

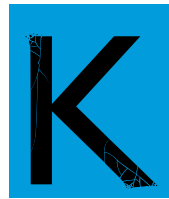
XII



# Terrorns dag i medierna

Nyhetsförmedlingen dygnet  
efter terrorattackerna den  
11 september 2001

Utbildningsserie nr 12  
Sara Morge och Malin Modh



# Terrorns dag i medierna

Nyhetsförmedlingen dygnet efter  
terrorattackerna den 11 september 2001

Utbildningsserie nr 12

Sara Morge och Malin Modh



## Förord

När USA utsattes för flera terrorattacker den 11 september sattes även svenska medier på prov. I denna studie beskrivs svenska medieföretags nyhetsförmedling det första dygnet efter händelserna. Syftet med studien är att gå igenom de extraåtgärder som några av de största medieföretagen i Sverige gjorde dygnet efter händelserna i USA den 11 september 2001. Den tar även upp allmänhetens förändrade mediekonsumtion dygnet efter händelsen.

Behovet av snabba nyheter avspeglades bland annat i trycket på de svenska nyhetssajterna. Studien omfattar svenska internettidningar, TV, radio och press.

Undersökningen kartlägger inte innehållet i medierna som argument, debattörer och ordval. Styrelsen för psykologiskt försvar har tidigare genomfört en enkätundersökning om vilka nyhetskanaler som svenskarna valde dygnet efter terrorattackerna den 11 september. Undersökningen återfinns som bilaga.

En av Styrelsen för psykologiskt försvars uppgifter är att följa och analysera utvecklingen av beredskapsfrågor samlat för hela massmedieområdet.

Styrelsen för psykologiskt försvar fungerar även som samrådsorgan i frågor om beredskap för massmedieområdet inför svåra påfrestningar på samhället i fred och höjd beredskap. Detta sker mot bakgrund av det psykologiska försvarets övergripande verksamhetsmål att verka för en korrekt, allsidig

och snabb nyhetstjänst vid höjd beredskap. SPF utför dessa uppgifter enligt gällande lag och sändningstillstånd och efter samråd med medieföretag.

Styrelsen för psykologiskt försvar rådgör med ett medieråd som träffas regelbundet. Medierådet är ett forum för dialog mellan medieföretag, organisationer och myndigheter om utvecklingen av mediers beredskap.

De medieorganisationer som ingår i rådet är för tillfället Sveriges Radio, Sveriges Television, TV4, Teracom, TT, Radioutgivareföreningen och Tidningsutgivarna.

Det är SPF:s förhoppning att "Terrorns dag i medierna" skall kunna ge både medieföretag och myndigheter ett beredskaps- och säkerhetsperspektiv på nyhetsförmedling vid en plötslig katastrof. Undersökningen är genomförd som en snabbstudie vid avdelningen för informationsberedskap.

Malin Modh

Avdelningsdirektör informationsberedskap

Handläggare för mediers beredskap

Styrelsen för psykologiskt försvar

## Terrorns dag i medierna

Det är svårt att tänka sig en snabbare nyhetsförmedling än den kring terrordådet mot USA den 11 september 2001.

Flera radio- och TV-stationer på plats i New York rapporterade om flygkraschen i World Trade Center i direktsändning. Sällan tidigare har svenskarna nåtts av nyheten om en oväntad och plötslig katastrof så fort som vid terrorattacken mot USA den 11 september 2001. På mindre än två timmar hade nästan alla svenskar, åttio procent, nåtts av nyheten att USA hade utsatts för ett attentat.

Vid en samhällspåfrestning eller stor katastrof är medborgarnas behov av information extra stort och kraven på snabb och korrekt nyhetsförmedling blir högre än vanligt. Den här studien går igenom de extraåtgärder som några av de största medieföretagen i Sverige gjorde dygnet efter händelserna i USA den 11 september 2001. Den tar även upp allmänhetens förändrade mediekonsumtion dygnet efter händelsen.

Studien baseras bland annat på intervjuer med medieföretag och nyhetsartiklar från branschpress samt en undersökning om svenskars informationsinhämtning dygnet efter terrorattacken gjord av Styrelsen för psykologiskt försvar (SE BILAGA 4) och en mediekonsumtionsstudie gjord av RUAB. Nedan följer en beskrivning av de åtgärder som svenska radio, tv, tidnings- och internetnyhetsföretag gjorde dygnet efter attacken mot USA.



### Terrordåden startskott till flera hektiska dygn på svenska redaktioner.

För de svenska nyhetsmedierna blev TT- flashen klockan 14.57 den 11 september början till några mycket hektiska nyhetsdygn.

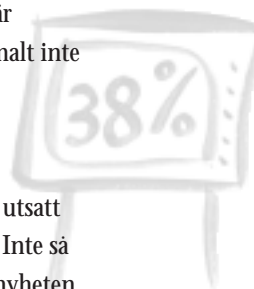
TV- och radiotabläer gjordes om, tidningar fick ändrat utseende, servrar kraschade och internetredaktionerna tvingades vidta extra åtgärder för att klara anstormingen på hemsidorna.

Kommersiella intressen fick stå åt sidan i de flesta medier när annonser flyttades eller togs bort. Flera medieföretag som normalt inte förmedlar nyheter tog flera nya initiativ.

### TV-tittandet ökade dramatiskt

Den allra största andelen svenskar fick först reda på att USA var utsatt för en katastrof genom en TV-apparat som stod på någonstans. Inte så långt ifrån hälften (38 procent) fick enligt SPF:s undersökning nyheten genom TV. Bara på julafton tittar det svenska folket så mycket på TV som de sedan gjorde den 11 och 12 september 2001.

Svenskarna tittade på TV närmare en tre kvarts timme längre än de hade gjort dagarna innan. Det totala TV-tittandet ökade från 137 minuter per svensk den 10 september till 179 minuter per svensk den 11 september. Den 12 september var tittandet uppe i 178 minuter. Fyran hade sin topp på tisdagen då räckvidden låg på 60 procent. Under onsdagen såg 68 procent av befolkningen över tre år på någon av SVT:s sändningar (KÄLLA: SVT). TV som medium ökade sin räckvidd med 20 procent enligt mediemätningföretaget RUAB:s undersökning.



### Nyhetsstittandet dominerade

Under tisdagen och onsdagen dominerades TV-tittandet helt av nyheter. På topplistan över de tio mest sedda programmen finns bara nyhetsprogram. Det mest sedda nyhetsprogrammet under de två hektiska dagarna efter attentatet var *Rapports* ordinarie 19.30-sändning på onsdagen som hade 2,2 miljoner tittare.

På tisdagen såg 1,9 miljoner människor på TV4:s extrainsatta nyheter mellan klockan 20.45-21.00. (KÄLLA: TV4).

### SVT:s digitala tv-sändningar snabbare än de analoga

Klockan 14.57 fick nyhetsredaktionerna på SVT den första rapporten från New York om att ett flygplan hade kraschat in i ena skyskrapan i World Trade Center.

SVT 24 toppade då sin digitala sändning klockan 15.00 med nyheten. Klockan 15.11 stod det klart att ytterligare ett plan hade flugit in i det andra tornet och att det inte handlade om en olycka.

Då gick SVT ut med sin första extrasändning klockan 15.25. Det var första gången som SVT:s tittare i det analoga nätet kunde höra nyheten.

– Vi bröt ordinarie program och hade en femminuterssändning där vi berättade allt vi visste, säger Jan Axelsson, chef för Sveriges Televisions centrala nyhetsdesk.

### SVT slog ihop de tre nyhetsredaktionerna

Under de första 24 timmarna efter SVT:s första extra nyhetssändning sände SVT:s analoga kanaler sammanlagt 22 timmar och 42 minuter om terrorattackerna. Vid nyhetshändelser av den här digniteten upphävs SVT:s ordinarie publiceringspolicy och handlingsplanen är att omedelbart lägga ut SVT 24 i det analoga nätet. De tre nyhetsredaktionerna

*Aktuellt, Rapport* och SVT 24 ska jobba som en redaktion och fördela resurserna mellan sig på bästa sätt. Det här var första gången SVT gjorde en så omfattande samordning mellan sina olika nyhetsprogram.

– Den redaktionella organisationen fungerade mycket bra, summerar Jan Axelsson. Efter den första extrasändningen hade SVT ett nyhets-uppehåll då de återgick till ordinarie program, något som Jan Axelsson ångrar;

– Vi borde ha låtit SVT 24 ligga ute hela tiden. Visserligen var vi sändningsberedda och hade kunnat gå i sändning med 30 sekunders varsel om något nytt hade hänt, men så här i efterhand känns det ändå fel att vi inte fortsatte sända nyheter, säger Jan Axelsson.

### En av SVT-kanalerna blir en renodlad nyhetskanal

Den 11 och 12 september valde SVT att sända *Rapport* och *Aktuellt* i olika kanaler som vanligt. Detta ledde till att extrasändningarna om katastrofen flyttades mellan kanalerna. För detta fick SVT kritik.

Nu planerar SVT att låta en av kanalerna bli renodlad nyhetskanal vid en liknande påfrestning, berättar Jan Axelsson:

– Det gav en splittrad bild av nyhetsförmedlingen. I fortsättningen kommer vi att rensa en kanal helt och bara köra nyheter där. Då blir det en tydlig och mer enhetlig inramning mellan de stora nyhetssändningarna. Troligen blir det ettan eftersom det bara går att köra riksprogram där. Tvåan vigs då åt regionala sändningar och övrigt programmaterial, säger Jan Axelsson.

SVT ändrade sina tablåer under hela veckan fram till och med lördag morgon. De program i SVT som i huvudsak handlade om terrorattacker mot USA fram till återgången till ordinarie tablå återfinns i en bilaga i slutet av studien (bilaga 1).

### Trettio helsidor det första dygnet på SVT text

– Vi lade ut första nyheten om att ett flygplan hade kolliderat med en av skraporna på World Trade Center 14.57. En kvart senare klockan 15.13 hade vi en helsida som ganska väl täckte vad som hade hänt, berättar Anna Rütting, chef för SVT TEXT.

Under det första dygnet publicerade SVT TEXT sammanlagt 30 helsidor med både inrikes- och utrikesnyheter om terrorrådet. Sidorna uppdaterades ständigt med senaste nytt.

Extraåtgärder som vidtogs var att ha dubbel bemanning nattetid (normalt jobbar en redaktör ensam) och en extra redaktör vid dagtid.

– Tyvärr gjordes ingen särskild tittar- / läsundersökning i samband med det här. Men vi vet av andra publiksiffror att vi har 2,5 miljoner unika användare varje dag, säger Anna Rütting.

### TV4 tog bort reklamen

Den 11 och 12 september sände TV4 NYHETERNA 49 sändningar om terrorattackerna. Sammanlagt 40 extra medarbetare hade kallats in för att förstärka rapporteringen. Fyran hade en första ordinarie nyhetssändning klockan 15.00. Där fanns nyheten om terrorattacken med.

En halvtimme senare klockan 15.30 hölls ett snabbinkallat möte under ledning av programdirektör Jan Scherman. Där beslutades att en informationstext om nästa nyhetssändning skulle läggas ut som rulltext på rutan under pågående sändning.

De beslutade också att lägga ut en extra nyhetssändning i nästa sändningsskarv mellan programmen.

Nyheterens första extrasändning kom igång klockan 15.50. Ytterligare en extrasändning sattes in klockan 16.20. All personal som fanns inne fick lägga bort det de hade för händerna samtidigt som extrapersonal ringdes in. En länkbuss som skulle användas för sportbevakning

kallades hem för att kunna tas i bruk. Vid ett nytt möte klockan 16.00 beslutades att:

- kvällens ordinarie tablå skulle bytas ut.
- nyheter skulle sändas så fort det fanns något att rapportera.
- CNN skulle ligga ute mellan nyhetssändningarna.
- ett kommenterande program om attackerna skulle sättas in med programledarna Malou von Sivers och Lennart Ekdal.
- all reklam skulle tas bort fram till klockan 12.00 på onsdagen.



Eftersom det var för sent att skicka ut tablåändringarna till tidningar så sände informationsavdelningen ut ett pressmeddelande om de beslutade ändringarna, samtidigt som de ringde runt till de största tidningarnas nätreddaktioner. Tablåändringarna lades även ut på TV4:S TEXT-TV och på tv4.se.

Klockan 18 höll krisgruppen ett nytt möte då det beslutades om en dygnet-runt-bemannning och att sändningarna skulle fortsätta hela natten fram till *Nyhetsmorgon*. Det togs också beslut om att lyfta allt annat programinnehåll i *Nyhetsmorgon* och bara ägna sändningen åt terrorattackerna. Nästa morgon på onsdagen beslutade krisgruppen vid sitt morgonmöte att köra nyheter och CNN fram till klockan 12.00 och därefter återgå till ordinarie tablå, dock med fortsatta extra nyhetssändningar.

– Vi har en utarbetad krisplan för sådana här händelser, med larmlistor och en krisgrupp som leds av programdirektören. Allt fungerade planenligt. Det vi gjorde utöver planen var att vi lade in CNN mellan nyhetssändningarna, ett drag som vi är mycket nöjda med, säger Eva Franchell, *informationschef* på TV4.

CNN hade innan attacken mot USA knappt mätbart tittande i Sverige. Fyrans ändrade tablå återfinns i en bilaga (BILAGA 2) i slutet av rapporten.



### TV3 valde bort Die Hard och program om New York.

Även kabel-tv-företagen gjorde flera ändringar i sitt utbud till följd av flygplanskrascherna i USA den 11 september. Viasat Broadcasting där TV3, ZTV, TV6, TV8, VIASAT SPORT, TV 1000 och TV 1000 CINEMA ingår gjorde varierande förändringar beroende på kanal. Till skillnad från TV4 valde Viasat att behålla reklamen, berättar Marianne Djudic *presschef* för Viasat Broadcasting.

– För oss var det aldrig aktuellt att helt ta bort reklamen, däremot ringde vi runt till annonsörerna för att höra vilka önskemål de hade, säger Marianne Djudic.

TV3 valde att huvudsakligen hålla fast vid sin ordinarie tablå. De ändringar som gjordes var att alla program som handlade om New York togs bort, liksom filmerna *Die Hard* och *Inferno*. Den 11 september hade TV3 två extrainsatta program.

Det första var nyheter från TV3 DIREKT (105.000 tittare) klockan 16.35 och det andra ett 45 minuter långt TV3 DIREKT med Robert Aschberg klockan 23.15. Programmet hade 150 000 tittare. På söndagen sände TV3 galan *A tribute to Heroes*, en två timmar lång gala till förmån för de omkomnas anhöriga.

### Musikvideos hellre än program på ZTV

ZTV lade om sin tablå och visade bara musikvideor fram till klockan 19.30 på onsdagen. Då återgick de till ordinarie tablå med undantag av gamla repriserna av *Late Show* med David Letterman som utgick onsdag, torsdag och fredag.

– Den lättsamma tonen i de program vi brukar sända på ZTV rimmade illa med den stämning som rådde, förklarar Marianne Djudic.

Konkurrenten MTV valde att i stället för vanliga musiknyheter i MTV NEWS sända intervjuer med ungdomar på plats i New York.

### Villa Medusa opassande ansåg Kanal 5

Av respekt för det inträffade valde KANAL 5 att flytta på amerikanska "sitcoms", New York-inspirerade program och Villa Medusa.

Reklamen kontrollerades och det som kändes stötande i sammanhanget togs bort. KANAL 5 har inga egna nyheter och hade därför inga extra nyhetssändningar. Däremot informerade kanalen tittarna fortlöpande under kvällen om de tablåförändringar man skulle göra med tanke på det som inträffat. Det enda extrainsatta programmet som KANAL 5 sände var stödgalan som de sände på lördagkvällen i sin helhet och utan reklamavbrott. Femman har haft vissa funderingar på att kunna distribuera brittiska Sky News nyhetssändningar under dagtid.

### Eurosports tittare fick följa nyheten på annat sätt

Eurosports tittare fick inte veta vad som hade hänt förrän de bytte kanal. När terrorattackerna inträffade pågick en direktsändning av Spanien runt.

Eurosport gjorde inga tablåförändringar på eget initiativ. Däremot var det många sportevenemang som ställdes in och förändrade tablån.

### Många svenskar slog på radion

Många svenskar nåddes av nyheten först via radio. En knapp tredjedel av de tillfrågade i SPF:s enkät uppger att de fick nyheten först via radio. De kommande dygnet ökade också radio som medium sin räckvidd med sex procent enligt RUAB:s mätning. Lyssnandet ökade totalt från ett genomsnitt på vardagar på 80 procent en vanlig dag till 86 procent den 11 september. Sveriges Radio ökade sin räckvidd något medan de kommersiella stationerna tappade en aning tillfälligt.

Både Sveriges Radio och reklamradion gjorde stora förändringar i programmen. Sveriges Radio förändrade sin tablå radikalt



genom att slå ihop kanalerna P1 och P4 och ägna de sammanslagna kanalernas sändningar helt åt nyhetsrapporteringen.

De flesta reklamradiostationer sände extranyheter i varierande utsträckning och valde dessutom att hålla en lägre profil än vanligt i programmen och musikvalen.

### Sveriges Radio P1 och P4 slogs ihop till en kanal

Ekot fick veta vad som hade hänt från sin korrespondent på plats i New York strax före klockan 15.00. I *Ekots* 15-sändning fanns korrespondenten med i direktsändning.

När det andra planet kraschade in i skyskrapa nummer två beslutade Sveriges Radio att bryta ordinarie sändningar. Klockan 15.26 gick *Ekot* ut med en nyhetsflash i P3. Samtidigt började de att ringa in extra folk. *Ekochefen* Staffan Sonning gissar att det totalt var ett 15-tal personer som extrainkallades; viljan att ställa upp var stor.

– Problemet var inte att få in mer personal, svårigheten var snarare att få dem att gå hem, minns Staffan Sonning.

P4-programmet *Efter Tre* hade direktrapporter från Anders Ask och Cecilia Uddén från klockan 15.33 och framåt. Vid ett snabbinkallat möte klockan kvart i fyra beslutade Sveriges Radio att helt rensa tablåerna i P1 och P4 från och med 16-*Ekot* och samsända fram till midnatt. För samsändningen stod *Ekoredaktionen* och P1:s samhällsredaktion.

I ungdomskanalen P3 anpassades de ordinarie programmets form och innehåll fram till klockan 21.00. Därefter ersattes ordinarie program med en specialsändning fram till midnatt. Från midnatt sände *Efter 3* ett specialprogram i både P3 och P4. Det beslutades även att *Ekot* skulle sända tio minuter varje helslag från klockan 19.00 i samtliga kanaler. Vid *Ekots* utrikesdesk jobbade Fredrik Kullberg under natten mot onsdagen:



– Jobbet var väldigt rörigt under natten. Det kom flash på flash från nyhetsbyråerna och det gällde att sortera bland alla obekräftade uppgifter. Men jag tycker att slutresultat blev bra, trots röran säger han i en artikel på Journalistens hemsida den 12 september.

### Fortsatta förändringar även på onsdag

På onsdagen i P1 sändes extrainsatt specialprogram av P1-morgon. P4 riksrensade sin tablå för specialprogrammet av P1-morgon och Ekot sände förlängda nyheter. P4 riksände sedan programmet efter klockan 15.05 - 16.00 med nyhetsuppdateringar från Ekot samt programmet *Karlavagnen Special* mellan klockan 22.10 och 24.00 med panel och telefonväkteri och utrikesredaktör från Ekot.

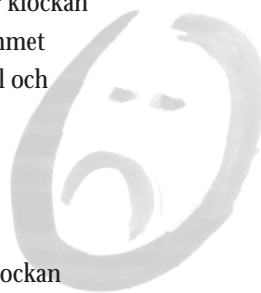
### Onsdagen ingen rolig dag för

#### P3:s humorprogram som fick utgå

I P3 förlängdes programmet *Morgonpasset* med en timme till klockan 10.00 (06.00-10.00) och hade anpassad musik, intervjuer, nyhetssammanfattningar och förlängda *Ekosändningar*.

I stället för P3:s underhållningsprogram som brukar sändas fram till lunch valde Sveriges Radio att i stället sända en musikblandning mellan klockan tio och tolv. Ett förlängt Folkradion sände sedan mellan klockan 12.00 och 15.00 och hade nyhetsuppdateringar från Ekot.

Ungdomsprogrammet Ketchup sände på sin ordinarie tid (15.00 - 17.00) med BRIS-representanter i studion och BRIS-folk i en telefonsluss. Mellan 17.00 -18.00 sattes återigen en musikmix in och kvällsprogrammet *Frank* gjorde sedan en specialsändning med intervjuer och lyssnarkontakter mellan klockan 18.00 och 21.00. P3-kvällen avslutades med ett nyinsatt program "Annika Lantz - ring in" fram till midnatt och som även hade en telegramredaktör från Ekot.



Sveriges Radio hade ändrade tablåer fram till och med torsdagen den 13 september klockan 10.00. Då gick SR tillbaka till normal tablå med hög beredskap med undantag för P1 som fortfarande hade vissa ändringar. Ekots förändrade sändningar för onsdagen och P1:s programförändringar för torsdagen återfinns i bilaga tre i slutet av studien.

### Bästa exemplet i Sveriges Radios historia tyckte Ekochefen

Sveriges Radio har en beredskapsplan för att kunna sända vid svåra påfrestningar på samhället och vid höjd beredskap. Däremot har SR ingen formulerad redaktionell krisplan för sådana här händelser.

Den strikt formella redaktionella krisplan som finns gäller konstitutionellt dödsfall men den är inte annat än i delar tillämpbar på andra kriser. Det finns dock hög beredskap för att rensa tablån i P1. Att tablån rensas i P4 hör dock till extrema undantag. Enligt Staffan Sonning fungerade ändå allting helt perfekt.

– Det här är det bästa exemplet i historien på hur SR DIREKT agerade rätt. Vi borde försöka skriva ned det här som en modell för hur vi ska arbeta, säger Staffan Sonning.

### Flera kommersiella radiostationer sände extranyheter

Reklamradiostationerna valde genomgående att hålla en lägre profil än vanligt. Några stationer satte in extra nyhetsändningar, hade telefonväkterier och behöll programledare på annars obemannade tider. Reklamen och musikutbudet sågs över och tävlingar utgick.

Reklam för flygbolag och resor till New York togs bort, liksom låtar i stil med "Burning down the house", "What if a plane crashed down" och "New York, New York". Samtliga reklamradiostationerna följde även EU-manifestationen och antingen tystnade helt eller sände lugnt vägskvalp i tre minuter fredagen den 14 september klockan 12.00.

Sverige hade under hösten 2001 totalt 83 kommersiella radiostationer. De radiostationer som har intervjuats i denna undersökning är nätverken MIX MEGAPOL (13 stationer), RIX FM (25 stationer), NRJ (21 stationer) samt radiostationerna RADIO CITY i Stockholm som ingår i nätverket CITY 3 (STHLM, GBG, MALMÖ) och RADIO MATCH i Jönköping. MIX MEGAPOL sände flera extranyheter berättar radionätverkets *vd* och *programchef* Lars-Göran Nilsson:

– Vi gick ut med nyheten strax efter klockan tre. Därefter hölls lyssnarna uppdaterade om vad som hände och vi hade extra nyhetssändningar. Normalt sänder vi inga nyheter efter klockan 18 men under de första dygnet körde vi nyheter varje timme hela natten, säger Lars-Göran Nilsson.

Onsdagens morgonshow i MIX MEGAPOL bestod av ett telefonväckeri kring händelserna i USA. På helgen togs även extrapersonal in i fall någonting mer skulle hända.

Även nätverket Rix fm satte in extranyheter. RIX FM:s lyssnare fick veta vad som hade hänt i en extra nyhetssändning klockan 16.00. Därefter sände stationen nyheter varje halvtimme. RADIO CITY i Stockholm hade normalt inga nyheter på dagarna men stationen kände att det blev nödvändigt veckan efter flygattacken mot USA. De köpte in extranyheter från TT.

– Våra lyssnare fick höra nyheten i en extrainsatt TT-sändning klockan 16.00. På onsdagen valde vi att köra egna nyheter samtidigt som vi fortsatte med TT varje hel- och halvtimme. Normalt har vi inga nyheter alls på dagarna, berättar *programchef* Jocke Ljungberg.

Efter klockan 18.00 fanns ingen bemanning på RADIO CITY i Stockholm och därmed ingen nyhetsuppdatering. Tävlingar togs bort helt under två dagar och de extra nyhetssändningarna fortsatte hela veckan.

### Radio Match i Jönköping ett exempel på aktiv kommersiell lokalradio

RADIO MATCH i Jönköping valde att satsa relativt mycket på att själva bevaka händelsen. Stationens lyssnare fick veta vad som hade hänt vid TT:s nyhetssändning klockan 15.00. Därefter lades tablan om enligt RADIO MATCH i Jönköpings *programchef* Gunilla Bunnvik;

– Istället för ”käckta inslag” rapporterade vi kontinuerligt om vad som hände. Vi hade turen att ganska omgående komma fram på telefon till New York och hade en egen telefonintervju med en person på plats, berättar Gunilla Bunnvik. En reporter på stationen arbetade hela tiden med händelseutvecklingen i USA och under den vanligtvis obemannade kvällen fanns det en programledare på plats för att hålla lyssnarna uppdaterade. Alla planerade tävlingar ställdes in under veckan.

– Hela veckan kretsade allt kring det här, säger Gunilla Bunnvik.

### NRJ höll låg profil utan nyheter

Första gången då NRJ:s lyssnare fick höra om händelserna i USA i sin radiokanal var på tisdagen först någon gång mellan klockan 17 och 18 då programledaren nämnde det inträffade.

– Vi hade inte resurser att göra något vettigt och tyckte att det var bättre att inte göra något alls då. Istället höll vi bara en låg profil, tog bort tävlingar och såg över reklam och musik. Självklart pratade programledaren lite om det på onsdagsmorgonen, men vid det stannade det, förklarar *programdirektör* Daniel Åkerman.

Radioutgivarföreningen, den kommersiella radions branschorganisation, funderar efter attackerna mot USA den 11 september på hur reklamradion ska förhålla sig om det händer liknande större katastrofer i framtiden.

– Vi kanske ska rekommendera stationerna att ha viss nedtonad

anpassad musik i beredskap. Det kan behövas en planering även för situationer som innebär kris i samhället eller nationell sorg, säger Christer Jungeryd, vd för Radioutgivareföreningen.

### Hårt tryck på nyhetssajter på Internet

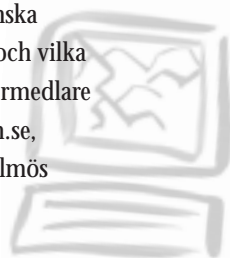
Från klockan tre på tisdagseftermiddagen och framåt anstormades svenska nyhetssajter av besökare. De flesta stora svenska nyhetssidor mångdubblade också sina besökarantal jämfört med en normal vardag. På några av de största sajterna överträffades sedan tisdagens besöksrekord redan på onsdagen.

Det var inte så många som fick nyheten allra först via nätet. Däremot blev Internet en viktig kanal för att inhämta ytterligare information, i synnerhet bland yngre svenskar.

Var fjärde person mellan 18 och 24 år sökte mer information om händelsen på Internet och var tionde svensk i alla åldrar uppger att de följde nyheten under det första dygnet via Internet. Det framgår av den enkät som Styrelsen för psykologiskt försvar lät genomföra veckan efter attacken.

Många personer gick in på samma hemsidor flera gånger samma dag och antalet besökare mångdubblades. Däremot mångdubblades inte antal unika besökare. En RUAB-undersökning visar att Internet ökade med sex procent i räckvidd.

En redovisning av antalet besökare enligt medieföretagens egna uppgifter är ändå intressant i sammanhanget och illustrerar väl trycket på nätet. SPF har därför låtit intervjua ett par av de största svenska nyhetsförmedlarna på nätet om hur många besökare de hade och vilka extraåtgärder de gjorde för att klara av alla besök. De nyhetsförmedlare på nätet som ingår i studien är [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se), [expressen.se](http://expressen.se), [dn.se](http://dn.se), [svd.se](http://svd.se), [di.se](http://di.se), [tv4.se](http://tv4.se) samt lokaltidningarna i Göteborg och Malmö



webbplatser [gp.se](http://gp.se) och [sydsvenskan.se](http://sydsvenskan.se). Frågan är hur många fler svenskar det är som faktiskt kunde följa händelsen via nätet. Flera svenska nyhetssajter fick problem med överbelastning under det första dygnet efter flygplansattackerna mot USA den 11 september.

Enligt [vision.se](http://vision.se) havererade i stort sett alla stora nyhetssajter i världen t.ex. [cnn.com](http://cnn.com), [bbc.com](http://bbc.com) och [sky.com](http://sky.com). De största svenska sajterna hade också problem även om många var snabba och lade ut bantade versioner av sina sidor utan reklam och bilder.

### Fyra gånger fler sidhämtningar än normalt på [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se)

En dryg halvtimme efter den första rapporten om flygplanskraschen, klockan 15,30 på tisdagen var antalet sidförfrågningar på [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se) fyra gånger fler än normalt. Totalt fick [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se) 1 242 000 besök under tisdagen den 11 september. På onsdagen den 12 september hade de 1 429 000 besök. Aftonbladet nya mediers chefredaktör Kalle Jungkvist drar följande slutsatser när det gäller besöksrekorden:

– Nätet är idag inte bara en primär nyhetskälla utan man går även hit för att få kommentarer analys och debatt, säger Kalle Jungkvist.

Trafiken på [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se) fortsatte att vara hög även under resten av veckan och de hade runt 1,1 miljoner besök per dag.

Veckan dessförinnan hade besöksnivån legat på 775 000 besök om dagen. Den enskilt mest lästa artikeln på [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se) under tisdagen hade 409 000 besök, vilket är 150 procent mer än det tidigare rekordet.

Aftonbladet.se klarade den stora anstorm-



ningen genom att skära ned sajten vid tretiden på tisdagen. Annonser och bilder på startsidan ransonerades. Kvart i fyra lade de ut en mycket nedbantad version av förstasidan och tog bort pilramen och alla annonser. Även under onsdagen var startsidan nedskuren och utan annonser.

### Fördubblat antal besökare sänkte flera svenska nyhetsajter

Även [expressen.se](http://expressen.se) fick dubbelt antal besök. Den hade 400 000 besök på tisdagen och 600 000 besök på onsdagen. Normalsiffran innan attackerna låg på 200 000 besök per dag. [Expressen.se](http://Expressen.se) kunde också berätta om en ökad räckvidd för sajten under hela september.

– Vår räckvidd ökade rejält i september. Normalt har vi haft runt 600 000 unika besökare på en månad, i september blev den siffran en miljon, berättar Bosse Andersson, chef för [expressen.se](http://expressen.se). Servern för [expressen.se](http://expressen.se) klarade trycket på tisdagen även om det var mycket trögt att komma in på sidan.

– Däremot gick servern ner under några timmar på onsdagseftermiddagen, då kunde vi nämligen inte uppdatera sidan, berättar Bosse Andersson.

[Expressen.se](http://Expressen.se) ökade bandbredden och tog bort allt utom förstasidan (normalt 90 000 sidor) och gjorde den statisk utan annonser. Dessutom kallades extrapersonal in för att klara de journalistiska uppgifterna. Normalt vid tiden för händelsen arbetade tre personer samtidigt med att skriva för sajten men nu ökades styrkan till 15 personer.

Liknande erfarenheter gjorde [dn.se](http://dn.se). Dagens Nyheters webbplats kunde under tisdagseftermiddagen se hur antalet besökare ökade dramatiskt. Mellan klockan 14.00 och 15.00 på tisdagen hade [dn.se](http://dn.se) 20 000 besök. Mellan klockan 15.00 och 16.00 var antalet uppe i 80 000 besök. Mellan klockan 16.00 och 17.00 hade [dn.se](http://dn.se) 110 000 besök.

Totalt under tisdagen den 11 september fick Dagens Nyheters hemsida 485 000 besök, en siffra som kan jämföras med tisdagen veckan dessförinnan. Då hade den 264 000 besök. Nästa dag onsdag hade [dn.se](http://dn.se) 545 000 besök. Tidigare rekord låg på 290 000 besök. [DN.se:s](http://DN.se:s) belastning var också högre än vad serverna klarade.

– Systemet gick helt klart på knäna, vi har fem servrar och vi fick starta om några av dem vid ett par tillfällen mellan klockan 15.00 och 16.00 då belastningen var som störst, berättar Nils Öhman biträdande chef för [dn.se](http://dn.se). [DN.se](http://DN.se) bytte till en enklare sida efter en och en halv timme och rensade sidan från annonser.

Även Svenska Dagbladet fördubblade sin besöksstatistik. Normalt har [svd.se](http://svd.se) 60 000 besök per dygn. Tisdagen den 11 september hade de 180 000 besök. Det tidigare rekordet låg på 80 000 besök. Det var mycket svårt att komma in på [svd.se](http://svd.se) under tisdagseftermiddagen men trycket lättade när folk gick hem från jobbet. [svd.se](http://svd.se) bantade webbplatsen på tisdagen och på onsdagen kopplade de in ett par nya servrar.

Dagens Industris hemsida [di.se](http://di.se) var en av de sajter dit många gick. [di.se](http://di.se) hade 441 000 besök på tisdagen och 430 000 besök på onsdagen. Tisdagen veckan dessförinnan hade [di.se](http://di.se) 352 000 besök.

Det tidigare rekordet låg på 380 000 besök. Vid ett par tillfällen under tisdagen gick det inte att komma in på sajten under upp till fem minuter. För att lätta på trycket tog de periodvis bort annonserna. Även på Göteborgspostens och Sydsvenskans hemsidor ökade antalet besökare, vilket tyder på att lokala webbsidor följs även vid internationellt stora händelser. [Sydsvenskan.se](http://Sydsvenskan.se) hade 42 000 besök på tisdagen och 39 000 på onsdagen. En normal vardag ligger besökssiffran på



runt 25 000. GP.se:s server gick helt ned en stund efter klockan tre på tisdagen och det dröjde en halvtimme innan den kom igång igen. De avstod från rörliga bilder och skapade en reservsida med mindre innehåll för att ha i beredskap. Men de behövde aldrig använda den. GP.se hade 100 000 besök på tisdagen och 92 000 på onsdagen. Tisdagen veckan innan hade de 35 000 besök. Göteborgspostens tidigare nätrekord stod sig, under Göteborgskravallerna hade gp.se 130 000 besök under en dag. TV4.se hade 520 000 besök. Tisdagen veckan innan hade de 162 000 besök. Tidigare rekord låg på runt 250 000 besök. TV4.se hade stora problem, servern gick ned och Internetredaktionen hade svårt att själva lägga ut ny information på sin sajt. TV4.se fungerade inte i normal omfattning förrän under senare delen av tisdagkvällen. De bantade innehållet och lade ut de senaste telegrammen på en html-sida.

### Tredubbelt så många wap-användare som normalt

Även antalet sidhämtningar som gjordes med hjälp av wap-teknik för mobiltelefoner ökade markant. På Aftonbladets och SVD:s sajter gjordes sammanlagt 42 000 hämtningar under tisdagen vilket är tre gånger det normala. (Källa: Jupiter MMXI)

### Fördubblad lösnummerförsäljning av dagspress

Även den tryckta pressen lade om kurs. För dagspressen handlade det i första hand om att disponera om tidningen och ge mer utrymme åt nyheten om terrorattackerna.

Lösnummerförsäljningen fördubblades i flera fall och några valde senarelägga tryckningen av sin sista upplaga. Endast Aftonbladet valde att trycka en extraupplaga redan



tisdagen. De tidningar som har intervjuats om de extraåtgärder de vidtog dygnet efter attacken mot USA den 11 september är Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Dagens Industri, Göteborgsposten, Upsala Nya Tidning, Nya Wermlands Tidning, Sydsvenskan och Nerikes Allehanda.

### Aftonbladet tryckte extraupplaga på tisdagen

På Aftonbladet dubblerades alla chefsfunktioner och extrapersonal togs in på alla tjänster. Totalt arbetade ett trettiotal personer med nyheterna om terrorattackerna de första dygnet.

– Vi fick höra vad som hade hänt genom ett telefonsamtal från USA, då slog vi på CNN. Efter andra smällen beslutade vi om att dra igång en extraupplaga, berättar Niklas Silow, redaktionschef på nyhetsredaktionen.

Extraupplagan på 25 000 exemplar började att tryckas klockan sex och var ute på hundra försäljningsställen i centrala Stockholm strax före sju på kvällen. Aftonbladet hade inledningsvis svårt att nå sina korrespondenter i USA på grund av störningar i mobiltrafiken dit. Istället kontaktade de olika personer i USA via e-post för att få stämningbilder därifrån. Onsdagens tidning trycktes i närmare 700 000 exemplar, mot normalt ca 500 000.

Första sektionen i tidningen rensades från allt annat material. Tidningens första 48 sidor handlade bara om terrorattackerna. I sektion två samlades allt annat material, så som sport, kultur och annonser. Resten av veckan såg tidningen ut som vanligt, men i maxformat.



### Inte en rad om andra nyheter i onsdagens Expressen

Extrapersonal sattes in i växeln och fler redigerare kallades in.

Ett reporterteam skickades till Pakistan och en extra reporter sändes till New York. Reportrar, fotografer och redigerare jobbade över.

– Tidningens totala sidantal ökades kraftigt samtidigt som vi bantade del två. Vi hade inte en rad om ”vanliga” nyheter den 12 september. Sporten hade en hel del material kopplat till attacken och hela kulturmaterialen likaså, säger Lars Näslund, *editionschef* på Expressen. Expressen tryckte 45 procent fler tidningar än normalt.



### Morgontidningar med nytt utseende

Både Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet hade heltäckande foton från USA på förstasidan den 12 september.

– Vi rensade strukturen på tidningen. Hela A-delen inklusive ettan handlade bara om terrorattackerna, säger *morgonredaktör* Bo G Andersson på Dagens Nyheter. Tolv helsidor ägnades åt nyheten i onsdagens tidning. Ungefär fem extrareportrar kallades in. Lösnummerupplagan dubblades från 8 000 till 16 000 exemplar av de som distribuerades i Stockholm. Under veckan som följde var DN bara tvungen att ta bort ett reportage:

– I lördagens resebilaga fick vi ställa ett reportage om loftvåningar på Manhattan, berättar Bo G Andersson.

På Svenska Dagbladet utökades formatet. Annonser och annat nyhetsmaterial rensades bort för att skapa rena sidor för rapporteringen kring terrorattackerna.

Extrapersonal kallades in och den ökade bemanningen behölls under en vecka.



– Förstasidan såg annorlunda ut, i synnerhet dag ett, med endast en rubrik och en bild. Vi drog ned övrigt material till ett mini-mum och lät attackrapporteringen genomsyra många av tidningens avdelningar, berättar nyheternas *redaktionschef* Mats-Eric Nilsson.

Den veckan fördubblades även SVD:s lösnummerförsäljning.

Onsdagens nummer av Dagens Industri ägnade de tio första sidorna åt terrorattackerna mot USA. Det totala sidantalet ändrades inte, istället valde redaktionen att kasta ut och flytta bak annat material. De flesta annonser flyttades längre bak i tidningen.

– Så fort vi förstod vidden av vad som hade hänt, beslutade vi att försöka göra så många sidor som möjligt om attackerna. Vår korrespondent i New York var vår främsta källa, berättar *redaktionschef* Lars Tulin. Ett tiotal personer arbetade helt med terrorattackerna. Ingen extrapersonal kallades in.

### Lokaltidningar med få lokala nyheter

När nyheten att USA hade råkat ut för en terroristattack sent på eftermiddagen den 11 september så stannade även reportrarna på flera lokaltidningar runt om i Sverige kvar på jobbet för att göra en annan tidning än planerat.

Flera lokaltidningar prioriterade bort mycket lokala nyheter för att prioritera attacken mot USA

– Normalt brukar vi toppa vår förstasida med lokala nyheter. Det var självklart att göra en omprioritering denna gång, säger nyhetschef Olov Öström på Nya Wermlands Tidningen (NWT).

Drygt fyra sidor i helformat i NWT ägnades åt attacken. Av dessa var en sida lokala uppföljningar på det som hänt i USA med intervjuer med värmlänningar som bor i New York och var ögonvittnen till händelsen.

Det var dock den som låg sist av de sidor som speglade terrorattackerna. Ingen extrapersonal kallades in men de som fanns i huset jobbade över. Få ville gå hem.

Liknande erfarenheter gjorde Nerikes Allehanda, berättar *nyhetschef* Maria Elisson.

– Vi tog bort en hel del lokalt material för att kunna ägna de första fyra sidorna i tidningen åt terrorattackerna. Men det var en självklar prioritering. Den största svårigheten som jag såg det var att välja i det enorma utbudet av bilder.

Onsdagens Nerikes Allehanda ägnade fyra sidor åt attackerna och på torsdagen vikte de ytterligare en sida åt dem. Först veckan därpå återgick tidningen till den vanliga ordningen. Dag två gjordes lokala uppföljningar där man bland annat pratade med "lokala människor" på plats i New York. Förutom ett par extra redigerare behövdes ingen extrapersonal.

### **Uppsala Nya Tidning gav bort tidningar till skolor**

Uppsala Nya Tidning var färdigtryckt klockan 03.00. Men mellan 5.50 och 06.10 trycktes en extraupplaga på 7.000 tidningar och en extralös-sedel med bild. Extraupplagan kördes ut till ett 30-tal återförsäljare som hade natt- och morgonöppet. De tidningar som blev över kördes ut till sju gymnasieskolor och ett antal högstadieskolor. Tidningen hade då fått ett annat utseende än vad uppsalaborna var vana vid.

– Formatet gjordes om förhållandevis mycket. Det justerades i omgångar allt eftersom utvecklingen accelererade, berättar dagchefen Clas Thoresson. Alla annonser flyttades längre bak i tidningen.

Förutom hela förstasidan i onsdagens tidning, ägnades ledaren på sidan två, samt fem nyhetssidor och en ekonomisida åt terrorattackerna och effekterna av dessa.

– Efter de första kaotiska timmarna när vi började få struktur på vad som hade hänt var det vanligt journalistiskt arbete om än av större omfattning, menar nattchefen Lars Johansson.

Göteborgsposten har varit med om en flera lokala påfrestningar som kravallerna i samband med EU-toppmötet sommaren 2001 och diskoteksbranden 1998.

– Förstasidan var helt annonsfri. Det har bara hänt en gång förut under mina 12 år på GP och det var vid spårvagnsolyckan, berättar *biträdande redaktionschef* Kenth Andreasson.

Onsdagens Göteborgsposten innehöll tolv sidor om terrorattackerna och torsdagens hade nio sidor. Det blev ingen extraupplaga. I stället senarelades produktionen.

Lösnummerupplagan av onsdagstidningen fördubblades. Totalt arbetade ett 50-tal personer med nyheterna om terrordåden de två första dagarna varav 15-20 av dessa var extrainkallade.

– Vi avbröt alla fasta rutiner och ändrade upplägget på tidningen totalt. Hela paketet om USA lades in i del ett, normalt ligger utrikes i del två. Självklart innebar det också att det lokala materialet fick mycket mindre utrymme, säger *biträdande redaktionschef* Kenth Andreasson. Göteborgs-Posten har inte en nedskriven plan på hur tidningen ska hantera större händelser men de anser att de har lärt sig av erfarenheter från stora händelser som Estonia-katastrofen och Gulfkriget.

### **Kraftsamling på Sydsvenskan med 40 extra medarbetare**

Hela förstasidan på Sydsvenska Dagbladet upptogs av nyheten från USA.

– Klockan 19 på tisdagkvällen var över 70 redaktionella medarbetare i tjänst, Internetredaktionen inräknad. Det är ungefär 40 personer fler än en vanlig tisdagkväll, berättar nyhetschef Jonas Gruvö.

På plats i New York fanns Sydsvenskans ordinarie korrespondent samt en medarbetare på semester som var där och som kunde lämna ögonvittnesskildringar. A-delens första hälft rensades helt från annonser och utökades med fyra sidor. Totalt rensades ett block om åtta sidor i A-delen plus en ekonomisida och ledarsidan.

– Vi beslöt tidigt att bara göra en version av C-delen, istället för tre olika editioner. Detta medförde att nattredaktionen fick frihet att stoppa tryckningen och göra om när det var nyhetsmässigt påkallat och inte som annars på grund av geografiska editioneringar, berättar nyhetschef Jonas Gruvö.



### Sammanfattande ord

Vi har de senaste åren kunnat följa hur många medier har ökat sin förmåga att förmedla nyheter dygnet runt. Nyhetsförmedlingen vid en stor, plötslig och oväntad händelse som den i USA den 11 september visar också att fler kanaler förändrar både mediernas arbetssätt och medborgarnas medievanor.

Radion har fortfarande vissa fördelar genom att vara ett snabbt och flexibelt medium. Sveriges Radio visade prov på kreativ handlingskraft när de bland annat slog ihop kanalerna P4 och P1 för att bättre kunna utnyttja företagets resurser.

Även flera kommersiella radiokanaler kastade om i tablån och sände fler nyheter. Radio Match i Jönköping och Mix Megapol är två exempel på det. Medieföretag som normalt inte förmedlar nyheter tog också initiativ. MTV NEWS intervjuade till exempel ungdomar på stan i New York istället för att ha musiknyheter. Samtidigt vittnar NRJ radio om att resursbrist ledde till att de inte sände några nyheter alls.

Att andra medier än radio är betydelsefulla för uppdaterade nyheter om stora händelser även mitt på dagen visar både de stora TV-tittarsiffrorna från den 11 september, text-tv:s stora kapacitet och anstormningen på Internet. En dagstidning, Aftonbladet, gjorde dessutom en extraupplaga för stockholmsområdet samma dag.

Kommersiella intressen fick stå åt sidan i flera medier när annonser flyttades eller togs bort. Reklam togs bort helt i TV4 fram till lunchtid nästa dag. I TV3 och Kanal 5 togs reklamen bort efter särskilda önskemål från annonsörer. För första gången sedan späravnolyckan -91 tog även Göteborgs-Posten bort annonser från första sidan. Efter brandkatastrofen -98 var annonserna kvar på första sidan.

Detta skall säkerligen dock inte tolkas som att GP inte ansåg att brandkatastrofen var lika allvarlig som terrorattacken mot USA.



Inslag som påminde om det inträffade på obehagligt sätt togs bort. Musik i radio med anknytning till New York och flygplanskrascher lyftes och allt för glättiga program i tv togs bort. Under tisdagen och onsdagen dominerades också tv-tittandet helt av nyheter.

Det här var första gången som SVT gjorde en så omfattande samordning mellan sina olika nyhetsprogram. SVT ändrade sina tablåer under hela veckan fram till och med lördag morgon. I fortsättningen kommer de dessutom att rensa en kanal helt och bara köra nyheter där. TV4 har en utarbetad krisplan för sådana här händelser med larmlistor och en krisgrupp som leds av programdirektören.



Bland annat beslutade SVT om en dygnet runt bemanning och att sändningarna skulle fortsätta hela natten fram till *Nyhetsmorgon*. Det som de gjorde utöver planen var att lägga in CNN mellan nyhetssändningarna.

Lokaltidningen delade ut extra exemplar av onsdagens tidningar till skolor. Upsala Nya tidning är ett exempel på det. Flera lokaltidningar prioriterade ned mycket lokalt material. Ett exempel på det är att utrikesidorna som normalt är en sida i Nya Wermlands Tidningen växte till fyra sidor där den sista hade reportage med lokal vinkel på händelserna i USA.

De största problemen som medieföretagen hade i distributionen

tycks ha varit belastningen på Internet. Säkerligen har de flesta nyhetsföretag som drabbades av att servrar periodvis stannade den 11 september efteråt sett till att ha bättre kapacitet om ett liknande nyhetstryck skulle ske. Medier har lärt av tidigare katastrofer. Flera medieföretag som Styrelsen för psykologiskt försvar har varit i kontakt med i samband med undersökningen vittnar också om lärdomar sedan tidigare plötsliga katastrofala händelser som Estonia och Göteborgsbranden. Nu kan erfarenheterna från den 11 september 2001 läggas till den listan.

### Informationsberedskap viktig även för medieföretag

Svenska medier klarade sin uppgift att få ut snabba nyheter dygnet efter den 11 september 2001. Trots det så visar denna studie visar att en planering i förväg behövs inför allvarliga händelser och samhällspåfrestningar även på medieföretag. Få medieföretag har i dag färdiga rutiner och planer inför svåra påfrestningar i samhället. Den typen av förändringar som gjordes efter terrorattacken i USA för både format, tablåer, teknik och personal skulle kunna planeras och övas i förväg. På så sätt skulle mer resurser på redaktionerna kunna frigöras till det sedvanliga journalistiska källkritiska arbetet.

## Bilaga 1:

Program i svt som i huvudsak handlade om terrorattackerna mot USA den 11 september fram till återgången till ordinarie tablå:

### Tisdag 11/9

15.25 - 15.30 SVT24 extrasändning analogt, kanal 2  
16.00 - 16.15 Rapport (förlängt 10 min), kanal 1  
16.15 - 18.00 SVT24 , kanal 1  
18.00 - 18.40 Aktuellt (förlängt 25 min), kanal 2  
19.00 - 19.02 SVT24 , kanal 1  
19.10 - 19.30 Regionala nyheter (ABC i Stockholm regional tillämpning av terrorattacken), kanal 1  
19.30 - 20.00 Rapport, kanal 1  
20.00 - 20.50 Extrainsatt specialprogram (Lars Adaktusson programledare, Göran Persson m.fl. gäster), kanal 1  
20.50 - 20.55 Uutiset extrasändning, kanal 1  
20.55 - 21.00 Nyhetstecken extrasändning, kanal 1  
21.00 - 22.10 Aktuellt nyhetstimmen, kanal 2  
22.15 - 23.00 SVT24 , kanal 1  
23.00 - 23.10 SVT24 , kanal 1  
23.20 SVT24 analogt hela natten, kanal 1

### Onsdag 12/9

06.00 - 11.00 SVT morgon, förlängt 1,5 tim, kanal 1  
11.00 - 12.00 SVT24, kanal 1  
12.00 - 12.25 Rapport lunch, förlängt 15 min, kanal 1  
12.25 - 12.30 Uutiset extra, kanal 1  
12.30 - 16.00 SVT24, kanal 1  
16.00 - 16.10 Rapport, förlängt 5 min, kanal 1

16.10 - 18.00 SVT24, kanal 1  
18.00 - 18.20 Aktuellt, förlängt 5 min, kanal 2  
19.00 - 19.10 Kulturnyheterna, kanal 2  
19.10 - 19.30 Regionala nyheter, kanal 2  
19.30 - 20.10 Rapport, förlängt 10 min, kanal 1  
20.10 - 20.30 Rapport special, ett bildreportage signerat Folke Rydén, kanal 1  
20.30 - 21.00 Debatt från Göteborg om terrorattacken, extrainsatt 30 min, kanal1  
21.00 - 22.10 Aktuellt nyhetstimmen, kanal 2  
22.10 - 23.00 Debatt från Göteborg fortsättning, kanal 2  
23.00 - 23.10 SVT24, kanal 1  
23.10 - 23.20 Kulturnyheterna, kanal 1  
23.20 SVT 24 hela natten, kanal 1

### Torsdag 13/9

06.00 - 09.30 SVT morgon, kanal 1  
09.30 - 12.00 SVT24, kanal 1  
12.00 - 12.15 Rapport lunch, förlängt 5 min, kanal 1  
12.15 - 16.00 SVT24, kanal 1  
16.00 - 16.05 Rapport, kanal 1  
16.05 - 18.00 SVT24, kanal 1  
18.00 - 18.15 Aktuellt, kanal 2  
19.00 - 19.10 Kulturnyheterna, kanal 2  
19.10 - 19.30 Regionala nyheter, kanal 2  
19.30 - 20.00 Rapport, kanal 1  
20.00 - 20.30 Mosaik, kanal 2  
21.00 - 22.10 Aktuellt nyhetstimmen, kanal 2  
22.10 - 23.00 Extra Dokument Utifrån om terroristen bin Ladin.

23.10 - 23.20 SVT24, kanal 1  
23.40 - 01.30 SVT24, kanal 2  
01.30 - 06.00 SVT24, kanal 1

### Fredag 14/9

06.00 - 09.30 SVT morgon, kanal 1  
09.30 - 12.00 SVT24, kanal 1  
12.00 - 12.10 Rapport lunch, kanal 1

Efter Rapport lunch fredag gjordes inga programändringar med anledning av terrorattacken. SVT24 lades dock ut analogt i luckor i de ordinarie tablåerna i SVT1 och SVT2, samt sändes analogt hela natten mot lördagen.

### Bilaga 2:

TV4:s ändrade tablåer tisdagen den 11 och onsdagen den 12 september.

### Tisdag 11/9

15.11-15.53 Oprah Winfrey show  
15.53-15.57 Nyheterna extra  
15.58-16.20 Tre vänner och en pizzeria  
16.20-16.30 Nyheterna extra  
16.30-16.53 CNN  
16.53-17.13 Nyheterna extra  
17.19-17.30 CNN  
17.30-18.30 Nyheterna extra  
18.30-19.00 Nyheterna  
19.00-22.00 Nyheterna extra  
22.00-22.36 Nyheterna  
22.36-23.48 Nyheterna extra

23.48-24.00 CNN

24.00-24.18 Nyheterna extra Därefter ca 7minuter Nyheterna extra varje hel och halvtimme och CNN mellan nyhetssändningarna.

### Onsdag 12/9

06.00-06.20 Nyheterna  
06.20-06.30 Nyhetsmorgon  
06.30-06.41 Nyheterna  
06.41-07.00 Nyhetsmorgon  
07.00-07.16 Nyheterna  
07.16-07.30 Nyhetsmorgon  
07.30-07.41 Nyheterna  
07.41-08.00 Nyhetsmorgon  
08.00-08.14 Nyheterna  
08.14-08.30 Nyhetsmorgon  
08.30-08.41 Nyheterna  
08.41-09.00 Nyhetsmorgon  
09.00-09.22 Nyheterna  
09.22-09.36 Nyhetsmorgon  
09.36-09.44 Nyheterna  
09.44-10.00 CNN  
10.00-10.09 Nyheterna extra  
10.09-10.30 CNN  
10.30-10.42 Nyheterna extra  
10.42-11.00 CNN  
11.00-11.17 Nyheterna extra  
11.17-11.30 CNN  
11.30-11.40 Nyheterna extra  
11.40-11.45 CNN

11.45-11.55 Nyheterna extra  
11.57-12.42 Doktorn kan komma  
Därefter ordinarie tablå med undantag för:  
13.07-13.37 Nyheterna extra  
14.02-14.04 Nyheterna extra  
14.29-14.32 Nyheterna extra  
15.52-15.55 Nyheterna extra  
17.16-17.18 Nyheterna extra  
18.09-18.15 Nyheterna extra  
19.27-19.30 Nyheterna extra  
20.30-20.32 Nyheterna extra  
21.00-21.13 Nyheterna extra  
22.30-22.57 Terrorådalen i USA  
01.10-01.13 Nyheterna extra

### Bilaga 3:

Ekots förändrade sändningar onsdagen den 12 september.

Ekosändningarna onsdagen den 12 september

05.30 tio (10) minuter. Går i P1/P3/P4.

06.00 tio (10) minuter P3/P4.

07.00 tio (10) minuter P3/P4.

08.00 tio (10) minuter P3/P4.

09.00 tio (10) minuter P1/P3/P4.

Ekot hade fem-minuters nyhetssändningar på helslag fram till 16.00.

Klockan 16.00 var Ekosändningen tio minuter. Därefter: 18.00 fem (5) minuter i P2/P3/P4. Går från Studio 21. 19.00 fem (5) minuter i P1/P3.

Ingen Ekosändning i P4, Klartext sänder som vanligt.

20.00 fem (5) minuter i P1/P3/P4.

21.00 fem (5) minuter i P1/P3/P4.

22.00 tio (10) minuter i P1/P3/P4.

23.00 sju (7) minuter i P1/P3/P4.

Under natten tillhandahöll Ekot en extra nyhetsredaktör för nattprogrammet.

00.00 fem (5) minuter.

01.00 fem (5) minuter.

02.00 fem (5) minuter.

03.00 fem (5) minuter.

04.00 fem (5) minuter.

05.00 fem (5) minuter.

### P1:s programförändringar torsdagen den 13 september

P1-morgon körde som vanligt, med kultur, vetenskap och andakter.

Ekots halvslagsändningar har ordinarie längd. Anpassad Dagens Dikt

12.05 - 12.20 Ekonomieko förlängt. Luncheko som vanligt

15.05 - 15.45 Tendens special med nyhetsuppdatering (Ekot)

16.00 - 16.10 Förlängt Eko

16.10 - 17.45 Studio Ett med nyhetsuppdateringar från Ekot

22.10 - 23.00 Nyinsatt Studio Ett med telegramredaktör från Ekot.

## Bilaga 4:

### SPF har kartlagt hur svenskarna nåddes av nyheten om terrordådet den 11 september

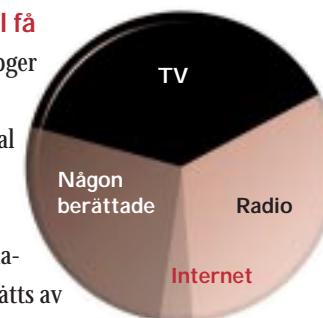
Aldrig någonsin tidigare har svenskarna nåtts av ett plötsligt katastrofbudskap så snabbt som när USA drabbades av terroristattacker den 11 september 2001. Redan en timme efter att det första planet hade störtat in i World Trade Center (klockan 16.00 svensk tid) så visste över hälften av svenskarna om händelsen (65 procent). Två timmar efter den första flygkraschen (klockan 17.00 svensk tid) hade nästan alla (80 procent) svenskar nåtts av den tragiska nyheten.

Jämfört med Olof Palmes död 1986 och Estonias förlisning 1994 spred sig denna nyhet snabbare. Då tog det mellan åtta och nio timmar innan nästan alla svenskar (80 procent) hade fått veta vad som hänt. Det framgår av en undersökning som Styrelsen för psykologiskt försvar har gjort. Undersökningen av hur svenskarna fick nyheten om terroristattacken genomfördes som telefonintervjuer med start en vecka efter det att attentaten skett. Det finns många möjliga förklaringar varför nyheten om terrorist-attacken gick så fort denna gång. Tidpunkten för själva attentatet är förstas viktig. När Estonia förläste var det mitt på natten (det första larmet hördes klockan 00.45) och det dröjde sedan till tidig morgon (klockan 08.30) innan en betydande del av befolkningen (79 procent) kände till det inträffade. Samma sak för nyheten om Palmemordet. Mordet skedde vid 23-tiden på natten och det dröjde sedan till åttatiden på morgonen innan nästan alla svenskar (80 procent) hade nåtts av nyheten. Attentatet mot USA den 11 september var dessutom en större världshändelse än Palmemordet och Estonias förlisning. Den troligaste anledningen till att nyheten spreds så fort är ändå att mediernas rapportering i största allmänhet blir allt snabbare.

### TV:s betydelse ökar

TV blir allt viktigare som första nyhetsförmedlare vid stora händelser och då även vid tidpunkter på dagen då inte så många normalt ser på tv. Den allra största andelen svenskar fick först reda på att USA var utsatt för en katastrof genom att en tv-apparat stod på någonstans. Inte så långt ifrån hälften (38 procent) fick nyheten genom TV. Radion spelar fortfarande en stor roll när det gäller att snabbt nå ut med plötsliga katastrofbudskap. En knapp tredjedel av svenskarna nåddes av nyheten via radio (29 procent). Nästan lika många fick reda på det inträffade (27 procent) genom att någon berättade det för dem personligen. Behovet av att själv berätta nyheten vidare är stort vid stora nyheter och katastrofer. Nu var händelserna i USA exceptionellt häpnadsväckande men tendensen att TV:s betydelse som informationskälla vid allvarliga händelser ökar visar även erfarenheterna från Estonia 1995. Redan då knappade TV in på radion som förstahandskanal (Estonia katastrofen, massmedierna och allmänheten, SPF rapport 168-6). Flera TV-kanaler, både svenska och utländska, var dessutom mycket snabba med att visa bilder från terroristattackerna i USA den 11 september. Många såg händelserna i direktsändning.

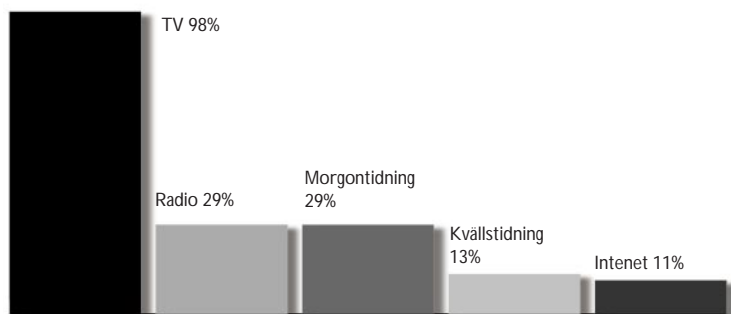
Cirkeldiagrammet visar hur svenskarna först fick reda på att USA drabbats av terroristattackerna den 11 september



### Internet förmedlade första nyheten till få

En försumbar andel svenskar (tre procent) uppger att de nåddes av det första katastrofbudskapet via Internet. Däremot blev nätet en viktig kanal för uppföljning av information, i synnerhet bland yngre svenskar. Var fjärde person (24 procent) mellan 18 och 24 år sökte mer information om katastrofen på nätet när de väl hade nåtts av terrornyheten. Var tionde svensk (11 procent) uppger att

de följde nyheten under det första dygnet via Internet. Frågan är hur många fler svenskar det är som faktiskt kan följa en så stor händelse via nätet. Flera svenska nyhetssajter fick problem med överbelastning under det första dygnet efter flygplansattackerna mot USA den 11 september.



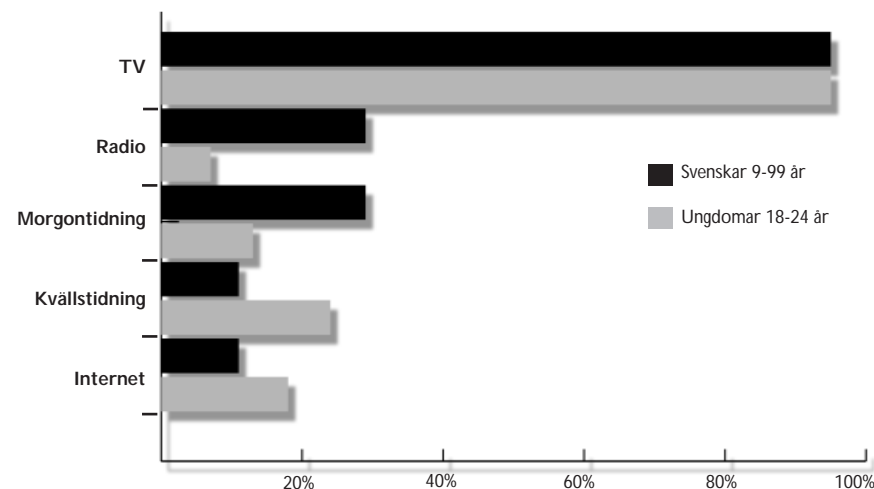
Genom dessa nyhetsmedier följde svenskarna händelserna under det första dygnet

### Få ungdomar följde katastrofen via radio

Så gott som varenda svensk (95 procent) försökte sedan följa utvecklingen och nyheterna om attentatet det första dygnet. TV var det dominerande mediet för alla åldrar. Så gott som alla som följde nyheten gjorde det via TV (98 procent).

Var tredje svensk (29 procent) lyssnade dessutom på radio eller läste om händelserna i sin morgontidning (29 procent). Ganska många svenskar (13 procent) följde händelseförloppet i en kvällstidning.

Ungdomars mediekonsumtion vid en plötslig händelse skiljer sig betydligt från svensken i allmänhet. De flesta mellan 18 och 24 år lyssnade knappt alls på radio (7 procent) för att följa terrorattacken. Däremot följde betydligt fler ungdomar än svensken i allmänhet katastrofen i kvällspressen. Var fjärde person mellan 18 och 24 år (24 procent) läste om attackerna i en kvällstidning.



Ungdomar mellan 18 och 24 år följde händelserna i kvällstidningar i större utsträckning än genomsnittssvenske

### Många oroades av terrorattackerna mot USA

De flesta svenskar (76 procent) kände en spontan oro över utvecklingen av vad som händer i världen i stort som en följd av de fyra plan som kraschade i USA den 11 september.

### Många ville berätta om hur de nåddes av nyheten.

Attacken mot World Trade Centre, Pentagon och kraschen i Pennsylvania verkar ha samma effekt på befolkningen som Palmemordet och Estonias förlisning hade; många känner ett stort behov av att berätta om hur just de själva nåddes av nyheten. Sammanlagt genomfördes 501 telefonintervjuer mellan den 18 och 25 september och de flesta av de utvalda personerna var mycket positiva till att medverka. Endast några få uppringda personer avböjde.

Malin Modh

## Källförteckning

### Intervjuer:

**Jonas Gruvö**, nyhetschef Sydsvenska Dagbladet

**Kenth Andreasson**, biträdande redaktionschef Göteborgs-Posten

**Clas Thoresson**, dagchef Upsala Nya Tidning

**Lars Johansson**, nattchef Upsala Nya Tidning

**Olov Öström**, nyhetschef Nya Wermlands Tidning

**Maria Elisson**, nyhetschef Nerikes Allehanda

**Lars Tulin**, redaktionschef Dagens Industri

**Mats-Eric Nilsson**, redaktionschef SVD

**Bo G Andersson**, morgonredaktör Dagens Nyheter

**Lars Näslund**, editionschef Expressen

**Niklas Silow**, redaktionschef Aftonbladet

**Nils Öhman**, biträdande chef dn.se.

**Bosse Andersson**, chef Expressen.se.

**Kalle Jungkvist**, chefredaktör Aftonbladet nya medier

**Daniel Åkerman**, programdirektör NRJ

**Gunilla Bunnvik**, programchef Radio Match Jönköping

**Jocke Ljungberg**, programchef Radio City Stockholm

**Lars-Göran Nilsson**, vd och programchef Mix Megapol

**Staffan Sonning**, chef Ekot Sveriges Radio

**Fredrik Kullberg**, Ekots utrikesdesk (intervju i Journalisten)

**Marianne Djudic**, presschef Viasat Broadcasting.

**Eva Franchell**, informationschef TV4

**Jan Axelsson**, chef Sveriges Televisions centrala nyhetsdesk

**Anna Rütting**, chef SVT Text

*(aktuella befattningar vid tillfället för intervjuerna sept /okt-01)*

Vid en samhällspåfrestning eller stor katastrof är kraven på snabb och korrekt nyhetsförmedling högre än vanligt. När USA utsattes för flera terrorattacker den 11 september sattes även svenska medier på prov. I denna studie beskrivs beredskapen som svenska medieföretag hade det första dygnet efter händelserna. Studien går igenom de extraåtgärder som några av de största medieföretagen i Sverige gjorde när de nåddes av nyheten att USA hade utsatts för en terroristattack. Studien omfattar Internettidningar, radio, TV och press. Studien tar även upp allmänhetens förändrade mediekonsumtion dygnet efter händelsen.

Studien är gjord av journalisten Sara Morge som tidigare har gjort studierna *Krisinformation på Internet (-99)* och även *Alarmera-Informera, informations- och varningssystem i fyra länder (-00)* åt Styrelsen för psykologiskt försvar. Studien är slutredigerad av Malin Modh, avdelningsdirektör och handläggare för mediers beredskap på Styrelsen för psykologiskt försvar.

**K** Denna rapport är den tolfte i SPF:s 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 jan. 2002