

Vägledning inför mediakontakt Spädbarnsfondens distriktsamordnare och aktiva medlemmar

Att ha kontakt med media

Att ha kontakt med media kan hjälpa Spädbarnsfonden att föra fram vårt budskap och skapa opinion kring de frågor vi driver. Här följer några tips, råd och rekommendationer som vi vill att ni som representerar Spädbarnsfonden följer vid kontakt med media.

Vision och mål

Först en repetition om det budskap som ligger till grund i all kommunikation från Spädbarnsfonden.

Vi har en tydlig **vision** där en del är att inget spädbarn ska dö av förhållanden som kan upptäckas och där medicinsk kunskap för åtgärd finns tillgänglig.

Den andra delen av visionen är att alla föräldrar till ett barn som dött under graviditet eller förlossning samt under det första levnadsåret, ska mötas av professionell vård och bemötande från hälso- och sjukvårdspersonal och förståelse från omgivningen.

Våra **mål** för att nå visionen är:

- Att minska antalet barn som dör före födelsen eller under det första levnadsåret
- Att alla föräldrar som mist ett barn och andra anhöriga till barnet ska få stöd i sorgen
- Att öka forskningen och kunskapen kring spädbarnsrelaterade dödsfall
- Att bryta tabun kring spädbarnsdöd hos allmänheten, hälso- och sjukvård och beslutsfattare

Spädbarnsfondens kommunikation

Spädbarnsfonden har en kommunikationsplan där kansliet planerar hur, när, var och med vem vi kommunicerar för att nå ut med vårt budskap.

Aktiv kommunikation till allmänhet och synlighet i media genom reportage, debattartiklar och artiklar bidrar till att skapa intresse och förtroende för våra frågor, vilket bidrar till att stärka vårt varumärke. Vi uppmuntrar till kommunikation och dialog kring vår verksamhet och de frågor vi driver. Ett starkt och känt varumärke hjälper oss att kunna öka insamlingen och uppmärksamhet kring våra frågor.

Vi kommunicerar genom kanalerna: webbsida, Facebooksida, nyhetsbrev, medlemsblad, pressmeddelanden, debattartiklar, Twitter, Instagram och genom dig som är distriktsamordnare och aktiv medlem. Ni är viktiga länkar i kommunikationen.

Massmedias roll

Medier fyller en viktig samhällsfunktion och är en stark opinionsbildare. Öppenhet och god

service till media är därför viktigt och goda massmedie-relationer bidrar till att öka kunskapen om våra frågor och verksamhet.

Tveka inte att själv kontakta lokala journalister. De ger gärna utrymme till aktörer med ett tydligt budskap och där det finns en lokal anknytning.

Vad är en nyhet?

När kan det bli aktuellt att kontakta media? Eller när kan du komma att bli kontaktad? Vad är det som får en journalist intresserad?

Det finns många kriterier på vad en nyhet kan vara men kort kan man säga att en nyhet är något som är nytt, oväntat och nära. En nyhet ska beröra och uppröra, vara oväntad och ovanlig, samt att närhet i tid och geografisk plats även är en faktor.

De nyheter vi kommunicerar från Kansliet kan i många fall ha lokala vinklingar. Vi kommunicerar hur det ser ut på riksnivå, och i distrikten kan det finnas lokala berättelser som kan ha stort nyhetsvärde för lokaljournalistiken. Det kan även vara att distrikten arrangerar något evenemang som kan vara intressant för lokala media.

Att tänka på när du kontaktar media

Tänk först igenom kriterierna för vad en nyhet är. Lokala medier är generellt positivt inställda till att rapportera om saker som händer lokalt, eller historier med lokal anknytning.

Innan du kontaktar den/de lokala redaktioner som finns på din ort behöver du förbereda dig:

- Om en familj ska intervjuas, förse journalisten med kontaktuppgifter till familjen, om det ska göras reportage. Och naturligtvis har du förberett familjen genom att ge dem journalistens namn och syfte med reportaget.
- Är det en inbjudan till ett evenemang, skriv tid, datum, årtal, klockslag, adress och kontaktperson, samt syftet med evenemanget.

Att tänka på när media kontaktar dig

Var alltid förberedd inför en intervju. Be om att få återkomma så att du säkert vet om det är du som ska ge intervjun och så att du hinner förbereda dig på bästa sätt.

- Anteckna vem det är som ringer, från vilken redaktion och vad intervjun ska handla om
- Be att få återkomma inom ca 15 minuter. Då hinner du förbereda dig, tänka igenom ditt budskap. Var noga med att återkomma inom den tid du angett.

Att tänka på före, under och efter intervjun

Oavsett om det är du som kontaktat journalisten, eller om journalisten ringer dig finns det några saker du bör tänka på inför, under och efter intervjun.

- Utgå från Spädbarnsfondens mål och visioner, syftet med vår verksamhet. Koppla det sedan till vinkeln i din berättelse.
- Förbered ditt samtal med att du noga har tänkt igenom vad du ska säga. Ha ett tydligt huvudbudskap och börja med att berätta om det för att väcka intresse, gå rakt på sak. Tänk att du pratar i rubrikform.
- Spekulera inte. Håll dig till fakta.
- Du kan nästan alltid mer än journalisten om ditt ämne, så du bör hålla dig till resonemang som är lätta att följa. Använd inte fackuttryck utan att förklara dem.

- Om det är en direktsänd intervju, tänk på att tala långsamt och tydligt. Bli inte nervös om det blir tyst, fyll inte det utrymmet med mer prat, utan använd det till att formulera ditt budskap.
- Om det är en skriftlig intervju, be att få se dina citat. Peta inte i formuleringar om det inte är direkta felaktigheter.
- Uttrycket "off the record" finns inte. Allt man säger till en journalist kan hamna i media.
- Tacka alltid för intervjun. Tala om att journalisten är välkommen att höra av sig om det är något som måste förtydligas.
- Var alltid trevlig och tillmötesgående. Innan ni skils åt kan du passa på att tipsa om andra saker som är på gång inom distriktet.

Kontakta kansliet!

Kontakta alltid kansliet när du ska ha kontakt med media, så att vi är förberedda och har kännedom om vad som skrivs om oss och om de områden vi bevakar. Vi hjälper dig om du vill ha stöd och vi ser till att sprida artikeln/intervjun.

Anneli Wikström, kommunikatör,

Tel: 0704-47 27 63

e-post: kommunikation@spadbarnsfonden.se

Kansliet via mail: kansliet@spadbarnsfonden.se

Via telefon: 031- 387 57 57 (telefontid vard. 11–15)

Via sms: 0707–77 34 40 (det går bra att smsa utanför ordinarie telefontid)
