

Innehållsförteckning

	sidan
Förord	4
Inledning	5
Problemformulering och teoretiska utgångspunkter	5
Syfte och upplägg	7
Den svenska TV-marknaden	8
TV-utbud i förändring?	12
Utbudet av nyhets- och samhällsprogram i TV	14
Nyheter och samhällsprogram i TV – kort historik	19
Marknadsdriven journalistik – TV i konkurrens	22
Den marknadsdrivna journalistikens mekanismer	22
Leder konkurrens till kommersialisering av TV?	25
Aktörer och utbud under konkurrensen	27
Konkurrensanalys – olika marknader	33
Avslutning och framåtblick	40
Referenser	41