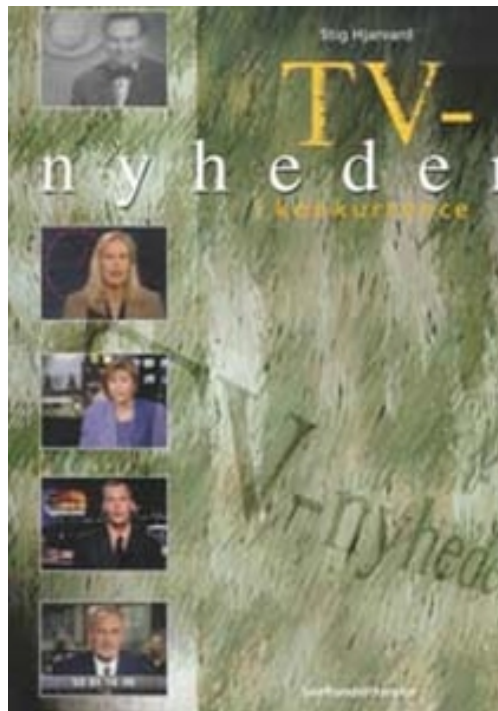


# Tv-nyheder i konkurrence

Hent bøger PDF



## Stig Hjarvard

Tv-nyheder i konkurrence Stig Hjarvard Hent PDF I mere end 20 år havde DR's TV-Avisen monopol på nyhedsformidling i dansk tv, men i 1988 var det slut. Monopolet blev brudt, og konkurrencen på tv-nyheder var en realitet. På kun få år opnåede TV2's Nyhederne at blive det mest sete nyhedsprogram; men også andre kanaler meldte sig i kampen om at få andel i danskernes nyhedsforbrug. Tv-nyheder i konkurrence præsenterer den første samlede analyse af, hvad der er sket med tv-nyhedsformidlingen, siden der kom konkurrence i dansk tv. Gennem en omfattende analyse af udviklingen i tv-nyhedernes form og indhold påvises det, hvordan nyhedsjournalistikken har ændret karakter på en række afgørende områder. Traditionelt politisk og økonomisk stof har måttet give plads for "blødere" politiske emner og rent underholdende stof. Fortælleformen er blevet mere dynamisk, brugen af kilder har ændret sig, og journalistens rolle er blevet en anden. Hvor nyhedsformidlingen tidligere var styret af en politisk pålagt forpligtelse til at informere borgeren om samfundet, påvirkes nyhedernes form og indhold i stigende grad af en hensyntagen til seerne som forbrugere. Det traditionelle væsentlighedskriterium har fået konkurrence fra kravet om nærhed. Hvad der er væsentligt at fortælle i nyhederne, afgøres i stigende omfang af, hvad redaktionen antager, den individuelle forbruger finder interessant. Tv-mediet er ikke længere formidler af andre politiske og kulturelle institutioners virke, men er blevet en selvstændig medieinstitution. Medieinstitutionens egen logik, serviceringen af kunderne, påvirker den måde, hvorpå den offentlige samtale føres. Forandringerne i nyhedernes form og indhold skal ses som et led i denne dybtgående forandring af tv-journalistikken og dens relation til finansieringskilder, politikere, kilder og publikum.

I mere end 20 år havde DR's TV-Avisen monopol på nyhedsformidling i dansk tv, men i 1988 var det slut. Monopolet blev brudt, og konkurrencen på tv-nyheder var en realitet. På kun få år opnåede TV2's Nyhederne at blive det mest sete nyhedsprogram; men også andre kanaler meldte sig i kampen om at få andel i danskernes nyhedsforbrug. Tv-nyheder i konkurrence præsenterer den første samlede analyse af, hvad der er sket med tv-nyhedsformidlingen, siden der kom konkurrence i dansk tv. Gennem en omfattende analyse af udviklingen i tv-nyhedernes form og indhold påvises det, hvordan nyhedsjournalistikken har ændret

karakter på en række afgørende områder. Traditionelt politisk og økonomisk stof har måttet give plads for "blødere" politiske emner og rent underholdende stof. Fortælleformen er blevet mere dynamisk, brugen af kilder har ændret sig, og journalistens rolle er blevet en anden. Hvor nyhedsformidlingen tidligere var styret af en politisk pålagt forpligtelse til at informere borgeren om samfundet, påvirkes nyhedernes form og indhold i stigende grad af en hensyntagen til seerne som forbrugere. Det traditionelle væsentlighedskriterium har fået konkurrence fra kravet om nærhed. Hvad der er væsentligt at fortælle i nyhederne, afgøres i stigende omfang af, hvad redaktionen antager, den individuelle forbruger finder interessant. Tv-mediet er ikke længere formidler af andre politiske og kulturelle institutioners virke, men er blevet en selvstændig medieinstitution. Medieinstitutionens egen logik, serviceringen af kunderne, påvirker den måde, hvorpå den offentlige samtale føres. Forandringerne i nyhedernes form og indhold skal ses som et led i denne dybtgående forandring af tv-journalistikken og dens relation til finansieringskilder, politikere, kilder og publikum.



Download (hent) pdf-bog, pdf bog, pdf e-bog, epub, fb2

**Alle bøger. 30 dages gratis prøveperiode**