

Journalistik och Internet i ett medieföretag

En explorativ fallstudie av omvandlingar
inom ETC Produktion AB

Sanja Magdalenic

ARBETSLIVSRAPPORT NR 2001:18
ISSN 1400-8211 <http://www.niwl.se/>

Programmet för svensk modell i förändring
Programchef Lars Magnusson



Arbetslivsinstitutet

Förord

I denna studie belyser Sanja Magdalenic, Sociologiska institutionen vid Stockholms universitet, förändringar i ett medieföretag och i journalistiskt arbete mot bakgrund av förändringar i teknik, inte minst digitalisering och Internet. Det är en explorativ fallstudie som är ett konkreta bidrag till den knapphändiga forskningen om arbete och organisation inom medier.

Studien genomfördes inom MITIOR-projektet (Medier, IT och innovation i organisation och arbete) vid Arbetslivsinstitutet och slutfördes sedan vid Sociologiska institutionen. MITIOR-projektet i övrigt fokuserar nu främst produktion och arbete inom Internetsektorn i Sverige samt IT-företag i Kista, genom enkäter till företagsledningar och anställda. Projektet presenteras närmare på www.niwl.se/program/mitior.

En kompletterande rapport inom projektet är Mats Ekströms och Mats Busqvists 'Nyheter på nätet. Organisering, arbetsformer och teknik' som publicerats av Örebro universitet. Mitior-projektets studier av journalistik och Internet ingår i programmet '2003 års nyhetsmedier' som finansierats av Nutek/Vinnova och samordnas från institutionen för Konst, kultur och kommunikation vid Malmö högskola.

Till sist ett stort tack till ETC och personalen som ställde upp för samtal intervjuer och observation. Vi uppskattar öppenheten.

Åke Sandberg
projektledare

Innehållsförteckning

Inledning	1
I. Journalistyrket, nya medier och Internet	3
Internet i tidningsredaktionernas värld	5
Dagstidningar på nätet: fem exempel	7
II. ETC: från journalistisk redaktion till IT-företag	10
ETC: en tillbakablick	10
ETC Produktion AB	10
Arbetets rumsliga och tidsmässiga organisering	11
Tidningsproduktion	17
ETC	17
Föräldrar & barn	18
Zon	19
Arbetsorganisation på de tre undersökta tidningarna	20
Journalistklubben vid ETC	22
Sammanfattande diskussion	23
Sammanfattning	25
Summary	26
Referenser	27
MITIOR-projektets publikationer	29
MITIOR böcker, rapporter och artiklar	29
MITIOR Arbetspapper	30

Inledning

Den snabba tekniska utvecklingen under 1990-talet, framväxten av nya medier och Internet, har fått stor uppmärksamhet i fråga om deras inverkan på arbetslivet.¹ I en rad studier (jfr Ransome, 1999; Sandberg, 1997, 1998; Braczyk et al., 1999) och workshops (se till exempel Ahrne & Sandberg, 2000; Bäcklund & Sandberg, 2000; Sandberg 2000) har man fokuserat på tendenser i omstruktureringen av arbetsmarknaden och på hur de tekniska förändringarna kommer att påverka olika yrken samt på deras betydelse för individer.

Den här rapporten sätter fokus på journalistyrket, som är ett bra exempel på ett yrke som har påverkats av tekniska omvandlingar. Telegraf, radio, telex, telefon och datorer har alla på olika sätt inverkat på hur journalisterna söker, producerar och distribuerar information. Rapporten tar sin utgångspunkt i befintlig kunskap om betydelsen av nya medier och Internet för journalistyrket (t ex Blohm & Holmström, 1996; Eriksen & Sorgaard, 1996; Montalvo & Sahlstrand, 1996; Hedman, 1998; Lindskog, 1998; Bengtsson, 1999) och konstaterar att forskningen hittills har främst fokuserat på förändringar inom nyhetsjournalistik. För att belysa huruvida journalistyrkets nuvarande omvandling varierar inom olika delar av yrket och på olika arbetsplatser sätter jag i centrum ett företag som inte är ett nyhetsföretag i en traditionell mening. På medieföretaget ETC sysslar man inte med nyhetsjournalistik utan med samhällsinformation, reportage och "issues"². Från att ursprungligen ha varit en tidningsredaktion kring sitt kända varumärke tidningen *ETC*, utvidgade företaget verksamheten genom att erbjuda olika typer av tjänster med anknytning till media- och tidningsproduktion och kallar sig idag ett etablerat "radikalt IT-företag" som befinner sig i förgrunden när det gäller användandet av nya tekniska lösningar i mediebranschen. ETC marknadsför sig som ett bland de första företagen i Sverige som sysslade med desktopprepro, hemsidor och butiker på Internet, betal-system, pdf-produktioner, databaser och direktsända webbdebatter (ETC, 2000). Företaget började experimentera med digital teknik genom att bland annat i mitten av 1990-talet göra om dataspelstidningen *Interface* till CD-ROM. *Dagens ETC*, som är en elektronisk förlängning av tidningen *ETC*, var Sveriges första tidning som enbart fanns på Internet (Eliasson, 1996).

Journalistyrket har länge varit placerat i professionsforskningens periferi. Det var mer eller mindre betraktat som ett gränsfall, med hänvisning till bristande kunskaps- och yrkesmonopol på sina tjänster och avsaknad av en tydlig yrkesidentitet. Det var först i samband med tekniska förändringar på 1970- och 1980-talen, som omfattade datorisering och desktop publishing, som intresset för att studera journalistyrket började öka. I sin bok *The System of Professions* kategoriserar Andrew Abbott (1988) journalister som *information professionals* som sysslar med kvalitativ information. Han menar att det som kännetecknar denna yrkesgrupp är att man kombinerar nyhetsförmedling med annonser och påpekar att dessa jurisdiktioner aldrig har varit helt åtskilda utan är ömsesidigt ekonomiskt relaterade till varandra.

Abbott hävdar att hur en profession kommer att formas och vidareutvecklas är beroende av andra konkurrerande professioner som sysslar med angränsande verksamhet, professionens

¹ Jag vill tacka Göran Ahrne, Michelle Ariga, Michael Nyhaga, Åke Sandberg och Arja Tyrkkö för synpunkter på tidigare utkast och Johan Ehrenberg och Håkan Henning för viktig kompletterande information.

² Kommentarer från intervjupersoner eller citat från företagets presentationsmaterial kommer att anges kursiverade inom citationstecken.

förmåga att skapa och upprätthålla ett kunskaps- och yrkesmonopol på sina tjänster samt strukturella och ekonomiska faktorer. Tekniska förändringar kan exempelvis vara orsak till att vissa yrken eller en viss typ av arbetsuppgifter försvinner helt eller delvis. Professionerna reagerar på förändringar främst med försök att omvärdera sin yrkesidentitet, lyfta fram sin speciella kompetens för att på detta sätt stärka sin position, behålla och möjligen utvidga marknaden för sina tjänster. Könsspekten har också uppmärksammats som en viktig del av själva förändringsprocessen. Vid tekniska omvandlingar, som studier av yrken som sekreterare, bibliotekarier och även läkare har visat, medföljer ofta en omförhandling av könsmärkningen av arbetsuppgifterna.

Förändringsprocesser kan också leda till omstruktureringar inom själva yrket vilka i sin tur kan medföra att vissa delar av yrket eller viss typ av organisationer inom vilka yrket utövas utvecklas fortare än andra. Professionsforskningen har på senare tid betonat vikten av att studera hur professionens kunskaps- och yrkesmonopolsträvan översätts till handling i daglig kommunikation med representanter för andra professioner och med kunder på olika arbetsplatser (se t ex. Abbott, 1988; Lopata, 1998). En profession kan inte reduceras till en summa av sina organisationer. Det är dock i olika typer av organisationer - främst i relation till verksamhetens omfattning och uppbyggnad, personalens kompetens och tillgängliga resurser - som den intraprofessionella hierarkin skapas och upprätthålls.

Rapporten, som har en explorativ karaktär, vill tillföra ny kunskap både till fortsatt forskning kring förändringar inom journalistik som profession och kring tekniska förändringar i medieorganisationer. Avsikten är att med utgångspunkt i en fallstudie av medieföretaget ETC belysa hur en tidningsredaktion har förändrats över tid, i synnerhet vad som ändrats i samband med införandet av nya medier, digital teknik och Internet samt vad detta har haft för inverkan på journalistisk verksamhet inom företaget. Vilka andra tjänster har man valt att satsa på och utveckla? Vad har digitaliseringen av arbetsuppgifter inneburit för olika personalkategorier? Underlaget för analysen består av litteraturoversikter, deltagande observationer och intervjuer samt av företagets eget presentationsmaterial, både i tryckt och elektronisk form samt tillgänglig statistik.

Deltagande observationer genomfördes på ETC:s huvudkontor på Bangårdsgången på Södermalm i Stockholm under cirka tio dagar i december år 2000. Jag presenterades för de anställda på ett måndagsmöte, som är ett möte för samtliga anställda som äger rum på måndagar klockan 9, då personalen som finns på huvudkontoret samlas kring ett stort bord i lokalen och de övriga som arbetar på distans finns med i direkt telefonkontakt. Vid tiden för min vistelse på företaget publicerades det första numret av den svenska versionen av tidningen *Le Monde Diplomatique*, samt nya nummer av *ETC* och *Föräldrar & barn*. Dessa visades för de anställda och deras utformning samt innehåll kommenterades. Efter måndagsmötet brukar de olika enheterna inom ETC Produktion hålla sina respektive möten, på vilka man planerar den kommande arbetsveckan och går igenom arbetsuppgifterna och arbetsfördelningen. Jag var närvarande på IT-gruppens arbetsmöte där veckoschemat delades ut och diskuterades. På egen begäran blev jag också erbjuden att under en dag delta i kursen "Webb & TV journalistik" som anordnades av ETC Akademin under vecka 48. En för mig rolig detalj var att själva nätanslutningen inte fungerade på föredraget om hur journalister bäst kan utnyttja Internet för informationssökning och publicering. I stället för att visa ett urval av webbsajter utvecklades en diskussion om Internets framväxt och dess fördelar och nackdelar, i vilken samtliga deltagare fick beskriva sina erfarenheter med Internet, hur länge de har använt nätet och till vad.

Deltagande observationer utgjorde grunden för att genomföra flera semi-strukturerade intervjuer med omkring 11 anställda som representerade företagets olika produktionsenheter och organisationsnivåer och hade följande befattningar: chefredaktör, webbredaktör, lärare, fotograf, programmerare, layoutare och projektansvarig. Några av intervjuerna spelades in på band och två utfördes via e-post. Fokus i intervjuerna var på hur arbetet på företaget är organiserat, hur man använder ny teknik och Internet och hur man ser på utvecklingen.

Rapporten är strukturerad enligt följande. Den inleds med en översiktlig beskrivning av omvandlingar i journalistyrket i samband med införandet av nya medier och Internet med fokus på hur förändringarna bemöttes av professionen och på en del tidningsredaktioner. Därefter ges bakgrundsinformation om företaget ETC:s framväxt och resultaten av fallstudien presenteras. Själva resultatredovisningen är indelad i två delar. Den första delen behandlar ETC:s utveckling från en journalistisk redaktion till ett medieföretag och redogör för olika produktionsområden som initierats på företaget under de senaste åren. Den andra delen fokuserar på tidningsproduktion, som ett av företagets produktionsområden, och undersöker teknikens betydelse och journalisternas villkor på tre tidningsredaktioner. Rapporten avslutas med en sammanfattande diskussion.

I. Journalistyrket, nya medier och Internet

Publicering på Internet är ett nytt fenomen som slog igenom under 1990-talet. Enligt uppskattningar fanns det vid 1990-talets slut omkring 3500-4000 tidningar med egen hemsida på Internet, varav cirka hälften var amerikanska (Bengtsson, 1999). Vid samma tid hade cirka 70 av Sveriges 180 dagstidningar egna hemsidor. Av dessa uppdaterade omkring 30 tidningar sin nätutgåva dagligen. Internets utveckling på journalistikens fält i Sverige påskyndades delvis av staten i och med att Riksskatteverkets valrapportering till tidningsredaktioner år 1994 skedde uteslutande via e-post, vilket tvingade samtliga dagstidningar att skaffa sig e-post-adresser (ibid.). Inom kort började ett antal journalister och tidningsredaktioner experimentera med Internets möjligheter. Hur det ibland kunde gå till belyses av citatet nedan, som är hämtat ur en artikel som Håkan Jaensson och Anders Paulrud (1994) publicerade i *Aftonbladets Kulturbilaga* när denna som Sveriges första papperspublikation lades ut även på Internet år 1994:

”Vad är det som får två medelålders, lönnfeta, slitna och otekniska redaktörer i kulturbranschen att plötsligt kasta sig in i det som brukar kallas cyberspace? Vi som inte kan laga en oljebrännare, som aldrig begripit vad ’bits’ är och som ständigt drabbas av krånglande faxar, trilskande bensintankslock och trasiga telefoner. Nu gör vi en tidning som, på ett sätt vi inte riktigt begriper, når ungefär 2,5 miljoner datorer och deras användare. Varför? Vi är nyfikna, fortfarande tillräckligt nyfikna för att släpa oss upp ur åldrandets letargi och anstränga oss för att begripa. Vi var med på blytiden, då varje tidningsrad var gjuten och löpsedelstilarna var snidade i trä. Och vi vill vara med nu. Den elektroniska tidskriften är framtiden – eller åtminstone en del av den”.

Internets explosionsartade utveckling har bara pågått i något decennium och den tekniska förändringen sker snabbt, vilket gör att det är omöjligt att ge några säkra prognoser om journalistyrkets framtida utveckling. Från USA, som en del av journalistkåren betraktar som ett föregångsland för svensk journalistik, har det kommit uppgifter om en expanderande arbetsmarknad för journalister och även om att journalistlönerna börjar öka (Colamosca, 1999).

Webb-journalistik, i alla dess aspekter, är i stort sett ett utforskat ämne. Det saknas empiriska studier om utvecklingen, särskilt på organisationsnivå (jfr Ekström & Busqvist, 2001). Där-
emot finns det en rad spekulationer och visioner som ofta överdimensionerar några aspekter
av publiceringen på Internet. Hur den framtida utvecklingen skulle kunna se ut diskuteras av
journalisterna själva (se t ex Lindskog, 1998; Heinonen, 1999) och av ett antal mediaprofeter.

Debatten är för närvarande tämligen polariserad. Vissa hyllar Internets möjligheter ganska
okritiskt och beskriver en ljus framtid i en global värld där alla människor är ständigt upp-
kopplade. Andra är kritiskt inställda till den tekniska utvecklingen och betonar dess negativa
sidor, som exempelvis att alla inte har tillgång till Internet, att människor varken har tid eller
kunskap att leta information samt att det finns en risk att journalister kommer att börja leve-
rera ytliga nyheter i kampen med ständiga deadlines. Utvecklingen framställs som om journa-
listerna i själva verket inte har något val och tekniken ses som determinerande. Ganska ofta
påpekar man att om inte journalister tar till sig Internet kan journalistiken komma att förlora
sitt verksamhetsfält till andra konkurrerande yrkesgrupper. För att påminna läsaren, likartade
drastiska uttalanden och profetior förekom i debatten om bibliotekaryrkets framtida utveck-
ling i samband med datoriseringen på 1970-talet, då det exempelvis hävdades att biblioteka-
rieyrket kommer att dö ut om det inte snabbt anpassar sig till tekniska förändringar
(Magdalenic, 1996). Även journalisterna själva talade då i liknande termer. Detta kan ses som
en del av en mobiliserande strategi vars syfte är att värna om yrkets hotade ställning gentemot
andra konkurrerande yrken.

Förändringar inom ett yrke medför ofta en identitetskrisis. I boken *Innan journalistiken dör*
(Kronmarker & Nurmi, 1997), i vilken tio svenska journalister reflekterar över journalistikens
tillstånd under 1990-talet, finns indikationer på att journalistyrket verkar ha haft en del iden-
tetsproblem, framförallt med en något föråldrad hierarkisk organisation, redan innan Internet
och den nya teknikens intåg på tidningsredaktionerna. Det som är intressant är att Internet och
de tekniska förändringarna inte alls tas i beaktande. Då boken kom ut fanns det redan ett antal
nättidningar, men boken är möjligen ett tecken på att Internets och den nya teknikens bety-
delse för yrkets utveckling inte diskuterades i någon större utsträckning. Det stora genom-
brottet för nättidningar skedde först några år senare och började av en del journalister uppfat-
tas som en möjlig räddning för journalistikens bekymmer med minskande upplagor och skif-
tande annonsintäkter.

I sin strävan att uppnå högre status och förmåner, använder en del yrkesgrupper inte bara
professionella strategier utan även fackliga. Svenska journalistförbundet (SJF), som nyligen
ändrade namn och numera heter enbart Journalistförbundet, är ett bra exempel på detta i och
med det är både ett yrkesförbund och ett fackförbund för journalister. I samband med införän-
det av ny teknik och Internet på allt fler tidningar, började SJF anordna vidareutbildningar för
sina medlemmar och inledde förhandlingar med tidningsägarna om journalisternas ändrade
arbetsvillkor. Dessutom bildades inom förbundet en särskild arbetsgrupp, "Framtidsgruppen",
för att bevaka olika aspekter av den tekniska utvecklingen.

I slutet av 1990-talet tog SJF i samarbete med Grafiska fackförbundet initiativet till "Grips-
holmsprojektet", som är en analys av förändringsvillkoren för journalister och grafiker i sam-
band med Internets expansion (Gripholmsprojektet, 1999). Inom ramen för projektet ville man
skaffa sig en bild av Internetverksamheten vid traditionella tidningsföretag i jämförelse med
nya medieföretag. Projektet har undersökt elektronisk publicering vid fem tidningsföretag och
två företag som sysslar med publicering på Internet. De tidningsföretag som omfattades av
undersökningen var *Göteborgs-Posten*, *Hallands Nyheter*, *Borås Tidning*, *Sundsvalls Tidning*

och *Sydsvenska Dagbladet*. Internetföretagen som undersöktes var Svenska CNN och Passagen/Scandinavia online. Projektets slutrapport redogör för organisation och utveckling på tidningsföretag respektive elektroniska företag, samt för ekonomisk och facklig utveckling. Resultaten pekar på att de flesta tidningar påbörjade Internetsatsningar utan vare sig några klara riktlinjer för hur verksamheten borde organiseras eller mål. Först i senare skeden började man organisera om verksamheten och anpassa den till ekonomiska förutsättningar. Mot bakgrund av analysen av företag som sysslar med elektronisk publicering anser projektet att de traditionella medierna även under den närmaste framtiden kommer att dominera publicistisk verksamhet på Internet. I fråga om ekonomiska förutsättningar fann man en stark tro på att Internetverksamhet kommer att löna sig i framtiden men förhållandevis få tecken på att Internetsatsningar började bli lönsamma. När det gäller framtida rekryteringsbehov fann projektet att behovet av grafisk personal inte tycktes vara särskilt stort och att även behovet av redaktionell personal för nätsidorna var begränsad då nätpublikationer för närvarande främst grundar sig på papperstidningens material. Facklig anslutning var vanlig på traditionella medieföretag och saknades oftast på elektroniska Internetföretag.

Internet satte även journalisternas arbetsroller i omvandling. I sin artikel "Snårskog av titlar på nätet" påpekar Thorbjörn Lindskog (1999) att det för närvarande finns en ganska stor variation när det gäller journalisternas nya arbetsuppgifter i Internetsatsningar och hur de ska tituleras. Några exempel är: Ansvarig för nya medier, Infomaster, IT-redaktör, Medieutvecklare, Projektansvarig Internet, Webbansvarig, Webbdesigner, Webbmaster, Webbredaktör, Webbredigerare, Webbreporter, Webbt tekniker. Lindskog observerar att tidningarna dessutom blandar arbetsinnehållet på olika sätt. Han menar att frågan om hur journalisternas nya arbetsroller ska tituleras polariserar journalistkåren. En del journalister tycker att gamla titlar fungerar bäst medan andra förespråkar att yrkesbenämningarna bör förnyas.

Jag kommer nu att fokusera på de konkreta strategier som journalister och medieföretag hittills har använt i sitt möte med Internet och tekniska förändringar. För att belysa tendenser i utvecklingen kommer jag att använda mig av publicerade studier om tidningsredaktioner i samband med Internetsatsningar. Vad finns det för skillnader och likheter mellan de tidningsredaktioner som var först ute på nätet med sitt material? Hur har Internetverksamheten utvecklats?

Internet i tidningsredaktionernas värld

Som de flesta yrken är journalistyrket inget homogent yrke. Det har bland annat formats av intraprofessionell konkurrens, sin relation till annonsmarknaden och har varit starkt påverkat av tekniska förändringar. Vanligtvis klassificeras journalisterna efter de medier som de huvudsakligen arbetar med (Weibull, 1991a). En mer komplex bild av journalistkåren kan man få om man dessutom uppmärksammar skillnader i kön, klass, ålder, etnicitet och politisk orientering (Weibull, 1991b). Journalistyrket betraktas som "öppet" i den meningen att yrkesgränserna inte är fastställda, vilket betyder att även personer med annan utbildning än den journalistiska kan vara verksamma inom yrket. Historiskt sett finns det många exempel på författare, samhällsvetare och medlemmar i andra yrkesgrupper som helt eller delvis ägnat sig åt journalistik. Denna öppenhet och förhållandevis stora rörlighet kan ha gjort det svårare för professionen att införa yrkesmonopol och försöka avstänga personer som saknar formell journalistutbildning från möjligheten att utöva yrket, även om det för närvarande pågår försök i

den riktningen. Införandet av den formella journalistutbildningen vid journalisthögskolor på 1960-talet har gjort att andelen högskoleutbildade journalister har ökat, särskilt i stora städer.

Journalistyrket är ett yrke som huvudsakligen utförs i organisationer (Löfgren Nilsson, 1999). Trots att antalet frilansare har ökat under de senaste åren är de flesta journalister fortfarande anställda på någon redaktion. I samband med datoriseringen som slog igenom under 1980-talet blev arbetsorganisation en fråga som även Svenska Journalistförbundet började intressera sig för och driva, bland annat vad gäller hur man kunde förena flexibla organisationsformer med de anställdas behov av kontinuitet och trygghet.

I boken *Pressen på Internet* framhåller Lowe Hedman (1998) att förmågan att implementera ny teknik ligger i organisationens struktur och kultur. Framförallt krävs resurser och en innovationsvänlig organisationsmiljö. Hedman påminner om att införandet av den digitala tekniken på redaktionerna och tryckerierna som skedde under 1980-talet medförde en omfattande förändring med avseende på arbetsroller och arbetsuppgifter. Enligt den traditionella arbetsdelningen var tidningsproduktionen indelad i tekniskt och redaktionellt arbete. Införandet av desktop publishing resulterade i att vissa yrkesgrupper, exempelvis sättnings- och tryckare, försvann samt att grafikernas arbetsuppgifter på mindre redaktioner integrerades med de journalistiska (jfr också Ehn, 1988; Sandberg, 1992).

Det senaste teknikskiftet, Internets intåg på svenska tidningsredaktioner, började vid mitten av 1990-talet. Enligt en enkät som utfördes vid årsskiftet 1995/96, använde sig cirka 66 procent av tidningarna då av externa databaser i sitt researcharbete, tre fjärdedelar hade planer på att inom de närmaste åren erbjuda läsarna någon form av onlinetjänst och över hälften av tidningarna hade något slags elektroniskt bild- och/eller textarkiv för internt bruk (Montalvo & Sahlstrand, 1996). Förutom detta blev kommunikation via e-post allt vanligare. Några chefredaktörer påpekade dock i enkäten att mindre tidningar inte hade samma möjligheter att införa Internet som de stora rikstäckande tidningarna. I de flesta fall nämnde man bristande resurser som orsak: antingen att det var dyrt, eller att det även låg utanför tidningens uppdrag att publicera sig elektroniskt. Man ville vänta och se hur Internetsatsningar kommer att utvecklas. Flera tidningar hade dock planer på att satsa på elektroniska nyhetstjänster. Många medgav att Internetsatsningen gjordes i första hand av marknadstekniska skäl: det gällde att hålla sig framme för att vara av intresse för annonsörerna och göra PR för tidningen. Internetsatsningen upplevdes mest som ett sätt att nå yngre läsare, framtidens potentiella prenumeranter. Man var samtidigt medveten om att en rad tekniska och ekonomiska problem i redaktionerna samt tekniska problem på mottagarsidan - allt från tillgång till datorer, datorernas styrka och snabbhet - skulle kunna bromsa utvecklingen.

Generellt sett förefaller inte tidningens storlek vara avgörande för intresset för att satsa på en nätupplaga. Det finns exempel på mindre tidningar som har lyckats skapa sig en läsarkrets och en nisch genom att erbjuda någon form av specialiserad information som kontinuerligt uppdateras. En intressant aspekt, som framtida studier borde undersöka närmare, är att många tidningar som tidigt experimenterade med någon form av elektronisk publicering ges ut i universitetsstäder. I flera fall pågick det ett samarbete mellan universitet/högskolan och tidningen vad gäller den tekniska utvecklingen av hemsidor och databaser, som exempelvis mellan JMK och *Aftonbladet*. En klar fördel var att dessa tidningars målgrupper ofta var vana vid Internet och därmed hade lättare att ta till sig information i elektronisk form. Mindre tidningar, särskilt landsortstidningar, saknade ofta teknisk kunskap och hade otillräckliga resurser för att kunna lägga ut sitt material på nätet. På grund av konkurrensskäl verkar det inte som att samarbete tidningarna sinsemellan är speciellt utbrett, men det förekommer i enstaka fall.

Hedman (1998) skiljer ut tre grupper av tidningar efter omfattningen av deras Internetsatsningar: tidningar som lägger ut hela sitt redaktionella material på nätet, tidningar som lägger ut en del av sitt material på nätet samt tidningar som har en hemsida men inte lägger ut material på Internet. I den sista kategorin hamnar de flesta landsortstidningar. Det finns också exempel på tidningar, bland annat även stora dagstidningar, som började lägga ut sitt material på nätet men senare avbröt sin Internetsatsning, några med hänvisning till ett bristande intresse från sina läsare.

Dagstidningar på nätet: fem exempel

Många analyser av Internets införande på tidningsredaktioner har hittills haft en tendens att fokusera på tekniska möjligheter och har jämfört skillnader och likheter mellan pappers- och nättidningens innehåll och layout (jfr. Blohm & Holmström, 1996; Hedman, 1998; Lindskog, 1998). Ett tecken på att tidningarnas situation förändras snabbt, och möjligen också på en viss fascination av Internet, är att man i många tidiga studier nämner exakt datum då Internetsatsningen påbörjades. Nedan kommer jag att beskriva tendenser i utvecklingen med exempel från *Aftonbladet*, *Helsingborgs Dagblad*, *Sundsvalls Tidning*, *Nerikes Allehanda* och *Göteborgs-Posten*. Underlaget baseras på publicerade studier (t ex Blohm & Holmström, 1996; Hedman, 1998; Gripsholmsprojektet, 1999) samt på information tillgänglig på tidningarnas hemsidor.

Aftonbladet var den första svenska dagstidningen på Internet, när man lade ut sin Kulturbilaga den 25 augusti 1994. Internetsatsningen utfördes med stöd från JMK vid Stockholms universitet. Två år senare hade IT-redaktionen växt till 15 personer. Intäkter för satsningen kom till stor del från annonser och från tillgång till textarkivet Mediearkivet mot betalning. År 2000 bildade nättidningen ett eget bolag, *Aftonbladet Nya Medier AB*, inom vilket ett trettiotal medarbetare ansvarade för olika informationskanaler. Samma år tilldelades *aftonbladet.se* Stora journalistpriset för sina pionjärinsatser på nätet. På företaget, som marknadsför sig som Sveriges ledande nyhetsportal på Internet med 1.5 miljoner unika besökare per månad, arbetade hösten 2001 cirka femtiofem personer.

Helsingborgs Dagblad var den första tidningen som publicerade hela sitt redaktionella material på nätet, sedan 5 maj 1995. Även före Internet hade tidningen hållit sig framme i den produktionstekniska utvecklingen i och med att redaktionen producerade Taltidningen och RATS (Radiodistribuerad Talsyntes). Att tekniken redan fanns tillgänglig, och att det fanns medarbetare med kunskap och intresse för nya medier, underlättade avsevärt utgivningen på nätet. Ett särskilt Internetprojekt påbörjades i oktober 1996. Med hjälp av befintlig teknisk utrustning matades papperstidningens text automatiskt ut på nätet. Redaktionen bestod år 1996 av tre och en halv tjänst: en journalist, en annonssäljare/marknadsförare, samt en hemsideskonstruktör och projektledare. Internetprojektet ersattes i april 1997 av en Internetavdelning, omfattande tre heltidstjänster: ansvarig, säljare, och kreatör. För närvarande arbetar tre personer i webbredaktionen.

Sundsvalls Tidning började förbereda en Internetsatsning redan 1995. I mars 1996 startades ST-Online för 100 testpiloter - utvalda bland cirka 500 personer som anmälde sig - under en halvårsperiod. Till skillnad från andra nättidningar, tog ST-Online betalt för sina tjänster. En del av tidningen var gratis, men för att kunna ha tillgång till resten var man tvungen att abonnera på tidningen. Även vid denna redaktion fanns det kunniga medarbetare för Internetsatsningen, en heltidsanställd Internetansvarig och onlineredaktör/webbmaster. Tekniken som an-

vänds för nät- och radiotidningen är densamma, vilket gör att även personalen som arbetar med radiotidningen kan välja ut artiklar som ska publiceras på nätet. Uppbyggnaden av annonsförsäljningen på nätet skedde inledningsvis med hjälp av en ALU-anställd. ST är en av få tidningar som har en särskild ansvarig utgivare för Internettidningen.³ När Internetsatsningen startades var få personer involverade med ST-Online. År 1999 bestod webbredaktionen av en redaktör och en webbutvecklare/designer. Vid behov kunde redaktionen förstärkas med praktikanter. Numera består webbredaktionen av tre personer.

Nätupplagan av *Nerikes Allehanda*, som kommer ut i Örebro och är en av Sveriges största landsortstidningar, startade 22 maj 1995. I slutet av 1996 började man lägga ut ett urval av artiklar ur papperstidningen inklusive nöje och sportnyheter. Vid den tiden arbetade tre personer med nättidningen: en journalist, en systemvetare och en annonssäljare (Blohm & Holmström, 1996). År 1999 växte Internetavdelningen till sex personer. I vissa fall kunde även journalister som inte tillhörde Internetavdelningen, till exempel sportredaktionen, lägga ut sitt material själva. Tidningen hade samma ansvarige utgivare för nättidningen och papperstidningen. Hösten 2001 arbetade cirka nio personer med nätutgåvan.

Göteborgs-Posten (GP) började sin Internetsatsning med att lägga ut en digital VM-bilaga på nätet 1995. Tre personer arbetade tillfälligt med detta uppdrag. 1996 arbetade 6 personer med nättidningen. 1999 bestod webbredaktionen av sex journalister, en säljare och en medarbetare som var kommersiellt ansvarig. Arbetsfördelningen liknade den på papperstidningens redaktion och webbredaktionen var placerad intill *GP*:s nyhetsdesk. Redigeringsarbetet gjordes av journalisterna själva. På redaktionen ansåg man att det var viktigt att integrera webb- och papperstidningen. Redaktionen för *gp.se*, som idag består av nio personer, lägger ut valda delar av papperstidningens nyhetsmaterial men uppdaterar även en del nyheter själva.

Exemplen ovan pekar på att Internetsatsningar startades och utvecklades inte på samma sätt på de olika tidningsredaktionerna, till stor del beroende på intresse och tillgängliga resurser. Det som ofta nämns i analyser av Internetsatsningar är pionjäranda, nyfikenhet, positiv inställning till nya medier, förmågan att se nya utvecklingsmöjligheter, samt att det fanns tekniskt kunnig personal - några ”datanördar” - på redaktionen. På flera tidningsredaktioner fanns dessutom tekniska förutsättningar i och med att tidningen även producerade en taltidning. Alla tidningar baserar sin nätupplaga på papperstidningens material, ofta i form av en förkortad version anpassad till läsning på skärmen. Förutom redaktionellt nyhetsmaterial, där bland annat läsarna ges möjlighet till viss interaktivitet, omfattar tidningarnas webbsidor marknadsföring, information om nöjesutbudet i regionen samt andra tjänster, exempelvis Jobb, Bostad och Resor.

Det förefaller som att Internetsatsningar påbörjades på redaktionerna tack vare ett fåtal entusiaster som valde att experimentera med Internets möjligheter och utan några utarbetade strategier (jfr också Gripsholmsprojektet). Ett enda undantag var ST-online som testade sin nätupplaga på ett antal testpiloter. På alla tidningsredaktionerna har webbredaktionerna vuxit något under de senaste åren. Behovet av att anställa ny personal verkar dock inte ha varit särskilt stort, med undantag för *Aftonbladets* IT-redaktion. Några tidningar har i början valt att ibland anlita praktikanter och ALU-anställda, vilket tyder på att de försökt hålla personalkostnaderna nere. Så länge webbredaktioner använder sig av papperstidningens material kommer de inte att ha något behov av att nyanställa journalister.

³ Att nättidningar ska ha en ansvarig utgivare faller inte under Tryckfrihetsförordningen. Däremot diskuteras för närvarande en eventuell lagändring.

På några redaktioner påpekade man att det var viktigt att webb- och pappersredaktionen integrerades, men oftast arbetar webbredaktionerna avskilt från den övriga delen av tidningsredaktionen. I några fall, exempelvis på *Aftonbladet*, har webbredaktionen till och med avknoppats från tidningsredaktionen och man har valt att bilda ett eget bolag. Några andra aspekter i samband med Internetsatsningar är också av intresse. En ständigt återkommande fråga, som diskuterades bland annat på ett Framtidsseminarium anordnat av SJF i december 1999, är den om upphovsrätten och ersättningen till journalisterna när deras artiklar läggs ut på nätet. I väntan på ett nationellt avtal försökte man under tiden hitta lösningar på de olika tidningsredaktionerna. Lokala journalistklubbar krävde ersättning till journalisterna för de artiklar som publicerades på Internet. Tidningsledningen, å andra sidan, ansåg att det inte var frågan om någon återpublicering, utan bara om ett annat sätt att distribuera tidningen. Positionerna har länge varit låsta i den frågan. På en del tidningsredaktioner har journalistklubbar fått utbildningspengar för att anordna vidareutbildningar för sina medlemmar om användandet av Internet och nya medier. På de flesta tidningarna ser det ut som att journalister inte ges möjlighet att säga nej till publicering av sina artiklar på nätet. Detta har skapat en konfliktsituation och en pågående diskussion på tidningsredaktionerna och inom SJF.

Nättidningar, både nätutgåvor och renodlade nätpublikationer, uppfattas för närvarande inte som något allvarligt hot inom tidningsbranschen (Hedman, 1998; Lindskog, 1998). Man menar oftast att pappers- och nättidningar kommer att finnas parallellt, men att de kanske kommer att utvecklas med olika inriktningar. På de flesta tidningar uppfattas den tryckta tidningen fortfarande som den viktigaste delen av verksamheten. Nättidningen ses mer som en förlängning, en plats för fortsatt diskussion om artiklar och debattämnen publicerade i papperstidningen (jfr Lindskog, 1998).

Tidningar, och inte minst tidningsägare, ser i Internetsatsningar en ny möjlighet till att erbjuda nya produkter och nya tjänster till läsarna. Internet erbjuder utan tvekan en möjlighet för tidningar och för journalistiken att utvecklas och pröva nya former för att inhämta och distribuera information. Ser man på de Internetsatsningar som hittills har analyserats är det svårt att se tecken på att någon radikal förändring av det redaktionella sättet att arbeta har ägt rum. Mycket talar för att Internet introducerades på redaktionerna på ett ganska traditionellt sätt (jfr också Erikssen och Sorgaard, 1996). Internetredaktioner placeras oftast avskilt från den övriga redaktionen. Dessutom baseras verksamheten på att "återanvända" artiklar från papperstidningen. Lowe Hedmans (1998) undersökning av dagspressen visar att en stor andel av de ansvariga för Internetsatsningar har annan bakgrund än journalistisk. I några fall är det annonschefer och IT-ansvariga, det vill säga personer utan journalistisk utbildning, som har fått ansvaret för den elektroniska tidningen.

II. ETC: från journalistisk redaktion till IT-företag

För att se hur nya medier, ny teknik och Internet har påverkat en hittills mindre undersökt del av journalistyrket valde jag att studera medieföretaget ETC som inte är ett nyhetsföretag i traditionell mening. I detta avsnitt kommer jag att redogöra för företagets utveckling och expansion i samband med införandet av nya medier, ny digital teknik och Internet samt vad detta har inneburit för den journalistiska verksamheten.

ETC: en tillbakablick

Företaget ETC grundades på 1970-talet av Johan Ehrenberg. Tidningen *ETC*, som enligt grundarens presentation är en socialistisk reportagetidning med stora bildreportage, stod i centrum för verksamheten. Föregångaren till *ETC* var tidningen *Partisano*, som cirka ett år efter att första numret kom ut ändrade namn till *ETC*. Redan från starten hade man en uttalad inriktning mot bildreportage. Detta förstärktes genom samarbete med en rad fotografer som Christer Strömholm, Tuija Lindström, och Dawid eller konstnärer som Lars Hillersberg. I flera omgångar hamnade tidningen i ekonomiska svårigheter och gick i konkurs. ”*ETC är död, leve nya ETC*” står det att läsa i ett blad som skickades till prenumeranterna i mitten av 1980-talet med förklaringen att tidningen skulle läggas ned på grund av uteblivet presstöd och i stället för att vara en veckotidning skulle komma ut varannan vecka. För att kunna fortsätta med utgivningen av *ETC* påbörjades samtidigt en *reframing* av verksamheten och ETC Produktion bildades. Från att ha varit inriktad på traditionellt redaktionellt arbete utvidgades verksamheten till att omfatta en rad tjänster inom bland annat tidningsproduktion, utbildning, reklam och multimedia. *ETC* håller sig fortfarande väl framme när det gäller kritiska samhällsreportage, fotografi och layout. Så sent som förra sommaren talades det i pressen ännu en gång om en möjlig nedläggning av tidningen (Ehrenberg, 2000). Enligt ETC:s VD var utgivningen av *ETC* aldrig hotad men på grund av ekonomiska problem valde man att minska antalet journalister. Som de anställda på ETC betonar, står tidskriften *ETC* fortfarande i centrum för företagets verksamhet. Tidskriften, vars utgivning delvis finansieras med stöd från ETC Produktion AB, är företagets varumärke och en viktig del av organisationskulturen. Den utgör grunden för samhörighet bland de anställda och inverkar i hög grad på rekryteringen till företaget. Behovet av ny personal annonseras exempelvis oftast på ETC:s hemsida, vilket i praktiken kan fungera som en selektionsmekanism.

ETC Produktion AB

Från att ha startats som ett företag med en anställd år 1984, har ETC Produktion AB växt till ett IT-företag med inriktning på mediautveckling och medieproduktion som vid slutet av år 2000 hade cirka 62 anställda. ETC Produktion AB är idag ett publikt aktiebolag med cirka 800 delägare och med en omsättning på 38 miljoner kronor och omkring 32 större kunder. ETC:s kundkrets omfattar både små och stora företag. För närvarande har företaget sina kontor på flera platser i Sverige. Dessutom finns det ett kontor i Barcelona, där man bland annat gör den spanska versionen av *ETC* och en svensk version av den franska tidskriften *Le Monde Diplomatique*.

Bland de anställda är personer födda på 1960-talet i majoritet. Under de senaste åren har företaget expanderat, vilket bekräftas av uppgifter om personalens anställningsår. Två personer

började på företaget år 1986 och tre under perioden 1990-1994. Alla de andra påbörjade sin anställning efter mitten av 1990-talet. Under perioden 1995-1997 anställdes fyra personer årligen. År 1998 fick nio personer sin anställning, 1999 fem personer och år 2000 tolv personer. Det är framförallt utbildningsverksamheten, IT-gruppen och layout som växt sedan mitten av 1990-talet. Cheferna för de olika avdelningarna väljs oftast ut bland personer som har varit en längre tid på ETC och har större inblick i hur företaget fungerar. De anställda kan också periodvis byta arbetsuppgifter om möjligheter finns och personalbrist uppstår.

ETC:s policy är att kvinnor och män skall ha samma möjligheter att avancera i företaget (ETC, 2000). Könsfördelningen på de olika enheterna är för närvarande ganska jämn med undantag för Marknadsavdelningen (som består av fyra män) och för IT-gruppen (sju män och två kvinnor). När detta skrivs har IT-gruppen vuxit till nitton personer, varav sju är kvinnor.

Av projektledarna är tre kvinnor och fyra män. Enligt uppgift från en intervjuperson fanns det en tid fler kvinnliga projektledare. En mer manlig dominans började då några av kvinnorna fick barn och andra bytte jobb. Vid tiden för mitt besök bestod ledningsgruppen av enbart män (fem), för närvarande dock av två kvinnor och fyra män. När det gäller de tre tidningar som jag kommer att redogöra för senare vill jag här nämna att redaktionen för tidningen *ETC* består av enbart män till skillnad från redaktioner för *Föräldrar & barn* och *Zon* som består av kvinnor.

Arbetets rumsliga och tidsmässiga organisering

I ETC Produktion AB:s trevligt inredda lokal har det med tiden blivit något trångt, bland annat på grund av alla nyanställningar under de senaste åren. Arbetets organisering i olika produktionsmoment avspeglas ganska tydligt i dess rumsliga organisering. Lokalen har en öppen planlösning, vilket delvis påminner om en tidningsredaktion men också om ett IT-företag. Undantagen är ”datarummet”, i vilket sitter programmerare som bland annat utvecklar publiceringsverktyget Nuevo, och ”mötesrummet”, där fram till sommaren år 2000 redaktionen för *ETC* satt och som idag används för möten eller kurser. Dessa rum är inglasade och belägna några trappsteg högre än den övriga lokalen. I samlingsdelen som ligger bakom en hyllvägg finns köket, ett stort bord med barstolar samt en soffa och några fåtöljer. Soffan är placerad framför en hylla med gamla nummer av tidningarna *ETC* och *Partisano*, exempel på företagets övriga produktion av tidningar och böcker. Hit kommer man för att umgås men också för att exempelvis hålla möten, göra anställningsintervjuer, planera arbete och föra telefonsamtal. Telefoner ringer hela tiden och för att skärma av sig brukar personalen gå runt i lokalen, oftast mot köket, för att där prata i sina bärbara telefoner eller mobiler.

Figur 1. ETC Produktion AB:s organisationsstruktur

ETC Produktion AB		
Produktionsområden	Dotterbolag	Delägare i
- Reklam	ETC Bild AB	Radikala.com
- Tidningar	<i>Zon</i>	<i>Föräldrar & barn</i>
- Multimedia		
- Utställningar & presentreklam		
- ETC-akademin		

Figur 1 visar hur företaget är uppbyggt kring ett antal produktionsområden som har utvecklats under de senaste åren. Två produktionsenheter har under tiden avknoppats och blivit dotterbolag. Dessutom är ETC delägare i en Internetportal och i en tidning. På ETC:s huvudkontor, där det mesta av arbetet inom de ovannämnda produktionsområdena sker, förekommer en rumslig indelning mellan olika yrkesfunktioner och de anställda är grupperade efter sina huvudsakliga arbetsuppgifter. De flesta projektledare sitter kring ett högt bord som syns redan från entrén och receptionen samt från platsen för kundbesök, som även den är inglasad. Projektledarens uppgift är att vid genomförandet av ett uppdrag samordna olika produktionsinsatser och kundernas behov genom att vara en mellanlänk i kontakten mellan produktionen och kunder. Projektledarnas utbildning och kompetens varierar från kortare utbildningar och kurser till forskarutbildning. Jag fick en uppfattning att formell utbildning inte är avgörande för att få arbeta som projektledare. Det som tycks vara viktigare är relevant tidigare erfarenhet, intresse för IT och Internet samt organisations- och samarbetsförmåga. Detta är också synligt i två annonser som lades ut på ETC:s hemsida under sommaren 2001:

"I arbetet ingår att utåtriktat sälja projekt, men också ta hand om dem och föra dem vidare genom produktionen. Du bör ha erfarenhet av såväl IT som tryckprojekt."
(annons: projektledare)

"Vi ser gärna att du är bekant med terminologi och tekniska termer när det gäller databaslösningar för webbpublicering, men du behöver inte vara programmerare. Det viktigaste är att du har ett stort intresse av Internet, att du tycker om att arbeta nära kund och arbetsgrupp och kan ta hand om och föra flera projekt genom hela produktionen."
(annons: projektledare för nya medier)

Layoutare, ”*webbsnickare*”, det vill säga personer som huvudsakligen arbetar med webbsidor, några projektledare samt personer som hyr in sig i företaget - exempelvis kunder som arbetar med ett uppdrag - sitter mellan två hyllväggar i mitten av lokalen. Övergången till digitaliserad produktion har inneburit stora förändringar för layoutare. I första hand har kommunikationen mellan layoutare och redaktörer, som på ETC sker främst via e-post, blivit snabbare och smidigare. Layoutare får en text mejlad som en fil, gör ett layoutförslag och mejlar det till redaktören för kommentarer. Artikelförfattarna kan också komma med synpunkter på layout och föreslå eventuella ändringar i texten. Vid behov, exempelvis i slutfasen av produktionen, kan layoutaren och redaktören träffas för att gå igenom layouten tillsammans, men i övrigt kan de sitta i olika lokaler eller i olika länder men ändå vara i kontakt med teknikens hjälp. Den nya digitala tekniken har underlättat tidningsproduktionen, anser man på ETC, både produktionsmässigt och tidsmässigt. Den har dock också medfört en del stressmoment för layoutarna, särskilt i slutfasen av produktionen. Enligt en intervjuperson har det hänt att layoutaren haft svårt att sätta en definitiv deadline för produktionen. I och med att både artikelförfattaren och redaktören vet att det i digital produktion är ganska lätt att föra in ändringar ända tills tidningen skickas elektroniskt till tryckeriet, har de i några fall missbrukat teknikens fördelar och kommit med förslag till mindre korrigeringar ända in i det sista. Layoutare samarbetar med reproavdelningen när det gäller att välja ut bilder till tidningsproduktion.

Reproavdelningen på ETC är placerad i närheten av skannern, fotolabbet och tidningsarkivet. Där arbetar två fotografer, ”*repro-killarna*”, vilkas uppgift är att ta fram och bearbeta bilder för tidningsproduktion samt arkivera all tidningsproduktion. Ett mörkrum finns men används för närvarande ytterst sällan. Förut stod man i mörkrummet och framkallade samt retuscherade fotografier. Idag skannar man in bilder fotograferade på traditionellt sätt för att sedan bearbeta dem och förbereda för tryck med hjälp av digital teknik. I sitt arbete använder anställda på reproavdelningen Photoshop, ett program som har sina goda och dåliga sidor men används mycket inom bildhanteringen. Fotografer på Repro påpekar att användandet av Photoshop kräver praktisk erfarenhet därför att det finns skillnader mellan hur bilder ser ut på skärmen och när de skrivs ut. Det gäller att kunna förutse hur en utskriven bild kommer att se ut samt se till att färginställningar på ETC och på tryckeriet stämmer överens. För nätpublikationer är det viktigt att bilder ser bra ut när de läggs ut på nätet både för Mac- och PC-användare. För tidskriftsproduktionen är det dessutom viktigt att bilderna är av god kvalitet. Därför är de flesta bilder som används på ETC tagna med traditionella kameror, och inte med digitala kameror. Man anser att dagens digitala kameror fortfarande inte ger tillräckligt bra bilder. Bilder tagna med digitala kameror används främst inom dagstidningsproduktion där bildens aktualitet och inte dess kvalitet räknas i första hand. Enligt fotograferna på Reproavdelningen har det blivit ganska vanligt att, i samband med att bildhanteringen digitaliseras, fotografer börjar ta över repro från grafikerna. Som de ser det är några av orsakerna till detta att fotografer är mer kompetenta i att hantera bilder samt att grafikerna, som tidigare också arbetade med bilder, har en gammaldags teknik och deras yrke inte har följt med i den snabba tekniska utvecklingen. Åldersstrukturen inom grafikeryrket tycks också spela roll i den pågående förändringsprocessen. En intervjuperson menar att ”*grafikerna är oftast gamla gubbar som inte kan ta till sig det nya*”. Men även repro som sådan, tror fotografer på ETC:s Reproavdelning, kommer på sikt att försvinna i samband med digitaliseringen. Digital bearbetning av bilder har skapat en bra arbetsmarknad för fotografer men har samtidigt inneburit att fotograferna kan komma att förlora en del av sina kunskaper om traditionellt bildarbete; t ex arbete i mörkrummet. Förutom bildbearbetning tar Reproavdelningen också hand om ETC:s

tidningsarkiv och ser till att innehållet i producerade tidningar bränns på CD-skivor. För närvarande pågår en diskussion om arkivets framtida digitalisering i och med att CD-skivor börjar ta för mycket förvaringsutrymme. Man har för avsikt att så småningom lägga ut hela tidningsarkivet på en server.

Programmerare på ETC har under de senaste åren utvecklat ett webbpubliceringsverktyg med namnet Nuevo. Nuevo är framtaget för att underlätta och decentralisera redaktionellt arbete för webbplatser. Till skillnad från webbpubliceringsprogram som Dreamweaver eller Frontpage, där man sitter ensam och gör en hemsida, är Nuevo utformat på så sätt att flera avdelningar inom en organisation kan ha sina egna hemsidor, liksom att olika användare med olika behörighet kan lägga ut informationen på nätet som webbredaktionen sedan sammanställer. Via Nuevo kan man få en överblick över vad som finns på en webbsajt och man kan enkelt byta ut bilder och text. Dessutom kräver verktyget inte förkunskaper i HTML eller någon speciell programvara. Initiativet till Nuevo kom från ETC Produktion AB. Behovet att utveckla publiceringsverktyget kom både utifrån att ETC själva behövde ett sådant verktyg och utifrån kundernas efterfrågan. På webbsidan (www.nuevo.etc.se) beskrivs Nuevo som ett flexibelt publiceringsverktyg lämpligt både för små och stora företag. ETC Produktion AB erbjuder kunderna att köpa eller hyra Nuevo för sin webbproduktion.

En del av ETC Produktion AB är också ETC-akademin, en utbildningsenhet som anordnar kurser och föredrag om multimedia, data, tidningsproduktion, video, kommunikation och bildbehandling (ETC-akademin, 1999). ETC-akademins lokaler, som omfattar en föreläsningssal och ett antal datasalar, är belägna i närheten av huvudkontoret. En del kurser anordnas i samarbete med arbetsförmedlingar och länsarbetsnämnden. Verksamheten vid ETC-akademin bygger på mottot ”*vi lär ut det vi kan*”, vilket betyder att utbildningen står i nära kontakt med produktionen samt att lärarna undervisar utifrån sina praktiska erfarenheter med mediaproduktion. Detta kan illustreras av en annons från ETC:s hemsida i vilken företaget söker lärare som vill undervisa i IT och/eller trycksakshantering:

”Vi söker nu dig som tycker det är kul att lära ut det du kan, och har erfarenhet av digital produktion för webben, multimedia, och gärna även trycksak. Program som du bör kunna är: Dreamweaver, Director och Photoshop. Kan du dessutom Premiere, Quicktime, Flash, Illustrator, Acrobat, Quark Xpress samt InDesign är det ett stort plus.” (annons: lärare)

ETC Bild AB, som är ett dotterbolag till ETC, finns i samma lokal som övriga produktionsenheter och består för närvarande av tre fotografer. ETC var bland de första i Sverige med att utveckla ett bildarkiv som sedan digitaliserades i mitten av 1990-talet. Bilderna bränns på CD: omkring 17-20 färgbilder får plats på en CD, svartvita bilder tar mindre plats. Bildarkivet, i vilket omkring 35 fotografer finns representerade med ett urval av sina bilder, är idag sökbart efter rubriker och fri text samt tillgängligt för alla via Internet. Kunderna kan göra urval och beställa bilder via nätet. Bilderna levereras färdiga för tryck antingen på CD-ROM eller läggs ut på servern och kan hämtas där. ETC Bild AB:s hemsida uppdateras kontinuerligt. Bilderna som presenteras på webben väljs ut ”*mest på känn, man vet vilka som går att sälja*”. ETC Bild samarbetar med reproavdelningen på ETC Produktion AB, som t ex skannar in bilderna. Digital bildhantering förkortar tiden både när det gäller att välja ut bilder och att leverera dem. Tekniken som används i arbetet har dock inte varit felfri. Det händer exempelvis ibland att, om datorns browser krånglar, fel bild visas på hemsidan trots att rätt bild ligger bakom.

Dessutom är ETC delägare i Radikala.com, som är en Internetportal. Johan Ehrenberg presenterade idén på Bokmässan år 1999 och bjöd in andra intresserade organisationer att an-

sluta sig till portalen. Till en början var det ETC, Greenpeace, Ordfront och Emmaus som byggde upp portalen. Andra organisationer har anslutit sig successivt, och några har under tiden också lämnat portalen. Ansvarig för portalen Radikala.com är en projektledare på ETC Produktion. Hans uppgift är att styra strukturen på portalen, försöka få in nya aktörer, och få portalen att vara intressant för den målgrupp som bland annat företaget ETC jobbar mot och för potentiella läsare. Radikala.com beskrivs av honom som en blandning av radikala livstilsfrågor, politik, grön politik och vänsterpolitik. Det är en socialistisk portal, där det också finns plats för veganer, en queertidning och bistånds- och solidaritetsorganisationer. Portalen är uppbyggd med länkar till tidskrifternas hemsidor och till rörelser som Greenpeace, Emmaus med flera. Radikala.com är ett eget bolag, halvägt av ETC. ETC kan till viss del styra portalens utveckling och har inflytande över vilka som får vara med. Hittills har ingen nekats anslutning eftersom de som hört av sig stämmer med portalens profil. Vid tiden för mitt besök fick alla organisationer betala en deltagaravgift på 900 kronor i månaden för att vara med. Denna avgift har man senare tagit bort därför att det blev för kostsamt att administrera den.

Radikala.com sägs vara den mest välbesökta sajten i Sverige vad gäller radikala frågor. I oktober år 2000 registrerades omkring 60.000 besökare. Man för ingen statistik över vilka som besöker portalen men framför allt är det personer som återkommer för att läsa materialet. Alla aktörer har sina olika målgrupper, men de läser även vad andra som är anslutna skriver. Portalen vänder sig på så sätt till en bred målgrupp som projektledaren beskriver som, ”*de som tycker att man ska vara med i en förening, eller prenumerera på en tidskrift för att man är intresserad av en viss typ frågor, eller vill aktivt påverka samhället*”. För närvarande har man på Radikala.com planer på att starta ett nytt varuhus med försäljning av böcker. När det sätts igång kommer man att satsa mer på kulturaktörer, teater och dylikt, och flera nya avdelningar planeras. Varje gång man bygger ut portalen får man respons direkt från andra som vill vara med: ett flertal nya aktörer hör av sig varje vecka. För att ansluta sig till portalen måste de, enligt den ansvarige för portalen, ha någonting som är intressant och som stämmer överens med portalens profil. Vissa krav ställs på utformningen av själva webbsidan.

Då jag frågade mina intervjupersoner hur deras arbete är organiserat tidsmässigt, hur en typisk arbetsdag på ETC ser ut, började de flesta av dem skratta. En typisk arbetsdag finns inte, påpekade de. Därefter började några av dem beskriva att de ofta började dagen med att titta igenom inkommen e-post och eventuellt svara på den direkt. En möjlig förklaring till skrattet är att de flesta på ETC har varierande arbetsuppgifter och ofta arbetar parallellt på flera olika projekt och hoppar mellan dessa dagligen, veckovis eller efter behov. För att samordna de olika produktionsenheternas arbetsuppgifter gör man månads- och veckoplanering av arbetet. Varje enhet gör ett detaljerat veckoschema, ”*som för det mesta inte följs*”, i vilket redovisas planerat start- och slutdatum för arbete med olika uppdrag, antal dagar per uppgift, tidsenhet i procent, antal timmar samt ledighet. Några anställda som jag tillfrågade om de ville ställa upp för en intervju svarade att de inte hade tid att prata med mig. Några har också sagt att de egentligen inte får göra någonting som inte är planerat. Nedan citerar jag hur två projektledare ser på arbetets organisering:

”Man är rätt splittrad, man har olika projekt, försöker hålla isär dem och hoppa mellan olika projekt. Man måste vara flexibel.” (projektledare)

”Det är väldigt varierat, ..., vill man verkligen sitta och skriva och försöka hantera en mer tidskrävande lång uppgift så tar jag med den hem. Jag vill inte ha så mycket jobb hemma,

kanske i huvudet, jag vill ogärna att jobbet kommer hem till mig på det sättet, för då blir man aldrig ledig... Det händer att jag går hit på helger för att göra saker, ibland om en kund inte har kunnat träffas på ett annat sätt eller att det är deadline på en produktion då jag måste fixa vissa grejer, men det är inte så ofta. Man ska ha en enorm koll på vilka timmar man gör hela tiden, det är lätt hänt är att man blir väldigt splittrad i olika projekt. För man själv känner sig rätt hel, det är bara att man går mellan olika projekt, det kan vara lite stressande ibland att känna att man har press på sig. För mig som är på olika nivåer (intervjupersonen jobbar parallellt med flera uppdrag) kan (det) vara svårt att ha koll på var man ska redovisa vad i administrationsböcker och redovisa tid. Jag är mer en virrpanna.” (projektledare)

Projektanställning, som har blivit en allt vanligare anställningsform, samt flexibilitet, förmågan att växla mellan olika arbetsuppgifter eller anställningar, har blivit modeord under de senaste åren. De har lyfts fram som några av centrala aspekter av ”det nya arbetslivet” (se t ex Ahrne & Sandberg, 2000; Sandberg, 1997, 1998; Ransome, 1999). Några klara fördelar för företagen med flexibilitet och projektanställningar är att de främjar rörlighet hos arbetskraften och möjliggör för företagen att på förhållandevis kort tid anpassa sin produktion till marknadens och kundernas krav. En av nackdelarna för de anställda som har uppmärksammats, och som citaten ovan belyser, är långa arbetstider samt att gränserna mellan arbete och fritid inte alltid är så tydliga. Det var intressant att höra en intervjuperson säga att, ”när man vill jobba då går man hem”. Den nya tekniken underlättar arbete på distans. Administrativ personal på ETC Produktion AB arbetar exempelvis för det mesta hemifrån. Denna möjlighet gäller dock främst de anställda vars arbetsuppgifter inte är bundna till användandet av teknik som finns tillgänglig enbart på huvudkontoret. På veckoschemat för IT-gruppen som jag fick vid min vistelse på företaget redovisar många 09.00-18.00 som sina ordinarie arbetstider. De som arbetar deltid kan arbeta intensivt några dagar för att sedan vara lediga. En person redovisar exempelvis i veckoschemat sina arbetstider som 09.00-19.00 eller sammanlagt 28 timmar under tre dagar. Vidare uppger sig en annan arbeta en timme på tåget på väg till och från arbetsplatsen. Den nya tekniken möjliggör givetvis en större flexibilitet i tid och rum. Alla behöver inte sitta i samma lokal, man kan koppla upp sig på nätet och arbeta i princip var man än befinner sig. Framtida studier borde undersöka mera noggrant vad detta kan ha för inverkan på olika personalkategorier. Det kan bland annat vara svårt att redovisa arbetstid och övertid i exakt antal timmar, vilket är ett problem som uppmärksammats på ETC och som jag återkommer till senare i rapporten.

Sedan mitten av 1980-talet utvecklades ETC från en traditionell tidningsredaktion till ett IT-företag som sysslar med en rad produktionsområden och erbjuder tjänster som alla på något sätt anknyter till medie- och tidningsproduktion. Denna expansion startade delvis som en nödvändighet, bland annat därför att det var ett sätt att kunna fortsätta med utgivningen av tidningen *ETC*. Genom att skapa och utvidga en marknad för sina tjänster lyckades företaget skaffa resurser för att kunna bedriva sin kärnverksamhet. I samband med framväxten av Internet och ny digital teknik utvidgades verksamheten ännu mer, främst med det som ETC är bra på, nämligen tidningsproduktion, fotografi, layout, reklam och tekniska lösningar för mediekommunikation. En stor del av produktionen digitaliserades vilket bland annat medförde att

kommunikationen mellan olika produktionsenheter blev lättare, produktionstiden kortare samt produktionskostnader lägre. I nästa avsnitt kommer jag att undersöka vilken betydelse detta haft för arbetet med de tre tidningar som görs på ETC.

Tidningsproduktion

Tidningsproduktion är ett viktigt produktionsområde inom ETC Produktion i och med att företaget svarar för layout, design och marknadsföring av ett 15-tal tidningar. I några fall gör man hela produktionen inklusive det journalistiska innehållet. Jag har valt att titta närmare på produktionen av tre tidningar: *ETC*, *Föräldrar & barn*, och *Zon*. Fokus ställs på användandet och betydelsen av ny teknik för arbetet samt på journalisternas arbets- och anställningsvillkor. Avsnittet utgår från intervjuer med tidningarnas chefredaktörer men har även kompletterats med andra källor. Jag kommer också redogöra för Journalistklubben som nyligen grundades på företaget.

ETC

Tidningen *ETC* har funnits sedan 1976. Den ägs av företaget och är dess organisationsidentitet. Utgivningen finansieras med prenumeration, stöd från ETC Produktion AB och lösnummerförsäljning. Upplagan är inte offentlig. Fram till augusti 2000 hade redaktionen tre heltidsanställda journalister som fick sluta på grund av ekonomiska problem (se Nordström, 2000). Vid tiden för mitt besök var ingen anställd på redaktionen förutom chefredaktören, som hade det som ett extra uppdrag som han utförde ”*oftast på kvällstid*”. Tidsmässigt omfattar hans arbete, enligt tidrapporterna, cirka 120 timmar per nummer. Det finns planer på att anställa en redaktionssekreterare och webbredaktör på halvtid.⁴ Vilka artiklar som skall publiceras bestämmer chefredaktören utifrån ett tema som han väljer för varje nummer. Vid behov anlitar tidningen frilansare, som kan lämna in förslag på artiklar till chefredaktören för bedömning. Dessutom konsulteras inför varje nummer en ekonomisk expert, vars uppgift är att förse redaktionen med relevant statistik och granska det som skrivs i tidningen om ekonomi. Chefredaktören har planeringsmöten med layouten därför att formgivning och originalrepro görs på ETC Produktion AB.

Den digitala tekniken har inneburit att produktionskostnaderna har blivit lägre samt att kommunikationen mellan personer som utför olika delar av produktionen underlättats. Stora förändringar har också ägt rum på personalsidan. Produktionen av det journalistiska innehållet för tidningen vid tiden för mitt besök gjordes huvudsakligen av chefredaktören samt ett antal frilansare och har ibland kompletterats med insändare från tidningens hemsida. När det gäller journalisternas förändrade villkor i övrigt, anser chefredaktören på *ETC* att dagens journalister måste kunna mycket mer kring produktion och redigering. ”*De gör mer saker själva, vilket leder till ökad stress och ökad krav på utbildning. Å andra sidan, får man mer makt över vad man kan kommunicera*”, menar han.

För teknikutvecklingen står tidningen inte själv, den beställs av ETC Produktion AB. För närvarande produceras allt material digitalt. E-post har använts på redaktionen sedan 1993. Webben används för att marknadsföra tidningen vid utgivning samt att fördjupa diskussionen kring vissa ämnen genom att erbjuda läsarna möjlighet till interaktivitet och driva de politiska debatterna. Fördelar med Internet och ny teknik anses vara snabbheten, samt att kostnader

⁴ Planerna genomfördes under år 2001.

hålls nere om materialet är i digital form. Det finns planer på att frilansare ska kunna leverera digital video till tidningens webbsida.

Dagens ETC, som är en slags elektronisk förlängning av *ETC*, var den första dagstidningen i Sverige som enbart fanns på Internet. När den startades år 1996 kom den ut alla vardagar klockan 18. Idag uppdateras *Dagens ETC* en gång i veckan. Vid tiden för mitt besök på *ETC* arbetade en frilansare som webbredaktör på halvtid för att uppdatera tidningen. Nättidningen ses av chefredaktören som *"en nödvändighet, den stora möjligheten att nå ut till läsare, därför att fler läsare kan nås via nättidningen än via papperstidningen"*.

Föräldrar & barn

Utgivningen av *Föräldrar & barn*, som *ETC* är delägare i, startade för ungefär tio år sedan. Tidningens upplaga idag är cirka 40 000 exemplar. Verksamheten finansieras med prenumeration och lösnummerförsäljning. Tidningens inriktning är att skriva om graviditet, små barn och deras föräldrar. Den för närvarande helt kvinnliga redaktionen består av tre fastanställda journalister, en vikarie och en projektanställd webbredaktör. Redaktionen håller öppet på vanlig kontorstid i en lokal i närheten av *ETC*:s huvudkontor. Det journalistiska arbetet kan dock ske även utanför denna tid eftersom reporterna gör reportage och intervjuer på kvällar och helger. Det är omöjligt att säga hur mycket tid olika personer lägger ner på olika saker därför att *"allt går i vartannat"*. Redaktionen planerar vad olika nummer av tidningen ska innehålla, sedan diskuterar redaktören artikelns upplägg med respektive reporter. Reportern gör research och intervjuer och arbetet diskuteras fortlöpande. Färdigt manus lämnas till redaktören, som redigerar texten i samråd med reportern, och ser till att det tas fotografier om detta inte gjorts i samband med reportaget. Därefter skickas text i form av en fil till layoutaren, som arbetar på *ETC Produktion AB*. Layoutaren gör ett förslag på layout och mejlar det som en pdf-fil till redaktören, som sedan återkommer och diskuterar eventuella förändringar. Därefter skickas layouten med text och bild till en frilansande korrekturläsare och allt görs klart för tryck. Tidningen samarbetar med *ETC Produktion AB* på flera olika sätt. *ETC Produktion AB* gör layout, *Föräldrar & barn* abonnerar på *ETC*:s databas, administration och ekonomi sköts av *ETC*. *ETC Bild AB* ansvarar för fotograferingar och för bildarkiv.

Tidningen anlitar frilansare till de reportage som de anställda journalisterna inte hinner, eller inte kan göra själva. Det kan t ex vara reportage från andra delar av landet eller om intressanta personligheter. Redaktionen samarbetar ofta med en grupp "fasta" frilansare som återkommande gör reportage för tidningen. En fast frilansare gör exempelvis konsumentartiklar. Vilka artiklar som skall göras bestäms av chefredaktören och redaktören. Redaktionen håller måndagsmöten där man går igenom veckans arbete, tar upp aktuella problem eller frågor. Efter att varje nytt nummer av tidningen kommit ut hålls ett möte där det diskuteras vad som blev bra och vad dåligt. Man håller även återkommande större planeringsmöten där redaktionen planerar kommande års teman och större förändringar av tidningen. Chefredaktör och redaktör har kontakt med frilansare och med den som gör layout. Varje reporter har en mängd kontakter med experter, olika organisationer och myndigheter i samband med research för olika reportage. Research och källkontroll görs av respektive reporter men också av chefredaktör och redaktör om det behövs.

Internet, Acrobat, Microsoft Word, Excel, och e-post används av samtliga på redaktionen sedan mitten av 1990-talet. Photoshop och Nuevo används av dem som jobbar med webben. Kompetensutveckling sker kontinuerligt vid behov. Chefredaktören lyfter fram fördelarna

med att använda Internet och digital teknik i produktionen. Som en informationskälla har Internet stor betydelse när det gäller att hitta svenska och utländska studier och experter inom tidningens bevakningsområde. Den nya tekniken har underlättat kommunikationen mellan redaktionen och layouten avsevärt. Man kan skicka texter, bilder och färdiglayoutade sidor fram och tillbaka via Internet. Det har förenklat och förkortat produktionen. Man behöver inte längre kopiera alla texter på disketter för att leverera materialet eller faxa stora mängder av papper. Dessutom har e-post och tidningens hemsida skapat möjligheter till ökad kontakt med läsarna.

Tidningen har en hemsida där ett urval av artiklar från det senaste numret läggs ut, *”det som vi tycker att vi vill bjuda på”*. Dessutom lägger man ut ett antal *”teasers”* som ska locka webbläsarna att köpa tidningen. Uppenbarligen är det den tryckta tidningen som kommer i första hand. Andra intressanta artiklar från tidigare nummer läggs ut i sin helhet i tidningens arkiv på nätet. Dessutom lägger man ut varje nummer av gratistidningen *Gravid* med samtliga artiklar. Hemsidan uppdateras löpande och detta görs av en projektanställd webbredaktör. Webben uppdateras i samband med att ett nytt nummer av tidningen kommer ut. Webbsidan ses som en förlängning av tidningen där man kan fördjupa vissa frågor och där läsarna ges möjlighet till viss interaktivitet, som att ta del av tidigare publicerade artiklar i *Föräldrar & barn*, t ex konsumenttester.

Zon

Livstilsmagasinet *Zon* startades 1999. Vid slutet av år 2000 har sammanlagt sex nummer kommit ut. Tidningen blev till genom att den nuvarande chefredaktören presenterade idén för ETC, som gillade idén och var beredd att finansiera projektet. Så småningom har tidningen vuxit till ett eget projekt, ett dotterbolag *QueerZon*, som har bildats för att man friare kan söka utomstående finansörer. *Zon* beskrivs som Nordens största queermagasin. Man gör återkommande bevakning av kultur, böcker, resor, mode och dylikt som i andra livstilsmagasin, dock ur ett queerperspektiv, och undersöker könsidentiteter, könsroller, sexualitet och relationer. Chefredaktören nämner att många uppfattar *Zon* på ett felaktigt sätt och tror att det är en gaytidning. Hon betonar att tidningens ambition är att vara gränsöverskridande och vända sig till en bred målgrupp och menar att begreppet *”queer”* är öppet och omfattar olika individer och grupper.

Chefredaktören är journalist och den enda som jobbar med projektet. De andra medarbetarna i redaktionen är en formgivare som också är redaktör, en annonssäljare, samt en praktiskt som jobbar med webbsidan, *Zon*-shopen, samt har administrativa uppgifter. För närvarande är alla medarbetare kvinnor, men tidigare har man också haft en manlig redaktör och en manlig formgivare. Till varje nummer anlitas också frilansare, en grupp som regelbundet skriver och fotograferar för tidningen. Redaktionen brukar ha formella redaktionsmöten, en till två stycken inför varje nummer. Arbetet diskuteras också med andra utanför redaktionen, *”för att få idéer och ge idéer”*.

Resurser lyfts fram som avgörande när det gäller personalstyrkan på redaktionen. Chefredaktören påpekar att *”det är svårt med ett litet projekt som ändå har en hög ambition innehållsmässigt att anställa folk. Det finns hur mycket som helst att göra, men man måste jobba väldigt självständigt, annars är det svårt att hitta arbetsuppgifter. Man hittar dem och skapar dem själv, vi har en sådan liten hierarki, här har man möjlighet att göra det man vill*

göra, testa det. Det är svårt att säga exakt att det här och det här skall göras, vi gör så mycket själva var och en för att hålla ihop våra egna grejer.”

Tiden som går åt till att förbereda artiklarna för publicering varierar. För det mesta är arbetet upplagt så att man jobbar med fler artiklar samtidigt. Notiser och kortare material kan man skriva på en halvtimme men att färdigställa en artikel kan ta en vecka. Ett personporträtt som kanske blir sex sidor i tidningen diskuterar man först på ett gemensamt möte. Hur mycket tid själva skrivandet tar är olika beroende på vem som gör det.

Datorer, Internet och e-post har varit en del av arbetet från att tidningen grundades. Alla använder ny teknik mycket konsekvent, *”det skulle vara väldigt svårt att klara sig utan den”*. All repro, all formgivning och sättet som man lämnar tidningen på - genom pdf-filer som läggs ut på en server - är beroende av ny teknik. Man skickar inte längre CD-skivor med tidningens innehåll, utan allt skickas som pdf-filer. Detta har förenklat arbetet men samtidigt har man blivit väldigt beroende av tekniken och att den fungerar. Enligt chefredaktören är man *”ganska handfallen när någonting faller nu, därför att det är så pass avancerade saker så man vet inte riktigt vad man ska göra. Det är bara att vänta in, om någonting går fel.”*

Som kommunikationsmedel spelar Internet en stor roll. E-post har förändrat redaktionellt arbete. Man kan ha 40-50 olika kommunikationer med en skribent, allt från idén till att titta på artikeln, redigeringsjobb osv. Allt går så mycket snabbare med e-post, *”därför kan man vara så få i en liten kärna och ändå göra en så pass ambitiös tidning med olika komponenter i”*. Internet är också viktig som en informationskälla i och med att man kan inhämta mycket information och idéer på nätet. Detta gäller särskilt för en tidning som *Zon* vilken jobbar mycket med internationellt material, *”Internet har blivit så självklart för journalister nu för tiden, man är så van vid det... Svårt att tänka sig något annat sätt. Man hämtar information från andra människor. Som journalist vill man dock alltid ha någonting mer, mer backup än bara nätet.”* I hur stor utsträckning de anställda på redaktionen använder Internet beror på vad det är för frågor som de är engagerade i och har specialiserat sig på.

Zon själv kan tas som ett exempel för att illustrera hur snabbt den tekniska utvecklingen inom tidningsbranschen har skett. Det första numret av *Zon* gjordes på film, på ett riktigt gammaldags sätt. Därefter lämnades ett par nummer till tryckeriet på CD-skivor. De senaste två numren skickades som pdf-filer som lagts ut på en server. Detta har medfört att produktionsprocessen har blivit enklare och snabbare. Själva produktionsansvaret ligger på redaktören/layoutaren, *”det är hon som kan alla bitarna, hur man lämnar tidningen, hon slutför form och gör layout”*. Redaktören sitter på ETC Produktion AB, där all teknik och repro finns. Man anser att det är lättare för dem som gör layout och form att sitta närmare till tekniken, med dem som jobbar med bildhanteringen och skannar in alla bilder, därför att *”det skulle vara för jobbigt att springa dit hela tiden och hålla koll”*.

Zon har en hemsida men redaktionen har hittills inte satsat mycket på den förutom att man där kan prenumerera på tidningen och beställa ett antal varor från *Zon*-shopen. Det finns planer på att försöka utveckla webbsidan och skapa ett debattforum kring queerfrågor, där läsare skulle kunna komma med synpunkter och debattbidrag.

Arbetsorganisation på de tre undersökta tidningarna

ETC, Föräldrar & barn och *Zon* som presenterades ovan är exempel på speciella nischtidningar vars utgivning i första hand inte finansieras med annonser. Organisering av det redaktionella arbetet bygger i stort sett på det traditionella sättet att organisera arbete på tidningsre-

daktioner: produktionen av det journalistiska innehållet och layout görs på olika platser. I och med att samtliga tre redaktioner är små är hierarkiska nivåer inte så markerade. De som sysslar med journalistisk verksamhet arbetar en hel del på oregelbundna arbetstider, de gör intervjuer och skriver på kvällar och helger. I många fall arbetar man parallellt med flera artiklar, vilket gör att det är svårt att exakt hålla reda på hur mycket tid som används för att färdigställa en slutprodukt. Detta belyses av citatet nedan:

”Det finns ingen typisk arbetsdag. Det finns ett 9-17 perspektiv, det är då man ringer alla samtal om man ska hålla sig inom kontorstid. Det här är ett jobb som man har med sig jämnt, diskuterar, bär med sig. Det går ihop med det privata livet också, det finns ingen klar gräns, allting smälter ihop när man har startat en sådan tidning. Man är här måndag till fredag, försöker hålla det för att ta de kontakter med människor som fortfarande har normala tider. Det blir så när man jobbar med det redaktionella, det går inte riktigt att lägga det mellan 9-17, utan då gör man det administrativa. Hålla ihop, prata med människor, lägga ut jobb, stötta andra skribenter och fotografer. Och sen har man sitt eget, och det gör man på helger och på kvällar när man skriver själv och får ro.” (chefredaktör)

Inom den svenska tidningsbranschen existerar ett monopol på distribution och försäljning av tidningar. Distributionssystemet kräver att en papperstidning kan bevisa att den har minst 10 000 läsare för att kunna säljas via Tidsam, vilket i många fall är ett villkor som nischtidningar kan ha svårt att uppnå. En överlevnadsstrategi för nischtidningar, särskilt för dem vars utgivning inte i första hand finansieras med annonsintäkter, kan vara att gå samman. Redaktionerna på *ETC*, *Föräldrar & barn* och *Zon* är alla varianter av en och samma modell: små redaktioner med få anställda journalister som är knutna till ett medieföretag som står för layout och teknisk utveckling. Redaktionerna har antingen varit små från starten eller så har personalstyrkan minskats under de senaste åren. För att producera det journalistiska materialet anlitar redaktionerna förutom egen personal frilansare, oftast en återkommande grupp journalister och fotografer. Denna organisationsmodell möjliggör att tidningsproduktionen görs med relativt små medel i och med att personalkostnaderna blir minimala. En chefredaktör beskrev produktionsmodellen på följande sätt: *”Man försöker göra så att det (arbetet med tidningsproduktion) ska funka så smidigt som möjligt, med så små resurser som möjligt och på så kort tid som möjligt”*.

Det krävs ytterligare fallstudier för att undersöka huruvida den ovannämnda modellen är en del av en utvecklingstrend även på andra redaktioner. Detta antyds dock av en chefredaktör, som påpekar att, *”De flesta redaktioner börjar alltmer se ut som vår, det finns en liten kärna och sen finns det folk omkring som man jobbar med. Det beror på rationaliseringar också, det är det enda sättet att hålla en tidning igång, det är så kostsamt. Särskilt om man jobbar med en tidning som inte är gjord för att tilltala annonsmarknaden i första hand utan som börjar med en grundidé, som är ganska okommersiell. Det ställer ännu högre krav på att man försöker minimera de kostnader som finns för att trycka en sådan tidning och för att distribuera den. Tack vare ny teknik kan man vara i kommunikation med människor oavsett var man befinner sig. Rörligheten är bra, den skapar en viktig förutsättning för att kunna göra en sådan tidning.”*

Samtliga chefredaktörer ser tidningarnas webbsidor som ett sätt att nå kontakt med läsare samt att utveckla den. Trots att företaget ETC befinner sig i frontlinjen när det gäller produktion av webbsidor, har man på två av de tre tidningarna fram tills nyligen inte satsat speciellt mycket på att utveckla tidningarnas webbsidor och nätvarianter av papperstidningar. Dagens

ETC är möjligen ett undantag i det avseendet, men även den bygger på ett urval av artiklar från papperstidningen.

Webbredaktörer som på de undersökta tidningarna ansvarar för hemsidornas utformning och innehåll har journalistisk utbildning. De har varierande uppdragsförhållanden: en är frilansare, en projektanställd och en praktikant. En av dem var måttligt entusiastisk för den digitala tekniken och sade sig föredra klassisk journalistisk redaktionell verksamhet. En möjlig anledning till detta är att arbetsuppgifterna för denne webbredaktör har blivit mer lika insändarredaktörens än journalistens. För närvarande är webbredaktörens arbetsuppgifter främst att sammanställa insändare från läsarna, uppdatera webbsidan, lägga ut bilder på webbsidan och göra i ordning allt material med hjälp av webbpubliceringsverktyget Nuevo. Det finns förhållandevis litet utrymme för eget journalistiskt skrivande, förutom möjligen att skriva kortare notiser. Ett problem i arbetet för närvarande, som en webbredaktör anmärkte på, har att göra med datorernas otillräckliga kapacitet. Arbetet med att förfärdiga webbsidan avbryts oregelbundet av perioder då webbredaktören är tvungen att vänta på att en bild eller en text skall läsas in, vilket skapar tidsförlust och viss irritation.

Tidningsutgivningen görs i projektform och pågår så länge det är ekonomiskt möjligt att bedriva verksamheten. Man är medveten om att, som en chefredaktör sa, *”Hade vi varit en del av ett stort tidningsföretag så hade vi haft bättre villkor, men vi hade inte haft samma frihet att välja och skriva vad vi gillar att skriva”*. Arbetet med tidningen förutsätter ett stort personligt engagemang och möjlighet och vilja att arbeta på oregelbundna tider och under osäkra anställningsförhållanden. På min fråga *”Vad gör du om fem år?”* svarade en chefredaktör följande: *”Om jag inte jobbat ihjäl mig då så jobbar jag på något vis med de här frågorna men om det är i tidning eller om jag kanske har hunnit skriva en bok kring vad jag gör ... det är osäkert, det förändras ju hela tiden nu. Den här tidningen kanske bara är en nätprodukt då eller en TV-station eller ett radioprogram eller en tidning fortfarande. Det vet jag inte.”*

Journalistklubben vid ETC

Vid mitt besök visste inte alla på ETC att det fanns en Journalistklubb på företaget. Journalistklubben grundades våren år 2000, mest på initiativ av journalister som jobbade på dåvarande redaktionen för tidningen *ETC* och som avskedades sommaren samma år. Något fackligt arbete bland journalister har inte förekommit tidigare. Nu finns det också en Grafikerklubb, där de flesta layoutarna och de på IT-avdelningen har anslutit sig. Enligt uppgift från en intervjuperson har det tagit lång tid att komma igång med det fackliga arbetet. De två fackklubbarna försöker samarbeta och har bildat ett Medbestämmanderåd, som håller möten varannan vecka och träffar ledningen varannan vecka. På gemensamma möten informerar ledningen om kommande förändringar och Medbestämmanderådet tar upp sina synpunkter. Man har upprättat en förteckning över frågor som man försöker driva. För närvarande håller man på att diskutera med företaget om svårigheter med att redovisa semester och övertid på lönebeskedet, därför att det inte fungerar på ett tillfredställande sätt. Från ledningens sida tycker man dock att det inte är svårt att redovisa arbetstid i ett tidsrapporteringssystem via intranät och att problemet snarare ligger i att många inte fyller i sina rapporter i tid. Hittills har Journalistklubben inte engagerat sig i att driva specifika frågor som gäller journalister. Anledningen är möjligtvis det låga antalet journalister i företaget. Journalistklubben deltog i förhandlingar i samband med att tre journalister fick sluta sommaren år 2000. Den information som de anställda fick om motivet för uppsägningarna var att tidningen inte hade

uppnått sina mål när det gäller prenumeration o s v, samt att ekonomin var ganska svag. ”Så fick man en dag veta att styrelsen fattade beslut att dra ner på personalen. Det var den enda lösningen som ledningen presenterade för de anställda, det är oklart vad som diskuterades i förhandlingarna... Det är i personalen som de stora kostnaderna ligger. Tre heltidsanställda kostar ju en massa pengar. Man måste få fler prenumeranter och fler lösnummer för att få det gå ihop om man inte finansierar tidningen med annonser”, förklarar en intervjuperson.

Sammanfattande diskussion

Under de senaste åren har man analyserat tendenser i förändringar av journalistyrket i samband med framväxten av nya medier, ny digital teknik och Internet. De flesta studierna har dragit generella slutsatser om yrkets framtida utveckling efter att ha studerat förändringar enbart inom nyhetsjournalistiken. En översikt över utvecklingen av Internetsatsningar vid ett antal tidningsredaktioner som presenterats i denna rapport tyder på att införandet av ny digital teknik och Internet har organiserats och utvecklats olika på olika redaktioner samt att redaktionernas resurser och personalens intresse för den nya tekniken har varit av stor betydelse. Rapporten har valt att belysa hur medieföretaget ETC, som sysslar med samhällsinformation, reportage och ”issues” och inte med nyheter i traditionell mening, har förändrats över tid. Från att ha startat som en tidningsredaktion på 1970-talet har ETC fram till år 2000 expanderat till ett medie- och IT-företag med ett sextiotal anställda som ligger i frontlinjen vad gäller användandet av ny digital teknik inom media- och tidningsproduktion.

Rapporten har redogjort för hur verksamheten på ETC Produktion AB utvidgats till att omfatta ett flertal produktionsområden. ETC Produktion AB grundades vid mitten av 1980-talet för att utföra olika typer av uppdrag inom mediaproduktion, exempelvis göra layout och marknadsföring åt andra tidningsredaktioner och kunder, erbjuda utbildning samt utveckla text- och bildarkiv. Företagets expansion var delvis ett sätt att komma ur ekonomiska svårigheter samt skaffa resurser för att kunna fortsätta med utgivning av tidningen *ETC*. Denna inriktning utvidgades på 1990-talet och förstärktes i samband med övergången till nya medier, digital produktion och publicering på Internet i och med att det funnits goda förutsättningar för organisationsförändring på företaget.

Arbetsorganisationen på ETC Produktion kännetecknas av att de flesta anställda arbetar parallellt med flera olika projekt. För att samordna arbetsuppgifterna görs en vecko- och månadsplanering av arbetet. Många anställda har långa arbetstider, vilket är vanligt inom tidnings- och nya mediebranschen. Ett problem som uppmärksammas i samband med att personalen växlar mellan olika projekt är svårigheten att exakt redovisa sin arbetstid.

Dessutom har rapporten fokuserat på betydelsen av ny digital teknik och Internet samt journalisternas arbets- och anställningsvillkor på tre tidningar som görs på företaget. Samtliga tre redaktioner visade sig vara varianter av en organisationsmodell som bygger på små redaktioner med få anställda journalister där en del av produktionen av det journalistiska innehållet lagts ut på frilansare. Denna modell gör det möjligt att syssla med tidningsproduktion med relativt små medel. Personalkostnaderna blir minimala och tack vare ny digital teknik minskar även produktionskostnaderna. Rapporten lyfter fram att en överlevnadsstrategi för speciella nischtidningar, vars utgivning inte finansieras med annonsintäkter i någon större utsträckning, kan vara att gå samman om basresurser och teknik och på så sätt försöka motverka de rådande

kostnadshindren för produktion och den monopolliknande situationen för distribution av tidningar.

Samtliga chefredaktörer ser tidningarnas webbsidor och publicering på nätet som en möjlighet att öka kontakten med läsare. Fram tills ganska nyligen har man dock på de undersökta tidningarna inte satsat speciellt mycket på att utveckla sina hemsidor. Undantaget är *Dagens ETC* som lägger ut ett urval av artiklar på nätet samt erbjuder sina läsare möjligheten till interaktivitet. En möjlig förklaring till detta är att tidningarnas redaktioner, liksom många dagstidningsredaktioner, ser den tryckta tidningen som kärnan och nätutgåvan mest som en förlängning, dock viktig för att kunna nå och förbättra kontakten med sina läsare. Man väljer att lägga ut utvalda delar av artiklar för att på detta sätt locka sina läsare att köpa den tryckta tidningen eftersom prenumeration och lösnummerförsäljning är av stor betydelse för verksamhetens fortsatta existens.

Flera intervjupersoner har lyft fram att en av de viktigaste fördelarna med ny digital teknik och Internet är att de sparar tid. Arbetsprocessen har blivit kortare och kommunikationen samt samarbetet mellan personer ansvariga för produktionens olika delmoment enklare. Framtida studier bör undersöka vad detta tidsöverskott används till samt i vilken utsträckning utvecklingen leder till att färre personer får arbeta med fler uppgifter. Intervjupersonerna är överens om att dagens journalister förväntas kunna använda den digitala tekniken i sitt arbete. I praktiken överlåter man dock fortfarande den tekniska utvecklingen till teknikkunniga personer.

Nya medier, digital teknik och Internet har medfört en rad förändringar för journalistyrket när det gäller sättet att söka, producera samt distribuera information. Digitaliseringen av tidningsproduktionen och framväxten av publicering på Internet har också inneburit en utvidgning av arbetsmarknaden för journalister. Denna rapport har dock lyft fram att förändringens omfattning och dess konsekvenser varierar från organisation till organisation samt är beroende av organisationernas resurser och befintliga förutsättningar för förnyelse.

Rapporten har belyst hur den förre tidningsredaktion, som startades kring utgivningen av bild- och reportagetidningen *ETC*, utvecklats till ett medie- och IT-företag som erbjuder tjänster inom bland annat tidningsproduktion, fotografi, layout, reklam, intranät och utbildning. Företaget har också satsat på att utveckla webbpubliceringsverktyget Nuevo, som är utformat för att underlätta och decentralisera redaktionellt arbete för webbplatser. Dessutom har man initierat uppbyggnaden av Internetportalen Radikala.com, som utvecklats till Sveriges största nätplats för radikala frågor. Digitaliseringen av en stor del av produktionen har underlättat kommunikationen mellan de olika enheterna inom företaget samt gjort produktionen snabbare och mindre kostsam. Detta gäller även tidningsproduktionen på de tre tidningar som produceras på företaget, som görs enligt en modell som grundar sig på små redaktioner med få anställda journalister. Det finns tecken som tyder på att denna modell börjar bli vanlig inom övrig journalistisk produktion, särskilt på tidningar vars verksamhet är okommersiell och inte finansieras med annonsintäkter. För att minska personalkostnaderna, som för närvarande utgör en stor ekonomisk belastning, anställer dessa tidningar få journalister och lägger ut en stor del av produktionen av det journalistiska innehållet på frilansare. Som exempel från tidningen *ETC* visar har antalet journalister anställda på redaktionen minskat i samband med tidningens ekonomiska svårigheter. En sådan utveckling kan för frilansande journalister innebära en förbättring i form av att det skapas allt fler frilansuppdrag, men samtidigt också en försämring i och med att antalet fastanställningar minskar och arbetsförhållandena blir alltmer osäkra. Det krävs fler studier av medie- och tidningsföretag för att undersöka hur olika delar av journalistyrket påverkas av sådana förändringstendenser.

Sammanfattning

Magdalenic, Sanja (2001) Journalistik och Internet i ett medieföretag. En explorativ fallstudie av omvandlingar inom ETC Produktion AB.

Med utgångspunkt i en fallstudie av medieföretaget ETC belyser denna rapport hur en tidningsredaktion har förändrats över tid, i synnerhet vad som ändrats i samband med införandet av digital teknik och Internet samt vad detta har haft för inverkan på journalistiskt arbete inom företaget. Avsikten är att bidra med ny kunskap till forskning både om förändringar inom journalistik som profession och om tekniska förändringar i medieorganisationer. Underlaget består av litteraturöversikter, deltagande observationer, intervjuer, företagets presentationsmaterial och tillgänglig statistik. Rapporten inleds med en översikt över forskningen kring omvandlingar i journalistyrket i samband med införandet av digital teknik och Internet; denna har hittills främst fokuserat på nyhetsjournalistik. Rapporten lyfter fram att förändringens omfattning kan variera inom olika delar av journalistyrket och på olika arbetsplatser. Fokus sätts därefter på medieföretaget ETC som inte är ett nyhetsföretag i traditionell mening. Den tidningsredaktion, som grundades på 1970-talet med utgivningen av bild- och reportagetidningen *ETC*, har utvecklats till ett IT-företag som erbjuder en rad tjänster inom bland annat tidningsproduktion, utbildning, reklam och multimedia. Dessutom undersöks tidningsproduktion och betydelsen av digital teknik och Internet för journalisternas villkor på tre tidningar som görs på företaget: *ETC*, *Föräldrar & barn* och *Zon*. Samtliga tre tidningsredaktioner är varianter av en organisationsmodell som bygger på små redaktioner med få anställda journalister som är knutna till ett medieföretag som står för layout och teknisk utveckling. Denna modell möjliggör att tidningsproduktionen görs med relativt små medel och att personalkostnader blir minimala eftersom en del av produktionen av det journalistiska innehållet läggs ut på frilansare. En sådan utveckling kan för frilansande journalister innebära en förbättring i form att det skapas allt fler frilansuppdrag, men samtidigt också en försämring i och med att antalet fastanställningar minskar och arbetsförhållandena blir alltmer osäkra.

Summary

Magdalenic, Sanja (2001) Journalism and the Internet in a Media Company. An Explorative Case Study of Changes in ETC Produktion AB.

Based on a case study of the media company ETC, this report illuminates the ways in which a media company has changed over time, in particular what has changed with the introduction of digital technology and the Internet and how this has influenced the work of the journalists in the company. The aim is to bring new knowledge to research both on the changes in the journalist profession and on the technical changes in media companies. The analysis is based on literature reviews, participant observation, interviews, the company's presentation material and available statistics. The report begins with an overview of research on changes in journalism in relation to the introduction of digital technology and the Internet. So far, previous research has focused on newspaper journalism. This report points out that changes may vary in different parts of the profession and across worksites. Focus is then placed on the media company ETC, which is not traditional newspaper organization. The editorial team, which was founded in the 1970s to publish the picture and feature magazine *ETC*, has expanded into an IT-company that offers a number of services concerning, for example, journalistic production, education, advertising and multimedia. The report also examines journalistic production and the significance of digital technology and the Internet for journalists' working conditions in three magazines that are produced by the company: *ETC*, *Föräldrar & barn* and *Zon*. All of the three editorial teams are variations of an organizational model that is based on small teams with few permanently employed journalists that are connected to a media company, which is responsible for layout and technological development. This model makes it possible to produce magazines with little funding and minimal labour expenses since part of the journalistic production is delegated to freelancers. Such development for freelancers may involve a change for the better, in terms of more freelance work becoming available, but also a deterioration in job security and a reduction in the number of permanent positions.

Referenser

- Abbott, Andrew (1988) *The System of Professions. An Essay on the Division of Expert Labor*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Ahrne, Göran & Åke Sandberg (2000) "New Management, ICT and the New Working Life". Scientific report from a workshop held in Malmö 1999. http://www.niwl.se/wl2000/workshops/workshop62/report_en.asp
- Bengtsson, Lars-Gunnar (1999) *Media möter Internet: Halvtidsläget*. Malmö: Södra Journalistföreningen.
- Blohm, Lisa & Lotta Holmström (1996) *Svenska dagstidningar på Internet*. B-uppsats. Stockholm: Institutionen för Journalistik, Medier och Kommunikation.
- Braczyk, Hans-Joachim; Fuchs, Gerhard & Hans-Georg Wolf (red)(1999) *Multimedia and Regional Economic Restructuring*. London: Routledge.
- Bäcklund, Ann-Katrin & Åke Sandberg (2000) "New Media Industry Development: Regions, Networks and Hierarchies". Scientific report from a workshop held in Stockholm 1999. http://www.niwl.se/wl2000/workshops/workshop63/report_en.asp
- Colamosca, Anne (1999) "Pay for Journalists is Going Up". *Columbia Journalism Review*. July/August.
- Ehn, Pelle (1988) *Work-oriented Design of Computer Artifacts*. Stockholm: Arbetslivscentrum.
- Ehrenberg, Johan (2000) "Tidningen ETC läggs ner". *Göteborgs-Posten*. 2000-07-09.
- Ekström, Mats & Ulf Busqvist (2001) *Nyheter på nätet. Organisering, arbetsformer och teknik*. Örebro: Örebro universitet.
- Eliasson, Per Olof (1996) "Dagens ETC först". *Göteborgs-Posten*. 1996-05-09.
- Eriksen, Lars Bo & Pål Sorgaard (1996) "Organisational Implementation of WWW in Scandinavian Newspapers: Tradition Based Approaches Dominate". <http://internet.adb.gu.se/publications/2/>
- ETC (2000) *Visst kan vi förändra världen*. Inbjudan till förvärv att aktier i ETC Produktion AB (publ).
- ETC-akademien (1999) *Kurser 1999*. Malmö: Skogs Grafiska.
- Fagerström, Pär m fl. (1995) *Det drivhus där idéer gror? Om arbetsorganisation i medieföretag*. Stockholm: Tidens förlag/Svenska Journalistförbundet.
- Grippsholmsprojektet (1999) <http://www.sjf.se/webbprojekt/slutsats>
- Hedman, Lowe (red.)(1998) *Pressen på Internet*. Uppsala: Institutionen för informationsvetenskap. Medier och kommunikation. Uppsala universitet..
- Heinonen, Ari (1999) *Journalism in the Age of the Net*. Tampere: University of Tampere.
- Jaensson, Håkan & Anders Paulrud (1994) "Vi var med redan på blytiden". *Aftonbladet*.
- Kronmarker, Marie & Kurt Nurmi (red)(1997) *Innan journalistiken dör*. Kalmar: Fojo.
- Lindskog, Thorbjörn (red)(1998) *Internet som den förlängda tidningen*. Stockholm: Tidningsutgivarna.
- Lindskog, Thorbjörn (1999) "Snårskog av titlar på nätet". *Pressens Tidning* nr 7/99. <http://www.tu.se/pressenstidning/elpub/titlar.html>
- Lopata Helena Z.(ed)(1998) *Current Research on Occupations and Professions. Jobs in Context: Circles and Settings*. Vol.10. Greenwich: JAI Press Inc.
- Löfgren Nilsson, Monica (1999) *På Bladet, Kuriren & Allehanda: om ideal och organiseringsprinciper i den redaktionella vardagen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Magdalenic, Sanja (1996) *From Librarian to Information Professional? A historical- Sociological Study of Librarians in Sweden*. Stockholm International Studies 96:1. Stockholm: Stockholm University.
- Montalvo, Charlotte & Anders Sahlstrand (1996) *Elektronisk publicering och arkivering på svenska tidningsföretag - EPAT*. Arbetstexter 1996:1. Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation. Stockholms universitet.
- Nordström, Jens B. (2000) "ETC sparkar samtliga reportrar". *Svenska Dagbladet*. 2000-07-07.
- Ransome, Paul (1999) *Sociology and the Future of Work*. Ashgate: Aldershot.

- Sandberg, Åke (1992) *Technological Change and Co-determination in Sweden*. Philadelphia: Temple University Press.
- Sandberg, Åke (red)(1997) *Ledning för alla? Om perspektivbrytningar i företagsledning*. Stockholm: SNS förlag.
- Sandberg, Åke (1998) *Nya medier: rapporten om multimedie- och Internetföretagen i Sverige*. Solna: Arbetslivsinstitutet.
- Sandberg, Åke (2000) "New Media Companies: Work, Organization and Employee Relations". Scientific report from a workshop held in Stockholm 1999. <http://www.niwl.se/wl2000/workshops/workshop60/default.asp>
- Weibull, Lennart (red)(1991) *Svenska journalister. Ett grupporträtt*. Stockholm: Tidens förlag.
- Weibull, Lennart (1991a) "Den svenska journalistkåren". I: Weibull, Lennart (red) *Svenska journalister. Ett grupporträtt*. Stockholm: Tidens förlag.
- Weibull, Lennart (1991b) "Journalister som social grupp". I: Weibull, Lennart (red) *Svenska journalister. Ett grupporträtt*. Stockholm: Tidens förlag.

Elektroniska källor

(med reservation för att adresser & innehållet har ändrats)

www.etc.se

www.foraldrarochbarn.se

www.nuevo.etc.se

www.radikala.com

www.aftonbladet.se

www.gp.se

www.hd.se

www.nerikes.se

www.stoline.se

MITIOR

Medier, IT och innovation
i organisation och arbete

MITIOR-projektets publikationer

MITIOR böcker, rapporter och artiklar

Bäcklund Ann-Katrin och Sandberg Åke (2002) *New Media Industry Development: Regions, Networks and Hierarchies – Some Policy Implications*. In: *Regional Studies*, Vol. 36, No 1 (under publication)

Sandberg Åke (red) (2002) *Ledning för Alla? Perspektivbrytningar i företagsledning*. 4:e omarbetade upplagan. Stockholm: SNS förlag (under produktion).

Sandberg, Åke (2002) *New forms of management – New democratic participation?* In: *Essays in Honour of Litsa Nicolaou*. Athens: University of Piraeus (under publication)

Magdalenic Sanja (2001) *Journalistik och Internet i ett medieföretag*. En explorativ fallstudie av omvandlingar inom ETC Produktion AB. Arbetslivsrapport. Stockholm: Arbetslivsinstitutet.

Sandberg Åke och Augustsson Fredrik (2001) *Interactive Media in Sweden 2001. The 2nd Swedish Internet and Multimedia Industry Survey*, Arbetslivsrapport. Stockholm: Arbetslivsinstitutet.

Ekström Mats och Buskqvist Ulf (2001): *Nyheter på nätet. Organisering, arbetsformer och teknik*. Örebro och Stockholm: Örebro Universitet och MITIOR, Arbetslivsinstitutet.

Von Otter Casten och Sandberg Åke (2001) *Call Centre Jobs and Regions in the New Economy*. Editorial Introduction. Special Issue of *Economic and Industrial Democracy*. Vol. 22. No 1, feb. 2001. pp 5-11.

Sandberg Åke et al (2001) *Medier, IT och innovation i organisation och arbete*. Underlag för ett forskningsprogram. Stockholm: MITIOR, Arbetslivsinstitutet.

Sandberg Åke et al (2001) *Media, IT and innovation in organisation and work*. Stockholm: MITIOR, Arbetslivsinstitutet.

Augustsson Fredrik (2000) *Vi eller dom, här eller där?*. In: *Samtida Gränser – Framtida Gränser*. Stockholm: SCORE.

Skiöld Lena (red) (2000) *A look into modern working life*. Sammanfattningar av bland annat tre workshops arrangerade av MITIOR. Stockholm: Arbetslivsinstitutet

Forskarnas rapporter från tre workshops om interaktiva medier, management och arbetsliv:
New Management, ICT and the New Working Life. Work Life 2000 workshop.
New media industry development: regions, networks and hierarchies. Work Life 2000 workshop.
New Media Companies: Work, Organisation and Employee Relations. Work Life 2000 workshop.

Ehn Pelle och Sandberg Åke (1999) *Nya medier, arbete, design och lärande*. Internationell forskarkonferens. Stockholm: Malmö Högskola och Arbetslivsinstitutet.

Sandberg Åke (1999) *The Multimedia Industry in Sweden and the Emerging Stockholm Cluster*. In: Fuchs G, Braczyk HJ, Wolf HG, (eds.) *Multimedia and Regional Economic Restructuring*. London: Routledge.

Sandberg Åke (1998) *New Media in Sweden. The Swedish New Media Internet Industry Survey*. Arbetslivsrapport 1998:37. Solna: Arbetslivsinstitutet.

Sandberg Åke (1998) *Nya Medier. Rapporten om multimedia- och Internetföretagen i Sverige*. Solna: Arbetslivsinstitutet.

Sandberg Åke (1998) Good work and productivity. Editorial introduction. Special issue of *Economic and Industrial Democracy*. Vol 19. No 1, pp. 5-16.

MITIOR Arbetspapper

Augustsson Fredrik (2000) Division of Labour within and between firms. För presentation på Critical Management Studies Conference, Manchester, 2001.

Augustsson Fredrik (2000) The Organisation of Work in New Industries: The case of the Swedish Interactive Media Industry. Stockholm: MITIOR, Arbetslivsinstitutet.

Persson Marie & Sandberg Åke (1999) *Nya medier, interaktiv design, organisations- och företagsutveckling. Förslag till forskning och utveckling utifrån en studieresa till "Silicon Alley", New York*. Stockholm: WM-Data Education & MITIOR, Arbetslivsinstitutet.

Sandberg Åke (1999) *Newspapers in Media Companies – Strategy and Innovation for Profit. Rapport från studieresa till USA med Tidningsutgivarna (TU)*. Stockholm: MITIOR, Arbetslivsinstitutet.

Sandberg Åke & Leisink Peter (1998) Participation in network organizations. Paper presented within RC 10 of the ISA World congress, Montreal, Canada, July.

Uppdaterad Dec. 2001