

Hotfulla nyheter

AV LARS NORD

**Att analysera redaktionella processer och
publiceringar**

Demokratiinstitutets rapportserie nr 21 · 2008

DEMOKRATIINSTITUTET är ett forskningsinstitut inriktat på medierelaterad demokratiforskning, demokratirelaterad medieforskning och den politiska kommunikationen mellan medborgare, medier och politiker.

Syftet med rapportserien **STUDIER I POLITISK KOMMUNIKATION** är att sprida aktuell teoretisk och empirisk forskning samt bidra till en kvalificerad debatt om den politiska kommunikationen och dess betydelse för demokratin och dess sätt att fungera.

Rapportserien är öppen för såväl forskare och studenter som praktiker med erfarenheter av samspelet mellan medier, politiker och medborgare. Den som har ett bidrag som hon vill få publicerat i rapportserien är välkommen att kontakta dess redaktör.

Demokratiinstitutet
851 70 Sundsvall

Forskningsledare vid Demokratiinstitutet
Redaktör rapportserien
Jesper Strömbäck
Telefon 060-14 86 17
E-post jesper.stromback@mh.se

Webbadress: www.demokratiinstitutet.com

Författare: Lars Nord
Titel: Hotfulla nyheter.
Att analysera redaktionella processer och publiceringar.
ISRN DMI-FoU-49-SE

Innehållsförteckning

	sidan
Förord	4
Inledning	5
När blir hot och risker stora nyheter?	6
Nyheter är mer än bara det nyhetsvärda	9
Nyhetsproduktionens villkor	11
Nyheterna och marknaden	14
Nyheternas relativism	17
Fler byggstenar till en teori...	19
När hot står på nyhetsagendan	22
Litteraturförteckning	25

Förord

Frågan om hur medierna rapporterar om olika samhälleliga hot och risker är på flera sätt central. De flesta inser att mediebevakningen inte är någon exakt spegling av de faktiska hot och riskerna, utan i stället är ett resultat av en medveten nyhetsvärdering där vissa händelser av medierna bedöms som mer intressanta än andra att skildra.

Varför vissa hot och risker på detta sätt beskrivs som allvarliga kriser i medierna, medan andra hot och risker (ofta av samma karaktär) inte är gör det är väl värt att fundera över. Det är också utgångspunkten för forskningsprojektet Hot på agendan som Demokratiinstitutet DEMICOM genomfört 2005-2008 med finansiering från Krisberedskapsmyndigheten KBM.

Mot den bakgrunden är det övergripande syftet med den här rapporten att initiera en nyhetsteoretisk diskussion om hur olika händelseförlopp, risker och hot utvecklas till kriser i mediernas rapportering. Rapporten diskuterar vad som kännetecknar stora nyheter och vilka faktorer som är viktiga för mediernas nyhetsvärdering och nyhetsurval. Här presenteras också ett förslag på teoriutveckling på området där aktuella förändringar av det moderna mediasystemet ges särskild uppmärksamhet. För rapportens innehåll och slutsatser svarar författaren själv.

JESPER STRÖMBÄCK

Redaktör för rapportserien

Om författaren

LARS NORD innehar Thorbjörn Fälldins professur i medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning mot politisk kommunikation vid Mittuniversitetet i Sundsvall. Han är även föreståndare för centrumbildningen Demokratiinstitutet DEMICOM vid Mittuniversitetet. Han har tidigare skrivit ett stort antal böcker, kapitel och tidskriftsartiklar om politisk kommunikation och journalistik. Författaren nås på e-post lars.nord@miun.se.

Inledning

En händelse som vid ett tillfälle betraktas som ett mycket allvarligt hot mot svenska intressen kan vid ett annat tillfälle komma att beskrivas som en närmast marginell företeelse som inte på något avgörande sätt påverkar vårt land. Vid ena tillfället fylls medierna med dramatiska och hotfulla berättelser, för att vid det andra tillfället mer eftertänksamt och lugnt beskriva händelseutvecklingen.

I samband med det första Irakkriget 1991 fylldes de svenska medierna av närmast apokalyptiska betraktelser kring den förestående händelseutvecklingen. Det upplevda omedelbara terrorhotet mot Sverige beskrevs utförligt, och i olika reportage skildrades den oro många svenskar kände inför krigsutbrottet och de konsekvenser det förmodligen skulle få för vårt land. De krigförande parternas propagandistiska retorik inte bara utnyttjades, utan också förstärktes, av medierna vars rapportering snart fylldes av prognoser som gav anledning till fruktan. Framförallt i krigets inledningsskede förekom frekvent rena undergångsstämningar, överdriven känslomässighet och påståenden som helt saknade belägg i verkligheten (Hadenius & Stúr 1992).

När det andra Irakkriget bröt ut våren 2003 ägnades begränsat utrymme i svenska medier åt svenska hotbilder. Visserligen var Sverige och FN den här gången inte officiellt anhängare till angreppet, men samtidigt hade terrordåden efter 11 september i USA och efterföljande terrorattacker i Spanien, Marocko, Bali och Ryssland visat att världen generellt kanske blivit mer osäker och hotfull. Men i svenska medier var det andra kriget väsentligt mindre hotfullt mot svenska intressen jämfört med det första. Hotet mot Sverige var ett tema som knappast förekom alls i rapporteringen i de största tidningarna och i TV-nyheterna (Nord, Shehata & Strömbäck 2003).

Exemplet från de olika krigen i Irak visar att nyheter om hot i vår omgivning kan variera på olika sätt. Hot som förefaller tämligen likartade värderas på olika sätt av medierna. De två krigen innebar liknande risker för ökade globala spänningar och upptrappat våld (Bennett & Paletz 1994; Hersh 2004). I de svenska mediernas ögon var dock den internationella krisen och hotet mot Sverige betydligt mer närvarande vid det första kriget än vid det andra. En central fråga i denna rapport är därför att initiera en nyhetsteoretisk diskussion om hur olika faktiska händelseförlopp, hot och risker uppfattas, beskrivs och eventuellt utvecklas till kriser i mediernas rapportering. Särskilt intressant är att diskutera vilka egenskaper hos hot och risker som gör att dessa har större sannolikhet att utvecklas till kriser i medierna, och varför kriterierna för när olika hot och risker uppmärksammas av medierna förefaller att variera. Den teoretiska analytiska ram som diskuteras i denna rapport ligger i stort till grund för diskussionen i de övriga rapporterna i det av Krisberedskapsmyndigheten finansierade forskningsprojektet "Hot på agendan". I detta projekt analyseras också medieinnehållet, de redaktionella rutinerna, de nya medierna och nyhetspraktikerna (Johansson 2008; Karlsson 2008; Shehata 2008; Strömbäck 2008).

För att få svar på grundläggande frågor om nyhetsförmedlingens villkor i samband med risker och hot är det nödvändigt att systematiskt analysera medieinnehållet vid dessa händelser, samt att granska hur nyhetsredaktioner arbetar när det gäller nyhetsvärderingen kring frågor som rör aktuella risker och hot. Tre problemområden som anknyter till

olika faser av den redaktionella nyhetsprocessen framstår här som särskilt centrala: För det första, hur byggs en mediedagordning om samhälleliga hot och risker upp, baserad på mediernas uppfattningar om dessa? För det andra, hur sätts en mediedagordning för samhälleliga hot och risker, baserad på mediernas rapportering om olika samhälleliga kriser? Och för det tredje, hur utvecklas denna mediedagordning för samhälleliga hot och risker i olika skeden av den redaktionella nyhetsprocessen?

I den fortsatta framställningen i denna rapport uppmärksammas frågan om vad som kännetecknar stora nyheter, och i synnerhet då i samband med medierapporteringen kring hot och risker. Därefter diskuteras begreppet nyhetsvärde och villkoren för nyhetsproduktionen analyseras. Faktorer av betydelse för de slutliga publiceringsbesluten, och samspelet mellan händelserelaterade, medierelaterade och samhällsrelaterade förklaringar blir belyst. Slutligen presenteras ett förslag till utveckling av den befintliga nyhetsvärderingsteorin i syfte att försöka ge en mer nyanserad, allsidig och aktuell bild av varför medierapporteringen kring hot och risker ser ut som den gör i dag.

När blir hot och risker stora nyheter?

I någon mån förekommer nog fortfarande den utbredda missuppfattningen att medierna alltid ger störst uppmärksamhet åt de viktigaste nyheterna, eller i vilket fall som helst borde göra det. Aktuella internationella undersökningar av den allmänna opinionen i olika länder bekräftar i alla fall detta (Shoemaker & Cohen 2006). Enligt ett sådant synsätt är till exempel TV-nyheternas dagliga huvudsändning en logisk rangordning av dagens viktigaste nyheter från början till slut, tidningens förstasida är en spegling av det senaste dygnets mest centrala händelseutveckling, och nyhetswebben är på samma sätt en självklar prioritering där de presenterade nyheterna blir allt mindre väsentliga ju längre ner vi tar oss på sidan. I den mån detta idealistiska nyhetsperspektiv fortfarande är rådande, kan det förmodligen till en del förklaras av att nyhetsredaktionerna själva har ett starkt egenintresse av att sprida bilden av att det nyhetsjournalistiska arbetet framförallt handlar om att generellt, och konsekvent, tillämpa vissa, under alla förhållanden, giltiga nyhetsvärderingsprinciper.

Det är tämligen sällan som medierna väljer att berätta för sin publik att de faktiskt gjort ett mycket aktivt och medvetet selektivt urval i det dagliga informationsflödet och att de nyheter som slutligen presenteras är något annat. Nämligen ett resultat av en komplex bedömningsprocess där nyhetsvärderingen av en händelse vägs mot andra faktorer, till exempel redaktionell planering och befintliga resurser, eller behovet av ett blandat innehåll och hänsyn till vad konkurrerande medier valt att berätta om den aktuella dagen. Nyhetsarbetet sker därför inte i en kliniskt förutsägbar laboratoriemiljö, utan i en föränderlig redaktionell miljö där nyhetsprocessen kan påverkas på många olika sätt. Dessa hänsynstaganden gäller för alla typer av nyheter, också för de inslag av hot eller risker som redaktionerna identifierar i det dagliga nyhetsflödet. Endast de mycket stora och totalt oväntade hotfulla nyheterna – som till exempel Tjernobylnkatastrofen och Palmemordet 1986 eller terrorattackerna den 11 september 2001 – kan sägas åsidosätta dessa komplexa nyhetsprocesser eftersom nyhetsvärdet då inte på något sätt är ”förhandlingsbart” (jfr Nord & Strömbäck 2002).

Vad som slutligen publiceras i medierna är därför nästan alltid resultatet av föga förutsägbara värderings- och urvalsprocesser. Nyheter är inte enbart de för stunden allra viktigaste aktuella händelserna, utan också en fråga om vad redaktionerna valt att berätta om för sin publik. Nyhetsförmedlingen innehåller förstås heller inga uppgifter om vilka nyheter som inte platsade för publicering den aktuella dagen, utan föll bort i den kontinuerliga prioriteringen. Det finns således ingen alternativ förstasida tillgänglig för läsarna, och det sker heller ingen kompletterande utsändning av de nyheter som valdes bort när etermediernas redaktioner gjorde sina slutgiltiga prioriteringar. De publicerade nyheterna får så klart all uppmärksamhet i världen, men vad som likväl hade kunnat bli sådana nyheter är mycket sällan uppenbart för oss som mediekonsumenter.

Konstruktionen av nyheter utgår därför inte uteslutande från rationella, eller logiskt konsistenta, värderingar när det gäller de hot och de risker som samhället kan möta. Nyhetsredaktionen är knappast någon god och tillförlitlig värdemätare när det gäller graden av påfrestningar för samhället som kan vara aktuella. Nyhetsförmedlingen kan inte ses som en verklighetsnära statisk spegling av aktuella hotbilder, utan snarare som en värdering av om dessa hotbilder "passar in" i den befintliga mediedramaturgens krav eller inte:

Medier rapporterar inte om risker, de förmedlar nyheter där risker ibland kan bli en nyhet och ibland inte. För att risker ska uppmärksammas som nyheter måste de kunna gå att hänföra till någon eller några etablerade nyhetskriterier. Nyheter skapas inte för att det föreligger en stor risk utan för att risken har vissa dramatiska egenskaper som kan presenteras som nyheter. (Miller & Parnell Riechert 2000: 47 f., egen övers)

Dessa omständigheter gör bland annat att de hot som kan uppfattas som nya och oväntade i allmänhet anses ha ett högre nyhetsvärde än de som är väl kända sedan tidigare. Därför blir till exempel fågelinfluensan, som inte skördat några dödsoffer i Sverige, ett väsentligt mer uppmärksammat hot än berusade bilförare på svenska vägar som dödar betydligt fler. Därför publiceras också fler artiklar i pressen om gatuväldet än om det våld i hemmen som är ett betydligt större socialt problem i det svenska samhället.

Det finns nu knappast några naturlagar när det gäller nyheter, där vissa händelser alltså blir stora nyheter medan andra aldrig blir det. Journalisterna själva må definiera nyheter som det som är "nyhetsvärt" att berätta om: nytt, avvikande från det normala, konfliktfyllt eller sensationellt. En nyhet känns igen, brukar det lakoniskt heta i den journalistiska vardagsdebatten i dessa frågor. Inte desto mindre blir en viss politikerkandal en given förstasidesnyhet, medan en annan liknande skandal på sin höjd genererar en notis på insidan. Ett spektakulärt giftlarm kan toppa varenda nyhetssändning under en hel kväll, medan en annan miljöfara av samma dignitet inte får någon reporter att reagera veckan därpå.

Frågor om vad som i grunden påverkar dessa redaktionella bedömningar och ligger till grund för de mediala beskrivningar av hot eller risker som finns i vår omgivning är på flera sätt centrala. De flesta människor får i dag sin kunskap om samhället från medierna (Bennett & Entman 2001; Nord & Strömbäck 2004). Den bild av verkligheten som förmedlas av medierna kan därför på goda grunder anses betydelsefull för människors riskuppfattningar och hotbilder. De risker och hot som lyfts

fram som särskilt allvarliga av medierna kommer rimligen att oro människor mest, medan de risker och hot som inte får samma mediala exponering inte heller oroar allmänheten på samma sätt. Det må ibland vara "fel" hot eller risker som uppmärksammas i rationell mening, men det är sannolikt just dessa hot eller risker som värderas som de mest allvarliga i den allmänna opinionen. Medierna har makten att beskriva verkligheten på sitt eget sätt, och därför är det intressant att granska vilka mekanismer som styr dessa mediala verklighetsbeskrivningar och prioriteringar.

Inom medieforskningen finns sedan länge en allmänt utbredd uppfattning om att nyheterna inte är att betrakta som spegelbilder av verkligheten utan som konstruktioner av verkligheten där inte minst betydelsen av dramaturgiska berättelser är stor (Mancini & Swanson 1996, Hvitfelt 1989 och Tuchman 1978), eller där de värderingar som är dominerande inom medieorganisationen spelar stor roll (Gitlin 1980 och Gans 1979).

Teorin om förekomsten av en särskild medielogik betonar betydelsen av nyheternas polarisering, konkretisering, personifiering, intensifiering, tillspetsning och stereotypisering (Altheide & Snow 1979; Strömbäck 2004). Nyheter blir enligt denna teori inte nyheter för att de framförallt har ett särskilt viktigt innehåll, utan eftersom de uppfyller vissa mediologiska krav. En partiledare som skiljer sig kan därför vara en större nyhet än en statsbudget som skenar. Det ena går att journalistiskt dramatisera utan problem, medan det andra är alltför abstrakt för att kunna skildras begripligt i ett rappt inslag eller en kortare artikel. När det gäller hotfulla nyheter blir enligt samma medielogik den närmast osannolika möjligheten att smittas av ett dödligt virus i en by på andra sidan jordklotet ett långt större hot än det allmänna folkhälsoproblem som det ständiga intagandet av fet och dålig mat på hemmaplan utgör.

Frågan om vad som verkligen blir nyheter är central för den nyhets sociologiska forskningen inom medievetenskapen. En grundläggande teoretisk utgångspunkt för studier av nyhetsvärdering är att nyheter och nyhetsvärdering inte är identiska begrepp (Shoemaker & Cohen 2006). Vad som publiceras är inte en given konsekvens av vad som är det viktigaste som har hänt. I stället finns det mycket goda skäl att inte betrakta nyheter som en spegelbild av vad som är nyhetsvärt utan som något helt annat, och mycket sammansatt.

Nyheter är en slutprodukt av en komplex process som börjar med en systematisk sortering och ett urval av händelser och ämnen enligt en social konstruerad kategorisering (Hall et al. 1987:53, egen övers.)

I denna komplexa process ingår såväl individer som institutioner och ingen enskild part i processen kan sägas till fullo kontrollera nyhetsprocessen. Därför blir utfallet av denna komplexa process – trots vissa systematiska förhållningssätt – också präglad av viss slumpmässighet och oförutsägbarhet. I vissas sammanhang har denna "kaotiska" nyhetslogik också framhållits som en tillgång för den journalistiska granskningen i demokratier (McNair 1998). Nyhetsproduktionen formas i mer eller mindre egenartade kombinationer av kontroll och kaos, förutsägbarhet och överraskningar samt rutiner och improvisationer. Nyhetsvärdet vägs också mot andra, mer praktiska avgöranden i varje situation: Vad är nytt just nu? Vilka liknande nyheter är redan kända? Hur passar nyheten in i dagens övriga nyhetsflöde?

Nyhetsprocessen är komplex, men också möjlig att överblicka enligt den svenske journalistikprofessorn Håkan Hvitfelt som föreslår en uppdelning av skeendet i de två partiellt överlappande processerna urval och bearbetning.

- Urval av händelser och förhållanden att presentera på nyhetsplats i press, radio, TV och på webbsidor.
- Den journalistiska och redaktionella bearbetningen av de händelser och förhållanden som väljs ut. (Hvitfelt 2003: 12 ff.)

Hvitfelt understryker också att nyheter inte väljs exklusivt på redaktionerna utan i hög grad produceras under inverkan av externa faktorer, såsom källor, ekonomi, organisation och publik. Det finns därför skäl att analysera nyhetsprocessen på ett allsidigt sätt. I synnerhet gäller det samspelet mellan journalistiska bedömningar och kommersiell logik i nyhetsarbetet. Föreställningar om nyheters förmåga att locka en publik är förmodligen en viktig del av moderna nyhetsvillkor, även om empiriska studier på området hittills är sällsynta. Det finns till exempel ett mycket ringa nyhetsvärde i att berätta om den kommande helgens TV-program, men denna nyhet pryder ändå regelmässigt svenska kvällstidningars löpsedlar i mitten av veckan eftersom det finns en förväntan om att det ska intressera läsarna och locka dem att köpa en tidning.

Nyheter är mer än bara det nyhetsvärda

Forskningen kring vilka som är de mest centrala nyhetsvärderingskriterierna är omfattande och kommer bara delvis till samma slutsatser, men kan ändå sägas i stort formulera vissa grundläggande principer. Nyhetsvärdet kan i allmänhet sägas öka om en händelse kan beskrivas som sensationell eller avvikande från det normala i något avseende, om den ligger geografiskt, tidsmässigt eller kulturellt nära, om den har en stor samhällslig betydelse, om den skildrar ett konfliktförlopp, förväntas intressera allmänheten eller om samhällseliter är inblandade i förloppet (Galtung & Ruge 1965; Östgaard 1965; Gans 1979; Shoemaker et al. 1987). Det allmänna forskningsläget kan beskrivas som gott när det gäller begreppet nyhetsvärdering. Inte mycket tyder på att de klassiska nyhetsvärderingskriterierna skulle vara helt överspelade, eller att de traditionella principerna bakom urval av nyheter inte längre skulle vara principiellt giltiga (Campbell 2004).

Mycket stora avvikelser från normaliteten och rutinarbetet får ibland vissa nyheter att karaktäriseras som exceptionella nyheter av redaktionerna, eller som "what-a-story" (Tuchman 1978). Enligt medieforskaren Dan Berkowitz kännetecknas dessa synnerligen dramatiska nyheter av tre gemensamma element: För det första av att journalisterna överraskas av händelsen och erkänner att de överraskas. För det andra av att journalisterna som en konsekvens av denna överraskning medvetet bestämmer sig för att ge denna avvikande nyhet mer uppmärksamhet än de rutinmässiga nyheterna. Och för det tredje av att journalisterna accepterar att intensifiera det egna arbetet och tänja på de redaktionella resurserna i syfte att ge den överraskande händelsen den uppmärksamhet de tycker att den förtjänar (Berkowitz 1997: 364).

En enkel formel som försöker sammanfatta vad som blir en nyhet har definierats av den svenske journalistikprofessorn Håkan Hvitfelt. Sannolikheten för att en nyhetsartikel ska produceras, presenteras och placeras på förstasidan och där bli huvudartikel ökar ju mer den behandlar:

politik, ekonomi samt brott och olyckor
och om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd
till händelser och förhållanden
som är sensationella eller överraskande,
handlar om enskilda elitpersoner
och beskrivs tillräckligt enkelt
men är viktiga och relevanta, utspelas under kort tid men som del av ett tema,
har negativa inslag och har elitpersoner som källor (Hvitfelt 2003:20)

Frågan om vilka av alla dessa nyhetsvärderingskriterier som är mest betydelsefulla och avgörande i den redaktionella bedömningen kan diskuteras, och är inte heller helt övertygande behandlad inom medieforskningen. I ett nyligen avslutat större internationellt jämförande forskningsprojekt kring nyhetsjournalistik i tio olika länder framhålls dock att det framförallt är två egenskaper hos en nyhet – vilka kan vara sinsemellan samverkande – som är särskilt avgörande för vilken uppmärksamhet medierna väljer att ge en händelse: nämligen hur starkt avvikande, och hur samhällseligt viktig denna händelse är. Om händelsen är både avvikande och socialt avgörande är nyhetsvärdet som allra störst (Shoemaker & Cohen 2006: 7 ff.).

Det kan förefalla som om medieforskningen ändå är tämligen samstämmig kring vilka kriterier som formar nyhetsvärdet. Samtidigt finns en viss kritik av existerande nyhetsvärderingsteorier som följer flera olika spår. En första invändning är att det inte existerar något universellt nyhetsvärde. I ett globalt perspektiv är nyhetsvärdering också kulturellt betingad eller avhängig divergerande journalistiska värderingar (Weaver 1998). För det andra är nyhetsvärdering inte alltid ett enhetligt begrepp. Nyhetsvärde formas i en kontext och beror till exempel på vad som händer i övrigt, inte minst gäller det kostnaderna för att producera alternativa nyheter (McManus 1994). För det tredje är nyhetsvärdering inte alltid allmänt accepterad på den enskilda redaktionen. Uppfattningarna kan skilja sig åt mellan olika individer eller mellan olika avdelningar. Det blir då viktigt hur stort inflytandet är för olika aktörer inom organisationen (McNair 1998). Slutligen, är det inte alltid så att nyhetsvärdering är möjlig att realisera. Det finns situationer då det önskvärda materialet inte är tillgängligt av praktiska skäl och då måste den önskvärda nyheten stå tillbaka för andra händelser (Campbell 2004).

Invändningarna kan alla ses som en bekräftelse av att de klassiska teorierna inte ger alla svar på vad som blir nyheter i dag. Det finns skäl att vid sidan av en händelses egenskaper i form av till exempel avvikelse och närhet, också beakta enskilda mediers arbetssätt och position i det existerande mediasystemet (Hallin & Mancini 2004). Dessa faktorer kan leda till att en nyhet som uppfyller alla klassiska nyhetsvärderingskriterier ändå inte blir en stor nyhet, till exempel för att den kräver redaktionell bearbetning som det inte finns resurser till, eller för att den till slut inte uppfattas som attraktiv i kampen om publikens intresse. Ett exempel är att när medierna befinner sig i en allt mer utsatt konkurrens från andra medier om publikens uppmärksamhet dygnet runt, så leder det sannolikt till ett

särskilt förhållningssätt till nyhetsarbetet (Seib 2001). Det kan antingen ske genom att nyheter "sparas" till ett lämpligt publiceringstillfälle, eller till att mer eller mindre bearbetade nyheter "släpps fram" för att visa att redaktionen också har nyheter om det som andra medier lyfter fram för tillfället.

Vad händer med nyheter när de en gång värderats av en redaktion? Vad är det som gör att vissa nyheter slutligen finns att välja på när det är dags att komponera en förstasida eller en nyhetssändning? Finns det inte skäl att beakta de rutiner och de avvägningar som görs i övriga faser av det redaktionella nyhetsarbetet? Varför blir inte allt nyhetsvärt publicerade nyheter? Trots 24 timmars nyhetsförmedling och ett obegränsat utrymme på Internet redovisar inte redaktionerna allt som sker.

Frågorna om nyhetsbedömningar är inte alltid enkla att analytiskt hantera. Det finns därför goda skäl att se på nyheter (publicerade nyheter/nyhetsurval) och nyhetsvärde som två olika teoretiska begrepp som snarast utgör två sidor av samma mynt. Nyhetsvärdet är ett kognitivt begrepp, som bedöms i olika situationer av olika personer i nyhetsorganisationen. Nyheter ska snarare ses som ett redaktionellt produktionsresultat, influerat av en av olika faktorer på olika nivåer (Shoemaker & Cohen 2006: 335; jfr. Shoemaker & Reese 1996; McNair 1998). Utgångspunkten i denna studie att nyheter och nyhetsvärde är två olika begrepp får stöd i de tidigare refererade undersökningarna som genomförts i tio olika länder. Av dessa undersökningar framgår att mediepubliken vill ha, och förväntar sig, nyheter som är avvikande och/eller socialt viktiga, men att de inte tycker att medierna publicerar nyheter med sådana egenskaper i tillräcklig omfattning (ibid. 337).

Därav följer att medierna inte fungerar särskilt bra vare sig med avseende på den sociala ansvarsteorin, om att producera viktiga nyheter, eller i enlighet med marknadsteorin om att producera de nyheter människor vill ha. Alltså är inte heller det som befanns vara nyhetsvärt något som automatiskt kan sägas vara nyheter. Det är snarare en rad olika samverkande faktorer som påverkar det slutliga nyhetsinnehållet (Shoemaker & Reese 1996). Vid sidan av traditionella faktorer kring betydelsen av förenkling, identifikation och sensation kan också frågor kring redaktionella kostnader, källornas professionalism och nyhetens exklusivitet vara av vikt för vilka nyheter som redaktionen väljer att prioritera (Sand & Helland 2004; Schultz 2005; Shoemaker & Cohen 2006). Det finns därför skäl att närmare analysera nyheternas produktionsvillkor.

Nyhetsproduktionens villkor

De första systematiska studierna av hur nyheter kommer till i en redaktionell miljö är från 1950-talet och har ett tydlig funktionalistiskt perspektiv där utgångspunkterna är hur nyheter väljs av enskilda redaktörer eller formas av det rådande kollektiva normsystemet (White 1950; Breed 1955). White använde sociologen Kurt Lewins' begrepp 'gate keeper' för att belysa nyhetsurvalet. Gatekeeping kan beskrivas som den process där viktiga drag av en händelse rekonstrueras och blir till nyheter. I de första studierna på 1950-talet ombads en telegrambyråredaktör att spara alla händelser som blivit till nyheter under en vecka och sedan redogöra för skälen till att just dessa nyheter blev valda. Redovisningen visade att tio procent av det ursprungligen tillgängliga materialet slutligt valdes ut som

nyheter av redaktören och att tämligen subjektiva bortvalskriterier rädde (Campbell 2004).

Breed (1955) hävdade att journalisterna snabbt socialiserades och lärde sig vad nyhetsorganisationen krävde av dem. Senare studier av nyhetsurvalsprocessen har snarast kommit till slutsatsen att den individuella redaktörens urval inte är lika betydelsefullt som hävdats i tidigare forskning. Ökat fokus har därför kommit att riktas mot hela nyhetsorganisationen. Dan Berkowitz's studier från sent 1980-tal uppmärksammar särskilt beslutsfattandet i grupper. Det är då inte den enskilde journalistens värderingar som är mest intressanta utan snarare en kontinuerligt pågående redaktionell diskussion, om än med vissa tongivande personer. Huvudkonklusionen är emellertid att det kollektiva beslutsfattandet här utgör en mer institutionell process. (Berkowitz 1997: 87 f.)

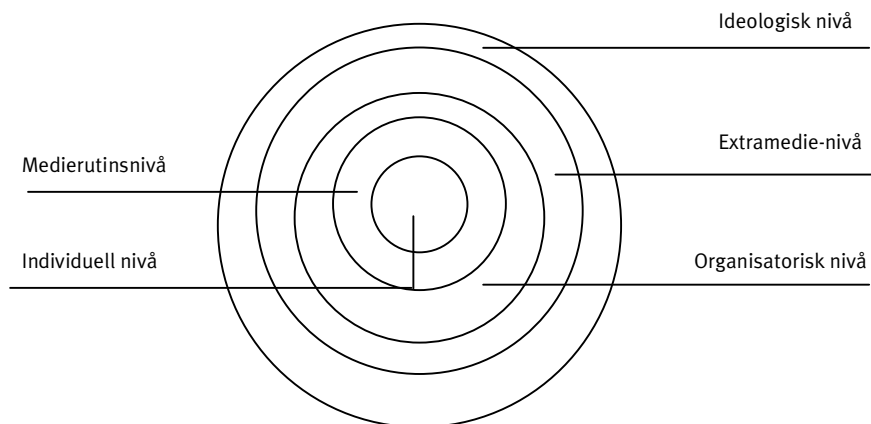
Mer betydelsefulla än den individuella nivån är sannolikt också medierutinerna, som handlar om hur de olika redaktionerna arbetar professionellt, vilka de redaktionella rutinerna är och hur nyhetsproduktionen sker (Tuchman 1978). Frågor om vad på redaktionerna som uppfattas som "bra" nyheter spelar sannolikt en stor roll i sammanhanget. Vedertagna uppfattningar om vad som är intressant och överraskande är av vikt både för redaktionernas urval av nyheter ur ett närmast gränslöst nyhetsflöde och för bearbetning, redigering och presentation av nyheterna. Alla redaktioner arbetar här inte enligt samma mönster. Det blir stor skillnad på nyheter mellan redaktioner som prioriterar det som anses viktigt och de som satsar på vad som aldrig sagts förut.

Inom den samtida medieforskningen har frågan om vad som påverkar journalistikutbudet i allmänhet oftast gällt diskussioner kring nyhetsjournalistikens förutsättningar eller produktionsvillkor på olika nivåer. En forskningsansats som betraktar medieinnehållet som en beroende variabel och studerar bakomliggande faktorer har också framförts som en minst lika viktig del av journalistikforskningen som den som framförallt har medieinnehållet som en oberoende variabel och studerar dess effekter (Shoemaker & Reese 1996; jfr. McNair 1998). Sålunda påtalar vanligtvis forskare med intresse för journalistikens villkor det begränsade värde som studier av medieinnehåll utan kopplingar till de förutsättningar som skapat detta utbud har. Så görs också i den för denna forskningsinriktning centrala boken "Mediating the Message - Theories of Influences on Mass Media Content" av de amerikanska medieforskarna Pamela Shoemaker och Stephen Reese:

En studie av enbart medieinnehållet räcker inte för att förstå varken de krafter som skapar detta innehåll eller vilka effekter det har – men innehållsanalyser är en början. Systematiska mönster och regelbundenheter i innehållet är ett resultat av rådande, underliggande strukturella förhållanden. (Shoemaker & Reese 1996: 28, egen övers.).

I sin framställning pekar Shoemaker och Reese på de faktorer som påverkar mediernas journalistiska innehåll utifrån fem nivåer (fig.1).

Figur 1. Olika nivåer av faktorer som har betydelse för journalistikens innehåll.



Till de individuella faktorerna hör sådant som journalisternas och övriga anställdas utbildningsnivåer, deras bakgrunder och erfarenheter, deras yrkesetik, deras personliga värderingar och åsikter samt deras makt inom medieorganisationerna. När det gäller krisrapportering finns särskild anledning att fråga sig vilka de journalister är som skildrar hot mot samhället. När det gäller krig och internationella konflikter kan till exempel kollektiva värderingar bland krigsreportrar och utrikeskorrespondenter spela en viktig roll för det journalistiska arbetet.

Till medierutinerna hör faktorer som handlar om tillvägagångssätt för att införskaffa, behandla och bearbeta samt paketera nyheterna. Medierutinerna är därmed de faktorer som i journalistikens vardag präglar nyhetsarbetet på ett förhållandevis konkret plan. Medierutinnivån är i hög grad intressant i samband med krig och kriser. Nyhetsvärderingen bygger i huvudsak på bedömningar av olika händelsers bedömda relevans och vikt och på föreställningar om den egna mediepublikens intresse. Dessa bedömningar vilar i sin tur vanligen på tämligen traditionella kriterier om vad som utmärker stora nyheter. Till dessa hör till exempel om kända personer är inblandade, om förloppet är dramatiskt, om det förekommer konflikter och om de som händer är nära eller långt bort och lätt att identifiera sig med. Generellt uppfyller en hotfull situation de flesta av dessa nyhetskriterier och därför är medierutinerna en viktig faktor för att förklara bevakningen av sådana förlopp. Att sådana krisrelaterade nyheter generellt är stora nyheter betyder emellertid inte att de alltid behandlas på ett rutinemässigt och förutsägbart sätt. Kriser som uppstår helt överraskande eller uppvisar helt avvikande konfliktmönster och är svårare att identifiera behandlas sannolikt inte lika rutinemässigt av redaktionerna, utan vi får en mer slumpmässigt styrd nyhetsbevakning (Nord & Strömbäck 2002; Nord & Strömbäck 2005).

Medierutinerna är i sin tur kopplade till den organisatoriska nivån, som handlar om hur medieföretagen är organiserade. Exempel på organisatoriska faktorer är ägandeförhållanden, om medieföretaget har en traditionell chefredaktör eller en publisher med ansvar inte bara för det journalistiska innehållet utan också för ekonomin, och hur ett medieföretag är organiserat i olika avdelningar och redaktioner. På den organisatoriska nivån styrs bevakningen givetvis ytterst av de ekonomiska och personella

resurser som medieföretag avsätter för bevakningen av ett upplevt hotfullt förlopp. En redaktionell effektivisering kan även handla om att nyhetsproduktionen mer än förr anpassas till de olika medieformat som förekommer och att arbetet i ökad utsträckning styrs av att material lämnas fortlöpande till tidning, webbupplagor, radio eller TV i stort sett dygnet runt. Multimedialiteten påverkar nyheternas värdering.

Extramedie-nivån handlar, till skillnad om de tre föregående, om faktorer utanför medierna själva, vilka ändå har betydelse för journalistikens innehåll. Dit hör mediernas förhållande till källorna och källornas grad av makt över innehållet. Källornas makt är ofta påtalig eftersom journalister bara kan rapportera om händelser de känner till, samtidigt som källorna är ständigt sysselsatta med att både lyfta fram och dölja vissa händelser (Altheide 1974:67). På extramedienivån handlar villkoren framförallt om källornas betydelse för bevakningen av samhällsrelaterade hot och risker. Helt obestridligt är att källorna spelar en mycket stor roll i dessa situationer vilka utmärks av en knapphet på information. Särintressen kan då ha ett stort intresse av att försöka kontrollera informationsflödet om hot och risker och av att försöka styra nyhetsförmedlingen på ett för dem fördelaktigt sätt. I allmänhet har därför källorna när det gäller hot och risker en ännu starkare ställning än vid andra situationer, ty större intressen står på spel och mediernas beroende av källor är mycket stort. I synnerhet gäller detta om det finns ett stort "nyhetshål" att fylla (Nord & Strömbäck 2005). Det är därför av stort intresse att granska vilken bild av samhällsrelaterade hot och risker som framträder i medierna, vilka källor som kommer till tals och hur väl underbyggda de är samt hur särintressen beskrivs och på vilka grunder det sker.

Andra mycket centrala extramedie-faktorer är exempelvis de lagar och förordningar som reglerar mediernas verksamhet, graden av konkurrens på mediemarknaden, mediernas förankring i det omgivande samhället och den teknologiska utvecklingsnivån. På den ideologiska nivån, till sist, återfinns faktorer som handlar om ett samhälles övergripande kulturella och ideologiska värderingar, och hur dessa påverkar journalistikens innehåll.

Mot den bakgrunden kan den ovan presenterade analysmodellen beträffande journalistikens villkor och förutsättningar vara fruktbar att använda också vid studier av journalistikens behandling av hot och risker. Ty också denna journalistik handlar om att journalistiken tillkommer som ett resultat av förhållanden på olika nivåer: individuell nivå, medierutinnivå, organisatorisk nivå, extramedienivå och ideologisk nivå.

Nyheter och marknaden

I dag diskuteras ofta den ömsesidiga betydelsen av journalistiska och kommersiella logiker eller samspelet mellan en journalistisk nyhetslogik och en marknadsstyrd sådan (McManus 1994; Allern 2001; Hamilton 2004). Mediernas innehåll kan ses mot bakgrund av förändrade journalistiska produktionsvillkor som präglas av ökad konkurrens, skärpta lönsamhetskrav och en allt mer fragmenterad publik. Större ekonomiska intressen och en kraftigt ökad konkurrens om publiken tenderar att ha lett till en mer underhållningsinriktad, skandalbaserad och trivial journalistik (McManus 1994). Den ökade kommersialiseringen av mediasystemet är en

rimlig utgångspunkt för studier av hur medier i dag arbetar och vilka produktionsvillkor som är mest dominerande.

Svenska mediers ekonomi, struktur och innehåll har förändrats markant på senare tid. Det ökade utbudet och den skärpta konkurrensen mellan medierna har sannolikt bidragit till en ökad marknadsanpassning och stor kostnadsmedvetenhet på redaktionerna. Det innebär att all journalistik måste vara lönsam och att det ur marknadssynpunkt logiska medieinnehållet riskerar att tränga ut det som ur demokratisynpunkt är mer centralt: informativt, granskande eller debatterande (Nord 2008: kap. 4).

Teoribildningen kring mediernas marknadsorientering pekar både på de redaktionella resursernas betydelse för den journalistiska produkten, och på att det journalistiska arbetet kan vara underordnat kommersiella bedömningar som tar hänsyn till exempelvis publik, annonsörer och konkurrenter (McManus 1994; Croteau & Hoynes 2001; Hamilton 2004). Teorier kring medieutvecklingen och konvergensen understryker den redaktionella anpassningen till produktionsprocessen och dygnet runt-nyheters särskilda särdrag (Hvitfelt & Nygren 2005; Seib 2001). Teorier kring globaliseringen av mediasystemen framhåller harmoniseringen av utbudet och de allt mer likartade journalistiska produktionsvillkoren (Bennett & Entman red. 2001; Hallin & Mancini 2004).

Enligt den amerikanske policyforskaren James T. Hamilton ska nyheter i den marknadsanpassade mediemiljön inte bara besvara de fem klassiska nyhetsfrågorna vem, vad, var, när och varför, utan beror också på fem ekonomiska frågor som kan ställas kring dessa nyheter:

- 1) Vem bryr sig om vad som händer?
- 2) Vad är de beredda att betala för att få veta det och vad är andra villiga att betala för att berättas för dem?
- 3) Var kan nyheter och annonser nå en publik?
- 4) När är det lönsamt att tillhandahålla denna information?
- 5) Varför är det lönsamt? (Hamilton 2004: 7)

Marknadsparadigmet har sannolikt lett till ett mer homogent innehåll i nyheterna, vilket bland annat lett till att de flesta tidningar blivit mer "läsarvänliga", det vill säga baseras mer på marknadsundersökningar, goda råd och tips till läsarna (nyttoläsning), fler personligt färgade artiklar, artiklar skrivna och redigerade så att de går snabbt att läsa, vänder sig till en förortspublik, är rikt illustrerade med bilder och grafik samt består av fler "goda" (positiva) nyheter (Leighley 2004: 95 f.) Den ökade konkurrensen med tanke på mer marknadsstyrda medieorganisationer, i synnerhet när det gäller tabloidpress och kommersiella etermedier, tenderar också att leda till en mindre seriös journalistik och till mer sensationella berättelser. Utvecklingen har beskrivits av den brittiske medieforskaren Daya Kishan Thussu:

Efterfrågan på nyheter dygnet runt kan leda till mer sensationella och triviala beskrivningar av komplexa nyheter och till en frestelse att lyfta fram nyheternas underhållningsvärde. Publikens intresse av nyheter beror på om dessa kan beskrivas som konflikter: nyheter handlar mest om konflikter och konflikter är alltid nyheter, speciellt i ständigt varierande former, vilket den globala expansionen av CNN visar demonstreras (Thussu 2003: 117, egen övers.).

När det inte längre existerar några deadlines utan alla tycks vara online hela tiden, i synnerhet i samband med dramatiska händelser, då finns klara risker för en mindre kvalitativ nyhetsrapportering. CNN är den mest kända dygnet

runt-kanalen, men har fått flera uppföljare runt om i världen som BBC World, Fox News och Sky News i väst, Star News och Zee News i Indien, Al-Jazeera i arabvärlden och stationer i Kina, Brasilien och Sydafrika.

De amerikanska medieforskarna Bill Kovach och Tom Rosenstiel beskriver i sin bok "Warp Speed" hur detta ständiga nyhetstryck i en allt mer kommersiell mediemiljö skapat en blandad mediekultur i USA med något olika särdrag. Denna mediekultur präglas av snävare och mer fragmenterad journalistik, ökat inflytande för elitkällor över nyhetsrapporteringen, minskad betydelse för journalistiska värderingar och mer kommentarer i stället för nyheter. Forskarna förklarar utvecklingen genom att peka på en ny situation där nyhetsredaktionerna har att fylla mycket tomrum alla dygnets 24 timmar, men med alldeles för små ekonomiska och personella resurser för att kunna samla nyheter hela tiden. Nyheter ersätts då av synpunkter, gärna förmedlade av provokativa debattörer och inriktade mot en yngre publik. Gränser mellan underhållning och nyheter luckras upp (Kovach & Rosenstiel 1999).

Det får anses som ett klart problem att en spekulativ journalistik på detta sätt ersätter en informativ, inte minst när det gäller nyheter kring hot och risker. På samma sätt som nyheter leder till uppföljningar leder spekulationer till nya spekulationer och rykten fortplantas snabbt mellan olika medier. I detta spekulativa nyhetsklimat finns det förstås goda möjligheter för den som så vill att vilseleda avsiktligt eller misskreditera andra. Om medierna medvetet satsar på en mer sensationsinriktad, men samtidigt också mer förutsägbar, journalistik innebär det därför att aktörer utanför medierna får bättre möjligheter att påverka nyhetsarbetet än om det har väglets av sedvanliga professionellt grundade nyhetsvärderingar. Men det förtjänar i detta sammanhang att påpekas att spekulationerna också kan uppfattas som önskvärda av medieföretagen själva. I kraven på en lönsam journalistik är det oftast billigare att spekulera än att gräva fram något nytt. Den hårt och snabbt dragna spekuleringen kan locka en minst lika stor publik som det omsorgsfullt framtagna avslöjandet. Det utrymme och den uppmärksamhet som krönikörer och kommentatorer i dag får i olika medier är ett tecken på att medierna medvetet satsar på detta material (Nord & Strömbäck 2003). Inte sällan märks denna subjektivt dramatiserande och tolkande journalistik när det gäller kommentarer kring hotfulla förlopp och av vad som uppfattas som samhällsliga kriser.

Sambandet mellan medier och spekulationer är på flera sätt intressant att studera. Den tidigare återopade kommersialiseringen av mediasystemet och den ökade konkurrensen mellan medier är sannolikt en bidragande orsak till en mer omfattande publicering av spekulationer eftersom sådana kan tänkas locka en stor publik och ge medieföretaget ökade inkomster (Kovach & Rosenstiel 1999; Hamilton 2004).

En generell utveckling här är att innehållet "sensationaliseras" och tillspetsas för att tilltala den tänkta publiken och anpassas till den egna produktionscykeln för att få stor effekt som möjligt (Vettehen 2006). Det är ibland mer som förhandsaviseras och följs upp än vad som verkligen händer (Seib 2001). Därtill finns i de marknadsdrivna företagen en snävare publiksyn där publiken snarare ses mer som konsumenter än som medborgare, och där ett flitigt utnyttjande av publikundersökningar och föreställningar om publikens preferenser spelar en stor roll för att forma det egna utbudet (Nord & Strömbäck 2003). Den nya marknadslogiken kan tänkas inverka en hel del på förmågan att fullgöra de grundläggande

medierollerna. Ty medier som tvingas ta stor hänsyn till att vara attraktiva för en stor publik kan också välja att avstå från ett pliktredovisande av allsidig information, en djupgående kritisk granskning eller en öppen och fri debatt. Detta sker då eftersom annat medieutbud uppfattas som mer angeläget och/eller spännande för publiken, och därmed också gör medierna mer lönsamma då de blir mer attraktiva som annonsbärare.

Nyheterens relativism

I en sammanfattning av vilka faktorer som spelar störst roll för nyhetsbedömningen, utöver individuella värderingar brukar framhållas ekonomiska och organisatoriska förhållanden som tillgängliga resurser, format och publik. När det gäller de ekonomiska resurserna gör redaktionerna regelmässigt bedömningar av huruvida en viss information är tillförlitlig, och om det är rimligt att använda viss personal för att göra ett visst jobb. Detta gör att nyheter som går att "planera för" har ett allmänt försteg i redaktionella prioriteringar. Formatet har att göra med längden på artikel eller inslag och i vilken utsträckning det är enkelt att "placera" i den befintliga nyhetsproduktionen. Vid sidan av längden spelar också den redaktionella mixen av nyheter en stor roll. Nyhetsformat – oavsett medietyp – kan inte vara för ensidiga. Slutligen är publikaspekterna viktiga. Det spelar stor roll för valet av nyheter hur redaktionen bedömer publikens intresse för dessa nyheter. (Campbell 2004: 116 f.)

Hittills har den här översikten främst ägnats de enskilda nyheterna och de enskilda nyhetsmedierna. Samtidigt är det uppenbart att nyheter växer sig små eller stora också i relief till andra nyheter, och i förhållande till de bedömningar av nyhetsvärdet som görs på andra, konkurrerande redaktioner. Relationerna mellan medierna i nyhetsarbetet gör att vissa nyheter fortplantas snabbare om de uppfyller vissa egenskaper; som att ha initierats på ett visst håll. Den danske medieforskaren Anker Brink Lund talar här om en journalistisk "näringskedja" där nyheter sprids i mediasystemet enligt en särskild logik, och där i synnerhet de stora dagstidningarnas redaktioner spelar en dagordningssättande roll (Lund 2000).

Litet intresse får sägas ha visats frågan om relationen mellan olika medier i nyhetsprocessen och vad som, i brist på bättre uttryck, kan kallas nyheternas "timing": Vilka nyheter följs upp av andra medier och vilken betydelse har det vilka medier som först kommer med nyheten? Hur länge uppfattas en nyhet som "het" och när övergår den till att betraktas som alltför "tjatig" för publiken? Finns det olika tröskelvärden för vad som konstituerar en god nyhet vid olika tidpunkter och tillfällen, och hur ser i så fall dessa trösklar ut?

Frågan om hur olika nyheter växer sig stora i mediasystemet är intressant. Den holländske medieforskaren Peter Vasterman har introducerat begreppet nyhetsvågor (news waves) för att beskriva de mekanismer som gör att också tämligen triviala händelser kan generera en medieuppmärksamhet väl i nivå med krig, katastrofer och internationella kriser. Vasterman talar om att dessa nyhetsvågor genererar en "media hype" som framförallt utmärks av att en händelse överdrivs, förstoras eller förvrids i mediernas rapportering på ett sätt som ytterligare ökar uppmärksamheten i medierna. Förhållandet gör förstås att medierna på

detta sätt riskerar att beskriva hotbilder i samhället som inte överensstämmer med verkligheten (Vasterman 2005: 512).

Dynamiken i dessa nyhetsförlopp utgår enligt Vasterman initialt från en nyckelhändelse som av något skäl får mer uppmärksamhet än andra händelser. Denna nyckelhändelse följs sedan upp av medierna särskilt genom att länkas till andra liknande händelser eller genom att sättas in i ett större sammanhang och byggs upp med analyser, opinioner och kommentarer från inblandade parter. Slutligen sker ett samspel mellan medierna och andra samhällseliga aktörer, vilka reagerar och förhåller sig till medieuppmärksamheten på skilda sätt och därmed ytterligare förstärker nyhetsutvecklingen. Därefter avklingar frågan successivt och försvinner från medieagendan för att ersättas av samma konstruerade uppmärksamhet kring helt nya nyckelhändelser (ibid. 518).

Denna utveckling kan rimligen förstärkas av den aktuella medieutvecklingen där allt fler medier konkurrerar om nyheter och dessutom sänder nyheter i princip dygnet runt. Möjligen leder en sådan utveckling inte till mer mångfald utan till en ökad konformism där samma nyheter följs upp på ett liknande sätt, och där en blandning sker inte bara av nyheter och opinioner, utan också av nyheter och underhållning (Thussu 2008).

Den danska medieforskaren Ida Schultz (2005) menar utifrån sina etnografiskt präglade studier av danska medieredaktioners arbete att de journalistiska nyhetskriterierna inte helt på egen hand kan förklara vilka nyheter som faktiskt väljs ut. Hon menar att nyhetsmedier framförallt styrs av ett exklusivitetskriterium där nyhetsarbetet till stor del handlar om en nyhetspositionering, där nyheterna positioneras i förhållande till nyhetsbilderna, journalister positionerar sig i förhållande till sina kolleger/konkurrenter och där medierna positionerar sig i mediasystemet i förhållande till andra medier (Schultz 2005: 197). Schultz varnar samtidigt för ett alltför stereotypt synsätt när det gäller att förklara vad som blir nyheter:

Hvad der er væsentligt den ene dag, er ikke væsentligt den anden dag. Hvad der er væsentligt på den ene nyhedsmedie, er ikke væsentligt på det andet nyhedsmedie. Hvad der er væsentligt i et bestemt årti, er ikke væsentligt i et andet årti. Pointen er, at der må udvises forsigtighed med, at give nyhedskriterierne forklaringskraft i sig selv. I stedet må vi stille kritiske spørgsmål til nyhedskriterierne: Hvor kommer de fra, hvordan reproduceres de, hvordan bruges de til daglig, hvilke logikker er de udtryk for, hvordan strukturerer de det journalistiske felt. (ibid. 51).

I en norsk studie av nyhetsarbetet på de två konkurrerande TV-stationerna NRK och TV 2 understryker de norska medieforskarna Gunnar Sand och Knut Helland den redaktionella "mixens" betydelse och behovet av att variera innehållet för tittarna: "Det är på tiden det kommer något annat än hårda nyheter", resonerar redaktionerna (Sand & Helland 1998: 29). Sand och Helland understryker också existensen av "den rörliga nyhetströskeln" – det som toppar sändningen i dag gör det inte i morgon. Ty sändningen ska fyllas, och ju närmare sändning det är ju lägre tröskel. Variationen spelar också en roll för kompositionen, vad som "fattas" i den redaktionella blandningen får också en lägre nyhetströskel (ibid. 68 ff.) "Nyhetshållet" varierar för olika sorters nyheter och ger upphov till olika redaktionella prioriteringar vid olika tillfällen.

En allsidig analys av nyhetsförmedlingen bör därför rimligen utgå ifrån frågor om hur olika teoretiska nyhetsperspektiv förhåller sig till varandra.

Det kan handla om att ställa delvis nya frågor som exempelvis om hur många upplevda hot "nyhetsmixen" eller formatet klarar att hantera samtidigt med hänsyn till publikens förmodade intresse. Här understryks behovet av en analys som förenar olika nyhets- och nyhetsproduktionsrelaterade teorier. Det ligger en stor utmaning att pröva sådana integrerade perspektiv i den framtida nyhetsforskningen om mediebildens av samhällliga risker och hot. I rapportens avslutande avsnitt görs därför ett försök att utveckla en sådan analysmodell vad avser nyhetsförmedlingen i samband med hot och risker.

Fler byggstenar till en teori...

Mot bakgrund av den tidigare beskrivningen av de faktorer som påverkar nyhetsvärdet av en händelse finns det skäl att såväl beakta egenskaper som har att göra med själva händelsen och förhållanden som samtidigt råder i mediasystemet: på enskilda redaktioner, i medieföretaget som helhet eller i relationen mellan olika medier och mellan medierna och utomstående aktörer, som till exempel källor och publik. Analyser av nyhetsarbete som enbart beaktar händelsernas egenskaper oberoende av nyhetsproduktionens villkor ter sig lika otillräckliga som studier där det redaktionella arbetet blir belyst utan någon hänsyn till karaktären på de frågor som bedömts vara nyhetsvärda. För att få en mer allsidig bild av varför vissa händelser blir stora nyheter och andra inte blir det nödvändigt att granska både de nyhetsvärderingsprocesser och de nyhetsbearbetningsprocesser som föregår publiceringen av nyheter. Den inledande nyhetsvärderingen kan då till stora delar förklaras med de inom nyhetsforskningen tidigare väl kända bedömningskriterierna, medan den efterföljande nyhetsbearbetningen ofta sker under intryck av varierande hänsyn till dagliga medierutinens och produktionsvillkors krav (fig. 2).

Figur 2. Nyhetsvärdering, nyhetsbearbetning och publicering av nyheter.



Nyhetsvärderingskriterier hos händelsen...	...och villkor i nyhetsarbetet	...avgör vad som blir stora nyheter.
som...	som...	som...
avvikelse social betydelse närhet konflikt sensation etc.	nyhetshålet nyhetsmixen uppföljningspotentialen exklusiviteten crosspromotion redaktionsförhandlingen visualiseringsgraden etc.	finns på förstasida och i löp.
Produktionsvillkor: Källor Andra externa	Ekonomi och marknad Organisation och ledning Profession och journalist Publik och annonsörer	Lagar och regler Redaktionell policy

Fortfarande finns väl kända gemensamma drag hos många av de händelser som befins vara nyhetsvärda. De innebär ofta en avvikelse från det ordinära eller normala (om än inte en avvikelse som är så dramatisk att den hotar den rådande samhällsordningen). Där finns också vanligen en dominans av händelser som kan betraktas som socialt signifikanta, nära i tid eller rum, konfliktfyllda, sensationella och dramatiska. Dessa klassiska nyhetsvärderingskriterier har knappast förlorat sin aktualitet i vår tid. För att komma ifråga som publicerade nyheter underlättar det om händelser uppfyller något, eller helst några, av dessa bedömningsgrunder.

Möjligheten av att bli stora nyheter är emellertid avhängig olika ställningstaganden som görs i samband med bearbetningen av dessa nyheter. Här förekommer olika "nyhetströsklar" vid olika tillfällen. Utbudet kräver en blandning av nyheter av olika slag vilket påverkar urvalet av möjliga nyheter. Konkurrensen om utrymmet – eller om det mest prioriterade utrymmet – sker inte bara med det uppskattade nyhetsvärdet som måttstock utan också med tanke på mixen av nyheter av olika slag. Nyhetströskeln påverkas av om många liknande nyheter existerar den aktuella dagen – eller givetvis om något riktigt stort inträffar som påverkar hela medierapporteringen i grunden.

Minst lika betydelsefullt är förmodligen den dagliga nyhetsproduktionens villkor med sändningar av nyheter dygnet runt och obegränsade publiceringsmöjligheter på nätet. Dessa omständigheter kan i motsvarande grad sänka befintliga nyhetströsklar och göra att en nyhet alltid kan publiceras på något sätt. Men samtidigt är inte heller dygnet runtproduktionen någon garanti för största möjliga nyhetsmångfald. Snarare handlar nyheterna då i större utsträckning om att samma nyheter ska följas upp på olika sätt, att nya vinklar på "gamla" nyheter ska hittas som inte andra medier redovisat och att analyser och kommentarer och debatter kan initieras som bygger på den ursprungliga nyheten. Därför är det inte säkert att ett ökat utrymme för nyheter automatiskt sänker nyhetströskeln.

Av mycket stor betydelse är dock den enskilda nyhetens exklusivitet. I det enorma utbud av information och underhållning som ständigt emanerar från det samlade mediasystemet har nyheter som inga andra medier redovisar ett mycket stort publiceringsvärde. De bedöms ha en god

möjlighet att uppmärksammas på grund av sin exklusivitet, och de ger också i allmänhet det egna mediet ett försprång när det gäller att följa upp och gå vidare med denna nyhet.

Regelmässigt kan antas att sådana exklusiva nyheter prioriteras mycket högt av de flesta nyhetsredaktioner och att denna bedömning spelar stor roll också i valet mellan flera möjliga toppnyheter. Exklusivitetskriteriet har alltid haft betydelse vid bearbetningen av nyheter, men betydelsen har sannolikt ökat i takt med medieutbudets expansion, förändrade medievanor och den tilltagande kampen om publikens uppmärksamhet.

En liknande vikt kan också tillskrivas redaktionernas bedömningar av en nyhets visualiseringsmöjligheter. Konvergensen mellan olika medieformer har gjort bildmaterialet attraktivt för alla, och "bra" bilder kan i sig bidra till att en nyhet publiceras framför en annan. På samma sätt som när det gäller exklusiviteten kan visualiseringen locka till uppmärksamhet. Dessa bedömningar gynnar händelsenyheter, känslomässiga och dramatiska nyheter, medan viktiga och mer strukturella förändringar utan samma omedelbara åskådningssmöjligheter får svårare att konkurrera som prioriterade nyheter.

En annan faktor som förefaller ha fått ökad betydelse är behovet av att lyfta fram nyheter som presenteras utförligt i andra sammanhang av samma medieföretag eller på andra plattformar (cross promotion). Etermediernas nyheter fylls oftare med "puffar" och citat ur kommande program som "säljs in" i nyhetssändningen som i allmänhet har större publik. Nyhetströskeln förefaller här ofta vara låg och det avgörande kriteriet vara att "göra reklam" för ett annat program och locka publik till detta. Sälunda innehåller numera vanligen de största nyhetsprogrammen i TV förhandsreklam för andra program eller inslag i samma kanal, där publiceringsgrunden snarare är reklamässig än nyhetsmässig.

Slutligen kan poängteras att inte heller de medierelaterade faktorer som beskrivits här är helt statiska. I stället är nyhetsbearbetningen i många skeden föremål för förhandlingar och diskussioner på redaktionen. Det kan till exempel leda till att en majoritet stöder en toppnyhet som inte kan illustreras med dramatiska bilder, eller till att en nyhetssändning faktiskt fylls med nästan bara politiska nyheter eftersom den politiska redaktionen har en särskilt stark intern ställning.

Viktigt att komma ihåg är också att de medierelaterade nyhetsbearbetningarna inte kommer till i ett vakuum. Här finns källor och påtryckare som också försöker påverka nyhetsbearbetning genom att kanske erbjuda attraktivt bildmaterial exklusivt till en redaktion och därmed påverka bedömningen och publiceringsvilligheten. Källorna kan också försöka anpassa sig till nyhetsproduktionen genom att erbjuda nyheter vid tillfällen då man antar att nyhetströskeln är låg. Naturligtvis görs inom redaktionen också ständigt bedömningar av publikens intresse för olika nyheter. Det kan vara mer eller mindre välgrundande föreställningar av detta intresse, men det viktiga är att det sannolikt spelar en roll i den redaktionella bearbetningen av nyheter.

Tidigare konstaterades att nyheter med vissa egenskaper hade större sannolikhet att bli stora nyheter om de behandlade:

politik, ekonomi samt brott och olyckor
och om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd
till händelser och förhållanden
som är sensationella eller överraskande,

handlar om enskilda elitpersoner
och beskrivs tillräckligt enkelt
men är viktiga och relevanta, utspelas under kort tid men som del av ett tema,
har negativa inslag och har elitpersoner som källor (Hvitfelt 2003:20)

Det finns här skäl att komplettera den lista över egenskaper med en motsvarande förteckning över vilka medievillkor som bör vara uppfyllda för att öka sannolikheten att nyheter ska få stor uppmärksamhet. Störst chans att bli stora nyheter har då de nyheter, som förutom att uppfylla ovan nämnda kriterier, därutöver:

är lätta att följa upp med reaktioner, bakgrunder, analyser och kommentarer
går att illustrera med bra bilder och grafik
fungerar bra med resten av dagens nyhetsproduktion
behövs för att fylla "nyhetshålet"
klarar den redaktionella nyhetsförhandlingsprocessen
gör reklam för andra verksamheter i medieföretaget
redaktionen tror sig vara ensam om
och tror att publiken kommer att uppskatta att ta del av

Genom att på detta sätt ställa de klassiska nyhetsvärderingskriterier sida vid sida med moderna medieproduktionsvillkor går det förmodligen att göra en någorlunda rimlig bedömning av vilka utsikter en nyhet har att få stort genomslag. Det förklaras i de flesta fall inte enbart av vad som faktiskt har hänt utan också av hur medierna arbetar. Med den insikten är det inte så konstigt om modern nyhetsförmedling ibland handlar mer om att lyfta fram det lämpliga, det lönsamma eller det lätta än om att prioritera det viktiga, det vassa eller det sällsynt väl övertänkta.

När hot står på nyhetsagendan

Den diskussion som här har förts om vad som ligger bakom nyhetspubliceringar har delvis varit generell, men den berör i hög grad också nyhetsförmedlingen om potentiella och reella risker och hot i samhället. Frågan om hur medierna väljer att rapportera om sådana risker och hot, och i vilken utsträckning de sedan beskrivs som kriser i medierna, är ständigt aktuell. I debatten kring dessa frågor ryms inte sällan en stor frustration från olika samhälleliga aktörer över att mediebilderna på ett dåligt sätt speglar aktuella hotbilder och relevanta risker som finns i samhället. Inte sällan anklagas medierna för att blåsa upp obetydliga risker och försumma att uppmärksamma allvarliga hot mot samhället. Sensationalism och dramatisering brukar då framhållas som typiska kännetecken för mediernas alltför ytliga förhållningssätt till hot och risker.

Denna diskussion tenderar dock lätt att bli alltför yvig. Mediekritikerna har inga problem att hitta de värsta misstagen och överdrifterna (som vid det första Irakkriget), och mediernas företrädare har lika lätt att visa upp enskilda goda exempel på när medierna fyllt centrala uppgifter för att informera, granska och debattera (som vid tsunamin). Sannolikt skulle diskussionen tjäna mycket på att i högre grad baseras på större insikter om nyhetsarbetets villkor bland kritikerna, och på en större öppenhet om samma villkor bland mediernas försvarare. Ty det finns oftast förklaringar till varför inte medierna alltid gör konsistenta och relevanta bedömningar

av risker över tid och det finns på samma sätt förklaringar till varför vissa relevanta nyheter väljs bort medan andra, mindre relevanta, publiceras.

Nyheterna kan aldrig förväntas vara en exakt spegling av verkligheten där olika riskers och hots relevans och aktualitet alltid ges den tyngd de rationellt sett "förtjänar". Nyhetsarbete är inte, och har aldrig varit, en fråga om att ograverat återge problembeskrivningar eller sakfrågeprioriteringar som görs av andra viktiga samhällsaktörer. Mediernas uppgift är i stället att självständigt förhålla sig till dessa uppgifter, värdera dem och sedan presentera dem för en publik på ett begripligt och intressant sätt. Detta gör att samhälls- och myndighetsinformation sällan statistiskt tar sig genom mediasystemet utan "filtreras", vinklas eller gestaltas om den överhuvudtaget befinns vara värt att förmedla vidare.

Det är svårt att i en modern demokratisk stat tänka sig en annan ordning med mer följsamma medier, och i vilken utsträckning en sådan ordning i så fall skulle vara till gagn för en fri informationsförmedling och för det offentliga samtalets kvalitet. Därmed är den perfekta överensstämmelsen mellan "verkligheten" och mediebilderna närmast att betrakta som ett ouppnåeligt idealt tillstånd. Mer produktiv är förmodligen en förutsättningslös diskussion om vilka mekanismer som i störst utsträckning styr nyhetsvärdering och nyhetsbearbetning. Dessa mekanismer fungerar inte helt slumpmässigt, som belackarna påstår, men inte heller helt regelmässigt, som mediebranschen bekvämt brukar hävda ("en nyhet känns alltid igen som en nyhet").

Därför finns det skäl att diskutera vissa grundläggande mönster i mediernas sätt att förhålla sig till nyheter och skapa en medvetenhet bland andra samhällsaktörer om hur dessa villkor ser ut. Det innebär att aktörer utanför medierna försöker bortse från orimliga krav på absolut verklighets-spegling och det medför att medierna själva upphör att klamra sig fast vid orealistiska försvar av närmast heliga nyhetsprinciper. Ty det finns varken medier som speglar verkligheten eller alltid är konsekventa och konsistenta i sina nyhetsbedömningar.

När det gäller medierapporteringen om hot och risker är det uppenbart att de flesta nyheter av detta slag i grunden kan sägas uppfylla kraven på att vara avvikande. Sådana nyheter om faror vi kan utsättas för har generellt goda utsikter att publiceras som stora nyheter. De innebär negativa avvikelser från en normalitet som de flesta inte uppfattar som särskilt hotfull. Samtidigt hävdar många att de moderna samhällena är risksamhällen (Beck 1998). Det tenderar att göra larm om faror till något vardagligt. Om nya hot eller risker ständigt aktualiseras höjs sannolikt också nyhetsströskeln för reflexmässiga publiceringar av sådana nyheter. En strid ström av giftlarm av olika slag tenderar att göra hoten till en normalitet som då i mindre utsträckning tilldrar sig mediernas uppmärksamhet. I ett rikt utbud av rapporter om risker, inte minst formulerat av starka sårintressen och påtryckare, blir det också svårare för medierna att navigera och värdera dessa nyheter inbördes egenskaper. Då ökar samtidigt risken för godtycklighet och osakliga prioriteringsgrunder.

"Alarmismen" är förmodligen att lika utmärkande drag för vår tid som medialiseringen. Men om medierna inte har kunskaper eller erfarenheter av att bedöma och värdera potentiellt hotfulla händelser blir lätt andra kriterier avgörande. Det hot som förstärks av dramatiska bilder (till exempel döende fåglar eller tungt beväpnad maffia) får då företräde framför en forskarrapport om klimatförändringar under hundra år som presenteras på

en årlig vetenskaplig konferens. Nyckfullheten i mediernas bevakning stärks sedan av de övriga produktionskrav som råder. Är det lätt att skaffa fram en kritisk expertkommentar på ett område av en känd forskare som talar i "one-liners" så kanske ett visst hot blir en stor nyhet av just detta skäl, och i synnerhet om uttalandet görs exklusivt för detta medium.

Men mest avgörande för mediernas rapportering kring hot och risker är sannolikt det ständiga behovet av en redaktionell "mix" av olika sorters nyheter. Givet att ingen extremt stor händelse inträffar under dagen, så värderas också nyheter om risker och hot efter i vilken utsträckning de "passar in" i förhållande till andra nyheter den aktuella dagen. "Hotkvoten" kan vara snabbt fylld enda dagen och behovet av något nytt miljöalarm extremt stort den andra dagen. Produktionsvillkoren är då helt avgörande för vilka hotfulla nyheter som publiceras. Frågan om verkligt allvarliga risker och hot blir då mindre intressant än frågan om "lämpliga" hot eller risker. Nyhetsverksamhet styrs dock inte av några naturlagar, utan av skiftande förutsättningar för vad redaktioner väljer att lyfta fram som stora nyheter.

Diskussionen om nyhetsförmedlingens villkor i allmänhet, och nyheter kring risker och hot i synnerhet, förtjänar därför att föras med öppenhet och insikt om de många olika faktorer som påverkar mediernas värdering och bearbetning av dessa nyheter.

Litteraturförteckning

- Altheide, D. L. (1974). *Creating Reality. How TV News Distorts Events*, London: Sage.
- Altheide, D. L. & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*, Beverly Hills: Sage.
- Allern, S. (2001). *Nyhetsverdier – om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Beck, U. (1998). *Risksamhället. På väg mot en annan modernitet*, Göteborg: Daidalos.
- Bennet, W. L. & Paletz, D. L. eds. (1994). *Taken by Storm. The Media, Public Opinion and US Foreign Policy in the Gulf War*, Chicago: Chicago University Press.
- Bennett, W. L. & Entman, R. M. (eds.) (2001). *Mediated Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berkowitz, D. (1997). Refining the Gatekeeper Metaphor for Local Television News, in Berkowitz, D. (ed.) : *Social Meanings of News. A Text-Reader*, Thousand Oaks: Sage.
- Breed, W. (1955). Social Control in the News Room, In Schramm, W. (ed.): *Masscommunications*, Chicago: University of Illinois.
- Campbell, V. (2004). *Information Age Journalism. Journalism in an International Context*, London: Arnold.
- Croteau, D. & Hoynes, W. (2001). *The Business of Media – Corporate Media and the Public Interest*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers. *Journal of Peace Research*. 2, pp. 64–91.
- Gans, H. (1980). *Deciding What's News*, New York: Vintage Books.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*, Berkeley: University of California.
- Hadenius, S. & Stúr, E. (1992). *Hopp eller fruktan – om prognoser i några svenska medier under Irakkonflikten*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Hall, S. et al. (1987). *Policing the Crisis. Mugging, the State and Law and Order*, London: Palgrave MacMillan.
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hamilton, J. T. (2004). *All the News That's Fit to Sell. How the Market Transforms Information Into News*, Princeton: Princeton University Press.
- Hersh, S. M. (2004). *Chain of Command. The Road from 9/11 to Abu Ghraib*. London: Allen Lane.
- Hvitfelt, H. (1985). *På första sidan – en studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.

- Hvitfelt, H. (1989). *Nyheterna och verkligheten. Byggstenar till en teori*, Göteborg: JMG Rapport.
- Hvitfelt, H. (2003). *Nyheter vid kriser*, Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.
- Hvitfelt, H. & Nygren, G. (red.) (2005). *På väg mot medievärlden 2020*, Lund: Studentlitteratur.
- Jarlbro, G. (2004). *Krisjournalistik eller journalistik i kris? – en forskningsöversikt om medier, risker och kriser*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.
- Johansson, B. (2004). Journalistikens nyhetsvärderingar. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, B. (2008). Vid nyhetsdesken. En studie av nyhetsvärdering vid svenska nyhetsredaktioner, Sundsvall: Demokratiinstitutet DEMICOM Rapport.
- Karlsson, M. (2008). Webbnyheter vid kriser, Sundsvall: Demokratiinstitutet DEMICOM Rapport.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (1999). *Warp Speed. America in the Age of Mixed Media*, New York: The Century Foundation Press.
- Leighley, J. E. (2004). *Mass Media and Politics. A Social Science Perspective*, Boston: Houghton Mufflin.
- Lund, A. B. (red.) (2000). *Först med det sidste. En nyhedsuge i Danmark*, Århus: Ajour Forlag.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven Journalism – Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage.
- McNair, B. (1998). *The Sociology of Journalism*, London: Arnold.
- Miller, M. M. & Parnell Riechert, B. (2000). Interest Group Strategies and Journalistic Norms: News Media Framing of Environmental Issues, In Allern, Stuart et al. eds.: *Environmental Risks and the Media*, London: Routledge.
- Nord, L. (2001). *Vår tids ledare. En studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*, Stockholm: Carlssons.
- Nord, L. (2008). *Medier utan politik. De svenska riksdagspartiernas syn på dagspress, radio och TV*, Stockholm: Santérus.
- Nord, L., Shehata, A. & Strömbäck, J. (2003). *Från osäker källa – bevakningen av Irakkriget i svenska medier*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (2002). *Tio dagar som skakade världen*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (2003). *Valfeber och nyhetsfrossa. Politisk kommunikation i valrörelsen 2002*, Stockholm: Sellin.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (red.) (2004). *Medierna och demokratin*, Lund: Studentlitteratur.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (2005). *Hot på agendan – en kunskapsöversikt*, Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

- Sand, G. & Helland, K. (1998). *Bak TV-nyhetene. Produksjon og presentasjon i NRK og TV2*, Bergen: Fagbokforlaget.
- Schultz, I. (2005). *Bag om nyhedskriterierne – en etnografisk feltanalyse af nyhedsværdier i journalistisk praksis*, Roskilde: Roskilde Universitetscenter.
- Seib, P. (2001). *Going Live – getting the News Right in a Real-Time Online World*. New York: Rowman & Littlefield.
- Shehata, A. (2008). Hotbilder. En studie av Muhammedkarikatyerna i svensk och amerikansk storstadspress, Sundsvall: Demokratiinstitutet DEMICOM Rapport.
- Shoemaker, P. et al. (1987). Deviance as a Predictor of Newsworthiness: Cover of International Events in U.S. Media, In *Communication Yearbook*, vol. 10.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message – Theories of Influences on Mass Media Content*. White Plains: Longman.
- Shoemaker, P. J. & Cohen, A. A. (2006). *News Around the World. Content, Practitioners, and the Public*, New York: Routledge.
- Strömbäck, J. (2004). *Den medialiserade demokratin. Om journalistikens ideal, verklighet och makt*, Stockholm: SNS.
- Strömbäck, J. (2008). På nyhetsmediernas agendor. En studie av hot och risker i det svenska nyhetsurvalet i morgonpress, kvällspress och TV, Sundsvall: Demokratiinstitutet DEMICOM Rapport.
- Swanson, D. & Mancini, P. (1996). *Politics, Media and Modern Democracy*, Westport: Praeger.
- Thussu, D. K. (2008). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, London: Sage.
- Tuchman, G. (1978). *Making News - A Study in the Construction of Reality*. London: Collier Macmillan.
- Vasterman, P. L.M. (2005). Media-Hype. Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems, *European Journal of Communication*, Vol 20 (4), pp. 508–530.
- Vettehen, P et al. (2006). Sensationalism in Dutch Current Affairs Programmes 1992-2001, *European Journal of Communication*, Vol. 21, No. 3, pp. 227–238.
- Weaver, D. H. (1998). *The Global Journalist. News People around the World*, Cresskill: Hampton Press.
- White, D. W. (1950). The gate keeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27, pp. 383–390.
- Östgaard, E. (1965). Factors influencing the flow of news, *Journal of Peace Research*, 2, pp. 39–63.