



Policy för Bitidningen

Grunden

Bitidningen är Sveriges B odlares Riksförbunds medlemstidning. Den speglar SBR:s yttre och inre liv. Bitidningens arbete utgår från alla människors lika värde.

Tidningen har en självständig roll i organisationen och arbetar efter sunda, journalistiska principer och redaktionell frihet med tryckfrihetslagstiftningen som grund.

Uppgiften

Bitidningens uppgift är att informera om bin och biodling. Den ska stödja och informera såväl aktiva i förbundet på alla nivåer som vanliga medlemmar. Tidningen granskar, inspirerar och ger utrymme för debatt.

Ansvaret

Ansvaret för tidningens utformning och innehåll har redaktören och i sista hand ansvarig utgivare. Till redaktörens hjälp finns ett redaktionsråd vars ordförande är ordinarie ledamot i förbundets styrelse.

Läsarna

Bitidningen görs för sina läsare. Det är en grupp med ett viktigt gemensamt intresse som visar sig på många olika sätt. Det ska tidningen ta hänsyn till och erbjuda ett brett material.

Bitidningen fungerar också som en tvåvägskanal för information inom SBR. De aktiva i förbundet kan förmedla information till medlemmarna via tidningen, å andra sidan kan medlemmar bidra med artiklar och åsikter.

Bilaga till policy – ett arbetsdokument

Vardagsverktygen

Bitidningen görs i ett öppet samarbete med kansli och förbundsledning där tidningen ges tillgång till all information som krävs för att den ska kunna fullfölja sitt uppdrag.

Redaktionsrådet bistår redaktören i arbetet med Bitidningen. Rådet kan till exempel skriva texter, hjälpa till med grovplanering, läsa texter och tjäna som bollplank.

Spelregler för press, radio och TV

Det råder tryckfrihet och yttrandefrihet i Sverige. Det är lag på att vi skall ha tryckfrihet och yttrandefrihet i Sverige, ja t o m grundlag. Det betyder att t ex tidningar och etermedier har stor frihet att framföra vilka åsikter de vill och att trycka och sända de nyheter de anser intressanta. Men den friheten är inte obegränsad. Här kan du läsa om det väsentligaste i de regler som gäller.

PUBLICITETSREGLER

Ge korrekta nyheter

1. Massmediernas roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling.
2. Var kritisk mot nyhetskällorna. Kontrollera sakuppgifter så noggrant som omständigheterna medger, även om de tidigare har publicerats. Ge läsaren/mottagaren möjlighet att skilja mellan faktaredovisning och kommentarer.
3. Löpsedel, rubrik och ingress skall ha täckning i texten.
4. Slå vakt om den dokumentära bilden. Var noga med att bilder och grafiska illustrationer är korrekta och inte utnyttjas på ett missvisande sätt.

Var generös med bemötanden

5. Felaktig sakuppgift skall rättas, när det är påkallat. Den som gör anspråk på att bemöta ett påstående skall, om det är befogat, beredas tillfälle till genmäle. Rättelse och genmäle skall i lämplig form publiceras utan dröjsmål och på så sätt att de kan uppmärksammas av dem som har fått del av de ursprungliga uppgifterna. Observera att ett genmäle inte alltid kräver en redaktionell kommentar.
6. Publicera utan dröjsmål
Pressens Opinionsnämnds klandrande uttalanden i fall som rör den egna tidningen.

Respektera den personliga integriteten

7. Överväg noga publicitet som kan kränka privatlivets helgd. Avstå från sådan publicitet om inte ett uppenbart allmänintresse kräver offentlig belysning.
8. Iaktta stor försiktighet vid publicering av självmord och självmordsförsök särskilt av hänsyn till anhöriga och vad ovan sagts om privatlivets helgd.
9. Visa alltid offren för brott och olyckor största möjliga hänsyn. Pröva noga publicering av namn och bild med hänsyn tagen till offren och deras anhöriga.
10. Framhäv inte berörda personers etniska ursprung, kön, nationalitet, yrke, politisk tillhörighet, religiös åskådning eller sexuell läggning om det saknar betydelse i sammanhanget och är missaktande.

Var varsam med bilder

11. Vad som i dessa regler sägs gäller i tillämpliga delar även om bildmaterial.

12. Bildmontage, retuschering på elektronisk väg eller bildtext får ej utformas så att det vilseleder eller lurar läsaren. Ange alltid i direkt anslutning till bilden om den är förändrad genom montage eller retusch. Detta gäller även vid arkivering.

Hör båda sidor

13. Sträva efter att ge personer, som kritiserats i fakta-redovisande material tillfälle att bemöta kritiken samtidigt. Sträva också efter att återge alla parter:s ståndpunkter. Var uppmärksam på att anmälningar av olika slag kan ha till enda syfte att skada den som blivit anmäld.

14. Tänk på att en person, misstänkt för brott, i lagens mening alltid betraktas som oskyldig om fällande dom inte föreligger. Den slutliga utgången av en skildrad rättssak bör redovisas.

Var försiktig med namn

15. Överväg noga konsekvenserna av en namnpublicering som kan skada människor. Avstå från sådan publicering om inte ett uppenbart allmänintresse kräver att namn anges.

16. Om inte namn anges undvik att publicera bild eller uppgift om yrke, titel, ålder, nationalitet, kön eller annat, som gör en identifiering möjlig.

17. Observera att hela ansvaret för namn- och bildpublicering faller på den som återger materialet.

YRKESREGLER

En stark journalistisk integritet är avgörande för trovärdigheten. Den som granskar samhället måste också själv kunna tåla att bli granskad.

Att journalisten visar hänsyn i arbetet på fältet är viktigt för allmänhetens förtroende. Tilltron till medierna och dess medarbetare bygger på att yrkesreglerna följs.

Journalistens integritet

1. Ta inte i tjänsten emot journalistiska uppdrag av personer utanför den redaktionella ledningen

2. Acceptera inte uppdrag, inbjudan, gåva, gratisresa eller annan förmån - och ingå inte avtal eller andra förbindelser - som kan misstänkliggöra Din ställning som fri och självständig journalist.

3. Ge inte efter för påtryckningar från utomstående i avsikt att hindra eller inskränka berättigad publicitet.

4. Använd inte ställningen som journalist, eller presskortet, till att utöva påtryckning för egen eller andras vinning eller till att skaffa privata förmåner.

5. Utnyttja inte för egen eller andras vinning opublicerade nyheter beträffande ekonomiska förhållanden eller åtgärder hos stat, kommuner, organisationer, företag eller enskilda.

6. Beakta journalistavtalets bestämmelse om att medarbetare inte får åläggas att skriva mot sin övertygelse eller

utföra förödmjukande uppdrag.

Anskaffning av material

7. Tillmötesgå rimliga önskemål från intervjuade personer om att i förväg få veta hur och var deras uttalanden återges.

8. Visa särskild hänsyn mot ovana intervjuobjekt. Uppläs den intervjuade om huruvida samtalet är avsett för publicering eller enbart för information.

9. Förfälska inte intervjuer eller bilder.

10. Visa hänsyn vid fotograferingsuppdrag samt vid anskaffning av bilder, särskilt i samband med olyckor och brott.

11. Beakta upphovsrätten vad avser text och bild och ljud.

12. Ange källan när en framställning huvudsakligen bygger på annans sakuppgifter.

RIKTLINJER MOT TEXTREKLAM

Det är viktigt att värna mediernas trovärdighet och integritet. Detta kräver att medierna står fria och är självständiga i sin medierapportering. Låt inga misstankar uppstå hos allmänheten att utomstående otillbörligt kan påverka innehållet i, eller utöva inflytande över, det som publiceras. Se till att ingen sammanblandning kan ske av redaktionellt material och reklambudskap.

Checklista mot textreklam:

Var särskilt vaksam och kritisk vid följande situationer:

- när utomstående erbjuder idéer och förslag till material som är sammankopplade med motprestationer i någon form

- när erbjudanden lämnas om resor och förmåner som är gratis eller kraftigt subventionerade

- när förhandslöfte om publicitet efterfrågas

- när produkter/tjänster i konsumentupplysande material redovisas. Låt det klart framgå hur urvalet ägt rum, hur produkter/tjänster blivit jämförda eller testade samt att redaktionen är avsändare. Eftersträva mångsidighet vid sådana redovisningar så att otillbörligt gynnande inte sker

- när utomstående intressenter, t ex PR-byråer, lobbyister, forskare, företag, myndigheter eller organisationer, bidrar med information och upplysningar. Det gäller särskilt inom områden där lagen inskränker rätten att publicera reklam, till exempel för läkemedel, tobak, alkohol och reklam riktad till barn

- vid publicitet kring företags, organisationers eller myndigheters verksamhet, produkter eller andra arrangemang, så att ett otillbörligt gynnande inte sker

- vid publicitet kring egen försäljning av varor och tjänster samt egna arrangemang

- när arrangemang genomförs i samverkan med utomstående så att det, där det är relevant, framgår med vem samarbetet sker och förutsättningarna för samarbetet

- när produkter eller varumärken exponeras i sammanhang som kan antas utgöra produktplacering

- Svenska Journalistförbundet
- Box 1116 – 111 81 Stockholm
- Besöksadress: Vasagatan 50

- Telefon: 08-613 75 00
- E-post: kanslet@sjf.se
- Om hemsidan och om cookies

Webbredaktör: Petra Jankov Picha
Ansvarig utgivare: Anita Vahlberg
© Svenska Journalistförbundet 2009