

Demensförbundets policy för mediakontakter

Talespersoner för Demensförbundet

Generellt gäller att den person som uttalar sig, själv måste bedöma om han/hon har tillräckliga kunskaper och insikter för att besvara en specifik fråga/frågor.

Följande indelning gäller när det handlar att svara på massmedias frågor.

Demensförbundets ordförande: Uttalar sig i samtliga frågor som rör förbundet och föreningarna. Är ensam talesperson för juridiska frågor relaterade till demens.

Vice ordförande: Uttalar sig i samma frågor som ordförande och är första kontakt när ordförande inte är anträffbar. Detta gäller dock inte juridiska frågor. Vice ordförande är också talesperson när det gäller specifika omvårdnadsfrågor.

Förbundssekreterare: har rätt att uttala sig i allmänna frågor som gäller förbundets verksamhet och generella frågor i t ex situationen i samhället för demenssjuka och deras anhöriga.

Samtliga styrelseledamöter har rätt att uttala sig i generella frågor som rör Demensförbundets verksamhet.

Förbundskonsulenter uttalar sig inom sina specifika kunskapsområden samt frågor som rör föreningsverksamheten.

Yngre anhöriga: Christina Hansson i sin roll som ansvarig för Yngrenätverket.

Andra talespersoner:

Medicinska frågor och läkemedelsfrågor: Professor Lars-Olof Wahlund.

Frågor om samtalsgrupper för demenssjuka och anhöriggrupper samt frågor kopplade till rehabilitering: Lotta Olofsson.

Samtliga telefonrådgivare har också genom sin långa erfarenhet rätt att svara på frågor som rör t ex särskilt boende, kvarboende i hemmet, diagnostisering, biståndsbedömda insatser, bemötande etc.

Att hantera massmedia – liten handledning

Öppenhet och ärlighet är viktigt när vi pratar med massmedia. Lämna aldrig felaktig eller vilseledande information då det kan skada verksamheten för lång tid framöver. Tänk bara på att sekretesslagen inte bryts.

Om en journalist oförberett ringer upp och ställer frågor, be att få återkomma om du vill göra faktakontroller eller konsultera med någon. Var noga med att så snart som möjligt ringa tillbaka!

Om du vill kan du be att få läsa en artikel innan den trycks. Men kom ihåg att du inte har rätt att ha synpunkter på sättet att skriva, utan enbart på om det finns rena faktafel och på dina egna uttalanden.

Många redaktioner har liten bemanning och arbetar under stor tidspress. Detta gör att risken för felaktigheter ökar. Om det blir fel, begär rättelse genom redaktionsledningen.

Var inte långsint om massmedierna sprider oriktiga uppgifter. Det är förstås mänskligt att reagera, men det gagnar ingen att vara på kant med massmedierna.

Ta för vana att fundera på om dina aktiviteter och din verksamhet har ett allmänintresse. Ibland är det lättare att få uppmärksamhet i media än man tror. Allt beror på vilka andra nyheter du konkurrerar med.

Om det händer något som uppmärksammas i media och som inte är till föreningens eller förbundets fördel, är det viktigt även i dessa sammanhang vara öppen och ärlig gentemot massmedia. Det är också bättre att förekomma än att förekommas. Konsultera gärna förbundets ordförande eller vice ordförande om du känner att du behöver stöd.

Rätten att uttala sig

Enligt Tryckfrihetsförordningen och Yttrandefrihetsgrundlagen har alla rätt att uttala sig för massmedia. Du har också rätt att anonymt lämna tips till massmedia.

Efterforskningsförbudet innebär att ingen får försöka ta reda på vem som är uppgiftslämnaren. En chef till exempel får inte ens fråga om du vet vem som läckt. Det är straffbart att försöka ta reda på vem källan är. Syftet är att du utan risk ska kunna berätta för en journalist om hur du upplever en situation.

Meddelarfrihet innebär att du i kontakt med massmedia har rätt att muntligen offentliggöra delar av innehållet i en sekretessbelagd handling. Meddelarfriheten tar alltså över sekretesskyddet för vissa uppgifter. Du får däremot inte lämna ut en sekretessbelagd handling. Det finns undantag från meddelarfriheten. En hjälpregel är att du inte får informera om uppgifter som kan härledas till viss enskild person.

Pressmeddelanden

Pressmeddelanden lämpar sig bäst för korta nyheter och några baskriterier är att det bör handla om nyheter som har ett stort allmänintresse eller nya initiativ. Fokusera på de viktigaste faktauppgifterna. Ett pressmeddelande bör aldrig överskrida en A4-sida och avslutas alltid med kontaktuppgifter till den som kan berätta mer om ärendet. Tänk alltid igenom vilket nyhetsvärde ditt pressmeddelande har för media och försök se det utifrån deras perspektiv.

Svara alltid på insändare som berör din verksamhet. Helst samma dag den är införd.

Till sist. Kom ihåg att redaktionell text alltid är mycket mer värdefull än köpt annonsutrymme. Se media som ett sätt att nå ut med dina aktiviteter dina och aktiviteter.

Frågor

Har du frågor om Demensförbundets hantering av mediakontakter, kontakta förbundssekreterare Anni Reimers, anni.reimers@demensforbundet.se