** Pressmeddelande 151117**

**Var fjärde reklamkrona borta från journalistiken**

**En unik sammanställning som Institutet för Mediestudier presenterar i dag visar att nyhetsjournalistiken har tappat var fjärde reklamkrona sedan 2008. Det är Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) som gjort en bedömning av reklamintäkter hos medier med nyhetsjournalistiskt innehåll under perioden 2008 till 2014.**

Resultatet visar att nyhetsjournalistik tappat var fjärde reklamkrona sedan periodens början, samtidigt som marknaden i stort endast tappat några få procent. Det är framförallt under de sista åren som medier med nyhetsjournalistik halkat efter marknadens utveckling. En viktig förklaring är de strukturella drivkrafter som för medieinvesteringar från tryckta till digitala kanaler.

– För första gången kan vi visa hur mycket de journalistiska medierna har tagit stryk på annonsmarknaden de senaste åren. Det har länge varit känt att annonsörerna sökt sig åt andra håll, men det har krävts en ordentlig sammanställning för att kunna sätta fingret på omfattningen, säger Lasse Truedson, föreståndare för Institutet för Mediestudier.

Digitaliseringen av svenskarnas medievanor har förändrat förutsättningarna för journalistiken i grunden. När allt förändras gäller det att veta precis vad som händer. Därför har vi tagit initiativ till Mediestudiers årsbok 2014/2015, första utgåvan i en årlig serie som ska ge en stabil kunskapsgrund om journalistiken och journalistikens förutsättningar.

Den rapport som släpps i dag är en del av årsboken men presenteras separat vid ett seminarium i samarbete med Tidningsutgivarna nu idag den 17 november kl: 15.00-16.30  
**Plats**: TU, Ljusgården, Kungsgatan 62 i Stockholm Seminariet är gratis, men **anmälan** krävs till: [maria@mediestudier.se](mailto:maria@mediestudier.se) senast kl 13.00.

Kontakt: föreståndare Lars Truedson, [lars@mediestudier.se](mailto:lars@mediestudier.se) 070-632 04 06

Här kan du läsa [delrapporten.](http://www.mediestudier.se/bdh_filearea/Reklamintakterna_till_journalistik_faller_-_IRM_och_Mediestudier.pdf)

Institutet för mediestudier ska – med forskningen som verktyg – verka för en välgrundad diskussion i samhället om hur medierna sköter sin grundläggande uppgift: att på medborgarnas uppdrag granska makten och skildra verkligheten. Det sker genom att initiera egen forskning eller sprida kunskap om andras forskning samt genom att vara mötesplats för diskussioner om mediers roll i samhället.

Läs mer på www.mediestudier.se