**Analyser to nyheder bragt forskellige steder og: lav din egen nyhed baseret på: dit valg af en modtagergruppe, en vinkel, valg af de mest virkningsfulde nyhedskriterier med mere☺**

**Opgave 1: Sammenligning af nyheder på forskellige medier**

Find den samme ’nyhed’, der dækkes i to forskellige medier (gerne om valget, hvis I har lyst)

Hvordan fordeler prioriteringen af de 5 nyhedskriterierne sig (de vægtes forskelligt og er ikke nødvendigvis alle til stede)

Hvem er modtagergruppen for medierne, som har nyheden (I har valgt to forskellige til den samme nyhed)? (Se evt. i ”Close UP” (mediefagsbogen under Minerva-modellen på side 76 til 79 (eller se de vedhæftede materialer til de sidste mange blokke med journalistik i Lectio).

Hvordan afspejler den primære gruppe af modtager (intentionelle modtagergruppe) fremstillingen af den pågældende nyheden (f.eks. valg af: vinkel, sprogbrug, appelform ,argumentation, lay out og eller andet?)

**Opgave 2: (Lav din egen nyhed)**

Forestil dig, at du er journalist på en avis eller på en nyhedsudsendelse på TV eller freelancer på et socialt medie, og du skal fremstille en nyhed (du må gerne selv finde på en nyhed, som ikke er virkelig – eller lav en politisk historie, som du forestiller dig, at en politiker gerne ville have i medierne):

a) Hvilken modtagergruppe vil du rette nyheden mod? Beskriv gruppen og hvilket medie, som din modtagergruppe får sine nyheder fra.

b)) Hvilket medie ville du vælge til din nyhed (se svaret i dit svar til det ovenstående spørgsmål) :hvordan vil du henvende dig til din modtagergruppe i det pågældende medie? (F.eks.: Hvad er vigtigt for at nå din målgruppe (Lay out, sprog-brugen, saglige argumenter, eksperter, lay out med billeder eller illustrationer med mere). Se gerne efter faglig inspiration i fagstoffet fra de sidste dansktimer i Lectio)

c)- Hvilke af nyhedskriterierne vil virke bedst i forhold til din modtagergruppe? -- d)Hvordan skal du henvende dig til modtagergruppen (appelformer og du må gerne anvende mere end en appelform): rettet mod modtagerens følelser (Patos appel) til fornuften og den rationelle tænkning (Logos appel) eller ved at bruge en influencer eller en anden person med en stor troværdighed (etos-appel).

e) Hvilken vinkling eller ’framing’ af nyheden ville du vælge, så din modtager bemærker nyheden og føler sig talt til? (Se materialerne til de sidste to dansk-timer, hvis du er usikker på, hvad ’vinkel’ eller ’frame’ betyder: du kan også google fagbegreberne☺)

**PÅ baggrund af ovenstående svar Lav dit eget nyhedsindslag i** et af de følgende medie-platform: TV,radio, trykte medier f.eks en avis, eller på de sociale medier (Husk at din modtagergruppe er vigtig i forhold til at vælge platform til din kommunikation af din nyhed)

Tv-nyheder eller radio-udsendelse: du skal læse din nyhed op/filme din egen nyhed med din mobil-telefon, når du har lavet den.

I en avis skal du kort skrive nyheden i en kort artikelform i konstrueret ud fra nyhedstrekanten med det vigtigste først. ( - se og læs evt. materialerne knyttet til de sidste mange dansk-blokke eller se teori i ”Close Up”).

De sociale medier: find en nyhed, der er bragt på et socialt medie til en modtagergruppe, som ligner den, som du har valgt: lav et link dertil og anvend ’formen’ som er anvendt til inspiration til at lave din egen nyhed bragt på et socialt medie til en intentionel modtagergruppe. Du kan anvende et program i Word ( prøv at se under skabeloner) til at lave dit nyhedsoplæg til et socialt medie i. Husk at (billedside og skriften skal spille sammen – og/eller du må anvende andre medie-greb, som anvendes på sociale-medier (memes, billeder, tegnefilm-sekvenser og eller andre sammensatte elementer, som er klippet sammen: sociale medier kræver givetvis humor, et overraskelses-moment og kreativitet, så din modtagergruppe opdager det i strømmen af feeds☺. (Her er måske flere kriterier end de traditionelle nyheds-kriterier? ☺ Leg gerne med opgaven: