

# JMG

---

Kandidatuppsats 15 hp

## Fyra västsvenska mediers syn på pressmeddelanden

Angelica Capitao Patrao  
Johanna Enbäck  
Louise Olsson

Journalistprogrammet ht. 2014  
Kursansvarig: Mathias A Färdigh  
Handledare: Britt Börjesson



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

## - Abstract -

Today most people are in agreement that the media industry is in crisis. Many newsrooms cut down on staff. At the same time the PR industry is growing. We wanted to research if this could affect the unbiased and independent news in our news media today. Today's newsrooms receive a lot of press releases every day. How many of these reach the published news? Our main purpose was to study the origin of the news published in four different media. To study how many of the news that came from press releases and learn the opinion about press releases of each news editor, and if they treat different senders in different ways.

We examined four different media: one daily newspaper, one tabloid, one local radio station and one regional television newscast. This we did by examine two days of their news. To find out the source in a reliable way we called the people appearing in the article and not just the reporter. We also interviewed the news editor of each media.

Our results show that our theory on cutting down staff would affect the use of press releases did not correlate with the reality. According to our study the news editors and newsrooms are mostly positive towards press releases. They use them as any other tip or source. However they all agree that, since they get so many, it takes a lot of their time to sort them all out. Although all editors also agree that they don't rely on getting news from press releases, the result shows otherwise. Press releases seem to be a daily part of the newsrooms, at least the two days we examined. Our result also shows that there is a difference in usage of press releases between the different media organizations, and the press releases that are mostly used come from authorities and not from profit-driven companies. Our study excludes sports and culture, because we wanted to focus on the most unbiased part of the news. If these had not been excluded the result would probably have been very different.

**Keywords:** press release, PR-industry, local journalism, unbiased news.

# - Innehåll -

<b>1. Inledning</b>	s. 4
<b>2. Tidigare forskning</b>	
2.1 Bakgrund	s. 5
2.2 Tidigare forskning	s. 7
<b>3. Teoretisk inramning</b>	s. 11
<b>4. Syfte och frågeställningar</b>	s. 19
<b>5. Urval och metod</b>	
5.1 Urval	s. 20
5.2 Metod	s. 21
<b>6. Resultat och analys</b>	
6.1 Hur många nyheter kommer från pressmeddelanden?	s. 23
6.2 Vad är västsvenska nyhetsmediers inställning till pressmeddelanden och hur används de i nyhetsjournalistiken?	s. 26
6.3 Kan man dela in avsändare i olika grupper, vissa viktigare än andra?	s. 30
6.4 Vad tycker medierna om den växande informatörs-, kommunikätörs- och PR-branschen och dess påverkan på journalistiken?	s. 32
6.5 Analys	s. 34
<b>7. Slutdiskussion</b>	s. 38
7.1 Förslag på vidare forskning	s. 41
<b>8. Definieringar</b>	s. 42
<b>Källförteckning</b>	s. 44
<b>Bilagor</b>	s. 46

## - Inledning -

De allra flesta är idag överens om att mediebranschen är en bransch i kris. Nedskärningar görs på många redaktioner över hela landet. Som en följd av det här känns det som att det inte finns tillräckligt mycket resurser för att bedriva en oberoende, granskande och informerande journalistik. Samtidigt växer PR- och informatörsbranschen. Hans Petersson Hammer, nyhetschef på Västnytt, säger att det de senaste åren har skett en kraftig utveckling i både utskick och användande av pressmeddelanden. Hur påverkar det här det journalistiska nyhetsmaterialet?

Enligt tidigare forskning skadas den objektiva och granskande journalistiken när man gör nedskärningar på redaktioner (Davies, 2009). Har man resurserna att kolla upp de pressmeddelanden som används i nyhetsmedierna? Kan det i kombination med en kraftig ökning av informatörer och pressmeddelanden skapa problem?

Ett exempel på vad resursbrist på en redaktion och ökade krav på ständig uppdatering av ett nyhetsflöde kan leda till är ”chili i Twistpåsar-kuppen”. Hans Peterson Hammer säger att Västnytt såg nyheten om att det fanns chili i Marabous godispåse *Twistblandning* i en etablerad tidning men när de försökte få nyheten bekräftad visade det sig vara en bluff som bottnade i ett falskt pressmeddelande. Här har alltså avsändaren lyckats få igenom sitt budskap utan att det har granskats av redaktionen.

Problematiken i det här gör att en undersökning av nyhetsmediers inställning till pressmeddelanden känns rätt, men även aktuellt, att göra. Eftersom det enligt Davies (2009) verkar som att journalistiken blir undermålig då avsändare med en egen agenda får ta plats i medier utan att någon ifrågasätter varför.

## - Tidigare forskning -

### 2.1 Bakgrund

Undersökningen genomfördes med hjälp av fyra Göteborgsmedier som alla intervjuades angående PR, informationsbranschen och pressmeddelanden. I dag finns det cirka 6000 kommunikatörer som är medlemmar i Sveriges Kommunikatörer, en yrkesförening för informatörer och kommunikatörer, jämfört med för 20 år sedan då det fanns 2000 medlemmar. Sedan tillkommer det även en del informatörer som är fackligt anslutna till SACO-facket DIK. När papperstidningen var i sitt esse år 1920 fanns det 189 tidningar registrerade. År 2006 gavs 94 tidningar ut i Sverige.

Göteborgs-Posten säger sig vara Västsveriges största morgontidning med en publik på 600 000 läsare om dagen fördelat på papperstidningen och e-tidningen. GP ska rapportera om nyheter från hela världen men alltid ha Göteborg och Västsverige i fokus. Tidningen grundades 1859 och är liberal. I dag har de 107 medarbetare mot de tidigare cirka 300 för fyra år sedan.

Sedan 1872 har GP varit en regelbundet utgiven tidning. 1860 kom den ut sex dagar i veckan och 1873 övergick tidningen från Bonnierfamiljen till ett aktiebolag. Först 1939 började tidningen ges ut dagligen och 1995 lanserades GP på internet. Göteborgs-Posten har under 2000-talet utvecklats till mediekoncernen Stampen Media Group. Idag har koncernen spridning i hela Västkusten och i stora delar av Mälardalen.

GT kallar sig Västsveriges kvällstidning och kommer ut sju dagar i veckan. Tidningen kom ut första gången 1902, och 1928 utökades redaktionen till totalt sex personer. I dag har GT cirka 20 journalister, en del av dem är anställda i bemanningsföretag. För 25 år sedan översteg antalet fast anställda journalister 150 stycken. Sedan dess har medarbetare köpts ut eller sagts upp.

Sedan 1998 är GT en del av Expressen och fungerar i praktiken som denna tidnings lokalupplaga. Enligt tidningens webbplats ligger den sålda upplagan på ungefär 63 000 exemplar varje dag, mot 10 000 för hela det första året. Under 1930-talet nådde GT över 100 000 exemplar. När lokalkonkurrenten Aftonposten lades ner 1956 ökade GT:s upplaga stort.

Västnytt är sedan hösten 1972 SVT:s regionala nyhetsprogram för Västsverige och bevakar 55 olika kommuner i Västra Götalands län och Hallands län med sammanlagt nästan 1,9 miljoner invånare. Det finns även lokalredaktioner i Uddevalla och Varberg. Totalt har nyhetsprogrammet cirka 40 anställda spridda på de tre orterna. Västnytt har åtta sändningar om dagen och samtliga nyhetssändningar utom den klockan 21.45, som sänds på SVT2, går att se på SVT1.

Sveriges Radio är ett public service-företag som sänder reklamfri radio. De har tre rikstäckande radiokanaler, P1, P2 och P3. P4 består av 25 lokala radiokanaler, bland annat P4 Göteborg, som sänder lokalt under dagtid på vardagar. De presenterar nyheter, aktualiteter, kultur och livsstilsfrågor tillsammans med underhållning. P4 är också kris- och beredskapskanal som ska förse allmänheten med viktig information gällande bland annat trafiken.

Den svenska PR- och informationsbranschen etablerades i mitten av 1900-talet och bortsett från några lågkonjunkturer har branschen haft en stadig utveckling. De senaste 15 – 20 åren har den växt betydligt och särskilt PR-branschen utvecklades kraftigt under 1990-talet. Enligt Larsson (2005) finns det flera anledningar till PR-industrins tillväxt och ökade omfattning. En av dem är ett ökat behov av kommunikativ kompetens hos företag och organisationer, något som hänger samman med en ny marknadskultur i samhället. En annan anledning är de många nedskärningarna som har resulterat i behovet att få tillgång till experter inom området. I början av 1990-talet beräknades antalet anställda i PR-företag till 130 personer. År 2001 låg samma siffra på 925 anställda. (Larsson, 2005).

PR-företagen består av en stor variation av firmor med allt från företag med 150 anställda till enmansföretag. I perioder när branschen går bra startas många nya företag och i sämre tider försvinner några från marknaden. Larsson (2005) beskriver en PR-konsumts arbete med bland annat strategi- och relationsfrågor och för vissa företag organisations- och managementfrågor. Enligt Larsson (2005) finns en principiell gräns men med en bred gråzon mellan PR och marknadskommunikation då de mer och mer har samma arbetsuppgifter.

## 2.2 Tidigare forskning

Enligt tidigare forskning är den ökande mängden pressmeddelanden ett hot mot den objektiva journalistiken. Detta eftersom journalister inte längre själva tar reda på nyheter utan blir matade med information från olika myndigheter och företag (Davies, 2009). Han kallar *journalism* för *churnalism*. Med det menar han att det måste gå fort att få ut nyheter och att man därför inte har tid att kontrollera sanningsgraden. I inledningen av sin bok *Flat earth news* beskriver Davies (2009) några incidenter där en reporter pratar med 26 personer för att kontrollera 48 olika händelser. Ingen reporter kan på det här sättet kolla om alla händelserna stämmer. I Sverige finns forskning som säger samma sak. Att det är tämligen enkelt att få in material i tidningarna, speciellt landsortstidningar upplevs ha begränsad granskning av tillsänt material; man saknar ofta grindvakter med ett annat uttryck (Larsson, 2005).

Mycket i Davies bok handlar om tidsbristen och nedskärningarna på redaktionerna. Färre reportrar förväntas ha samma arbetsuppgifter och arbetsbelastning under en arbetsdag vilket gör att reportrarna inte längre har tid för att göra research och kolla att allt stämmer.

*“This is journalists failing to perform the simple basic functions of their profession; quite unable to tell their readers the truth about what is happening on their patch. This is journalists who are no longer outgathering news but who are reduced instead to passive processors of whatever material comes their way, churning out stories, whether real event or PR artifice, important or trivial, true or false.” (Davies, 2009. s. 59).*

Även Larsson (2005) stöder den här teorin och skriver om krympande redaktioner. Det har skapat ökad stress och resulterat i mindre tid för eget journalistiskt fältarbete och särskilt

för undersökande insatser. Det har i sin tur skapat ett ökat behov av att få tillgång till råmaterial från andra källor utanför redaktionen (Larsson, 2005).

Alla brittiska nyhetsmedier bevakar Press Association, en brittisk nyhetsbyrå, som beskrivs som en hjärteorganisation som alla nyhetsmedier finns runt, och använder sig av deras material. Hit skickas en mängd olika pressmeddelanden och skriftliga offentlighöranden. Nyhetsmedierna i sig kollar dock inte upp bakgrunden i nyheterna som PA levererar. 30 procent av alla nyheter i fem av de största brittiska tidningarna innehöll material som var taget direkt från pressmeddelanden. Enligt Davies (2009) har PA så pass mycket förtroende hos tidningarna att uppgifter från dem inte behöver kollas upp och bekräftas. Nyhetskanalen BBC:s interna riktlinjer säger att journalisterna måste ha minst två källor som bekräftar varje nyhet, men samma riktlinjer gäller inte för PA, då får den publiceras direkt.

I boken uttrycker Davies (2009) sina åsikter om tilliten till PA och att detta är direkt olämpligt. Trots att många tidningar vänder sig till PA för information är det inte en tillräcklig källa för att ta fram det viktigaste och mest intressanta som händer i landet. Det är heller inte lämpligt att lita blint på. Från att ha 20 reportrar, har PA ökat till 70 för att kunna leverera nyheter. De här 70 skulle täcka för de tusentals lokalreportrar som försvunnit i och med redaktioners nedskärningar. Enligt Davies (2009) har inte landets tidningar tillräckligt med resurser för att fylla sina sidor. De måste därför förlita sig på PA. PA har däremot visat exempel på nationella missar. Under 1998 lät PA prins Williams presskontakt redigera och ta bort så mycket som 600 ord i en intervju innan den publiceras. Samma år kommer det ut genom prins Andrew att kungahuset misslett allmänheten under många år, något som många andra medier rapporterat om, däremot inte PA.

Zvi Reich (2010) undersöker i sin studie *Measuring the impact of PR on published news in increasingly fragmented news environments* i vilken utsträckning talespersoner och PR-utövare påverkar publicerade nyheter. Enligt honom finns det fyra primära anledningar till varför detta är intressant. PR:s påverkan på allmänhetens åsikter, den professionella aspekten, trovärdighet samt tillgänglighet. Reich (2010) genomför sin studie genom intervjuer. Reportrar från nio av de ledande israeliska nationella nyhetsmedierna blev tillfrågade att



detaljerat berätta huruvida PR har varit inblandade med information, och i så fall hur mycket information, i de 841 nyheter som blev publicerade under den perioden Reich undersökte. Under intervjun kategoriserades svaren, bland annat om reportern hade fått informationen muntligt, i text, inne i redaktionsrummet eller utanför och så vidare. I sin studie kom Reich (2010) fram till att PR-utövare i allra högsta grad var inblandade. I det totala antalet kontakter reportrar hade haft med källor, 2032 kontakter, hade PR varit inblandade i 38 procent av fallen. Av de 1812 nyhetskällor som fanns med i publicerat material, hade PR i någon form varit inblandad i 36 procent av källorna. PR bidrog med olika mycket material till 73 procent av nyheterna. I de fallen där PR lyckades med att få igenom allt sitt material, låg siffran på 22 procent av nyheterna. Studien visar alltså att nyheter där PR inte har varit inblandade är i minoritet.

Reich (2010) kom även fram till att största delen av kontakten mellan PR och reportrarna inte var via text, utan via telefon eller utanför redaktionsrummet. Journalister är villiga att outsourca viktiga delar av sin professionella roll som nyhetsförmedlare. PR har fått allt större tillgång till allmänhetens åsikter på ett sätt som inte är helt okej, enligt Reich. Genom att hålla sina PR-källor anonyma, till skillnad från andra källor, äventyrar journalister sin etik. När allmänheten inte känner till att PR har varit inblandade i nyheter, kan de inte ha med den variabeln när de är kritiska eller värderar nyheten.

I Sverige får redaktionerna in mer och mer material. Den forskningen som gjorts kan bekräfta att inflödet av pressmeddelanden har ökat extremt kraftigt på senare år (Larsson, 2005). De som skickar pressmeddelanden till redaktionerna vet att de har möjlighet att komma igenom det redaktionella filtret och på så vis få gratis reklam om de hamnar på nyhetssidorna istället för att själva behöva betala för annonsutrymme – sidor som ändå inte läses av lika många (Larsson, 2005). Leveransen från utomstående parter hjälper även redaktionerna att klara sin pressade arbetstakt och fungerar som ett stöd. Men enligt de undersökningar Larsson (2005) har gjort i ämnet kommer han fram till att redaktionerna även skulle kunna bli beroende av denna informationsström och materialförsörjning. De journalister han har pratat med menar att en reporter sällan hinner skaffa sig tillräckliga

kunskaper i ämnet för stunden, då uppstår en risk att han eller hon blir beroende av olika påverkansexperter.

I *Medierna och demokratin* skriver Marina Ghersetti (2012) att nyhetsproduktion handlar om att vissa händelser blir nyheter och andra inte. Den nyhetsvärdering som sker på en redaktion behandlar händelser likt *gatekeepingteorin*, det vill säga tar de beslut som bestämmer vilka händelser som blir nyheter och vilka som inte blir det. Ghersetti refererar till Shoemakers forskning där hon menar att det finns fem olika nivåer där gatekeeping sker: hos den enskilde journalisten och aktören, i de rutiner och den praxis som tillämpas i nyhetsproduktionen, i nyhetsorganisationen, på medienivå samt på samhälls- och politisk nivå (Ghersetti 2012). De här olika nivåerna bestämmer vilken mix innehållet på nyhetssidorna alternativt nyhetssändningen har.

Det som är värt att notera när man pratar om kommunikatörer, informatörer och PR-konsulter är att kommunikationen allt som oftast är ensidig. Det är nästan alltid dessa människor som hör av sig till journalisterna och inte tvärtom. Journalisterna verkar även tycka att de kan vara utan dessa kontakter i de allra flesta fall (Larsson, 2005).

## - Teoretisk inramning -

Journalister bör representera allmänhetens intresse medan PR-konsulter, informatörer och kommunikatörer arbetar för olika särintressen (Nord & Strömbäck, 2012). Varken i verkligheten eller i forskningen är gränsen så tydlig. Men då och då dyker det upp exempel i media, till exempel en artikel i Dagens Nyheter (21 juni, 2011) med rubriken *Uppdrag: förklara budgeten*. I artikeln konstaterades att finansdepartementet anlitar PR-konsulter för 287 500 kronor för att beskriva det nya finanspolitiska ramverket.

Ett annat exempel är att PR-byråer ofta anlitas för att skriva debattartiklar i svenska medier, det skriver bland annat tidningen Journalisten i en artikel med rubriken *PR-byråer: ”Debattartiklar skrivs mot betalning”* (25 september, 2013). Där har tidningen Journalisten varit i kontakt med ett 30-tal PR-byråer, och där endast tre av byråerna uppger att de aldrig skriver debattartiklar för kunder. Det PR-konsulterna berättar för Journalisten är att det inte alltid är den uppdragsgivare som betalar PR-byrån för att skriva debattartikeln som finns med bland underskrifterna av artikelns författare. En orsak till det är att byrån i så fall skulle vara för mycket ”part i målet”. Ett förtydligande exempel är om Vd:n för ett kärnkraftsbolag anlitar en PR-byrå för att skriva en positiv debattartikel om kärnkraft. Det kan då hända att de även får i uppdrag att hitta någon betydelsefull person som kan stå som författare av artikeln.

Att försöka påverka medier och journalister är numera något som många, kanske i stort sett alla aktörer och institutioner som finns i samhället arbetar med (Nord & Strömbäck, 2012). Yrkesföreningar för informatörer, kommunikatörer och PR-konsulter har stärkt sina positioner, och även de har författat etiska koder. Högre utbildning och forskning inom public relations har etablerats. Parallellt med professionaliseringen av PR-branschen så menar en del forskare att journalistiken har de-professionaliserats (Nord & Strömbäck, 2012). Det här som en följd av sämre arbetsvillkor, som i sin tur bland annat orsakas av struktur- och teknikförändringar inom mediebranschen. Den starka samhällsposition som journalistiken successivt fick under 1900-talet utmanas alltmer. Ur ett samhällsperspektiv

så är frågan om vem som styr eller formar de föreställningar som förmedlas i medierna av stor demokratisk betydelse.

I grunden ska journalistiken fungera som en viktig pelare i en demokrati (Nord & Strömbäck, 2012, s.16). För att en demokrati ska kunna fungera krävs det nämligen att det finns ett system för debatt och för en dubbelriktad informationsförmedling: medborgarna behöver information om vad de valda politikerna har för åsikter och vad de gör, och de behöver information om aktuella samhälls skeenden. Samtidigt behöver också de valda politikerna information om aktuella samhälls skeenden och problem, vid sidan av att de behöver information om medborgarnas åsikter och värderingar. Informationen bör dessutom vara så offentlig som möjligt, för att den ska kunna ligga till grund för debatt, diskussion och dialog (Nord & Strömbäck, 2012, s.16). Trots att medielandskapet har förändrats under de senaste decennierna kvarstår de här demokratiska behoven. För att den fria åsiktsbildningen ska kunna fungera krävs det dock att medierna tillhandahåller mer än underhållning, reklam eller propaganda. Den svenska pressutredningen från 1994 säger:

*”massmedierna fullgör tre uppgifter som är särskilt angelägna för den fria åsiktsbildningen, nämligen uppgiften att förse medborgarna med sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor, uppgiften att granska de inflytelserika i samhället och uppgiften att låta de olika åsikter och kulturyttringar komma till tals”*

*(SOU 1995:37, s156)*

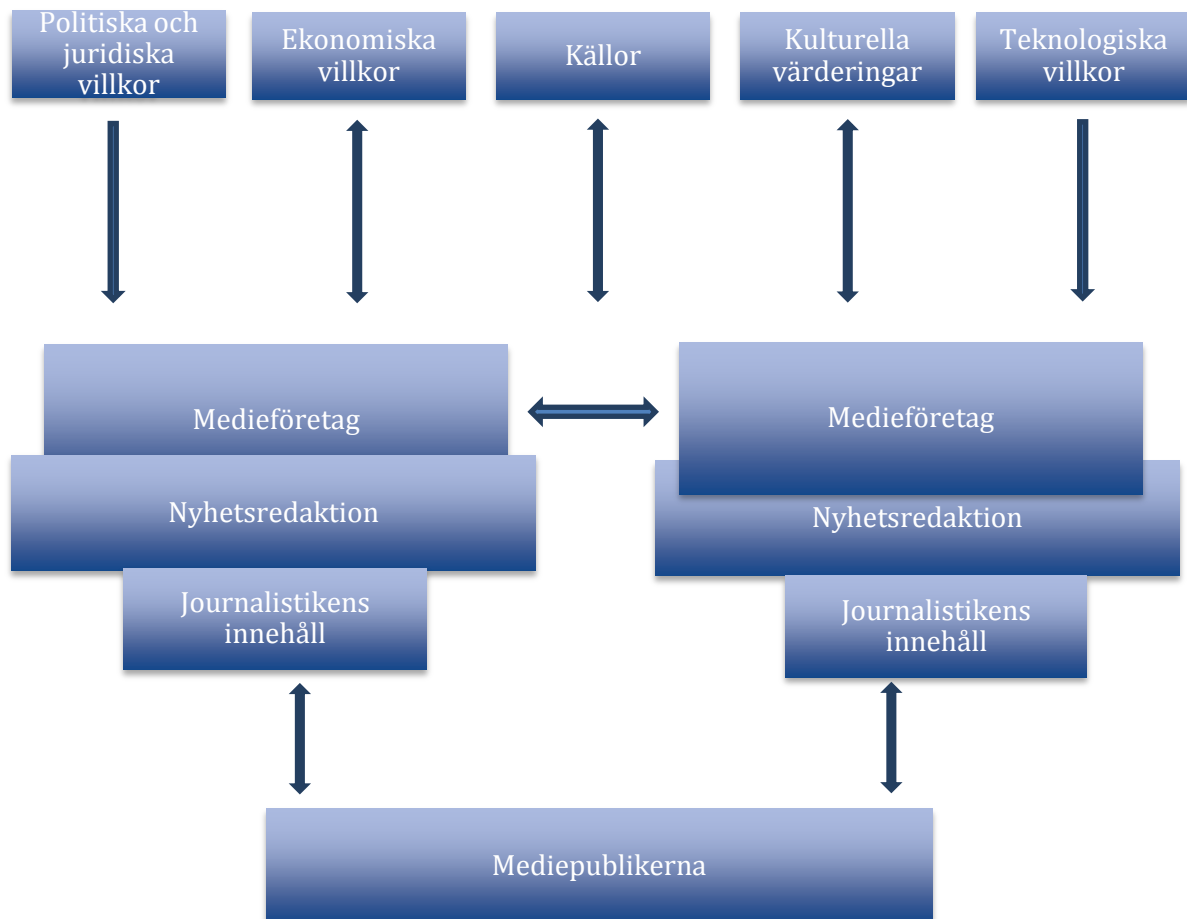
Det man kallar ”mediernas demokratiska uppgifter” är att informera, granska och vara ett forum för debatt. Medierna ska bidra till en fungerande åsiktsbildning och i förlängningen en fungerande demokrati. Det här har betydelse för diskussionen om journalistikens innebörd, eftersom det framför allt är genom att tillhandahålla journalistik som medierna lever upp till de moraliska krav som demokratin ställer på medierna. Underhållning, reklam och konsumentinformation kan man även hitta i medier i icke-demokratiska länder. En oberoende journalistik som informerar, granskar och ger utrymme för en kritisk debatt hittar man bara i demokratier (Nord & Strömbäck, 2012)

För att journalistiken ska kunna informera och granska på ett sätt som gör det möjligt för människor att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor, krävs det emellertid att journalistiken strävar efter att ge så allsidiga och sanningsenliga bilder av verkligheten som möjligt. Annars övergår informationen till att bli desinformation. Ett likartat tänkande återfinns också i de svenska etiska reglerna för press, radio och tv (Svenska journalistförbundet). Ett regelverk som ska följas av svenska journalister. Där skriver man bland annat att *"massmediernas roll i samhället och förtroendet för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling"*. Man skriver även *"var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer."* Under yrkesregler för journalister kan man även läsa *"ta inte emot journalistiska uppdrag av personer utanför en redaktionell ledning."*, *"ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att hindra eller inskränka berättigad publicitet eller i avsikt att skapa publicitet som inte är journalistiskt motiverad."*, samt *"ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter."* (Etiska reglerna för press, radio och tv. Svenska journalistförbundet).

Det finns sju krav som kan anses vara rimliga att ställa på ett medieinnehåll som kallas journalistiskt och vars syfte är att informera (Nord & Strömbäck, 2002). De är: 1) att tillämpa principen om två av varandra oberoende källor och låta olika sidor komma till tals, 2) att i huvudsak vara beskrivande, och i den mån tolkningar förekommer, 3) att tydligt skilja mellan fakta å ena sidan och tolkningar och spekulationer å den andra, 4) att tydligt skilja mellan bekräftade och obekräftade uppgifter, 5) att vara tydlig med vilka källor som använts, 6) att inte dramatisera på ett sätt som suddar ut gränsen mellan fakta och fiktion, 7) att inte anspela på allmänt hållna stereotyper och fördomar på ett sätt som bidrar till att de sprids och förstärks (Kovach & Rosentiel, 2001;2010. Nord & Strömbäck, 2002).

Genom att tillhandahålla en journalistik som lever upp till bland annat de kraven bidrar medierna till en fungerande åsiktsbildning och en fungerande demokrati och då får medborgarna tillgång till den information de behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor.

I verkligheten formas inte journalistiken utifrån de abstrakta idealen som finns, även om många journalister drivs av ambitionen att producera en så god journalistik som möjligt. I verkligheten formas journalistiken i ett ständigt samspel mellan olika faktorer, både inom och utom medierna (Nord & Strömbäck, 2012. s.23). Dessa faktorer påverkar både mediernas makt och journalistikens innehåll. Se figur 1.



Figur 1. Faktorer med betydelse för mediernas innehåll. Källa: Nord & Strömbäck, 2012. Kapitel 1.

Det kan dock göras en skillnad mellan externa och interna faktorer, det vill säga faktorer utom respektive inom medierna (Nord & Strömbäck, 2012. s.25). Det innehåll som medierna producerar är ett resultat av en process där medierna och nyhetschefernas egna överväganden, värderingar och omständigheter spelar en roll. Därför kan man eventuellt beskriva det innehåll som finns i medierna som ett resultat av en byteshandel mellan medierna och aktörerna utanför medierna, där de senare erbjuder uppmärksamhet i utbyte mot information (Nord & Strömbäck, 2012).

Medierna är dock inte bara beroende av lagar och politikens goda vilja. All medieverksamhet kostar pengar och de kommersiella förutsättningarna är därför väldigt betydelsefull (Nord & Strömbäck, 2012). Medierna har i princip alltid varit beroende av lönsamhet, men över tid och i takt med en hårdnande konkurrens om såväl publiken som annonsörernas pengar har ekonomiska målsättningar fått större tyngd på bekostnad av publicistiska ambitioner (Nord & Strömbäck, 2012). Stora dagstidningar och etermedieföretag som förr fungerade på mycket stabila marknader är idag omgärdade av nya konkurrenter, vilket i grunden förändrat de ekonomiska förutsättningarna för medieföretagen (Nord & Strömbäck, 2012).

Den ökade konkurrensen har skapat strukturförändringar av mediebranschen med ett allt mer koncentrerat ägande och integration mellan olika medieföretag och olika typer av medieverksamheter. Ägandet är emellertid inte bara en fråga om hur mycket som ägs av vem, utan också om vilka ägarna är och vad som är deras mål med ägandet (McManus, 1994). I Sverige har det funnits en tradition av ägare med uttalade publicistiska värderingar, men utvecklingen både här och i omvärlden visar att nya aktörer på medieområdet ofta styrs av mer vinstdrivande motiv (Nord & Strömbäck, 2012).

Det är den teknologiska utvecklingen som har varit en drivkraft för både politiska och marknadsmässiga förändringar i mediebranschen. Det ökade medieutbudet och den ökade tillgängligheten har gjort det till en betydligt svårare uppgift att genom en aktiv mediepolitik stimulera mångfald och bedriva en journalistik som informerar, granskar och debatterar (Nord & Strömbäck, 2012).

Ett mycket stort inflytande över mediernas innehåll utövas av källorna, alla de institutioner, organisationer och individer som finns utanför medierna, och som har ett mycket stort intresse av att medierna förmedlar en god bild av dem. Det är särskilt viktigt i en stark medieberoende demokrati, där andra eller alternativa kommunikationsvägar inte är lika betydelsefulla än vad de var tidigare.

Källornas inflytande över innehållet i medierna är inte givet, utan varierar med en rad olika faktorer. I de flesta studier av området kan ett stort genomslag konstateras för olika typer av elitkällor, alltså stora företag, höga politiska ledare, viktiga opinionsbildare och experter (Nord & Strömbäck, 2012, s.29). Delvis hänger elitkällornas starka ställning samman med deras samhällsposition, delvis också med att det vanligen är elitkällorna som har de bästa resurserna för att påverka medierna. Det kan gälla allt från generella mediestrategier till bearbetning av enskilda reportrar och tillhandahållandet av olika typer av nyhetsdramaturgiskt anpassade utspel och händelser.

Källornas betydelse handlar till en stor del om vilka resurser de har för att påverka nyhets- och informationsförmedlingen, jämfört med de resurser som medierna har. Det råder ett maktspel mellan redaktioner och professionella källorganisationer (Nord & Strömbäck, 2012, s.29).

Stora redaktioner med publicistiska ambitioner och specialkunskaper ställer sig i många fall mer kritiska till försök till yttre nyhetsstyrning, medan personalglesa redaktioner tacksamt publicerar ett välskrivet pressmeddelande eller sänder ut ett kärnfullt citat. Generellt kan dock konstateras att public relations (PR), och ”news management” är verksamheter i snabb kunskapsutveckling, medan motsvarande inte kan sägas om medierna i allmänhet (Nord & Strömbäck, 2012).

De skärpta kraven på god lönsamhet påverkar hela organisationen i medieföretaget. När det gäller det journalistiska utbudet ställs krav på att detta ska attrahera en tillräckligt stor del av den potentiella publiken (Englund & Wormbs, 2007) (Croteau & Hoynes, 2001). Där hänsyn tidigare togs till vad som var politiskt eller journalistiskt motiverat att berätta görs också en bedömning av om denna berättelse är publikt intressant. Föreställningar om vad publiken vill ha spelar en stor roll för marknadsstyrda medier, för om man inte levererar detta medieinnehåll riskerar publiken att gå förlorad till ett konkurrerande medieföretag (Nord & Strömbäck, 2012).



Den expansionen av PR-branschen som skedde under 1990-talet, mellan 1992 och 1996, var väldigt stor (Falkheimer, 2012). Det var då myndigheter, företag och andra organisationer anställde allt fler informatörer. Med framväxten av nya och sociala medier har den maktbalans som tidigare fanns mellan journalistiken och PR-branschen rubbats, och kanske även yrkesrollerna, fortsätter Falkheimer (2012). Gränsen mellan de olika yrkesrollerna är inte längre lika tydliga. Med sociala medier och ny teknik har även nya kommunikationskanaler tillkommit som informatörer och PR-konsulter kan använda sig av. Dock används fortfarande de traditionella verktygen för medierelationer och news management, pressmeddelanden och presskonferenser, ofta. Men de börjar utmanas av nya kommunikationsformer (Falkheimer, 2012).

Denis McQuail tar även upp de olika roller som media har idag i *McQuail's Mass Communication*. Media har flera olika roller, vissa är tämligen lika och vissa skiljer sig från varandra. Media kan fungera som: 1) ett fönster till händelser. Som breddar vår syn och som gör det möjligt för oss att se för oss själva vad som händer, utan någon inbladning från andra, 2) en spegling av händelser i samhället och världen, den kan dock vara snedvriden. Dessutom bestäms vinkeln och riktningen av spegeln av andra och därför är vi mindre fria att se vad vi vill, 3) ett filter eller en grindvakt som väljer vilka delar av en händelse som ska få särskild uppmärksamhet och som stänger av vissa synsätt och röster, vare sig det är avsiktligt eller inte, 4) en vägvisare, guide eller tolk som visar vägen och gör det som annars kan vara svårt att förstå, förståeligt, 5) ett forum eller en plattform för presentation av information och idéer till en publik, oftast med möjligheter till reaktioner och feedback, 6) en samtalspartner eller informerande partner i en konversation som inte bara går ut på att informera utan även med respons på ett interaktivt sätt (McQuail, 2000).

I Sverige är mediabranschen idag en bransch i kris. Det görs ständiga nedskärningar i lokaljournalistiken, 13 av TV4s lokalredaktioner har lagts ner, Metros redaktioner i Göteborg och Malmö har försvunnit och nedskärningar görs både på GP och GT. Davies (2009) skriver om Press Association som en otillräcklig källa för brittiska nyhetsmedier och ger exempel på nationella missar som gjorts på grund av bristen på tid och resurser. Det här är något som skulle kunna hända även i Sverige när redaktionerna minskar och men samma arbets-

belastning på reportrarna består. Reich (2010) har i sin forskning kommit fram till att en stor del av alla nyheter som publiceras i Israelska nyhetsmedier tar delar av eller hela sitt innehåll från pressmeddelanden. Nyheter där PR inte var inblandat var i minoritet.

En hypotes som uppsatsmakarna har är att nedskärningarna skadar kvalitén på journalistiken då det inte finns tid och resurser till att själv, som oberoende reporter, leta upp relevanta och intressanta nyheter samt egna källor. Fortsatta nedskärningar skulle kunna innebära en risk att inte bara reportrarnas jobb tar skada utan även de som värderar nyheterna, nyhetscheferna, får mindre tid till nyhetsvärderingen. En sådan nedskärning skulle kunna leda till att gatekeeping, en teori om att händelser ska passera flera ”grindar” innan de publiceras som nyheter, inte längre appliceras på nyhetsredaktioner i Sverige. En hypotes är att det här, tillsammans med den kraftiga ökning av informatörer, kommunikatörer och PR-byråer, skulle kunna göra att det blir lättare för pressmeddelanden att komma igenom ”grindarna” och publiceras som nyheter.

Journalistiken ska vara en pelare i demokratiska länder. Sverige är ett demokratiskt land och därmed ska den svenska journalistiken bidra till demokratin. Det genom att bidra till den fria åsiktsbildningen genom att informera, granska och vara ett forum för debatt. Förutsättningarna för de här kraven är inte de samma som de var för några decennier, eller endast några år, sedan. För att journalistiken ska klara av de här uppgifterna krävs det att man strävar efter att ge en så allsidig och sanningsenlig bild av verkligheten som möjligt, annars övergår informationen till desinformation. Men idag påverkas det journalistiska innehållet allt mer av yttre faktorer. En av de faktorerna som har blivit central och betydelsefull är den kommersiella och ekonomiska faktorn. När det tidigare främst gjordes en bedömning om ett material var journalistiskt intressant, görs det nu en kommersiell bedömning. I takt med att jakten på klick, visningar, läsare och köpta exemplar ökar, och journalisterna på redaktionerna blir färre, kan även källornas inflytande över innehållet i medierna öka. När kommunikatörer, informatörer och framför allt PR-byråer är verksamheter som utvecklas och blir allt skickligare, samtidigt som vi har en mediebransch i kris, kan det journalistiska innehållet påverkas.

## - Syfte och frågeställningar -

Syftet med den här uppsatsen är att undersöka hur många nyheter som bottnar i pressmeddelanden. Kan nedskärningar i journalistbranschen leda till ett ökat användande av pressmeddelanden? Hur ser några av Västsveriges nyhetsredaktioner på saken och hur arbetar de med det? Händer det att pressmeddelanden går rakt igenom redaktionens granskande ögon? Uppsatsen ämnar också undersöka huruvida nyhetsmedier gör skillnad på pressmeddelanden från olika avsändare, exempelvis från myndigheter och mer kommersiella företag. Kan man dela in avsändare i två olika grupper och göra skillnad på deras trovärdighet?

### Frågeställningar

- Hur många nyheter kommer från pressmeddelanden?
- Vad är västsvenska nyhetsmediers inställning till pressmeddelanden och hur används pressmeddelanden i nyhetsjournalistiken?
- Kan man dela in avsändare i olika grupper – vissa viktigare än andra?
- Vad tycker medierna om den växande informatörs-, kommunikätörs- och PR-branschen och dess påverkan på journalistiken?

## - Urval och metod -

### 5.1 Urval

Uppsatsens urval består av fyra intervjuer med nyhetscheferna för fyra stora Västsvenska nyhetsmedier. Valet har fallit på Göteborgs-Posten (GP), GT, Västnytt samt P4 Göteborg. Urvalet är avgränsat till de här medierna då de har ungefär samma täckningsområde och kan nå samma publik. De är de största nyhetsmedierna i Göteborgsområdet. Medierna går även att dela upp i fyra kategorier: dagstidning, kvällstidning, tv och radio.

Eftersom att det är nyhetssidorna alternativt nyhetssändningarna som undersökningen behandlar har valet av intervjupersoner fallit på mediernas respektive nyhetschefer. Undantaget är GT där nyhetscheferna var otillgängliga, därför gjordes den intervjun med redaktionschefen. Valet beror även på att det ofta är nyhetschefernas arbetsuppgift att gå igenom inkommen korrespondens. Det är även de som nyhetsvärderar materialet som kommer in till redaktionen och bestämmer vilka pressmeddelanden som kommer med i tidningen eller sändningen. På så sätt fungerar nyhetscheferna som en av de grindar som material enligt gatekeepingteorin måste gå igenom för att bli nyheter.

För att få mer underlag och material till uppsatsen har vi även undersökt de fyra medierna och deras nyhetsrapportering under två dagar. Undersökningen gjordes tisdagen den 4 november 2014 och fredagen den 21 november 2014. De två dagarna är slumpmässigt utvalda och två andra dagar hade kanske kunnat ge ett annat resultat.

Undersökningen innefattar en kartläggning över var nyheterna kommer ifrån – hur många nyheter som bottnade eller helt kom från pressmeddelanden. Analysen är begränsad till tidningarnas pappersutgåvor samt etermediernas huvudsändning för dagarna. För P4 Göteborg innebär det två huvudsändningar, 07.30 och 16.30. Västnytt's huvudsändning sänds 19.15. Urvalet är begränsat till tidningarnas nyhetssidor och exkluderat är förutom sport- och kultursidorna även notiser då de är så pass små.

Notiserna exkluderas av olika anledningar, bland annat för att begränsa mängden material från papperstidningarna, men även för att få en balans mellan de olika medierna eftersom Västnytt och P4 Göteborg inte har lika stort utrymme i sina nyhetssändningar som GP och GT har i sina pappersutgåvor. De artiklar i GP och GT som är av det större slaget kan även jämföras med nyheterna i Västnytt och P4 Göteborgs sändningar. Sport- och kulturnyheter har valts bort eftersom uppsatsens fokus ligger i att granska pressmeddelandens förekomst i nyhetsjournalistiken. Detta då kravet på objektivitet och oberoende är som högst inom nyhetsjournalistiken och den dessutom syftar till att rapportera och informera allmänheten på ett annat sätt än sport- och kulturnyheter. I båda Västnytt:s sändningar förekommer dock ett sporttelegram och ett kulturellt inlägg. De är medräknade eftersom de nämns i nyhetssändningen och inte i den efterkommande sport- eller kultursändningen.

Hade vi valt att inte exkludera notiser, sport och kultur hade vi fått ett större underlag och resultatet hade antagligen sett annorlunda ut. Resultatet hade dock inte svarat på det uppsatsen ämnar undersöka.

## 5.2 Metod

Uppsatsens syfte är att ta reda på hur många pressmeddelanden som kommer in i Västsvenska nyhetsmedier. För att få svar på det var vår första tanke att undersöka P4 Göteborgs nyhetssändningar och ta del av samtliga inkomna pressmeddelanden för att kunna se hur många av dem som användes som nyheter. Om vi kunde få ta del av inkomna pressmeddelanden under en månad och sedan jämföra med vilka händelser det rapporterades om i nyhetssändningarna skulle vi få fram exakt hur stor del av inkomna pressmeddelanden som blev nyheter. Efter att ha tagit kontakt med P4 Göteborg och fått avslag på förfrågan om att ta del av de inkomna pressmeddelandena insåg vi att det inte gick.

Istället ville vi då under en veckas tid undersöka nyhetsinnehållet i fyra Västsvenska nyhetsmedier för att ta reda på hur stor del av de publicerade nyheterna som bottnade i pressmeddelanden. Vi valde fyra olika typer av nyhetsmedier: Göteborgsposten som är en morgontidning, GT som är en kvällstidning, Västnytt som är tv samt P4 Göteborg som är radio. Efter att ha haft kontakt med samtliga medier och fått veta att resurser inte fanns för

att förse oss med information om de publicerade nyheterna valde vi att själva ta reda på ursprunget. Detta ville vi göra genom att ringa upp berörda aktörer i de artiklar och inlägg som publicerats den veckan. Här bestämde vi oss för att endast undersöka en dag då det föreföll mycket tidskrävande att själva kartlägga en hel veckas nyheter genom att ringa upp samtliga aktörer. Efter den dagen valde vi att lägga till en dag för att få lite mer data att analysera samt att ha något att jämföra med. Hade vi undersökt en hel vecka som vi först ville hade den känts mer trovärdig och haft mer tyngd.

För att få mer insyn och förståelse för hur redaktionerna arbetar intervjuade vi nyhetscheferna på de valda medierna. För att få svar på våra frågeställningar arbetade vi fram ett antal intervjufrågor som vi använde till samtliga intervjuer. Med undersökningen som underlag ställde vi frågor om arbetet med och synen på pressmeddelanden. Vi valde att intervjua nyhetscheferna då det är de som mer eller mindre bestämmer vilka händelser som ska bli nyheter. Vi besökte redaktionerna och intervjuade cheferna på plats. På GT intervjuade vi dock redaktionschefen då nyhetschefen inte hade tid att träffa oss. Intervjufrågorna gjordes utifrån frågeställningarna och bidrog alla till att ge svar på uppsatsens syfte. Se bilaga 1.

Förutom de tidigare bestämda intervjufrågorna fick intervjupersonerna även kommentera resultatet hos respektive medium från innehållsgranskningen. Ytterligare en intervju gjordes sedan med Hans Peterson Hammer på telefon där även han fick kommentera Västnyttens resultat eftersom att den första intervjun med honom ägde rum innan undersökningarna. Intervjuerna tog mellan 20 och 40 minuter och transkriberades sedan. Intervjuerna ihop med data från analysen av nyhetsmedierna har sedan använts som underlag för att besvara frågeställningarna.

## - Resultat och analys -

Resultatet för den här uppsatsen bygger på en granskning av ursprunget av nyheter – hurvida de mer eller mindre bygger på ett pressmeddelande eller inte. Granskningen gjordes av nyhetssidorna i Göteborgs Posten och GT samt nyhetssändningarna i P4 Göteborg och Västnytt under tisdagen 4 november 2014 och fredagen 21 november 2014. Uppsatsen bygger även på intervjuer gjorda med; Sofia Dahlström, nyhetschef på Göteborgs Posten, tisdagen 18 november 2014 klockan 10.00. Björn Lindsten, redaktionschef på GT, onsdagen 19 november 2014 klockan 14.30. Andreas Kron, nyhetschef på P4 Göteborg, onsdagen 19 november 2014 klockan 9.00. Samt två intervjuer med Hans Peterson Hammer, nyhetschef på Västnytt, tisdagen 4 november 2014 klockan 13.00 och en telefonintervju torsdagen 27 november 2014 klockan 10.15.

### **6.1 Hur många nyheter kommer från pressmeddelanden?**

Undersökningen har visat att de olika nyhetsmedierna i olika hög grad använder sig av pressmeddelanden. Det som är gemensamt för alla är att de inte låter pressmeddelandena gå rakt igenom utan att man skriver om och gör informationen till sin egen nyhet.

I GP bottnade sex av 14 inrikesnyheter under tisdagen den 4 november i pressmeddelanden. Inget av pressmeddelandena hade gått rakt in i tidningen utan användes som vilket tips som helst. Man gjorde sin egen nyhetsvinkling med pressmeddelandet som grund. Enligt nyhetschef Sofia Dahlström är det en hyfsat rättvisande bild över hur det brukar se ut i tidningen. Fredagen den 21 november bottnade endast två av 14 nyheter i pressmeddelanden. Även då användes pressmeddelandena endast som grund i artiklarna. Av de åtta nyheter som bottnade i pressmeddelanden så kom sex av dem från olika myndigheter; EU-kommissionen, skolinspektionen, Partille kommun, Lerums kommun, jordbruksverket. Av de övriga två kommer ett pressmeddelande från företaget Volvo Cars och ett från projektet Företagsamma Västra Hisingen, som ägs av Västra Hisingens stadsdelsförvaltning. Av de övriga 20 nyheterna var sex egna nyheter, sju kom från TT och fem stycken handlar om

aktuella händelser, exempelvis Göran Johanssons begravning och Bergsjön-rättegången. Två nyheter kategoriseras under övrigt, de kom i detta fall från SMHI och Ttela.

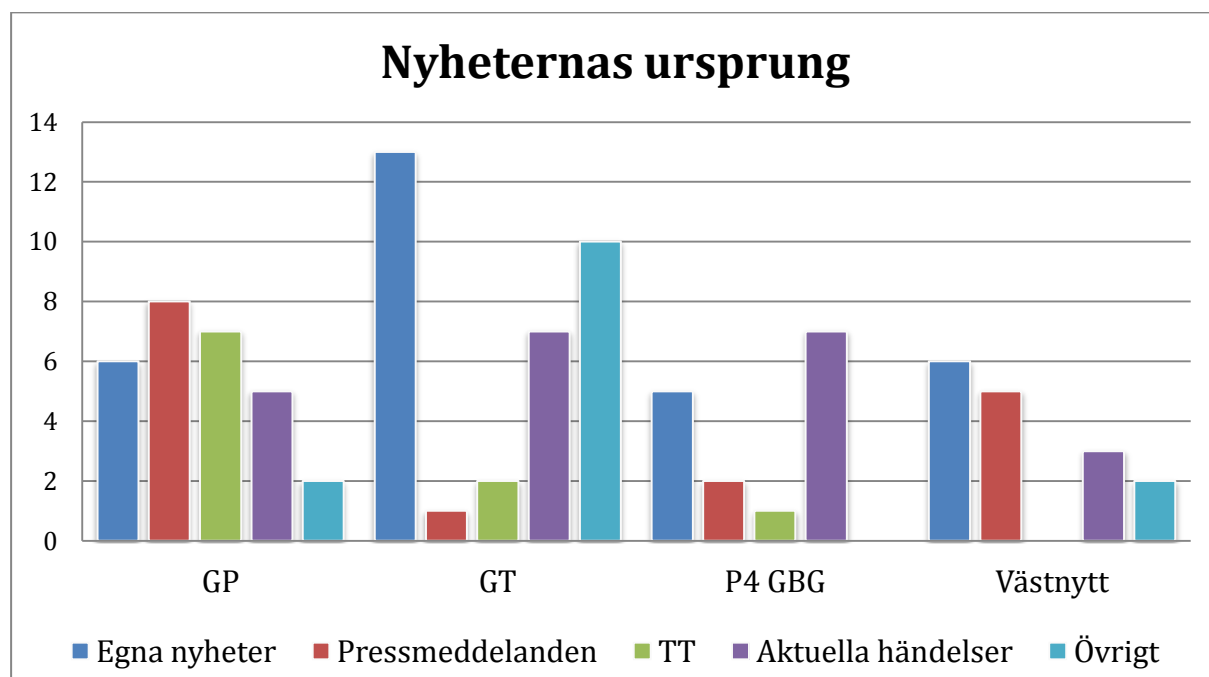
GT hade väldigt få pressmeddelanden med på sina nyhetssidor. Tisdagen den 4 november kom ingen nyhet från ett pressmeddelande och fredagen den 21 november bottnade endast en av 14 nyheter i pressmeddelanden. Enligt GT:s redaktionschef Björn Lindsten använder de sig väldigt sällan av pressmeddelanden vilket stämmer överens med undersökningen. Han säger att fler pressmeddelanden återfinns på nöjessidorna. De nyheter de rapporterar om är mer av kriminalslaget och kommer från samtal med polisen eller från domar. Han tror att det ser ut så då de inte har samma redovisningsplikt som de övriga nyhetsmedierna i undersökningen. GTs enda pressmeddelandenyhet kommer från Passion for Business som är ett magasin och medlemsnätverk för kvinnor. Många av GTs nyheter handlar om kriminalhändelser och olyckor, därför är sju av de publicerade nyheterna aktuella händelser. 13 nyheter är egna och två kommer från TT. Tio kategoriseras som övrigt, exempelvis från en kinesisk nyhetsbyrå och sociala medier.

P4 Göteborg hade tisdagen 4 november i sin morgonsändning tre inslag, inget av de bottnade i pressmeddelanden. I eftermiddagssändningen hade de fyra inslag, varav två definitivt bottnade i pressmeddelanden och ett delvis fanns som pressmeddelande men enligt nyhetschef Andreas Kron hade de även haft egen koll på det. Fredagen 21 november hade de inga pressmeddelanden i morgonsändningen och i eftermiddagssändningen bottnade en av nyheterna i ett pressmeddelande. Andreas Kron säger att de ska ha mer egna nyheter i sin morgonsändning eftersom de då har sin största publik, och då behöver berätta sina bästa nyheter. På eftermiddagen är det reaktioner på andras nyheter, pressträffar eller pressmeddelanden, eller någon fortsättning på inslag som varit på morgonen. Det som Andreas Kron säger stämmer överens med den undersökningen vi har gjort. Pressmeddelandenyheterna som det rapporterades om kommer från SMHI samt Regionpolitikerna, som är en del av Västragötalandsregionen. P4 hade totalt 15 nyheter under de två dagarna. Fem var egna nyheter, en kom från TT och sju nyheter var aktuella händelser, även här rapporterades det om Göran Johanssons begravning.



Västnytt hade åtta inslag och telegram i sin huvudsändning tisdagen den 4 november, varav tre var från pressmeddelanden. På fredagen den 21 november bottnade två av åtta inslag i pressmeddelanden. Två av de fem pressmeddelandena är skickade från Socialdemokraterna och landstingspolitikerna. Övriga kommer från SMHI, Göteborgsoperan samt en miljöorganisation. Av Västnytt's 16 nyheter var sex egna nyheter, inga kom från TT och tre var aktuella händelser, exempelvis ett överklagande från Halmstads tingsrätt.

Resultatet tyder på att det är pressmeddelanden från myndigheter och kommuner som används mest av medierna och blir nyheter. Pressmeddelanden från kommersiella aktörer får inget stort utrymme. Även intervjupersonerna är av samma uppfattning när det gäller vilka aktörer som får ta plats i nyhetsmedierna. Av de övriga nyheterna är ursprunget blandat, i vissa fall hade medierna egen bevakning, i vissa fall är det tips till redaktionerna eller journalisterna och ibland kom nyheten direkt från TT. Något som var anmärkningsvärt i GP fredagen den 21 november var att fem av 14 nyheter kom från TT. Nyheter som går rätt in i tidningen utan att man själv skriver om eller kollar upp nyheten. Sofia Dahlström, nyhetschef på GP säger att de har stort förtroende för TT och betalar dyra pengar för deras avtal med dem. Det är meningen att TT's material ska kunna gå rakt in i tidningen. Enligt Sofia Dahlström är det här de köper sig luften att kunna göra eget, fördjupande material.



Figur 2. Nyheterens ursprung under 4 november och 21 november sammanlagt. Resultaten bygger på uppsatsens undersökning.

Undersökningen visade också hur stor del av nyheterna, rent procentuellt, som bottnade i pressmeddelanden. Under de två dagar vi har undersökt såg det ut som följande:

- GP hade 42 procent respektive 14 procent.
- GT hade noll procent respektive sju procent.
- P4 Göteborg hade noll procent respektive 25 procent den 4 november och noll procent respektive 25 procent den 21 november.
- Västnytt hade 37 procent respektive 25 procent.

Efter att ha tittat på procentsatserna anser vi att det är till viss del missvisande att jämföra de olika medierna mot varandra. Det eftersom de har olika många inslag och artiklar. Till exempel har GP plats för många fler nyheter och då även egna nyheter än till exempel Västnytt som har ett mer begränsat utrymme. Anmärkningsvärt är ändå skillnaden mellan GP och GT, som har ungefär motsvarande utrymme för sina nyhetsartiklar. Där GP har använt sig av betydligt fler pressmeddelanden än vad GT har gjort. En förklaring till det kan enligt Björn Lindsten, redaktionschef på GT, vara att de inte har samma redovisningsplikt som GP. Han menar att om exempelvis socialdemokraterna skickar ut ett pressmeddelande som berör Göteborg så kan det vara så att GP känner en press att förmedla det till sina läsare. GT å andra sidan gör en övervägning om det är något deras läsare går igång på, det vill säga om pressmeddelandet är mer kommersiellt och kvällstidningsmässigt. De tar med nyheter som de tror att deras publik och lösnummerköpare vill läsa – inte de som de nödvändigtvis behöver läsa. Björn Lindsten säger att de ofta väljer bort liknande pressmeddelanden och att de försöker skapa egna nyheter.

## **6.2 Vad är västsvenska nyhetsmediers inställning till pressmeddelanden och hur används de i nyhetsjournalistiken?**

Genom undersökningen och de intervjuer som gjorts med nyhetschefer och redaktionschef verkar nyhetsmedierna i stort vara positivt inställda till pressmeddelanden. De behandlar pressmeddelanden som vilket tips som helst, som de kollar upp och sedan använder som grund i en artikel eller i ett inslag.

GP:s nyhetschef Sofia Dahlström säger att de behandlar pressmeddelanden som vilket källmaterial som helst, om det känns relevant och intressant. Då beaktar de även vem som är avsändaren. Hon menar att det nödvändigtvis inte är något dåligt med pressmeddelanden, men att de inte är beroende av pressmeddelanden utan skulle hitta nyheter ändå. Sofia Dahlström menar även att GP är mer beroende av tips än av pressmeddelanden.

Andreas Kron, nyhetschef på P4 Göteborg, säger att pressmeddelanden kan vara ganska okej ”mellanmjölk”. Med det menar han att P4 inte bara kan ha toppnyheter i varje sändning och då behövs bland annat pressmeddelanden för att fylla ut. Morgonsändningen klockan 07.30 är sju minuter lång och är nyhetssändningen med störst publik. Då kan de enligt Andreas Kron inte ha sju minuter jättebra material, utan då måste man blanda högt och lågt. Han menar också att vissa pressmeddelanden är mer nödvändiga än andra. Exempelvis ett pressmeddelande om att den svenska Dj:n Avicii hade blivit bokad till musikfestivalen Summerburst och att han skulle ha en konsert i Göteborg. Det är en sådan nyhet som de vill berätta, men som de i de flesta fall bara får information om via pressmeddelanden.

Hans Peterson Hammer på Västnytt är tveksam till att de är beroende av pressmeddelanden. Eftersom de är en renodlad nyhetsredaktion och nyhetsförmedlare med liten fokus på sport- och nöjesjournalistik är det väldigt få kommersiella pressmeddelanden som de använder sig av. Däremot är de beroende av att få pressmeddelanden från myndigheter. Han berättar att för trettio år sedan hade redaktionerna rundor där reportrarna gick till de olika myndigheterna för att få information. I dag kommer informationen i pressmeddelanden, utskick eller genom tjänster som redaktionerna prenumererar på.

Alla fyra medierna är överens om att det är nyhetsvärderingen som är viktigast. Vad som känns aktuellt och är intressant just nu. Om informationen kommer från ett tips, ett pressmeddelande eller är en egen nyhet spelar då inte så stor roll. På Västnytt har man som målsättning att man ska bedriva egen journalistik och att initiativen inte ska komma genom pressmeddelanden utan att de själva står för det. Den inställningen stämmer överens med de övriga redaktionerna. Andreas Kron på P4 Göteborg förklarar den inställningen

genom att det är den egna journalistiken man vill göra. De vill inte berätta det som står i pressmeddelanden utan det som kommer till redaktionen i sociala medier. De vill plocka upp det som människor pratar om, inte det något företag eller PR-byrå tycker att man borde prata om. I det här fallet skiljer sig GT från de övriga medierna. De gör både en journalistik och en kommersiell värdering av allt material som de får in, oavsett om det kommer från en politisk avsändare, nöjesarrangör eller en idrottsförening. Björn Lindsten berättar att det är så eftersom de är en kommersiell produkt, de har inte samma finansiella trygghet som etermedia som är statligt finansierad och licensfinansierad, utan de är beroende av att skriva artiklar som får människor att köpa deras tidning. Han fortsätter med att det däremot är viktigt att hitta en journalistisk balans mellan det som är kommersiellt och viktigt. De kan inte bara vara kommersiella, då blir det för ytligt och lätt utan de måste även bedriva tung journalistik och ha egna stora avslöjanden.

En annan gemensam nämnare för redaktionerna är att de tycker att det inkommer alldeles för många pressmeddelanden. Sofia Dahlström får personligen 20-30 pressmeddelanden per dag, vilken är en liten del av alla som kommer in till Göteborgs-Postens redaktion. Samma gäller för Andreas Kron, som personligen också får cirka 20 pressmeddelanden om dagen, vilket även här är en liten del av alla pressmeddelanden som kommer till nyhetsdesken på P4 Göteborg. På Västnytt ser det annorlunda ut, Hans Peterson Hammer gissar på att redaktionen får hundra till tvåhundra pressmeddelanden om dagen. Lite annorlunda ser det även ut på GT. Där berättar Björn Lindsten att de får in hundratals mejl, uppåt tusen på en dag, som man kan kalla för pressmeddelanden. Då är det både lobbyister och personer inom media som vill få GT att skriva om olika ämnen som hör av sig skriftligt. Något annat som är väldigt vanligt är att det rings väldigt mycket till redaktionen. Det tar väldigt mycket tid att gå igenom mejl och sortera in vilka som är värda att spara och göra en nyhet på. Både Sofia Dahlström på GP, P4 Göteborgs nyhetschef Andreas Kron och GT:s Björn Lindsten är överens om att de har börjat tröttna på det överflöd av pressmeddelanden som inkommer till redaktionerna. Björn Lindsten menar att det tar väldigt mycket tid att ta sig igenom det enorma flödet som kommer in, och tid är värdefullt.

GP:s Sofia Dahlström menar även att förutom de många mailen kommer pressmeddelanden in via telefonsamtal. Detta sker mest på fredagar då många PR-agenter ringer för att följa upp ett pressmeddelande de skickat via mail under veckans gång. Sofia Dahlström säger att detta leder ibland till att mer tid ägnas åt PR-agenter och samtal om pressmeddelanden än själva journalistiken. Något som för henne som journalist känns väldigt frustrerande. Även Andreas Kron har känt av att PR-människor ringer mer och att de vill följa upp pressmeddelanden de har mejlat till P4 Göteborgs redaktion.

Hans Peterson Hammer betonar vikten av att göra en gedigen research på de pressmeddelanden som verkar intressanta. På Västnytt har de en policy om att man ska motringa de pressmeddelanden som verkar intressanta för att undersöka om informationen stämmer. Ett exempel han gav var Göran Johanssons död, vilket kom som ett pressmeddelande. I det fallet kunde de inte publicera något utan att ringa och se om informationen stämde. Men det kan även hända att man inte kollar upp informationen. I sina morgonsändningar har Västnytt en skylt om vad som händer i Västsverige under den dagen. Och då kan det finnas en risk att man inte alltid har kollat upp de händelser man har med, eftersom det oftast är en kalendarieuppgift. Hans Peterson Hammer säger dock att ju viktigare och känsligare ett ämne är, desto mindre är sannolikheten att de inte ringer och undersöker om informationen stämmer. Han kan dock inte garantera att det här systemet alltid fungerar.

Det verkar även ha blivit vanligt att redaktioner får falska pressmeddelanden. Hans Peterson Hammer berättar om ett exempel som skedde dagen innan vår intervju. Då hade något kapat IFK Göteborgs presschefs mejlkonto och skickat ut ett pressmeddelande om att Pia Sundhage nu var klar som chef för IFK Göteborg. Hans Peterson Hammer tror dock att ingen gick på det. Men han tar även upp ett annat, relativt nytt exempel som media gick på. Då hade Coop eller Ica, blivit utsatt för en kupp om att det fanns chili i Marabous Twistpåse. När Västnytt ringde visade det sig att ingen kände till det här. Då hade informationen redan gått ut på radion och även en tidning hade tagit upp det. Men det visade sig då att det var ett kapat pressmeddelande som inte stämde.

Andreas Kron kan tänka sig att deras användning av pressmeddelanden har ökat. De bygger mer av sitt material på andras uppgifter och lägger mer kraft på att försöka få egna enskilda nyheter, och då kan fler pressmeddelanden åka in. Trots att P4 Göteborg har ungefär samma bemanning som man hade för fem år sedan tror inte Andreas Kron att det ökade användandet av pressmeddelanden beror på personalbrist. Idag har de samma bemanning, men andra yrkesroller. De har till exempel en webbredaktör och en publikredaktör som inte fanns för några år sedan, och reportrarna fotografer och publicerar på webben, förutom de andra traditionella arbetsuppgifterna som en radioreporter har. På ett sätt är det en slags resursbrist, men inte färre huvuden berättar Andreas Kron. Hade han däremot haft fler medarbetare så hade han satt de på mer granskning. Ge reportrarna mer tid åt att gräva och kunna fokusera på ett reportage under en längre period. Det är den originaljournalistiken man vill åt, berättar han. Och ur den extra tiden som reportern lägger på en nyhet kan man eventuellt få fem olika vinklar, det vill säga fem olika inslag, ur det jobbet, och då minskar beroendet av andra nyhetskällor där pressmeddelanden ingår.

På GP hade man en personalstyrka på 300 personer för tre-fyra år sedan, en siffra som idag ligger på 107 stycken. Men nedskärningen på personal har inte påverkat användandet av pressmeddelanden tycker Sofia Dahlström. De har fortfarande resurser varje dag att hitta egna nyheter. Även på GT har man haft nedskärningar på personalen. När Björn Lindsten började arbeta på GT var de många fler än vad de är idag. Men trots nedskärningarna kan han inte säga om det har blivit enklare för pressmeddelanden att användas i tidningen. Det händer att de använder pressmeddelanden som en av två oberoende källor i en artikel. Men pressmeddelanden är inte så kontroversiella, tycker Björn Lindsten. Oftast handlar de om att man vill berätta något som kommer hända, men självklart finns det undantag.

### **6.3 Kan man dela in avsändare i olika grupper – vissa viktigare än andra?**

Tre av de fyra medierna verkar vara överens om att det är innehållet i sig självt som nyhetsvärderas och att ingen avsändare går att lita blint på. Redaktionens material behandlas på samma sätt och går igenom samma nyhetsvärdering, oavsett om det är en egen nyhet, ett tips eller ett pressmeddelande. Däremot är de också överens om att vissa avsändare väger tyngre än andra för en nyhetsredaktion.

Trots att det är innehållet som avgör vad som blir nyhet och inte så menar Sofia Dahlström att man på GP gör skillnad på pressmeddelanden från olika avsändare. Ett pressmeddelande som kommer från en myndighet eller offentlig organisation har en lite större tyngd bakom sig än ett pressmeddelande från ett kommersiellt företag. Hon menar också att man är försiktig med pressmeddelanden från oetablerade avsändare. Exempelvis kommer det ibland in resultat från egengjorda undersökningar. Här kan det visa sig att svarskvoten var för liten för att kunna dra en allmän slutsats. Något man inte behöver oroa sig för lika mycket med en etablerad avsändare eller myndighet. Däremot menar Sofia Dahlström att det är den grundläggande nyhetsvärderingen som går över det hela och att det är händelsen som känns spännande och ligger i tiden som blir nyhet, oavsett avsändare.

Hans Peterson Hammer säger detsamma om arbetet på västnytt. De håller sig skeptiska till det som kommer in och gör genom nyhetsvärdering ett eget urval. Han säger dock att vissa avsändare är viktiga för nyhetsredaktionerna och syftar då på myndigheter. Västnytt prenumererar på olika tjänster för att snabbt få tag i relevanta nyheter, exempelvis ett utskick från tingsrätterna. Pressmeddelanden från myndigheter är enligt Hans Peterson Hammer så viktiga att han menar att redaktionen är beroende av dem. Ett utskick från en myndighet som berör många västsvenskar kommer alltid med i sändningen. Det förekommer dock även pressmeddelanden från andra avsändare än myndigheter i nyhetssändningarna. Dessa nyheter kallar Hans Peterson Hammer för ”runda nyheter”, alltså nyheter som inte går att toppa en sändning med, men som ändå kan vara av intresse. Detta visar på en klar uppdelning av avsändare.

Andreas Kron på P4 Göteborg menar att avsändaren är A och O. Även på P4 är det nyhetsvärdering som gäller men Andreas Kron uttrycker att pressmeddelanden från myndigheter är mer pålitliga då myndigheter har högre trovärdighet än kommersiella företag med syfte att sälja något. Även då det förekommer att myndigheter så som exempelvis skattemyndigheten vill sälja något har de ofta allmän information som har ett så kallat allmänintresse enligt Andreas Kron. Han vill plocka upp det folk pratar om, inte det som något företag eller PR-byrå vill att de ska prata om. Men även om vissa avsändare har högre trovär-

dighet så kan andra avsändare också få stort utrymme. Exempelvis är det tidigare nämnda pressmeddelandet om att Avicii kommer till Göteborg något som P4 vill berätta om, även om nyheten bottenar i ett pressmeddelande med kommersiellt syfte. Andreas Kroon menar att dessa pressmeddelanden till och med är nödvändiga, då de är det enda sättet för P4 att få reda på liknande händelser.

Björn Lindsten, redaktionschef på GT, menar att tidningen är en kommersiell produkt i större avseende än de övriga tre medierna och säger att det är viktigt att hitta en journalistisk balans mellan vad han kallar kommersiellt innehåll och viktigt innehåll. Det finns alltså en skillnad på olika avsändare men som GT inte nödvändigtvis behöver se till i nyhetsvärderingen då de enligt Björn Lindsten inte har den redovisningsplikt som de övriga nyhetsmedierna har. Trots det är trovärdigheten hos avsändaren viktig, oavsett om det rör sig om en myndighet eller ett kommersiellt företag.

Det som syns i undersökningen som skulle kunna svara på den här frågan är att de pressmeddelanden som kommer in i tidningen och blir nyheter oftast inte kommer från en kommersiell aktör. Övergripande är det samhällsorgan så som kommuner, landsting och statliga myndigheter vars pressmeddelanden som blir nyheter. Undantagsfallet är GT där deras enda pressmeddelande kom från ett magasin och medlemsnätverk från kvinnor, alltså ingen myndighet. Även detta förklaras troligen med att GT inte anser sig ha någon redovisningsplikt så som de övriga medierna menar sig ha.

#### **6.4 Vad tycker medierna om den växande informatörs-, kommunikätörs- och PR-branschen och dess påverkan på journalistiken?**

De medier vi har undersökt; GP, GT, P4 Göteborg och Västnytt verkar inte tycka att den växande branschen påverkar den oberoende och objektiva journalistiken i sig. Även om man tar idéer till artiklar och inslag så används de som vilka tips som helst. Man dubbelkollar och gör sin egen nyhet av informationen man får. Det som på ett sätt påverkar arbetet på redaktionerna är att mängden pressmeddelanden som inkommer till redaktionerna har ökat extremt mycket de senaste åren. Det blir då väldigt många fler mail att läsa och



sortera. Många fler telefonsamtal att svara på och bemöta. Den här tiden hade man istället kunnat lägga på att bedriva annat journalistiskt arbete.

Sofia Dahlström på GP menar att de har blivit trötta på att få en så stor mängd pressmeddelanden och samtal till redaktionen. Hon tror även att det var lättare för PR-folk att få igenom sina pressmeddelanden förut än vad det är idag – just för att man inte fick in lika många då. Hon tycker att hanteringen av pressmeddelanden äter för mycket tid som hon hellre hade lagt på annat. Hon menar även att det nu har blivit en slags boom för pressbranschen då den har växt mycket på kort tid. Hon tänker att det kanske är många av dagens företag inom PR som inte finns kvar om några år. Hon säger också att hon önskar att de pengarna som fanns där skulle finnas inom journalistiken – vilken är en bransch som går åt andra hållet. Hon anser inte att pressmeddelanden bara är av ondo och inte bara behöver vara något dåligt. Utan menar att det dåliga är om man inte har gjort något journalistiskt jobb av pressmeddelandet.

Hans Peterson Hammer på Västnytt pratar om hur informationsbranschen idag på ett vis är nödvändig eftersom det inte finns resurser på redaktionerna att till exempel bevaka kommunen. Han berättar att man förr hade flera kommunreportrar som hade koll på kommunen – allt som hände där och alla beslut som togs. Han tycker även att det är mer komplicerat nu, för om ingen bevakar kommunen så betyder det att kommunen måste ta eget ansvar att informera allmänheten. Han tänker att man förutsätter att i ett demokratiskt samhälle så ska en opartisk instans finnas och informera om till exempel kommunen. Han tycker att det är djupt oroande att vissa kommuner inte granskas alls. Han säger att parallellt med nedläggningarna av redaktioner och bantning av den journalistiska närvaron så är det en massiv uppbyggnad av informationsstaber. Där journalisterna inte längre finns kvar, tar det ökande antalet informatörer och dylikt vid och informerar. Han menar ändå att den stora mängden kommersiella pressmeddelanden som kommer är ganska lätt att sortera bort.

Andreas Kron på P4 Göteborg tycker precis som Sofia Dahlström att PR-människor, informatörer och kommunikatörer tar för mycket av hans tid. Han berättar att de kan ringa

för att kolla om han fått ett visst pressmeddelande till sin mejl. När de då ringer har de alldeles för långa anföranden om vad ärendet och ämnet gäller istället för att bara berätta vid vilken tidpunkt mailet skickades. Även han är av åsikten att det nog var lättare förr att få igenom ett pressmeddelande – att bli sedd av redaktionen. Han tror att de behöver ligga på mer för att få igenom sina budskap eftersom de idag konkurrerar med många fler och även hela sociala medier sfären. Han menar även att det inte är den typen journalistik man vill göra, utan man vill hitta sina egna nyheter. Om de är beroende av pressmeddelanden på P4 Göteborg svarar Andreas Kron inte helt på, men han sticker inte heller under stolen med att de använder pressmeddelanden. Han säger att vissa grejer är bra att fylla ut med, eftersom det alltid ska vara en bra mix i en nyhetssändning.

Björn Lindsten säger att de på GT lägger mellan 95 och 99 procent av alla pressmeddelanden åt sidan. Han är ändå lite kluven och tycker att det finns både för- och nackdelar med pressmeddelanden. Han menar att de får reda på mer saker nu än de fick förr, när de fick ringa runt och ta reda på allt – saker som nu kommer via mejl. Han tycker att det är bra på det sättet, men att det tar väldigt mycket tid att ta sig igenom flödet. Tid som han menar är värdefull. Han tror att det kan vara ett problem med den växande PR-branschen, men att det samtidigt inte behöver vara så. Han pratar om hur den journalistiska branschen är en krisbransch och att det är tufft för papperstidningar, då redaktionerna blir mer och mer slimmade. Han säger att det någonstans finns en smärtgräns där man inte orkar vara kritiskt aktiv hela vägen. Att det då är lätt hänt att man slänger in uppgifter från pressmeddelanden utan att kolla andra källor. Han tror att det finns en fara med nedskärningar och ifrågasätter hur tiden ska finnas för att vara kritisk och kolla all fakta.

## 6.5 Analys

I vår undersökning har vi kommit fram till olika resultat för de olika medierna om hur många pressmeddelanden de använder. Det har även varit tvetydigt på vissa ställen, när vi frågat journalisten, huruvida ursprungskällan till vissa artiklar och inslag är ett pressmeddelande eller inte. Det som ändå är värt att notera är att pressmeddelanden finns med i alla medier under båda de undersökta dagarna, bortsett från GT där det bara fanns med en dag. Redaktionerna hävdar att de använder pressmeddelanden som vilket tips som helst men de

verkar ändå beroende av att få in tips och pressmeddelanden. Det går att koppla det beroendet till de teorier som vi haft om att nedskärningar på redaktioner gör så att det inte finns resurser att hela tiden leta egna nyheter.

Den teori om att man inte har tid att kolla upp och ifrågasätta pressmeddelanden på grund av nedskärningar får vi inget stöd av i vår undersökning. De pressmeddelanden som har använts har arbetats om, och i många fall har man gjort en helt egen nyhet och vinkel av det. Nords och Strömbäcks (2012) teori om att de ekonomiska kraven påverkar den journalistiska kvalitén har vi inte märkt av under de två dagar som undersökts. Åtminstone inte i den mån att det egna arbetet ersätts med pressmeddelanden. Däremot har vi märkt av att GP använder sig en hel del av material från TT. Den 21 november var fem av 14 artiklar i tidningen tagna från TT, vi har dock inte undersökt TT-materialet vidare. Inte heller intervjupersonerna anser att nedskärningarna har påverkat det journalistiska materialet. Här ska tilläggas att två av de fyra intervjuade redaktionerna, P4 Göteborg och Västnytt, inte behövt göra samma nedskärningar då de ingår i public service och är statligt finansierade.

Resultatet av undersökningen visar att totalt 11 av 16 pressmeddelanden kommer från någon slags myndighet eller politiskt beslut. Resterande fem pressmeddelanden kommer från kommersiella företag och organisationer. Nord och Strömbäck (2012) diskuterar om elitkällornas starka ställning hänger samman med deras samhällsposition och delvis med att det vanligen är de som har de bästa resurserna för att påverka medierna. Exempelvis handlar det enda pressmeddelande som kom från en organisation om en klimatutbildning som skulle hållas i Rio de Janeiro av Al Gore, före detta vicepresident i USA och miljöaktivist. Vi kan här anta att nyheten fick större tyngd på grund av Al Gore och därför nyhetsvärderades högre. Enligt reportern för inslaget uppmärksammades istället händelsen för att en lokal person, det vill säga en göteborgare, medverkar i utbildningen samt att klimatfrågan är av allmänintresse.

Ytterligare en nyhet som bottnar i ett pressmeddelande är den om att EU-kommissionären Cecilia Malmström. Genom pressmeddelandet tipsades redaktionen om att hon skulle komma till Göteborg och ha en föreläsning. Då tog GP, enligt reportern, tillfället i akt att

träffa henne för en intervju, dock om något annat än det pressmeddelandet handlade om. Även den här nyheten kan kopplas till teorin om elitkällor.

Å andra sidan kan det höga antalet nyheter som baseras på pressmeddelanden från myndigheter och politiska beslut ha att göra med att en av journalistikens demokratiska uppgifter är att informera om viktiga samhällshändelser. Nord och Strömbäck (2012) menar att redaktioner idag inte har samma resurser som tidigare. Enligt Davies (2009) har även specialistreportrar påverkats av nedskärningarna och bevakningen av vissa områden har försvunnit helt. Detta stöder även Hans Peterson Hammer på Västnytt som pratar om försvinnandet av kommunreportrar. När tiden inte räcker till för journalisterna att informera allmänheten om vad som händer i kommunen blir det kommunens uppgift att själv informera om bland annat beslut som tas. Samtidigt finns det inte längre, till skillnad från för 20 – 30 år sedan, tidningar i alla svenska kommuner. Det här leder till att vissa kommuners olika informationskanaler lämnas helt obevakade, då ingen ifrågasätter eller granskar den partiska informationen som lämnas ut, något som Peterson Hammer finner djupt oroande.

Intervjupersonerna menar att journalistiken inte påverkas av en växande PR-bransch, något som utvecklingen däremot inte tyder på i och med att journalistbranschen enligt Larsson (2005) samtidigt krymper. Det som enligt resultatet stör mest med den växande branschen är tiden det tar att gå igenom de inkomna pressmeddelandena. Tid som annars kunde lagts på journalistiken och tid som behövs med tanke på att nedskärningarna ger färre journalister mer arbete. I och med att internet och e-post har blivit så pass etablerat i Sverige är detta en lätt väg för PR-människor att förmedla sina uppdrag genom. Enkelheten har lett till ständigt fulla mejlkorgar hos journalisterna. Trots uppkomsten av sociala medier används fortfarande de traditionella verktygen för medierelationer, som pressmeddelanden och presskonferenser främst. Däremot börjar de utmanas av de nya kommunikationsformerna (Falkheimer 2012).

Vi har tidigare talat om att journalistiken ska fungera som en pelare i en demokrati, som Nord och Strömbäck (2012) diskuterar. En av anledningarna till det är att det behövs ett system för debatt och dubbelriktad informationsförmedling. Allmänheten behöver veta vad

som sker i samhället och vad landets folkvalda politiker har för åsikter i olika frågor och vad de arbetar med. På samma sätt behöver politikerna information om vad som sker i landet och vad medborgarna har för åsikter och värderingar. Här kommer media in och ska fungera som den kanalen. Dessutom ska den informationen vara så offentlig som möjligt. Det är en av anledningarna till att public service finns i Sverige, för att alla medborgare i ett demokratiskt land ska få tillgång till opartisk och mångsidig information inom olika områden (Sveriges Radio Förening, 2014). Men det gäller även för andra medier som inte ingår i public service.

Trots att medielandskapet har förändrats de senaste decennierna kvarstår fortfarande den här demokratiska uppgiften, vilket intervjupersonerna bekräftar. Nyhetsredaktionerna har som målsättning att bedriva egen journalistik och att initiativen till nyheterna ska komma från de själva. Andreas Kron berättar att det är den egna journalistiken man vill göra och att man vill plocka upp det människor pratar om. Här skiljer sig GT från de övriga medierna då de säger sig vara en kommersiell produkt och i motsats till public service-medierna är ett vinstdrivande företag. Även GP är ett vinstdrivande företag men undersökningens resultat tyder på att de känner en större redovisningsplikt än GT. Det innebär att de känner ett större ansvar att vara mer informerande om olika aktuella samhälls skeenden och frågor. Trots att GT kan kategoriseras som en kommersiell produkt uppfyller de ändå kraven för att bedriva god journalistik. Ekonomiska villkor är en av de viktiga variablerna för att detta ska fungera, då medierna alltid varit beroende av lönsamhet (Nord & Strömbäck 2012).

## - Slutdiskussion -

Resultaten visar att det finns en delvis positiv inställning till pressmeddelanden. Samtidigt låter man inte pressmeddelanden bli nyheter som de är utan omarbetas innan nyheten publiceras. Enligt våra resultat, både genom den empiriska undersökningen och intervjuerna, har vi kommit fram till att pressmeddelanden är ett accepterat om än tidskrävande inslag i det dagliga journalistiska nyhetsarbetet.

Uppsatsens urval av såväl dagar för undersökning som för valet att undersöka endast nyhetssidorna påverkar självklart resultatet. Hade vi valt att undersöka hela tidningen hade vi högst troligen fått ett annorlunda resultat, något som flera av de fyra intervjupersonerna kommenterat efter att ha fått se resultatet under intervjun. För att få en högre validitet hade vi behövt undersöka fler dagar än två. Det vi har gjort för att uppnå en hög validitet är istället att vara tydliga med att resultatet gäller de här dagarna och medierna och inte bör generaliseras på hur det ser ut över lag i svenska nyhetsmedier.

Då vi valde det tidskrävande alternativet att själva söka upp de publicerade nyheternas ursprung tror vi oss ha en hög reliabilitet. Hade vi istället låtit medierna själva lista var nyheterna kommer ifrån hade vi kunnat ställas inför en rad olika problem. Dels hade risken funnits att medierna skulle ha gjort en annorlunda bedömning av vad som exempelvis är en egen nyhet än vad vi gjorde. Dels skulle de fyra medierna även kunna ha haft olika uppfattningar om vad som är ett pressmeddelande och inte. I uppsatsen är nu en likvärdig bedömning gjord av samtliga nyheter vilket ger ett rättvist resultat hos de olika medierna.

En tes vi hade var att det är nedskärningar på redaktionerna som leder till brist på resurser som i sin tur bidrar till ett ökat användande av pressmeddelanden. I resultatet får vi inget stöd för vår tes. Vi tror dock fortfarande att det kan ha en inverkan på hur man jobbar på redaktionerna. För att förenkla med ett exempel: om du redan har tre gröna jackor går du antagligen inte runt och tänker att du verkligen behöver köpa en fjärde grön jacka, men när du ser den på tv eller i skyltfönstret känner du att du behöver den, och köper den. På sam-

ma sätt säger sig intervjupersonerna inte på något sätt vara beroende av pressmeddelanden, alltså behöva de. Vi tror dock att anledningen till att de ändå används i relativt stor utsträckning är att de finns där, framför näsan på alla redaktörer, via mail och telefon. Likheten är alltså att man använder sig av pressmeddelanden, trots att man säger sig inte behöva dem. Anledning till att nyheter bottnar i pressmeddelanden kan också vara att det inkommer en otrolig mängd till redaktionerna. Om vi istället hade mätt hur många av de pressmeddelanden som kommer in till redaktionen som faktiskt blir nyheter kanske vi skulle få fram en väldigt låg siffra.

Resultatet tyder på att nyhetsmedierna mer använder sig av pressmeddelanden från olika samhällsinstitutioner. Exempelvis om nya kommunpolitiker har utsetts, om skolinspektionen tagit ett beslut eller om Västragötalandsregionen har presenterat en ny budget. De här tre avsändarna kategoriserar vi som någon slags myndighet och att de inte har en kommersiell agenda. Flertalet av de pressmeddelanden som användes under de två undersökta dagarna var av det här slaget. Enligt intervjupersonerna skulle de här pressmeddelandena inte behövas då de menar att redaktionerna har en bevakning på liknande händelser. Vi tror att pressmeddelandet fungerar som ett ”kom-ihåg” och en snabb och lättillgänglig källa för information om något redaktionen redan bestämt att de ska rapportera om. Vi har alltså märkt både genom undersökningen och intervjuerna att man gör skillnad på avsändare. Intervjupersonerna är ganska tydliga med att olika myndigheter väger tyngre när man nyhetsvärderar vad som publiceras. Dessutom verkar det som att många av de pressmeddelande som är ren reklam hamnar i papperskorgen direkt.

En av uppsatsens svagheter är dock att den empiriska undersökningen är liten och inte omfattande nog för att dra så många slutsatser av. Vi kan exempelvis inte uttala oss om hur det ser ut generellt gällande vilka pressmeddelanden som får ta plats i nyhetsmedierna. Däremot kan vi uttala oss om just de här fyra Västsvenska nyhetsmediernas syn på pressmeddelanden och hur de säger sig använda dem. Vi kan även såklart uttala oss om hur det såg ut de här två dagarna och bygga vår uppsats på det.

Under de dagar vi undersökte, som är slumpmässigt utvalda, hände några oförutsedda händelser som fick stort utrymme i nyheterna. Exempelvis ägde Göran Johanssons begravning rum den 21 november vilket togs upp i samtliga medier. P4 Göteborg hade dessutom nyheten i båda sina sändningar den dagen, ett inför-inslag på morgonen och en rapportering från och om begravningen på kvällen. En annan händelse som tog stor plats är att Laleh utseddes till årets Göteborgare. Det här är inte en oförutsedd händelse, däremot något vi inte tog hänsyn till när undersökningsdagarna valdes. Vi kan aldrig veta vad redaktionerna valt att fylla det här utrymmet med istället om begravningen och tävlingen inte ägt rum. Om redaktionerna hade egna nyheter eller andra händelser att skriva om, eller om pressmeddelanden hade fått fylla ut. Klart är i alla fall att hade vi undersökt två andra dagar hade resultatet kunnat bli mycket annorlunda.

Resultatet visar även att GT har en annan typ av innehåll än GP, Västnytt och P4 Göteborg. Det syns inte bara i undersökningen utan också tydligt i intervjuvaren. Den typen av pressmeddelanden som de övriga medierna använder sig av är en typ av nyheter som i mycket liten grad förekommer i GT. Det eftersom de gör en mer kommersiell produkt än de andra. GT säger sig själva inte ha samma redovisningsplikt som till exempel GP och använde sig under de två dagarna bara av ett enda pressmeddelande. Vi tycker att det här var en intressant del av vår undersökning då vi snarare trodde att ett mer kommersiellt medium skulle använda sig mer av pressmeddelanden.

Valet av de fyra nyhetsmedierna gjordes på grund av att vi ville kunna jämföra resultatet mellan olika medier. Huruvida det var bra eller dåligt att ta med GT är svårt att säga, just för att tidningen skiljer sig från de övriga medierna. Å ena sidan skulle GT troligen ryka i den klassiska ”tre hör ihop, en ska bort”. Det på grund av att det är en kvällstidning med delvis andra intressen än de övriga nyhetsmedierna. Å andra sidan fick vi fram ett resultat som vi fann mycket intressant då GT var det mediet som använt sig av minst antal pressmeddelanden.



Vi anser att det inte finns så många olika sätt att tolka vårt resultat på. Möjligtvis skulle man kunna dra andra slutsatser om varför det är just de pressmeddelanden som undersökningen visar som blir nyheter.

### **7.1 Förslag på vidare forskning**

Om ett utskickat pressmeddelande leder till en nyhet där avsändaren omnämns skulle det kunna ses som att avsändaren får gratisreklam. Även om redaktionen har arbetat om pressmeddelandet till en egen nyhet med en ny vinkel nämns avsändaren och troligen budskapet som fanns i pressmeddelandet. I nyhetssammanhang där man ska vara objektiv och oberoende anser vi att detta kan vara ett problem. En vidare forskning skulle kunna undersöka om all publicitet faktiskt är bra publicitet och om journalistiken någonsin kan vinna över den växande PR-branschen?

## - Definitioner -

**Allmänintresse** – de generella intressen och behov som berör alla medborgare i ett samhälle.

**Elitkällor** – stora företag, höga politiska ledare, viktiga opinionsbildare och experter.

**Informationskanaler** – en kommuns informationskanaler är de medel de använder sig av för att informera allmänheten. Exempelvis en webbsida, sociala medier eller utskick av mail och pressmeddelanden.

**Informatör** – en person som yrkesmässigt arbetar med kommunikationsverksamhet i offentliga och privata företag eller organisationer, samt myndigheter.

**Intressanta och relevanta nyheter** – händelser och ämnen som har allmänintresse.

**Kommunikatör** – se ”informatör”.

**Kommunreporter** – en reporter vars arbetsuppgift är att bevaka vad som händer och beslutas i kommunen.

**Källa** – någon som förser journalister med information.

**Notis** – en kortare nyhet, oftast bara några meningar. Ger oftast den viktigaste information om en händelse, till exempel var, när, varför, hur vad och vem.

**Outsourca** – att flytta ut det journalistiska arbetet från redaktionen till en utomstående aktör.

**Press Association** – en brittisk nyhetsbyrå, liknande svenska TT.

**Pressmeddelande** – en text, ofta med nyhetsvärde, som skickas ut till media, journalister, redaktioner och nyhetsbyråer, med syfte att skapa god PR.

**PR** – förkortning för public relations, ett engelskt låneord som innebär främjande åtgärder som syftar till att hantera anseendet av en person eller en organisation.

**PR-byrå** – ett företag där PR-konsulter arbetar.

**PR-konsult** – en person som arbetar yrkesmässigt med att hjälpa sina kunder med att formulera och nå fram med information och budskap till målgrupper.

**Oberoende journalistik** – journalistik som inte låter sig påverkas av makthavare eller politiska åsikter.

**Telegram** – en notis (för notis, se ovan), fast i radio- eller TV-sändningar.

## - Källförteckning -

### Litteratur

Croteau, D. & Hoynes, W. (2001). *The business of media – corporate media and the public interest*. Thousand Oaks: Forge press.

Davies, N. (2009). *Flat earth news*. London: Vintage

Englund, L.-Å. Wormbs, N. (2007). *Radio och TV efter monopolet. En kamp om politik, pengar, public och teknik*. Stockholm: Ekerlids.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012) *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Nordsteds Juridik AB.

Falkheimer, J. Kapitel 6 ”Medierna och kampen om innehållet”. Nord. L. & Strömbäck, J. (2012). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur

Kovach, B & Rosentiel, T. (2001). *The elements of journalism. What news-people should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

Kovach, B & Rosentiel, T. (2010). *Blur. How to know what’s time in the age of information overload*. New York: Bloomsburg.

Larsson, L. (2005). *Opinionsmakarna*. Lund: Studentlitteratur

McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism. Let the citizen beware?* Thousand Oaks: Sage.

McQuail, D. (2000). *McQuail’s Mass Communication Theory*. London: Sage

Nord, L., & Strömbäck, J. (2002). *Tio dagar som skakade världen. En studie av mediernas beskrivningar av terrorattackerna i USA och kriget i Afghanistan hösten 2001*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.

Nord, L., & Strömbäck, J. (2012). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

Nygren, G. (2009). *Yrke på glid: om journalistrollens de-professionalisering*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Reich, Z. (2010). Measuring the impact of pr on published news in increasingly fragmented news environments. I/In. *Journalism Studies vol 13*. (s. 799-816). London: Taylor & Francis Group.

SOU 1995:37. Vårt dagliga blad – stöd till svensk dagspress. Stockholm: Fritzes

Spelregler för Press TV Radio (2001). Stockholm: Pressens Samarbetsnämnd

### **Publicerade artiklar**

Dagens Nyheter (21 juni, 2011). ”Uppdrag: förklara budgeten”

Journalisten nr 11 (25 september, 2013). ”PR-byråer: ”Debattartiklar skrivs mot betalning”

### **Intervjuer**

Personlig kommunikation med Andreas Kron, 19 november 2014

Personlig kommunikation med Björn Lindsten, 19 november 2014

Personlig kommunikation med Hans Peterson Hammer, 27 november 2014

Personlig kommunikation med Hans Peterson Hammer, 4 november 2014

Personlig kommunikation med Sofia Dahlström, 18 november 2014

### **Webbsidor**

Sveriges Radio Förening. (2014). *Vad är public service?* Hämtad 2014-12-05 från <http://www.srf.se/Page.aspx?id=313>

Dalfelt & Falkheimer, (2001). *PR-industrin, lobbyisterna och demokratin*. Hämtad 2014-12-03 från [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/18\\_093-104.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/18_093-104.pdf)

## - Bilagor -

### Bilaga 1

#### Intervjufrågor

Har ni någon uttalad policy om hur ni behandlar pressmeddelanden?

Hur arbetar ni med inkomna pressmeddelanden?

Gör ni skillnad på pressmeddelanden från olika avsändare?

Finns det någon avsändare som får mer utrymme än någon annan?

Hur många pressmeddelanden får ni in på en vecka?

Hur många av dem använder ni?

Hur använder ni pressmeddelanden?

Hur behandlar ni pressmeddelanden? I vilken grad skriver ni om dem?

Hur arbetar man om pressmeddelanden och hur mycket?

Hur går den processen till?

Hur har det varit tidigare, har det skett någon förändring över tid?

Finns det någon tidpunkt eller exakt tillfälle då förändringen skedde?

Varför ser det ut som det gör?

Vilka faktorer kan spela in?

Hur tänker du kring en växande bransch hos de som författar pressmeddelanden?

Vad kan det leda till?

Hur tänker du kring att de som skickar ut pressmeddelanden har ett syfte eller ett budskap?

Är ni beroende av att få in pressmeddelanden?

Under tisdagen 4 november hade ni X antal pressmeddelanden. Är det representativt för hur det brukar se ut?

Kollar ni nyheter ni använder från TT eller går de rätt in i tidningen? Litar man på att TT kollar upp alla de nyheter de får in?

## Bilaga 2

### Tabeller från undersökningen

Göteborgs-Posten tisdagen den 4 november och fredagen den 21 november:

Datum	Medie	Artikel/inslag	Rubrik/handling	PM	Ursprung/källa
2014-11-04	GP	(M)-ledare gör uppror	Martin Wannholt har blivit petad som kommunalråd	NEJ	egen koll, GP-reportrar
2014-11-04	GP	Bostad buggades i gängjakten	Telefonavlyssning har använts för att reda ut gängkonflikten	NEJ	rättegångsrapportering
2014-11-04	GP	Intervju Cecilia Malmström	Vill skapa förståelse för frihandelsavtal	JA	EU-kommissionen
2014-11-04	GP	Campus Näckrosdammen	De boende öster om näckrosdammen är upprörda	NEJ	egen grej
2014-11-04	GP	Friskoleansökningar	Skolinspektionen har gett klartecken till nya friskolor	JA	Skolinspektionen
2014-11-04	GP	Butikschef dömd för ofredande	Dom mot mannen som kastade vatten på tiggare	NEJ	TT + tingsrätten
2014-11-04	GP	Hundar bra för äldre	Partille har fått sina första utbildade hundar inom vården	JA	Partille kommun
2014-11-04	GP	Koalition ska styra Lerum	S+MP+FP+C ska styra Lerums kommun de kommande fyra åren	JA	Lerums kommun
2014-11-04	GP	Rekordvarm novemberdag	Rekordvarm dag i Göteborg	NEJ	SMHI
2014-11-04	GP	Romson hopp om nytt klimatavtal	Nytt globalt klimatavtal - toppmöte i Paris	NEJ	TT
2014-11-04	GP	Projektet gav näring till nya företag	Utvärdering av projektet Företagsamma Västra Hisingen	JA	
2014-11-04	GP	Trafikverket	Trafikverket prövar modell för rena jobb	NEJ	egen nyhet
2014-11-04	GP	Byggbranschen	Proposition om personalliggare även inom byggbranschen	NEJ	egen nyhet
2014-11-04	GP	Volvo cars på väg mot nytt rekord	Volvo ökade sin försäljning på alla marknader under oktober	JA	Volvo cars
2014-11-04	GP	Angela Merkel pressar Cameron	Angela Merkel pressar James Cameron	NEJ	TT
2014-11-04	GP	Republikansk storslam trolig	Republikansk storslam trolig	NEJ	krönika?
2014-11-04	GP	Barn drunknade i Bosporen	Barn drunknade i Bosporen	NEJ	TT
2014-11-04	GP	Fastspänd 85-åring dog	Fastspänd 85-åring dog	NEJ	TT
2014-11-04	GP	Militär vill inte behålla makten	Militär vill inte behålla makten	NEJ	TT
2014-11-04	GP	Kanada flygbombar IS efter massmord	Kanada flygbombar IS efter massmord	NEJ	TT

2014-11-21	GP	Importen av gris minskar	Importen av gris minskar	JA/NEJ	osäkert
2014-11-21	GP	Ny chef rikspolisen	Ny chef hos rikspolisen	NEJ	TT
2014-11-21	GP	Begravning för Göran Johansson	Begravning för Göran Johansson (inför begravningen)	NEJ	händelse
2014-11-21	GP	Konvention i lag ska stärka barns rätt	Konvention i lag ska stärka barns rätt	NEJ	TT
2014-11-21	GP	"Fel rata barnskötare på förskolorna"	"Fel rata barnskötare på förskolorna"	NEJ	egen nyhet
2014-11-21	GP	Arthur (hunden) kom hem med laget	Arthur (hunden) kom hem med laget	NEJ	TT
2014-11-21	GP	Regeringen driver på om Hammarskjöld	Regeringen driver på om Hammarskjöld	NEJ	TT
2014-11-21	GP	Krystat bakverk	Krystat bakverk - med stark underton (bajsbakelser)	NEJ	ttela
2014-11-21	GP	Sex år för ekobrott	Sex år för ekobrott	NEJ	domslut
2014-11-21	GP	Widding - Sveriges bråkigaste kvinna	Widding - Sveriges bråkigaste kvinna	JA	
2014-11-21	GP	Motvilligt vittne i Bergsjörättegången	Motvilligt vittne i Bergsjörättegången	NEJ	rättegång
2014-11-21	GP	Växande julmarknad viktig för Tjolöholm	Växande julmarknad viktig för Tjolöholm	NEJ	egen nyhet
2014-11-21	GP	Chalmerister att hyra till mattelektionen	Chalmerister att hyra till mattelektionen	NEJ	
2014-11-21	GP	Flera lastbilarsjättar riskerar miljardböter	Flera lastbilarsjättar riskerar miljardböter	NEJ	TT

## GT tisdagen den 4 november och fredagen den 21 november:

Datum	Medie	Artikel/inslag	Rubrik/handling	PM	Ursprung/källa
2014-11-04	GT	Carlssons order: sänk ubåten	Ny bok avslöjar gamla planer på bombanfall	NEJ	
2014-11-04	GT	Dement kvinna kvävd till döds	Kvinna spändes fast i tygsele på vårdhem	NEJ	
2014-11-04	GT	Gay-protesten: statyn tas ner	Iphone-staty tas ner i Ryssland	NEJ	
2014-11-04	GT	"Plötsligt var han väldigt hängig"	Hund dog av glykolförgiftning	NEJ	egen
2014-11-04	GT	Bahias riktigt goda gärning	Caféägare gav tårta och smörgås till tiggare	NEJ	egen
2014-11-04	GT	Kärleksfull trafikskylt i Masthugget	Kärleksfullt skylt i Majorna	NEJ	egen



2014-11-04	GT	Kjells fru dog av lugnande medicin	Kvinna fick lugnande medel och lämnades	NEJ	egen
2014-11-04	GT	Yxkvinnan i Värmland	Kvinna hotade man med yxa	NEJ	krim
2014-11-04	GT	"Jag vill att det ska ta slut"	Kvinna våldtogs tills hon var nära döden	NEJ	egen
2014-11-04	GT	Waneholt blev petad	Martin Waneholt petas som kommunalråd	NEJ	händelsekoll
2014-11-04	GT	Chef hällde vatten på tiggare	Butikschefen nu dömd för ofredande	NEJ	dom
2014-11-04	GT	Annie Lööfs comeback	Förtroendet för Lööf har dubblats sedan i juni	NEJ	IPSOS beställd av DN
2014-11-04	GT	Kvinna i selfie-olycka i Spanien	Turist tog selfie när hon ramlade ner för en bro	NEJ	
2014-11-04	GT	"Jag är otroligt imponerad av dem."	Sophie Stenbäck hyllar Silvia för välgörenhet	NEJ	egen
2014-11-04	GT	Tjuvarna utnyttjar säkerhetsluckorna	Malin blev stulen på sin identitet	NEJ	egen
2014-11-04	GT	Israel skickar tillbaka sin ambassadör	Israel skickar tillbaka sin ambassadör	NEJ	Utlandskorrespondent
2014-11-04	GT	Malmström på nya jobbet: nervöst	Cecilia Malmström (FP) är ny EU-kommisionär	NEJ	TT
2014-11-04	GT	Kinesiskt vapen ska skjuta drönare	Kinesiska forskare har utvecklat ett vapen	NEJ	Xinhua
2014-11-04	GT	Eklund flyttad i smyg	Dubbelmördaren flyttas från Norrtäljefångelet	NEJ	
2014-11-21	GT	Göteborg tar farväl	Göran Johanssons begravning	NEJ	koll
2014-11-21	GT	Nevs vd får miljoner	Hundratals lämnar Nevs, ledningen får miljoner	NEJ	eget avslöjande
2014-11-21	GT	Oron för hämnde	Bandidosledare skjuten, polisen orolig hämnd	NEJ	egna källor
2014-11-21	GT	Skepp lastat med svanar	Svanar blir omhändertagna i vinter i Hamburg	NEJ	årlig grej
2014-11-21	GT	Blodproppar vanligt i Sverige	10 000 svenskar behandlas varje år	NEJ	grej som redan finns
2014-11-21	GT	Bråkigast i Sverige	Företag har utsett Sveriges bråkigaste kvinnor	JA	Passion for Business
2014-11-21	GT	Rebecca blev lovad modelljobb	Rebecca blev sexuellt utnyttjad	NEJ	egen + blogginlägg
2014-11-21	GT	Polisen utsätts för stenkastning	Vad som har hänt senaste 24h	NEJ	polisen + koll
2014-11-21	GT	Vem är landets bästa journalist	Stor enkät m journalister. Dagens efter priset	NEJ	event
2014-11-21	GT	Vintern blir iskall	Meteorologerna varnar att vintern blir iskall	NEJ	EU och USA väderinstitut
2014-11-21	GT	Klickkraket, elevens protest mot SD	Klassfoto"Jimmie skickade hem resten"	NEJ	sociala medier
2014-11-21	GT	Årets Göteborgare	Intervju med Laleh Pourkarim	NEJ	eget
2014-11-21	GT	Västsverige runt	Vad som händer runt om i Västsverige	NEJ	lokaltidningar och lokala källor
2014-11-21	GT	Äldreboende i Malmö mkt bra	Vilka äldreboenden som är bäst	NEJ	egen grej

Västnytt tisdagen den 4 november och fredagen den 21 november:

Datum	Medie	Artikel/inslag	Rubrik/handling	PM	Ursprung/källa
2014-11-04	Västnytt	VG presenterar budget	Mer pengar åt psykiatrin	JA	landstingspolitikerna
2014-11-04	Västnytt	(S) föreslår kommunalråd	Telegram	JA	socialdemokraterna
2014-11-04	Västnytt	Gynekologbrist	VG-region gör översikt av gynekologer efter motion i våras	NEJ	koll
2014-11-04	Västnytt	Rumänierval	Västsvenskar hindras att rösta	NEJ	tips
2014-11-04	Västnytt	Mordåtalad överklagar	Mordåtalad i Halmstad överklagar dom (telegram)	NEJ	tingsrätten
2014-11-04	Västnytt	Klimatutbildning i Rio	En göteborgare med på utbildningen	JA	organisation
2014-11-04	Västnytt	Joe Labero besöker skola	Besök på Svartedalsskolan	NEJ	tips
2014-11-04	Västnytt	Skarjövallen redo för spel	Skarsjövallen inte skadat av allt regn (telegram)	NEJ	hemsida
2014-11-21	Västnytt	Brott mot tiggare	Brott mot tiggare anmäls sällan.	NEJ	Crossroads
2014-11-21	Västnytt	Kartläggning brott tiggare	Anders Ygeman välkomnar kartläggningen	NEJ	TT Stockholm
2014-11-21	Västnytt	Begravning Göran Johansson	Ceremoni i Eriksbergshallen	NEJ	koll
2014-11-21	Västnytt	Många på begravningen	Många vänner till Göran Johansson på begravningen	NEJ	koll
2014-11-21	Västnytt	Matte-SM i Göteborg	Matte-SM avgörs. Lisa från Gbg är en av favoriterna	NEJ	läraren
2014-11-21	Västnytt	Åtal i Vänersborg	Man åtalad, sökte sex med 11-åring via nätet (telegram)	NEJ	P4 Väst
2014-11-21	Västnytt	Hans och Greta på operan	Premiär på lördag på Göteborgsoperan	JA	Göteborgsoperan
2014-11-21	Västnytt	Varmt i havet för årstiden	Havsvattnet är varmare än normalt runt Sverige (telegram)	JA	SMHI

P4 Göteborg tisdagen den 4 november och fredagen den 21 november:

Datum	Medie	Artikel/inslag	Rubrik/handling	PM	Ursprung/källa
2014-11-04	P4 GBG 07.30	8 av 12 tjänster bort på sjöfartstillsynen	Inspektörer rädda för att inte klara av tillsynen	NEJ	Brev+transportstyrelsen
2014-11-04	P4 GBG 07.30	Moderat får inte plats i kommunstyrelse	Wannholt får inte plats i kommunstyrelsen	NEJ	egen koll
2014-11-04	P4 GBG 07.30	1000 nya företag i västra hisingen	EU-projekt har skapat 1000 nya företag	NEJ	egen
2014-11-04	P4 GBG 16.30	(S) föreslår kommunalråd	(S) föreslår kommunalråd, två nya personer	NEJ	koll+(S)
2014-11-04	P4 GBG 16.30	VG-region presenterar budget	skatt höjs bl.a. sjukhusen får mer pengar	JA	regionpolitikerna
2014-11-04	P4 GBG 16.30	Kvinnor fick MRSA på ÖS	Tre kvinnor på ÖS fick MRSA av samma läkare	NEJ	TT
2014-11-04	P4 GBG 16.30	DO beslutar om diskriminering	Diskriminering att inte låta romsk kvinna	NEJ	egen koll
2014-11-21	P4 GBG 07.30	Program för förebygg av brott & droger	Omfattande program	NEJ	egen nyhet
2014-11-21	P4 GBG 07.30	Laleh utsett till årets göteborgare	Årets göteborgare	NEJ	egen nyhet
2014-11-21	P4 GBG 07.30	Göran Johanssons begravning	Inför begravningen	NEJ	händelse
2014-11-21	P4 GBG 07.30	Stenkastning mot polisbilar	Stenkastning mot polisbilar i Rannebergen	NEJ	polisen
2014-11-21	P4 GBG 16.30	Göran Johanssons begravning	Om och från Göran Johansson begravning	NEJ	händelse
2014-11-21	P4 GBG 16.30	Årets göteborgare	Laleh Pourkarim årets gbgare	NEJ	egen nyhet
2014-11-21	P4 GBG 16.30	Milt väder, varmare vatten	Milt väder och vattentemp högre än normalt	JA	SMHI
2014-11-21	P4 GBG 16.30	Restaurangägare skattefuskade	Dom mot skattefusk	NEJ	dom

