

Lunds universitet

Louise Werner

Institutionen för kommunikation och medier

JOUK10 DK3 Examensarbete

Journalistik

Handledare: Jimmy Vulovic

2022-01-14

# Kommunikatören och journalisten i ett förändrat medielandskap

En kvalitativ studie av kommunala kommunikatörers syn  
på sin relation till journalister

## **Abstract**

Studien syftar till att undersöka hur relationen mellan kommunikatör och journalist upplevs ur kommunikatörens perspektiv. Primärt ska undersökningen besvara tre frågeställningar: (1) Hur upplever kommunikatören sin relation till journalisten? (2) Har det förändrade medielandskapet påverkat relationen till journalisten? (3) Hur påverkas vårt samhälle av den förändrade relationen? Statistik visar att antalet kommunikatörer i statliga myndigheter har ökat fyra gånger snabbare än det totala antalet anställda de senaste 15 åren. Samtidigt minskar antalet journalister och journalistiken får färre resurser, vilket gör att journalistens arbete ofta är starkt tidspressat. Det gör dem mer beroende av kommunikatörer. Därför är det viktigt för journalistiken att få kommunikatörens syn på relationen och öka kunskapen om kommunikatörens arbete. Studien utgår ifrån fyra kvalitativa semistrukturerade samtalsintervjuer. Tre av intervjuerna är gjorda med pressansvariga kommunikatörer på Malmö stad. En av intervjuerna är gjorda med en chef på Malmö stad. De tre utgångsfrågorna är vägledande för att försöka ge en så tydlig och klar bild som möjligt. Resultatet visar på att rollen mellan kommunikatör och journalist har förändrats bland annat på det sättet att makten har skjutits över till kommunikatörens sida och journalistens granskande funktion har minskat.

**Nyckelord:** Kommunikatör, journalistik, medierelationer

# Innehållsförteckning

Abstract .....	1
<b>Inledning</b> .....	4
1.1 Introduktion .....	4
1.2 Studiens frågeställning och syfte.....	5
1.3 Urval.....	6
<b>2. Teorier och tidigare forskning</b> .....	6
2.1 Medierelationer och kommunikationsmodeller.....	6
2.2 Dagordning, gestaltning och medielogik.....	8
2.3 Nyhetskällor.....	9
2.4 Grindvaktsteorin.....	10
2.5 Nyhetsvärdering.....	10
<b>3. Kommunikatören och journalisten i ett förändrat medielandskap</b> .....	11
3.1 Kommunikatören ur ett historiskt perspektiv.....	11
3.2 Yrket kommunikator.....	12
3.3 Förändring och digitalisering.....	12
<b>4. Metod</b> .....	12
4.1 Urval.....	13
4.2 Kvalitativa intervjuer.....	14
4.3 Förberedelser.....	14
4.4 Tematisering.....	15
4.5 Forskningsetiska aspekter.....	15
4.6 Genomförande.....	16
4.7 Reliabilitet och validitet.....	17
<b>5. Resultat och analys</b> .....	19
5.1 Introduktion.....	19
5.2 Introduktion av intervjupersoner.....	19
5.3 Hur upplever kommunikatören sin relation till journalisten?.....	20
5.3.1 Hur arbetet med medierelationer ser ut.....	20
5.3.2 Den (o)personliga relationen.....	22

5.3.3 Kontaktvägar till journalisten.....	22
5.3.4 Rollen som nyhetskälla.....	23
5.4 Har det förändrade medielandskapet påverkat relationen till journalisten?.....	24
5.4.1 Snabbhet och kommunikationskanaler.....	24
5.4.2 Vem är beroende av vem?.....	26
5.5 Hur påverkas vårt samhälle av den förändrade relationen?.....	27
5.5.1 För många kommunikatörer eller för få journalister?.....	27
5.5.2 Kommunikatören som grindvakt.....	29
5.5.3 Demokratin och journalistikens nya krav.....	29
<b>6. Slutsatser och slutdiskussion.....</b>	<b>30</b>
6.1 Slutsatser.....	30
6.2 Slutdiskussion.....	31
<b>7. Förslag på framtida forskning.....</b>	<b>32</b>
<b>8. Källförteckning.....</b>	<b>33</b>
Bilaga 1.....	35

# 1. Inledning

## 1.1 Introduktion

Ordet kommunikation härstammar ursprungligen från latinets *communis*, gemensam, via *communicare*, göra gemensamt. För att kunna göra något gemensamt måste det finnas en relation mellan de parter som kommunicerar. Allt socialt liv förutsätter kommunikation och människan kan inte välja att inte kommunicera.<sup>1</sup> Kommunikation är något som oftast tas för givet och inte problematiseras. Det hänger samman med att kommunikation är så pass naturligt för oss att vi sällan reflekterar över det.<sup>2</sup>

I denna uppsats vill jag belysa det område inom professionell kommunikation som handlar om medierelationer. Den specifika relation jag vill belysa är den mellan journalist och kommunikatör. Det är viktigt för journalister idag att kunna förstå hur kommunikatörer tänker och även om det är två olika yrkesroller så har båda det gemensamt att de arbetar med kommunikation på olika sätt. Det är två yrkesroller som är beroende av varandra och som spelar viktiga roller för medborgarna i vår demokrati. Journalisten som kritiskt granskar och kommunikatören som representant för sitt företag, myndighet eller organisation.

Just denna relation är en relation som har makten att påverka. Den kan påverka både oss medborgare och det samhälle vi lever i. En av de aspekter jag kommer att undersöka i uppsatsen handlar just om hur relationen kan påverka vårt samhälle. Det har under de senaste åren varit mycket debatt i medier angående huruvida det är rimligt att kommunala och offentliga verksamheter lägger en stor del av sin budget på strategisk kommunikation. Det diskuteras mycket kring det faktum att många redaktioner har tvingats reducera personalstyrkan, samtidigt som kraven på att producera snabba nyheter och bibehålla samma kvalitet på journalistiken har ökat.<sup>3</sup> Samtidigt som antalet journalister minskar, har andelen kommunikatörer i statliga myndigheter ökat fyra gånger snabbare än det totala antalet anställda de senaste 15 åren enligt en rapport från ESO (Expertgruppen för Studier i Offentlig ekonomi).<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Jesper Strömbäck, *Makt, medier och samhälle: en introduktion till politisk kommunikation*, upplaga 2:2, (Lund: Studentlitteratur, 2014), s 9

<sup>2</sup> Jesper Falkheimer & Mats Heide, *Strategisk kommunikation: En introduktion*, upplaga 2:3 (Lund: Studentlitteratur, 2014), s 35.

<sup>3</sup> Lisa Bjurwald, Alexander Mason & Åsa Melin Mandre, "Relationen mellan journalister och kommunikatörer", podcast från *Cision*, avsnitt 13, <https://www.cision.se/artiklar-och-tips/podcasts/relationen-mellan-journalister-och-kommunikatorer/> (2021-11-23)

<sup>4</sup> Charlotta Eriksson, Anders Ivarsson Westerberg, "Myndigheter kommunicerar mer och mer", *Expertgrupp för Studier i Offentlig ekonomi*, <https://eso.expertgrupp.se/myndigheter-kommunicerar-mer-och-mer/>, (2021-11-23)

Just den kommunala kommunikationsverksamheten är intressant att undersöka eftersom den finansieras av skattemedel och därför är extra viktig ur ett medborgarperspektiv. Det är också intressant att undersöka hur kommunikatörerna arbetar med medierelationer i den offentliga organisationen eftersom de har en plikt och skyldighet gentemot medborgarna att ge saklig, transparent och korrekt information.

Det finns många debattartiklar kring relationen mellan kommunala kommunikatörer och journalister. Här följer två exempel: Bawar Ismail frågar sig i en ledarkrönika i *Expressen* sommaren 2020 hur det är möjligt för Malmö stad att ha råd med 170 kommunikatörer.<sup>5</sup> I krönikan kan man följa debatten utifrån ledarskribentens perspektiv, där han anser att kommunen borde banta sina stora kommunikationsavdelningar eftersom det enligt honom är orimligt att skattebetalarnas pengar ska gå till den strategiska kommunikationsverksamheten. Han anser att kommunens kommunikationsinsatser handlar allt för mycket om att använda skattepengar till PR-verksamhet som skönmålar det lokala samhället, i stället för att ha en välvillig dialog med medborgarna.<sup>6</sup>

Enligt en gemensam undersökning som *Västerbottens-Kuriren*, *Norran*, *Folkbladet*, *Sveriges Radio* och *SVT Nyheter Västerbotten* har gjort, och som går att läsa i *Västerbottens-Kuriren* hösten 2019 har antalet journalister minskat drastiskt de senaste tio åren, samtidigt som antalet kommunikatörer har ökat.<sup>7</sup>

## 1.2 Studiens frågeställning och syfte

Min uppsats syftar alltså till att undersöka hur kommunikatören ser på relationen till journalisten i kontext av det förändrade medielandskapet. Enligt en forskningsrapport från Södertörns högskola 2019 krympte de svenska dagstidningarnas redaktioner med 24 procent mellan åren 2013–2017, medan de mellan åren 2017–2019 minskade med drygt fyra procent.<sup>8</sup> Det finns också positiva tendenser kring hur journalistiken utvecklats under 2020. Enligt en rapport från Medieinstitutet har antalet lokala redaktioner blivit något fler under året 2020.<sup>9</sup>

---

<sup>5</sup> Bawar Ismail, "Hur kan Malmö ha råd med 170 kommunikatörer", *Expressen* 2020-08-19, <https://www.expressen.se/ledare/bawar-ismail/hur-kan-malmo-ha-rad-med-170-kommunikatorer/>, (2021-11-23)

<sup>6</sup> Ibid

<sup>7</sup> Jenny Petersson, Ulrika Nohlgren, Elin Turborn, "Journalisterna allt färre – och kommunikatörerna blir fler", *Västerbottens-Kuriren* 2019-09-05, <https://www.vk.se/2019-09-05/journalisterna-allt-farre-och-kommunikatorerna-blir-fler>, (2021-11-23)

<sup>8</sup> Gunnar Nygren & Karolina Olga Nord. "Svenska nyhetsredaktioner 2019: Krympande redaktioner och läsardata i centrum" <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1380439/FULLTEXT02.pdf>, s 22 - 57, (2021-11-26)

<sup>9</sup> Gunnar Nygren m.fl. "Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2019/2020", [https://mediestudier.se/wp-content/uploads/2020/11/mediestudier\\_arsbok\\_2020\\_webb\\_final.pdf](https://mediestudier.se/wp-content/uploads/2020/11/mediestudier_arsbok_2020_webb_final.pdf), s 10 (2021-11-23)

Uppsatsens undersökning ska syfta till att besvara tre primära frågeställningar:

1. Hur upplever kommunikatören sin relation till journalisten?
2. Har det förändrade medielandskapet påverkat relationen till journalisten?
3. Hur påverkas vårt samhälle av den förändrade relationen?

### 1.3 Urval

År 2021 finns det 99 personer som innehar titeln kommunikator inom Malmö stad.<sup>10</sup> Det kan utöver det finnas fler personer som arbetar med kommunikatorsliknande uppgifter under annan titel, men denna exakta siffra går inte att få fram enligt Malmö stads HR avdelning. Enligt samma källa ser utvecklingen ut som följer för titeln Kommunikator inom Malmö stad: År 2020;95 personer, 2012; 26 personer och år 2000 fanns det 20 personer med titeln kommunikator, eller informationssekreterare som rollen kallades fram till år 2000. Dessa siffror talar för den stora ökningen av kommunikatörer inom Malmö stads verksamhet. Valet att studera kommunikatörens perspektiv beror på att jag tycker mig se i den offentliga debatten att tyngdpunkten har förskjutits till deras sida. Det är därför viktigt för journalisten att veta hur kommunikatören tänker och arbetar för att i sitt arbete förhoppningsvis kunna ha hjälp av relationen till kommunikatören.

## 2. Teori

### 2.1 Medierelationer och kommunikationsmodeller

I min undersökning studeras medierelationen på ett ingående sätt utifrån kommunikatörens perspektiv. Därför ska detta kapitel syfta till att ge ett perspektiv på hur organisationer arbetar med relationer och vad journalisten innehar för roll i förhållande till organisationen.

En stor del av grunden i modern public relations forskning kretsar kring eller refererar till forskning som den amerikanske PR forskaren James Grunig har gjort. De delar av hans forskning som är intressanta för denna uppsats, är främst hans uppdelning av kommunikation i tvåvägs asymmetriska och tvåvägs symmetriska modeller.<sup>11</sup>

Grunig anser att den symmetriska kommunikationsmodellen är en idealmodell som kommunikatörer och organisationer bör sträva efter. Denna modell innebär att en organisation och dess publik är öppna och lyssnar på varandras argument, och att de är beredda att ändra ståndpunkt. Den symmetriska kommunikationsmodellen kan därmed sägas vara en dialog

---

<sup>10</sup> Mejl från Malmö stad HR-service, daterat 2021-11-26, i författarens ägo

<sup>11</sup> James E. Grunig & Todd Hunt, *Managing Public Relations*, (Florida: Holt, Rinehart and Winston, 1984), s 23

mellan publiken och organisationen.<sup>12</sup> Journalisterna är alltså att uppfatta som publik i det här sammanhanget.

Grunig beskriver att ”Balanced, two-way symmetric communication provides the most effective mechanism for an organization to evaluate its social responsibility”<sup>13</sup> Grunig anser alltså att den tvåvägs symmetriska kommunikationsmodellen är att föredra framför den asymmetriska kommunikationsmodellen som baseras på att försöka övertyga och informera publiken.<sup>14</sup>

Slutsatsen man kan dra efter att ha tagit del av tidigare forskning och information kring PR- och informationsstrategier är att relationer spelar en väldigt central roll för en organisation eller företag och att bäst effekt för organisationen uppnås när man använder en mix av både den tvåvägs asymmetriska och den tvåvägs symmetriska kommunikationsmodellen. Något som Grunig beskriver som en *mixed-motive model*.<sup>15</sup>

För strategiska kommunikatörer har medierna och ytterst journalisterna i alla tider utgjort en viktig målgrupp. Relationen har alltså sedan länge varit en viktig för båda yrkesgrupperna och den har också ofta varit föremål för diskussion. För offentliga och politiska organisationer har det länge handlat om att konstruera reaktiva mediestrategier som i efterhand försvarar ageranden eller uttalanden.<sup>16</sup> Eftersom deras verksamheter finansieras av offentliga skattemedel, har journalister ett större intresse av att granska dem. Det är också vanligt att dessa organisationer på ett aktivt sätt försöker skapa publicitet i massmedierna. För de flesta organisationer är just synlighet en viktig del i deras kommunikationspolicy.<sup>17</sup> Trycket från massmedierna är också en av de främsta drivkrafterna bakom skapandet av informationsavdelningar eller anlitanade av kommunikationskonsulter.<sup>18</sup>

Allt fler företag och organisationer har under senare år satsat ökade resurser på massmedierelationer som en del av marknadsföringsmixen.<sup>19</sup> Detta till följd av att medierna har fått en alltmer betydelsefull roll i samhället och organisationer måste kunna bemöta de ökade kraven på information. Det har blivit vanligt att offentliga organisationer såsom kommuner och myndigheter arbetar aktivt med varumärkes byggande. Den moderna

---

<sup>12</sup> Grunig & Hunt, s 41 - 43

<sup>13</sup> Grunig & Hunt, s 48

<sup>14</sup> Grunig & Hunt, s 37 - 41

<sup>15</sup> Larissa A Grunig, James Grunig & David M Dozier, *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A study of Communication Management in Three Countries*, (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2002), s 309

<sup>16</sup> Falkheimer & Heide, 2014, s 163

<sup>17</sup> Ibid

<sup>18</sup> Falkheimer & Heide, 2014, s 166

<sup>19</sup> Falkheimer & Heide, 2014 s 165



medierelationen kan sägas karaktäriseras av service gentemot journalister, höga sanningskrav och långsiktiga relationer.<sup>20</sup>

## 2.2 Dagordningsteori, gestaltningsteori och medielogik

Frågan om vad som blir nyheter har länge varit intressant för forskare. Man kan säga att frågan om makten över journalistikens innehåll ställs på sin spets i relationen mellan journalister och dess nyhetskällor.<sup>21</sup>

I denna studie analyserar jag relationen mellan kommunikatör och journalist, och därmed också vem som har makten över nyheterna; det vill säga är det de strategiska källorna (kommunens kommunikatörer i det här fallet), eller är det journalisterna? Eller är det kanske båda delar? Denna fråga kan diskuteras med hjälp av ett begrepp som blivit allt vanligare inom journalistiken; nämligen *news management*. Detta innebär att exempelvis organisationer och myndigheter satsar stora resurser på att försöka vinna synlighet och positiv publicitet eller om att försöka undvika negativ publicitet.<sup>22</sup>

För att bättre förstå varför makten över nyheterna och informationen är så viktig, kan man bland annat ta utgångspunkt i *dagordningsteorin*. Dagordningsteorin innebär att medierna påverkar tematiken på de ämnen som diskuteras genom hur de filtrerar och skapar verkligheter genom sina skildringar, denna filtrerade verklighet gör sedan så att mediekonsumenter uppfattar de ämnen som medierna tar upp som mer viktiga än andra.<sup>23</sup>

Enligt medieforskaren Jesper Strömbäck betyder bilden av verkligheten mer än själva verkligheten, eftersom det är utifrån våra bilder av verkligheten som vi formar våra opinioner och baserar våra beteenden. Nyhetskällorna har sin bild av verkligheten som de förmedlar till journalisterna och det är den verkligheten vi som medborgare ser, hör eller läser om. Detta kallas för *gestaltningsteorin*.<sup>24</sup>

*Medielogiken* innebär att medierna kommer att publicera nyheter enligt det format som passar dem bäst. Därför är det som kommunikatör en stor fördel att ha kunskap om hur medierna arbetar för att bättre kunna leverera en nyhet så att den passar in i formatet hos de medier man vill nå ut i.

## 2.3 Nyhetskällor

En nyhetskälla kan definieras på olika sätt. En definition lyder så här: ” En nyhetskälla är en person eller organisation som genom någon kanal förmedlar information till en journalist eller

---

<sup>20</sup> Ibid

<sup>21</sup> Strömbäck, s 147

<sup>22</sup> Ibid

<sup>23</sup> Strömbäck, s 101

<sup>24</sup> Strömbäck, s 129

medieorganisation".<sup>25</sup> Genom min undersökning framgår det att kommunikatorerna på Malmö stad agerar viktiga nyhetskällor eftersom en av deras främsta uppgifter är att hjälpa journalister att hitta och förmedla nyheter om Malmö stad.

Tidigare forskning visar att det främst finns tre olika relationsmodeller att utgå ifrån.<sup>26</sup> Den första är en *oberoende modell*, som innebär att källan och journalisten är åtskilda och endast har en formell och kontrollerad relation. Den andra är en *samverkansmodell*, där parterna anses ingå i samma referenssystem men har olika roller. Den tredje är en *integrerad modell* där parternas roller är sammansmälta som om de vore kollegor.<sup>27</sup> Undersökningens intervjupersoner ger uttryck för att de arbetar efter *samverkansmodellen*. Alltså att kommunikatorerna och journalisterna samarbetar och kommunikatorn anser som sin viktiga uppgift att hjälpa journalisterna i deras arbete. Samtidigt är journalisten också starkt beroende av att få information från kommunikatorn.

Vad beror det då på om en journalist väljer en källa eller en annan? Undersökningens intervjupersoner lyfter fram vissa aspekter som viktigare än andra. Produktivitet är något som alla fyra intervjupersoner beskriver som mycket viktigt när man agerar nyhetskälla. Som kommunikator ska man förstå vad som är en nyhet och ha förmågan att ge journalisterna nyhetsvärdig och relevant information.

Pålitlighet är en annan aspekt som i min undersökning kommer fram som en mycket viktig faktor när man som kommunikator agerar nyhetskälla. Alltså att förmedla korrekt, nyhetsvärdig och seriös information till journalister. Båda dessa faktorer stöds av medieforskarna Jesper Falkheimer och Mats Heide när de listar vilka aspekter som gör att journalister väljer en nyhetskälla framför en annan.<sup>28</sup>

## 2.4 Grindvaktsteorin

Hur väljer medier ut vad som ska bli en nyhet och inte? Detta är en viktig fråga eftersom kommunikatorn i många fall spelar en stor roll som nyhetskälla. Teorin om "Gatekeeping" eller grindvaktsteorin, innebär att den som hanterar urvalsprocessen i nyhetsflödet kallas för "Gatekeeper". Oftast är detta inte en enskild person, utan i stället en redaktion eller organisation som utför processen. Man kan säga att nyhetsströmmen är truttformad med en

---

<sup>25</sup> Falkheimer & Heide, 2014, s 175.

<sup>26</sup> Ibid

<sup>27</sup> Ibid

<sup>28</sup> Falkheimer & Heide, 2014, s 176 - 178.

stor input till det större medieföretaget och en liten output hos till exempel en lokal redaktion.<sup>29</sup>

Teorin om grindvakten håller på att förändras eftersom sättet att förmedla nyheter på har förändrats radikalt på grund av den digitala utvecklingen. Detta innebär dock inte att grindvaktsfunktionen har fallit bort, utan mer bara att urvalet kommer att göras efter andra värderingsprinciper då de görs av andra än de som fungerade som gatekeepers i de traditionella nyhetsorganisationerna.<sup>30</sup> Medielogiken spelar idag en mindre roll än vad den tidigare gjorde eftersom de flesta medieföretag arbetar med flera olika sätt att presentera en nyhet. Exempelvis har en TV-kanal både texter, rörlig bild för dator, mobil och platta, och dagstidningar producerar texter och rörliga bilder på alla plattformar.<sup>31</sup>

## 2.5 Nyhetsvärdering

Vad är det som utmärker de händelser som passerar grindvaktsprocessen och blir till nyheter i media? Det går inte att ge en helt objektiv nyhetsrapportering eftersom en nyhetsvärdering och nyhetspresentation görs av enskilda nyhetsredaktioner och därför per definition är en subjektiv tolkning. Att välja och att välja bort är en subjektiv handling.<sup>32</sup> Hur nyhetsvärderingen ser ut kan vi utläsa genom att analysera vilka nyheter som faktiskt återfinns som nyheter i medierna. Många har försökt att definiera en nyhet, eller vad som blir en nyhet och där kan man återfinna vissa generella drag. Exempel på sådana drag är; enkla, dramatiska och viktiga händelser som väcker känslor hos människor, som utspelar sig i någon slags närhet, har hänt nyligen och gärna kommer att pågå under en lagom lång period och ha negativa inslag. Dessutom får händelserna gärna ha elitpersoner som källor.<sup>33</sup>

## 3. Journalisten och kommunikátören i ett förändrat medielandskap

### 3.1 Kommunikátören ur ett historiskt perspektiv

Under historiens gång har det varit vanligt att både kungar och statsmän haft hjälp av både talskrivare och krönikörer. Bland de första industrialisterna var många skickliga på mediekontakter eller kunde engagera duktiga medarbetare för detta ändamål. Så man kan säga att det alltid har funnits informatörer, pressansvariga och PR-konsulter. Idag har praktiskt

---

<sup>29</sup> Lennart Weibull & Ingela Wadbring, *Massmedier: Nya Villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, 11:e helt omarbetade upplagan, (2014: Ekerlids förlag), s 281.

<sup>30</sup> Weibull & Wadbring, s 280

<sup>31</sup> Weibull & Wadbring, s 281

<sup>32</sup> Ibid

<sup>33</sup> Ibid

taget alla företag, myndigheter och organisationer specialister som arbetar med kommunikation.<sup>34</sup>

Utvecklingen av den svenska kommunikationsbranschen kan sägas ha haft sin start på 1950-talet med utvecklingen av industrialiseringen efter andra världskriget. Det räckte inte längre för företagen att producera en vara eller tjänst, utan varje organisation blev tvungen att skickligt kunna förmedla sina syften för att nå framgång med sina verksamheter.<sup>35</sup>

Under 1990-talet fick informationsbranschen en ökad betydelse i samhället och informationsfunktionen fick en starkare ställning inom företagen. Informationschefer fick ofta plats i ledningsgruppen hos företag när dessa insåg hur viktig den kommunikativa funktionen var.<sup>36</sup> I Sverige har inte enbart industrialiseringen påverkat framväxten av informationsbranschen, utan även utbyggnaden av de offentliga verksamheterna och deras framväxt i samhället. Det postindustriella samhället beskrivs ofta som ett informationssamhälle präglad av och rikt på kunskap.<sup>37</sup> I Sverige påverkade medierna utvecklingen av PR och informationsverksamheten mycket under 1960–1980-talen eftersom journalistiken under de åren utvecklades till att bli mer självständig och granskande.<sup>38</sup> Denna utveckling gjorde att näringslivet behövde fler informatörer och PR-expert.<sup>39</sup>

### 3.2 Yrket kommunikator

Vad innebär yrket kommunikator? Enligt arbetsförmedlingens definition är en kommunikator följande: ”Kommunikationsexpert som arbetar både strategiskt och operativt med kommunikationsinsatser”. I sin beskrivning skriver de vidare: ”Kommunikatörer arbetar med strategiska och operativa kommunikations- och informationsinsatser i företag, myndigheter och organisationer. Arbetet handlar bland annat om att forma och förmedla budskap, utveckla varumärken, bygga relationer och bidra till att verksamheten når uppsatta mål. Kommunikatörer arbetar också med att utveckla andras kommunikativa förmåga och att ge råd i kommunikationsfrågor”.<sup>40</sup>

---

<sup>34</sup> Larsåke Larsson, *Upplysning och propaganda: Utvecklingen av svensk PR och information*, (Lund: Studentlitteratur, 2005), s 13

<sup>35</sup> Ibid

<sup>36</sup> Larsson, s 16

<sup>37</sup> Larsson, s 25

<sup>38</sup> Larsson, s 29

<sup>39</sup> Ibid

<sup>40</sup> ”Kommunikator”, Arbetsförmedlingen, <https://arbetsformedlingen.se/for-arbetssokande/yrken-och-framtid/hitta-yrken/yrkesgrupper/1152>, (2021-11-26)

### 3.3 Förändring och digitalisering

Det räcker med att gå tillbaka några år för att inse vilken enorm förändring som har skett i vårt samhälle. De som är unga idag kanske inte ens reflekterar över det på samma sätt som någon som är uppväxt på 70-talet eller tidigare. För bara 20 år sedan dominerades det svenska mediasystemet nästan helt av public service radio och tv, samt tidningar tryckta på papper. Internet hade ännu inte gjort entré i människors vardag. Smartphones fanns inte. Kommersiell TV var under uppbyggnad.<sup>41</sup> Om man vill se på förändringen ur ett kortare historiskt perspektiv, kan man börja på 1970-talet. Det är på 1970-talet som man kan anse att Sverige blev ett informationssamhälle. Under 1980-talet utvecklades tekniken och 1987 kom det stora skiftet i och med etableringen av TV3 som svensk satellitkanal. Det öppnade upp för nya medieaktörer på marknaden.<sup>42</sup> Under 1990-talet blev mediesektorn en arena för internationella företag och digitaliseringen av marknätet innebar en expansion. För dagspressen började däremot en nedgång. År 2005 var andelen hushåll med fast nätuppkoppling i Sverige för första gången större än andelen med dagstidningsprenumeration.<sup>43</sup>

I och med att internet blev så utbrett påverkades de traditionella medierna. I första hand använde människor internet som ett kommunikationssystem. E-post, informationssökning, sociala nätverk och offentliga tjänster blev de viktigaste funktionerna och kom att spela en större roll än traditionell nyhetsförmedling. Så är det än idag.<sup>44</sup> Spridningen av den nya digitala tekniken ändrade förutsättningarna för de traditionella medieföretagen. De blev tvungna att hitta nya vägar att nå sin publik, dessutom konkurrerar de digitalt med företag som inte är medieföretag. Möjligheterna till interaktivitet skapade en ny typ av publikkontakt.<sup>45</sup> Just möjligheten till interaktivitet är viktig när man tittar på relationen mellan journalist och kommunikatör. Under de senaste åren har gränserna luckrats upp och man kan fråga sig vem som egentligen är journalist och vad journalistik är i ett medielandskap där gränser mellan journalistik, information och marknadsföring är flytande.<sup>46</sup>

Digitaliseringen är en av de förändringar som påverkat både journalistiken och kommunikatörsyrket mest de senaste åren. Massmedier har traditionellt varit organiserade kring en teknik, som efter hand utvecklats och förfinats. Tekniken har historiskt sett definierat olika medietyper såsom tryckta medier, radio och tv. Utvecklingen av tekniken de senaste

---

<sup>41</sup> Weibull & Wadbring, s 357

<sup>42</sup> Weibull & Wadbring, s 359

<sup>43</sup> Weibull & Wadbring, s 360

<sup>44</sup> Ibid

<sup>45</sup> Ibid

<sup>46</sup> Elin Gardeström & Hanna Sofia Rehnström, *Vad är journalistik? En antologi av journalistiklärare på Södertörns högskola*, (Stockholm: Elanders, 2020), s 27

åren har inneburit att innehåll som tidigare bara kunde produceras genom tekniken hos ett medieföretag, nu i princip kan göras av alla.<sup>47</sup> Tekniken har förändrat människors vanor och sätt att konsumera nyheter och ta del av information och detta gör att både kommunikatören och journalistens sätt att arbeta har förändrats. Utvecklingen av tekniken har också gjort att konkurrensförhållandena har ändrats i snabb takt för medierna.<sup>48</sup>

## 4. Metod

I detta kapitel ska jag gå igenom varför jag har valt att arbeta med kvalitativa intervjuer, urval och analysmetod, samt hur jag har arbetat med undersökningen i praktiken.

### 4.1 Urval

En av anledningarna till att jag valt att studera just kommunikatörernas perspektiv är att det är viktigt för journalister att få en större kunskap i hur kommunikatörer arbetar. Valet att analysera den offentliga sektorn och Malmö stad kan sägas vara ett *teoretiskt urval*. Detta eftersom jag gjorde urvalet efter att ha skaffat mig kunskap och kompetens inom området genom att läsa artiklar, ta del av tidigare forskningsmaterial och information från branschorganisationer såsom Sveriges kommunikatörer och Sveriges Journalistförbund. Ett *teoretiskt urval* kräver nämligen att man som forskare har en viss kompetens och en insikt inom det område som man ska utforska.<sup>49</sup>

När det blev tydligt att jag ville undersöka just Malmö stads kommunikatörer tog jag kontakt med presschefen på Malmö stad via mejl och bad honom om hjälp med att hitta just de intervjupersoner som var viktiga för min undersökning. Jag tog en första kontakt för att undersöka om de kunde tänka sig att delta i intervjuer och sedan ett andra mejl för att bekräfta att vi skulle ha intervjuerna och med mer specificering kring temat. Att göra denna typ av urval kallas för att göra ett *målinriktat urval och strategiskt urval* som syftar till att skapa en överensstämmelse mellan forskningsfrågor och urval. Jag som forskare gjorde mitt urval utifrån en önskan att intervjua de personer som var relevanta för mina forskningsfrågor.<sup>50</sup>

Min metod att göra urval är även ett så kallat *tvåstegsurval*. Det vill säga att jag först gjorde urvalet av vilken organisation jag skulle undersöka och sedan efter det vilka personer som skulle intervjuas. Här var jag beroende av att ledningen (i det här fallet Malmö stads presschef) hjälpte mig att hitta de personer som hade rätt kriterier för de frågeställningar jag

---

<sup>47</sup> Weibull & Wadbring, s 361.

<sup>48</sup> Weibull & Wadbring, s 361.

<sup>49</sup> Monica Dalen, *Intervju som metod*, upplaga 2, (Oslo: Universitetsförlaget, 2011), s 58

<sup>50</sup> Alan Bryman, *Samhällsvetenskapliga metoder*, upplaga 2:4, (Malmö: Liber, 2013), s 434

hade. Mina urvalsmetoder kan alltså sägas vara en kombination av *målinriktat strategiskt* urval och *tvåstegsurval*.

Jag hade också tagit utgångspunkt i att antalet intervjupersoner inte skulle kunna vara för stort, eftersom både genomförandet av intervjuerna och bearbetningen av dem är en tidskrävande process.<sup>51</sup> Samtidigt är det viktigt att intervjumaterialet ska vara av tillräcklig kvalitet för att utgöra tillräckligt underlag för tolkning och analys.<sup>52</sup>

Jag gjorde fyra intervjuer med kommunikatörer på Malmö stad. Den ena av dem innehar en chefsposition och har därmed till viss del andra arbetsuppgifter och andra perspektiv i jämförelse med de andra tre som alla innehar titeln kommunikatör. Ett kriterium jag hade satt upp innan genomförandet av intervjuerna var att de kommunikatörer jag skulle intervjua helst skulle ha arbetat med medierelationer under några års tid, detta för att kunna ge sina perspektiv på hur relationen till journalisterna hade förändrats över tid. Vid tidpunkten för genomförandet av intervjuerna upptäckte jag att en av kommunikatörerna bara hade arbetat som kommunikatör i ett drygt halvår. Hens intervju visade sig innehålla viktiga synpunkter och perspektiv som i viss mån kontrasterade till de andra intervjupersonernas svar och därför valde jag att behålla denna person som del i undersökningen.

Eftersom mina avsikter med studien inte är att generalisera alla kommuners kommunikatörers arbete med medierelationer, utan endast att undersöka hur det kan se ut på en kommun och skildra det utifrån de kunskaper mina intervjuobjekt hade, kan fyra intervjuer anses räcka för att uppfylla den *teoretiska mättnad* som är viktig att ha för att bedöma om urvalet är tillräckligt stort.<sup>53</sup>

## 4.2 Kvalitativa Intervjuer

Denna studie syftar framför allt till att undersöka hur kommunikatören upplever relationen till journalisten samt om och i så fall hur denna relation har förändrat sig över tid. Studien syftar också till att undersöka huruvida kommunikatörerna tror att relationen påverkar vårt samhälle. Den metod som lämpar sig bäst för att kunna besvara mina forskningsfrågor och belysa dessa frågor ur kommunikatörens perspektiv är en *kvalitativ metod* med *semistrukturerade intervjuer* som bas.

Anledningarna till att jag valt just den metoden är flera: Den kvalitativa intervjun har som mål att vara flexibel och medverka till att få fram intervjupersonernas världsbild.<sup>54</sup> När

---

<sup>51</sup> Dalen, s 58

<sup>52</sup> Dalen, s 58

<sup>53</sup> Bryman, s 436

<sup>54</sup> Bryman, s 38

man gör kvalitativa intervjuer kan man göra på olika sätt och variera hur många mer fasta frågeformuleringar man vill ha med vid intervjun, och i vilken utsträckning man vill komplettera med mer öppna frågor. Man kan välja i vilken ordning man ställer frågor och en fördel är att man kan anpassa frågorna efter situationen på ett helt annat sätt än om man är bunden vid ett standardiserat frågeformulär.<sup>55</sup>

### 4.3 Förberedelser

För att kunna genomföra givande intervjuer är det viktigt med förberedelse. Först behövde jag utarbeta en *intervjuguide* med syftet att den skulle innehålla centrala teman och frågor för att kunna täcka de viktigaste områdena för studien.<sup>56</sup> Intervjuguiderna utformades så att samma frågor ställdes till alla de svarande i studien, även om jag beroende på de svar jag fick varierade mina frågor något, samt att följderna på frågorna inte alltid var desamma. (Se intervjuguide i bilaga nr 1). Frågorna formulerades på ett sådant sätt att de alltid skulle ha som syfte att få fram så mycket information och åsikter som möjligt. Jag försökte att vara grundlig vid utarbetandet av frågorna för intervjuguiden för att få ett så rikt material som möjligt.<sup>57</sup> Jag ville ställa frågor på ett sådant sätt att intervjuobjekten skulle öppna sig och med egna ord berätta om sina upplevelser.<sup>58</sup>

### 4.4 Tematisering

*Tematisering* är en mycket använd presentationsform där man utgår från intervjuguiden och de områden som den behandlar. Vid planläggning av en undersökning väljer man som forskare ut teman som är relevanta för att belysa projektets aktuella problemformulering. Dessa teman arbetade jag därefter in i intervjuguiden.<sup>59</sup> Att tematisera en intervjustudie innebär att man klargör syftet med studiens ”*varför*”.<sup>60</sup>

När jag sammansatte intervjuguiden använde jag studiens övergripande problemformulering för att dela upp mina frågor i tre olika teman. Dessa teman är: (1) *Hur upplever kommunikatören sin relation till journalisten?* (2) *Har det förändrade medielandskapet påverkat relationen till journalisten?* (3) *Hur påverkas vårt samhälle av den förändrade relationen?* I tillägg till dessa teman utarbetade jag en kort presentationsdel för att få en kort bakgrundsinformation och skapa mig en bild av de personer jag skulle intervjua utan att för den skull avslöja deras identitet.

---

<sup>55</sup> Göran Ahrne, Peter Svensson, *Handbok i kvalitativa metoder*, upplaga 2:5, (Stockholm: Liber, 2015), s 38

<sup>56</sup> Dalen, s 35

<sup>57</sup> Dalen, s 36

<sup>58</sup> Ibid

<sup>59</sup> Dalen, s 86

<sup>60</sup> Kvale & Brinkmann, s 121



Eftersom det vid genomförande av kvalitativa intervjuer är väldigt viktigt att få med intervjuobjektens egna ord, spelade jag in alla intervjuer med min telefon. Detta upplevdes inte som något problem av de som jag intervjuade eftersom jag var tydlig från början med att jag skulle spela in intervjun och frågade om det var okej för dem.

#### 4.5 Forskningsetiska aspekter

De aspekter som ligger till grund för denna undersökning utgår från etikprovningenslagen. Lag (2003:460) om etikprovning av forskning som avser människor, och som är en del av Vetenskapsrådet. De områden av etikprovningenslagen som är viktiga för min studie är tre stycken. Nämligen följande:<sup>61</sup>

- *Krav på samtycke* (innebär bland annat att den som medverkar i en undersökning ska ha rätt att självständigt bestämma om, hur länge och på vilka villkor de ska delta)
- *Krav på att bli informerad* (innebär att forskaren ska informera de som deltar i projektet om vilka villkor som gäller för deras deltagande samt om vad deras uppgift är i undersökningen)
- *Krav på konfidentialitet* (innebär att uppgifter om alla i en undersökning skall ges största möjliga konfidentialitet och personuppgifterna skall förvaras på ett sådant sätt att obehöriga inte kan ta del av dem).<sup>62</sup>

#### 4.6 Genomförande

Varje intervju pågick enskilt i cirka 30 - 45 minuter på intervjupersonens arbetsplats. En av intervjupersonerna ville i stället genomföra intervjun på ett café eftersom hen inte skulle befinna sig på arbetsplatsen under veckan som intervjuerna pågick. Anledningen till att jag valde att göra intervjuerna på plats och inte till exempel via Zoom var att jag ville få ett mer personligt samtal och vad jag anser en bättre möjlighet att ställa följdfrågor och helt enkelt en bättre kvalitet på själva intervjun. Kvaliteten på intervjun är avgörande för kvaliteten på den följande analysen, verifieringen och rapporteringen och därför ansåg jag det viktigt att genomföra intervjuerna på plats i den mån det var möjligt.<sup>63</sup> Under intervjuerna använde jag mig av min intervjuguide som en mall och som ett stöd för intervjuerna. Det hände att jag omformulerade frågan och ställde följdfrågor under intervjuns gång. Det förekom även att intervjupersonerna omedvetet svarade på en fråga som jag egentligen skulle ha frågat senare

---

<sup>61</sup> Dalen, s 25

<sup>62</sup> Dalen, s 27

<sup>63</sup> Kvale & Brinkmann, s 180

och när detta inträffade fick jag byta fokus och ställa mina frågor som var relevanta för det intervjupersonen svarat på direkt.

Intervjuerna spelades in med mobiltelefon och transkriberades direkt efter varje intervjutillfälle. Det är en fördel att transkribera intervjuerna direkt efter att de gjorts eftersom det möjliggör bästa möjliga återgivning av vad intervjupersonerna faktiskt har sagt.<sup>64</sup> Intervjun är ett samtal som utvecklas mellan två människor ansikte mot ansikte medan man i utskriften abstraherar samtalsinteraktionen mellan två fysiskt närvarande personer och fixerar den i skriven form.<sup>65</sup> Att transkribera innebär att man ändrar kommunikationen från en form till en annan, genom utskriften strukturerar man intervjusamtalet i en form som går att använda för närmare analys.<sup>66</sup> När jag transkriberade intervjuerna utslöt jag att skriva pausers längd, harklingar och skratt, eftersom jag inte ansåg att detta skulle vara till någon nytta för resultatet. Enligt forskarna Steinar Kvale och Svend Brinkmann finns det inget standardsvar på frågan hur mycket av intervjun man ska återge ordagrant, utan det beror på vad man har för avsikt med själva utskriften.<sup>67</sup>

När jag gick igenom det transkriberade materialet försökte jag skapa mig en generell bild av materialets omfattning och söka efter mönster i det som sagts av de fyra intervjupersonerna. Utifrån studiens initiala frågeställning har jag använt mig av de tre teman som finns i intervjuguiden, utgått från dessa, ihop med intervjupersonernas citat och exempel som jag fann belyste mina frågeställningar, och utifrån detta gjort en analys med hjälp av tidigare forskning för att kunna driva analysen framåt, dra slutsatser och ge förslag på framtida forskning. Jag har i min analysprocess letat efter citat som: (1) *Fångar upp det väsentliga*, (2) *Kan tjäna som exempel för många*, (3) *Förekommer sällan*. Detta eftersom citat som fångar upp det väsentliga syftar till att verkligen få fram essensen i de frågeställningar jag vill belysa, citat som kan tjäna som exempel för många blir representativa för gruppen vars upplevelser jag vill skildra. De citat som förekommer sällan kan vara betydelsefulla för att det kan röra sig om tankar eller känslor som bara några få personer vågar sätta ord på.<sup>68</sup>

#### 4.7 Reliabilitet och validitet

*Reliabilitet* relaterar till forskningsresultatens konsistens och tillförlitlighet och detta begrepp behandlas ofta i relation till frågan om ett resultat kan reproduceras vid andra tidpunkter och

---

<sup>64</sup> Dalen, s 72

<sup>65</sup> Kvale & Brinkmann, s 193

<sup>66</sup> Kvale & Brinkmann, s 196

<sup>67</sup> Kvale & Brinkmann, s 197

<sup>68</sup> Dalen, s 108 - 109

av andra forskare.<sup>69</sup> Min studie kan inte replikeras vid en annan tidpunkt och av en annan forskare. Även om en annan forskare skulle göra samma upplägg och så att säga upprepa studien skulle resultatet inte bli detsamma. Detta även på grund av att det är subjektiva bedömningar som avgör vad som anses relevant och intressant för studien.

*Validitet* relaterar till giltigheten, sanningen, riktigheten och styrkan i ett yttrande.<sup>70</sup> I ett bredare perspektiv betyder validitet i vilken utsträckning en metod faktiskt undersöker det den är avsedd att undersöka.<sup>71</sup> Sedan skiljer forskningen på definitionerna ”*begreppsvaliditet*” och ”*resultatvaliditet*”. *Begreppsvaliditet* kan beskrivas som en överrensstämmelse mellan en studies frågeställning och själva undersökningen som studien innehåller.<sup>72</sup> I min studie har jag försökt säkra en god begreppsvaliditet genom att säkra mig att de personer jag skulle intervjua faktiskt arbetade med medierelationer och att arbetet med medierelationer innefattade en tillräckligt stor del av deras arbetsdag för att de skulle kunna ge relevanta svar på mina frågeställningar.

*Resultatsvaliditet* innebär att forskaren mäter det den faktiskt påstår att den mäter och är något som går att utvärdera först efter att man som forskare har samlat in det empiriska materialet.<sup>73</sup> För att få en god resultatsvaliditet kontrollerade jag efter att jag transkriberat alla intervjuer att dessa kunde svara på studiens frågeställningar och syfte.

## 5. Resultat och analys

### 5.1 Introduktion

I den här delen av uppsatsen kommer jag att redovisa det resultat som har framkommit från de fyra intervjuer jag har gjort i denna studie. En kort introduktion om vilka intervjupersonerna är anser jag viktig för att deras arbetslivserfarenhet och bakgrund kan påverka hur mycket kunskap de har inom ämnet och därför också deras svar. Personernas namn och ålder framgår inte eftersom det inte är relevant för resultatet av undersökningen. I stället refereras de till med nummer ett till fyra för att underlätta för läsaren. Resultat och analysdelen är sedan uppdelad utefter mina tre teman och således frågeställningar. Dessa teman är (1) Hur kommunikationen upplever sin relation till journalisten (2) Om ett förändrat medielandskap har påverkat relationen till journalisten (3) Hur den eventuellt upplevda förändringen i relationen

---

<sup>69</sup> Kvale & Brinkmann, s 263

<sup>70</sup> Kvale & Brinkmann, s 264

<sup>71</sup> Ibid

<sup>72</sup> Peter Esaiasson m.fl., *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*, upplaga 5:1, (Stockholm: Wolters Kluwer, 2017), s 58

<sup>73</sup> Esaiasson m.fl. s 58

till journalisten påverkar vårt samhälle. Dessa tre frågeställningar hänger samman och därför kommer också svaren från intervjupersonerna ibland att gå in i varandra.

## 5.2 Introduktion av intervjupersoner

Intervjuperson 1, arbetar som kommunikatör på Förskoleförvaltningen i Malmö stad. Hen har tidigare arbetat som presskommunikatör inom andra statliga myndigheter, samt har en 17 år lång bakgrund som journalist.

Intervjuperson 2, innehar en chefsposition inom Malmö stad. Hen har innehaft sin nuvarande titel sedan år 2014. Har cirka 25 års erfarenhet av arbete med pressfrågor.

Intervjuperson 3, arbetar som kommunikatör på Grundskoleförvaltningen i Malmö stad. Hen har arbetat i sin nuvarande tjänst sedan år 2017 och dessförinnan har hen arbetat som reporter och programledare på TV4.

Intervjuperson 4, arbetar som kommunikatör på Miljöförvaltningen i Malmö stad. Hen har arbetat i sin nuvarande tjänst sedan april 2021 och dessförinnan arbetade hen i fyra år på Sveriges Radio som reporter, producent, digital redaktör och nyhetssändare.

## 5.3 Hur upplever kommunikatören sin relation till journalisten?

### 5.3.1 Hur arbetet med medierelationer ser ut

Majoriteten av intervjupersonerna säger att de lägger en stor del av sin arbetstid på att arbeta med medierelationer. Exakt hur många procent av själva arbetstiden det är kan vara svårt att uppskatta eftersom arbetet med medierelationer varierar över tid. Intervjuperson 3 sade att hen lade rätt mycket tid på medierelationer, att det varierade i perioder och att hen bedömde att majoriteten av arbetstiden lades på medierelationer. Vad som kännetecknar en god relation till journalister är också något som alla fyra intervjupersoner hade likartad syn på. När intervjupersonerna ombads ge tre nyckelord för att beskriva vad som kännetecknar en god relation till journalisten, var det svårt att bara säga tre ord, men följande ord kom fram hos alla intervjupersoner: God service, tillgänglighet och tydlighet.

God service: Intervjuperson 1 säger att ”God service tycker jag är viktigt, se till att journalister får snabbt svar och snabbt kommer i kontakt med de personer som de behöver intervju. Jag vet att tiden är en kritisk faktor för dem”. Detta vittnar om att intervjuperson 1 har en god kunskap om vad som är viktigt för att journalisten ska kunna utföra sitt jobb. Jag fick liknande svar från intervjuperson 2, 3 och 4 vilket visar att intervjupersonerna har en likartad syn på vad god service innebär för en journalist.

Tillgänglighet: Intervjuperson 2 beskriver att tillgängligheten ses som otroligt viktig och att Malmö stad har en presstjänst som är öppen stora delar av dygnet just för att underlätta arbetet för journalister. Även intervjuperson 1 beskriver detta när hen säger:

Tillgängligheten är viktig. Sen är det viktigt att vi agerar professionellt. Att vi är avstämde. Att vi har tänkt över det vi säger och levererar. Det ska vara sant såklart det vi säger. Men ibland kan man behöva tänka ett extra varv. Att det blir tydligt och klart. Att kommunikationen sker samordnat.

Tydlighet: Alla fyra intervjupersoner kommer in på att kommunikationen till journalister ska vara tydlig. Intervjuperson 4 säger att ju tydligare kommunikationen är desto bättre är det. I Malmö stads övergripande riktlinjer för arbetet med press och medier kan man läsa att ”Tillgänglighet, bra bemötande och respekt för varandras roller är viktigt vid all kontakt med medier”.<sup>74</sup> I dessa övergripande riktlinjer kan man vidare läsa att Malmö stad delar upp sitt arbete med pressfrågor i reaktivt och proaktivt pressarbete, där service och närvaro i reaktivt pressarbete i längden sägs kunna påverka förutsättningarna för det proaktiva arbetet. I Malmö stads övergripande riktlinjer för press och media står det också att ett av målen med Malmö stads kommunikation är just att Malmö stad ska uppfattas som en effektiv och serviceinriktad organisation av medier och dess representanter.<sup>75</sup> Efter analys av intervjuerna med alla fyra intervjupersoner är det tydligt att dessa riktlinjer följs noggrant av alla intervjupersoner.

Proaktivitet är också något som alla fyra intervjupersoner tar upp som viktigt i relationen till journalisten. Proaktivt arbete handlar om när man arbetar med förberedande kommunikationsinsatser inför beslut och händelser, medan reaktivt pressarbete till exempel är hantering av inkommande förfrågningar från medier. Som tidigare forskning redan har nämnt är medierelationer en del av en organisations strategiska kommunikationsinsatser. Enligt forskaren James Grunig menar många som arbetar med kommunikation att medierelationen är den viktigaste delen av allt arbete en organisation gör med public relations.<sup>76</sup>

Det blir tydligt genom analys av alla fyra intervjuerna att Malmö stad använder sig av forskaren James Grunigs tvåvägs symmetriska kommunikationsmodeller i sin kommunikation med journalister. Som beskrivet i början på denna uppsats, ansåg Grunig att den tvåvägs

---

<sup>74</sup> Mejl från presschef Nicklas Sjöqvist till författaren, daterat 2021-11-10, i författarens ägo. ”Malmö stads riktlinjer för arbete med press och media 2017”, s 1

<sup>75</sup> Mejl från presschef Nicklas Sjöqvist till författaren, daterat 2021-11-10, ”Malmö stads riktlinjer för arbete med press och media 2017”, s 2

<sup>76</sup> Grunig & Hunt, s 223

symmetriska kommunikationsmodellen var en idealmodell för alla organisationer som ville nå ut till sin publik eftersom denna modell innebär att dess publik är öppna och lyssnar på varandras argument.<sup>77</sup>

Grunig talar i sin forskning om lyckade medierelationer som ”Two-way Press relations” där han anser att en mix av asymmetriska och symmetriska relationer får bäst effekt. Detta eftersom kommunikátören genom en asymmetrisk relation bestämmer vilken information man vill att journalisterna ska få, och utefter det planerar sin kommunikation till journalisten. Genom den symmetriska relationen öppnar kommunikátören upp informationsflödet från sin organisation till journalisterna och försöker hjälpa dem få korrekta och trovärdiga nyheter. Att arbeta på det här sättet gör enligt Grunig också att det blir mindre risk för feltolkningar från mediernas sida.<sup>78</sup>

Ett exempel på Malmö stads arbete med den tvåvägs symmetriska modellen var när intervjuperson nr 1 sade ”Allt Malmö stad gör ska präglas av öppenhet och transparens, vi ska vara tillgängliga för medborgarna”. Samtidigt som samma intervjuperson beskrev att ”För att vi ska gå ut aktivt så måste det finnas något att vinna på det för oss som organisation”, vilket är exempel på hur man också använder sig av den asymmetriska tvåvägs kommunikationsmodellen.

### 5.3.2 Den (o)personliga relationen

Genomgående för majoriteten av intervjupersoner är att de anser att man som kommunikátör bör ha en professionell, men inte alltför personlig relation till journalisten. Intervjuperson 2 säger så här:

Man får gärna ha en bra relation och det blir ju oftast så att ett antal journalister möter man. Så det blir ju de närmast sörjande förvärdel Sydsvenskan, Skånskan och den lokala TV kanalen där man har upparbetade kontakter. Då lär man ju känna varandra och har en relation och så, men i övrigt så är det ändå så många olika journalister, så det är inte att man skulle ha någon särskilt djup relation med någon utan det rullar liksom på.

Samma intervjuperson säger också att vikten av personliga relationer bör tonas ned:

Jag ser ibland i jobbanonser att det skulle vara bra med goda relationer och ett brett kontaktnät. Det kan ju vara en hjälp att få kontakt, men det stannar väl där. Jag skulle vilja tona ned den delen. Det spelar ingen roll vem som sitter på redaktionen utan vi ska göra vårt jobb ändå utifrån hur vi jobbar.

---

<sup>77</sup> Grunig & Hunt, s 41 - 43

<sup>78</sup> Grunig & Hunt, s 227

Intervjuperson 1 säger att om det finns en väldigt bra nyhet som är intressant för en viss journalist så kanske hen tipsar om den, men betonar särskilt att som kommunikatör har man ett ansvar i att hantera alla journalister lika. Samma intervjuperson säger att det kan förenkla kommunikationen med journalisten om man har haft att göra med varandra tidigare. Som medieforskaren Larsåke Larsson beskriver i sin bok *Upplysning och propaganda* är det väldigt viktigt för organisationer att arbeta med relation management och därmed se till att ha fungerande och goda relationer med media.<sup>79</sup> Av intervjupersonernas uttalanden kan jag dra slutsatsen att detta innebär att kommunikatören och journalisten bör ha en professionell relation men inte bli alltför personliga.

### 5.3.3 Kontaktvägar till journalisten

Genomgående för alla intervjupersoner är att de arbetar med webben som en av sina viktigaste plattformar för att få ut en nyhet i kombination med sociala medier. Intervjuperson 2 säger att ”Pressmeddelanden försöker vi hålla nere faktiskt”. Att vara selektiv med pressreleaser stöds även av Grunigs forskning där han beskriver att ”Whatever the model, make sure there is a good reason for communicating a message before you issue a press release”.<sup>80</sup> Samma intervjuperson beskriver att regeln är att skicka ut maximalt två pressmeddelanden per dag.

Att ringa upp en journalist är något som ingen av intervjupersonerna brukar göra mer än i undantagsfall. Intervjuperson 4 säger så här:

Jag skulle nog aldrig ringa upp en journalist personligen och liksom bara ’hej, jag har en grej’, för då känns det lite som att jag skulle få en dålig känsla i magen om jag började höra av mig personligen till journalister. Vi ska inte premiera ett visst medium eller journalist, utan informationen ska vara tillgänglig för alla.

Att alla journalister ska ha samma möjlighet att få tag på nyheter från Malmö stad är ett genomgående svar hos alla intervjupersoner. Det kan förekomma att man lägger ut en nyhet på webben och att man sedan ringer upp en specifik journalist för att tipsa dem om en nyhet de inte bör missa. Intervjuperson 1 beskriver att detta så blir som en liten ”heads up” för journalisten. Samma intervjuperson säger också att det händer att han ger en nyhet exklusivt till en journalist för att säkra sig om att den kommer att rapporteras om.

---

<sup>79</sup> Larsson, 2005, s 156

<sup>80</sup> Grunig & Hunt, s 384

Arbetet med medierelationer är också indirekt, det vill säga att kommunikatören inte alltid har direktkontakt med journalisten, utan även arbetar med att coacha och förbereda chefer inom organisationen på hur de ska förhålla sig till journalister i en intervjusituation. Intervjuperson 1 berättar att hen arbetar med en talespersonsutbildning för att lära chefer kommunicera på ett tydligt sätt och använda ett språk som även andra utanför förvaltningen ska kunna förstå. Intervjuperson 3 arbetar också med att coacha chefer och hon betonar vikten av att inte coacha dem för mycket och lägga ord i munnen på dem, utan låta dem tala sitt eget språk.

### 5.3.4 Rollen som nyhetskälla

Intervjuperson 3 ser inte sig själv som en nyhetskälla. Hen beskriver:

Jag tycker inte att vi som kommunikatörer direkt förmedlar nyheter till journalisterna. I alla fall i vår organisation så är det ju så att det oftast är journalisterna som ringer mig och sen förmedlar jag dem vidare eller tar fram faktauppgifter åt dem. Å andra sidan försöker jag ta fram nyheter till våra egna kanaler, vilket är svårt ibland då vi sitter långt ifrån verksamheten.

Hen tycker heller inte att det vore bra om Malmö stad skulle göra som Västra Götalands Region och starta en egen nyhetsredaktion. Då kan risken finnas att man bara skulle förmedla positiva nyheter. Om detta skriver journalistiklärarna Elin Gardeström och Hanna Sofia Rehnberg i sin antologi med namnet *Vad är journalistik*. I *VGR fokus* som nyhetssajten heter finns det en tydlig varumärkesbyggande ambition.<sup>81</sup>

Att intervjuperson 3 inte ser sig som en nyhetskälla motsäger vad som framkommer från de andra tre intervjupersonerna. Jag tolkar det dock som att intervjuperson 3 menar att hen inte ser sig som nyhetskälla för att hen inte aktivt förmedlar nyheter till journalisten. Dock hjälper hen journalisterna på många andra sätt som underlättar deras nyhetsförmedling.

Intervjuperson 2 säger så här om sin roll som nyhetskälla: ”Viktigt att kommunikatören förstår medias roll och låter medierna avgöra vad som är en nyhet eller vad som är allmänintresse. Det är till slut journalisten som avgör vad som ska publiceras och hur”. Uttalandet stärks av tidigare forskning som visar att de officiella källorna har stort inflytande över journalistiken och att journalister behöver nyhetskällor för att få tillgång till information och uttalanden som kan omvandlas till nyheter.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> Gardeström & Rehnberg, s 33

<sup>82</sup> Strömbäck, s 149



## 5.4 Har det förändrade medielandskapet påverkat relationen till journalisten?

### 5.4.1 Snabbhet och kommunikationskanaler

Om bara ett enda ord skulle användas för att beskriva relationen mellan kommunikatör och journalist idag så skulle det vara snabbhet. Det är för övrigt ett ord som skulle kunna användas för att beskriva många andra skeenden i vårt samhälle idag och som genomsyrar hela vår västerländska vardag och kultur. Alla fyra intervjupersoner har sagt att snabbhet är extremt viktigt i kontakten med journalisterna. Intervjuperson 3 beskriver snabbheten så här: ”Problemet är att det går för snabbt, journalisten hinner inte gå på djupet och se om de har korrekt information på samma sätt som förr. Det blir fel och det sprids också väldigt snabbt”

Snabbhet i kontakten med journalisten är alltså en förutsättning för att denna ska kunna göra sitt jobb, samtidigt kan snabbheten ses som ett hot mot att förmedla korrekta och granskande nyheter. Intervjuperson 1 tycker att det är ett problem att man lägger mindre resurser på det granskande arbetet på många redaktioner, och uttrycker sig så här:

Man lägger mindre resurser på det granskande arbetet, jag tycker mig ana att det även händer att man missar en del genom att man inte ger sig tid att gräva fram en nyhet som man kanske inte vet om den kommer gå att publicera. Att man liksom har ett produktionskrav på sig som gör att man undviker att arbeta med vissa nyheter.

Intervjuperson 3 beskriver tiden som den absolut viktigaste faktorn i relationen med journalisten. ”Min första fråga till journalisten är alltid; när behöver du svar senast?”.

Intervjuperson 2 beskriver att det var ett helt annat tempo innan internet blev etablerat. Hen säger att i och med tempoökningen som skett i och med att sociala medier och internet blivit etablerade så är det ännu viktigare att arbeta proaktivt och försöka ligga steget före. Samma person vittnar även om att det som långsam kommun är oerhört svårt att kunna hålla samma tempo som medierna gör. Särskilt när det gäller webbjournalistiken är snabbheten det viktigaste eftersom webben styrs av en ständig deadline. Helst vill man ha nyheter som är pågående eller förändras. Därför är webbjournalister ännu mer beroende av snabba och lättillgängliga källor.<sup>83</sup> Intervjuperson 1 säger så här om riskerna med snabbheten:

Den tekniska utvecklingen har spelat en stor roll, det är väldigt lätt att bli tvåa på bollen. Om du får ett tips också vet du att även andra journalister får samma tips, samtidigt så kanske du kan göra en grej på det rätt snabbt genom att prata med en person, men nyheten kanske hade blivit

---

<sup>83</sup> Gunnar Nygren, *Yrke på glid - om journalistrollens de-professionalisering*, (Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediastudier, 2008), s 112

mycket bättre om du pratade med 4 - 5 personer först och liksom fick din egen tanke på det. Men då kanske det dröjer till imorgon innan du är färdig och vågar man det? Vågar man hålla på den nyheten för att man kanske kan göra den lite bättre?

Utöver snabbheten framgår det att själva mediesituationen med en stor ökning av antalet kommunikationskanaler är en viktig förändring i relationen med journalisten. Intervjuperson 2 beskriver att förr var det ett långsammare klimat med dagspress och idag är myndighetens sociala medier en stor och resurskrävande kommunikationskanal. Något som intervjuperson 3 beskriver när hen säger att ”Det som har ändrat sig är att allmänheten har blivit mer aktiv i att ställa frågor på sociala medier. Speciellt har vi upplevt detta just under Coronakrisen”.

Intervjuperson nr 1 beskriver det som en fara med de många olika kommunikationskanalerna när hen beskriver:

Man får ju då och då indikationer på att mediekonsumtionen förändrats radikalt. Exempel var förintelsekonferensen som kommunicerades väldigt brett och trots detta var det många som helt hade missat detta. Vill det säga att folk lever i sina egna filterbubblor? Det är en utveckling som gör mig lite mörkrädd. Färre prenumererar på tidningen, vad händer då tänker jag. Det är ju redan jättedyrt att ha en nyhetstidning och ändå är det så himla viktigt. Det där är ju något att jobba med tänker jag.

Av intervjuerna kan man utläsa att det skett stora förändringar i förhållandet mellan journalist och kommunikatör och att kommunikatörsrollen som sådan också har fått större inflytande i takt med att kommunikation inom organisationer blivit allt viktigare. Medborgarna ställer idag också större krav på att få information från myndigheter och de har en ökad möjlighet att interagera med myndigheten exempelvis via sociala medier. Intervjuperson 3 beskriver detta när hen säger att ”Informationstrycket på kommunerna har ökat jättemycket, det är sociala medier där det väller in frågor som ska besvaras inom 24 timmar”. Utöver det beskrivs också andra forum där medborgarna kräver svar och där kommunen behöver hjälp för att kommunicera med medborgarna som en konsekvens av att antalet kommunikationskanaler har blivit många fler.

#### 5.4.2 Vem är beroende av vem?

Alla fyra intervjupersoner har svarat likartat på denna fråga och alla anser att både journalisten och kommunikatören är ömsesidigt beroende av varandra. Intervjuperson 4 säger så här:

I den bästa av världar lever vi i någon typ av symbios. För det är svårt för journalister att hålla järnkoll på en förvaltning eller kommun, och det är svårt för kommunikatören att få den

spridning på saker som journalister har. Så i en idealisk värld lever vi i någon typ av harmoni. Jag tror det är svårt för den ena att ta över den andra och de ska ju också granska oss, det får man inte glömma bort. Det finns ju ett maktperspektiv.

Intervjuperson 2 säger att både kommunikátören och journalisten behövs i en demokrati men att uppdragen skiljer sig åt trots att båda har samma uppdragsgivare; nämligen medborgaren. Hen beskriver relationen så här:

Ja, båda är beroende av varandra, det skulle jag säga. Många journalister upplever ju kommunikátören lite som en gatekeeper, de vill ju helst prata direkt med den som ska uttala sig och det kan jag förstå. Och så sker det ofta. Men ibland är det svårt att nå igenom och då är kommunikátören en väg in.

Det förändrade medielandskapet med allt fler kommunikationskanaler har inneburit ökade möjligheter att kommunicera både för kommunikátören och för journalisten. Även om detta i praktiken innebär att kommunikátören kan kommunicera ut information till allmänheten via sina egna kanaler på ett annat sätt än tidigare, är det fortfarande så att de är beroende av journalisten för att få en stor spridning på en nyhet. Samtidigt har behovet att få utrymme i traditionell media minskat. Medierelationen är endast en del i hur kommunikátören kan få ut sitt budskap till medborgarna, men det är en väldigt viktig del. Intervjuperson 2 säger att ”Vi har våra egna kanaler och där når vi ut bra, men vi är fortfarande beroende av att medierna skriver om det vi gör. Det är liksom hela poängen”. Precis som James Grunig nämner i sina teorier om att kvalitativ kommunikation är nyckeln till givande relationer och att man bör se kommunikation som en dialog mellan två parter där bägge försöker förstå den andres synpunkt genom att använda sig av hans tvåvägs symmetriska kommunikationsmodell.<sup>84</sup>

Enligt intervjuperson 2 är det fortfarande journalisten som i slutändan avgör vad som ska publiceras och hur det ska publiceras. Detta kan förklaras med hjälp av dagordningsteorin och medielogiken. Tack vare dagordningsteorin är det fortfarande journalisten som sätter agendan för det som allmänheten ska anse som viktigt och det är tack vare kommunikátörernas kunskap om medielogiken som de vet hur, när och var samt eventuellt till vem som en nyhet lämpar sig att förmedlas. Något som stöds av forskaren Jesper Strömbäck när han uttrycker att medier har blivit så centrala i moderna samhällen att aktörer som behöver medierna för att kommunicera med folket måste anpassa sig till medielogiken.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Grunig & Hunt, s 120

<sup>85</sup> Strömbäck, s 162

En viktig aspekt som framgår av alla 4 intervjupersoners svar är att det är viktigt att ha respekt för varandras yrkesroller och de olika uppdragen i samhället. Intervjuperson 1 säger att hen anser det otroligt viktigt att vårda förtroendet, vara medveten om sina roller och respektera dem: ”Att ha förståelse för journalisten och journalistens villkor och sprida den förståelsen bland andra på kommunen, det tycker jag är en viktig uppgift för kommunikatören”.

Samtliga intervjupersoner berättar att de arbetar för att försöka underlätta journalisternas arbete. Det faktum att tre av fyra intervjupersoner har journalistisk bakgrund gör också att de vet hur arbetet som journalist fungerar och vilka aspekter som är viktiga i förhållandet med kommunikatören. Samtliga intervjupersoner tror att det är en fördel att ha journalistisk bakgrund när man arbetar som kommunikatör. Att det är vanligt förekommande att man som journalist byter bransch och börjar arbeta som kommunikatör är också tydligt genom min studie.

## **5.5 Hur påverkas vårt samhälle av den förändrade relationen?**

### **5.5.1 För många kommunikatörer eller för få journalister?**

Samhällsdebatten kring att kommuner anses ha för många kommunikatörer anställda pågår fortfarande och på frågan om vad de intervjuade kommunikatörerna anser om detta tycker jag mig skönja en trötthet i svaren. Intervjuperson 4 säger så här:

Jag har ju också hört den kritiken att det finns för många kommunikatörer. Det var inget jag själv tänkte på när jag jobbade som journalist. Rent personligt så kan jag säga att jag och mina kollegor alltid har jättemycket att göra. Så den idén om att det sitter en massa kommunikatörer och liksom inte gör något stämmer inte. Det tycker jag talar för att det behövs kommunikatörer.

Intervjuperson 2 tror att anledningen till denna debatts existens, är att det finns en stor okunskap kring vad en kommunikatör faktiskt gör. Samma intervjuperson berättar vidare att kommunikatörens roll under pandemin har tydliggjort hur betydelsefull rollen faktiskt är. ”Utan kommunikatörer hade verksamheten inte kunnat fungera och medborgarna hade inte fått den information och hjälp som de behöver”.

Intervjuperson 3 beskriver situationen på följande sätt: ”Jag tror att det är ett jättestort hot mot demokratin att man lägger ner de lokala redaktionerna överallt. Problemet är egentligen inte att det finns för många kommunikatörer utan att det finns för få journalister”.

Intervjuperson 3 lyfter här en intressant aspekt i diskussionen eftersom samhällsdebatten ofta fokuserar på att det finns för många kommunikatörer, men inte lika ofta fokuserar på att det snarare verkar finnas för få journalister. Intervjuperson 1 uttalar sig så här:

Att kommunikatorerna blir fler det ser jag inga problem med. Kommunikatorernas uppdrag är ju att hjälpa sina organisationer att bli tydligare och förklara vad vi gör och varför vi gör som vi gör. Det finns inget dåligt i att det blir tydligt för folk. Ju mer medborgarna förstår vad som händer omkring dem, desto bättre. Sedan är det ju väldigt förfärligt att journalisterna blir färre och redaktionerna skär ned. Det är ju problemet. Det är ju två helt olika frågor, så jag förstår inte riktigt varför man blandar ihop dem till en fråga.

Intervjuperson 2 beskriver att hen tycker man är fel ute i diskussionen eftersom uppdragen för journalist och kommunikator ser olika ut. Trots att de båda yrkesrollerna har samma uppdragsgivare, nämligen medborgarna. Att det finns för få journalister är något som alla undersökningens intervjupersoner verkar uppleva som ett problem och något som i längden kan få negativa konsekvenser för demokratin. Alla ställer de sig frågan vad som händer när journalisten inte längre har tid att granska.

Alla intervjupersoner beskriver det som ett problem för demokratin att journalistens granskande funktion blir mindre och mindre. Om den granskande funktionen blir mindre och mindre och kommunerna samtidigt lägger mer resurser på kommunikativa insatser, vad händer då? I antologin med namnet *Vad är journalistik* beskriver författarna Elin Gardeström och Hanna Sofia Rehnberg vad som händer i gränslandet mellan kommunikation och journalistik. De tar upp exemplet med Västra Götaland Regionen som skapade en egen nyhetskanal driven som om det vore en redaktion. Som tidigare beskrivet är detta något som intervjuperson 3 och 2 inte tror skulle vara bra att göra i Malmö. De tror det finns en risk att man då skulle förmedla endast positiva nyheter och tona ned de negativa.

Intervjuperson 2 tror också att journalister kan uppleva en viss konkurrenssituation om en myndighet så att säga går in och gör deras jobb. Författarna till ovan nämnda antologi anser att det är felaktigt att tala om ett gränsland mellan journalistik och kommunikation eftersom de anser att journalistik är kommunikation.

### 5.5.2 Kommunikatören som grindvakt

Traditionellt sett har journalisten setts som en gatekeeper eller på svenska grindvakt med funktionen att välja ut vilken information som ska förmedlas till offentligheten. Även om det finns forskning som tyder på att grindvaktens funktion har försvagats i takt med de digitala mediernas ökade betydelse.<sup>86</sup> I debatten kring att det skulle vara för många kommunikatörer anställda på svenska myndigheter, har kommunikatörerna också anklagats för att agera

---

<sup>86</sup> Strömbäck, s 91

grindvakter och försvåra journalistisk granskning. Detta är en bild av kommunikátören som enligt alla fyra intervjupersoner inte stämmer. Intervjuperson 3 beskriver det så här:

Jag tror att diskussionen kommer att fortsätta kring det här att vi skulle vara gatekeepers. Jag var på ett diskussionsforum härom veckan och då kom frågan upp. Många journalister upplever att kommunikátörer skulle vara gatekeepers. Så är det inte. Demanden på företagen och kommunerna är så höga att kommunikátörens roll verkligen behövs. Annars hade journalister inte fått några svar alls.

Intervjuperson 2 uttrycker det så här:

Jag tror man måste förstå sin roll som kommunikátör först och främst. Att man är till för att serva journalistiken och inget annat. Att man inte blir någon form av bromskloss i systemet, vilket många journalister upplever emellanåt. Igen, service och tillgänglighet är otroligt viktigt. Om man pratar med en kommunikátör ska det vara för att få hjälp att snabbt komma fram till rätt person och få rätt information och fakta utan fördröjning.

### 5.5.3 Demokratien och journalistikens nya krav

Intervjuperson 1 säger så här om kommunikátören och journalisten i demokratien:

Det vet i sjutton om det är bra för demokratien alla gånger. Att det är den egna myndighetens röst som hörs. Vad jag hade önskat är att det skulle vara den fria journalistens röst och tanke som styr nyhetsflödet.

Alla intervjupersoner vittnar på något sätt om en oro för hur vår demokrati kan påverkas av den förändrade relationen till journalisten. Intervjuperson 4 beskriver det så här:

En demokrati är ju beroende av information, och information på allas villkor, eller en tillgänglig information i alla fall. Skulle relationen mellan kommunikátör och journalist förändras är ju risken att människor inte får reda på vad som händer, eller att vi inte granskas på det sättet som behövs. Eller att journalister inte tar till sig det kommunen gör, för det är ju komplicerat på andra sätt. Informationen ska ju komma ut och folk ska ha tillgång till den.

Att alla intervjupersoner känner en oro för hur vår demokrati kommer att utvecklas innebär också att de känner ett personligt ansvar för att bidra till vår demokrati. Det är en aspekt som uttrycks av alla fyra intervjupersoner. Intervjuperson 1 säger följande:

Det kan lätt sprida sig en skräckbild av hur journalisten är och då känner jag att jag gör mycket nytta genom att förklara att journalisten har sitt uppdrag och sin roll, och du är ju som myndighetsperson skyldig att svara för det handlar om skattebetalarnas pengar i en öppen demokrati och då är det vår förbannade skyldighet att göra det.

## 6. Slutsatser och slutdiskussion

### 6.1 Slutsatser

I denna uppsats har jag försökt svara på tre frågeställningar som alla på något vis så att säga går in i varandra. Den första frågeställningen skulle svara på hur kommunikatören upplever sin relation till journalisten utifrån sitt dagliga arbete. Utifrån svaren från intervjupersonerna i studien kan man dra slutsatsen att kommunikatören upplever att relationen till journalisten är mycket viktig och att det är viktigt att ha en professionell och inte allt för personlig relation till journalisten. Uppsatsens studie visar också att den ökade digitaliseringen har bidragit till att kommunikatören inte så ofta ringer eller mejlar en journalist utan i stället använder sig av kommunikationsplattformar för att publicera information. Där kan journalisten sedan själv avgöra vad som lämpar sig för publicering. Alla intervjupersoner i denna studie kom också in på att de anser att deras roll är att hjälpa journalisten i deras arbete och underlätta granskning av den egna organisationen.

I uppsatsens andra frågeställning ville jag försöka svara på om det förändrade medielandskapet har påverkat relationen till journalisten. Här kan jag främst värdera svaren från tre av intervjupersonerna eftersom den fjärde bara arbetat som kommunikator i sex månader. Svaren visar på att dessa intervjupersoner upplevt en stor förändring i och med att redaktionerna har skurit ned på personal och det som främst framgår är det ökade behovet av snabbhet i att ge svar till journalister, alltid vara tillgängliga och att vara uppmärksamma på att snabbheten kan bidra till en minskad kvalitet och en minskad granskning av den egna verksamheten och därför är det extra viktigt att vara tydlig i sin kommunikation till journalister. Förutom snabbheten finns det också ett ökat antal kommunikationskanaler, vilket har lett till att kommunikatorerna har många möjligheter att nå ut till sina målgrupper och därför är mindre beroende av journalisterna för att få fram sina budskap. Intervjupersonerna vittnar dock om att de fortfarande anser sig vara beroende av journalisterna för att få en snabb spridning när de vill nå ut med ett budskap.

I uppsatsens tredje och sista frågeställning ville jag svara på frågan om hur kommunikatören trodde att samhället påverkades av den förändrade relationen. Alla intervjupersoner var rädda för att demokratin skulle kunna påverkas av de förändrade villkoren i relationen med journalisten. Den aspekt som främst ansågs kunna ge påverkan på demokratin var det faktum att tidsbristen för journalisten och det färre antalet lokala redaktioner gjorde att den granskande funktionen hade minskat.

Ingen av intervjupersonerna menade att kommunikátören skulle vara en så kallad grindvakt som de ofta har beskyllts för att vara av just journalister. I stället menar alla intervjupersoner att det fortfarande är journalisten som agerar grindvakt, även om betydelsen som tidigare nämnt har minskat i och med den digitala utvecklingen.

Ingen av intervjupersonerna anser heller att antalet kommunikátörer är för många. Tvärtom finns en åsikt att behovet av kommunikátörer kommer att öka i framtiden på grund av medborgarnas ökade krav på transparent information från myndigheterna och den ökade pressen på myndigheter att vara tydliga med vad de gör. Ett mycket intressant resultat var även att alla intervjupersoner ansåg att problemet ligger i att det finns för få journalister. Därmed ansåg de alltså att det borde finnas fler journalister och inte färre kommunikátörer.

Samhället har även påverkats på det sättet att gränsen mellan vad som är information och vad som är journalistik har suddats ut. Samtliga intervjupersoner ansåg det viktigt att skilja på rollerna för kommunikátör och journalist, för även om båda är beroende av varandra så behöver man som medborgare kunna skilja på vad som är myndighetsinformation och vad som är journalistik.

## 6.2 Slutdiskussion

Det finns flera intressanta slutsatser jag anser mig ha kommit fram till i denna studie. Den första är hur snabbheten i det nya medielandskapet har väldigt stor betydelse för kommunikátörerna. Att snabbheten inte enbart är positiv utan också är ett hot mot vår demokrati, är något som alla intervjupersoner upplevde i sin yrkesroll. För visst har digitaliseringen och de oändliga möjligheterna att nå ut gjort att det går snabbt att sprida en nyhet och snabbt att få reaktioner på den, men detta är alltså inte alltid enbart positivt och dessutom kan det inte anses som positivt att journalisterna inte längre har tid att granska makten på samma sätt som tidigare.

En andra aspekt relaterad till min uppsats alla tre frågeställningar handlar om hur de uppluckrade gränserna mellan kommunikation och journalistik påverkar både samhället och medborgaren. Vi lever i en konvergent mediekultur, där gamla och nya medier interagerar och nya former av kommunikation skapas genom detta. Detta innebär att det privata flyter samman med det offentliga, underhållning blandas med information, olika medier flyttar in i varandra.<sup>87</sup> Genom de nya medierna och framför allt de sociala medierna finns det en deltagarkultur som innebär möjligheter att interagera med medborgarna på ett helt annat sätt

---

<sup>87</sup> Falkheimer & Heide, 2011, s 29



än tidigare. Därigenom drar jag slutsatsen att kommunikátören genom det ökade antalet kommunikationskanaler har fått mer makt och att journalistens makt har minskat.

Intervjuperson 3 beskrev situationen med myndighetens sociala medier där frågor från medborgarna väller in och ska besvaras inom 24 timmar. Detta exemplifierar kravet från medborgarna på ökad information och öppnar samtidigt upp för enorma kommunikationsmöjligheter för kommunikátören genom nya kommunikationskanaler. På så sätt är kommunikátören inte längre lika beroende av enbart journalisten och traditionell media för att nå ut med sitt budskap.

Ett annat intressant resultat från studien var att samtliga kommunikátörer ville att journalisten skulle granska kommunens verksamhet. Detta tyder på en stark vilja från kommunikátörernas sida att behålla journalistens granskande funktion och det tyder också på en vilja att faktiskt vara transparenta och kommunikativa i sina verksamheter. Något som går emot de fall i den offentliga debatten där kommunikátörer beskyllts för att vara grindvakter åt den egna organisationen och för att försvåra i stället för att underlätta journalistens arbete.

Ett stort problem som framkommit genom denna studie är att journalistens granskande funktion minskat i och med journalistens tidsbrist, krav på snabbhet och produktion. Enligt alla intervjupersonerna är problemet att det idag finns för få journalister, samtidigt som de menar att även behovet av kommunikátörer kommer att öka i framtiden.

För att ge ett sammanfattande svar på studiens frågeställningar utifrån intervjuernas resultat så kan man säga att kommunikátören anser som sin främsta uppgift i relationen med journalisten att hjälpa dem i sitt arbete och att kommunikátören trots de många förändringarna i relationen till journalisten, gör allt de kan för att bidra till ett demokratiskt samhälle. Om deras ansträngningar är tillräckliga och hur journalisten upplever relationen hade varit intressant att undersöka i en annan uppsats.

## **7. Förslag på framtida forskning**

I denna uppsats har jag använt mig av kvalitativa intervjuer för att studera hur kommunikátörerna upplevde relationerna till journalisterna. Det hade varit intressant att studera samma frågor men i stället göra en observantstudie och vara på plats tillsammans med kommunikátören under en längre period för att få inblick i deras vardag i det praktiska arbetet. En annan infallsvinkel som vore intressant att göra men som är beroende på relationens utveckling i framtiden, är den om hur Artificiell Intelligens hade kunnat fungera för båda rollerna. Det finns forskning som menar att båda dessa roller kan automatiseras i

framtiden och även om detta är en vision vi inte idag vet om den kommer att inträffa, så hade det varit intressant att undersöka. En tredje aspekt som vore intressant att studera är hur journalisterna förhåller sig till medierelationen med resultaten i denna uppsats som grund.

## 8. Källförteckning

### Litteratur

- Ahrne Göran & Svensson Peter, *Handbok i kvalitativa metoder*, upplaga 2:5, (Stockholm: Liber, 2015)
- Bryman Alan, *Samhällsvetenskapliga metoder*, upplaga 2:4, (Malmö: Liber, 2013)
- Brinkmann Svend & Kvale Steinar, *Den kvalitativa forskningsintervjun*, upplaga 2:4, (Lund: Studentlitteratur, 2009)
- Dalen Monica, *Intervju som metod*, upplaga 2, (Oslo: Universitetsförlaget, 2011)
- Esaiasson Peter, m.fl. *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*, upplaga 5:1, (Stockholm: Wolters Kluwer Sverige, 2017)
- Falkheimer Jesper & Heide Mats, *Strategisk kommunikation: En introduktion*, upplaga 2:3, (Lund: Studentlitteratur, 2014)
- Falkheimer Jesper & Heide Mats, *Strategisk kommunikation: Forskning och praktik*, upplaga 1:3, (Lund: Studentlitteratur, 2011)
- Gardeström Elin & Hanna Rehnström, *Vad är journalistik? En antologi av journalistlärare på Södertörns högskola*, (Stockholm: Elanders 2020)
- Grunig James & Hunt Todd, *Managing Public Relations*, (Florida: Holt, Rinehart and Winston 1984)
- Grunig Larissa A, Grunig James E & Dozier David M, *Excellent Public Relations and Effective Organization: A study of Communication Management in Three Countries*, (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2002)
- Larsson Larsåke, *Uppllysning och Propaganda*, (Lund: Studentlitteratur, 2005)
- Nygren Gunnar, *Yrke på glid – om journalistrollens de-professionalisering*, (Stockholm: Stiftelsen Institutet för mediastudier, 2008)
- Strömbäck Jesper, *Makt, Medier och samhälle: en introduktion till politisk kommunikation*, upplaga 2:2, (Lund: Studentlitteratur 2014)
- Weibull Lennart & Wadbring Ingela, *Massmedier: Nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*, 11:e helt omarbetade upplagan, (Stockholm: Ekerlids förlag 2014)

## Elektroniska källor

Bjurwald Lisa, Mason Alexander & Melin Mandre Åsa, ”Relationen mellan journalister och kommunikatörer”, podcast från *Cision*, avsnitt 13, <https://www.cicion.se/artiklar-och-tips/podcasts/relationen-mellan-journalister-och-kommunikatorer/> (2021-11-23)

Eriksson Charlotta, Ivarsson Westerberg Anders, ”Myndigheter kommunicerar mer och mer”, *Expertgrupp för Studier i Offentlig ekonomi*, <https://eso.expertgrupp.se/myndigheter-kommunicerar-mer-och-mer/>, (2021-11-23)

Ismail Bawar, ”Hur kan Malmö ha råd med 170 kommunikatörer”, *Expressen* 2020-08-19, <https://www.expressen.se/ledare/bawar-ismail/hur-kan-malmo-ha-rad-med-170-kommunikatorer/>, (2021-11-23)

”Kommunikatör”, Arbetsförmedlingen, <https://arbetsformedlingen.se/for-arbetssookande/yrken-och-framtid/hitta-yrken/yrkesgrupper/1152>, (2021-11-26)

Mejl från Malmö stad HR-service, daterat 2021-11-26, i författarens ägo

Mejl från Malmö stads presschef Nicklas Sjöqvist, daterat 2021-11-10, i författarens ägo, ”Malmö stads riktlinjer för arbete med press och media 2017”, s 1 - 2

Nygren Gunnar m.fl. ”Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2019/2020”, [https://mediestudier.se/wp-content/uploads/2020/11/mediestudier\\_arsbok\\_2020\\_webb\\_final.pdf](https://mediestudier.se/wp-content/uploads/2020/11/mediestudier_arsbok_2020_webb_final.pdf), s 10 (2021-11-23)

Nohlgren Ulrika, Petersson Jenny & Turborn Elin, ”Journalisterna allt färre – och kommunikatörerna blir fler”, *Västerbottens-Kuriren* 2019-09-05, <https://www.vk.se/2019-09-05/journalisterna-allt-farre-och-kommunikatorerna-blir-fler>, (2021-11-23)

Nord Karolina Olga & Nygren Gunnar ”Svenska nyhetsredaktioner 2019: Krympande redaktioner och läsardata i centrum” <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1380439/FULLTEXT02.pdf>, s 22 - 57, (2021-11-26)

”Vad gör en kommunikatör”, Sveriges Kommunikatörer, <https://sverigeskommunikatorer.se/kunskap/om-yrket/> (2021-12-21)

## **Bilaga 1:**

**Personliga data om intervjupersonen (namn, bakgrund o.s.v.).**

**Tema 1: Hur kommunikatören upplever relationen till journalisten**

**Tema 2: Om ett förändrat medielandskap har påverkat relationen till journalisten?**

**Tema 3: Har den eventuellt upplevda förändringen påverkat vårt samhälle eller kan komma att göra det?**

### **Personliga data**

Namn och ålder:

Hur länge har du arbetat som Kommunikatör?

Vad gjorde du innan du började på Malmö stad och vad har du för utbildning?

Hur ser din typiska arbetsdag ut?

Hur stor del av din totala arbetstid lägger du på medierelationer om du skulle uppskatta det?

### **Tema 1: Hur kommunikatören upplever relationen till journalisten**

Hur arbetar du som kommunikator med medierelationer idag?

Om du skulle säga tre nyckelord som kännetecknar ditt arbete med medierelationer vad skulle du då säga?

Finns det något som man absolut inte bör göra som kommunikator för att behålla bra relationer med journalisterna?

Hur viktig anser du den personliga relationen till journalisten är?

### **Tema 2: Om kommunikatören upplever att relationen förändrats den senaste tiden?**

Hur tror du att förändringarna på redaktionerna har påverkat ditt arbete som kommunikator?  
Och hur har arbetet förändrat sig under åren?

Hur går du till väga om organisationen har en viktig nyhet som ni vill förmedla till en viss typ av medier/journalist?

Hur tar du kontakt med en journalist? och har sättet att ta kontakt förändrats de senaste åren?

Hur väljer du ut vad som ska kommuniceras och inte, samt till vem?

### **Tema 3: Har den eventuellt upplevda förändringen påverkat vårt samhälle eller kan komma att göra det?**

Det finns de som menar att offentliga verksamheter har för många kommunikatörer anställda. Samtidigt som antalet journalister på redaktionerna minskar. Vad säger du om det?

Hur ser du på din roll som nyhetskälla?

Vem är beroende av vem?

Vilken utveckling ser du inför framtidens medierelation? Och vad är de största utmaningarna?

Tror du att demokratin kan påverkas av relationen?