstjänster.

Samtidigt som utvecklingen är snabb visar statistiken för Text-TV-användningen att ett nytt medium kan fortsätta att växa länge.

Kunskapen om nyhetsläsningen i dessa medier är fortfarande mycket liten. För att komma vidare behövs undersökningar där frågorna ställs till nyhetsläsarna själva.



I arbetet med denna rapport har företrädare för följande medieföretag intervjuats:

- Sveriges Television
- TV4
- Sveriges Radio
- TT
- FLT
- Senastenytt.com
- Svenska CNN
- 25timmar
- Aftonbladet
- Expressen
- Dagens Nyheter
- 24timmar
- Kringelstaden
- Västerbottens-Kuriren
- Sundsvalls Tidning
- Gefle Dagblad
- Arbetarbladet
- Dala-Demokraten
- Falu-Kuriren
- Borlänge Tidning
- Bergslagsposten
- Nerikes Allehanda
- Göteborgs-Posten
- Barometern
- Blekinge Läns Tidning
- Arbetet

Datorn blir allt vanligare som informationskanal i en krissituation. Nyheter kan tex. levereras som e-post, via webbradio eller som nyhetsbevakare på datorns skrivbord. Syftet med studien *Nya vägar för nyheter* är att undersöka vilka förutsättningar som medieföretag har att förmedla viktig information och nyheter vid samhällsstörningar via webb, text-TV och andra alternativa kanaler.

Styrelsen för psykologiskt försvar (SPF) följer och analyserar massmedieutvecklingen ur ett beredskapsperspektiv. *Nya vägar för nyheter* är initierad av medierådet vid SPF. Medierådet är ett forum för dialog och samråd mellan medieföretag och myndigheter angående utvecklingen av mediers beredskap.

Om författaren:

Magnus Liljeström är journalist med erfarenhet från nyhetsmedia och har även arbetat med utveckling och administration av webbplatser.

K Denna rapport är den sjätte i en av SPF nyligen bildad utbildningsserie. Avsikten med denna serie är att ge råd och rekommendationer till myndigheter, organisationer och företag om hur de kan informera vid svåra påfrestningar i samhället.

Utgiven av Styrelsen för psykologiskt försvar
Stockholm juni 2000