

JMG

Kandidatuppsats i journalistik
Journalistprogrammet HT 2016
Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation
www.jmg.gu.se

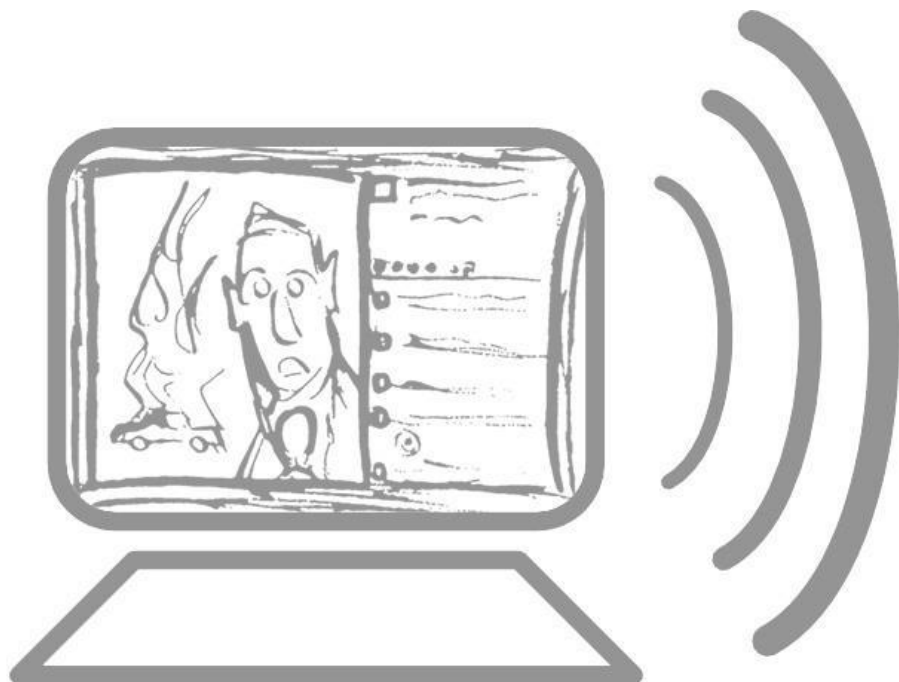
News or Nonsense?

En kvantitativ innehållsanalys av livevideosändningar på Facebook

Författare: Gunnar Fägerlind, Tobias Kjellberg och Jonathan Otter

Handledare: Mathias A. Färdigh

Kursansvarig: Mathias A. Färdigh



Abstract

- Title:** News or Nonsense? – en kvantitativ innehållsanalys av livevideosändningar på Facebook
- Authors:** Gunnar Fägerlind, Jonathan Otter och Tobias Kjellberg
- Subject:** Undergraduate research paper in journalism studies, Dept. of journalism, media and communication, (JMG) Gothenburg university
- Term:** Fall 2016
- Supervisor:** Mathias A. Färdigh
- Purpose:**
In recent years, the phenomenon of livestreamed news-video has gone through immense inflation on social medias – and the phenomenon continues to increase still. In Sweden, news companies are swiftly and gradually picking up on the trend, perhaps led by their American and British counterparts. But, as research has shown, live reporting is not journalistically problem-free. One example (of several) is that live reporting puts a greater amount of pressure on reporters to deliver succinct and cohesive information – all in one take – in comparison to regular video reporting. Furthermore (as we ourselves argue) the ability to maintain a reliable journalistic-ethical approach is heavily compromised during live reporting.

Considering the problems of live video reporting we strove to examine the content streamed as such by Swedish news companies on Facebook, and to what extent the collective material could be defined as news. We also asked ourselves to what extent the live-function was truly necessary, and what general strokes could be found. With the support of earlier research we also discussed what could explain our results and what possible forces that could be pushing the inflation of livestreamed videos on social media.
- Method:** Quantitative content analysis based in theories of newsworthiness and journalistic ethics. To exemplify the phenomenon of live-streamed videos on social media as a whole we chose Facebook as our platform.
- Procedure:** We analyzed all livestreamed video from all Swedish newspapers on Facebook that were aired between April 1st 2016 and October 29th 2016. We argued for, and operationalized a set of news-criteria of choice and coded the material. We discussed the results with support of previous studies.
- Results:**
Some videos met the news criteria to a very high degree while some met none. Out of 10 possible news criteria, none struck the full pot. The highest amount of news criteria we found in a single video was 8. On average, the videos fulfilled 3,2 news criteria. Although that is a seemingly low figure, it is higher than we initially presumed. Considering these results though, it is reasonable to assume that journalistic prowess is not the main ambition of these live-videos. One explanation we found support for, was the theory that news companies use social media to increase traffic to their main website. We also discussed what other reasons could explain the results, with support in earlier studies and theories. Amongst these the possible pressure that lies upon news companies to show their audience that they keep updated with the latest technology and trends.

To our surprise we found that one fourth of all live-videos were shot when and where the referred happening actually took place, justifying the use of the actual live-function. In most cases though, the necessity of the live-function could be put into doubt.

Although these results may seem dire, they don't necessarily need to be seen on as an implication of journalistic decadence. Seen from another perspective, these live-videos seem to be a complement to news companies' main product – which in this case is old-fashioned newspapers. If the live-videos does not negatively affect their main product it could be argued that the part of the live-videos that actually contains news, although it may be small, contributes to an overall greater journalistic coverage.
- Key words:** Live reporting, social media, facebook, nyhetsvärdering, journalistisk etik, livevideosändning

INNEHÅLL

Del 1 Introduktion

1. Inledning	6
2. Bakgrund och problematisering	7
2.1 Teknik, digitalisering och sociala medier	7
2.1.1 Löpsedelsteorin	7
2.2 Live-video	8
2.2.1 Live som egenvärde	8
2.2.2 Problem med att sända live	9
2.3 Facebook Live	9

Del 2 Teoretiskt ramverk

3. Vad är en nyhet	11
3.1 Nyhetsvärdering och nyhetsfaktorer	11
3.1.1 Närhet	12
3.1.2 Elitcentrering och kändisskap	12
3.1.3 De institutionella agendorna	12
3.1.4 Avvikelse och sensation	13
3.1.5 Hot och risker	13
3.1.6 Kontinuitet	13
4. Vad är en god nyhet	13
4.1 Verifikation och källhänvisningar	13
4.2 Journalistiska regelverk	14
5. Studiens syfte och frågeställningar	15
5.1 Syfte	15
5.2 Frågeställningar	15

Del 3 Metod och operationalisering

6. Metod	16
6.1 Kvantitativ innehållsanalys	16

6.2 Val av social medieplattform	16
6.3 Val av svenska nyhetsaktörer	17
6.4 Problem med extern validitet	18
6.5 Hur vi ska utföra mätningen	19
6.5.1 Operationalisering av nyhetskriterier	19
6.5.2 Övrig operationalisering	20
6.6 Validitet och reliabilitet	21
6.6.1 Begreppsvaliditet	21
6.6.2 Reliabilitet	22

Del 4 Resultat, analys och slutsatser

7. Överblick	23
7.1 Ett litet utbud av livevideonyheter på Facebook	23
7.2 Skillnad i visningsantal mellan livevideosändningarna	25
8. Vad karakteriserar svenska nyhetsaktörers livevideosändningar på sociala medier?	26
8.1 Sport är det huvudsakliga ämnet	26
8.2 Hög andel livevideosändningar från redaktionen	27
8.3 Svårt att dra slutsatser om källhänvisningar	28
9. I vilken utsträckning uppfylls traditionella nyhetskriterier i livevideosändningar på sociala medier?	29
9.1 Vilka nyhetskriterier uppfylldes	29
9.2 Hög geografisk närhet	30
9.3 Få sensationella nyheter	30
9.4 Hur många nyhetskriterier uppfyllde sändningarna?	32
10. På vilket sätt använder nyhetsaktörer livevideo på sociala medier?	33

10.1 Rätt tid, på rätt plats	33
10.2 Mer nyhetsbevakning med live?	35
10.3 Livevideosändningar på en mängd olika sätt	36
10.4 Livevideosändningar som löpsedel	36
10.5 Drivkrafter och mediekris	37

Del 5 Slutdiskussion

11. Slutdiskussion	38
11.1 Förslag till vidare forskning	39
12. Litteraturlista	40

Bilagor	43
----------------	----

Definitioner:

Livevideosändning:	Direktsänd mediekommunikation i form av video. Denna studie kommer i huvudsak rikta in sig på video som direktsänds på Facebook.
Nyhetsaktör:	Medieföretag eller organisation med fokus på nyhetsförmedling. Denna studie kommer i huvudsak rikta in sig på svensk dagspress som är aktiva med livevideosändningar på Facebook.
Storstadstidning:	Tidning vars primära bevakningsområde innefattar någon av de svenska storstadsregionerna: Stockholm, Göteborg och Malmö.
Lokaltidning:	Tidning vars primära bevakningsområde inte innefattar någon av de svenska storstadsregionerna: Stockholm, Göteborg och Malmö.

DEL 1

INTRODUKTION

1. Inledning

”Nyhetsjournalistiken är fortfarande inne i en evolution där slutresultatet är långt ifrån klart”

(Karlsson, 2012:109)

På senare år har det skett en ökning av livevideosändningar på sociala medier. Twitter, Bambooser och Youtube är bara några av de sociala medieplattformar som utvecklade livevideotjänster. Dessa internetaktörer tillåter användare att sända videomaterial i realtid med hjälp av sina smartphones. Det krävs inte längre någon dyr utrustning eller krånglig programvara för att sända live. Internet är i dagsläget så pass snabbt att videomaterial kan laddas upp av en videoproducent samtidigt som det laddas ner av en publik. Den genomsnittliga internethastigheten bland svenska internetanvändare har ökat med runt 50 procent bara mellan 2013 och 2015 (Davidsson, 2016). Den låga kostnaden, enkelheten och den mediala räckvidden har gjort livevideosändningar på sociala medier till ett attraktivt verktyg för nyhetsaktörer. Många av dessa har kunnat livevideosända via sina egna hemsidor tidigare, men det är först efter att funktionen dykt upp på sociala medier som fenomenet börjat uppmärksammas av de stora massorna (Bell, 2016, 17 juli).

Facebook lanserade sin funktion Facebook Live den 5 augusti 2015 och i betaversionen var den exklusiv för kändisar och offentliga personer med Facebookkonton (Rågsjö Thorell, 2015). Först i början på april 2016 lanserades Facebook Live för samtliga Facebookanvändare (Zuckerberg, 2016). Nu använder flera av världens största nyhetsorganisationer som exempelvis The Guardian, The New York Times och Al Jazeera Facebook Live dagligen. I Sverige använder sig exempelvis Dagens Nyheter och Göteborgs-Posten flitigt av Facebook Live och trenden syns också hos mindre nyhetsaktörer som exempelvis Vimmerby Tidning och Tidningen Härjedalen.

Men även om liverapportering är ett användbart redskap i det journalistiska arbetet så kan det också få negativa konsekvenser. För om nyhetsproduktion utspelar sig i realtid så kan det exempelvis begränsa journalisters möjlighet till att kontrollera källor, förhandsgranska material och göra korrekta etiska överväganden (Tuggle & Huffman, 2001). Det finns alltså en risk för att det ökade användandet av livevideorapportering kan gå ut över kvalitén i nyhetsrapporteringen.

Vi tror att det nya klimatet har förändrat nyhetsaktörers förhållande till livesändningar. Vi tror att tillgängligheten och intresset för att sända live via sociala medier gör att det inte längre ställs samma krav på nyhetsvärde i livesänd video som det tidigare gjorts.

I denna uppsats avser vi att analysera det material som svenska nyhetsaktörer livevideorapporterar på sociala medier. Vårt mål är att se om innehållet följer traditionell nyhetsvärdering och är i enighet med etiska riktlinjer för journalistik och kvalitativ nyhetsförmedling. Kort sagt, sänds nyheter eller nonsens?

2. Bakgrund och problematisering

Vi har inte funnit någon tidigare forskning om livevideosändningar på sociala medier. Därför behöver vi bredda vårt perspektiv och se på forskning om digital journalistik och liverapportering för att förstå vårt ämne och se eventuell problematik med det.

2.1 Teknik, digitalisering och sociala medier

Den kanadensiske forskaren Harold Innis konstaterade i sin forskning att varje gång en ny medieform introduceras i ett samhälle kan det få fundamentala konsekvenser för demokratiska institutioner och rådande politiska maktförhållanden. Han menade att kommunikationsteknologier villkorar journalistikens förutsättningar och därigenom formar hela samhället (Karlsson, 2012).

Många forskare tycker Innis slutsatser är aningen överdrivna. Men sett till forskningsfältet i stort, är de flesta överens om att det är viktigt att förstå nya medieformats centrala karaktärsdrag eftersom medieformaten i sig påverkar informationen som förmedlas (Nord & Strömbäck, 2012).

När sociala medier dök upp i mitten på 2000-talet förändrades medielandskapet för alltid. Tidigare var nyhetsaktörer återhållsamma vad gäller interaktion med publiken. Men när tjänster som Facebook introducerades på marknaden blev hela mediebranschen tvungen att tänka om. Plötsligt kunde publiken skraddarsy sin nyhetskonsumtion, dela nyheter med varandra och interagera med skaparen av innehållet.

Idag är sociala medier en naturlig del i de flesta nyhetsaktörers rapportering. I Ulrika Anderssons avhandling *Förhållningssätt bland svenska journalister* undersöks om journalister upplever att publiken fått mer makt över medierna. Hon drar slutsatsen att det stämmer, och att den nya tekniska utvecklingen kommer påverka medierna starkt även i framtiden (Andersson, 2009).

Men exakt hur mediebranschen påverkas av sociala medier är fortfarande relativt outforskat (Karlsson, 2012). I kommande avsnitt tittar vi närmare på varför nyhetsaktörer väljer att använda sig av sociala medier.

2.1.1 Löpsedelsteorin

Det har gjorts flera studier med syfte att fastställa varför nyhetsaktörer använder sociala medier (Hille, S., & Bakker, P., 2013; Ju, A., Jeong, S. H., & Chyi, H. I., 2014; Wadbring, I., & Ödmark, S., 2014). Trots att avsikterna inte är helt fastställda så återkommer en spekulering som är intressant för vår studie, att nyhetsaktörer försöker skapa högre inkomster genom att via Facebook och andra sociala medier locka publik till sin egen hemsida (Hille, S., & Bakker, P., 2013; Ju, A., Jeong, S. H., & Chyi, H. I., 2014), alltså att sociala medier används på samma sätt som en löpsedel. Vi har i vår studie därför valt att referera till denna teori som "Löpsedelsteorin".

I den här studien ställer vi oss frågan om svenska nyhetsaktörers närvaro på Facebook Live delvis kan förklaras av löpsedelsteorin.

2.2 Livevideo

När nyhetsaktörer livevideosänder innebär det att videomaterial sänds i realtid till en publik. Fenomenet är lika gammalt som etermedia självt. Ett klassiskt exempel på videoliverapportering är när journalisten Bo Holmström skriker ”lägg ut, lägg ut” vid ockupationen av den västtyska ambassaden i en extrasändning av Rapport den 24 april 1975 (Sveriges television, 2015). Ett annat känt, och mer aktuellt exempel är när Diamond Reynolds via Facebook Live liverapporterar hur hennes pojkvän Philando Castile förblöder i deras bil efter att han blivit skjuten av en polis i Minnesota (Starks, 2016). Det är denna typ av ”livevideoklipp” vi förväntar oss att se i vår studie och som vi fokuserat på i vår efterforskning. Fokus ligger alltså inte på livevideosändningar i form av längre studiomaterial.

2.2.1 Live som egenvärde

Tuggle och Huffman menar att det finns en rad problem med livesändningar och att det är rimligt att tala om när de är journalistiskt rättfärdigade och när de inte är det. Enligt dem bör händelser vara av stort allmänintresse och pågå samtidigt som sändningen, eller röra en föreliggande fara för allmänheten för att det ska vara rättfärdigat att livesända (Tuggle & Huffman, 2001).

Deras studie visade att en övervägande majoritet av livesändningarna som studerades inte kunde betraktas som journalistiskt rättfärdigade. I många fall sände man live från händelser som inte krävde någon omedelbar rapporteringen alls, som exempelvis en livesänd bokrecension eller ett livesänt nyhetsankare som ”påar” förinspelade inslag (Tuggle & Huffman, 2001).

Studien kan idag anses vara gammal, och utfördes på livesändningar på TV, och i USA. Men Tuggle och Huffman drog en del intressanta slutsatser som är relevanta för vår studie. Den kanske viktigaste slutsatsen är att livefunktionen används som ett journalistiskt egenvärde, dvs. live behandlas som ett nyhetsvärde i sig självt (Tuggle & Huffman, 2001).

I enkätundersökningen *Live news reporting: Professional judgment or technological pressure? A national survey of television news directors and senior reporters* från 1999 tog Tuggle och Huffman fasta på branschfolkets egna uppfattningar om denna mentalitet. Det visade sig att en majoritet av yrkesaktiva journalister och nyhetschefer menade att denna mentalitet som Tuggle och Huffman kallar *live för lives skull*, är dominerande på redaktioner och de upplever att det kommer i vägen för ett gott journalistiskt arbete (Tuggle & Huffman, 1999).

En förklaring till inflationen av livesändningar, trots den medvetna problematiken kring den kan vara uppfattningen om att livesändningar främjar ett bolags varumärke på en konkurrenskraftig marknad. Journalistikforskning visar att man på amerikanska redaktioner snarare pratar om hur många livesändningar man kan få ihop per sändning än den journalistiska kvalitén på innehållet (Tuggle & Huffman, 2001).

Studier visar också att det bland mediechefer tidigare förekommit synpunkten att det är nyhetsvärdering som bestämmer nyhetsbevakningen, men att teknologin påverkar beslutsprocessen (Tuggle & Huffman, 2001; Cleland & Ostroff, 1988). Kritiker och medieexperter har dock noterat

att det är teknologi, snarare än nyhetsvärde, som i stigande grad är vad som driver TV-journalistik (Tuggle & Huffman, 2001).

2.2.2 Problem med att sända live

Enligt forskningen är det svårare för reportrar att presentera tillförlitlig och kärnfull information under en livesändning eftersom allting sker på en tagning. Dessutom är livesändningar ofta längre än vad som behövs (Tuggle & Huffman, 2001; Cleland & Ostroff, 1988). Livefunktionen kan också bli överflödigt i många fall. Ett exempel på det är när det sänds live från en plats efter att händelsen ägt rum och alla involverade har gått hem (Tuggle & Huffman, 2001; Editorial board, 1996).

Eftersom nyheter är en konstruerad verklighet, är framställningen av nyheterna viktig ur allmänhetens perspektiv (Tuchman, 1978). Livesändningar erbjuder omedelbarhet, tillför information till allmänheten snabbt och tar tittarna nära, eller ”in i” viktiga händelser (Tuggle & Huffman, 2001; Gans, 1979; Weaver & Wilhoit, 1996). Men att gå live kan ge sken av en händelse, har högre nyhetsvärde än vad det i realiteten har (Tuggle & Huffman, 2001; Morris & Nydahl, 1983).

I USA har det i vissa delstater lämnats in förslag från myndigheter att förbjuda livesändningar för att det kommer i vägen för deras arbete (Tuggle & Huffman, 2001). För femton år sedan var många amerikanska journalister dessutom oroliga för att att liverapporteringen kommer i vägen för deras möjligheter att samla fakta och sammanväva dem till tankefulla och sammanhängande redogörelser av händelser (Tuggle & Huffman, 2001). Det finns alltså källkritiska problem med att sända live, vilket också är en stor journalistisk nackdel, oavsett mediekultur.

Ett problem vi själva vill argumentera för är bristen på ett etiskt filter som uppstår i och med livesändningar. Det är omöjligt att censurera eller redigera det som sker i realtid, och det som kameran råkar peka på är det som publiken får ta del av. Detta kan exempelvis bli etiskt problematiskt vid pågående brott, rapportering från kris- eller krigszoner eller andra katastrofer. Där kan till exempel kroppar råka hamna i bild som ännu inte bekräftats döda, utan hänsyn till närstående. Det kan också bli problematiskt ur ett etiskt perspektiv om man bevakar en rättegång live och den åtalades identitet röjs genom att man hör utrop i väntsalen.

2.3 Facebook Live

Det var i april 2016 som livevideoverktyget Facebook Live lanserades i sin helhet. Då gavs samtliga av det sociala nätverkets 1,79 miljarder aktiva användare (Statista, 2016) möjlighet att videoliverapportera. Funktionen kan liknas med användarna delar en status på sin egen Facebooktidslinje men istället för en text eller en bild så lägger man upp en livevideoinspelning, oftast filmad med mobilkamera.

Facebook Live används flitigt av privatpersoner runtom i världen, något som syns tydligt på Facebooks Live Map vilket är en interaktiv världskarta med små prickar, där varje prick representerar en livevideosändning som pågår från platsen på kartan just nu (Facebook, 2016). Ju större prick, desto fler tittare. Facebook har gjort en undersökning som visar att användare tittar tre

går så länge på livevideosändningar än vanlig video. Facebook prioriterar livesänt videomaterial före vanligt videomaterial på användarnas tidslinjer (Newsroom, 2016).

Men det är alltså inte bara privatpersoner som insett möjligheterna med att använda Facebook Live. En stor mängd nyhetsaktörer har snappat upp funktionen och det blir allt vanligare för dem att videoliverapportera på Facebook. Denna stigande trend av videoliverapportering från nyhetsaktörer märktes exempelvis under den amerikanska valupptakten 2016 (Flood, 2016). En viktig journalistisk fördel med Facebook live som exempelvis Journalistikprofessor John Wihbey lyfter fram är att funktionen kan hjälpa journalister att skapa en mer personlig och omedelbar relation till sin publik (Wihbey, 2016).

Facebook är den största sociala medieaktören i Sverige och videoliverapportering via Facebook Live märks allt tydligare även i det svenska medielandskapet.

DEL 2

TEORETISKT RAMVERK

I denna del kommer vi presentera det teoretiska ramverk vi tagit fram för att hjälpa oss att sätta livevideosändningar på sociala medier i ett forsknings sammanhang och bana väg för vår studies syfte och frågeställningar.

3. Vad är en nyhet?

Alla har nog en uppfattning av vad en nyhet är. Men för att kunna undersöka det i en studie så behöver vi bestämma oss för vad som kännetecknar en nyhet. Vi väljer att utgå från teorier om nyhetsvärdering.

3.1 Nyhetsvärdering och nyhetsfaktorer

Nyhetsvärdering handlar om vad som utmärker den information som genomgår redaktionellt arbete och i slutändan blir nyheter. Det handlar om att bedöma, och avgöra, vilka nyheter som är så värdefulla att de bör få utrymme och placeras i en nyhetsrapportering. Men inom forskarvärlden är man inte helt ense om vilka, eller hur många, kriterier som behöver uppfyllas för att något ska ha högt nyhetsvärde (Strömbäck, 2015).

Enligt Galtung och Ruge påverkas nyhetsvärdering först och främst av tolv faktorer: *frekvens, tröskelvärde, tydlighet, meningsfullhet, konsonans, överraskning, kontinuitet, komposition, elitnationer, elitpersoner, personifiering och negativitet* (Galtung & Ruge, 1965). Men dessa faktorer har stött på kritik och visat sig vara svåra att mäta enligt andra forskare. Faktorerna går bland annat ofta in i varandra (Strömbäck, 2015). Man har i en studie försökt att systematiskt undersöka förekomsten av dessa faktorer, men kommit fram till att det var svårt att hitta ett sätt att definiera dem så att de skulle kunna undersökas (Harcup & O'Neill, 2001).

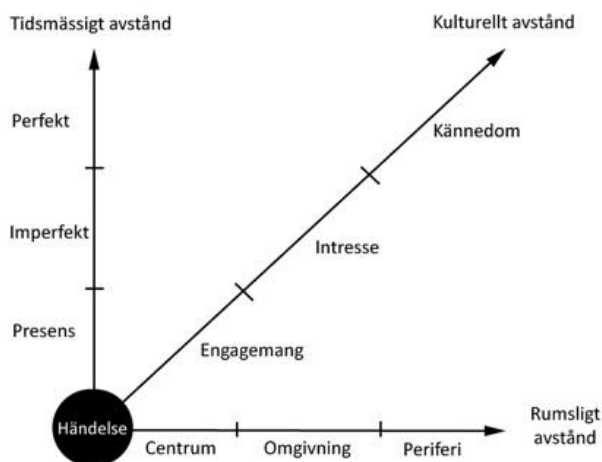
Därför väljer vi istället att utgå från de sex nyhetskriterier som Jesper Strömbäck (2015) nämner i boken *Handbok i journalistikforskning*. Dessa är: *Närhet, Elitcentrering och kändisskap, De institutionella agendorna, Avvikelse och sensation, Hot och risker och Kontinuitet*. Denna uppsättning kriterier är en sammanställning av de nyhetsfaktorerna som återkommer inom flera olika akademiska forskningsspår. (Allern, 2001; Bennett, 1990; Boydston, 2013; Ghersetti, 2012; Hvitfelt, 1985, 1989; Johansson, 2004; Staab, 1990; Strömbäck, 2008; Strömbäck et al., 2012a, 2012b).

Vi anser att denna uppsättning kriterier är rimlig att använda eftersom den fångar det kärnfulla i nyhetsvärdering och förenar mycket av den tidigare forskningen. I fortsättningen väljer vi att kalla dessa för nyhetskriterier. Nedan redogörs varje nyhetskriterium var för sig.

3.1.1 Närhet

Nyheter brukar handla om processer, händelser, frågor och aktörer som tidsmässigt, geografiskt eller kulturellt ligger nära den egna publiken. En händelses tidsmässiga, geografiska eller kulturella avstånd till publiken är alltså väsentligt för om den uppmärksammas eller inte. Vi människor tycks helt enkelt vara mer intresserade av vad som händer i vår närhet. Desto längre bort en händelse utspelar sig, desto högre blir kraven på andra nyhetsfaktorer. Den tyske forskaren Henk Prekkes illustrerade närhet på följande sätt:

Figur 3.1 – Närhet som nyhetskriterium



Källa: Hadenius, Weibull & Wadbring (2009)

Modellen bygger på *tidsmässigt, kulturellt och geografiskt avstånd*. Ju längre bort från vart och ett av dessa tre avstånd en händelse kan placeras, desto mindre är chansen att den kommer resultera i en nyhet. I denna studie väljer vi att utöka begreppet geografisk närhet till att också innefatta avståndet mellan plats för händelsen och livevideosändningens inspelningsplats. Vi anser att detta tillvägagångssätt kan hjälpa oss att förstå liveformatets funktion i rapporteringen.

3.1.2 Elitcentrering och kändisskap

De vanligast förekommande aktörerna i nyheter tillhör någon typ av politisk, ekonomisk, kulturell eller idrottslig elit. En av förklaringarna till detta är att personer i höga positioner i samhället eller näringslivet ofta har tillgång till information som journalister vill åt. Begreppet *elitcentrering* innefattar också organisationer och nationer som på ett eller annat sätt har makt, eller är sedan tidigare kända av publiken. Enligt forskningen ökar nyhetsvärdet på en händelse ju kändare aktörer den innefattar (Gans, 1979; Sahlstrand, 2000).

3.1.3 De institutionella agendorna

Nyheter som rör politiska processer eller myndigheter ges ofta utrymme i nyhetsrapporteringen. Det kan till exempel vara något som rör Arbetsförmedlingen, ett nytt kommunalråd eller politiska planer på en förändring av det allmänna utrymmet.

3.1.4 Avvikelse och sensation

När det kommer till nyhetskriteriet *Avvikelse och Sensation* skriver Strömbäck (2015) att det rör sig om händelser som är avvikande, oväntade och/eller på annat sätt sensationella. Han menar att det inte spelar någon roll om händelsen är positiv eller negativ – bryter den mot det förväntade så ökar nyhetsvärdet.

Vanligtvis är dock att sensationella nyheter är av negativ karaktär. Flera forskare menar att händelser som rör kriminalitet, olyckor, krig, katastrofer och andra händelser med negativa konsekvenser är överrepresenterade i nyhetsrapportering, och att det sannolikt beror på att de avviker från vad vi människor förväntar oss i vårt vardagsliv (Westerståhl & Johansson, 1985, Hvitfeldt, 1985).

I artikeln *Explicating Sensationalism in Television News: Content and the Bells and Whistles of Form* från 2001 försöker författarna gå till botten vad som är sensation i just tv-nyheter. De menar att tv-nyheter kan definieras som sensationella om de rör kändisar, brott, sex, katastrofer, olyckor och allmän rädsla (Barnett, Grabe & Zhou, 2001).

3.1.5 Hot och risker

Enligt Strömbäck (2015) tenderar nyheter att handla om frågor eller företeelser som kan utgöra ett hot eller en risk för samhället eller vissa grupper av samhället. Det kan exempelvis handla om viktiga varningar eller samhällsinformation. Men också om brott eller konflikter som på något sätt går ut över hela, eller delar av nyhetspubliken.

3.1.6 Kontinuitet

Kontinuitet rör händelser eller frågor som redan är en naturlig del av nyhetsaktörens dagordning. Det innebär att en händelse har större chans att bli nyhet om den rapporterats om tidigare. I begreppet kontinuitet innefattas också etablerade vinjetter som exempelvis en väderrapport eller svaret på en tittarfråga (Strömbäck, 2015).

4. Vad är en god nyhet?

De journalistiska idealen har varit fokus för mycket debatt, både inom forskningsvärlden och bland journalister. I praktiken är de svåra att leva upp till (Nord & Strömbäck, 2012). Men vi tror ändå att de utgör riktlinjer för vad som kan bedömas som god journalistik. Nedan försöker vi koppla samman de journalistiska idealen med livevideo.

4.1 Verifikation och källhänvisningar

En väl fungerande demokrati behöver debatt och informationsspridning. För att medborgare så självständigt som möjligt ska kunna ta ställning i olika samhällsfrågor i en demokrati är det viktigt att journalistiken eftersträvar en så sann bild av verkligheten som möjligt. Enligt forskarna Bill Kovach och Tom Rosenstiel är det journalistikens viktigaste roll, och det som skiljer journalistiken från annan form av kommunikation (Nord & Strömbäck, 2012).

Därför ställs det ofta krav på att journalistisk information ska verifieras i största möjliga omfattning. Lars Nord och Jesper Strömbäck har formulerat sju krav som de anser vara rimliga att ställa på journalistiskt material för att höja dess verifikationsnivå och sanningsenlighet. Ett av kraven som nämns är att man bör vara tydlig med vilka källor som används (Nord & Strömbäck, 2012).

Att sända live kan enligt forskare skapa problem som är direkt kopplade till verifikation och källhantering. Exempelvis kan det finnas en tidspress för att livesända så snart som möjligt – vilket kan påverka researcharbetets omfattning. En annan problematik är svårigheten att ”klippa” i livesänt material, vilket kan leda till att källhänvisningen blir bristande (Tuggle & Huffman 2001). I och med denna problematik kan det finnas anledning att undersöka hur källhänvisning hanteras inom livesänt material.

4.2 Journalistiska regelverk

Pressens publicitetsregler är ett viktigt ramverk för hur god journalistik bör bedrivas i Sverige. Regelverket utgörs av 17 paragrafer som är tänkta som etiska riktlinjer kring publicering (Svenska journalistförbundet, 2014). Regelverket är framtaget under lång tid av Publicistklubben, Svenska journalistförbundet, Svenska tidningsutgivareföreningen, Sveriges tidskrifter, Sveriges radio AB, Sveriges television AB och Utbildningsradion. I den här uppsatsen har vi inte möjlighet att undersöka hur alla dessa riktlinjer efterföljs i livevideosändningar på sociala medier. Därför väljer vi att fokusera på två paragrafer ur Pressens publicitetsregler vilka vi finner mest relevanta och tillämpbara för vår uppsats. Dessa är paragraf ett och två:

§ 1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling.

§ 2. Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.

Ett annat regelverk som är relevant att ta upp inför denna studie är Pressens yrkesregler (Svenska journalistförbundet, 2016). Det består av 13 paragrafer som formulerats av Svenska journalistförbundet och gäller förbundets samtliga medlemmar. Yrkesreglerna fokuserar mer på journalisternas vardagliga arbete än på redaktionella beslut. Vi tror att paragraf 13 i detta regelverk är extra relevant för vår studie med tanke på liveproblematiken med källhänvisningar, se 2.2.2 *Problem med att sända live*. Paragraf 13 ur Pressens yrkesregler är formulerad så här:

§ 13. Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter.

5. Studiens syfte och frågeställningar

5.1 Syfte

Vårt syfte är att studera nyhetsaktörers livesända innehåll på sociala medier och undersöka i vilken utsträckning det kan kännetecknas som nyheter.

Detta ämnar vi göra med hjälp av kriterier hämtade från tidigare studier för vad som brukar identifiera en nyhet: *Närhet, Elitcentrering och kändisskap, De institutionella agendorna, Avvikelse och sensation, Hot och risker och Kontinuitet* (se 3.1 Nyhetsvärdering och nyhetskriterier).

5.2 Frågeställningar

Med avstamp i vårt syfte, teori och den tidigare forskning vi redogjort för ämnar vi besvara följande tre frågeställningar:

1. Vad karakteriserar svenska nyhetsaktörers livevideosändningar på sociala medier?
2. I vilken utsträckning uppfylls traditionella nyhetskriterier i livevideosändningar på sociala medier?
3. På vilket sätt använder nyhetsaktörer livevideo på sociala medier?

DEL 3

METOD OCH OPERATIONALISERING

I denna del presenterar vi vårt val av forskningsmetod och hur vi planerade vår operationalisering. Vidare går vi igenom vilken aktör vi valt för att representera sociala medier samt vilka aktörer vi valt för att representera svenska nyhetsaktörer. Del 3 avslutas med en diskussion om validitet och reliabilitet.

6. Metod

Vår studie av livevideosändningar på sociala medier kommer operationaliseras via ett antal frågor till ett utvalt material. Frågornas svar kan sedan ge en fingervisning om innehållets journalistiska kvalité och nyhetsaktörernas incitament till att använda tjänsten. Men vi börjar med att beskriva våra grundläggande metodval.

6.1 Kvantitativ innehållsanalys

Vi har beslutat att göra en kvantitativ innehållsanalys av det livevideosända innehållet som finns arkiverat på respektive nyhetsaktörs Facebooksida. Enligt Esaiasson et al. (2012) är kvantitativ innehållsanalys ett bra tillvägagångssätt när man vill få svar på frågor om förekomsten av olika typer av innehållsliga kategorier i ett material och vill undersöka ett stort urval. Eftersom vårt ämne inte undersökts av forskare tidigare så anser vi att en kvantitativ innehållsanalys är det bästa tillvägagångssättet. Då kan vi nämligen inkludera ett stort urval och kartlägga en större mängd material än vad vi kunnat med andra typer av undersökningar. Metoden har använts i flera liknande studier. Ett exempel är *Delad glädje är dubbel glädje* av Ingela Wadbring och Sara Ödmark (2014) där författarna också kvantitativt undersöker nyhetsinnehåll på sociala medier utifrån nyhetsvärderingsteori.

6.2 Val av social medieplattform

Vi väljer att avgränsa oss till en enda socialt medieplattform eftersom vi då slipper ta hänsyn till skillnader mellan olika plattformar. Konsekvensen blir att vårt resultat riskerar att bli mindre generaliserbart på sociala medier som helhet. Dessutom existerar inte fenomenet med livevideofunktioner på sociala medier i hög utsträckning bland aktörerna. På Lifewires (Moreau, 2016, 19 oktober) lista över de 25 största sociala medieaktörerna finns livevideofunktionen endast på följande plattformar:

- Periscope cirka 10 miljoner användare
- Youtube cirka 1 miljard användare
- Facebook cirka 1,6 miljarder användare

Eftersom Periscope är den enda aktören vars huvudsakliga fokus är livevideosändningar så är det tänkbart att deras plattform också huserar flest livevideosändningar till antalet. Men ett problem med Periscope är att livevideosändningarna där inte sparas längre än 24 timmar. Det vore med andra ord omöjligt för oss att genomföra en innehållsanalys på livesänt material över en längre tidsperiod. Vi skulle kunna sitta redo och analysera innehållet i realtid eller strax efteråt, men då skulle det krävas mer tid och resurser än vad den här uppsatsen tillåter.

På Youtube finns möjligheten att arkivera livevideosändningar. Med andra ord skulle vi kunna undersöka deras tjänst. Men av följande anledningar väljer vi ändå Facebook:

- Livevideofunktionen har inte funnits särskilt länge på Facebook. Den introducerades för alla Facebookanvändare först i april 2016, vilket innebär att vi har möjlighet att inkludera en stor andel av det totala antalet livevideosändningar som gjorts. Undersökningen kan sedermera uppnå stark validitet eftersom urvalet mer eller mindre inkluderar allt innehåll som publicerats.
- Den andra, och kanske främsta anledningen, är Facebooks stora användarantal. Det är världens i särklass största sociala nätverk och används av 1,6 miljarder människor dagligen (Facebook, 2016).

6.3 Val av svenska nyhetsaktörer

När vi överblickade vilka som använder sig av Facebook Live kom vi fram till att det rörde sig om både stora och små nyhetsaktörer. Vi upptäckte att några av de absolut största, som exempelvis the New York Times, Al Jazeera, Washington Post, The Guardian och Reuters livesänder dagligen.

Först tänkte vi låta undersökningen utgå från just de globala aktörerna. Men när vi kollade på den svenska marknadens närvaro på Facebook såg vi att vi hade en möjlighet att försöka göra ett helhetsgrepp inom ett mediefält. Detta eftersom fenomenet var så pass nytt i Sverige – nyhetsaktörer har bara nyligen börjat haka på trenden. Dessutom är det svenska medieklimatet bekant för oss, och vi förstår normerna i svenska medier bättre än normerna i internationella medier. En studie på internationella medier hade kunnat bli missvisande i den aspekten – eftersom etik och nyhetskriterier skiljer sig mellan länder. Vi kände oss därmed tryggare med att kika på den svenska nyhetsrapporteringen på Facebook. Vi valde också att avgränsa oss till dagstidningar eftersom alla typer av nyhetsaktörer inte kunde innefattas inom ramen för uppsatsen. För en stor del av alla svenska dagstidningar har introduktionen av livefunktionen på sociala medier inneburit ett nytt publiceringsverktyg som tidigare inte funnits tillgängligt för dem. Därför tror vi att det är rimligt att anta att det finns en brist på erfarenhet av hur man förhåller sig till etiska ställningstaganden gällande nyhetsmaterial via detta nya format. Detta underbygger vår undersöknings relevans.

Så för att kartlägga innehållet i svenska dagstidningars livevideosändningar på Facebook väljer vi att undersöka alla sändningar som de gjort sedan tjänsten gjordes tillgänglig den sjätte april 2016 (Zuckerberg, 2016). Innan dess har tjänsten funnits i beta-version och endast kunnat användas av verifierade konton som Facebook själva godkänt. Flera av nyhetsaktörerna vi undersöker har alltså sänt live innan detta datum. Men eftersom detta inte gäller alla nyhetsaktörer så anser vi att den sjätte april är en rimlig avgränsning.

Vi har gått igenom TS Mediefaktas (TS Mediefakta AB, 2015) lista över 159 svenska dagstidningar och skrivit ner dem i en lista. TS Mediefakta hade inte inkluderat Bonnierkoncernens dagstidningar i sin lista trots att medieaktören representerar några av Sveriges största tidningar. Därför valde vi att även gå igenom marknadsundersökningsföretaget Kantar Sifos (2016) rapport *Orvesto konsument 2016:2* och lägga till de svenska dagstidningar som finns representerade där i vår lista med svenska dagstidningar. Den första november 2016 gick vi igenom alla dagstidningar i den samlade listan och

kontrollerade om de gjort livevideosändningar på Facebook. Vi kom fram till att följande svenska dagstidningar någon gång sänt via Facebook Live under tidsperioden 2016-05-06 till 2016-10-31:

- Blekinge läns tidning
- Dagens Nyheter
- Dala-Demokraten
- Dalarnas tidningar
- Expressen
- Gefle dagblad
- Göteborgs-Posten
- Jönköpings-Posten
- Kristianstadsbladet
- Kvällsposten
- Metro Sverige
- Nerikes Allehanda
- Norrköpings Tidningar
- Norrtelje Tidning
- Smålands-Posten
- Tidningen Härjedalen
- Uppsala Nya Tidning
- Vimmerby Tidning
- Västerbottens Kuriren
- Västerviks Tidningen
- Ystads Allehanda

Dessa blev alltså de nyhetsaktörer vår studie skulle undersöka. Antalet livevideosändningar skilde sig mycket mellan tidningar. Vissa landsortstidningar hade inte gjort mer än ett fåtal sändningar medan vissa av de större aktörerna, som exempelvis Göteborgs-Posten hade gjort över 50.

För att kunna göra jämförelser mellan tidningstyper inkluderar vi även en fråga som rör detta i vårt kodschema. Vi definierar storstadstidning som en tidning vars primära bevakningsområde är någon av de svenska storstadsregionerna, Stockholm, Göteborg och Malmö och lokaltidning som en tidning vars primära bevakningsområde inte är någon av storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö.

6.4 Problem med extern validitet

Ett uppenbart problem för vår studie ligger i medieformatets egen natur – att det är direktsänt. Att undersöka livevideosändningar på Facebook när de faktiskt sänds hade varit en brokig och mycket tidskrävande process. Tiden som krävs för att uppnå en tillfredsställande mängd material på det sättet ligger utanför resurserna för denna studie. Denna begränsning kan innebära ett problem för studiens resultatvaliditet och externa validitet, beroende på vad vi säger att vi vill mäta.

Närsomhelst efter en livevideosändning har ägt rum kan den raderas av nyhetsaktören. Eftersom vi

analyserar livematerial som redan har sänts, har vi ingen kännedom över om och när detta kan ha skett. Således är det rimligt att det finns ett visst bortfall av material. Detta är ett problem för vår externa validitet – det vill säga hur representativt materialet är för svenska nyhetsaktörers livevideosändningar på sociala medier.

6.5 Hur vi ska utföra mätningen

Den här undersökningens huvudsakliga syfte är att mäta i vilken grad livevideosändningar på Facebook uppfyller en rad klassiska nyhetskriterier. Vi kommer därmed ställa ett antal frågor rörande nyhetskriterier till varje enskild livevideosändning i vår undersökning. Men eftersom vi också är nyfikna på innehållets journalistiska kvalitet så kommer vi inkludera frågor som kretsar kring journalistisk etik. Vi kommer också försöka undersöka i vilken utsträckning tidningarna följer löpsedelsteorin (se 2.1.1 *Löpsedelsteorin*) använder livevideotjänsten för att dra trafik till sin egen hemsida

Men först och främst behöver vi ställa frågor som berör livevideosändningen i allmänhet. Detta för att kunna göra relevanta jämförelser mellan livevideosändningarna. Till de generella frågorna hör datum, tidningsnamn, antal visningar och huvudsakligt ämnesområde. När det gäller huvudsakligt ämnesområde har vi inspirerats av kodschemat som används i *Delad glädje är dubbel glädje* av Ingela Wadbring och Sara Ödmark (2014). Vi tycker att de lyckats pricka in relevanta uppdelningar som även skulle vara användbara för oss.

6.5.1 Operationalisering av nyhetskriterier

Vi kommer utgå från Jesper Strömbäcks (2015) sex nyhetskriterier när vi undersöker vårt material. Till dessa hör *närhet, elitcentrering och kändisskap, de institutionella agendorna, avvikelse och sensation, hot och risker och kontinuitet*.

Närhet har vi valt att dela upp i tre kategorier. Den första är *tidsmässig närhet*, vilket är en viktig aspekt för just liveformatet. Vi frågar respektive livevideosändning om den berör en pågående händelse eller inte. Vid en överskådlig blick på materialet har vi märkt att många livevideosändningar inte rör någon tidsspecifik händelse. Därför lägger vi också till ett svarsalternativ, utöver *Ja* och *Nej* som formuleras *sändningen refererar inte till någon speciell plats*. En annan typ av närhet definierar vi som *sändningens närhet till händelsen*. Den tredje och sista typen av närhet vi vill undersöka rör *tidningens bevakningsområde*. Strömbäck (2015) nämner också *kulturell närhet* i sin genomgång av nyhetsvärderingskriterier, men efter diskussion har vi valt att utesluta detta kriterium eftersom vi anser att den är svår att operationalisera på ett så här omfattande material. Det skulle ta för lång tid för oss att reda ut kulturella kontexter i respektive lokaltidnings fall.

För att kartlägga *elitcentrering och kändisskap* kommer vi fråga materialet om sändningens berör något som för publiken är väl känt som exempelvis kändisar, organisationer eller nationer som har stor makt eller på annat sätt är etablerade. Eftersom mycket av vårt material kan antas vara av lokal karaktär, så baseras våra bedömningar på hur sändaren presenterar information om *elitcentrering*

och kändisskap. Vi har bestämt oss för att sätta tröskeln relativt lågt. Till exempel kommer en sändning som rör det lokala hockeylaget klassas som ett ämne som berör *elitcentrering och kändisskap*.

När det gäller *avvikelse* kommer vi fråga materialet om livevideosändningens innehåll kan klassas som oväntad eller ovanligt. En avvikande innehåll innebär alltså en livevideosändning som handlar om en händelse ingen ur publiken kunnat förvänta sig.

I vår mätning av sensation väljer vi att göra en distinktion mellan sensationellt ämne och sensationell bild. Detta gör vi eftersom vi har som avsikt att undersöka hur ofta liveformatet fyller en funktion för sändningen. Det är med andra ord relevant för oss att veta om sändningen bara behandlar ett ämne som är sensationellt, eller om den också visar bilder som är sensationella. I vår definition av vad som kan anses som sensationellt har vi inspirerats av en artikel från Grabe, Zhou och Barnett (2001) där de argumenterar för att sensation kan definieras som händelser som berör kändisar, kriminalitet, sex, katastrofer, olyckor och allmän rädsla. Vi kommer med andra ord ställa frågor om det undersökta materialet anspelar på något av följande: brott, sex, katastrofer, olyckor eller anspelar det på allmänhetens rädsla. En fråga kommer beröra sensation ämnesmässigt och en fråga kommer beröra sensation bildmässigt.

Det femte nyhetsvärderingskriteriet som Strömbäck (2015) räknar upp är *hot och risker*. Här handlar det om händelser som kan vara en fara eller utgöra ett hot för samhället och människorna i det. Därför gör vi det enkelt för oss genom att helt enkelt bara fråga livevideosändningarna om deras innehållet rör samhällsinformation om ett föreliggande hot eller en fara för allmänheten eller någon specifik grupp i samhället. När det kommer till brott, så bör det vara förankrat till ett större hot mot samhället eller folk i det. Man kan argumentera för att alla brott är ett hot mot samhället i stort. Men för att kunna särskilja de två har vi valt att här prata om brott som tydligt utgör en föreliggande samhällsfara.

Strömbäck's sjätte och sista kategori för nyhetsvärdering är *kontinuitet*. Även här kommer vi behöva utgå från informationen som presenteras i sändningen, eftersom vi inte har tid eller resurser till att ta reda på om nyheten rapporterats tidigare. Vi kommer här leta efter formuleringar från sändaren som exempelvis "som vi tidigare rapporterat om" eller andra tydliga indikationer på att livevideosändningen rör en nyhetshändelse som inte rapporterats tidigare.

6.5.2 Övrig operationalisering

Vi har även formulerat en fråga som är kopplad till journalistiska värderingar och etik då vi tror det kan hjälpa oss att bedöma den journalistiska kvalitén i innehållet. Vi vill här understryka att vi inte kommer dra på för höga växlar. Eftersom vi endast undersöker en etisk aspekt så ser vi det mer som en indikation, snarare än något vi kan dra tydliga slutsatser från. Men eftersom källhänvisning är en så fundamental och representativ aspekt av vad som utgör "god journalistik" så tror vi ändå att det kan tillföra värde till den här undersökningen (se 4.2 *Verifikation och källhänvisningar*). Frågan kommer beröra om det finns tydliga källhänvisningar i materialet.

Vi tar avstamp i paragraf 13 i Svenska Journalistförbundets yrkesregler som lyder: ”Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter” (Svenska journalistförbundet, 2016). Vi upplever paragraf 13 som den mest relevanta och mest applicerbara yrkesregeln för en undersökning av den här storleken. Detta därför att det för vårt material är den enklast mätbara indikatorn för journalistisk kvalitet och kan rymmas inom tidsramen för denna studie.

Som vi presenterat tidigare i den här uppsatsen, så menar vissa forskare att sociala medier ofta används för att dra trafik in till den egna hemsidan, den så kallade löpsedelsteorin (se 2.1.1 *Löpsedelsteorin*). För att mäta om det gäller livevideosändningar på sociala medier kommer vi fråga om tittaren på något sätt uppmanas till att besöka nyhetsaktörens hemsida.

Utöver uppmaningar till att besöka den egna hemsidan kommer vi också leta efter uppmaningar till tittaren att interagera med nyhetsaktören. Exempelvis kan sändaren säga till tittarna att skriva i kommentarsfältet som finns i anslutning till livevideosändningen och på detta sätt ”konversera” med dom. Denna direkta tvåvägskommunikation kan vara en viktig skillnad mot traditionell liverapportering. För att besvara frågan om hur nyhetsaktörerna använder livevideosändningar på Facebook så är detta en mycket relevant aspekt att undersöka.

För en djupare förståelse av vår operationalisering och vår kodning se bifogat kodschema.

6.6 Validitet och reliabilitet

6.6.1 Begreppsvaliditet

Med en god begreppsvaliditet menas att det inte förekommer några systematiska fel i undersökningens genomförande. Det handlar om att lyckas undersöka det man faktiskt vill undersöka. Att översätta teoretiska begrepp till operationella indikatorer är inte alltid helt lätt, och kräver noggranna överväganden. Vi anser att vårt användande av befintliga teorier för nyhetsvärdering och regelverk för journalistisk etik stärker den här undersökningens begreppsvaliditet.

Det största problemet för vår undersökning med avseende på begreppsvaliditet är att vi inte har tillräckligt med tid eller resurser för att se till respektive lokaltidnings kontext. I flera av våra frågor utgår vi från hur informationen presenteras, snarare än bakgrundsinformation. Detta gör att vi exempelvis kan göra felaktiga bedömningar vad gäller vad frågan om *kontinuitet*, huruvida händelsen är tidigare känt för publiken.

Vår undersökning grundar sig i vedertagna teorier och tidigare forskning och tar avstamp i ett regelverk som funnits sedan länge kring etiska riktlinjer för journalister. Flera av dessa teorier och angripssätt har använts i liknande undersökningar. Exempelvis i *Delad glädje är dubbel glädje* (Wadbring & Ödmark, 2014) där författarna applicerat nyhetsvärderingsteori på nyheter som delas på Facebook. Med detta i ryggen anser vi att våra tolkningar av teorierna är väl underbyggda och våra frågeställningar rimligt utformade.

6.6.2 Reliabilitet

Till skillnad från validitet så handlar reliabilitet om frånvaron av osystematiska och slumpmässiga fel. I vårt fall skulle det kunna innebära att vi tolkar materialet på olika sätt på grund av våra erfarenheter. Eftersom vi är tre personer som genomför den här undersökningen har vi försökt minimera den risken genom att hela tiden vara så transparenta som möjligt. Under kodningen har vi vid varje oklarhet fört en diskussion sinsemellan. Vid de tillfällen vi varit oeniga har vi låtit majoriteten av oss bestämma.

Vi har även försökt döma ut material som ”går ej att avgöra” då det rått oenigheter i gruppen. På så sätt har vi strävat efter så hög validitet som möjligt. Under uppsatsens gång har vi delat upp mycket av arbetet men ständigt försökt ventilera och kontrollera varandras arbete så att alla känner att de kan ställa sig bakom det som skrivs. Vid flertalet tillfällen har den dialogen lett till att vi lagt till eller tagit bort delar i försök att precisera studiens material till att gå hand i hand med studiens syfte.

Trots vissa brister när det gäller begreppsvaliditet anser vi att studiens resultatvaliditet kommer bli tillförlitligt. Vi kommer inte kunna dra några detaljerade slutsatser om nyhetsaktörers livevideosändningar på sociala medier, det lämnar vi till framtida forskning. Men vi tror att vi i breda drag kommer tillföra forskningen en större förståelse för livenyheter på sociala medier.

DEL 4

RESULTAT, ANALYS OCH SLUTSATSER

Här presenterar vi våra resultat utefter respektive frågeställning (se 5.2 Frågeställningar) och startar med en överblick över resultaten. I avsnitt 8 utreder vi vad som karaktäriserar livevideosändningarna. I avsnitt 9 tittar vi på i hur hög utsträckning livevideosändningarna lever upp till de nyhetskriterier vi satt upp. I avsnitt 10 försöker vi utreda och diskutera hur livevideo på sociala medier används av nyhetsaktörerna i praktiken.

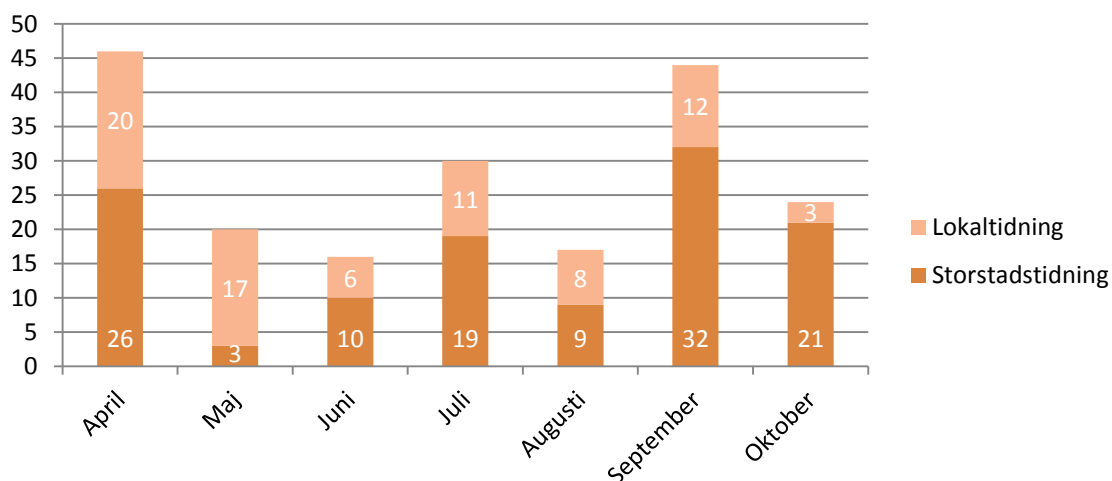
7. Överblick

Vi har i vår studie låtit Facebook representera det svenska sociala medielandskapet (se 6.2 Val av social medieplattform). Så för att förstå det undersökta materialet och kunna sätta våra frågeställningar i ett korrekt sammanhang är det relevant att starta del 4 med en överblick av svenska dagstidningars användning av Facebook Live.

7.1 Ett litet utbud av livevideonyheter på Facebook

Vår studie visar att det totala antalet livevideosändningar från svenska dagstidningar mellan den första april och sista oktober 2016 var 197 stycken. Som vi ser i *Figur 7.1a* så livevideosändes det som minst under juni månad då endast 16 livevideosändningar producerades. Ett annat resultat är att den månad då det livevideosändes flest gånger var april, detta är intressant eftersom april var den månad då många tidningsredaktioner prövade funktionen för första gången. Under resterande del av den undersökta perioden så ser vi ingen tydlig ökning eller minskning av livevideosändningar. Man kan utläsa att storstadstidningarna ökade sin aktivitet de sista två månaderna av undersökningen. Detta kan tyda på att storstadstidningar som ofta har större resurser än lokaltidningar börjat lägga större vikt på att få in livevideosändningar från Facebook i sina arbetsrutiner.

Figur 7.1a: Antal livevideosändningar från Svenska dagstidningar på Facebook mellan april och oktober 2016



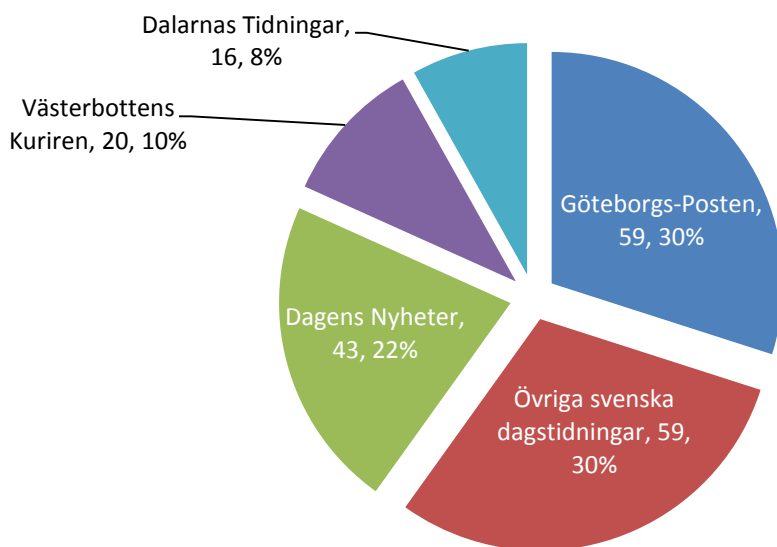
Kommentar till Figur 7.1a: Totalt antal livevideosändningar: 197, totalt antal tidningar: 21, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

Vi anser att den samlade mängden livevideosändningar, 197 stycken, är ett förhållandevis lågt antal med tanke på att studien mätte hela den svenska dagspressens aktivitet. Om vi istället hade mätt dagspressens användning av Facebook på en mer generell nivå eller en annan social medieplattform som exempelvis Instagram så är det rimligt att anta att omfattningen blivit mycket stor. Den låga omfattningen av livevideosändningar på just Facebook skulle kunna förklaras med att Facebook Live är ett nytt fenomen i Sverige och ännu inte hunnit etableras i många nyhetsredaktioners fasta rutiner.

En slutsats man kan dra från den låga användning av Facebook Live som journalistiskt verktyg är att livevideosändningars effekter i dagsläget påverkar samhället i låg utsträckning. Detta gäller både problematiska effekter som exempelvis att livefenomenet kan försvåra för journalisten att kontrollera sitt material innan sändning (Tuggle & Huffman, 2001) och effekter av livevideosändningar som kan klassas som positiva, exempelvis att reportrar kan använda Facebook Live för att stärka sina egna varumärken och upplevas mer mänskliga på grund av direktkontakten som livevideosändningar innebär (Wihbey, 2016).

I *Figur 7.1b* ser vi att Göteborgs-Posten var den dagstidning som livesände flest gånger, 59 livevideosändningar totalt. Näst flest livevideosändningar kom från Dagens nyheter med 43 stycken, följt av Västerbottenskuriren och Dalarnas tidning med 20, respektive 16 livevideosändningar. Dessa fyra dagstidningar står för 70 procent av det samlade livematerialet trots att totalt 21 dagstidningar är med i undersökningen.

Figur 7.1b: Uppdelningen av svenska dagstidningars livevideosändningar på Facebook i aktör (antal, procent).



Kommentar till Figur 7.1b: Totalt antal livevideosändningar: 197, totalt antal tidningar: 21, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

Ett annat sätt att lägga fram hur dominerande ett fåtal dagstidningar är i studien är att påpeka att endast 4 svenska dagstidningar har producerat 16 eller fler livevideosändningar under en period på sju månader.

Man skulle kunna argumentera för att den låga omfattningen av Facebook Live och den obalanserade fördelningen mellan vilka aktörer som använder Facebook Live skulle kunna problematisera hela studiens relevans och att det inte går att dra några slutsatser om det svenska medielandskapet utifrån den. Vi anser inte den mindre omfattningen är ett forskningsproblem eftersom vår studie inte består av ett slumpmässigt urval utan är en studie som försökt kartlägga alla svenska dagstidningars användning av Facebook Live. Att vi i ett tidigt skede kan studera ett mindre fenomen som många tror kommer växa ger snarare vår studie stor relevans än tvärtom

7.2 Skillnad i visningsantal mellan livevideosändningarna

Precis som antalet livevideosändningar är grundläggande för att sätta vår undersökning i ett korrekt sammanhang så anser vi att räckvidden för livevideosändningar är det. Räckvidd innebär hur många människor som nås av sändningarna. Vi har endast kontrollerat livevideosändningarnas totala visningsantal vilket inkluderar de som sett sändningarna i efterhand. Tyvärr har vi inte kunnat mäta den ursprungliga publiken som såg livevideosändningarna när de sändes första gången och verkligen var ”live”. En sådan kontroll hade varit intressant med tanke på att det kanske är under livevideosändningars ursprungliga sändningstillfälle som dess publik bäst kan undersökas. Detta på grund av publiken som ser livevideosändningar i efterhand rimligtvis kan ha andra orsaker att se sändningen än just dess egenskaper som livevideo. Anledningen till att vi inte kunde mäta detta beror på att är mycket problematiskt att få ut dolda siffror från Facebook.

Av det totala antalet visningar per livevideosändningar är medelvärdet 14 022, men det kan anses missvisande eftersom endast två livevideosändningar sträcker sig över 100 000 visningar, varav den ena sändningen setts av 499 000, och den andra sändningen av 149 000, se *tabell 7.2*.

Tabell 7.2 De livevideosändningar från svenska dagstidningar med högst räckvidd			
Tidning	Händelse	Datum	Antalet visningar
Göteborgs-Posten	Rapportering från kravaller i Bergsjön, Göteborg	21-sep	499 000
Göteborgsposten	Opinionsmaterial om regeringens beslut	03-maj	149 163
Expressen	OS-deltagarna kommer hem till Sverige igen	21-aug	84 673
Göteborgs-Posten	Brand vid Kortedala torg, Göteborg	22-sep	62 391
Expressen	Diskussion om Socialdemokratiska politikernas lyxliv	03-apr	61 991

Kommentar till Tabell 7.2: Totalt antal livevideosändningar: 197, totalt antal tidningar: 21, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

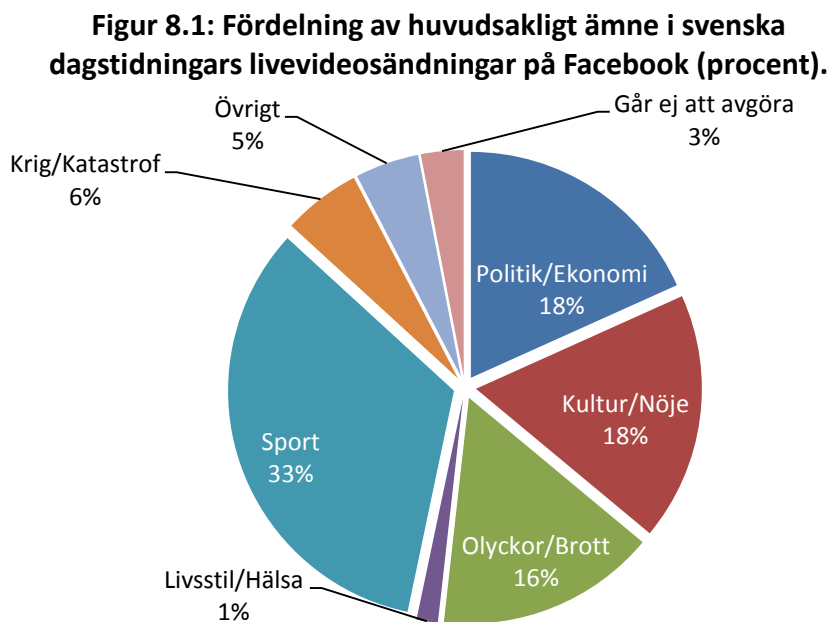
Totalt har livevideosändningar från svenska tidningar visats 2 734 295 gånger mellan april och november 2016. Detta är ett förhållandevis litet antal visningar i jämförelse med exempelvis Aktuellt på SVT, som kan nå bortåt 1 000 000 tittare vid ett enda sändningstillfälle (Mediemätningen i Skandinavien AB, 2015). Vi anser att detta precis som det låga antalet förekommande livevideosändningar tyder på att Facebook Live som verktyg för pressen fortfarande är i sin linda.

8. Vad karaktäriserar svenska nyhetsaktörers livevideosändningar på sociala medier?

Den första frågan vi ställde studiens material var vad som karaktäriserar svenska nyhetsaktörers livevideosändningar. Vilka gemensamma drag kan man se hos livevideosändningarna på sociala medier? Vi har valt ut tre stycken frågor från kodschemat som vi tror bäst kan beskriva vad som karaktäriserar livevideosändningar.

8.1 Sport är det huvudsakliga ämnet

En vinkel man kan se på livevideosändningars nyhetsvärde utifrån är vilket ämne det i huvudsak berör. I *figur 8.1* ser vi att Sport är det mest förekommande ämnet och utgör 33 procent av det undersökta materialet. Därefter följer Politik/Ekonomi (18 procent), Kultur/Nöje (18 procent) och Olyckor/Brott (16 procent). Sport är traditionellt vanligt förekommande i livesammanhang så därför är resultatet inte förvånande. Vi noterade under studiens gång att inget av de 197 klippen som förekom i studien var direktsändningar av hela matcher, utan i störst uträkning berörde för- och eftersnack till matcher.



Kommentar till Figur 8.1: Totalt antal livevideosändningar: 197, totalt antal tidningar: 21, Totalt antal kategorier: 8. Undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

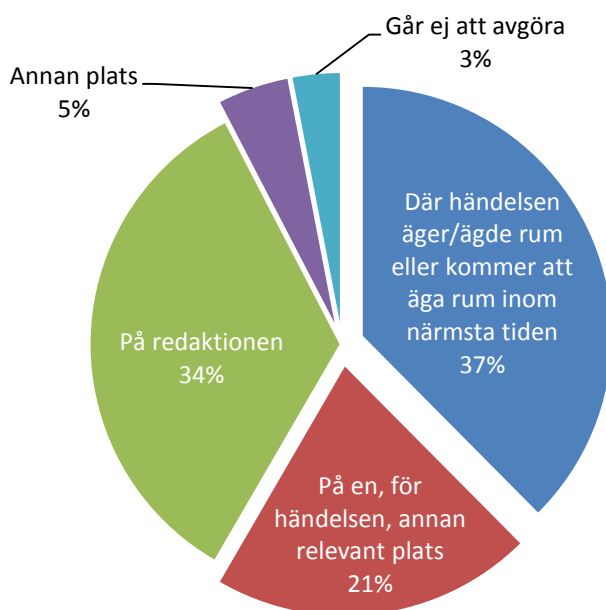
Det kan diskuteras om ämnet sport kan klassas som en lättsammare typ av nyhetsförmedling och argumentation för detta är att vi i vår studie kunde se att livevideosändningar som hade sport som huvudsakligt ämne berörde färre nyhetskriterier än livevideosändningar som hade Politik/Ekonomi som huvudsakligt ämne.

Men oavsett nyhetsvärde på ämnet sport så menar vi att ämnesuppdelningen karaktäriseras av en traditionell nyhetsuppdelning och att inget ämne tagit över på grund av liveformatet i sig.

8.2 Hög andel livevideosändningar från redaktionen

Ett förvånande resultat i vår studie är att hela 34 procent av det undersökta materialet sändes från en redaktion vilket vi ser i *figur 8.2*. Resultatet kan problematiseras. Om man ändå inte lämnar redaktionen, varför inte publicera en genomarbetad video istället för att gå live.

Figur 8.2 Fördelning av inspelningsplats av svenska dagstidningars livevideosändningar på Facebook (procent).



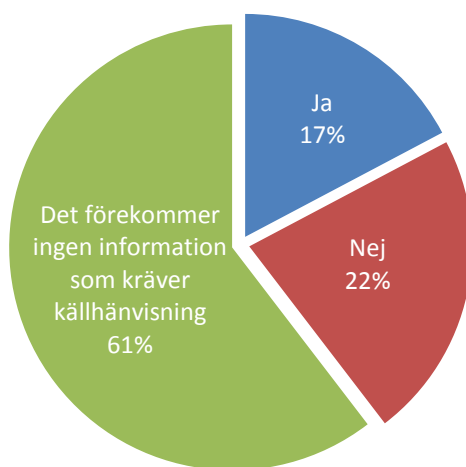
Kommentar till Figur 8.2: Totalt antal livevideosändningar: 197, totalt antal tidningar: 21, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

Vi kan ändå inte dra slutsatsen att detta beror på de orsaker för live som vi tog upp i studiens teoretiska del (se 2.2 *Live-video*). Där nämndes exempelvis att det är teknologin i sig som skapar incitament för att gå live snarare än en händelses nyhetsvärde. Denna slutsats kan vi inte dra på grund av att vi under studiens gång upptäckte en kategori av livevideosändningar som vi inte visste förekom på Facebook Live, nämligen livesända studieprogram. Dessa har formen av ett längre studioinspelat nyhetsprogram med programledare och liknar mer en Rapportsändning från Sveriges television än ett mobilfilmade liveklipp. Att sända denna typ av livesänt studiomaterial berör enligt oss inte samma liveproblematik som tagits upp i vår teoridel där livesändningar utanför studio varit i fokus. Eftersom vi inte kodat hur stor del av livevideosändningarna som är just studiomaterial så skapar det eventuella problem för studiens reliabilitet. Om en hög andel av de redaktionella livevideosändningarna är nyhetsprogram med nyhetsankare skulle det innebära att en hög andel av det totala undersökta materialet har en helt annan karaktär än det Facebook Live material vi först förväntade oss att se i studien.

8.3 Svårt att dra slutsatser om källhänvisningar

Vi försökte undersöka livevideosändningars karaktär utifrån hur vanligt förekommande källhänvisningar är. I vår teoretiska del lyfter vi fram att livevideosändning kan innebära problematik för just den journalistiska traditionen med källhänvisningar och verifikation, (se 2.2.2 *Problem med att sända live*) och vår tro var därmed innan själva operationalisering att källhänvisningar i regel inte skulle förekomma i någon större utsträckning. Resultatet ser vi i *figur 8.3*:

Figur 8.3 Framgår det tydliga källhänvisningar i svenska dagstidningars livevideosändningar på Facebook (procent)?



Kommentar till Figur 8.3: Totalt antal livevideosändningar: 197, totalt antal tidningar: 21, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

Det kan diskuteras vad detta resultat egentligen visar när svarsalternativet *Det förekommer ingen information som kräver källhänvisning* är så dominerande. Svarsalternativet representerar livevideosändningar där källhänvisningar inte är relevanta eller där informationen i första hand kommer från en person som intervjuas. Ett exempel på detta är när Blekinge Läns Tidning livesände från en fotbollsläktare den 31 juli 2016 där ingen annan information än den bildmässiga förekom. Men svarsalternativet har visat sig vara för brett och fångat in en för stor del av materialet för att slutsatser ska kunna dras. Vidare resultatproblem är att de 44 livevideosändningarna som är noterade med svaret ”*Nej, ingen källhänvisning förekommer*” inte tar upp vilken typ av information som saknar källhänvisning. En livevideosändning som saknar källhänvisning till trivial information får samma negativa värde som en livevideosändning som saknar källhänvisning till en seriös nyhet.

Slutsatsen blir att det är svårt att utifrån vår kodning argumentera för att källhänvisning är ett specifikt problem för livevideosändningar på sociala medier.

9. I vilken utsträckning uppfylls traditionella nyhetskriterier i livevideosändningar på sociala medier?

Den andra frågeställningen i studien berör ett av studiens huvudsakliga syften. Att undersöka i vilken utsträckning nyhetsaktörers livevideosända innehåll på sociala medier lever upp till traditionella nyhetskriterier.

9.1 Vilka nyhetskriterier uppfylldes?

I artikeln *Live reporting in television news: Breaking news or black holes* (Tuggle & Huffman, 2001) diskuteras när en livevideosändning kan anses vara journalistiskt rättfärdigad. På grund av den mängd problem som uppstår när man liverapporterar argumenterar författarna för att liveformatet endast bör användas vid situationer då liveformatet är nödvändigt (se 2.2.2 *Problem med att sända live*). I vår studie har vi undersökt detta genom att mäta om livevideosändningarna informerar om en fara för allmänheten och i hur hög utsträckning de uppfyller nyhetskriterierna totalt. Som vi misstänkte var det få av dagstidningarnas livevideosändningar på Facebook som levde upp till Tuggle & Huffman kriterier för vad som är journalistiskt rättfärdigat i livesammanhang. Endast 12,7 procent av livevideosändningarna berörde en fara för allmänheten och i genomsnitt uppfylldes varje nyhetskriterium bara av en fjärdedel av livevideosändningarna. I *figur 9.1* ser vi hur stort antal av de 196 undersökta livevideosändningarna som levde upp till respektive nyhetskriterium.

Figur 9.1 Antal livevideosändningar som uppfyllde de olika nyhetskriterier i svenska dagstidningar livevideosändningar på Facebook. (Antal)



Kommentar till Figur 9.1: Totalt antal livevideosändningar: 197, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

Förr var liverapportering från nyhetshändelser sällsynt och förknippat med dramatik och sensation (Tuggle & Huffman 2001). Men vår studie visar på en förändring. Det framgår tydligt i våra resultat att nyhetsaktörer inte längre ställer samma krav på innehållet som livevideosänds och att tröskeln för att livesända sänkts avsevärt jämfört med tidigare. Den nya lättillgängliga tekniken tycks i mångt och mycket ha förändrat nyhetsaktörers förhållande till att livevideorapportera i realtid.

9.2 Hög geografisk närhet

Vi har definierat geografisk närhet som tidningens primära bevakningsområde. I de flesta fall har det inte varit några problem för oss att avgöra. Men eftersom många tidningar inte har någon exakt gräns för sitt bevakningsområde kan frågan problematiseras. När Jesper Strömbäck (2015) diskuterar geografisk närhet så pratar han i relativa termer, att nyhetsvärdet ökar ju närmare publiken befinner sig nyheten. Han pratar aldrig om geografisk närhet i någon exakt bemärkelse. Vår gränsdragning riskerar därför att vara för snäv, bred eller odynamisk för att säkra resultat ska kunna fastställas. Men med det sagt, så kan vi se en hög geografisk närhet i dagstidningars livevideosändningar på Facebook. Mer än 75 procent av allt innehåll handlar om tidningarnas primära bevakningsområden. De flesta tycks alltså inte frångå sin geografiska närhet till publiken i någon större utsträckning.

Vi anser att vårt resultat inte är särskilt förvånande eftersom det saknas incitament för tidningarna att ändra sitt befintliga bevakningsområde bara för att ett nytt publiceringsverktyg tillkommit. På internet konkurrerar alla nyhetsaktörer på samma villkor. Därför vore det ologiskt för de mindre tidningarna att försätta sig i en konkurrenssituation med de större tidningarna genom att utöka sitt bevakningsområde.

9.3 Få sensationella händelser

Vår undersökning visar att livevideosändningar på Facebook sällan handlar om sensationella händelser. Endast sju procent av materialet visade bilder på brott, sex, katastrofer, olyckor, allmänhetens rädsla eller ett i övrigt sensationellt innehåll. I de flesta fallen rörde det sig om en reporter som filmar sig själv med en filmkamera och kommenterar en pågående händelse.

I den här studien har vi inte haft tillräckligt med tid eller resurser för att titta närmare på om livevideosändningars popularitet, dvs. om visningar korrelerar med graden av sensationsvärde. Det gjorde däremot författarna till artikeln *Delad glädje dubbel glädje* (Wadbring & Ödmark, 2014) och kom fram till att sensationella nyhetsartiklar på Facebook tenderar att delas mer än ickesensationella. Vi tycker oss se samma mönster hos livevideosändningar på Facebook. Ett exempel som styrker vår tes är att den i särklass populäraste livevideosändning som sändes den 21 september 2016 och handlade om uppstådda kravaller i Göteborg (*Se bild 9.3a*). Videon har hela 499 154 visningar och ett högt sensationsvärde, både ämnes- och bildmässigt.

Bild 9.3a



Göteborgs-Postens livevideosändning angående kravaller i Göteborg var den livevideosändning som setts flest gånger med 499 154 visningar. Källa: Göteborgs-Posten, Facebook

Drygt var femte livevideosändning handlade om ett sensationellt ämne utan att visa någon sensationell bild. Ett exempel på hur det kan se ut är när Dagens Nyheter sände live på Facebook den 9e september angående den uppdagade Macchiarini-skandalen (se bild 9.3b). Medverkande i sändningen var DN:s medicinreporter Amina Manzoor, intervjuad av DN:s sociala medie-redaktör Karl Idén. Det visades inga bilder som var filmade utanför studion.

Bild 9.3b:



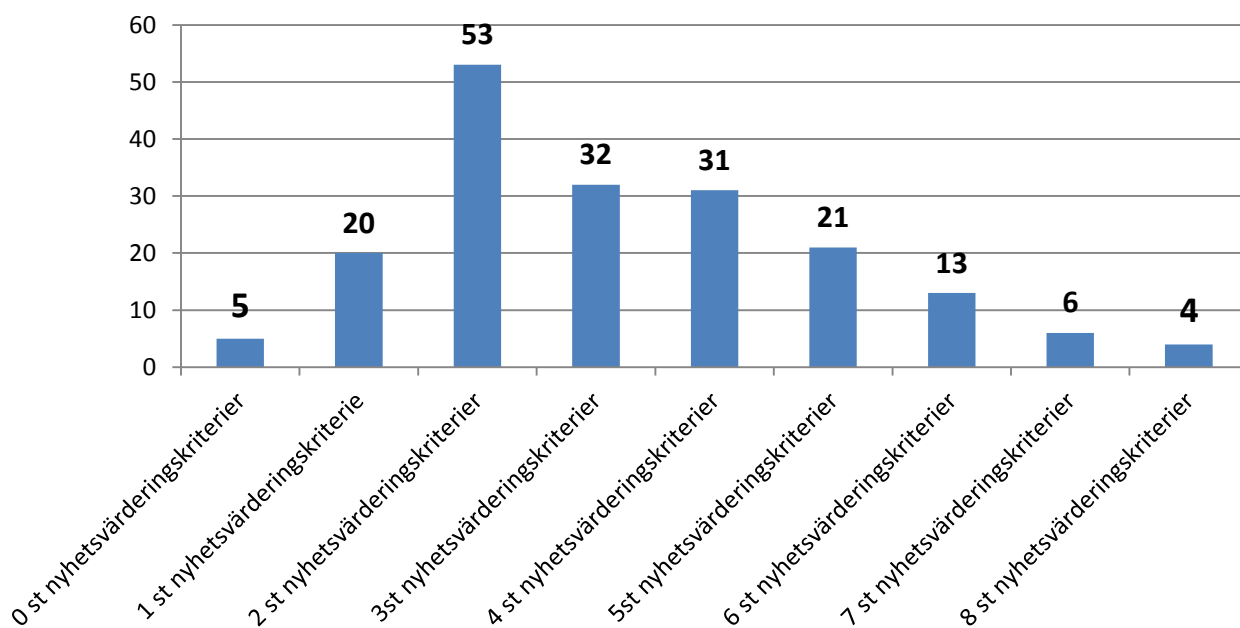
Ett exempel på när ett sensationellt ämne berörs utan att någon sensationell bild visas. Källa: Dagens nyheter, Facebook

9.4 Hur många nyhetskriterier uppfyllde sändningarna?

Som vi ser i *Figur 9.4* så var det inga livevideosändningar som uppfyllde alla nyhetsvärderingskriterier. Vi upplever detta resultat som rimligt eftersom det är svårt att tänka sig en sändning som rymmer alla dessa kriterier. Då skulle det krävas en händelse som kombinerar någon typ av process inom politik- eller myndighetssfären samtidigt som den innefattar sensationella bilder samtidigt som den är tidigare känd av publiken, samtidigt som den måste uppfylla en rad andra faktorer. De fyra sändningar som uppfyllde flest nyhetskriterier uppfyllde åtta stycken, se *figur 9.4*.

I genomsnitt uppfyllde varje livevideosändning 3,2 nyhetskriterier av 10 möjliga, vilket är högre än vad vi förväntade oss. Det övergripande syftet med den här studien har varit att avgöra om det är nyheter eller nonsens som nyhetsaktörerna livesänder på sociala medier. Vår avsikt har dock aldrig varit att komma fram till ett specifikt svar på den frågan. Det anser vi är mycket svårt eftersom det inte finns någon exakt definition för vad en nyhet är. Vårt mål har istället varit att ställa upp ett antal kriterier för vad som vanligtvis utgör en nyhet för att undersöka i vilken grad det livevideosända innehållet lever upp till dessa. Svaret på den frågan är alltså att livevideosändningarna på Facebook uppfyller ungefär en tredjedel av de uppställda nyhetskriterierna.

Figur 9.4 Antal uppfyllda nyhetskriterier per livevideosändning (Antal)



Kommentar till Figur 9.4: Totalt antal livevideosändningar: 197, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

Som vi ser i *Figur 9.4* är det vanligast att en dagstidnings livevideosändning på Facebook uppfyller två nyhetskriterier – det gjorde mer än var fjärde. Det går att se en ökning i antalet livevideosändningar fram till två nyhetskriterier, men sedan avtar siffran fram till åtta

nyhetsvärderingskriterier, som är också är det högsta uppnådda antalet nyhetskriterier för de sändningar vi undersökt.

Bland de fyra livevideosändningarna som uppfyllde flest nyhetskriterier kom en från Dagens Nyheter och två från Göteborgs-Posten, som bägge kan klassas som två av Sveriges största tidningar. En förklaring skulle kunna vara att de större tidningarna har mer resurser och personal vilket skapar förutsättningar för att livevideosända från dramatiska händelser och samtidigt bevaka dem på andra sätt. Det är tänkbart att en mindre redaktion istället väljer en väl beprövat publiceringskanal vid tillfällen då skarpt nyhetsläge råder. Dock går det inte att bortse från det faktum att de större tidningarna också har större bevakningsområden vilket innebär att chansen för mer spektakulära nyheter ökar.

10. På vilket sätt använder nyhetsaktörer livevideo på sociala medier?

Den tredje frågan vi ställde materialet rör på vilket sätt nyhetsaktörer använder livevideo på sociala medier. Svaret på denna fråga kan hjälpa oss att se om live verkligen är relevant för rapporteringen.

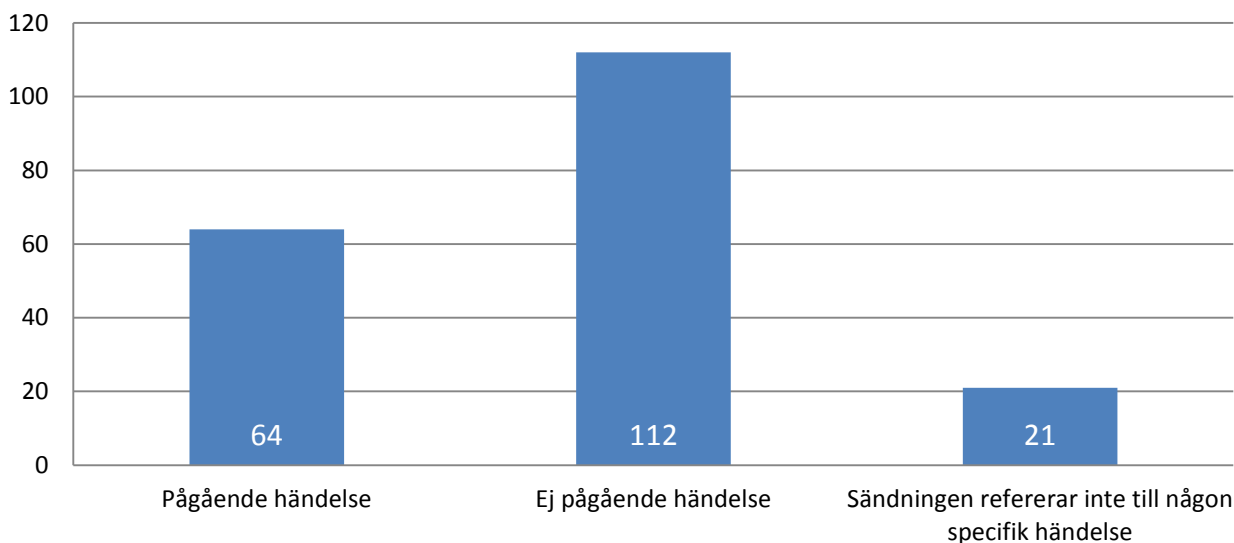
10.1 Rätt tid, på rätt plats

Som vi såg i föregående avsnitt har det livesända materialet svårt att uppfylla de krav på journalistiskt rättfärdigande som Tuggle och Huffman (2001) satt upp. Men huruvida dessa krav är rimliga att ställa på en den helt nya typ av digital plattform som vi undersökt är diskutabelt. Vi har därför också undersökt i vilken grad materialet uppfyllde det kanske mest grundläggande kriteriet för livevideosändningens journalistiska funktion – nämligen att rapportera om en pågående händelse. Som komplement till den frågan har vi också undersökt i hur hög utsträckning rapporten sker på en plats som är relevant för rapporteringen.

- *Refererar livevideosändningen till en pågående händelse?*
- *Sänds livevideosändningen från en för händelsen relevant plats?*

Det räcker med att det första kriteriet inte uppfylls för att livevideosändningens journalistiska funktion kan ställas under rimliga tvivel. Man kan då hävda att sändningen lika väl skulle kunna vara förinspelad, och således undvika de journalistiska problem som tillkommer en livevideosändning (se 2.2.2. *Problem med att sända live*). Vi utgick från att vi skulle se en stark underrepresentation även av sådant material. Nedan redogör vi för i vilken utsträckning nyhetsaktörerna rapporterade om en pågående en händelse eller inte.

Figur 10:1a Antalet livevideosändningar på Facebook från svenska dagstidningar som rapporterar om pågående händelser (Antal)



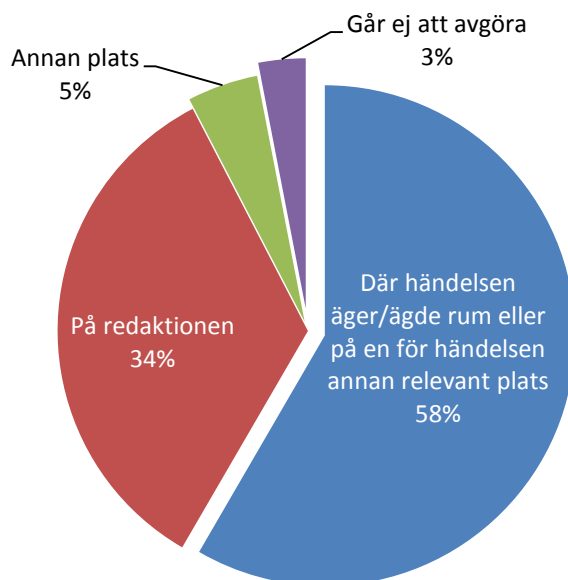
Kommentar till Figur 10.1a: Totalt antal livevideosändningar: 197, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

Som vi kan se i Figur 10.1a är nästan en tredjedel (32,5 procent) av livevideosändningarna från en pågående händelse. På grund av enkelheten med att sända live via Facebook trodde vi att mycket av innehållet skulle vara betydelselös information, även från etablerade nyhetsaktörer. Därför förvånades vi över att siffran var så hög.

Även om en minoritet av alla svenska livevideosändningar inte rör en pågående händelse och/eller från relevant plats, var siffrorna högre än vad vi förväntat oss. Många av livevideosändningarna ägde rum samtidigt som händelsen, och inte sällan var reportern på plats. I 8.2 *Hög andel livevideosändningar från redaktionen* såg vi varifrån livevideorna sändes i förhållande till händelsen. Om vi åter tittar på *Figur 8.2* ser vi att 37 procent av alla livevideosändningar skedde på händelsens plats. Sammantaget rapporterade en fjärdedel av alla livevideosändningar om en pågående händelse direkt på händelsens plats (24,9%). Detta var också förvånande för oss. I många fall sände man också från redaktionen, till exempel under periodpausen under en pågående ishockeymatch.

I vissa fall var inte reportern på händelsens plats, men det fanns ändå en tydlig bakomliggande tanke med platsen. Detta alternativ kallade vi *en för händelsen, annan relevant plats*. Slår vi ihop de livevideosändningar som faktiskt var på händelsens plats med de som befann sig på en annan relevant plats så utgör de en majoritet av alla livevideosändningar (58,4%), se *Figur 10.1b*.

Figur 10.1b Fördelning av inspelningsplats av svenska dagstidningars livevideosändningar på Facebook (procent).



Kommentar till Figur 10.1b: Totalt antal livevideosändningar: 197, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016. Tabellen är modifierad så att svarsalternativ "Där händelsen äger/ägde rum" och "på en för händelsen annan relevant plats" är sammanslagna till ett gemensamt fält.

Givet denna sammanslagning sändes 28,5 procent av alla livevideosändningar på händelsens plats – eller på en för händelsen annan relevant plats – samtidigt som händelsen pågick.

10.2 Mer nyhetsbevakning med live?

Kanske finns det ett egenvärde i att sända live, precis som Tuggle och Huffman (2001) menar i *Live reporting: Breaking news or black holes*. Det kan också ge en viss förklaring till den övervägande majoritet av livematerial där själva livesändningen egentligen inte kunde betraktas som *journalistiskt* nödvändig.

Men fenomenet med livevideosändningarna på Facebook kan ha andra incitament än det i strävan efter journalistisk kvalitet på varje livevideosändning. Med bakgrund i den teknologiska enkelhet som det idag innebär att sända live på Facebook kan det kan rimligtvis argumenteras vara ett snabbt, tidssparande och ekonomiskt sätt att sprida information. Bristen på kvalitet i jämförelse med icke-live kan också argumenteras vara betydelselös i jämförelse med vad nyhetsaktörerna får ut.

En reflektion är också att materialet på Facebook kanske bäst betraktas som ett komplement till nyhetsaktörernas egentliga produkt, med andra ord att det för denna typ av livevideosändning behövs så knappa resurser att de inte i omfattande mängder stjäl kvalitet eller kvantitet från nyhetsaktörens huvudprodukt. Om en rapportering inte gjorts genom en livevideosändning på Facebook hade det kanske i många fall inte kommenterats eller bevakats alls. Det är rimligt att anta

att den teknologiska enkelheten kan resultera i en sådan utveckling – mer omfattande bevakning vilket kan vara av stort journalistiskt värde.

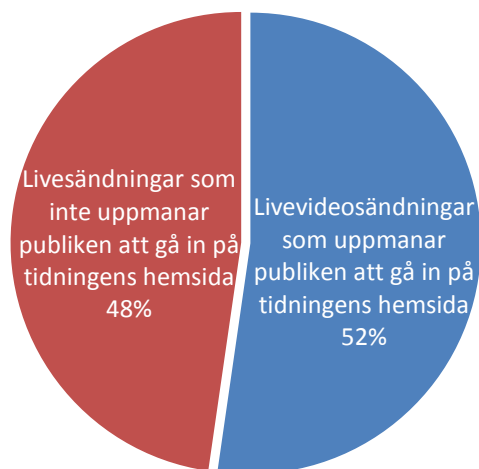
10.3 Livevideosändningar på en mängd olika sätt

När vi påbörjade undersökningen var vi inställda på att materialet alltid skulle referera till en viss händelse, som en konventionell nyhetsvideo ofta gör. Detta för att vi till viss del hade ett begränsat synsätt på livevideosändningarna. Till vår förvåning användes livevideosändningarna på en mängd olika sätt. Det var inte bara videor på en reporter som kommenterade eller bevakade en händelse. Ibland sändes sammanfattningar av nyhetsveckan live. Ibland sändes bokrecensioner live. Vid ett tillfälle sändes en debatt live. En slutsats av vår studie är därmed att livevideofunktionen på sociala medier rör sig utanför de traditionella användningsområdena för liveformatet.

10.4 Livevideosändningar som löpsedel

Det finns flera studier som försöker utröna vad nyhetsaktörers syfte med sin närvaro på sociala medier är. En återkommande teori är att nyhetsaktörerna försöker skapa ett större trafikflöde till sin egen hemsida för att på så sätt på sikt skapa högre intäkter (se 2.1.1. *Löpsedelsteorin*). Det är svårt att kontrollera om denna teori stämmer eller inte eftersom den handlar om nyhetsaktörers bakomliggande motiv till livevideosändningarna snarare än livevideosändningarnas innehåll. Men ett sätt man kan få en aning om löpsedelsteorin genom innehållet är att se i hur hög utsträckning nyhetsaktörerna direkt uppmanar tittarna att besöka sin hemsida. Det är givetvis möjligt att en nyhetsaktör kan ha andra motiv bakom sådana uppmaningar, men vi har svårt att föreställa oss vilka de kan vara. Det får således anses vara en rimlig indikator på löpsedelsteorin. I en majoritet av alla livevideosändningar hänvisade man till sin egen hemsida (se Figur 10.4). Resultatet får således anses ge ett visst stöd för löpsedelsteorin. Anmärkningsvärt var att det var vanligare att hänvisa till sin hemsida bland lokaltidningar än bland storstadstidningar.

Figur 10.4 Antal livevideosändningar på Facebook från svenska dagstidningar som uppmanar publiken att gå in på tidningens egen hemsida (procent).



Kommentar till Figur 10.4: Totalt antal livevideosändningar: 197, undersökningen gjordes mellan den 1 april och 31 oktober 2016.

10.5 Drivkrafter och mediekris

Från nyhetsaktörernas sida kan ett bärande incitament bakom livevideosändningar på Facebook förklaras med löpsedelsteorin. Det vill säga den från nyhetsaktörernas sida medvetna strategi att genom livevideosändningarna locka publik till högre delaktighet i det redaktionella materialet och i slutändan mer trafik till nyhetsaktörens hemsida (se 2.1.1 *Löpsedelsteorin*). Som vi kan se i föregående avsnitt refererade en knapp majoritet av alla livevideosändningar (52,3%) direkt till sin egen hemsida. I addition till detta kan det argumenteras för att det inom själva Facebookformatet finns en slags inbyggd marknadsföringsmodell i och med att man tydligt ser nyhetsaktörens namn i samband med klippet.

Men kanske finns det också en viss press på nyhetsaktörer att visa sin publik att de ”hänger med” i den teknologiska utvecklingen. För femton år sedan noterade Tuggle & Huffman (2001) att det inom den amerikanska mediabranschen fanns en uppfattning om att användandet av livevideosändningar *i sig* kan främja ett bolags varumärke på en konkurrenskraftig marknad. I ljuset av den mediekris som efterföljde (och som branschen fortfarande brottas med) är pressen på nyhetsaktörer att utmärka sig på marknaden idag större än någonsin. Detta kan uttrycka sig uttrycka sig i vårt material och vara en del i förklaringen bakom inflationen av livevideosändningar, och i synnerhet de livevideosändningar som inte verkar ha något större journalistiskt värde. Kanske finns det en rädsla bland nyhetsaktörer för att man ska betraktas som ålderdomlig och kasseras till förmån för andra nyhetskällor om man inte ”hänger med”. I så fall spelar *vad* man filmar live inte lika stor roll som att visa publiken *att* man faktiskt filmar live.

DEL 5

SLUTDISKUSSION

Vad säger då studien om verkligheten? Detta diskuterar vi i denna del och avslutar sen studien med förslag till vidare forskning i ämnet.

11. Slutdiskussion

Vi har sett att livevideosändningar som sänds från svenska nyhetsaktörer i genomsnitt uppfyller 3,2 av 10 nyhetskriterier. Det i särklass vanligaste nyhetskriteriet som uppfylldes var det om geografisk närhet, vilket vi förstår som att en nyhetsaktör håller sig inom sitt bevakningsområde inom livesändningar via sociala medier. Det minst vanliga nyhetskriteriet var livevideosändningar som handlade om politiska processer eller myndigheter.

En stor del av livevideosändningar mötte inte de kriterier för vad en nyhet brukar vara. Som vi diskuterat i i *10.4 Livevideosändningar som löpsedel* så skulle det kunna förklaras med att nyhetsaktörer använder sociala medier som ett sätt att locka trafik till sin hemsida. Vi har också diskuterat om huruvida nyhetsaktörer vill visa teknologisk framåtanda, vilket skulle kunna ses som ett incitament till att använda Facebook Live. Men eftersom Facebook används på många sätt lämnar vi till vidare forskning att närmare precisera ett svar på frågan om nyhetsaktörers syfte med användningen av livefunktionen.

Vi har noterat under studiens gång att livevideosändningar sker både sporadiskt och rör vitt skilda ämnen. I många fall fyller livefunktionen inte en nödvändig funktion för rapporteringen. Detta styrker därmed teorin som Tuggle and Huffman (2001) lägger fram i artikeln *Breaking news or black holes* om att nyhetsaktörer ser ett egenvärde i liveformatet. Det skulle även kunna förklaras med att nyhetsaktörer inte reflekterar över liveformatets konsekvenser (Se 2.2.2. *Problem med att sända live*). I dagens hårda mediekonkurrens kan den nya tekniken också ses som ett tacksamt sätt för nyhetsaktörer att snabbt få ut nyheter och kringgå krångliga och tidskrävande paketeringar av nyhetsinnehåll. Att producera, färdigställa och publicera en livevideosändning på Facebook tar i princip inte längre tid än sändningen i sig. Därmed är det lätt att förstå dragningskraften i liveformatets enkelhet i ett medieklimat där redaktionernas resurser ständigt minskar.

Studiens resultat visar att nyhetsaktörer delvis håller sig inom ramen för traditionell liverapportering. Detta eftersom så mycket som 58 procent av livevideosändningarna skedde från *en plats där händelsen äger/ägde rum* eller *på en för händelsen annan relevant plats*, se figur 10.2. Samtidigt så sändes en tredjedel av livevideosändningarna inifrån redaktionerna vilket kanske är ett bättre beskrivande resultat för tidningarnas användning av Facebook Live än våra uppställda nyhetskriterier. Vi hade inte förväntat oss att så mycket av innehållet skulle vara inspelat i studio. Hur denna typ av material förhåller sig har vi inte skapat oss en djupare uppfattning om inför denna studie eftersom vi helt enkelt inte var förberedda på att Facebook Live skulle sändas från studios. Vad vi däremot kan klarlägga är att tidningsredaktioner i allt större utsträckning omvandlas till TV-redaktioner. Vår tro är att Facebook Live bjuder in fler nyhetsaktörer till denna trend.

Genom att endast fokusera på Sveriges medielandskap har vi kunnat bortse från andra länders kontextuella faktorer när vi gjort våra mätningar. Men det har också medfört att det är svårt att applicera våra slutsatser på internationella aktörers livevideosändningar på sociala medier och sen göra några större generaliseringar. Vi tror nämligen att faktorer som tradition, kultur och medieklimat påverkar en sådan här studies resultat i sådan utsträckning att studier över landsgränser riskerar att ge allt för skilda resultat.

11.1 Förslag till vidare forskning

Vår studie var en första ansats till att beskriva den nya trenden med livesänd journalistik via sociala medier och på grund av brist på resurser och tid har vi inte kunnat gå ämnet på djupet. Trenden av livevideosändningar i detta formatet växer och därför tror vi att vidare forskning är relevant. Under arbetets gång har vi noterat att fler och fler nyhetsaktörer börjar använda tjänsten. Våra mobiltelefoner får numera ett 15 tal notiser dagligen från exempelvis Washington Post, New York Times och The Guardian gällande livevideosändningar från Facebook.

Det går att angripa dett forskningsfält på flera sätt. Exempelvis skulle man kunna undersöka publikens syn på livvideosändningar på sociala medier. Vad är det som lockar? Handlar det om att tittarna uppskattar att materialet inte är redigerat eller censurerat och därmed mer äkta? Eller beror publikens intresse för live på att livevideosändningar utifrån sin omedelbarhet och okontrollerbarhet uppfattas som spännande? Ett alternativ är att publiken uppskattar livevideosändningar på sociala medier för att det sänds på något som de alltid har tillgängligt den alltid närvarande mobiltelefonen. Detta skulle kunna redas ut via exempelvis en enkätstudie utskickad till ett stort urval användare av Facebook Live.

Ett annat sätt att via forskningen ta sig an nyhetsjournalistik via livevideosändningar på sociala medier är att granska nyhetsredaktionerna och publicisterna själva. Vår egen studie hade fått mycket tydligare resultat om vi hade inkluderat ett antal intervjuer med chefredaktörer om deras syn på Facebook Lives användningsområde och dess eventuella risker. Kanske det skulle visa sig att branschfolket själva inte alls delar synen på den problematik med livevideosändningar som vi tagit upp i denna studie. Kanske intervjuerna skulle visa att chefredaktörerna egentligen inte tror att Facebook Live har någon egentligen framtid eftersom de märker att deras egna reklamintäkter kommer i kläm. Möjligheterna för intressanta forskningsresultat är många.

Slutligen vill vi lägga fram att det skulle vara mycket intressant att fortsätta granska det livesända materialet. Våra mätmetoder har bara skrapat på ytan av vad livevideosändningarna innehåller och vi tror att det krävs mer djupgående forskning för att förstå ämnet till fullo. Vi skulle gärna sett en internationell studie med jämförelser mellan länder. Detta skulle bättra på förståelsen för den nya trendens konsekvenser och möjligheter. Vilket vi anser är viktigt för journalistiken och samhället.

12. LITTERATURLISTA

- Andersson, U. (2009). *Journalister och deras publik: förhållningssätt bland svenska journalister*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
- Allern S. (2001). *Nyhetsverdier – om maredsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristianstad: IJ-forlaget.
- Barnett, B. Grabe, M. E. & Zhou, S. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(4), 635-655.
- Bell, E. (2016, 17 juli). The unpredictable course of live streaming has caught us unprepared. *The Guardian*. Hämtad 2016-11-24, från <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/17/live-streaming-violent-events-crisis-facebook>
- Boydston, A.E. (2013). *Making the news. Politics, the media and agenda setting*. Chicago: University of Chicago press.
- Cleland, G. & Ostroff, D. (1988) SNG and news department operations. *Journalism Quarterly*, 65(4), 946-951.
- Davidsson, P. (2016). *Bredbandskollen, Surf hastighet i Sverige 2008-2015*. Stockholm. Internetstiftelsen i Sverige.
- Editorial Board: Useless stuff; in this age of excess, the Courant's editorial board gripes about pet boondoggles, wastes of time and utterly useless things. (1996, December 29). *Hartford courant*, p. c01.
- Flood, B. (2016, 7 november). Where to Watch Election Night on Facebook Live. *The Wrap*. Hämtad 2016-12-01 från <http://www.thewrap.com/facebook-live-offers-something-for-everyone-on-election-night/>
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Northwestern University Press.
- Ghersetti, M. (2012). *Journalistikens nyhetsvärdering*. I L. Nord & J. Strömbäck (red.) *Medierna och demokratin* (s. 205-232). 2 uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Grabe, M. E., Zhou, S., & Barnett, B. (2001). Explicating sensationalism in television news: Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(4), 635-655.
- Hadenius, S. & Weibull, L. & Wadbring, I. (2009) *Massmedier - Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Ekerlids Förlag
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies* 2(2), 261-280

- Hille, S., & Bakker, P. (2013). I like news. Searching for the 'Holy Grail' of social media: The use of Facebook by Dutch news media and their audiences. *European Journal of Communication*, 28(6), 663-680.
- Hvitfelt, H. (1985). På första sidan. En studie i nyhetsvärdering. Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.
- Hvitfelt, H. (1989). Nyheterna och verkligheten. Byggstenar till en teori. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.
- Johansson, B. (2004) Journalistikens nyhetsvärderingar. I L. Nord & J. Strömbäck (red.), *Medierna och demokratin* (s. 223-240). Lund: Studentlitteratur.
- Journalistförbundet. (2014). Publicitetsregler. Hämtad 2016-12-11 från <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/spelregler-for-press-radio-och-tv/publicitetsregler>
- Journalistförbundet. (2016) Yrkesregler. Hämtad 2016-12-01 från <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/spelregler-for-press-radio-och-tv/yrkesregler>
- Ju, A., Jeong, S. H., & Chyi, H. I. (2014). Will social media save newspapers? Examining the effectiveness of Facebook and Twitter as news platforms. *Journalism Practice*, 8(1), 1-17.).
- Karlsson, M. (2012). Mediernas teknologiska villkor. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red.) (2012). *Medierna och demokratin*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Karlsson, M. & Strömbäck, J. (red.) (2015). *Handbok i journalistikforskning*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Kantar Sifo. (2016). Räckviddsrapport Orvesto konsument 2016:2. Stockholm: Kantar Sifo. Tillgänglig: https://tnsifo.se/sites/default/files/reports/documents/rackviddsrapport_orvesto_konsument_2016_2_komp.pdf.
- Mediemätningen i Skandinavien AB. (2015). MMS Årsrapport 2015. Stockholm: Mediemätningen i Skandinavien AB. Tillgänglig: http://mms.se/wp-content/uploads/_dokument/rapporter/tv-tittande/ar/%C3%85rsrapporter/%C3%85rsrapport%202015.pdf
- Moreau, E. (2016, 19 oktober). The Top 25 Social Networking Sites People Are Using. *Lifewire*. Hämtad 2017-12-01 från <https://www.lifewire.com/top-social-networking-sites-people-are-using-3486554>
- Newsroom. (2016). Taking into Account Live Video When Ranking Feed. Hämtad 2016-12-01 från <http://newsroom.fb.com/news/2016/03/news-feed-fyi-taking-into-account-live-video-when-ranking-feed/>
- Nord, L. & Strömbäck, J. (red.) (2012). *Medierna och demokratin*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Rosenberg, H. (1993, December 26). 1993 in review; Television; The top . . . and bottom of the Barrel. *Los Angeles Times*, Calendar s. 54).
- Rågsjö Thorell, A. (2015, 6 aug). Facebook lanserar livestreaming – bara för kändisar. Resumé. Hämtad 2016-12-09, från <http://www.resume.se/nyheter/artiklar/2015/08/06/facebook-lanserar-livestreaming--bara-for-kandisar/>.

Sahlstrand, A. (2000). De synliga: nyhetskällor i svensk storstadsmorgonpress. Diss. Stockholm : Univ. Stockholm

Staab, J.F. (1990) The role of news factors in news selection: A theoretical reconsideration. *European journal of communication* 5(4), 423-443.

Statista. (2016). Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2016 (in millions). Hämtad 2016-12-02, från <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

Strömbäck, J. 2008; På nyhetsmediernas agendor. En studie av hot och risker i det svenska nyhetsurvalet i morgonpress, kvällspress och TV. Sundsvall: Demokratiinstitutet.

Strömbäck, J., Nord, L., & Shehata, A. (2012a). Swedish journalists: Between professionalization and commercialization. I D. Weaver & L. Willnat (red.), *The global journalist in the 21st century* (s. 306-319). New York: Routledge.

Strömbäck J., Karlsson, M., & Hoppmann, D.N. (2012b). Determinants of news content. Comparing journalists' perceptions of the normative and actual impact of different event properties when deciding what's news. *Journalism studies* 13(5-6), 718-728.

Strömbäck, J. (2015) Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I Karlsson, M. & Strömbäck, J. (red.) (2015). *Handbok i journalistikforskning*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

TS Mediefakta AB. (2015). Alla dagstidningar. Hämtad 2016-12-10 från <http://ts.se/mediefakta-upplagor/dagspress/>

Tuggle, C. A., Huffman, S. (1999). Live news reporting: Professional judgment or technological pressure? A national survey of television news directors and senior reporters

Tuggle, C. A., & Huffman, S. (2001). Live reporting in television news: Breaking news or black holes?. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2), 335-344.

Tuggle, C. A., Huffman, S., & Rosengard, D. S. (1999). Reporting live from the scene: enough to attract the 18–24 audience? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(1), 58-72.

Wadbring, I. & Ödmark, S. (2014). *Delad glädje är dubbel glädje: en studie om nyhetsdelning i sociala medier*. Sundsvall: Mittuniversitetet.

Westerståhl, J. & Johansson, F. (1985). *Bilden av Sverige: studier av nyheter och nyhetsideologier i TV, radio och dagspress*. Stockholm: Studieförb. Näringsliv och samhälle

Wihbey, J. (2016, 19 juli). What does Facebook Live mean for journalism?. *Mediashift*. Hämtad 2016-12-14, från <http://mediashift.org/2016/07/facebook-live-mean-journalism/>

Zuckerberg, M. (2016, 6 april). Today we're launching Facebook Live for everyone -- to make it easier to create, share and discover live videos. [Facebook status]. Hämtad från <https://www.facebook.com/zuck/posts/10102764095821611>

Bilaga 1. De livevideosändningar som uppfyllde minst respektive mest nyhetskriterier

De fyra livevideosändningar som uppfyllde flest nyhetskriterier

Följande livevideosändningar uppfyllde åtta av tio nyhetsvärderingskriterier:

Tabell 8.1 De livevideosändningar som uppfyllde 8 nyhetskriterier			
Tidning	Händelse	Datum	Antalet visningar
Dagens Nyheter	Räddningsarbete på Skeppsholmen efter att det börjat brinna i en elevateljé på vinden i Grafikhuset i Stockholm.	22-sep	99101
Dalarnas Tidning	Polisen, räddningstjänsten och kommunen höll pressträff om oroligheterna på Tjärna Ängar i Dalarna.	27-maj	10391
Göteborgs-Posten	Våldsamma kravaller i Göteborg.	21-sep	22532
Göteborgs-Posten	Brand på Kortedala torg i Göteborg	22-sep	62444

9.6 De fem livevideosändningar som inte uppfyllde några nyhetskriterier

Följande livevideosändningar uppfyllde inte några nyhetskriterier överhuvudtaget:

Tabell 8.2 De livevideosändningar som inte uppfyllde några nyhetskriterier			
Tidning	Händelse	Datum	Antalet visningar
Västerbottens Kuriren	Nytt nummer av VK:s bilaga <i>Affärsliv</i> presenteras.	19-apr	2432
Västerbottens Kuriren	Inför livesänd föreläsning om aktier som tidningen själv arrangerar.	06-sep	5379
Göteborgs-Posten	Från ett publiktomt Old Trafford i Manchester där reportern visar runt på arenan.	03-jul	6649
Göteborgs-Posten	GP sänder intervju med Clara Henry från Bokmässan	24-sep	7909
Göteborgs-Posten	GP:s reporter försöker "flytta en kula med hjälp av tankekraft" och blir instruerad av magiker.	08-jul	9928

Bilaga 2. Kodschema

V1 Datum

Vilket datum spelades livevideosändningen in?

V2 Tidning

Vilken tidning gjorde livevideosändningen?

1. BLT
2. Dagens nyheter
3. Dala-Demokraten
4. Dalarnas tidning
5. Expressen
6. ~~Feministiskt perspektiv~~ (struken p.g.a. av att FP inte är en tryckt dagstidning)
7. Gefle Dagblad
8. Göteborgs-Posten
9. Jönköpings-Posten
10. Kristianstadsbladet
11. Kvällsposten
12. Metro Sverige
13. Nerikes Allehanda
14. Norrköpings tidningar
15. Norrtelje Tidning
16. Smålands-Posten
17. Tidningen Härjedalen
18. Uppsala Nya Tidning
19. Vimmerby Tidning
20. Västerbottens Kuriren
21. Västerviks Tidningen
22. Ystads Allehanda

V3 Visningar

Hur många visningar har livevideosändningen?

V4 Huvudsakligt ämnesområde

Vilket huvudsakligt ämne berör livevideosändningen?

1. Politik/Ekonomi
2. Kultur/Nöje
3. Olyckor/Brott
4. Livsstil/Hälsa
5. Sport
6. Krig/Katastrof
7. Övrigt
99. Går ej att avgöra

V5 Närhet – Tidsmässig

Är händelsen som livevideosändning berör pågående?

1. Ja
2. Nej
3. Sändningen berör inte någon specifik händelse
99. Går ej att avgöra

En pågående händelse innebär ett nyhetsförlopp som är i ett aktivt skede. Exempelvis när en reporter rapporterar direkt från en villabrand och man ser flammorna från huset. Händelsen hade inte varit pågående om journalisten rapporterat från villan efter att branden var släckt.

V6 Närhet – Geografisk 1

Varifrån sker sändningen?

1. Där händelsen äger/ägde eller kommer att äga rum inom närmsta tiden
2. På en för händelsen annan relevant plats
3. På redaktionen
4. Annan plats
99. Går ej att avgöra

Svarsalternativ 2 Innebär en livevideosändning som är sänd från en plats som inte är den plats där händelsen sker men ändå är relevant i sammanhanget. Exempelvis när en reporter rapporterar utanför en konserthall samtidigt som konserten pågår där inne.

V7 Närhet – Geografisk 2

Rör livevideosändningen något som utspelar sig inom tidningens primära geografiska bevakningsområde?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

V8 Elitpersoner

Handlar nyheten om något som för publiken är väl känt så som kändisar, organisationer eller nationer som har stor makt eller på annat vis är etablerade?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

V9 De institutionella agendorna

Rör innehållet frågor eller processer inom den politiska sfären eller myndighets sfären i Sverige?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

V10 Avvikelse

Kan händelsen som livevideosändningen berör klassas som oväntad eller ovanlig?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

Med oväntad eller ovanlig räknas händelser som kan klassas för unika och spektakulära, exempelvis när händelsen handlar om en strandad blåval i Halland.

V11 Sensation – Ämne

Berör livevideosändningen ett sensationellt ämne?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

Sensationellt ämne innebär exempelvis brott, sex, katastrofer, olyckor eller anspelningar på allmänhetens rädsla.

V12 Sensation – Bild

Syns det något sensationellt i bild i livevideosändningen?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

Sensationellt i bild innebär exempelvis bild som visar brott, sex, katastrofer, olyckor.

V13 Hot och risker

Rör innehåll i livevideosändningen samhällsinformation om ett föreliggande hot eller en fara för allmänheten?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

V14 Kontinuitet

Rör livevideosändningen en för publiken redan känd händelse?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

En redan känd händelse innebär att händelsen tidigare rapporterats av en den egna nyhetsaktören eller en annan nyhetsaktör. Detta indikeras exempelvis genom att reportern själv påpekar att händelsen rapporterats tidigare eller att tidigare videosändningar tar upp händelsen.

V15 Källhänvisningar

Ges det någon källhänvisning till informationen i livevideosändningen?

1. Ja
2. Nej
3. Källhänvisning är inte relevant för livevideosändningen
99. Går ej att avgöra

Svarsalternativ 3 innebär att det inte förekommer information som traditionellt brukar ges källhänvisningar i livevideosändningen, exempelvis informationen som en intervjuperson ger eller rent personliga observationer.

V16 Egen spridning

Förekommer det uppmaningar från reportern att besöka den egna tidningens hemsida under livevideosändningen?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

V17 Interaktion

Uppmanar reportern publiken att interagera med livevideosändningen?

1. Ja
2. Nej
99. Går ej att avgöra

Interagera kan exempelvis vara att kommentera, tipsa eller fråga journalisten via chatten i livevideosändningen.

V18 Kodare

Vilken person har gjort kodningen av livevideosändningen?

1. Tobias Kjellberg
2. Jonathan Otter
3. Gunnar Fägerlind

V19 Länk

Internetlänk till livevideosändningen

V20 Tidningstyp

Vilken tidningstyp tillhör tidningen som producerat livevideosändningen?

1. Storstadstidning
2. Lokaltidning