

Som lättlurad flumtant eller Tyrannosaurus Rex Byråkraticus. Ungefär så brukar vi socialarbetare uppleva att vi framställs i massmedier. Rädslan och misstron mot journalister är utbredd och gör oss till en tyst kår - där vi själva och klienterna blir förlorare.

Mediehandbok för socialarbetare är en handbok med råd för socialarbetare i kontakten med massmedier. Varför är det så viktigt att socialarbetare når ut i massmedier? Vad inom socialtjänsten kan ha nyhetsvärde? Hur gör vi om ”drevet” går?

Det är några av de frågor boken tar upp på ett lättfattligt sätt. Dessutom medföljer en kortfilm där socialarbetare och journalisten Janne Josefsson möts och diskuterar förhållandet massmedier och socialtjänst

Syftet med boken och filmen är att du som socialarbetare skall bli inspirerad, få verktyg och känna dig trygg att delta i det offentliga samtalet. Se massmedier som en möjlighet!

Jörgen Lundälv är universitetslektor i socialt arbete vid Göteborgs universitet och journalist. Han har tidigare bl.a. skrivit ”Det talande offret – Journalistik vid olyckor och katastrofer och ”Bioterrorism och media – en guide om säkerhet och beredskap”.



Ulla-Carin Moberg är socionom och journalist. Hon har under flera år arbetat med tung myndighetsutövning inom socialtjänsten. Sedan 2001 arbetar hon med kommunikation för socialtjänsten i Göteborgs Stad.

Mediehandbok för socialarbetare

Jörgen Lundälv & Ulla-Carin Moberg

MEYERS

Kopieringsförbud

Detta verk är skyddat av lagen om upphovsrätt. Kopiering, utöver lärarens rätt att kopiera för undervisningsbruk enligt BONUS-Presskopias avtal, är förbjuden. Den som bryter mot lagen om upphovsrätt kan åtalas av allmän åklagare.

MEYERS

Hemsida: <http://www.meyers.se>

E-post: info@meyers.se

© Författarna och Meyer Information & Förlag AB, Gävle 2006

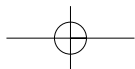
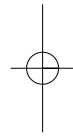
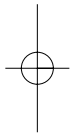
Omslag: Anders Magnusson

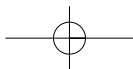
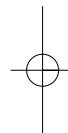
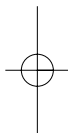
Omslagsfoto framsida: Andrew Southon/Johnér

Form och produktion: förlaget

Tryck: Alfa Print AB 2006

ISBN: 91-7111-138-7





Förord

”Jag fruktar tre avogt inställda tidningar mer än tusen bajonetter”. Så lär den franska kejsaren Napoleon Bonaparte ha sagt. Det kan tyckas lite långsökt att jämföra den svenska socialtjänsten av idag med denne forne franske superkändis men vi vill hävda att det finns flera likheter: Rädslan för massmedier, det egna innehavet av stor makt och censuren. Napoleon skapade själv censuren för att slippa insyn. I den svenska socialtjänsten brukar vi hänvisa till sekretessen, vilken självklart måste respekteras, men orsaken till vår mediala tystnad står mer att finna i självcensur, misstro och rädsla.

Socialarbetare har ett mycket svårt och ansvarfullt yrke. Ofta är vi de första som ser nya riskgrupper och konsekvenserna av samhällets orättvisor. Vi har makt att tvångsomhänderta och fatta beslut som förändrar livet drastiskt för den enskilde, varför vår verksamhet ständigt måste utvecklas och granskas, även av massmediers representanter. Men det är vi som är experter på det vi gör, inte Janne Josefsson eller någon annan journalist. Om inte vi träder fram och ger våra bilder kommer någon annan göra det.

VÅGA BERÄTTA!

MASSMEDIER ÄR EN MÖJLIGHET!

Jörgen Lundälv
Lektor i socialt arbete
och journalist

Ulla-Carin Moberg
Socionom och journalist

Innehåll

DEL I: MOTIV, MEDIER OCH MYTER

1. Varför bry sig om massmedier? 11
2. Hur fungerar massmedier? 20
3. Vad vet vi om socialt arbete i massmedier? 23
4. Socialarbetarsnack om journalister 25
5. Journalistsnack om socialarbetare 27

DEL II: PRAKTISKA RÅD

6. När journalisten kontaktar dig 31
7. När du kontaktar journalisten 42
8. Nyhetstips från socialtjänsten! 51
9. ”Dom är ju ändå inte intresserade...” 53
10. Om det hettar till! 54
11. Offentlighet och sekretess 60
12. Om massmedier behandlat dig orättvist 65
13. Ni behöver en mediepolicy! 68
14. Och så behöver ni en medieutbildning! 69
15. Slutord 72
16. Fotnoter 73

DEL III: ANNAT MATNYTTIGT

- Kort om kommunikation 77
- Spelregler för journalister 78
- Bra telefonnummer och adresser 82
- Lästips/referenser 84
- Diskussionsfrågor DVD-film 87

Inledning

Mediehandbok för socialarbetare är tänkt att fungera just som en handbok. Syftet med boken och filmen är att du som arbetar inom socialtjänsten skall få lust och verktyg att delta i det offentliga samtalet. Vår ambition har varit att du skall tycka att boken är rolig att läsa och att du lätt skall hitta de avsnitt du i stunden har behov av. Rubrikerna är vägledande och texten kortfattad.

Vi riktar oss till alla socialarbetare även om vår bakgrund inom Individ- och familjeomsorg har präglat innehållet. Du som arbetar inom privat sektor eller i en frivillig organisation kan självklart också ha stor nytta av de råd vi förmedlar.

Vi vill tacka de personer som lagt ner tid på att läsa vårt manus och bidragit med ovärderliga synpunkter: Gunvor Andersson, professor i socialt arbete vid Lunds universitet, Peter Andréason, presschef Socialstyrelsen, Justus Bennet, etikombudsman Journalistförbundet, Lennart Berglund, stadsjurist Göteborgs Stad, Louise Bergman, projektledare socialtjänsten Göteborgs Stad, Torbjörn Johansson, socialchef Göteborgs Stad, Jens Lisell, medierådgivare Göteborgs Stad, Anders Magnusson, informatör socialtjänsten Göteborgs Stad och Lottie Taurus, socionomstuderande. Om fel och brister upptäcks i boken är de helt och hållet författarnas ansvar.

Vi som har skrivit boken är båda socionomer och journalister. Med detta dubbla yrkesperspektiv ser vi få hinder men många möjligheter i en utökad kontakt mellan de båda professionerna. Journalisten och socialarbetaren vill båda värna den lilla människan, men där socialarbetaren ser komplexiteten måste journalisten förenkla. Olika yrkeskulturer som ger olika

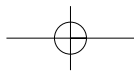
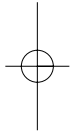
bilder av samma verklighet. Bilder som vi är övertygade om kan berika varandra och tillsammans skapa en mer förståelig helhet.

”Journalisten frågade:”Vad är det ni vill säga egentligen? Vad kan jag ta med mig till redaktionen?”. Då tvingades vi tänka till och spetsa våra formuleringar. Vårt budskap blev tydligare, även för oss själva.”

Socialarbetare efter ett presseminarium.

DEL I:

MOTIV, MEDIER OCH MYTER



I. Varför bry sig om massmedier?



För det vet väl alla vi som jobbar inom socialtjänsten, att när vi någon gång är med i massmedier så framstår vi antingen som lättlurade slumsystrar eller som en korsning mellan Tyrannosaurus Rex och byråkrat. Det är ungefär så vi socialarbetare brukar svara på frågan hur vi skildras i press, radio och TV. Så varför lägga krut på att medverka i massmedier? Är det inte bättre att vi istället försöker bli riktigt duktiga på att undvika allt vad journalister heter?

Vi hade självklart inte skrivit den här boken om vi tyckt att det är helt i sin ordning att socialarbetare är tysta och undfallande. Det finns många argument för varför vi skall bli mer mediala. Här följer några:

För att det är i massmedier det offentliga samtalet förs!

Massmedier är den ”socialisationsagent” som flyttat fram sina positioner mest de senaste decennierna¹. Det innebär att tidningar, radio, TV, internet mm i allt högre grad präglar bilden av oss själva och vår omvärld. Kyrkan och kungahuset är exempel på tidigare mäktiga socialisationsagenter vars påverkan på den svenska befolkningen har minskat i styrka. Man brukar säga att ”media är makt”, men riktigt på vilket sätt medier påverkar är

svårare att klargöra. Forskare menar att medier sätter dagordningen för vad som skall diskuteras i samhället².

Massmedier har även en avgörande betydelse för opinionsbildningen. Bakslag eller framgångar inom politik och näringsliv förklaras ofta med de dominerande mediernas sätt att sprida och presentera information³. Vi är också beroende av medierna för vår förståelse och navigering i omvärlden. Utan medierna kan vi liknas vid en orienterare utan karta.

De senaste två decennierna har massmedier gått mot en ökad fragmentarisering. Utbudet av radio- och TV-kanaler, hemsidor och tidningar växer för varje dag. För 30 år sedan kunde medverkan i ett program som Hylands hörna göra en människa rikskänd eftersom det bara fanns en TV-kanal för svenskarna att titta på. Idag är det svårare att bryta igenom mediabusset. Men just på grund av mångfalden finns det stora möjligheter att målgruppsanpassa de budskap man vill sprida. Medierna fungerar också som viktiga informationskanaler mellan grupper och enskilda i samhället. Det är i massmedier det offentliga samtalet förs och frågan vi socialarbetare behöver ställa oss är: Vill vi delta i det offentliga samtalet eller inte?

För demokratins skull!

Den första paragrafen i Socialtjänstlagens första kapitel, den så kallade portalparagrafen, lyder: *"Samhällets socialtjänst skall på demokratins och solidaritetens grund främja människornas ekonomiska och sociala trygghet, jämlikhet i levnadsvillkor och aktiva deltagande i samhällslivet. Socialtjänsten skall under hänsynstagande till människans ansvar för sin och andras sociala situation inriktas på att frigöra och utveckla enskildas och gruppers egna resurser. Verksamheten skall bygga på respekt för människornas självbestämmanderätt och integritet."*

Vi som arbetar inom socialtjänsten har alltså ett uppdrag som i

grunden handlar om demokrati och jämlikhet. Det är ett stort ansvar.

Det finns drygt 12 000 socialsekreterare i våra kommuner⁴. Utöver det tillkommer ett stort antal socialarbetare med andra funktioner. Socialtjänsten i Sverige kostar cirka 150 miljarder kronor per år och andelen av kommunernas totala kostnader varierar mellan 20 och 50 procent⁵.

Skattebetalaren har rätt att få veta både vad som fungerar men också vad som inte fungerar i våra verksamheter. Demokrati kräver transparens! De bilder som cirkulerar i medier är aldrig helt objektivt "sanna" utan konstruktioner skapade ur olika intressen: ekonomiska, politiska, personliga mm. Därför är det viktigt att ha en levande diskussion, att belysa fenomen ur många olika perspektiv. Om t.ex. negativa och tendentiösa skildringar av socialtjänsten dominerar i massmedier och inga motbilder ges kan det leda till att allmänhet - och politiker - anser att det inte är värt att satsa på en sektor som verkar genomsyras av inkompetens.

Det som finns i medierna finns i allmänhetens medvetande, det som inte finns i medierna framstår som icke existerande⁶.

För att vi tjänar på att bli granskade!

Vårt ansvar är stort och våra beslut många gånger fullständigt avgörande för människors liv. Därför behöver vi ständigt arbeta med att förbättra bemötande och kompetens. Att utgå från att en granskande journalist smyger omkring i korridorerna kan bidra till en självreflexivitet som kan bli avgörande för om vi gör ett bra jobb eller inte. Hade jag agerat annorlunda om mötet med klienten filmats eller telefonsamtalet gått direkt ut i eteren?

Tänk på att en akt när som helst kan begäras ut och att en journalist har rätt att sända ert samtal i radio (utan ditt godkännande) om hon eller han själv deltar.

Det görs misstag inom socialtjänsten och det finns socialarbetare som inte borde jobba med människor. Hotet om offentliggörande vid grova misstag och övertramp ger massmedier dess tyngd gentemot makthavare. Att få schavottera offentligt kan vara en mycket tuff upplevelse men i förlängningen syftar ju faktiskt granskningen till att medborgaren skall få insyn och kvalitet för sina skattekonor.



Det är ju felbedömningen, misstaget eller slarvet från vår sida som är det verkliga problemet – inte att journalisten upptäcker att det ägt rum. Vi måste kunna stå för det vi gjort. Om vi anser att vi gjort rätt, eller åtminstone så gott vi kunnat efter rådande förutsättningar, skall vi försvara oss och ge vår bild av det inträffade. Journalisten är den oinbjudne konsulten som i bästa fall pekar på vad som behöver åtgärdas, utan att ta betalt.

Omdebatterade barnavårdsärenden där socialtjänsten fått kritik har i förlängningen lett till att rutiner förbättrats och positionerna för den sociala barnvården flyttats fram⁷. Försök därför se granskningen som något positivt, något som du och dina kollegor kan lära er av!

För att nå klienter och riskgrupper!

När våra verksamheter blir belysta i massmedier på ett neutralt eller positivt sätt brukar detta medföra att fler personer i behov av hjälp söker sig dit. ”Ny mottagning för unga missbrukare” kan vara den rubrik, som om den läses av en 18-årig haschmissbrukare, leder till att han faktiskt tar steget och söker hjälp för sina drogproblem.

Det finns en rädsla bland en del föräldrar att socialtjänsten skall omhänderta deras barn vid minsta lilla misstag. Då är det inte lätt att ringa kommunen även om man är i behov av insatser som t ex stödjande samtal eller kontaktfamilj. Genom att bli bättre på att nå ut med korrekt information om hur vi arbetar kan fler människor våga söka sig till oss och därmed få den hjälp de behöver.

Socialarbetaren är också ofta den första som ser nya sociala problem och trender. Det är av stor vikt att vi via massmedier för ut den kunskapen till allmänhet, politiker och andra makthavare. Ibland kan sociala problem bäst åtgärdas på en strukturell nivå.

För att höja statusen i kåren!

Misshandlade barn omhändertas, föräldrar får stöd att orka vara föräldrar, missbrukare hindras från att dö i överdoser, fattiga familjer får ekonomiskt bistånd och funktionshindrade kan leva ett värdigt liv. Varje år utförs fantastiska insatser inom socialtjänsten som underlättar för människor och till och med räddar liv.

Näringslivet brukar uppge att en positivt inriktad artikel kring den egna verksamheten på redaktionell plats är värd sju gånger mer än en reklaminsats⁸. Alla större privata företag har en informationsavdelning och en mediepolicy, om dom så säljer frukostflingor eller tvål, men vi socialarbetare som har ansvar för människors sociala välfärd är... tysta.

I *På tal om kvinnor och män*, en liten skrift från Statistiska centralbyrån kan man konstatera att yrken som sorterar under vård och omsorg hamnar längst ner på löneskalan⁹. Högst upp hittar vi marknadsförare. Det kan vara värt att fundera några sekunder på detta faktum.

Hur kommer det sig att marknadsförare värderas så högt? En hypotes är att de är duktiga även på att marknadsföra sin egen

kompetens, att i olika sammanhang skapa uppmärksamhet kring vad de kan. Självklart använder de också massmedier.

Tycker vi själva att vi gör ett bra jobb? Jamen så berätta det då! Om vi inte gör ett bra jobb kan vi också belysa detta i massmedier, t.ex. i debattartiklar.

Det här är ingen bok som syftar till att försöka manipulera massmedier och måla i ljusa färger det som är mörkt och solkigt. Vi kan aldrig höja vår status om vi inte utför ett gott arbete och ständigt reflekterar över det vi gör!

För att 80 procent av oss som jobbar inom socialtjänsten är kvinnor!

Kvinnor dominerar stort bland socialarbetare men cheferna heter ändå ofta Anders, Bengt eller Torbjörn. Det sägs att det säkraste sättet för en man att bli chef är att börja jobba inom socialtjänsten.

Vi kvinnor väljer ofta att arbeta med människor, något som tyvärr fortfarande verkar ha mer ”flumstämpel” än att vara bilmekaniker eller svetsare. Alla kan väl vårda, säga några snälla ord och ta en kopp kaffe? Eller?

Lyft via massmedier fram professionaliteten och komplexiteten i det sociala arbetet. Använd i betydligt högre utsträckning siffror, utvärderingar och forskning för att visa vilka resultat som uppnås!



För att medborgaren behöver hopp!

Våld, sex och brott. Forskare är överens om att mediernas rapportering av brott sedan 90-talet fått större utrymme trots att antalet faktiska brott inte har ökat¹⁰.

I undersökningen *Våld och pornografi i medierna*¹¹ framkommer att en klar majoritet av svenska folket anser att medi-

ernas rapportering av våld, sex och pornografi har en negativ effekt på barn och unga. Medieforskaren Ulla Carlsson skriver i sammanfattningen:

”I förlängningen av sådana resultat finns det skäl att reflektera kring mediernas inflytande på våldsutvecklingen i samhället, skildringen av såväl själva våldet som synen på förövare/offer och ansvarsfrågan.” ¹²

Det är svårt för ett gäng socialarbetare att ändra på mediers dramaturgi men visst kan vi bli bättre på att föra ut ”verklighe- tens” motbilder. Droganvändning har de facto minskat sedan några år tillbaka och den grova brottsligheten har inte ökat. Vi socialarbete bidrar till ett bättre samhälle. Låt medborgaren få veta att det görs mycket gott och att det ger resultat!

För att framtidens ledare är kommunikativa och mediala!

Enligt Arbetslivsinstitutets forskare finns det en faktor som mer än andra gör att personal känner stolthet - att bli sedd. Chefer och kollegor är de som betyder mest för att vi skall kunna utvecklas och känna trygghet i arbetet. När vi får beröm och konstruktiv kritik växer vi.

Tänk dig in i situationen att din chef kommer in på ditt rum och säger: ”det här har du gjort så bra att jag kommer att ringa vår morgontidning och tipsa”. Hur hade du reagerat? Förmodligen hade du blivit stolt men kanske också lite rädd: Oj, tänk om det blir fel och folk tycker jag verkar stöddig. Vad skall kollegorna säga?

En framåt chef synliggör sina verksamheter och tar debatten och kritiken om den skulle komma. Varje chef och medarbetare är en ambassadör för sin verksamhet.

I förebyggande syfte – socialtjänsten som social kontrollant!

Efter medialt uppmärksammade barnavårdsärenden där socialtjänsten anklagats för att ha gått för hårt fram kan en positiv

effekt vara att föräldrar funderar kring hur de själva förhåller sig till sina barn. Rädslan för att "socialen" skall knacka på dörren kan vara skäl nog att inte låta familjegräset gå över styr eller festerna bli för många och blöta.

Vår myndighetsutövning har inget egenvärde. Lagarna finns där för de individer som far illa - det misshandlade barnet eller narkomanen som är på väg mot sin egen undergång. Socialtjänsten har det yttersta ansvaret för människors sociala välbefinnande.

För att sprida kunskap!

Hur många socialarbetare har inte åkt på dyra, långväga studiebesök i syfte att lära sig någon ny metod för att senare upptäcka att man jobbat på liknande sätt i grannkommunen? När du startar en ny verksamhet, har utvärderat en metod, eller överhuvudtaget har information som du tror att andra skulle kunna ha användning av, se till att sprida den! Massmedier kostar inget!

För att i mötet med journalisten tvingas vi tänka till!

Inför en intervju måste du reflektera kring ditt arbete: Vad är det journalisten vill veta? Vilka frågor kan jag tänkas få? Har jag kanske några lik i garderoben?

Använd gärna någon kompis som är journalist, en kollega eller förvaltningens informatör till att agera "djävulens advokat", d.v.s. att ställa alla de där svåra, tuffa frågorna. Enbart i den här förberedande processen har du dragit en vinstlott. Du kommer att få nya insikter och lära dig att se på ditt arbete utifrån andra perspektiv än de redan invanda. I den stressade vardagen där mycket går på rutin och vi gör "som vi alltid har gjort" kan journalistens närvaro innebära en berikande injektion av nytänkande.

Journalister vill gärna ha siffror och information om trender och resultat: Hur många procent har blivit drogfria? Hur många

har kommit in på arbetsmarknaden? Hur ser det ut i dag jämfört med för tre år sedan?

Hur har ni det med statistiken och utvärderandet på er arbetsplats? Vet ni vad ert arbete långsiktigt leder till?

För att vi är stolta över våra kollegor!

”Vem som helst kan hysa medkänsla med en vän i hans lidanden, men det fordras en verkligt fin natur för att sympatisera med en vän som har framgång” sa den brittiske författaren Oscar Wilde¹³. Har man själv en dålig dag kan det kännas extra motigt om kollegan får fin publicitet i tidningen och chefen tindrar, men försök, ja nästan tvinga dig till, att säga något uppmuntrande till den som blivit intervjuad. Tillräckligt många socialarbetare har tystnat både i medier och andra forum av rädsla för vad kollegor och chefer skall tycka.

I förlängningen gynnar det oss som kår om de sociala frågorna flyttas upp på dagordningen!

2. Hur fungerar massmedier?

Svensken ägnar i genomsnitt sex timmar per dygn åt press, radio och TV¹⁴. Flödet av nyheter och budskap ökar för varje dag via allt fler kanaler och tekniska apparater. I detta flöde har massmedier tre huvuduppgifter: att granska, informera och kommentera. Alla tre är viktiga för att demokratin Sverige skall fungera. I det granskande uppdraget ingår att avslöja missförhållanden och oegentligheter. Medborgarna skall ha insyn, inte minst i de med offentliga medel finansierade verksamheterna. Vad gör makthavarna med våra pengar? Sköter de sina jobb eller går de på porrklubbar och fiffelar med fakturor?

Dagspressens uppgift är, enligt tidningarnas egna policydokument, främst att bedriva kritisk granskning av makthavare, bedriva opartisk nyhetsförmedling och stå på den lilla människans sida¹⁵.

Medielogik

Med medielogik¹⁶ menas mediernas arbetssätt, d.v.s. under vilka betingelser de agerar. Avgörande är vilken tid och utrymme som journalisterna har till sitt förfogande för att utföra en viss typ av bevakning. Medielogiken innefattar fenomenen tillspetsning, polarisering, och förenkling. Journalisten använder sig av tillspetsningen i nyhetskonstruktionen och försöker polarisera d.v.s. att finna någon som är för respektive emot ett visst händelseförlopp eller attityd. Med förenkling menas att journalisten har ett ansvar att göra nyheten begriplig för ALLA.

En annan betydelsefull mekanism inom journalistiken är personifiering. Nyheten blir mer intressant om den kan gestaltas: ”Så drabbas Vilgot av hemtjänstens besparingar”.

I boken Sociala problem och socialpolitik i massmedier skriver professor Gunvor Andersson: *”Tanken att pressen informerar om eller beskriver verkligheten på ett objektivt och opartiskt sätt är knappast aktuell längre. Man väljer både vad man skall skriva om och hur det skall framställas. Den bild som framställs är en social konstruktion i den meningen att en journalist (eller någon annan på tidningsredaktionen) ger det skrivna innebörd, mening och betydelse.”*¹⁷

Nyhetsvärdering

Inom medier sker en s.k. nyhetsvärdering. Vad är det som skall hamna i tidningen och vad skall sorteras bort? Forskaren Karin Fogelberg skriver: *”Händelser som skildras i medierna ges större utrymme och vikt ju närmare kulturellt och geografiskt avstånd det är till mediernas utgivningsområde. Nyheterna rapporterar om händelser och skeenden som är oväntade, negativa och dramatiska (som till exempel olyckor, naturkatastrofer, brott), men också om händelser och skeenden som är förväntade, planerade och förutsedda (t.ex, offentliggörandet av budgetpropositionen, rättegångsbevakning och rapportering om krigsutbrott)”*¹⁸.

Det är dock en myt att journalister enbart är intresserade av dåliga nyheter. Journalister är intresserade av nyheter, punkt slut. Eftersom Sverige har haft fred i över 200 år vore det givetvis en nyhet om krig bröt ut, medan fred i Mellanöstern förmodligen skulle vara förstasidesstoff världen över. Poängen är att det som sticker ut från det vardagliga, är sant, nytt, och relevant för många människor oftast har nyhetsvärde. Är allt frid och fröjd får det negativa nyhetsvärde men vid konstant elände får omvänt det positiva nyhetsvärde.

Alltså, att personal inom socialtjänsten gör ett bra jobb har i sig inget nyhetsvärde eftersom det förhoppningsvis utgör normaltillståndet. Men däremot finns det nyhetsvärde i om vi pre-

senterar en ny rapport, arbetsmetodik eller färsk statistik som visar på positiva resultat. Vi måste ”hänga upp” det positiva på något nytt.

En tidning som inte säljer går i konkurs, en TV-kanal med få tittare lär inte heller överleva. Så här beskrev en journalist på Expressen villkoren: *”Jag vet bara en sak och det är att inte ett enda nummer av morgondagens tidning är sålt ännu”*.

Man kan tycka vad man vill om massmedier men i slutändan är det vi som konsumenter som bestämmer vilket utbud som skall finnas på mediemarknaden.

3. Vad vet vi om socialt arbete i massmedier?

Inte mycket, om man skall svara kortfattat. De som främst forskat inom området i Sverige är professorerna i socialt arbete Gunvor Andersson och Tommy Lundström. De har bl.a. tittat närmare på hur det sociala arbetet beskrivs i dagspressen¹⁹. Under fyra månader 2001 följde de bevakningen av utsatta barn och unga i tidningarna Aftonbladet, Dagens Nyheter, Länstidningen, Sydsvenska Dagbladet och Skånska Dagbladet.

Det visade sig att en stor del av rapporteringen utgjordes av en vardaglig, odramatisk journalistik som byggde på vad som hände lokalt och där socialarbetarna själva eller deras arbetsgivare inte sällan var avsändare av informationen²⁰. Forskarna värderade hur socialt arbete presenterades i materialet och kom fram till att 38 procent av artiklarna var positiva, 23 procent negativa och 37 procent neutrala. **Alltså mest positiv publicitet!** De rikstäckande tidningarna var mer orienterade mot spänningar och konflikter än de lokala.

Då socialarbetarna själva tagit initiativ till kontakten med medier var bevakningen mer positiv. Den allvarligaste kritiken uppstod när det sociala arbetet trampat på den enskilde och när kritiken gick att rikta mot individer eller organisationer, t.ex. socialtjänsten. Det fanns också en skepsis kring hur kapabel socialarbetaren var att göra riskbedömningar – antingen klampade man in för mycket eller så gjorde man inget alls.

Andersson och Lundström har även studerat hur socialarbetare upplever bilden av sig själva i massmedier²¹. Forskarna samlade

socialarbetare med inriktning på barn och unga i fokusgrupper där de fick diskutera denna bild. Det visade sig att deltagarna ansåg att mediebilderna av socialt arbete var mycket dystert, vilket de grundade främst på några få uppmärksammade, dramatiska barnavårdsfall (se kap. 10). Socialarbetarna ansåg att pressen inte rapporterade om människors positiva erfarenheter av socialtjänsten, inte heller hade medierna intresserat sig för socialarbetarens yrkesroll och hur svårt det är att vara socialarbetare.

Av ovanstående forskning kan man dra slutsatsen att bilden av socialt arbete i pressen är relativt positiv men att socialarbetare upplever den som negativ.

Socialarbetare kritiserar alltså journalister för att de fokuserar på det som är negativt inom socialt arbete men vi fokuserar själva på det som är negativt inom journalistiken.

Som ni märker är detta kapitel väldigt kort så här finns mycket att forska om!

4. Socialarbetarsnack om journalister

”Jag hatar den karln! Han har dissat hela vår kår”

Kvinnlig socialarbetare om journalisten Janne Josefsson

Socialarbetare är inte överförtjusta i journalister. Det verkar dock som att de socialarbetare som har haft mest kontakt med journalister också är de mest positiva. Med vanan försvinner rädslan och är man inte nöjd med en tidning så ”bojkottar” man helt enkelt denna och vänder sig till konkurrenten. För de socialarbetare som i sin yrkesutövning ofta kommer i kontakt med journalister utgör massmedier en naturlig kanal.

”Jag har blivit intervjuad flera gånger och de allra flesta journalister gör ett bra jobb. Ibland skriver dom bättre än vad jag sagt. Dom snitsar till och med till citaten så att jag låter lite mer smart och erfaren än vad jag egentligen är” säger en socialarbetare.

Men de negativa rösterna överväger. Redan under utbildningen verkar de blivande socionomerna ha bestämt sig för att journalister är fiender. När studenterna får frågan hur de upplever att socialt arbete skildras i massmedier brukar svaren bli: *”Skojar du!? Vi är ju antingen dumma socialkärningar eller fascister.”* Därefter går det inte många sekunder innan Janne Josefssons namn nämns och diskussionen är igång om dolda kameror och gömda mickar²².

I boken *Omvårdnad och omsorg i massmedier* intervjuar forskaren Jörgen Lundälv socialarbetare om deras förhållande till medier. En av socialsekreterarna, Gunnar, berättar: *”Min egen yrkesprofession skildras alltför negativt av media. Det blir alltid*

belyst i media när socialtjänsten gör något negativt gentemot enskilda, vilket i sig är bra, då socialtjänsten har en stor makt i sin myndighetsutövning. Problemet är att allt det positiva som socialtjänsten gör för människor belyses alltför lite, vilket får till följd att det blir en tydlig obalans. Min yrkesprofession måste bli mycket bättre på att sälja sig i media och våga visa att vi är duktiga på vårt jobb”²³

Många socialarbetare anser att journalister är ute efter sensationer och felfinneri. Det är betydligt svårare, menar de, att få en journalist intresserad av det vardagliga sociala arbetet eller det som är lyckosamt och fungerar.

Socialarbetare brukar också peka på genusperspektivet i massmedier. De ”hårda” frågorna som ekonomi och stadsplanering får stort utrymme medan socialt arbete, som till 80 procent utförs av kvinnor, hamnar i bakvattnet.

Något som de allra flesta socialarbetare dock verkar överens om är att kåren behöver mer kunskaper om massmedier och hur man bemöter journalister.

5. Journalistsnack om socialarbetare

”En del är bra, dom verkar trygga och vågar prata, men dom flesta vill ju inte ens säga sitt efternamn utan att hänvisa till sekretess eller chefen”

Reporter på Göteborgs-Posten

Journalister brukar å sin sida sucka när man frågar vad de tycker om att intervjua socialarbetare. Vår yrkeskår betraktas som ängslig och obenägen att kommentera något alls. ”Varför är ni inom socialtjänsten så rädda?” Det är en fråga som många journalister ställer sig. De menar att vi om några borde uttala oss om samhällets orättvisor och sociala problem.

En landsortsreporter beklagade sig över att företrädare för socialtjänsten i hennes kommun inte ens var villiga att diskutera strukturer, t ex utvecklingen av försörjningsstödet under en tioårsperiod: *”Herregud, det finns bara en Janne Josefsson. Ni kan väl inte döma ut en hel kår för att han har gjort ett par reportage ni inte gillar”*.

Intresset från massmedier för de fält socialtjänsten arbetar med är periodvis stort. Knark, misshandlade barn, incest, fattigdom och hemlöshet ger - om man vill vara krass - alltid bra rubriker. Men det finns också ett genuint intresse för samhällsfrågor bland många journalister: Har klassklyftorna ökat och vilka uttryck har det i sig få fall tagit sig? Fungerar samhällets skyddsnet?

I skriften *Att möta media* skriver författaren Barbro Hindberg: *”Jag har intervjuat alltför många socialarbetare som knappt kunnat eller vågat svara på några frågor utan uttalat sig vagt och undanlidande. Ibland har de uttalat sig tydligt vid själva inter-*

*vjun, men när den sedan kommit i skriftlig form har de velat stryka det mesta av intresse. Kvar har blivit något som mest liknar ett trist PM*²⁴. Barbro Hindberg menar att de som jobbar inom socialtjänsten måste bli mindre rädda och bättre på att beskriva sin verksamhet.

Peter Andréasson är journalist och sedan några år tillbaka presschef på Socialstyrelsen i Stockholm. Han har ett förflutet som nyhetschef och reporter. Peter Andréassons uppfattning är att socialarbetare de senaste åren har blivit allt mer skeptiska till massmedier. Rädslan och missnöjet har ökat.

- Jag möts av socialarbetare som upplever att de blivit utnyttjade av journalister. Citat har klippts in i sammanhang man inte hade vetskap om vid intervjun. Man känner sig som en maktlös aktör i ett hårt vinklat drama.

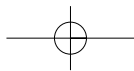
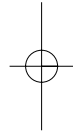
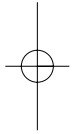
Men, menar Peter Andréasson, det är oerhört viktigt att se proportionerna. Nio av tio journalister gör ett bra jobb, det anser även de flesta socialarbetare. Tyvärr är det så att det är de dåliga erfarenheterna man diskuterar och sprider vidare.

Peter Andréasson anser att det är anmärkningsvärt att socialarbetare inte får utbildning i hur man skall förhålla sig till den kanske största maktfaktorn i samhället idag – massmedier.

- Rädslan för massmedier är befogad. Personalen har inga kunskaper om hur massmedier fungerar och hur man bör förhålla sig. Det krävs utbildning både på socialhögskolorna men också för praktikerna.

För alternativet – att inte medverka i massmedier – är den absolut sämsta vägen och en fara för demokratin, enligt Peter Andréasson. Journalisterna kommer inte att lägga ner en story för att socialtjänstens representanter vägrar att uttala sig. Tvärtom. Då får journalisten eller någon annan definiera den verklighet vi möter och hur vi arbetar. Med risk för mytologisering och rena felaktigheter.

DEL II: PRAKTISKA RÅD



6. När journalisten kontaktar dig

Om du aldrig blivit kontaktad av en journalist tidigare kanske du blir nervös när detta sker första gången: Oj, vad skall jag säga? Tänk om jag svarar helt fel och kollegorna i fortsättningen kommer sky mig som pesten...

Se det så här, det är bra att du är lite nervös. Det tyder på att du har respekt för journalistens uppdrag och tar intervjun på allvar. Du har nu nämligen en chans att delta i det offentliga samtalet och delge allmänheten din bild av verkligheten. Det du säger, dina kunskaper, kan i bästa fall göra en skillnad. Men det är inte alltid en journalist ringer för att göra en intervju. Ibland kan det handla om att hon eller han vill att du hjälper till med faktakunskaper, ber dig hänvisa till någon expert eller kanske förklara hur en lag fungerar i praktiken.

I *Etiska regler för press, radio och TV* (finns återgivna på sid. 78 i denna bok) står: ”*Visa särskild hänsyn mot ovana intervjuobjekt. Upplys den intervjuade om huruvida samtalet är avsett för publicering eller enbart för information.*”

När en journalist ringer behöver du inte alltid släppa allt du har för händerna. Diskutera hur snabbt han eller hon behöver informationen så att ni kan komma överens om lämplig tid för eventuell intervju. Är det en tidskrift som vill intervjua dig kanske deadline är om tre veckor och då kan ni träffas veckan därpå i lugn och ro. Men om morgontidningen eller någon av de lokala radio- och tv-stationerna ringer vill de oftast göra intervjun samma dag. Försök i möjligaste mån vara tillgänglig och respektera att nyhetsreportrar arbetar under stor tidspress.

Nedan följer ett antal råd som du har nytta av om du skall bli intervjuad. Vi har delat upp råden i tre avsnitt: före, under och efter intervjun. Flera av punkterna är hämtade från Peter Andréassons bok *Möte med massmedier*²⁵.

Före intervjun

Om en journalist ringer dig och det bara gäller en kort och enkel intervju kan du ställa upp direkt om du har svaren. Men den första fråga du annars behöver ställa dig är om du är rätt person att svara. För att du skall kunna avgöra detta måste journalisten klargöra syftet och förutsättningarna för intervjun. Du är inte "jobbig" om du börjar med att ställa de här frågorna till journalisten, du visar istället att du tar intervjun på allvar:

- Vilka frågeställningar skall tas upp under intervjun?
- Var skall intervjun publiceras?
- När skall den publiceras?
- Hur omfattande kommer intervjun att bli?
- Kommer den att bandas? Kamerainspelning? Per telefon? I studio?
- Om intervjun sker via telefon och skall publiceras i tidning eller i tv, kommer ett foto av dig att visas? I så fall vilket?
- Kommer ytterligare personer att intervjuas i samband med din intervju?
- Kommer det du säger ställas i någon slags motsättning till vad andra kommer att hävda i programmet eller i artikeln?

Någon annan får svara

Om du utifrån svaren på ovanstående frågor kommer fram till att du inte är rätt person att bli intervjuad så hjälp journalisten att hitta en mer lämplig person. Det bästa är om du ber att få

återkomma till journalisten och själv kontaktar t.ex. din kollega. På så sätt hinner du ge informationen vidare och förbereda kollegan på frågeställningarna. Be sedan denna ringa upp till journalisten så snart som möjligt. **GLÖM ALDRIG** att ringa tillbaka och hålla överenskomna tider. Journalister blir precis som alla andra irriterade vid dåligt bemötande, vilket definitivt inte gynnar stämningen vid intervjun.

När du ställer upp på intervju

Om du efter svar på ovanstående frågor anser att du är bäst lämpad att svara kan intervjun börja. Det kan dock vara bra att få fundera ett tag efter att du blivit kontaktad och be att få återkomma om någon halvtimme. Då har du tid att kolla fakta, kanske rådgöra med någon informatör eller kollega och tänka igenom vad du vill ha sagt. Några råd inför den kommande intervjun:

Fråga om du får ta del av texten i artikeln eller se/lyssna på inslaget innan det publiceras. Du har ingen ovillkorlig rätt till detta, men de allra flesta journalister tillmötesgår dina krav. Det man brukar gå med på att är att du får ta del av just dina citat och att de fakta du bidragit med stämmer. Du kan dock inte begära att materialet skall strykas för att du av något skäl "ångarat dig" eller i efterhand komma med krav på att intervjun skall göras om. Du måste kunna stå för det du säger. Om du från början vet att du inte får ta del av materialet kan du alltid säga nej till att ställa upp.

Fundera igenom vad du vill ha ut för budskap under intervjun. Nu har du ju chansen att utifrån ditt ämnesområde föra fram viktiga fakta och synpunkter. Formulera ett fåtal budskap (högst tre). Dessa budskap ser du till att få ut oavsett vilka frågor journalisten ställer. Nej, det här är inte manipulation utan handlar om att du är experten på området och att allmänheten bör få ta

del av dina kunskaper. Journalisten har oftast mycket begränsad tid att hinna förbereda sig och frågorna kan bli därefter. Att du får ut dina budskap kan därför göra intervjun betydligt mer fylig och intressant.

Diskutera med journalisten före intervjun. Berätta vad du tycker är viktigt att ta upp. Förklara gärna bakgrund och hur fakta hänger ihop så att journalisten får bättre möjlighet att förstå sammanhanget och vad du jobbar med.

Dubbelkolla allt du tänker säga så att du inte fått något om bakfoten. Det bidrar också till att du känner dig mer trygg inför intervjun.

Om intervjun inte sker samma dag, gå gärna en långpromenad där du ostört kan öva frågor och svar på dig själv. Låtsas att du både är journalisten som ställer frågor och gå sedan in i rollen som dig själv som svarar. Det här är ett mycket bra sätt att förbereda sig och du kan lyssna och "smaka" på hur dina svar låter, dessutom tänker man klarare när man samtidigt rör på sig.

Om du skall kommentera ett problem eller delta i en debatt är det bra att träna med någon mediekunnig person före intervjun som får agera "djävulens advokat". Denna person ställer alla de där jobbiga, svåra frågorna som kan få dig ur fattning. Övningen används ofta av makthavare inför tv-framträdanden.

Informera chefer och kollegor om att du skall bli intervjuad. Att skicka ett gruppmejl tar bara någon minut. Hur hade du själv reagerat om du utan förvarning sett kollegan i TV uttala sig om er arbetsplats? Det kan också hända att din medverkan i massmedier leder till att fler på arbetsplatsen intervjuas, vilket de helst bör vara förberedda på.

Haka på med övriga informationsinsatser. Skall t.ex. er webb uppdateras med nytt relevant material som kan spara tid både för er och journalisterna?

Under intervjun

Du skall nu bli intervjuad. Det du säger kommer på ett eller annat sätt att nå många människor och dina ord kan förändra eller bekräfta deras bild av ett fenomen inom socialt arbete. Du befinner dig i en maktposition eftersom du har möjlighet att påverka. Detta är naturligtvis ett fantastiskt tillfälle som du skall ta vara på. Men du bör beakta några råd för att prestera bästa möjliga.

Journalister är ofta trevliga, nyfikna och sociala människor – åtminstone när de arbetar. Det positiva med detta är att du vid intervjun slappnar av, tycker det är roligt att någon visar så stort intresse och du kan känna dig smickrad av uppmärksamheten. Det möjligen negativa är att du kan förledas att säga för mycket, kanske nämna något konfidentiellt i en bisats, börja prata om områden du inte behärskar osv.

Det är dock sällan detta blir något problem. Journalisten vinner inte på att publicera uppgifter som sedan inte visar sig stämma eller dra slutsatser av spekulationer. Men man skall ändå vara vaksam på det man säger och beakta att journalisten bara är megafonen. Det är lyssnarna, läsarna, tittarna d.v.s. oftast allmänheten som är din publik och de har rätt att få en så korrekt information som möjligt.

Därför:

Var ärlig, uppriktig och håll dig till fakta.

Var tydlig med när du för fram verksamhetens hållning och när du uttrycker dina personliga åsikter: ”Men det här är min högst personliga åsikt”.

Tala kortfattat, enkelt och använd inte fackuttryck. Du vänder dig inte till kollegor nu utan till allmänheten (såvida du inte intervjuas för en facktidning), de flesta kan väldigt lite om det du arbetar med.

För fram dina budskap även om journalisten inte direkt ställer frågor som inbjuder till dessa. Du kan då själv göra övergången: ”En annan sak som är viktig i det här sammanhanget är..” eller ”Jag skulle också vilja tillägga att...”

Var inte rädd för pauser. Låt journalisten ta ansvar för dessa om du inte har mer att säga. En del journalister använder sig av tystnaden i taktiskt syfte. Vi är många som tycker tystnaden är pinsam och har lätt att börja prata på och så tappar vi snart kontrollen...

Kommentera endast ditt ämne. Ge dig inte in på områden du inte behärskar.

Använd inte uttryck som ”jag känner” eller ”jag upplever”. Låt inte de som tycker socialt arbete är flummigt få vatten på sin kvarn.

LJUG ALDRIG.

Överdriv inte. Det du jobbar med är tillräckligt intressant ändå.

Gissa inte. Det är bättre att då använda fraser som ”Det har jag svårt att svara på”, ”Det är för tidigt att säga, vi får avvakta beslut” eller ”Den frågan tycker jag att du istället skall ställa till NN”.

Erkänn misstag.

Skall du kommentera ett problem du vet existerar så bekräfta detta. Försök inte dölja eller skönmåla men ställ saker i sitt sammanhang: ”Jo, i det här fallet kan man säga att vi inte lyckats och det skall vi självklart försöka åtgärda, men jag vill också påpeka att vi har behandlat 340 liknande ärenden i år utan att det uppstått problem.”

Undvik ironier – de kan lätt missuppfattas i medier.

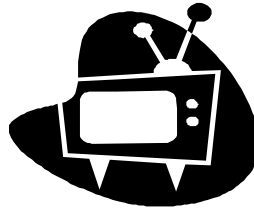
Det blev kanske lite mycket av ”tänk på att INTE-råd” men det är lättare att ta med dessa varningar än att göra tvärtom.

Grundinställningen är ju att en intervju är ett fantastiskt tillfälle för dig att berätta och nå ut med det du tycker är viktigt. 90 procent av alla intervjuer är också positiva upplevelser – de övriga 10 procenten drabbar oftast tunga makthavare.

Om du som läser nu råkar vara en sådan har du säkert redan fått intensiv medieträning.

Att intervjuas i TV

Att intervjuas av en skrivande journalist brukar inte upplevas lika pressande som att vara med i TV. Efter ett TV-framträdande kan man till och med bli igenkänd på stan om programmet har många tittare. Det är klart att hjärtat slår lite extra fort, framför allt om man skall vara med i direktsändning.



En TV-intervju kan spelas in var som helst, på ditt arbete eller på någon plats som har koppling till reportaget, eller i en TV-studio. Fotografen vill ofta ta utfyllnadsbilder, t ex att du går några steg eller skriver på datorn. Om intervjun skall sändas vid senare tillfälle kan man göra omtagningar tills fotograf och reporter, och förhoppningsvis du själv, är nöjda.

Några råd inför TV-framträdandet:

Läs igenom "Under intervjun" på sid xx. Punkterna gäller även för TV-intervjuer.

Ställ om möjligt krav på inspelningsplats. Du kommer inte att kunna ge bra svar om du känner dig obekvämt med miljön.

Lägg lite krut på ditt utseende. Ha inte på dig alltför brokiga kläder, psykedeliska mönster på tröjan eller stora synliga budskap på T-shirten. Då inträffar något som i journalistiska sammanhang brukar kallas bildkannibalism – bilden äter upp budskapet och tittarna lägger energin på att stirra på din tröja istäl-

let för att lyssna på vad du säger. Ta inte heller på dig för varma kläder om du skall intervjuas i TV-studio, eftersom strålkastarna brukar höja temperaturen rejält. Vid framträdande i TV-studio sminkas du före sändning av en professionell sminkör vilket i sig kan vara en intressant upplevelse.

Är du mycket nervös inför sändning försök att andas långsamt. Andas in i fem sekunder... och andas ut i fem sekunder. Detta dämpar hjärtats slag och lurar kroppen att lugna ner sig (det hjälper verkligen!). Det är vanligt att man själv upplever att man skakar och stammar oavbrutet i sändning men tittarna märker sällan något av detta.

Drick vatten när tillfälle ges så att du inte blir klibbig om munnen av nervositet eller torr i halsen. Smörj gärna läpparna med cerat före sändning.

Tänk på att det är du som är experten. Ingen annan kan området så bra som du, annars hade du inte blivit ombedd att komma. Sträck på dig!

Var vänlig men bestämd i dina svar. Journalisten kanske är mer nervös än du och vill visa sig på styva linan och ställa provocerande frågor.

Fokusera på det som sägs. Tänk dig in i att detta är ett viktigt samtal på jobbet och försök koppla bort kameror och sladdar. Titta reportern i ögonen. Var närvarande.

Om du inte förstår frågan eller får en liten blackout. Säg: "Jag är inte säker på att jag förstår den frågan. Hur menar du?". Alltså bete dig helt enkelt som du skulle göra i "verkliga livet", utanför studion. Egentligen är det ju inte svårare än så.

Stå gärna upp under intervjun om den inte är för långdragen. Det ger ett mer engagerat uttryck och det kan vara lättare att slappna av när du kan röra dig lite.

Om du i värsta fall skulle få en oförskämnd fråga kan du leende säga ”Med all respekt, jag tror att den frågan du nu ställer inte tillför den här diskussionen något av värde”. Tittarna tycker inte om en osympatisk reporter och tar gärna parti för den som utsätts. Den amerikanske presidenten John Kennedy brukade vid sådana tillfällen le stort mot kameran och säga ”Next question, please!”

Att intervjuas i radio

En radiointervju kan bandas eller sändas direkt. Radioreportern har med sig en bandspelare och sitter/står väldigt nära dig med mikrofonen för att ljudupptagningen skall bli bra.

Om det handlar om medverkan i debatter och planerade inslag kan du bjudas in till en radiostudio där du får hörlurar och pratar i egen mikrofon.

Läs igenom ”Under intervjun” på sid xx. Punkterna gäller förstås även för radio-intervjuer.

Välj om möjligt en miljö för intervjun där du känner dig trygg och kan prata ostört.

Ha ett glas vatten i närheten om du är nervös.

Öva in några fraser som sammanfattar det du vill ha sagt.

Prata kortfattat, tydligt och långsamt så att du hinner tänka medan du pratar. Det är extra viktigt nu när din röst är ditt enda verktyg.

Om intervjun bandas går det att göra omtagningar ifall du eller reportern inte är nöjda. Sänds det direkt får man vara beredd på att alla meningar inte blir klockrena, få av oss pratar som levande uppslagsböcker.

Gester syns inte i radion. ”Hon var så här lycklig när hon fick beskedet” hjälper inte lyssnaren att bättre förstå.

OBS! Det finns mycket myter om ”off the record”, d.v.s. att man kan berätta saker för journalister och komma överens om att dessa hemlighålls. Om du inte vill se det du säger i tryck eller höra det i etern – säg det inte! Och glöm inte att intervjun är slut först när journalisten och du skiljs åt. Det där lilla eftersnacket kan bli nästa dags nyhet!

Efter intervjun

Vi vill absolut råda dig att göra åtminstone en mindre utvärdering av din kontakt med massmedier. Här kan du få hjälp av kommunens informatör eller någon annan mediekunnig person. Med analys och samlade erfarenheter blir du så småningom en god talesman för socialtjänsten. Och det behövs många sådana för att föra fram våra frågor!

Här är några råd som du kan ha nytta av:

Tänk på att en intervju kan leda till fler. Det är inte ovanligt att andra redaktioner hänger på och vill följa upp med någon egen vinkel utifrån din ursprungsintervju. Då har du chansen att bättra på det du var missnöjd med i den första intervjun. Kanske vill de också prata med din kollega eller chef. Därför – berätta för kollegorna att du skall bli intervjuad så att det inte kommer som någon överraskning när en journalist kontaktar dem.

Samla all medial uppmärksamhet i en speciell klippbok som ni har väl synlig på avdelningen, t.ex. i fikarummet. Även radio- och tv-inslag brukar ligga ute på nätet i 30 dagar och kan printas ut. OBS artiklar och inslag får ej masskopieras.

Diskutera alltid inslag/artiklar på nästa arbetsplatsträff. Låt det bli en stående punkt på dagordningen även om ni inte har något att rapportera. Några frågeställningar kan vara: Är du nöjd med hur du förberedde dig inför intervjun? Om inte, vad kan för-

bättras? Hur kändes det under intervjun? Vad gick bra? Vad kunde ha gjorts annorlunda? Fick du fram det du ville säga? Vilka reaktioner har du fått från anhöriga, från kollegor, från klienter, från allmänhet, från chefer? Kommer du ha fortsatt kontakt med journalisten?

Efter en presskonferens eller presseminarium med stort genomslag kan det vara läge att göra en separat utvärdering med de inblandade. Vill man vara riktigt ambitiös kan man sätta ihop fokusgrupper och diskutera utfallet (kanske med några politiker ur nämnden eller samarbetspartners) eller fråga klienter om hur de upplevde uppmärksamheten.

Skapa en checklista utifrån utvärderingen som du och dina kollegor kan använda vid nästa intervjutillfälle.

Är du nöjd med intervjun och fick du förtroende för journalisten? **Ring gärna upp och tacka och passa på att tipsa om kommande intressanta rapporter/händelser.** Etablera en god kontakt!

Om du är missnöjd med detaljer, låt det passera. Var frikostig med beröm men snål med kritik.

Om du är missnöjd med din insats och inte kan klandra journalisten kan du trösta dig med den irländske författaren och nobelpristagaren Samuel Becketts visdomsord "Fail, fail again. Fail better"²⁶. Vi gör alla misstag och ibland säger vi mindre intelligenta saker så slå emigrationstankarna ur hågen. Det kanske var första gången du blev intervjuad? Då är det lätt att tro att alla du känner är fullkomligt fokuserade på att kritiskt analysera varenda mening du kläckt ur dig. Man skall ha respekt för att massmedier kan ha en stark genomslagskraft men det är samtidigt bra att veta att t.o.m. det som står på dagens löpsedlar ofta är glömt i morgon.

När journalisten gjort sig skyldig till faktafel och felcitat se kap 12.7.

7. När du kontaktar journalisten

På journalistutbildningen lär man sig att ”Varje människa rymmer hundra rubriker”. Men få journalister har idag den tid som krävs för att leta nyheter genom att gå omkring och vara allmänt nyfikna.



En nyhetsreporter får sina uppdrag på morgonmötet och skall leverera minst en journalistisk produkt några timmar senare. Vi kan därför inte vänta oss en bevakning av det vi ser och gör om vi inte själva är proaktiva, d.v.s. påkallar massmediers uppmärksamhet. Här behöver journalister och socialarbetare hjälpa varandra för att demokratin skall kunna fungera fullt ut.

Arbetar du inom kommunen kan du få mycket hjälp och råd av förvaltningens informatör. Om ni inte redan träffas frekvent, bjud in henne/honom och diskutera hur ni skall få kontakt med massmedier.

En del anser att det bästa sättet att få publicitet är att tipsa en enskild journalist medan andra menar att man skall delge alla medier samtidigt via ett pressmeddelande. Vi föredrar den senare mer rättvisa modellen och tror att detta förhållningssätt lönar sig i längden. Risker är att en monopolsituation annars uppstår där de stora medierna kan luta sig tillbaka eftersom de vet att de är hetast på marknaden. Men varför skall störst alltid få de bästa bitarna först?

Ägarkoncentrationen på mediemarknaden har ökat de senaste åren och "tipsandet" gynnar knappast mångfalden och demokrati²⁷. Däremot är det helt OK att du ringer upp journalister du har förtroende för och frågar om de uppmärksammat ditt pressmeddelande.

Om du blir kontaktad av en journalist som genom tråget arbete eller "nyhetsnäsa" hittat något av intresse inom ditt område skall hon eller han dock ha ensamrätt på nyheten. Då kan du också passa på att puffa för annat av intresse: "Nu när jag ändå har dig på tråden, har du hört om det här?"

Hur du får massmediers uppmärksamhet

Det finns olika sätt att få kontakt med massmedier. De vanligaste är:

Pressmeddelande (pressrelease)

Pressmeddelande är helt enkelt ett nyhetsmeddelande sänt till massmedier. Ett pressmeddelande skall vara högst en A4-sida långt, med intresseväckande rubrik, sammanfattande ingress och kortfattad brödtext. När du skriver ett pressmeddelande är det bra att utgå från frågorna Vad? När? Hur? Var? Vem/vilka? Varför?

Det skall tydligt framgå när pressmeddelandet är daterat, vem som är avsändaren och vem man kan kontakta för vidare information. Kontaktpersonen måste förstås vara helt tillgänglig för frågor den närmast följande tiden, även kvällstid.

Informatören i din förvaltning kan hjälpa dig att skriva pressmeddelanden. Informatören brukar också ha mejllistor till lokala massmedier och till nationella massmedier (OBS! endast vid nationellt intressanta nyheter) som du använder dig av vid utskick. Om du inte har tillgång till en informatör kan du skapa dina egna mejllistor.

Pressmeddelanden bör skickas ut på morgonen och pressinbjudningar tidigt dagen innan en presskonferens/presseminarium, med en eventuell påminnelse samma dag de äger rum. Då har reportrarna tid att arbeta med materialet fram till pressläggning/sändning som oftast infaller på kvällstid (tänk på att radio och webb är snabba medier).

Presskonferenser/seminarier bör av samma skäl om möjligt läggas på förmiddagar vid kl. 10:00 eller 11:00. Vid större händelser kan det dock kallas till presskonferens med mycket kort varsel när som helst på dygnet.

Första gången du skickar iväg ett pressmeddelande tror du kanske att telefonen skall börjar ringa direkt. Bli inte besviken, i bästa fall brukar det vara någon eller några få som hör av sig, men det beror förstås på hur het nyheten är. Tänk på att de stora morgontidningarna kan få flera hundra pressmeddelanden per dygn!

Pressinbjudan

En pressinbjudan är ett enkelt nyhetsmeddelande sänt till massmedier med en inbjudan till någon aktivitet. Nästa sida visar hur ett pressmeddelande kan se ut, här i form av en pressinbjudan.

Presskonferens

En presskonferens är enligt Nationalencyklopedin en *”presentation för flera massmedier samtidigt där företrädare för t.ex. en myndighet, organisation eller ett företag lämnar information och besvarar frågor”*²⁸. Presskonferenser bör hållas korta, vara nyhetsorienterade och ta upp en fråga. ”Läck” aldrig information före presskonferensen. Det är vanligt att reportrar ringer och försöker luska ut vad som kommer att sägas så att de slipper gå dit och dessutom kan bli först med nyheten. Hänvisa då vänligt men bestämt till presskonferensen. Om viktiga handlingar kommer att presenteras kan journalister försöka att kräva ut



Pressinbjudan
2006-03-29

Så satsades miljonerna mot narkotikan i Göteborg

Under åren 2003-2006 har Göteborgs Stad i samarbete med den statliga satsningen Mobilisering mot narkotika satsat 20 miljoner kronor i kampen mot narkotika i staden. Samarbetet, där även Malmö och Stockholm ingår, kallas trestadssatsningen och syftar till att genom olika pilotprojekt pröva, utveckla och utvärdera metoder som skall effektivisera arbetet mot droger.

På konferensen "Från ord till handling" den 30 mars på Scandic Crown Hotel i Göteborg visar Göteborgs Stad upp det arbete som bedrivits inom ramen för trestadssatsningen. Tolv pilotprojekt inom följande fyra områden presenteras: skolan, krogen, unga missbrukare och etablerade missbrukare.

Ur programmet:

Ungdomar och GHB

Göteborg är hårdast drabbat i världen av GHB. Två unga människor har krävt akutsjukvård bara den senaste veckan. Projektet skall bidra till att missbrukarna upptäcks tidigare och lättare får hjälp.

Katprojektet

Segregationen ökar i storstäderna visar en färsk rapport från Socialstyrelsen. I den somaliska gruppen är arbetslösheten extremt hög och många missbrukar kat. I Göteborg har det startats ett katprojekt som i samarbete med somalierna själva försöker hitta vägar ut ur missbruket och in i samhället.

Hela konferensprogrammet finns här:



Trestadssatsningen är en del i det långsiktiga arbetet mot droger i Göteborgs Stad. Mer information finns på www.kunskapskallarn.goteborg.se

Vid frågor kontakta:

Anna Andersson, informatör alkohol- och narkotikafrågor
Tele: 0707-07 07 07

dessa före konferensen med hänvisning till att det är allmän handling. Diskutera förhållningssätt med kommunjuristen och delge involverad personal denna information eftersom journalister brukar vara duktiga på att hitta den ”svagaste länken” i en organisation.

Att tänka på vid presskonferenser:

- Läs igenom ”Under intervjun” på sid. 35.
- Prata ihop er ordentligt före presskonferensen. Vem säger vad?
- Välj en lämplig lokal. Kontrollera att inget kan störa konferensen, t.ex. att någon hantverkare borrar, fläktar väsnas eller folk kommer att passera.
- Sätt upp skyltar så att journalisterna lätt hittar lokalen.
- Sätt tydliga namnskyltar med titlar framför de medverkande.
- Högst tre personer bör medverka som var och en får cirka fem minuter till sitt förfogande.
- Använd om möjligt er informatör eller annan lämplig person som presskonferensansvarig. Hon/han inleder med att presentera de medverkande, berätta kort om upplägget och informerar om det material som läggs ut. Vid behov styr personen också upp frågorna och de efterföljande intervjuerna.
- Skicka runt en närvarolista bland reportrarna så blir det enklare att följa upp bevakningen.
- Lägg ut en kort skriftlig sammanfattning till journalisterna av vad som kommer att sägas. Det underlättar för dem att återge informationen korrekt.
- Sätt av god tid för frågor.
- En presskonferens bör inte vara längre än 30 minuter, därefter skall de medverkande vara tillgängliga för enskilda intervjuer.
- Följ upp resultatet.

Presseminarium

Det här är en underskattad form av presskontakt. Ett presseminarium har ett mer utbildande syfte och ger ett bredare perspektiv än vad en presskonferens gör. Nyhetsvärdet behöver inte vara lika stort men det som presenteras skall vara aktuellt och av allmänintresse.

Reportrar matas idag med nyheter i olika former och vinkeln är oftast given. Under ett presseminarium kan journalisterna ges möjlighet till både fördjupning och bredd, ett smörgåsbord att välja ur.

Ett utmärkt tillfälle att ordna presseminarium är vid presentationen av socialtjänstens årsrapport. Bjud in massmedier och berätta vad ni ser utifrån trender och riskgrupper och hur ni arbetar med problemen. Fokusera på det som sticker ut som extra intressant i materialet och lyft fram detta i pressinbjudan.

Planera seminariet väl, ta informatören eller andra kunniga personer till hjälp. Medialt oerfarna behöver träning och hjälp att framföra sina budskap på ett tydligt sätt.

Några råd inför ett presseminarium:

- Läs igenom råden under "Under intervjun" på sid 35.
- Se punkterna under presskonferens. Förberedelserna är desamma.
- Låt högst fyra personer medverka på seminariet – inte fler, då blir det för rörigt. Förslag på sammansättning kan vara: socialchefen, ordföranden i nämnden och två socialarbetare som arbetar "på fältet" och kan ge verklighetsanknytningen. Välj socialarbetarna utifrån de arenor som sticker ut i årsrapporten.
- Bjud in till en intressant miljö, t.ex kommunens behandlingshem för missbrukande ungdomar eller en fritidsgård. Val av lokal är viktigt, eftersom det kan skapa här och nu-känsla och förstås ge bra bilder!

- Ett presseminarium bör inte pågå längre än en timme även om det finns exempel på betydligt längre varianter. Därefter ges det tillfälle till personliga intervjuer.

”Annars brukar journalisten vara den som styr vad vi säger. Den här gången var det vi som fick chansen att nyanserat berätta om vad vi ser och gör. Det kändes viktigt”

Socialarbetare i Göteborg efter medverkan i ett presseminarium

Webbpublicering

Har din verksamhet eller kommun en webbsida? Använd den! På de flesta finns någon form av aktuellt-funktion där man kan lägga ut sådant som kan vara av intresse för medborgaren. Göteborgs Stad har som enda kommun i landet en egen nyhetssajt *Vårt Göteborg*. Här presenteras dagligen nyheter, fakta och aktuella händelser inom stadens egna verksamheter. Det som läggs ut på *Vårt Göteborg* får ofta spridning i annan medier. Internet är en fantastisk källa till information, inte minst för att allt som läggs ut är sökbart under lång tid.

Nyhetsbrev

Ett nyhetsbrev kan vara ett bra sätt att nå ut till specifika målgrupper. Den kommunala ungdomsmottagningen kan t.ex. skicka ut nyhetsbrev som riktar sig främst till andra praktiker inom området men som även kan ha stort intresse för en reporter som bevakar ungdomsfrågor.

Fackmedier

Hur relevant är det för den breda allmänheten att få reda på en att en ny pedagogisk metodik har utvecklats för psykiskt funktionshindrade? Däremot är det av stort intresse för dem själva, deras anhöriga och de som arbetar med gruppen. Fack- och brukartidningar kan vara mycket effektiva kanaler för att sprida kunskap. Det viktigaste är inte hur många som har nåtts av en nyhet utan att den har nått rätt personer!

Nedan nämns några av de största tidningarna/tidskrifterna som bevakar socialt arbete. I slutet av boken finns adresser till dessa tidningar/tidskrifter.

Akademikern
SKTF-tidningen
Socialmedicinsk tidskrift
Social omsorg
Socialpolitik
Socionomen
Socialvetenskaplig tidskrift.

I boken *Massmedier*, Carlssons förlag, finns alla massmedier i Sverige uppräknade. Gör upp en lista på de fack- och brukartidningar som bevakar just ditt yrkesområde. Ta kontakt!

Debattartikel

Det är tyvärr sällan man ser socialarbetare använda sig av denna möjlighet. Var finns vi i debatten? Men det är inte heller helt lätt att få en debattartikel publicerad, många slåss om utrymmet i de stora tidningarna.

En debattartikel skall inte handla om något allmänt tyckande, den skall tillföra något nytt, ge debatten en push framåt eller kanske bakåt. Du skriver den därför att du är kritisk till något och vill övertyga om att dina argument och slutsatser är de rätta.

I en debattartikel väljer du själv vinkel och du har relativt stort utrymme (cirka 5000 tecken) till förfogande. Du får gärna vara vass i repliken men angrip sak och inte person. Ett litet tips är att fila på en elegant inledning och avslutning, sådana är redaktörerna ofta svaga för.



Kontakta debattredaktionen och diskutera om din idé håller för publicering. När du blir publicerad, glöm inte att bevaka vad som skrivs på debattsidan den närmast följande tiden. Det kan komma inlägg som kräver replik (svar) från din sida. Du kan också självklart replikera någon annans debattartikel. En bra debatt är både rolig att följa och ger nya infallsvinklar!

Insändare

Insändare är lättare att få publicerade än debattartiklar och de behöver inte heller hålla lika hög kvalitet. Här kan det handla om tyckande och tänkande signerad ”arg medborgare” eller ”rättslös klient”. Till skillnad från debattsidorna kan man skriva under pseudonym. Förringa inte insändarsidorna, de är en av tidningens mest lästa! Även här kan spännande debatter av mindre format florera. Om din verksamhet kritiserats bör du absolut replikera för att bemöta kritiken, ge en ursäkt eller förklaring.

Personliga kontakter

Personliga kontakter kan aldrig överskattas! Om en journalist visar sig ha goda kunskaper om socialtjänsten och ett intresse för vårt område är det en relation värd att vårda. Här finns ett ömsesidigt givande och tagande, där journalisten som hör av sig kan få intressanta tips vid varje kontakt.

Utveckla goda relationer med journalister men försök inte att bli kompis i strategiskt syfte. En journalist har sitt uppdrag och måste vara konsekvensneutral. Har vi gjort fel och misstag kan vi inte förvänta oss tystnad eller ”lojalitet” från favoritreportererna som tack för samarbetet.

Det vore förödande om socialtjänsten började syssla med strategisk mediemanipulation. Om vi rent hypotetiskt skulle bli så duktiga på att hantera journalister att våra verksamheter och metoder aldrig kritiserades eller granskades offentligt skulle vi mista en viktig utvecklingspotential. Vi får aldrig slå oss till ro, vi behöver debatt och initierade kritiska röster för att bli bättre.

8. Nyhetstips från socialtjänsten!

Vad kan ha nyhetsvärde inom socialtjänsten? Veldig mycket, inte minst på grund av att mellan tjugo och femtio procent av kommunernas budget går till dess kostnader. Om vi socialarbetare utvärderar vad vi gör, har tillförlitliga statistiksystem och dessutom ett långsiktigt samarbete med universitet och högskolor borde det finnas mycket substantiellt att berätta. Arbetar vi däremot "på känsla", "upplever" och "uppfattar" att saker har blivit bättre eller sämre tappar seriösa journalister snart intresset. De vill ha siffror, fakta och analys. Vi måste veta vad vi gör och varför vi gör det. Här följer några exempel på vad som kan vara av massmedialt intresse:

- Årsberättelsen för socialtjänsten i en kommun presenteras.
- Nya verksamheter skapas.
- Uppföljning av insatser: vad uppnådde vi efter ett/fem/tio år?
- Utvärderingar.
- Nya rapporter eller studier t.ex.: "Tio djupintervjuer med unga snattare" eller "Det tunga missbruket i Borås Stad".
- Samverkansprojekt med forskare (vad professorer säger är extra intressant).
- Om ny nationell/regional statistik presenteras kring något fenomen, t ex arbetslösheten bland invandrare, ta då tillfället i akt att berätta om hur ni arbetar med denna problematik i kommunen och vad ni lyckats uppnå.
- Nya riskgrupper har tillkommit, t.ex. "Kvinnliga heroinister ny utsatt grupp i Göteborg".
- Riskgrupper har försvunnit, t.ex. "Satsning på föräldrar fick bort skolket".

- Ett socialt problem har fått en lösning eller klart förbättrats.
- Ett socialt problem har förvärrats.
- Ny personalkategori anställs, t.ex. "Fältassistenter skall göra Kiruna tryggare".
- Ny utbildning för anställda: "Efter Bobby – socialsekreterare erbjuds vidareutbildning".
- Ny lag/bestämmelse införs – vad kommer detta innebära för våra kommuninvånare?
- Delta i den debatt som redan förs med nya infallsvinklar, utnyttja det som ligger i tiden!

9. "Dom är ju ändå inte intresserade"!

Du har nu lärt dig en del om hur och med vad du kan nå ut i massmedier. Låt oss säga att du har följt den här bokens alla råd och skickat ut ett pressmeddelande... men ingen hör av sig. Ta inte detta som en ursäkt för att aldrig mer försöka utan fundera istället lite på följande punkter:

- Hände det något dramatiskt just den här dagen som gjorde att din nyhet fick stryka på foten? Hade medierna fullt upp med att jubla över att Sverige tagit guld i fotbolls-VM eller utspelades ett dramatiskt gisslandrama i kommunen?
- Ha tålamod. Ibland kan det ta veckor från det att en redaktion har fått ett pressmeddelande eller tips till att man kontaktar dig.
- Är ämnet uttjat? Liknande nyheter har kanske publicerats nyligen utan att du uppmärksammat det.
- Handen på hjärtat...Var pressmeddelandet tillräckligt intressant och bra skrivet?
- Pressmeddelanden är lågprioriterade på många redaktioner. En stor tidning som Göteborgs-Posten kan få 200 per dygn. Att du skickat ett pressmeddelande utesluter inte att du parallellt kontaktar journalister du har förtroende för och "puffar" för nyheten.
- Ring och fråga någon redaktion varför din nyhet inte var intressant. Du kan få en förklaring och lära dig något!
- GE INTE UPP – försök igen, och igen.

10. Om det hettar till

”Socialarbetarens roll har alltid varit att vara klämd från två håll - att stå på de svagas sida eller att upprätthålla samhällets regelsystem. I rollen ligger naturligtvis att få kritik - antingen uppifrån eller nedifrån”.

Socialarbetare i boken Omvårdnad och omsorg i massmedier²⁹

Journalister och fotografer överallt, du och dina kollegor är oförmögna att svara ordentligt på en enda fråga, och på löpsedlarna : ”Socialens slarv orsakade 3-årigs död” Kan du tänka dig en mer mardrömslik situation?

Sedan 1980-talet känner vi endast till fyra riktigt kontroversiella barnavårdsärenden där socialtjänsten kritiserats i nationell massmedier. Fyra stycken, det är inte så många under 25 års tid. I dessa fyra fall har socialtjänsten anklagats för att antingen göra för mycket (syskonen Frank i Lerum och Oskarshamn-fallet)³⁰ eller för lite (fallen Ida och Michael)³¹. Det är naturligtvis en mycket svår och skuldladdad situation att kritiseras för att ha medverkat till ett barns undergång. Det är ju de små och värnlösa vi skall skydda.

Utan att ta ställning till de enskilda fallen kan man konstatera att barnavårdsärenden rymmer känslor och dramatik som lämnar få oberörda. Just därför ligger de i linje med massmediers dramaturgi: den stora myndigheten och det maktlösa lilla barnet. Det är starkt.

Socialtjänsten har naturligtvis under årens lopp fått kritik i många andra sammanhang men det är några få fall som till stor del verkar ha präglat kårens rädsla för massmedier.

Sedan 90-talet har även det privata entreprenörskapet inom socialt arbete expanderat och blivit föremål för granskning. Ett exempel på detta är reportagen om HVB-hemmet Ekbacken i SVT:s Uppdrag Granskning³². I reportagen framträder personer som vittnar om hur de som barn och unga utsattes för kränkande behandling och vanvård på Ekbacken.

Vi har påpekat det förut. Den här boken syftar inte till att socialarbetare skall bli bättre på att ”mörka” misstag och manipulera massmedier. Har vi gjort oss skyldiga till något skall vi ta ansvar för det. Då finns en enkel manual att följa:

1. Erkänn.
2. Be om ursäkt.
3. Se över organisationen så att det inte händer igen.

Men också massmediers representanter kan göra sig skyldiga till misstag och övertramp. Ibland visar journalister brist på både omdöme och intelligens. Reportern kan t.ex. med en extrem vinkling dölja viktiga fakta och en ung ”hungrig” vikarie kan sätta den egna karriären först och etiken sist. Ofta är det så att verkligheten kan tolkas utifrån olika perspektiv och det är svårt att avgöra vad som är rätt eller fel.

Råd ur ett verksamhetsperspektiv

Ibland kan det vara bra att skicka ut ett pressmeddelande med information om att ett misstag har begåtts innan massmedier har hunnit upptäcka det. Då har vi möjlighet att själva kommentera istället för att hamna i en defensiv försvarsposition efter att någon ”slagit larm”.

I ett läge där det är uppenbart att massmedier kommer att vinkla på er skuld eller inkompetens blir hela verksamheten involverad. Använd er av professionell kompetens som förvaltningens informatör eller mediekonsult.

Här följer ett antal råd att beakta:

- Gör en kommunikationsplan som svarar på frågorna: Vilka grupper behöver informeras om vad, när behöver de ha informationen och på vilket sätt? Målgrupperna kan vara klienter, personal, politiker, medier m fl. Ni kan behöva sammankalla till möten, lägga ut information på er webbplats, skriva debattartiklar, ordna presskonferens eller gå ut med pressmeddelande där ni kontrar med era bilder.
- Informera anställda före massmedier om vad som händer! Skicka t.ex. ut ett mejl enligt följande: ”Vi har blivit kontaktade av två journalister från SVT angående fallet X där vår handläggning fått allvarlig kritik. I programmet Y onsdag kommer ärendet att tas upp. Med anledning av detta kallar vi till ett extrainsatt möte idag kl 16:00 i caféet då ni får mer information.” På mötet klargörs vilket förhållningssätt som gäller, hur anställda skall göra om de blir kontaktade av en journalist, vilka budskap ni i huvudsak kommer att framföra, vem personalen kan ringa vid oklarheter mm. Berätta också att ni kontinuerligt kommer hålla personalen informerad om vad som händer. De skall inte behöva få reda på det via massmedier först!
- Var beredd på att hela verksamheten kan drabbas av uppmärksamheten, framför allt om reportrar ringer och besöker er stup i kvarten. Lägg om möjligt annat åt sidan.
- Välj ut en eller högst två personer som är insatta i frågan (gärna medievana) som får representera verksamheten gentemot massmedier. Dessa personer skall vara tillgängliga för medier så länge frågan är aktuell.

- Ge representanterna allt stöd och uppbackning: avlasta dem andra arbetsuppgifter, serva med information, kalla vid behov in medieexperter som kan agera ”djävulens advokater”, se till att personerna blir uppdaterade kring vilka publiceringar som skett.
- För dagbok över vad som händer: Vilka journalister som kontaktat er, när de hört av sig (klockslag), eventuella överenskommelser, vad som sagts osv.
- Spara alla inslag och artiklar.
- Ett socialkontor eller ett behandlingshem är ingen allmän plats. Om reportrar och fotografer kommer oinbjudna kan den som är chef för verksamheten köra ut dem.
- Överväg eventuella rättelser, genmälen eller anmälningar till PO eller Granskningsnämnden för radio och TV (se kap. 12).

Råd till dig som skall möta massmedier

Du är förmodligen chef för verksamheten eller åtminstone väl insatt i den och förhoppningsvis medievan. Utgå från att du kommer att ha en tuff tid framför dig så ta emot allt stöd du kan få.

- Se råden ”Under intervjun” på sid. 35.
- Var beredd på att vara helt tillgänglig för medier under en period. Allt annat får läggas åt sidan.
- Förbered dig så noga som möjligt i mån av tid. Lusläs alla handlingar, rådgör med experter som jurister, socialkonsulenter m fl. Var påläst!
- Ställ krav på det stöd du anser dig behöva, t.ex. medieträning, vikarie mm.

- Ställ krav på miljö, tid och plats när reportrar vill ha intervjuer. Det finns socialchefer som endast ställer upp i direktsändning om de saknar förtroende för journalisten. De har då kontroll över vad de själva säger och riskerar inte att bli klippta på ett oönskat sätt.
- Tänk på att det ytterst är medborgaren du talar till – inte en ”påträngande” journalist. Var alltid vänlig och pedagogisk i det du säger.
- Svara inte på detaljfrågor. Svarar du fel på ett enda ställe, vilket är troligt, kommer du snart att framstå som icke trovärdig. Säg istället ”Jag kan inte gå in på detaljer för där kan minnet svika, men helhetsbilden är jag klar över”.
- Om du inte kan svara, be att få återkomma senare: ”Allmänheten är betjänt av så korrekt information som möjligt, så här måste jag be att få återkomma.”
- Om ärendet skall avgöras i domstol eller av annan myndighet diskutera inte skuld utan hänvisa till detta framtida beslut. Säg istället att ”Just nu fokuserar vi på att hantera situationen här och nu så bra som möjligt”.
- Upprepa dina svar lugnt om du märker att journalisten försöker vinkla frågan på olika sätt för att få dig att avslöja något nytt (vilket kan vara just det svar som sedan sänds).
- Om journalisten är oförskämd säg: ”Jag tänker inte svara på den sortens frågor och jag tror inte att medborgarna uppskattar dom heller”.
- Om det är en journalist du inte har förtroende för, säg det. ”Jag har inte förtroende för dig och vill därför inte tala med dig”. Du behöver faktiskt inte ställa upp.
- Du kan själv spela in intervjun med hjälp av bandspelare. Berätta för journalisten att du gör det för att du i efterhand vill vara säker på vad du har sagt.

- Om uppmärksamheten rör ett enskilt ärende och samtycke finns men du ändå väljer att inte uttala dig, hänvisa inte till sekretess utan säg att det är ”omsorgen om en familj/person som gör att du inte vill uttala dig”.
- Undvik fraser som ”inga kommentarer”, man associerar till korrupta politiker och kriminalitet.

Det absolut mest troliga är att du aldrig kommer att få uppleva att en flock journalister jagar dig eller dina kollegor. Ett mediedrev är en mycket obehaglig upplevelse för dem som drabbas. God granskande journalistik är dock något som gynnar oss alla i längden. Tyvärr är det så att redaktionerna idag sällan har råd att satsa på granskande journalistik.

Lite småskandaler uppstår dock på de flesta arbetsplatser och de kan bli både obehagliga och medialt intressanta. Åtminstone om man inte har en transparent organisation där man vågar prata om sådan som inte fungerar. Återkommande kritiska diskussioner om den egna verksamheten är en förutsättning för utveckling och förebygger negativ publicitet.

Visst kan journalisters pennor vara vassa men låt inte ett fåtal uppmärksammade ärenden där socialtjänsten fått kritik prägla din syn på massmedier. Det finns massor att vinna på ökad öppenhet!



11. Offentlighet och sekretess

”En grävares grundinställning bör vara att alla handlingar på myndigheter är offentliga. Med den inställningen har du större förutsättningar att komma över uppgifter i handlingar som förmodligen borde beläggas med sekretess. Ty okunskapen är stor bland tjänstemän inte bara om handlingarnas offentlighet utan även om motsatsen.”

Från Uppdrag Granskings webbplats på www.svt.se

Offentlighet

Offentlighetsprincipen är ett av fundamenten i den svenska demokratin och syftar till att vi medborgare skall ha insyn i den offentligt finansierade verksamheten d.v.s. kommuner, landsting och stat. Vad händer egentligen i maktens korridorer?

Som journalist eller nyfiken medborgare skall du i princip ha fri tillgång de handlingar som finns hos myndigheterna. Varje begränsning av rätten att ta del av **allmänna handlingar** skall anges i lag.

Allmän handling

En handling som förvaras hos myndighet kan vara allmän på två sätt: om den har kommit in till myndigheten eller om den är upprättad. Att en handling är upprättad innebär att den antingen har skickats iväg (expedierats) eller slutbehandlats hos myndigheten. För det senare krävs inte speciella beslut utan att myndigheten har lagt sista handen vid ärendet.

Även om grundregeln är att allmänna handlingar skall vara

offentliga finns det undantag. En allmän handling kan vara hemlig såvida det finns stöd i lag, t ex sekretesslagen³³. Att en handling är allmän behöver alltså inte betyda att den är offentlig.

Yttrandefrihet

I regeringsformen (2kap 1§) står att ”*Varje medborgare är gentemot det allmänna tillförsäkrad 1. yttrandefrihet: frihet att i tal, skrift eller bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor.*”

Också vi som arbetar inom socialtjänsten har yttrandefrihet (begränsad av sekretess). Det är dock upp till den som är ansvarig för verksamheten att besluta om personalen får uttala sig i massmedier på arbetstid eftersom en chef leder och fördelar arbetet. Däremot kan inte en chef hindra oss från att prata med en journalist om vårt arbete efter arbetstid.

Socialchefen eller annan överordnad kan inte heller bestämma att journalister måste vända sig enbart till henne/honom och att anställda inte får uttala sig i massmedier.

En mediepolicy för arbetsplatsen som tydliggör vad som gäller i kontakterna med massmedier skapar trygghet i organisationen (se kap 13).

Meddelarfrihet och meddelarskydd

Meddelarfriheten gör det möjligt att meddela uppgifter till massmedier för offentliggörande. Även om det annars skulle vara straffbart att lämna ut uppgifterna kan uppgiftslämnaren inte straffas för detta. Genom att meddelarfriheten utnyttjas ökar möjligheten för att missförhållanden i samhället blir offentligt belysta och diskuterade. Det är en rättighet vi har, ingen skyldighet.

Anställda inom socialtjänsten omfattas i princip inte av meddelarfriheten när det avser information om klienter. Lämnar vi ut sekretessbelagda uppgifter om enskild gör vi oss skyldiga till sekretessbrott enligt Brottsbalkens 20 kap 3 §. Själva sociale-

kreteressen omfattas alltså inte av meddelarfriheten, men en socialsekreterare skulle t.ex. kunna tipsa massmedier om att avdelningen har slösaktiga rutiner eller liknande.

Den som använder sig av sin meddelarfrihet har källskydd (meddelarskydd). Det innebär att varken chefen eller någon annan får efterforska eller röja vem som lämnat uppgifterna. Meddelarfriheten och meddelarskyddet är en garant för demokratin. Pågår oegentligheter inom en förvaltning bör detta komma till folkets kännedom utan att den som tipsat medier skall utsättas för represalier.

Sekretess

Det här med sekretess skapar nervositet bland socialarbetare vilket inte är så konstigt eftersom det är rätt klurigt. Vi önskar att vi här kunde presentera en enkel manual för hur du skall agera, men tyvärr. Prövningar måste ske i det individuella fallet. Huvudregeln är dock att sekretess gäller inom socialtjänsten för uppgift om enskilda personliga förhållanden. Vi får varken berätta eller lämna ut handlingar om våra klienter i de delar som omfattas av sekretess. Som alltid finns det dock undantag. Sekretessen gäller inte beslut om omhändertagande eller vård utan samtycke eller beslut om slutna ungdomsvård.

Som vi tidigare nämnt vill journalister gärna personifiera en nyhet. *"Jag ringer från kanal N och söker en GHB-missbrukare som kan tänka sig att ställa upp i TV. Skulle du kunna hjälpa mig med det?"* I en sådan situation är vårt råd att hänvisa journalisten till klientorganisationer.

En socialtjänsteman kan oftast inte lämna någon uppgift om en klient såvida denne inte medgivit detta. Enligt 7 kap. 4 § sekretesslagen gäller sekretess inom socialtjänsten för uppgift om enskilda personliga förhållanden, om det inte står klart att uppgiften kan röjas utan att den enskilde eller någon honom närstå-

ende lider men (skaderekvisit)³⁴. Med men åsyftas i första hand olika typer av integritetskränkningar, t.ex. att någon utsätts för andras missaktning om hennes personliga förhållanden blir kända. Vid bedömning av sekretessfrågan skall man enligt lagmotiven utgå från den berörda personens egen upplevelse³⁵. Det som upplevs som men för en person behöver alltså inte vara det för en annan. Som närstående räknas äkta make, sambo samt nära släktingar.

Även privata företag som arbetar med social verksamhet, där känsliga uppgifter förekommer som inte får röjas, har sekretess.

När akten begärs ut

Eftersom handlingar skall lämnas ut utan dröjsmål bör annat arbete vid sådan begäran läggas åt sidan. Akten måste gås igenom och rensas från eventuella uppgifter som omfattas av sekretess mot den som vill få ut akten.

De uppgifter i en akt som skall rensas bort bör täckas över med papper (eller ta en kopia och måla med tippex), kopiera sedan och lämna ut kopian. På detta sätt omöjliggörs att uppgifterna kan "skrapas fram". Spara alltid en kopia av det material som har lämnats ut i akten. Den kan behövas för framtiden vid diskussioner om vilka uppgifter som lämnats ut.

Vid samtycke

Om klienten givit sitt samtycke (kräv skriftligt samtycke) till att en journalist får ta del av sekretessbelagda uppgifter har vi möjlighet att kommentera det enskilda ärendet - eller att avstå. Samtycket måste för en eventuell intervju omfatta att handläggaren får kommentera ärendet och dra egna slutsatser.

En del erfarna handläggare menar att vi inte skall säga nej till ett möte med journalisten men att vi själva bör diktera villkoren för intervjun³⁶. Uppmana journalisten att först läsa igenom hela handlingen och sedan ta med sig klienten för ett gemensamt möte där situationen diskuteras.

Det är inte ovanligt att journalisten efter genomläsning och diskussion gör bedömningen att det inte är lämpligt att exponera klienten i massmedier.

I Uppdrag gransknings reportage "För dum för att vara förälder" (sändt 2002-12-11 i SVT) kritiserades socialtjänsten i Oskarshamn för omhändertagandet av ett barn. Politiker och personal var eniga om att inte diskutera den enskilda familjen trots samtycke från föräldrarna. Man gjorde bedömningen att människor skall kunna känna sig trygga i att det de säger till socialtjänsten inte förs vidare. Trots massiv kritik ångrar man inte detta ställningstagande³⁷.

Det är svårt att ge några enkla råd om huruvida du som socialtjänsteman skall uttala dig i det enskilda fallet eller inte. Fundera lite på följande frågor innan du bestämmer dig: Har du förtroende för journalisten? Vilka kan konsekvenserna bli för klienten? Vad kan din medverkan medföra?

Klienten vill naturligtvis att "hennes" bild skall bli den rådande i massmedier, annars hade hon inte kontaktat journalisten. Men om andra bilder kommer fram som inte klienten räknat med? Och om barn är inblandade – vilka effekter kan uppmärksamheten få för dem?

Det här är alltså svåra bedömningar. Sitt inte ensam på din kammare och fundera utan ta hjälp av chefen, kollegor, nämndsekreterare, kommunjurist, socialkonsulent och informatör.

Det är bra att vi har respekt för sekretesslagstiftningen eftersom det handlar om människors integritet - i ett längre perspektiv än morgondagens tidningsupplaga.

Men fastna nu inte i att det ibland kan vara krångligt med bedömningar kring sekretess. Du kan säga oerhört mycket om ditt arbete och vad ni uppnår utan att kommentera det enskilda ärendet. Vi hoppas att du har noterat att just det är en av den här bokens huvudpoänger!

12. Om massmedier behandlat dig orättvist

Vad kan du göra om du eller din verksamhet framställs på ett oseriöst sätt i massmedier och detta beror på rena felaktigheter eller missförstånd från journalistens sida?

Börja med att läsa Spelreglerna för press, radio och TV på sid XX i den här boken. Vilka regler har journalisten brutit mot? Samla argument och gör det så snabbt som möjligt. Det finns tidsfrister för hur man kan klaga på medier.

Vad vill du? Nöjer du dig med att meddela journalisten att misstag har begåtts (ibland kanske du gör bedömningen att saken inte bör uppmärksammas ytterligare)? Anser du att journalisten bör skriva en artikel/göra ett inslag där bilden kan korrigeras? Vill du ha in en rättelse eller ett genmäle (replik)?

Ring upp journalisten så snart som möjligt och berätta lugnt och sakligt hur publiceringen kan göra eller redan har gjort skada. Syftet med detta samtal är att få igenom dina önskemål, men också att markera vad gränsen går så att inte liknande misstag skall upprepas på redaktionen. Vill journalisten inte tillmötesgå dina krav tar du kontakt med ansvarig utgivare. Det är här makten ligger. Var vänlig och korrekt. De flesta blir fientligt inställda vid kritik och möts man dessutom av någon som råskaller är kanske inte första impulsen att vara tillmötesgående. Ditt samtal kommer att leda till en diskussion på redaktionen.

Om du inte heller får gehör för dina krav hos den ansvarige utgivaren kan du vända dig till Allmänhetens Pressombudsman (PO). Handlar det om ett inslag i radio eller TV är det Gransk-

ningsnämnden för Radio och TV som gäller. Om du vill anmäla den enskilde journalisten kan du kontakta Svenska journalistförbundets pressetiska nämnd.

Nedan finner du aktörerna dit du kan vända dig när du är missnöjd i din kontakt med massmedier.

Allmänhetens Pressombudsman – Pressens Opinionsnämnd

Den som känner sig personligen kränkt eller på annat sätt orättvist behandlad i en tidningspublicering kan vända sig till Allmänhetens Pressombudsman (PO). Denne kan försöka bidra till en rättelse eller ett genmäle.

I åtskilliga fall görs en utredning som kan leda till att PO överlämnar anmälan till Pressens Opinionsnämnd (PON) med förslag till klander. Om tidningen klandras av PON är den skyldig att publicera klandret. Om PO avskriver ett ärende kan anmälaren själv överklaga beslutet till PON.

Även publiceringar på Internet kan anmälas, om det företag som ger ut nättidningen är medlem av Tidningsutgivarna eller Sveriges Tidskrifter.

Om en tidning klandras för att ha överträtt de pressetiska reglerna, dvs brutit mot god publicistisk sed, skall den publicera klandret. Läs mer på webben:

(texten ovan är hämtad från www.po.se)

Granskningsnämnden för radio och TV

Granskningsnämnden är en statlig myndighet som efterhandsgranskar innehållet i radio- och TV-program. Granskningen görs efter anmälningar från tittare och lyssnare eller på nämndens eget initiativ.

Granskningsnämndens huvudsakliga uppdrag är att övervaka att svenska radio- och TV-sändningar följer bestämmelserna i radio- och TV-lagen och programföretagens sändningstillstånd. Detta sker genom att nämnden i efterhand granskar radio- och TV-program. Granskningen utgår oftast från anmälningar. I

vissa fall tar nämnden initiativ till granskning av enstaka program eller längre sändningar. Nämnden granskar inte text-TV.

Läs mer på webben:

(texten ovan är hämtad från www.grn.se)

Svenska Journalistförbundets yrkesetiska nämnd

Hit kan man anmäla enskilda journalister som man anser har brutit mot god yrkesetik (se Spelreglerna för press, radio och TV sid xx i den här boken). På Journalistförbundets hemsida får du en detaljerad beskrivning av när och hur du anmäler och vad konsekvenserna kan bli för den enskilde journalisten. Läs mer på webben:

(www.sjf.se (gå in under pressetik))

13. Ni behöver en mediepolicy!

För att kontakterna med massmedier skall fungera långsiktigt måste de byggas in i rutinerna på din arbetsplats. Ni behöver en mediepolicy – en levande sådan – inte ett dokument som fungerar som utfyllnad i chefens pärm. En mediepolicy brukar ofta ingå som en del i en större informations/kommunikationspolicy. Det behöver inte röra sig om ett flersidigt dokument men ju mer konkret policyn är desto lättare blir det att undvika missförstånd. Några exempel på punkter som kan ingå i en mediepolicy:

- Relationen till massmedier skall bygga på öppenhet, tillgänglighet och ansvar.
- Alla anställda har rätt att fritt uttala sig i medierna på arbetstid, men ingen måste uttala sig mot sin egen vilja.
- Alla anställda har rätt att själva ta kontakt med medierna.
- Informera alltid medarbetarna före massmedier.
- Alla beslut skall ha en kommunikationsaspekt där massmedier innefattas.
- Anställda skall en gång per år erbjudas en utbildning i mediekommunikation.
- Infekterade ärenden och situationer skall identifieras på ett tidigt plan. Vi är självkritiska och öppna och förebygger därmed negativ press.
- Medial uppmärksamhet skall kontinuerligt diskuteras i lämpligt beslutsforum.
- Förvaltningschefen ansvaadfadrar för en handlingsplan när det gäller medier.

14. Och så behöver ni en medieutbildning!

”Hela dagen sammantaget har förändrat min syn på mediabevakningen inom socialtjänstområdet. Känner mindre olust för att konfronteras”

”Vi behöver träna oss både i tankesätt och bemötande. Det är oerhört viktigt att vi är med och definierar bilden av oss själva i massmedier”

”Utbildningen vidgade mina vyer och jag blev sugen på att bli mer aktiv. Empowerment”

Citat från utvärdering av en medieutbildning för socialarbetare i Göteborg år 2005

Socialarbetare behöver utbildning i mediekommunikation med viss regelbundenhet beroende på vilka arbetsuppgifter man har. Utbildningen bör innehålla de moment just er verksamhet har behov av. Här kommer några förslag på inslag:

Film med efterföljande diskussion

Som du kanske har märkt medföljer en DVD-skiva den här boken. På skivan finns en kortfilm (7 min) *Människa, myndighet, media* som handlar om bilden av socialtjänsten i massmedier. Filmen är gjord av socialarbetare i stadsdelen Centrum i Göteborg. Här diskuterar bl.a. en socialsekreterare och journalisten Janne Josefsson mötet mellan de båda professionerna.

Vi har skrivit några diskussionsfrågor till filmen som är tänkta att användas just i utbildnings-sammanhang. Frågorna finns i slutet av boken.

Varför skall vi bry oss om massmedier?

I första kapitlet i denna bok finns argument för en sådan föreläsning. Personalen måste förstå varför man skall lägga energi på ytterligare en uppgift.

Massmediers uppdrag och logik

Bjud in en journalist eller medieforskare som kan berätta hur massmedier fungerar (se kap 3).

Diskussion med journalist som bevakar sociala frågor

Bjud in en journalist som på ett intresseväckande sätt kan berätta hur hon bevakar sociala frågor och upplever socialarbetare. Det här inslaget brukar leda till roliga diskussioner och kan bidra till att rädslan för journalister minskar: "Hon var ju jättevrig och hade gärna fått intervju mig!"

Vad får vi säga? – om offentlighet och sekretess

En pedagogisk stadsjurist, socialkonsulent eller nämndsekreterare kan ta det här blocket. Det viktiga är att det blir så konkret och tydligt som möjligt.

Förvaltningens mediepolicy – förhållningssätt och rutiner

Passa på att förankra mediepolicy! Diskutera igenom punkterna och exemplifiera utifrån den mediala uppmärksamhet ni eventuellt erhållit tidigare.

Några förslag på praktiska övningar

Övningar brukar vara ett uppskattat inslag. De kan bestå av intervjuer med mikrofon och videokamera om resurser finns. Lämpligt är att ett par journalister eller informatörer leder övningarna så att de blir så realitetsanpassade som möjligt. Finns det en journalistutbildning i närheten kan ni kanske sam-

arbeta? Journaliststudenterna tränar intervjuteknik på er och lär sig samtidigt om socialt arbete och ni får erfarenhet av att bli intervjuade i studio, med mikrofon osv.

Ett annat förslag på en övning är att låta socialarbetarna klura på vad som skulle kunna ha nyhetsvärde på just deras arbetsplats.

Man kan också hitta på ett "case" som skulle kunna vara hämtat från verkligheten där socialarbetaren får tänka sig in i rollen som både sig själv men också som journalist. Att byta perspektiv kan ge nya insikter!

Eller varför inte träna på att skriva en debattartikel, insändare eller ett pressmeddelande?

En utbildningsdag i mediekommunikation brukar uppskattas av personalen. Massmedier påverkar och berör oss alla och kunskaperna behövs.

Vem vet, ditt första telefonsamtal på jobbet i morgon kanske är från en TV-reporter?

15. Några avslutande ord...

I den här boken har vi försökt övertyga dig som är socialarbetare att massmedier är en möjlighet. Förhoppningsvis har du fått med dig råd och verktyg som du kan ha nytta av i din kontakt med journalister.

Det kanske viktigaste rådet är dock: Beröm varandra! När någon av kollegorna är med i tidningen, skicka åtminstone ett uppmuntrande mejl. Tycker du att intervjun inte blev så lysande, beröm personen för att den hade mod att ställa upp.

Endast med stöd från varandra kan vi känna oss tryggare att delta i det offentliga samtalet. För klienterna, kårens och demokratins skull.

Lycka till!

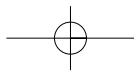
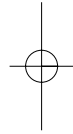
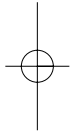
Fotnoter

- 1 Ziehe, Thomas, Kulturanalyser. Ungdom, utbildning, modernitet, 1989.
- 2 Hadenius, Stig, Weibull Lennart Massmedier, 2005.
- 3 Ibid, 2005.
- 4 Sveriges kommuner och landsting, www.skl.se
- 5 Socialstyrelsen, statistik socialtjänsten, www.socialstyrelsen.se
- 6 Hvitfeldt, Håkan Medierna i samhället i går idag imorgon 1996.
- 7 Stiftelsen Allmänna Barnhuset, Att möta media, 2003.
- 8 Klein, Ulf, Nilsson, Ernst Om pressen kommer 1997.
- 9 SCB, På tal om kvinnor och män. Lathund om jämställdhet 2004.
- 10 Hvitfeldt, Håkan Medierna i samhället i går idag imorgon 1996.
- 11 Carlsson, Ulla Våld och pornografi i medierna 2005.
- 12 Carlsson, Ulla Våld och pornografi i medierna 2005, sid 31.
- 13 [www.livet.se/ord/källa/Oscar Wilde](http://www.livet.se/ord/källa/Oscar_Wilde).
- 14 Hadenius, Stig, Weibull Lennart Massmedier, 2005.
- 15 Andersson, Gunvor (2004) "Pressens bild av barns missgärningar" i: Blomberg, Kroll, Lundström och Swärd. Sociala problem och socialpolitik i massmedier, sid 49.
- 16 McCombs, Maxwell. (2006). Makten över dagordningen: om medierna, politiken och opinionsbildningen. Stockholm: SNS förlag. Petersson, Olof, Carlberg, Ingrid. (1990). Makten över tanken: En bok om det svenska massmediersamhället. Stockholm: Carlssons. Åman, Johannes. (2006). Vart tar makten vägen när alla följer medielogiken? Dagens Nyheter den 10 maj 2006.
- 17 Andersson, Gunvor (2004) "Pressens bild av barns missgärningar" i: Blomberg, Kroll, Lundström och Swärd. Sociala problem och socialpolitik i massmedier, sid 26.
- 18 s.37 i Fogelberg, Karin. (2004). Reportrar på plats. Studier om krigsjournalistik 1960-2001. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Doktorsavhandling.
- 19 Andersson, Gunvor, Lundström, Tommy. (2002). Barns och ungas utsatthet i pressen. Socionomen nr 8, del 2, s.21-32.

- Andersson, Gunvor. (2003). Utsatta barn och social barnvård i pressen. Paper i Att möta media : Allmänna Barnhusets konferens 29 september-1 oktober 2003.
- Andersson, Gunvor, Lundström, Tommy. (2004). Socialarbetare om massmedier. Nordisk Socialt Arbeid 2004:24(1):2-18.
- 20 Blomberg Helena, Sociala problem och socialpolitik i massmedier, 2004 sid 239.
- 21 Om fokusgruppmetoden, läs mer på s.7 i Andersson, Gunvor, Lundström, Tommy. (2004). Socialarbetare om massmedier. Nordisk Socialt Arbeid 2004:24(1):2-18.
- 22 Ulla-Carin Moberg föreläser varje termin på Institutionen för socialt arbete vid Göteborgs universitet och diskuterar medier med studenterna.
- 23 Lundälv, Jörgen Omvårdnad och omsorg i massmedier 2004 s 95.
- 24 Stiftelsen Allmänna Barnhuset Att möta media 2003, sid 11.
- 25 Andréasson, Peter Möte med massmedier 2003.
- 26 Arden, Paul (2003) It's not how good you are, it's how good you want to be.
- 27 Hadenius, Stig, Weibull, Lennart Massmedier, 2005.
- 28 Nationalencyklopedin, (1989) Höganäs: Bra Böcker.
- 29 Lundälv, Jörgen Omvårdnad och omsorg i massmedier, 2004, sid 96.
- 30 SVT Striptease 1997-02-19 samt Uppdrag Granskning 2002-12-11.
- 31 Lundström, Tommy (2004) "Mellan vardag och dramatik. Pressens bevakning av socialt arbete med utsatta barn och unga" i: Blomberg, Kroll, Lundström och Swärd. Sociala problem och socialpolitik i massmedier, sid 241 ff.
- 32 SVT Uppdrag Granskning, www.svt.se
- 33 Clevesköld, Lars Thunved, Anders Sekretess – handbok för socialtjänsten 2004.
- 34 Clevesköld, Lars Thunved, Anders Sekretess – handbok för socialtjänsten 2004.
- 35 Bohlin, Alf Offentlighetsprincipen 2001.
- 36 Stiftelsen Allmänna Barnhuset Att möta media 2003 sid. 42.
- 37 Stiftelsen Allmänna Barnhuset Att möta media 2003 sid. 22

DEL III:

ANNAT MATNYTTIGT



Kort om kommunikation

Vi som arbetar med socialt arbete brukar vara väldigt duktiga på att kommunicera människa till människa, men mindre vana när det gäller strukturell kommunikation.

Det finns en hel del litteratur som tar upp hur man kan kommunicera både internt och externt i en organisation, så vi skall inte fördjupa oss i ämnet här. Men vi vill ta upp några punkter som kan tyckas självklara, men som kan vara nog så svåra att hantera i praktiken.

När du behöver sprida ett budskap krävs alltid planering och struktur. Genom de vägledande frågorna nedan kan du utforma en kommunikationsplan.

1. Vilka budskap vill du kommunicera? (t.ex. Ny missbruksmottagning för kvinnor öppnar)
2. Vilka skall du kommunicera till? (missbrukade kvinnor i kommunen, socialkontor, socialchefsgrupp, politiker, länsstyrelse, missbrukssjukvård, frivilliga organisationer, massmedier)
3. När skall du kommunicera till ovanstående grupper? (behöver inte vara alla samtidigt)
4. Hur skall du nå ovanstående grupper - kanaler? (möten, annonsering, mejl, hemsida, pressmeddelande, bjuda in till seminarier osv)
5. Vad hoppas du uppnå för effekt med kommunikationen?
6. Utvärdering och analys – hur lyckades du? Kommer kvinnorna? Känner alla till att missbruksmottagningen finns?

Spelregler för press, radio och TV

(Publiceringsregler och yrkesregler hämtade från Journalistförbundets hemsida www.sjf.se. Där hittar du även reglerna för textreklam som vi valt att inte publicera här).

Det råder tryckfrihet och yttrandefrihet i Sverige. Det är lag på att vi skall ha tryckfrihet och yttrandefrihet i Sverige, ja t o m grundlag. Det betyder att t ex tidningar och etermedier har stor frihet att framföra vilka åsikter de vill och att trycka och sända de nyheter de anser intressanta. Men den friheten är inte obegränsad. Här kan du läsa om det väsentligaste i de regler som gäller för massmedierna och särskilt om vilka rättigheter den enskilde har.

Publiceringsregler

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling.
2. Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Löpsedel, rubrik och ingress skall ha täckning i texten.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte utnyttjas på ett missvisande sätt. Var generös med bemötanden.

5. Felaktig sakuppgift skall rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående skall, om det är befoget, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle skall i lämplig form publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.

6. Publicera utan dröjsmål Pressens Opinionsnämnds klandrande uttalanden i fall som rör den egna tidningen.

Respektera den personliga integriteten

7. Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.

8. Iakttäta stor försiktighet vid publicering av självmord och självmordsförsök särskilt av hänsyn till anhöriga och vad ovan sagts om privatlivets helgd.

9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.

10. Framhäv inte berörda personers ras, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.

12. Bildmontage, retuschering på elektronisk väg eller bildtext får ej utformas så att det vilseleder eller lurar läsaren. Ange alltid i direkt anslutning till bilden om den är förändrad genom montage eller retusch. Detta gäller även vid arkivering. Hör båda sidor.

13. Sträva efter att ge personer, som kritiseras i faktaredovisande material tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parter ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.

14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.

16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.

17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

Yrkesregler

En stark journalistisk integritet är avgörande för trovärdigheten. Den som granskar samhället måste också själv kunna tåla att bli granskad.

Att journalisten visar hänsyn i arbetet på fältet är viktigt för allmänhetens förtroende. Tilltron till medierna och dess medarbetare bygger på att yrkesreglerna följs.

Journalistens integritet

1. Ta inte i tjänsten emot journalistiska uppdrag av personer utanför den redaktionella ledningen.

2. Acceptera inte uppdrag, inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån - och ingå inte avtal eller andra förbindelser - som kan misstänkliggöra Din ställning som fri och självständig journalist.
3. Ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att hindra eller inskränka berättigad publicitet.
4. Använd inte ställningen som journalist, eller presskortet, till att utöva påtryckning för egen eller andras vinning eller till att skaffa privata förmåner.
5. Utnyttja inte för egen eller andras vinning opublicerade nyheter beträffande ekonomiska förhållanden eller åtgärder hos stat, kommuner, organisationer, företag eller enskilda.
6. Beakta journalistavtalets bestämmelse om att medarbetare inte får åläggas att skriva mot sin övertygelse eller utföra förödmande uppdrag.

Anskaffning av material

7. Mötesgå rimliga önskemål från intervjuade personer om att i förväg få veta hur och var deras uttalanden återges.
8. Visa särskild hänsyn mot ovana intervjuobjekt. Uppläs den intervjuade om huruvida samtalet är avsett för publicering eller enbart för information.
9. Förfälska inte intervjuer eller bilder.
10. Visa hänsyn vid fotograferingsuppdrag samt vid anskaffning av bilder, särskilt i samband med olyckor och brott.
11. Beakta upphovsrätten vad avser text och bild och ljud.
12. Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter.

Bra telefonnummer och adresser

Nedan anges adresser, telefonnummer och webbadresser (när sådana finns) till viktiga organisationer för socialarbetare. Här hittar du även uppgifter till tidningar och tidskrifter inom socialt arbete.

Akademikerförbundet SSR, Box 12800, 112 96 Stockholm.
Telefon: 08-617 44 00. Webb: <http://akademssr.se>

Akademikern. Redaktionen, Mariedalsvägen 4, Box 12800, 112 96 Stockholm. Telefon: 08-617 44 00. Telefax: 08-617 44 45.
E-post: akademikern@akademssr.se
Webb: <http://akademssr.se>

Forum för Frivilligt Socialt Arbete, Hantverkargatan 3F, 112 21 Stockholm. Telefon: 08-651 07 21. Telefax: 08-652 51 14.
Webb: <http://www.socialforum.se/se/Startsida/>

SKTF-tidningen. Redaktionen, Kungsgatan 28 A, Box 7825, 103 97 Stockholm. Telefon: 08-789 63 00.
Telefax: 08-789 64 79. E-post: skftfidningen@sktf.se
Webb: <http://www.skftfidningen.nu/>

Sociala Nätet. Din väg till nyheter, debatt och kunskap på Internet. Rättar Vigs Väg 109, 162 72 Vällingby.
Telefon: 0701-10 63 20. E-post: info@socialanetet.se
Webb: <http://www.socialanetet.se/>

Socialpolitik. Redaktionen, Nordhemsg. 43C, 413 06 Göteborg.
Telefon: 031-14 48 08. Webb: <http://www.socialpolitik.com>

Socialvetenskaplig Tidskrift, Redaktionen, Institutionen för
socialt arbete, Box 720, Göteborgs universitet, 405 30
Göteborg. Fax 031-773 1888.
Webb: <http://www.socwork.gu.se/svt/svt.htm>

Tidningen Social Omsorg, Redaktionen, Föreningen Social
Omsorg FSO, Box 391, 901 08 Umeå. Webb: <http://www.fso.nu>

Tidskriften Socionomen. Mariedalsvägen 4, Box 12 800, 112 96
Stockholm. Telefon: 08-617 44 41. Telefax: 08-617 44 40.
E-post: socionomen@akademssr.se
Webb: <http://www.socionomen.se/>

Lästips/Referenser

Andersson, Gunvor. (2003). Utsatta barn och social barnavård i pressen. Paper i Att möta media : Allmänna Barnhusets konferens 29 september-1 oktober 2003.

Andersson, Gunvor (2004) "Pressens bild av barns missgärningar" i: Blomberg, Kroll, Lundström och Swärd. Sociala problem och socialpolitik i massmedier, Lund: Studentlitteratur.

Andersson, Gunvor, Lundström, Tommy. (2002). Barns och ungas utsatthet i pressen. Socionomen nr 8, del 2, s.21-32.

Andersson, Gunvor, Lundström, Tommy. (2004). Socialarbetare om massmedier. Nordisk Socialt Arbeid 2004:24(1):2-18.

Andréasson, Peter. (2003). Möte med massmedier. Stockholm: Liber AB.

Arden, Paul. (2003). It's not how good you are, it's how good you want to be. London: Phaidon

Blomberg, Helena, Kroll, Christian, Lundström, Tommy, Swärd, Hans. (2004). Sociala problem och socialpolitik i massmedier. Lund: Studentlitteratur.

Bohlin, Alf. (2001) Offentlighetsprincipen Nordstedts.

Carlsson, Ulla. (2005). Våld och pornografi i medierna: åsikter om medie våldets och pornografins påverkan på unga människor. Göteborg. International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborgs universitet. Stockholm: Medierådet.

Clevesköld, Lars, Thunved, Anders (2004). Sekretess – handbok för socialtjänsten. Nordstedts.

Fogelberg, Karin. (2004). Reportrar på plats. Studier om krigsjournalistik 1960-2001. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Doktorsavhandling.

Hadenius, Stig, Weibull, Lennart. (2005). Massmedier: en bok om press, radio & TV. Stockholm: Bonnier.

Hvitfeldt, Håkan Medierna i samhället Igår idag imorgon 1996.

Klein, Ulf, Nilsson, Ernst (1997) Om pressen kommer Stockholm: Bonnier Alba.

Lundström, Tommy (2004) "Mellan vardag och dramatik. Pressens bevakning av socialt arbete med utsatta barn och unga" i: Blomberg, Kroll, Lundström och Swärd. Sociala problem och socialpolitik i massmedier.

Lundälv, Jörgen. (2004). Omvårdnad och omsorg i massmedier. Professionella mediemöten. Lund: Studentlitteratur.

McCombs, Maxwell. (2006). Makten över dagordningen: om medierna, politiken och opinionsbildningen. Stockholm: SNS förlag.

Nationalencyklopedin, (1989) Höganäs: Bra Böcker.

Petersson, Olof, Carlberg, Ingrid. (1990). Makten över tanken: En bok om det svenska massmediersamhället. Stockholm: Carlssons.

Socialstyrelsen, statistik socialtjänsten, www.socialstyrelsen.se

Statistiska centralbyrån (2004), På tal om kvinnor och män. Lat-hund om jämställdhet.

Stiftelsen Allmänna Barnhuset (2003) Att möta media
Stockholm: Stiftelsen Allmänna Barnhuset.

Sveriges kommuner och landsting, www.skl.se

SVT Striptease 1997-02-19.

Ziehe, Thomas. (1989). Kulturanalyser. Ungdom, utbildning,
modernitet. Stockholm/Stehag: Symposium bokförlag

Uppdrag Granskning 2002-12-11.

Wilde, Oscar. [www.livet.se/ord/källa/Oscar Wilde](http://www.livet.se/ord/källa/Oscar_Wilde).

Åman, Johannes. (2006). Vart tar makten vägen när alla följer
medielogiken? Dagens Nyheter den 10 maj 2006.

Diskussionsfrågor DVD-film

Med boken följer en DVD-skiva som innehåller kortfilmen *Människa, myndighet, media* (7 minuter). Den handlar om bilden av socialtjänsten i massmedier. Filmen är gjord av socialarbetare i stadsdelen Centrum i Göteborg. På filmen diskuterar bl.a. en socialsekreterare med Janne Josefsson mötet mellan de båda professionerna. Här följer några diskussionsfrågor till filmen som är tänkta för utbildningsituationer:

(här ska de åtta frågorna in)

