

Vad blir en nyhet?

Innan ni sätter i gång med processen att skapa reportage, personporträtt eller debattartiklar till Unga journalistpriset 2022 är det en bra idé att bekanta sig med nyheter i er lokaltidning. Men vad är det som gör att något blir en nyhet? Och vad är medielogik? Det ska eleverna få ta reda på i den här uppgiften.

Hur kommer det sig att rubriken ”Man bet hund” väcker större uppmärksamhet än ”Hund bet man”? Och varför får vardagliga företeelser i Sverige ofta större uppmärksamhet än omtumlande händelser långt bort? Det handlar om mediernas nyhetsvärdering – det vill säga hur medierna väljer ut händelser som blir nyheter, och vilket utrymme dessa får i nyhetsflödet.

Nyhetsvärdering

Nyhetsvärdering baserar sig på en mängd olika kriterier. Här följer några av de vanligaste:

- Närhet – händelsen inträffar geografiskt, tidsmässigt eller kulturellt nära.
- Avvikelse – händelsen är ovanlig, oväntad eller dramatisk.
- Negativ händelse – dåliga händelser har högt nyhetsvärde.
- Händelsen involverar många människor.
- Händelsen får konsekvenser för många människor.
- Händelsen kan följas under en längre tid.
- Nyhetsproducenten är ensam om nyheten.
- Händelsen involverar berömda personer eller personer med inflytande över samhället.
- Det finns bildmaterial som skildrar händelsen.

Ytterligare punkter kan läggas till listan, men en nyhet behöver inte uppfylla alla kriterier. Kriterier för nyhetsvärdering anpassas också efter den specifika nyhetsproducenten. Nyheter i public service (SVT och SR) bedöms delvis på andra grunder än kommersiella nyhetsproducenters.

Nyhetsvärdering kan göras utifrån:

NORMATIVA KRITERIER, som bygger på en uppfattning om vad publiken bör få för typ av nyheter.

KOMMERSIELLA KRITERIER, som bygger på en uppfattning om vad publiken vill ha, det vill säga vad som säljer bäst på en nyhetsmarknad.

Medielogik

I praktiken görs nyhetsbedömningar i många medier, inklusive public service, genom en kombination av de två typerna av kriterier. Ett annat viktigt begrepp för att förstå hur nyhetsmedier fungerar är medielogik. Med det menas de tekniker som används när journalistiken omvandlar händelser till nyheter.

Följande fem tekniker används ofta för att göra nyheter mer attraktiva för publiken:

- Tillspetsning – händelsen förses med en viss vinkel.
- Förenkling – händelsen förenklas och flera perspektiv uteblir.
- Konkretisering – händelsen görs tydlig för läsaren.
- Polarisering – motsättningar betonas eller förstärks.
- Intensifiering – nyheten framhäver händelsen i termer av drama och konflikter.

Både nyhetsvärdering och medielogik är användbara termer i förståelsen för varför nyheter ser ut på ett visst sätt och varför vissa händelser blir nyheter medan andra inte blir det. "Hund bet man" är inte tillräckligt avvikande från det förväntade. Det är däremot "man bet hund".

Uppgift: Analysera lokaltidningens nyhetsvärdering

Det är dags att titta i lokaltidningen och se hur de arbetar med nyhetsvärdering. Börja med att läsa upp texterna om nyhetsvärdering och medielogik för klassen, eller be eleverna göra det var och en för sig själv. Välj ut artiklar eller låter eleverna bläddra och hitta egna exempel. Övningen kan göras i tidningens digitala upplaga såväl som i pappersformat.

Be eleverna titta efter följande och besvara frågorna:

- Vad handlar nyheten om? Varför är nyheten intressant för läsarna?
- Vilka kriterier kan kopplas till nyheten? Motivera!
- Tror ni att urvalet har gjorts efter normativa eller kommersiella kriterier?
- Har någon teknik använts för att göra nyheten mer attraktiv (se rubriken "Medielogik")? Motivera även här.

Efteråt kan eleverna sammanfatta för varandra indelade i mindre grupper. Några exempel kan plockas upp till en avslutande diskussion och sammanfattning i helklass.