

Bilag 1

Spørgeskema

Spørgeskema om kommunikationsbranchens medierelationer

Marts 2005

Vejledning

Ved hvert spørgsmål i dette skema sætter du kryds i den rubrik, som bedst udtrykker din mening. Du skal typisk kun sætte ét kryds.

Er kontakt til journalister i medierne en del af dit kommunikationsarbejde (også hvis du er studentermedhjælp, praktikant el.lign.), skal du udfylde *alle* spørgsmål.

Er kontakt til journalister i medierne *slet ikke* en del af dit kommunikationsarbejde, skal du besvare spørgsmål 1 til 5, dernæst gå til spørgsmål 31 og besvare spørgsmål 31 til 36.

Er du på orlov, arbejdssøgende, pensioneret, studerende uden aktuel ansættelse i kommunikationsbranchen el.lign., skal du besvare spørgsmål 1, dernæst gå til spørgsmål 31 og besvare spørgsmål 31 til 36.

Du bedes returnere spørgeskemaet i den vedlagte, frankerede svarkuvert senest **fredag d. 18. marts 2005**. Porto er betalt.

Projektansvarlig:
Nete Nørgaard Kristensen, adjunkt, ph.d.
Afdeling for Film- & Medievidenskab,
Københavns Universitet
tif.: 35 32 93 61
e-mail: netenk@hum.ku.dk

Rammerne om dit kommunikationsarbejde

1. Hvor er du ansat/arbejder du?

- Privat/kommerciel institution/virksomhed (f.eks. større virksomhed med egen kommunikationsafdeling)
- Offentlig institution/organisation
- NGO/interesseorganisation/fagforening
- Konsulentvirksomhed (f.eks. PR/kommunikationsbureau)
- Freelancer/enmandsvirksomhed (f.eks. konsulent)
- Andet arbejdssted – hvor _____
- Jeg er på orlov (gå til spørgsmål 31)
- Jeg er arbejdssøgende (gå til spørgsmål 31)
- Jeg er pensioneret (gå til spørgsmål 31)
- Jeg er studerende uden aktuel ansættelse (gå til spørgsmål 31)

2. Hvor mange personer arbejder med kommunikation i din organisation/virksomhed?

_____ personer

3. Hvad er din stillingsbetegnelse? _____

4. Hvilket ansvarsniveau er forbundet med dit job?

- Ledelsesniveau (f.eks. hvis du er ansat som direktør, chef el.lign.)
- Medarbejder/konsulentniveau (f.eks. hvis du er ansat som informations-/kommunikationskonsulent/medarbejder)
- Selvstændig/freelancer
- Studerende/praktikant
- Andet _____

5. Hvor mange timer arbejder du i gennemsnit om ugen? (angiv cirkatal) _____ timer

Arbejdsopgaver

6. Cirka hvor stor en procentdel af din arbejdsuge bruger du i gennemsnit på følgende opgaver?

Personlig kontakt til medier og journalister (telefonisk, møder mv.)	_____ %
Medieovervågning/monitoring (presseklip, elektronisk mv.)	_____ %
Medierådgivning (f.eks. medietræning af ledelse, medarbejdere mv.)	_____ %
Journalistisk formidling (skrive pressemeddelelser, debatindlæg mv.)	_____ %
Web-baseret formidling (f.eks. udvikling/opdatering af hjemmeside mv.)	_____ %
Alle dine øvrige arbejdsopgaver	_____ %
<u>Procent i alt</u>	<u>100</u> %

7. Oplever du, at følgende opgaver er kommet til at fylde mere, ligeså meget eller mindre i dit arbejde i den tid, du har beskæftiget dig med kommunikation? (sæt ét kryds for hver opgave)

	<u>Fylder mere</u>	<u>Ingen ændring</u>	<u>Fylder mindre</u>
Personlig kontakt til medier og journalister (telefonisk, møder mv.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medieovervågning/monitoring (presseklip, elektronisk mv.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medierådgivning (f.eks. medietræning af ledelse, medarbejdere mv.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journalistisk formidling (skrive pressemeddelelser, debatindlæg mv.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web-baseret formidling (f.eks. udvikling/opdatering af hjemmeside mv.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informationer til medierne

8. Hvor ofte stiller du følgende typer informationstilbud til rådighed for medierne? (sæt ét kryds for hver type)

	<u>Dagligt</u>	<u>Ugentligt</u>	<u>Sjældnere</u>	<u>Aldrig</u>	<u>Ved ikke</u>
Pressemeddelelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interviewtilbud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mundtlige tips om historier/sager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tips mv. via e-mail/nyhedsbrev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anden web-baseret information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diverse analyser, (opinions)undersøgelser mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Billeder/fotos/film/filmklip	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Færdigproducerede historier (f.eks. med citater, kilder el.lign.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Er mængden af følgende typer informationstilbud, som du stiller til rådighed for medierne, øget, uforandret eller mindsket i den tid, du har arbejdet med kommunikation? (sæt ét kryds for hver type)

	<u>Øget mængde</u>	<u>Uforandret mængde</u>	<u>Mindsket mængde</u>	<u>Ved ikke</u>	<u>Ikke relevant</u>
Pressemeddelelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interviewtilbud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mundtlige tips om historier/sager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tips mv. via e-mail/nyhedsbrev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anden web-baseret information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	<u>Øget mængde</u>	<u>Uforandret mængde</u>	<u>Mindsket mængde</u>	<u>Ved ikke</u>	<u>Ikke relevant</u>
Diverse analyser, (opinions)undersøgelser mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Billeder/fotos/film/filmklip mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Færdigproducerede historier (f.eks. med citater, kilder el.lign.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Hvor ofte oplever du, at mediernes journalister gør brug af følgende typer informationstilbud, som du stiller til rådighed for dem? (sæt ét kryds for hver type)

	<u>Dagligt</u>	<u>Ugentligt</u>	<u>Sjældnere</u>	<u>Aldrig</u>	<u>Ved ikke</u>
Pressemeddelelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interviewtilbud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mundtlige tips om historier/sager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tips mv. via e-mail/nyhedsbrev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anden web-baseret information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diverse analyser, (opinions)undersøgelser mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Billeder/fotos/film/filmklip mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Færdigproducerede historier (f.eks. med citater, kilder el.lign.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Oplever du, at mediernes journalister i dag gør større, uændret eller mindre brug af følgende typer informationstilbud, som du stiller til rådighed for dem, sammenlignet med da du startede med at arbejde med kommunikation? (sæt ét kryds for hver type)

	<u>Større brug</u>	<u>Uforandret brug</u>	<u>Mindre brug</u>	<u>Ved ikke</u>	<u>Ikke relevant</u>
Pressemeddelelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interviewtilbud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mundtlige tips om historier/sager	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tips mv. via e-mail/nyhedsbrev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anden web-baseret information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diverse analyser, (opinions)undersøgelser mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Billeder/fotos/film/filmklip mv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Færdigproducerede historier (f.eks. med citater, kilder el.lign.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Er det dit indtryk, at mediernes journalister efterkontrollerer den information, som du stiller til rådighed for dem?

- I høj grad I nogen grad I ringe grad Slet ikke Ved ikke

Relationer til medierne

13. Opsøger du i dag mediernes journalister mere, uændret eller mindre, sammenlignet med da du startede med at arbejde med kommunikation?

- Mere Ingen ændring Mindre Ved ikke

14. Opsøger mediernes journalister dig i dag mere, uændret eller mindre, sammenlignet med da du startede med at arbejde med kommunikation?

- Mere Ingen ændring Mindre Ved ikke

15. Oplever du at være afhængig af mediernes journalister, når du skal udføre dit kommunikationsarbejde?

- I høj grad I nogen grad I ringe grad Slet ikke

16. Oplever du, at mediernes journalister er afhængige af dig, når de skal udføre deres journalistiske arbejde?

- I høj grad I nogen grad I ringe grad Slet ikke

17. Hvis du skal generalisere: Oplever du mediernes journalister som samarbejdsvillige?

- I høj grad I nogen grad I ringe grad Slet ikke

18. Hvis du skal generalisere: Tror du, at mediernes journalister har respekt over for kommunikationsfolk som faggruppe?

- I høj grad I nogen grad I ringe grad Slet ikke Ved ikke

19. Hvis du skal generalisere: Journalister fra hvilket/hvilke af følgende typer medier er vigtigst i dit nuværende kommunikationsarbejde? (sæt højst tre krydser)

_____ Nyhedsbureauer

_____ Landdækkende TV

_____ Regional/lokal TV

_____ Landsdækkende radio

_____ Regional/lokal radio

_____ Landsdækkende morgenaviser

_____ Regional/lokalaviser

_____ Fagblade

_____ Ugeblade

_____ Internet-medier

_____ Andre medietyper – hvilke _____

Påvirkning af dagsordner

20. Hvordan betragter du generelt dine muligheder for at påvirke en dagsorden i de danske medier?

- Som meget gode
- Som gode
- Som hverken eller
- Som vanskelige
- Som meget vanskelige

21. Oplever du, at du har mulighed for at styre mediernes adgang til historier, informationer, kilder mv.?

- I høj grad
- I nogen grad
- I ringe grad
- Slet ikke

22. Hvis du skal generalisere: Hvem vurderer du styrer mest, når du arbejder sammen med mediernes journalister – dig eller journalisterne?

- Jeg styrer mest
- Vi er jævnbyrdige
- Journalisterne styrer mest

Professionalisering af kommunikationsarbejdet

23. Oplever du, at der er sket en professionalisering af kommunikationsarbejdet i Danmark gennem de seneste år?

- Ja, i høj grad
- Ja, i nogen grad
- Ja, men kun i ringe grad
- Nej, slet ikke (gå til spørgsmål 25)
- Ved ikke (gå til spørgsmål 25)

24. Hvis ja til spørgsmål 23: Oplever du, at journalister i medierne er opmærksomme på, at der er sket en professionalisering af kommunikationsarbejdet i Danmark?

- I høj grad
- I nogen grad
- I ringe grad
- Slet ikke
- Ved ikke

Faglige rolleblandinger

25. Har du tidligere arbejdet som journalist i et medie (f.eks. landsdækkende tv/radio, dags/fagpresse, nyhedsbureauer, regional/lokalmedier mv.)

- Ja – i hvor mange år? _____ år
- Nej

26. Kunne du tænke dig på et tidspunkt (eventuelt igen) at arbejde som journalist i et medie?

- Ja, absolut
- Ja, måske
- Nej
- Ved ikke

27. Mener du, at det generelt set er vigtigt for kommunikationsfolk at have arbejdserfaringer som journalist i et medie?

- Ja, i høj grad
- Ja, i nogen grad
- Ja, men kun i ringe grad
- Nej, slet ikke
- Ved ikke

Udsagn og påstande om kommunikationsbranchen og medierne

28. Er du enig eller uenig i følgende udsagn? (sæt ét kryds ved hvert udsagn)

	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig
a. Jeg vil hellere udvikle kommunikationsstrategier end skrive pressemeddelelser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Samspelet med medierne er blot én af kommunikationsfolks mange arbejdsopgaver	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Mediernes journalister opfører sig som om, de er i centrum for kommunikationsfolks arbejde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Mediernes journalister er mere kritiske over for information fra en pressemeddelelse end fra en hjemmeside	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Mediernes journalister er mere kritiske over for kommunikationsfolk som kilder sammenlignet med mange andre kildergrupper	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Det er generelt set problematisk, at journalister fra medierne veksler mellem job i medierne og job i kommunikationsbranchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Det er generelt set problematisk, at kommunikationsfolk veksler mellem job i kommunikationsbranchen og job i medierne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Mediernes journalister er i centrum for kommunikationsfolks arbejde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Det er 'finere' at være journalist i et medie end at være kommunikationsmedarbejder/konsulent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Kommunikationsfolk er 'informations-gatekeepere', som har til opgave at fange og/eller aflede journalisters opmærksomhed og herved påvirke mediernes indhold	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Kommunikationsfolk må gerne bruge deres viden om en kunde/arbejdsgiver til en historie i medierne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Er du enig eller uenig i følgende påstande, om hvordan mediernes journalister *bør* fungere i et demokratisk samfund? (sæt ét kryds ved hver påstand)

	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig
Journalister bør ...				
a. være neutrale formidlere af, hvad der sker i samfundet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. sætte dagsordenen for den politiske debat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. sætte dagsordenen for debatten i det hele taget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. skildre det usædvanlige og sensationelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. konkurrere om at komme først med nyhederne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. kontrollere samfundets magthavere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. være uafhængige af politiske og kommercielle interesser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. være kritiske over for deres kilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. være uafhængige af deres kilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. være 'gatekeepere' i forhold til forskellige kilders adgang til medierne med informationer og synspunkter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. Hvordan oplever du så, at mediernes journalister *reelt* fungerer i det danske (demokratiske) samfund? (sæt ét kryds ved hver påstand)

	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig
Journalister...				
a. er neutrale formidlere af, hvad der sker i samfundet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. sætter dagsordenen for den politiske debat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. sætter dagsordenen for debatten i det hele taget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. skildrer det usædvanlige og sensationelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. konkurrerer om at komme først med nyhederne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. kontrollerer samfundets magthavere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. er uafhængige af politiske og kommercielle interesser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. er kritiske over for deres kilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. er uafhængige af deres kilder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. er 'gatekeepere' i forhold til forskellige kilders adgang til medierne med informationer og synspunkter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Baggrundsspørgsmål

31. Er du? Mand Kvinde

32. Hvor gammel er du? _____ år

33. Hvad er postnummeret på din privatadresse? _____

34. Hvor mange år har du arbejdet med kommunikation? _____ år

35. Hvilken uddannelsesbaggrund har du? (sæt gerne flere krydser)

- Journalist fra Danmarks Journalisthøjskole
 - Journalist fra Roskilde Universitetscenter eller Syddansk Universitet
 - Cand.com.
 - Cand.mag.
 - Cand.scient.soc.
 - Cand.merc./HD
 - Cand.scient.pol./cand.scient.adm./cand.polit./cand.jur.
 - Anden kandidatuddannelse – hvilken _____
 - Grunduddannelse/bachelor – hvilken _____
 - Kontoruddannelse
 - Andet (f.eks. mesterlære) – hvad _____
-

36. Er du medlem af Dansk Kommunikationsforening? Ja Nej

Tusind tak for din hjælp!

Du bedes returnere spørgeskemaet i den vedlagte svarkuvert **senest fredag d. 18. marts 2005**. Porto er betalt.

Bilag 2

Følg brev 1 & 2

Undersøgelse af kommunikationsbranchens medierelationer

Du inviteres hermed til at deltage i den første større danske undersøgelse af forholdet mellem kommunikationsfolk og mediernes journalister. Undersøgelsen er del af et forskningsprojekt ved Afdeling for Film- & Medievidenskab ved Københavns Universitet (www.media.ku.dk), finansieret af Center for Medier & Demokrati i Netværkssamfundet (www.modinet.dk).

Undersøgelsen har til formål at afdække kommunikationsbranchens syn på medier og journalister og ligger i forlængelse af en lignende analyse blandt danske journalister om deres kilderelationer fra foråret 2001. Selvom kommunikationsarbejdet består af mange forskellige opgaver, rettet mod mange forskellige målgrupper, er det altså – af omfangsmæssige årsager – alene de opgaver, som har medierne som målgruppe, som er fokus i undersøgelsen.

Undersøgelsens resultater vil være til stor gavn for kommunikations- og medieforskningen, men også for den danske kommunikationsbranche, som ofte mødes med bestemte forestillinger om, hvordan samspillet med medierne foregår.

Spørgeskemaet er udviklet i samarbejde med bestyrelsen i Dansk Journalistforbunds Kommunikationsgruppe og sendt til alle 850 medlemmer af Kommunikationsgruppen efter aftale med bestyrelsen (jf. Kommunikationsgruppens seneste nyhedsbrev). For at sikre et solidt datamateriale er det vigtigt, at samtlige medlemmer deltager ved at besvare skemaet. Din besvarelse er helt anonym, og det tager cirka 10 minutter at udfylde skemaet.

Jeg vil bede dig besvare og returnere spørgeskemaet i den vedlagte svarkuvert **senest fredag d. 18. marts 2005**. Portoen er betalt.

Undersøgelsens resultater vil blive præsenteret på et Gå-Hjem-Møde i Kommunikationsgruppen i efteråret 2005, og samtidig vil en opsummering af resultaterne blive tilgængelig på Kommunikationsgruppens webside.

Har du spørgsmål el.lign., er du velkommen til at kontakte mig på telefon 35329361 eller e-mail netenk@hum.ku.dk. Jeg håber meget, at du vil deltage.

Med venlig hilsen

Nete Nørgaard Kristensen

Adjunkt, ph.d.

Undersøgelse af kommunikationsbranchens medierelationer

For cirka 14 dage siden fik du tilsendt et spørgeskema om kommunikationsbranchens relationer til medier og journalister, fordi du er medlem af Kommunikationsgruppen i Dansk Journalistforbund. Hvis du allerede har udfyldt og returneret spørgeskemaet, takker jeg for din deltagelse, og du bedes se bort fra det følgende.

Hvis du endnu ikke har returneret spørgeskemaet, tillader jeg mig hermed at minde dig om undersøgelsen. Da din besvarelse er med til at sikre et solidt datamateriale, vil jeg bede dig udfylde og returnere spørgeskemaet inden **fredag d. 1. april 2005**. Din besvarelse er helt anonym.

Hvis det først fremsendte spørgeskema og/eller den frankerede svarkuvert skulle være bortkommet, sender jeg dig meget gerne et nyt skema og/eller en ny svarkuvert. Du kan skrive til mig på netenk@hum.ku.dk – også hvis du har andre spørgsmål til undersøgelsen.

Om undersøgelsen:

- Undersøgelsen er finansieret af Center for Medier & Demokrati i Netværkssamfundet (www.modinet.dk)
- Undersøgelsen afvikles ved Afdeling for Film- & Medievidenskab ved Københavns Universitet (www.media.ku.dk)
- Undersøgelsen skal afdække kommunikationsbranchens relationer til medier og journalister. Selvom kommunikationsarbejde består af mange opgaver med forskellige målgrupper, er det altså alene de opgaver, som har medierne som målgruppe, der er i fokus i undersøgelsen
- Undersøgelsens resultater vil ikke kun være til gavn for medie- og kommunikationsforskningen, men også for den danske kommunikationsbranche, som ofte mødes med bestemte forestillinger om samspillet med medierne
- Spørgeskemaet er udsendt til alle 850 medlemmer af Dansk Journalistforbunds Kommunikationsgruppe efter aftale med gruppens bestyrelse (jf. også Kommunikationsgruppens Nyhedsbrev nr. 1, 8. marts 2005)
- Undersøgelsens resultater vil blive præsenteret på et Gå-hjem-møde i Kommunikationsgruppen i efteråret 2005

Jeg håber meget, at du vil deltage i undersøgelsen.

Med venlig hilsen

Nete Nørgaard Kristensen
Adjunkt, ph.d.

Bilag 3

Interviewpersoner

Nr.	Navn	Stilling	Institution	Dato	Sted for interview
1	Jeppe Kjær Veddinge	Kommunikationsrådgiver	Geelmuyden.Kiese	27/05/05	Arbejdsplads
2	Brian Christensen	(Tidl.) pressechef / spindoktor	Kristendemokraterne	30/05/05	Københavns Universitet
3	Karin Møller-Olsen	Kommunikationsmedarbejder	Fødevareministeriet	30/05/05	Arbejdsplads
4	Ole Sønderby Petersen	Journalist	HK	01/06/05	Arbejdsplads
5	Jean Grandjean	Pensioneret	-	02/06/05	Hjemme
6	Karin Sloth	Kommunikationsrådgiver	Selvstændig	03/06/05	Hjemmekontor
7	Lars Münter	Kommunikationsrådgiver	Compleks Kommunikation	16/06/05	Arbejdsplads/ kantine
8	Charlotte Warmberg	Specialkonsulent	Hovedstadens Sygehusfællesskab	16/06/05	Københavns Universitet
9	Sofie Karen Lindberg	Kommunikationschef	Bech-Bruun Dragsted	20/06/05	Hjemme
10	Martin Christensen	Redaktør	Dansk Byggeri	21/06/05	Arbejdsplads
11	Mikala Satiya Rørbech	Konstitueret informationschef	Care Danmark	21/06/05	Arbejdsplads
12	Gerda Grønning	Journalist	Ældre Sagen	21/06/05	Arbejdsplads
13	Eva Louise Holm Petersen	Pressechef	Frem til 1/8/05: Hos Novozymes Fra 1/8/05: Hos KMD	28/06/05	Københavns Universitet