



UPPSALA  
UNIVERSITET

# Tips och råd

VID MEDIEKONTAKTER



Därför ska vi synas i medierna	4
Ta initiativ till mediakontakter	5
Vad är en nyhet?	6
När journalister besöker Uppsala universitet	8
Journalistens arbetsvillkor	9
Att tänka på före intervjun	10
Att tänka på under intervjun	12
Så kommunicerar vid med media vid negativ uppmärksamhet	14
Offentlighetsprincip och meddelarfrihet	16
Kommunikationsenhetens presstjänst hjälper dig	18
Kontaktuppgifter	20

## Därför ska vi **synas** i medierna

Som kunskapskälla har Uppsala universitet hög trovärdighet ute i samhället. Detta förtroende är viktigt att värna. Därför vill vi vara en aktiv och öppen organisation i kontakterna mot omvärlden och massmedierna.

Mediernas rapportering är mycket viktig för människors bild av verkligheten. Varje kontakt med media är en möjlighet att nå ut med högaktuell kunskap och värdefull information, som behövs när beslut ska fattas. Via media skapas också ofta nya kontakter mellan forskare och med andra samarbetspartners.

## Ta **initiativ** till mediakontakter

Uppsala universitets kommunikationsenhet arbetar kontinuerligt med att utveckla kontakterna med medierna. Genom långsiktiga och goda relationer skapas bäst förutsättningar att nå ut med ny kunskap och annan information till omvärlden.

Ta egna initiativ och vårda dina egna journalistkontakter. Den som tar första steget i en mediekontakt är ofta den som lättast kan styra kommunikationen istället för att enbart reagera på journalistens frågor. Det minskar också risken för att hamna i försvarsställning i media.

Ta gärna kontakt med kommunikationsenhetens pressinformatörer för tips och råd (s 20). Vi kan hjälpa till att välja kommunikationskanal med tanke på syfte och den målgrupp du vill nå:

- webbpublicering
- pressmeddelande till valda medier
- kontakt med specifik journalist
- kalla till presskonferens eller seminarium.

Debattartikeln är ytterligare en form för att sprida ny viktig kunskap.

## Vad är en nyhet?

Journalisten blir mer intresserad av en nyhet om den är:

- Rätt i tiden, aktuell
- Kontroversiell, oväntad
- Berör många
- Nära i tid och rum
- Lätt att relatera till aktuellt samhällsproblem
- Personlig, väcker känslor
- Lätt att bilda bilder – finns det bilder, berätta det!

### Kom ihåg!

Det som är en stor nyhet för dig och universitetet internt, till exempel stora anslag, besök av kända forskare, priser och utmärkelser, är ofta av mindre intresse för allmänheten och därmed journalisten.

### Vad behöver journalisten?

Journalisten kan ha olika skäl att höra av sig. Att ge av din tid kan vara väl investerad tid eftersom det innebär en möjlighet till fler kontakter i framtiden.

Journalisten kan behöva:

- Faktabakgrund
- Bra uttalanden och kommentarer
- Nyhetstips och reportageuppslag
- Argument från "andra sidan" i en kontroversiell fråga
- Tips på personer som kan lämna upplysningar
- Hjälpa att förstå ett krångligt ämne



” Jag är varken aktuell, kontroversiell eller oväntad. Inte heller berör jag någon. Men jag har bra bilder. ”

## När journalister **besöker** Uppsala universitet

Bemöt journalisten på ett positivt sätt och hjälp denne att få kontakt med rätt person. Vid foto-grafering: Tänk på din klädsel och på att platsen för fotografering ger en lämplig bakgrund.

Hänvisa gärna journalisten till webbplatsen för fler pressbilder, eller för mer information. Pressbilderna får endast användas för redaktionell text och för icke-kommersiellt bruk.



## Journalistens **arbetsvillkor**

De flesta journalister jobbar med nyhetsförmedling där de kort och snabbt ska förklara och sammanfatta olika skeenden. Ett litet fåtal, oftast frilansare, jobbar med vetenskapsjournalistik som specialitet. Det ingår i journalistrollen att vara allmänhetens granskare av olika missförhållanden i samhället.

En nyhetsjournalist jobbar under tidspress och har ofta fått sitt uppdrag med kort varsel. De ska förmedla och förklara på ett intresseväckande och begripligt sätt på ett mycket begränsat utrymme. Ett bra möte där du visar respekt för journalisternas arbetsvillkor leder till bättre artiklar/inslag i slutänden.



”

- Snälla lilla vän. Jag har forskat på detta i över 40 år och jag förstår inte varför det är så bråttom nu, helt plötsligt.

”

## Att tänka på **före** intervjun

När en journalist ringer, se det som ett gyllene tillfälle. Nu har du chans att få ut just din kunskap. Tänk på att journalisten har begränsade förkunskaper. Fråga vad intervjun ska handla om och vilka frågor du förväntas svara på. Om du inte är rätt person att svara på frågorna, hjälp journalisten vidare.

Om du känner dig osäker, be att få återkomma om en stund. Ta den stunden att tänka igenom frågeställningen. Vilka når du genom det aktuella mediet? Vad vill du få sagt i detta sammanhang?

Formulera (gärna på papper) några få viktiga saker som du bestämmer att du vill förmedla i intervjun. Plocka fram eventuella fakta som du själv kan ha stöd av i intervjun. Ring sedan alltid tillbaka på utsatt tid!

Om intervjun handlar om misstänkta oegentligheter kan journalisten ha mer kunskap än du. Be att få återkomma, ta fram fakta och kontakta kommunikationsenheten för råd.



”

Jag anser att journalister alltid har begränsade förkunskaper i mitt ämne, utom då intervjun handlar om misstänkta oegentligheter. Då kan journalisten ha mer kunskap än jag har.

”

## Att tänka på **under** intervjun

Använd så lättillgängligt språk som möjligt och försök vara kortfattad. Tänk på målgruppen – du pratar med lyssnarna/läsarna, inte med journalisten. Uppstår tystnad – fyll den inte med sådant du inte tänkt säga. Låt det vara tyst eller led in samtalet på det du tycker är mest viktigt och intressant. Se till att få sagt det du själv tycker är viktigast. Undvik att spekulera, det är helt ok att svara ”jag vet inte” när så är fallet.

De allra flesta journalister vill som alla människor göra ett så bra jobb som möjligt. De behöver din hjälp att



förstå ett ämne bättre och formulera det på ett bra sätt. Även när det gäller tv och radio går det ofta bra att få ta om frågan – det ligger i journalistens intresse att svaret bli bra och begripligt. Kom ihåg att ironi aldrig fungerar i media.

Journalister har ofta förberett frågor och har en klar idé om varför de vill göra intervjun. Underskatta inte en journalists envishet att få svar på sina frågor. Vill de ha en tydligare, begripligare eller mer ”citatvänligt” svar upprepar de frågan. En till synes ”dum” fråga kan vara journalistens sätt att få lättbegripliga förklaringar till sina läsare. Tappa inte humöret.

”Off the record” finns inte! Ofta lockas man att prata utanför det man tänkt säga när den officiella intervjun avslutats. Kom ihåg att allt som sägs, även efter intervjun, kan användas av journalisten. Ert samtal handlar om en strikt arbetsrelation.

### Vad kan man göra efter intervjun

Du kan be journalisten att få läsa artikeln, men var inte petig utan fokusera på egna citat och sakfel. Upplägg, språk och form är journalistens hantverk. Ge gärna positiv respons i ett mejl om resultatet blir bra och anteckna bra kontakter för senare tillfällen.

Vad sparsam med att kräva rättelser, ta gärna kontakt med universitetets presstjänst och be om råd.

## Så kommunicerar vid med media vid **negativ** uppmärksamhet

Det är lätt att få panik om media hör av sig om en incident eller ett förhållande som man inte är stolt över, eller som man inte känner till men har ansvar för. En bra hållpunkt i ett sådant läge är "håll huvudet kallt och hjärtat varmt".

När detta händer kontakta i första hand närmaste chef. Kontakta gärna kommunikationsenheten för råd. Vi kan hjälpa till i förberedelserna i din kommunikation. Vilka frågor kan du vänta dig? Hur kan du formulera det du vill säga på ett effektivt sätt? Att be om råd i god tid, innan media hör av sig, minskar risken för att bli överraskad.

Universitetet värnar om öppenhet i en krissituation, det minskar risken för spridning av felaktiga rykten. I kommunikationen berättar vi vad universitetet gör för att hantera problemet. Ge relevant information och visa empati med de drabbade. Genom att handla och visa ansvar upprätthåller vi allmänhetens förtroende för universitetet som myndighet.

Några goda råd:

- Ge rätt information så snabbt som möjligt.
- Var så öppen som möjligt med tanke på den enskildes integritet
- Om trycket från media är stort utse en person som kan vara tillgänglig för medierna
- Behåll initiativet gentemot medierna
- Ge information så fort det finns ny sådan för att motverka rykten och undvika utrymme för spekulationer i media.
- Var uthållig.

**OBS!** Om en verklig krissituation uppstår, t ex brand, hot eller brott, kontakta säkerhetschef som initierar universitetets krisorganisation.



” Om ni filmar mig i fågelperspektiv så måste man ju uppleva katastrofen som mindre omfattande.

... och kanske tycka lite synd om mig?

”



## Offentlighetsprincip och meddelarfrihet

Offentlighetsprincipen är grundlagsskyddad i tryckfrihetsförordningen. Den handlar om rätten att få ta del av allmänna handlingar. Öppenhet och insyn i offentlig förvaltning är en förutsättning för demokratin och en förutsättning för mediernas uppdrag att granska myndigheter.

Det finns undantag från offentlighetsprincipen. Dokument som räknas som pågående arbetsmaterial är inte offentliga, inte heller handlingar som rör t ex patientsekretess och rikets säkerhet. Även kontrakt och avtal med företag kan skyddas.

Ta gärna kontakt med förvaltningens juridiska avdelning för råd.

Meddelarfrihet innebär att anställda vid en myndighet har rätt att fritt, utan risk för straff, lämna uppgifter till medier för publicering. Journalister är skyldiga att skydda sina källor. Du har alltså rätt att vara anonym om du begär det. Det är förbjudet för arbetsgivaren att efterforska vem som lämnat ut uppgifterna. Man får dock inte lämna ut handlingar som omfattas av sekretess enligt ovan.

Journalister arbetar också efter egna etiska regler, spelregler för press, radio och TV, och ska enligt dessa hålla sig till ”god publicistisk sed”.



”

Ni har alla rätt att ta del av utredningen och jag kan svara på frågor om de brister ni funnit.

”

Detta hjälper vi på kommunikationsenhetens **presstjänst** gärna till med

- Rådgivning inför intervjuer, kontakter med media eller vid planering av medieaktiviteter.
- Framtagning och utskick av pressmeddelanden, i vissa fall även internationellt.
- Kommunikationsrådgivning i de fall vi bedömer att media inte är rätt kanal.
- Vi kommer gärna på besök och pratar nyheter och mediekontakter.

Kom ihåg att höra av er i ett tidigt skede – då har vi större möjlighet att ge bra hjälp.

Kurser i medieträning arrangeras regelbundet, eller på förfrågan. Det handlar om att bli trygg i intervjusituationen genom träning och kunskap om hur medierna fungerar. Då ökar möjligheten till positiva möten med journalister där resultatet blir tillfredställande för båda parter.

## Kontaktuppgifter

Anneli Waara, *presschef*,  
018-471 19 75, 070-425 07 18  
anneli.waara@uadm.uu.se

Linda Koffmar, *pressinformatör*,  
018-471 19 59, 070-425 08 64  
linda.koffmar@uadm.uu.se

Pernilla Björk, *kommunikationsdirektör*,  
018-471 75 80  
pernilla.bjork@uadm.uu.se

Välkommen att höra av dig till kommunikationsenhetens  
presstjänst! [www.uu.se/mediekontakter](http://www.uu.se/mediekontakter)



UPPSALA  
UNIVERSITET

Kommunikationsenheten  
Besöksadress: S:t Olofsgatan 10B  
Postadress: Box 256, 751 05 Uppsala  
[www.uu.se](http://www.uu.se)