



Journalistförbundets riktlinjer för interna medier

Begreppet interna medier

Med interna medier menar vi i första hand personaltidningar, tidskrifter, webbplatser eller andra publikationer som ges ut av ett företag/organisation/myndighet och som är riktade till anställda, förtroendevalda etc. inom på företaget.

Riktlinjerna i den här skriften gäller inte ren företagsinformation som kundtidningar, informationsskrifter, reklamblad, kampanjmaterial etc.

Interna medier respektive ren företagsinformation är olika slags kommunikation, med olika syften och mottagare. En personaltidning bör inte präglas av ett enkelriktat budskap, eftersom den riktar sig till anställda och bör uppmuntra till debatt som kan berika företaget/organisationen/myndigheten. Företagsinformation har däremot andra mottagare med främsta syfte att marknadsföra företaget.

Formerna är alltså olika, och har tillkommit från olika utgångspunkter och har därmed olika utformning och målgrupp.

Denna skrift beskriver Journalistförbundets principiella syn på redaktörens roll och ställning inom interna medier och innehåller resonemang om journalistikens roll i demokratin. Här finns också förslag till policy för det journalistiska arbetet. Vår förhoppning är att skriften ska fungera som stöd och vägledning såväl för redaktören och redaktionen som för ägarna.

Riktlinjerna är indelade i två delar med två bilagor:

1. Balans mellan redaktion och ägare
 2. Grundläggande principer med förslag till policy
- Bilaga 1 TCO:s syn på saken med policy för TCO-tidningen
Bilaga 2 Journalistförbundets syn på saken med policy för tidningen Journalisten

1. Balans mellan redaktion och ägare

Det är en grannliga uppgift att vara redaktör för en intern tidning, tidskrift eller webbplats som ges ut av ett företag. Det är en minst lika grannliga uppgift att äga och ge ut en sådan publikation.

Konflikter uppstår då och då mellan ägare och redaktör/redaktion inom alla medier. Denna skrift vill hjälpa till med att förebygga att konflikter uppstår.

En orsak till att konflikter uppstår är att roller och uppgifter inte är tillräckligt diskuterade och definierade. Det finns de som menar att den kommersiella verksamheten eller det ideella målet är överordnat det journalistiska. Andra anser att det journalistiska målet är överordnat det kommersiella eller det ideella.

Journalistförbundets uppfattning är att det är självklart att den som företräder tidningen måste dela företagets/organisationens/myndighetens grundläggande värderingar och inte motverka de mål och syften som ägaren strävar mot och verkar för. Lika självklart måste redaktören garanteras den integritet som uppdraget som ansvarig utgivare kräver och redaktionen ges publicistisk frihet. Denna uppfattning delas exempelvis av ägarna inom TCO-sfären och av de flesta ägare inom fackförbundspressen, se vidare bilagorna 1 och 2.

För Journalistförbundet är det självklart att redaktionell frihet ska råda inom de ramar som grundlagen och tidningens policy ger.

Ett gott råd är att lyfta upp alla eventuella undringar, knöligheter, ifrågasättanden eller kritik från någondera parten på bordet när de inträffar och diskutera dem omedelbart. Ingrodna missförstånd är som gamla fläckar: väldigt svåra att lösa upp.

2. Grundläggande principer

För att verksamheten ska fungera och balans råda behövs en genomgripande diskussion om grundläggande principer och rollfördelning inom företaget/organisationen/myndigheten i sin helhet, en policy för tidningen och ett kontrakt med redaktören.

En policy för interna medier bör innehålla:

Policy

Utgivarfunktionen

Redaktören ska vara tidningens utgivare och vara utsedd av verkställande beslutande organ. Redaktören/utgivaren ansvarar för att uppfylla kraven i en redaktionell policy för tidningen.

Tidningens ställning

- Tidningen garanteras en fri och självständig ställning inom företaget/organisationen/myndigheten.
- Tidningens redaktör ska vara ansvarig utgivare och dess verksamhet bedrivs med tryckfrihetsförordningen som grund och enligt spelreglerna för press, radio och TV.
- Tidningen garanteras tillgång till information från företaget/organisationens/myndighetens ägare, ledning, beslutsfattare och övriga anställda.
- För att säkerställa tidningens självständighet och därmed läsarnas krav på insyn i och granskning av företaget/organisationen/myndigheten och dess organisation, är det viktigt att tidningen görs av anställda journalister och inte läggs ut på entreprenad. Det utesluter självfallet inte att redaktionen anlitar frilansar.

Tidningens policy

- Uppdraget visavi företaget/organisationen/myndigheten - till exempel att tidningen ska företräda ägarnas grundläggande värderingar, spegla dess inre och yttre liv, samt kritiskt granska hela företags/organisationens/myndighetens organisation.
- Uppdraget visavi läsarna – urvalet och redigering av tidningens innehåll ska utföras av professionella journalister för att ge en så trovärdig och mångfasetterad bild som möjligt av det som sker i verksamheten.
- Tidningen ska uppmuntra till debatt och vara ett led i en öppen atmosfär på arbetsplatsen för att skapa en grund för utveckling och förnyelse av företags/organisationens/myndighetens verksamhet.
- Utgivningstäthet.

Tidningens villkor

Tidningen måste ges tillräckliga resurser för att uppfylla policyns krav (vikarie vid sjukdom och semester, kansliresurser, en rimlig budget).

Arbetsituation och anställningsvillkor

Mellan tidningens redaktör (utgivare) och ägaren bör träffas ett skriftligt avtal, som reglerar redaktörens ställning i enlighet med fastställd policy.

Fastställda av förbundsstyrelsen 2009-05-14

Till dessa riktlinjer finns två bilagor från tidigare antagna riktlinjer för organisationstidningar och som beskriver TCO respektive Journalistförbundets uppfattning i frågan tillsammans med policy för TCO-tidningen och för tidningen Journalisten.

Bilaga 1

TCO:s uppfattning

I samband med att TCO-tidningen utreddes ställde sig en enig TCO-styrelse bakom den syn som kommer till uttryck här nedan:

I dagens medier suddas gränserna ut mellan journalistik, information, marknadsföring, opinionsbildning och reklam. Budskapen blir diffusa. Läsare, tittare och lyssnare får svårare att skilja på om de utsätts för övertalningsförsök, inbjuds till debatt eller erbjuds journalistik eller information.

I Sverige råder konsensus om journalistikens roll i det demokratiska samhället. Journalistikens uppdrag är att informera, granska och hålla debatten igång i det offentliga rummet, så att medborgarna får kunskap och kan ta ställning. Trots detta underförstådda samhällskontrakt, pågår en annan utveckling i medierna, där ekonomiska incitament ofta är den enda bevekelsegrunden för att sända eller ge ut.

Motiven för att ge ut tidningar och tidskrifter är såväl ideologiska som ekonomiska. Strävan efter den goda journalistiken kan vara ett motiv i sig. Bevekelsegrunderna för fackliga organisationer är andra än de kommersiella företagens.

Tidningsutgivning är långsiktiga åtaganden och får inte utsättas för ryckighet. De förändringar som genomförs måste få verka under en längre period innan man med säkerhet kan avläsa resultatet.

Organisationen vill skildra sin verklighet och debattera sin verksamhet. Uppdraget att företräda organisationens värderingar och idéer formuleras i policy och överenskommelse med ansvarige utgivaren, men det betyder inte att det journalistiska uppdraget i organisationspressen skiljer sig från andra journalistiska uppdrag: informera, granska och hålla debatten vid liv.

Den snabba medieutvecklingen och de tekniska möjligheterna har medfört att utvecklingen inom de kommersiella medierna smittat av sig på statliga och kommunala tidningar, tidskrifter och hemsidor och i viss mån på organisationspressen.

Kommunikativ verksamhet tenderar att samlas under en hatt och informationens, opinionsbildningens och journalistikens respektive roller definieras inte. Mottagaren förvirras, trovärdigheten undermineras och effektiviteten minskar. I förlängningen leder det till att den demokratiska debatten försvåras. För att motverka detta är det viktigt att den fackliga rörelsen är ett gott demokratiskt exempel.

Att definiera olika delar av kommunikativ verksamhet innebär inte en värdering av dem. Det väsentliga är att inse och acceptera att de har olika uppgift.

- Marknadsföring/reklam innebär att medvetet saluföra sina varor, tjänster eller - som i vårt fall - åsikter.
- Informationen är till sin karaktär enkelriktad. Någon vill förmedla fakta, kunskaper eller åsikter till någon annan.
- Journalistikens uppgift är att från en egen yrkesmässig kompetens granska, informera och hålla debatten vid liv. Området är det som definieras i policyn, men urval och arbetsmetoder måste vara redaktionens uppgift. Om journalistiken inte har en fristående roll mister den såväl sin demokratiska funktion som sin trovärdighet. I rollen ingår att se läsarna som uppdragsgivare. Det är deras behov som i första hand ska uppfyllas. Journalistik är i hög grad en dubbel- eller flervägskommunikation.

Alla de uttrycksformer som här diskuterats kan i och för sig hänföras till begreppet opinionsbildning, men en demokratisk organisation måste ha klart för sig såväl innebörd i, som avsikten med och målen för de olika kommunikationsdelarna.

Policy för TCO-tidningen

Värdegrunden

TCO-tidningen utges av TCO och ska verka utifrån TCO:s värdegrund:

- Alla människor har lika värde och rättigheter
- Kvinnor och män ska ha samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter inom samhällets alla områden
- TCO är en demokratisk organisation som värnar ett demokratiskt samhälle
- Solidaritet är grunden för det fackliga arbetet
- Partipolitisk obundenhet är en förutsättning

TCO-tidningens uppdrag är att beskriva och debattera de utvecklingstendenser i arbetsliv och samhälle som har betydelse för möjligheten att stärka de fackliga positionerna för TCO-förbundets professionella och välutbildade medlemmar.

Den ska också bilda opinion för de fackliga värderingarna och perspektiven.

Tidningen ska också ge den förtroendevalda kunskaper och idéer, som underlättar och utvecklar förtroendeuppdraget.

Tidningens roll är att utifrån denna policy med journalistisk självständighet verka för TCO:s grundläggande värderingar.

Tryckfrihet, yttrandefrihet och öppenhet är en förutsättning för demokratin.

Läsarna

TCO-tidningen görs för sina läsare och vänder sig i huvudsak till förtroendevalda i medlemsförbunden, förbundens anställda men också till andra opinionsbildare i samhället.

Uppdragen

För att nå målen ska tidningen arbeta med fyra uppdrag:

- **Spaning:** Betyder att ge kunskap om och kritiskt granska nya tendenser i arbetslivet och på arbetsmarknaden, tendenser som berör utvecklingen för medlemmar i samtliga TCO-förbund
- **Debatt:** Betyder att ta initiativ till debatt om utvecklingstendenser i arbetsliv och samhälle, men också fackföreningsrörelsens svar på utmaningar. Tidningens uppdrag är att driva på och utmana.
- **Opinionsbildning:** Betyder att TCO-tidningens perspektiv och ämnesval präglas av fackliga värderingar. Tidningen speglar värdet av fackligt arbete och organisering i medlemsförbunden och TCO. När tidningen gör redaktionella kommentarer ska dessa präglas av TCO:s grundsyn.
- **Kunskapsförmedling:** Betyder att ge huvudmålgruppen, de förtroendevalda, användbara kunskaper som underlättar och utvecklar deras uppdrag.

Verktygen

För att kunna lösa sitt uppdrag behöver tidningen ett antal verktyg. De viktigaste är:

- **En fri och självständig ställning.** Det gäller för beslut om innehåll och utformning men också i TCO:s organisation. Det innebär
 - Att redaktören är ansvarig utgivare för tidningen och ansvarar för att redaktionen utformar tidningen i enlighet med denna policy
 - Att tidningen med tryckfrihetslagstiftningen som grund följer de spelregler som gäller för press, radio och teve
- **Tillgång till information.** Omfattar alla nivåer i organisation.

Bilaga 2

Journalistförbundets uppfattning

Journalistförbundets kongress i maj 2005 antog ett uttalande om behovet av att stärka den journalistiska integriteten på organisations- och offentligt ägda tidningar. Argumenten kan även användas för interna medier.

Stärk den journalistiska integriteten på organisations- och offentligägda tidningar!

Den fria, självständiga och granskande journalistiken hotas när myndigheter och organisationer inte längre vill ge redaktionen möjligheten att arbeta efter grundläggande journalistiska principer.

Allt oftare framförs krav på att journalisterna ska arbeta som informatörer och att tidningarna ska vara styrda informationsprodukter./.../

Om rollerna som journalist, informatör och marknadsförare blandas samman, innebär det en fara för journalistikens trovärdighet och självständighet. Resultatet blir en enda smet av journalistik, information, reklam och propaganda

Myndigheter och organisationer bör föregå med gott exempel och respektera den självständiga journalistiken och dess roll i det demokratiska samhället.

I ett annat uttalande har Journalistförbundet hösten 2005 påtalat behovet av att det finns en policy som såväl ägare och redaktör står bakom:

Redaktionell policy förebygger konflikter

Mot bakgrund av den diskussion som förts om organisationstidningars ställning /.../ vill Journalistförbundet erinra om sin principiella inställning till organisationstidningar, allmänägda och ideella tidskrifter.

Journalistförbundets uppfattning är att den organisation som ger ut en tidning måste ha rätt att bestämma tidningens inriktning, mål och syfte. Samtidigt måste varje demokratisk organisation tåla granskning, både av den egna organisationen och av dess omvärld. Detta kräver ett förtroendefullt samarbete mellan organisationens ledning och redaktionen.

Ett sätt att förebygga missförstånd och onödiga konflikter är att organisationen och redaktören är överens om en övergripande policy för tidningens inriktning.

Det är självklart att den som företräder en organisationstidning måste dela organisationens värderingar. Lika självklart måste redaktören garanteras den självständighet som uppdraget som ansvarig utgivare kräver. Redaktören ska vara en

del av redaktionen. Bara så kan tidningens trovärdighet och ansvar inför medlemmarna upprätthållas.

Policy för tidningen Journalistens innehåll och inriktning

Policy för tidningen Journalistens innehåll och inriktning beslutas av Journalistförbundets styrelse.

Journalistförbundet är och ska vara både ett fackförbund och ett yrkesförbund. Som fackförbund ska Journalistförbundet ta tillvara "sina medlemmars fackliga, ekonomiska, sociala intressen" och som yrkesförbund "ideella intressen samt verka för en god yrkesetik". På samma sätt ska Journalisten vara både en facklig tidning och en yrkestidning.

- Som **facklig tidning** ska Journalisten kontinuerligt och initierat spegla och bevaka Journalisternas villkor i arbetslivet. Det gäller allt från journalisternas löner och arbetsmarknad till arbetsmiljö, jämställdhet, upphovsrätt och arbetsrätt. I reportage, nyheter och opinionsmaterial ska tidningen vara det främsta forumet för diskussion om dessa frågor.
- Som **yrkestidning** ska tidningen kontinuerligt och initierat spegla och bevaka journalistikens villkor, inriktning och kvalitet. I reportage, nyheter och opinionsmaterial ska tidningen ge utrymme för frågor som tryckfrihet, öppenhet, mångfald, etik, trovärdighet, kvalitet och vad som speglas i medierna.
- Som **medlemstidning** för Journalistförbundets medlemmar ska den spegla och bevaka vad som händer i förbundets alla organ samt frågor kopplade till medlemskapet.

Tidningen ska företräda Journalistförbundets grundläggande värderingar och vara den främsta informationskanalen för förbundets medlemmar.

Journalisten har en särskilt viktig funktion som ledande debattforum för alla de frågor som är viktiga och aktuella inom de ovan nämnda bevakningsområdena. Tidningen skall ge plats för olika åsikter om såväl yrket som förbundets roll och funktion. Journalisten ska ha som ambition att nå ut även utanför medlemskåren och befästa och utveckla positionen som Sveriges ledande medietidning; nyhetsledande och agendasättande inom våra kärnområden och betraktad som en tidning med högsta möjliga professionalitet och trovärdighet.

Tidningens organisatoriska ställning inom förbundet regleras i en separat policy, antagen av Journalistförbundets styrelse.

