

Guide til

Professionelt presse arbejde



BRØNDERSLEV
KOMMUNE

Brønderslev Kommune vil være **på forkant med pressearbejdet.**

Det betyder, at vi:

- ♦ er fælles om at fortælle den gode historie
- ♦ er åbne over for pressen
- ♦ tænker medier som andet og mere end pressen og derfor også husker de sociale medier
- ♦ tør forsvare upopulære beslutninger og indrømme fejl

1

Hvornår er det godt at udtale sig?

Når der er tale om henvendelse fra pressen, der kan give anledning til uro i organisationen, blandt politikerne og hos borgere. Hellere søge sparring én gang for meget end én gang for lidt.





Hvad er den gode historie?

Alle taler om den gode historie, og der kan være stor forskel på, hvad vi som kommune definerer som den gode historie, og hvad medier og borgere definerer. Overvej derfor altid om historien er så god, at pressen skal 'ulejliges' med den. Måske er historien bedre til et facebookopslag. Du kan altid få råd og vejledning hos den kommunikationsansvarlige.

Det kan være en god overvejelse og pegefingerregel, at du tænker på, om du ville finde historien interessant, hvis den kom fra en anden kommune. Og overvej nyhedskriterierne:

Nærhed

Jo tættere en begivenhed eller historie er på læseren, jo mere interessant er den. Dette giver egentlig sig selv for os, når det drejer sig om lokale medier men kan være værd at overveje, hvis pressemeddelelsen også skal i landsdækkende medier.

Identifikation

Jo bedre læseren kan identificere historien med sin egen hverdag, jo mere interessant er den. Tag for eksempel udgangspunkt i problemer eller situationer, læseren kender fra sin egen hverdag.

Væsentlighed

Sørg altid for at understrege hvorfor din tekst er væsentlig og for hvem. Jo større en gruppe nyheden er væsentlig for, jo nemmere er det at få pressen til at bringe historien.

Aktualitet

En nyhed er pr. definition aktuel. Derfor skal en pressemeddelelse ikke omhandle noget, der var en nyhed for 2 mdr. siden.

Konflikt

Vi elsker alle historier, der rummer konflikt. Derfor er det sjældent, at pressen finder de rene 'sødsuppe-historier' interessante.



Hvad gør jeg hvis journalisten kontakter mig?

Pressen arbejder hurtigt og ofte med stramme deadlines. Derfor bør du reagere hurtigt, når du bliver kontaktet af en journalist. Åbenhed er kodeordet for vores kommunikationspolitik, og derfor er det undtagelsen og ikke reglen, at vi nægter at udtale os.

Du har krav på:

- ♦ Journalistens navn og arbejdsplads
- ♦ Hvad går historien ud på?
- ♦ Hvad skal dine oplysninger bruges til?
- ♦ Skal du citeres eller er det til research?
- ♦ At godkende dine citater pr. mail eller telefon
- ♦ At journalisten retter faktuelle fejl i dine citater
- ♦ At udbede dig betænkningstid, før du svarer

Du har ikke krav på:

- ♦ At få hele artiklen til godkendelse
- ♦ At få at vide hvem journalisten ellers taler med
- ♦ At trække dine udtalelser tilbage
- ♦ At bestemme hvilke citater der skal bringes



Husk:

Der er desværre ikke nogen grydeklar opskrift på, hvordan man bedst kommer afsted med journalister. Men de fleste af dem er professionelle og ønsker at gøre deres arbejde ordentligt. Men tænk over følgende:

Alt hvad du siger kan blive refereret, med mindre du aftaler andet med journalisten

Vær opmærksom på hvad du fortæller journalisten. Vedkommende ringer dig ikke op for at få en privat sludder. Så hvis du siger noget, du ikke bagefter vil læse i avisen, skal du på forhånd gøre journalisten det klart, at dette er uden for referat. Det retter de fleste journalister sig nøje efter.

Du er aldrig journalistens eneste mulighed

Hvis ikke du vil sige noget, finder vedkommende måske en anden. Og måske er denne anden en, der ved mindre end dig, eller måske én der har en kommunekritisk vinkel. Overvej derfor om det ikke vil være en god idé at udtale sig.

Journalisten er afhængig af dig

Det er dig, der bestemmer spillereglerne. Journalisten er afhængig af gode kilder, og det bedste forhold til pressen opstår, hvis begge parter får noget ud af det.

Har du brug for presserådgivning så sørg for at få det tidligt i forløbet

Hvis du føler, at du er i en situation, hvor du kan få behov for presserådgivning, så kontakt kommunikationskonsulenten. Det er for sent, hvis artiklen har været i avisen. Og du kan altid sige til journalisten, at du ringer vedkommende op senere.

Kommentér ikke løse rygter, anonyme kilder

Lad være med at kommentere hvad journalistens anonyme vidner mener eller tror. Forlang at få sagen belyst fra journalistens side og udtal dig så i generelle vendinger.

Vær opmærksom på ledende spørgsmål

Pas på journalistens ledende spørgsmål, der tager sit udgangspunkt i, at journalisten har en konklusion på forhånd. Hvis der f.eks. er rygter om samarbejdsproblemer på en arbejdsplads, kan journalisten spørge: "Hvornår får I løst samarbejdsproblemerne?" Lad være med at blive fanget i, at du går med på, at der er samarbejdsproblemer (hvis altså der ikke er det). Svar f.eks. "Hvad får dig til at tro, at vi har samarbejdsproblemer".

Se stort på småting

Hvis artiklen i øvrigt er OK, så lad være med at hænge dig i småting. Husk det er journalisten, der bestemmer historien - ikke dig.

Ingen kommentarer

At du har sagt ja til udtale dig er selvfølgelig ikke ensbetydende med, at du skal svare på alt. Markér klart hvor du trækker grænsen.

Overlad politiske spørgsmål til politikerne

Hvis der er tale om sager af politisk karakter, så overlad dem til politikerne. Du kan udtale dig om faglige og faktuelle forhold.



Må alle udtale sig?

Det korte svar er JA. Men ytringsfrihed er ikke lig med ytringspligt. F.eks. er der jo en tavshedspligt, vi skal overholde. Spørg den kommunikationsansvarlige og nærmeste leder som kan hjælpe dig med at vurdere, om det er klogt at udtale sig og i givet fald hvordan.