

Kampen om reklamen Jonas Ohlsson, Ulrika Facht



Nordicom
Göteborgs universitet

Ladda ner PDF

Kampen om reklamen handlar om vad digitaliseringen av reklammarknaden har fått för konsekvenser för de nordiska medieföretagens möjligheter att finansiera sin journalistiska verksamhet. I takt med att konkurrensen om reklaminvesteringarna har ökat har många medieföretag fått se sina reklamintäkter sjunka, i vissa fall dramatiskt. Är den finansieringsmodell som under åtminstone 150 år burit upp den kommersiella nordiska nyhetsjournalistiken på väg att brytas sönder? Eller finns det skillnader mellan de nordiska länderna som gör att situationen ser olika ut på olika platser och i olika medier? Kampen om reklamen bygger på ett omfattande empiriskt datamaterial från Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige och inkluderar såväl branschstatistik som intervjuer med en lång rad aktörer på och omkring de nordiska reklammarknaderna. Studien har genomförts på uppdrag av Nordiska Ministerrådet och norska Kulturdepartementet. Bokens författare, Jonas Ohlsson och Ulrika Facht, är verksamma vid Nordicom.

Ladda ner gratis Kampen om reklamen gratis bok PDF Kindle

Forfatter: Jonas Ohlsson, Ulrika Facht

Antall sider: 227

ISBN: 9789187957543

Format: PDF

Filstorrelse: 19.10 Mb

Ladda ner på 15 sekunder