

# Innhold

## Kapittel 1

<b>Innledning</b> .....	13
-------------------------	----

*Gunhild Ring Olsen og Svein Brurås, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda*

## Kapittel 2

<b>Nyheter og nyhetsproduksjon</b> .....	16
--	----

*Paul Bjerke, Turid Øvrebø og Svein Brurås, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda*

Organisert nyhetsproduksjon .....	17
Nyhetens makt .....	21
Nyheter som konstruksjon .....	23
Nyhetskriterier .....	26
Portvakter .....	29
Tre perspektiver .....	31
Kvalitet i journalistikk? .....	34

## Kapittel 3

<b>Nyheter i konkurranse</b> .....	37
------------------------------------	----

*Dekonstruksjon av 558 nyheter i avis, på tv og på nett*

*Turid Øvrebø, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda*

Utvalg og metode .....	39
1. Egensaker og/eller fellessaker? .....	41
2. Hva blir nyhetsprodusert? .....	42
3. Hvor er reporteren? .....	45
4. Hva er nyhetens tema? .....	46
5. Handler nyheten om sak eller person? .....	48
6. Nyheter beveger seg i tid .....	50
7. Hvem er med i nyhetene? (1) .....	52
8. Hvem er med i nyhetene? (2) .....	54
Konklusjoner .....	55
Ulike medier – ulike nyheter .....	56
Like trekk – på tvers av medier .....	56
Sak foran person? .....	57
En nyhetsinstitusjon i endring .....	57

## Kapittel 4

<b>Metode</b> .....	59
---------------------	----

*Svein Brurås, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda*

Begrunnelse for metode .....	60
Observatørrollen. Metodekritikk .....	61
Hvem, hva, hvor? Om utvalg og gjennomføring .....	62
Observasjonsuka .....	66
Fellesnyheter i observasjonsuka .....	67

## Kapittel 5

<b>Dagbladet</b> .....	69
------------------------	----

*«Libya på topp og pupp under»*

*Gunhild Ring Olsen, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda*

Satsingen på fellessaker .....	72
Et samlingssted når det skjer noe .....	73

Jakten på en «egen vri» .....	77
De viktige – og vanskelige – signalene .....	79
Å berøre flest mulig .....	82
Salg og signal i samme sak .....	83
Egne avsløringer: En viktig avis .....	83
Å imponere kolleger .....	84
Få, men viktige saker .....	86
Gode saker – vanskelige å selge .....	87
Å selge for å overleve .....	88
Tabloid – og stolt av det .....	88
Hva når forsiden? .....	90
Variasjon og miks: «Like to know» .....	93
Bearbeiding: Å gjøre sakene gode .....	95
Bredde .....	95
Å kommunisere best mulig .....	96
Kvalitetssikring og troverdighet .....	102
Et kunstig skille mellom idealer og inntjening? .....	105

## **Kapittel 6**

<b>Aftenposten</b> .....	107
Å «ta grep» om det vesentlige <i>Svein Brurås, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda</i>	
Jakten på oppslagskandidater .....	108
Morgenmøtet .....	109
Idéutvikling .....	111
De gode spørsmålene .....	111
Hva kan komme til å skje? Hva blir fortsettelsen? .....	112
«Å ta et grep» .....	113
Innsolgte saker .....	114
Fellessakene .....	120
Den gode Aftenposten-saken .....	121
To eksempler .....	130
Brystkreftsaken .....	130
Det gode og det ikke fullt så gode intervjuet .....	132
Redaksjonsinterne forhold .....	135
Miksen. Komposisjonen .....	135
Konkurransen. «Egensaker» .....	136
Oppfølging av tidligere saker .....	138
Den skal leses av mange (Det kommersielle kriteriet) .....	138
Den skal initiere respons. Brukeraktivitet .....	139
Praktiske forhold .....	139
Journalistfaglige krav og kvalitetskriterier .....	141
En sluttbemerkning .....	142

## **Kapittel 7**

<b>TV 2-nyheitene</b> .....	144
«Den gode forteljinga» <i>Jan Ytrehorn, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda</i>	
I TV 2s nyheitsredaksjon .....	145
10-møtet .....	145
Kva er ei god TV 2-nyheit? .....	147
Nærleik: Vanlege folk sine historier .....	150
Mennesket i rapporten: Inkluderingsmeldinga .....	151

Skape nærleik til saka – finn ein case: Samhandlingsreforma .....	152
Vise konsekvensar .....	154
Når identifikasjon manglar .....	155
Vere først .....	156
For sein til togbrannen .....	157
Vere der det skjer. Live frå flommen .....	158
Vere eksklusiv .....	158
Satsing på helsesaker gir eksklusivitet .....	160
Avgrensa ressursar og sendetid, hard prioritering – og tilfeldigheter ...	161
På fjernsynets premissar .....	163
Den gode TV 2-forteljinga: Faremos song ved karpedammen .....	164
Dramaturgi og struktur .....	166
Når det ikkje fungerer og forteljargrepa fell: Slått av Dagsrevyen .....	168
Komposisjon av sendinga: Noko for alle .....	169
Ei god sak skal bli lagt merke til – kamp mellom appell og det vesentlege? .....	170

## **Kapittel 8**

<b>NRK Dagsrevyen</b> .....	171
<i>Elitene, folk flest og en kokebok</i> <i>Turid Øvrebø, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda</i>	
Nyhетene og virkeligheten .....	174
«Vi er der det skjer» ... ..	175
«De andre» tv-nyhetene .....	177
Fellesnyhetens fortellerkraft .....	179
«Nyhetsbildet» fredag den 17. juni 2011 .....	180
I verden, i Norge, på Marienlyst og i Stortinget .....	182
Kokebok, pakker og utbrett .....	187
DK-land og Verden i magasinmiks .....	190
Overlevering og en pressemeldt minister .....	192
Kildemakt og journalistmakt .....	193
Folk flest, elitene og en kokebok .....	199

## **Kapittel 9**

<b>Nettavisen</b> .....	201
<i>Tradisjonell kvalitet på moderne plattform</i> <i>Paul Bjerke, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda</i>	
Scene 1: Å fylle sider .....	204
Scene 2: Når profilen avgjør. George Soros' besøk .....	209
Scene 3: Når politikken avgjør. Inkluderingsutvalgets rapport .....	211
Scene 4: Statlig gjeldshelvete .....	213
Scene 5: Godt illustrert sak med Linni Meister .....	217
Scene 6: Nyheter som drama .....	219
Scene 7: Kabul-ambassadøren .....	220
Tradisjonell kvalitet på ny plattform .....	223

## **Kapittel 10**

<b>Kvalitet i journalistikk</b> .....	226
<i>Fellessakene som Kinderegg</i> <i>Paul Bjerke, Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda</i>	
Politisk kvalitet .....	226
Økonomisk kvalitet .....	229
Profesjonell kvalitet .....	229

Kvalitet som utvalg eller tilføring .....	230
Politisk kvalitet 1: Vesentlighet .....	233
Politisk kvalitet 2: Korrekt og solid .....	235
Økonomisk kvalitet 1: Målgrupperettet miks .....	236
Økonomisk kvalitet 2: Engasjerende .....	239
Profesjonskvalitet 1: Eksklusivitet .....	242
Profesjonskvalitet 2: Undersøkende .....	245
Kinderegget: Fellessakene .....	246
<b>Litteratur</b> .....	251