

Proffiere PR presser pressen

Studie utført for **Norsk Redaktørforening**
av **Jens Barland**

førsteamanuensis i medieledelse og innovasjon, Høgskolen i Gjøvik
@JBarland – jens.barland@hig.no

Bergen 7. mai 2014. Rapporten kan lastes ned fra www.nored.no

PR-debatten

DN 20. april 2013

SPINN ELLER FORSVINN

Regjeringen har dobbelt så mange kommunikasjonsrådgivere som i 2001. Da Bjarne Håkon Hanssen var statsråd, kunne halve tiden gå med til mediestrategier. – Alle spinner. Det gjelder bare å spinne best, sier han.

TEKST DANIEL G.E. RUTENACHIN
FOTO IDA VON HANNO RAST, ALEXANDER NORDHAHL & LINDA NERFELD
ILLUSTRASJONER PETER-JOHN DE VILLERBYTHANIS
Gullflaks

PR-studien
startet med
«Tekstreklame
i en digital tid»
Lesetips: kap. 4

Slutter med lokkepriser
Side 6-7

Gullflaks
Nestennylke banet veien for nytt sloffunn på Gullflaks C.
Side 8-9

Nøkkeltall Børs 1. 43-49
Fra siste handling til klokke 16:30

Dollar	Øre	Euro	Øre
▲ 5,81	1	7,60	1
▼ Pund	Øre	100 SEK	Øre
8,88	2	▲ 88,98	6
▼ Hovedindeks Oslo Børs	Indeks	1,14 %	
▲ 465,99			
Næringslivet	1. kv.	8,85 USD	
1,70		Ø besattspør	

DN lørdag

271.000 lesere hver lørdag

Alene hjemme De jobber hjemme, på hytta og i båten. Men ekspertene er uenige om de jobber bedre. 20-27

Topp norsk pop 37

M MAGASINET

Når sant skal ties

«Alle spinner. Det gjelder bare å spinne best»
Bjarne Håkon Hanssen SIDE 2 LEDER, 4-14

Historien om den nye informasjonsindustrien

Advokater med nese for business.
Siden næringslivet er spredt utover vårt langstrakte land, er våre kontorer det samme. Som juridisk rådgiver er vi der din business er. Vi legger stolthet i å kjenne din bransje og ditt lokale marked, og forstå hvordan vi kan bidra til å skape verdier for din virksomhet. Les mer om våre neser for næringslivet på steenstrup.no
Fordi gode råd er verdt det

STEENSTRUP



2012: Schibsted kutter 400 mill og Amedia kutter 350 mill kr.
2014: Nye kutt



Fra **2011** til **2016** forventes
dobling av byråomsetningen
fra 500 mill til 1 mrd kr.

Journalistikk = institusjon i samfunnet

- **Institusjon** = samfunnsoppgave, egne normer/logikk, profesjonelle aktører
- **PR** = all informasjonsvirksomhet Legitimt!
- **Rivalisering** mellom institusjoner/interesser



Hvordan opplever du endringer i forholdet mellom redaksjon og PR-bransje?

Svarene som skiller seg ut:

1. Kraftig vekst
2. Kilder og PR profesjonaliseres
3. Offentlig sektor har endret seg
4. PR mer strategisk og virker i det skjulte
5. Byttehandler og markedsrett
6. Gråsoner utnyttes

I journalistikkens randsoner foregår det mye man kanskje helst ikke vil vite så mye om?

Skillet i Tekstreklameplakaten

- «Journalistisk materiale»
- «Ikke-journalistisk materiale»

Journalistiske prosesser

- Publisert innhold
- Arbeidsprosessene
- Roller/profesjonen
- Publikasjonens rolle
- Publisering av info, blogger, content marketing...

Hva er arrangementet *Presseuken*?

 **Vi blogger fra presseuken!**
18. oktober 2011 av Ida Elise Einarsdottir
Kategori: Mote Stikkord: antrekk, house of communications, mildh press, mote, polhem pr, presseuken, s/s 2012, spat, star pr, this is pr, trender, vår- og sommerkolleks



AVSLUTET PÅ PRESSEUKEN: Goodiebag-konku

21.apr.2011 kl.19:37 i Forside 2 kommentarer

I løpet av uken har vi fått masse coola goodie-bags...

Denna kommer fra Polhem



MOTELIV

BROWSING TAG PRESSEUKEN

Sniktitt på høsttrendene

Under presseuken inviterer agenturer og PR-byråer journalister, stylistere og bloggere til å ta neste sesongs kolleksjoner nærmere i øyesyn. Der moteukene gjerne byr på flyktige møter

 **Presseuken 2013**
Oppdatert for ca. 11 måneder siden



Logo fra publiseringsstedet er klippet inn på faksimiler

En blogger fra Presseuken:

Dere kan jo bare tenke dere...
en gjeng
bloggere, stylister og magasinfolk
i et lokale
fullt av fete klær og fint tilbehør

Kommunikasjonsdirektøren...

Hjelp



Hinder

Det er nok litt både og

For oss er det jo
veldig effektiviserende

De gjør jobben mye lettere
for oss. Med det resultat
at de oppnår mye mer
av det de ønsker seg.



Hvordan opplever du endringer i forholdet mellom redaksjon og PR-bransje?

Svarene som skiller seg ut:

1. Kraftig vekst
2. Kilder og PR profesjonaliseres
3. Offentlig sektor har endret seg
4. PR mer strategisk og virker i det skjulte
5. Byttehandler og markedsrett
6. Gråsoner utnyttes