

# SYDSVENSKAN

SYDSVENSKA DAGBLADET SNÄLLPOSTEN · GRUNDAD 1848



## ”Vår trovärdighet sitter i betraktarens ögon”

Daniel Sandström, chefredaktör och utgivare



### ETIK OCH JOURNALISTIK

#### Publicistiska regler

##### Namnpubliceringar

- Publiceringar av namn på enskilda personer som nämns i negativa sammanhang är alltid en fråga för ansvarig utgivare. Offentliga personer måste tåla en mer närgången granskning.
- Tänk på att även om en person inte namnges kan tillräcklig information finnas i text och på bild för att personen i en mer eller mindre begränsad krets kan anses vara indirekt utpekad.

##### Bilder

- Nyhetsbilden är dokumentär. Det är verklighetsförfalskning att förutom sedvanlig ljus- och färgbehandling i datorn eller på annat sätt korrigera, ändra eller flytta saker i en bild som ska publiceras.
- Ange tydligt om en bild är ett montage.
- Det är viktigt att du noga kontrollerar äktheten i nyhetsbilder som i digital form kommer utifrån. Du måste så långt det är möjligt förvissa dig om att bilden inte är en förfalskning eller förvanskning.
- Var mycket försiktig med att använda arkivbilder med personer som genrebilder. Vi vet inte ens om de lever vid publiceringen.
- Värna den personliga integriteten vid webbpublicering av olycksbilder. Anhöriga ska inte kunna identifiera närstående via webben. Rådgör med utgivare eller närmaste chef om vad som är lämpligt.

##### Barn

- Var aktsam när du intervjuar och/eller fotograferar barn, eftersom det idag finns många barn med skyddad identitet eller som är i situationer som kan skada dem eller deras föräldrar eller anhöriga.
- Förvissa dig om att vård-

På Sydsvenskan ska vi följa de etiska regler som är framtagna för press, radio och tv. Och vi förutsätter att alla som jobbar här känner till och följer dessa regler.

- Håll dig uppdaterad om de pressetiska reglerna och etisk praxis, exempelvis genom att följa PO/PON-beslut.

- Stäm alltid av med din närmaste chef när du är tveksam eller osäker.

- Avgörande är inte hur vi internt uppfattar saker, utan hur läsaren gör det.

- Vår etik gäller den tryckta tidningen Sydsvenskan, Sydsvenskan.se och sociala medier som är kopplade till Sydsvenskan.

- Sydsvenskan och dess journalister är maktavare och måste finna sig i att granskas. Vi måste kunna försvara det vi gör offentligt. Vi ska vara transparenta.

- Under hösten 2009 har alla på redaktionen fått ett eget exemplar av Torbjörn von Kroghs bok "Medieetik". Den som inte fått ett exemplar kan vända sig till Lena Prawitz. Läs den!

- På tidningen finns en etikgrupp, som regelbundet träffas och diskuterar aktuella pressetiska och yrkesetiska frågor. Kontakta Lena Prawitz (1202) om du har någon fråga som du tycker att etikgruppen ska ta upp.

- Därutöver ska nedanstående gälla och vara ett levande policydokument.

nadshavare gett sitt tillstånd eller medgivande om ett barn ska intervjuas eller fotograferas. Stäm av med din chef i tveksamma fall.

- Var restriktiv med att använda genrebilder av barn.

##### Självmord

- Vi ska inte utan ansvarig utgivares medgivande skriva att en person begått självmord.

##### Tystnadsplikt

- Glöm inte att du som journalist har tystnadsplikt enligt grundlagen.
- Tänk på att inte berätta om interna saker på bloggar och i Twitter. Tänk på att du representerar Sydsvenskan också i sociala medier, var försiktig med uttalanden eller manifestationer som kan påverka synen på Sydsvenskan och tidningens trovärdighet.

##### Bemötanden

- Var generös med bemötanden och genmälen. Vår trovärdighet vilar på att vi alltid strävar efter att det ska bli rätt i tidningen.

##### Artiklar om Sydsvenskan

- Artiklar om oss själva ska alltid förankras med utgivare eller med någon ur redaktionsledningen.

##### Bilagor och reklamutskick med tidningen

- Det är viktigt att vi alltid tydligt skiljer på vad som är redaktionell text och vad som är annonsutrymme.

##### Textreklam

- Vi följer Tidningsutgivarnas riktlinjer mot textreklam.
- Var restriktiv med artiklar som kan tolkas som textreklam. Uppgifter om företag eller vara liksom prisuppgifter kan anges när det är journalistiskt relevant. Vi måste också kunna sätta ut tid och plats för ett evenemang när det är journalistiskt motiverat.
- Stäm alltid av med ansvarig på redaktionen om du är tveksam.

## Yrkesregler

##### Aktieinnehav och aktiehantering

- Alla journalister ska känna till att de lyder under den så kallade marknadsmissbrukslagen, tidigare insiderlagen.
- Journalistiska medarbetare som har tillgång till

börspåverkande information ska lämna uppgift om sitt aktieinnehav eller liknande till chefredaktören.

- Journalistiska medarbetare som har tillgång till börspåverkande information får inte göra så kallade korta affärer. Med korta affärer menas att värdepapperet avyttras en månad efter införskaftet.
- Journalistisk medarbetare får inte köpa eller sälja aktier i ett bolag under tid som denne arbetar med en artikel om bolaget.

##### Medlemskap i organisationer

- Journalistisk medarbetare som är medlem eller aktiv i politiska partier får inte bevaka politiska frågor eller politiska beslut.
- Journalistisk medarbetare som är medlem eller aktiv i en opinionsbildande organisation får inte skriva om frågor som den organisationen driver.
- Journalistisk medarbetare som är aktiv medlem i en förening eller en organisation ska inte bevaka evenemang eller rapporter om händelser där den egna föreningen/organisationen eller konkurrenxföreningar/organisationer är inblandade.

##### Jäv

- Journalistisk medarbetare ska inte bevaka frågor som denne på något sätt är personligt involverad i.
- Journalistisk medarbetare ska inte heller bevaka frågor där det finns en personlig relation till någon, till exempel maka, barn, föräldrar eller andra anhöriga.

##### Ersättning från utomstående

- Journalistisk medarbetare ska i görligaste mån ställa upp och berätta om vår journalistik utanför arbetsplatsen, men ska ha chefredaktörens eller redaktionschefens tillstånd för sådana engagemang.
- Om en medarbetare används i annonsering eller reklam för ett evenemang ska detta godkännas av chefredaktör eller redaktionschef.

##### Inte utnyttja vår ställning

- Använd inte din tjänsteställning för att skaffa dig privata förmåner.
- Var restriktiv med att ta emot biljetter om det inte är kopplat till din tjänstutövning eller dina arbetsuppgifter.
- Undvik att ta emot gåvor som inte är enklare reklamartiklar eller arbetsmaterial, som recensionsexemplar.

- Utnyttja inte din ställning som journalistisk medarbetare genom att skriva privata brev på tidningens brevpapper eller använda Sydsvenskans e-post för privata mejl för att exempelvis klaga på något.

##### Sociala medier

- Tidningen uppmanar alla att använda sociala medier som bloggar, Twitter, Facebook och liknande, men tänk på att det finns en gräns för vad man kan skriva och tycka utan att det påverkar ens journalistiska trovärdighet.
- Bloggar och Twitter under Sydsvenskan.se faller under ansvarig utgivare, men tänk på att du är personligt ansvarig för det du skriver på privata bloggar, etcetera.
- Tänk också på att uppgifter som är kända på redaktionen, där det råder tystnadsplikt, inte får yppas för utomstående.

##### Webben

- Sydsvenskan.se ska följa samma regler som gäller för tidningen, men tänk på att nätet inte stoppas av nationella gränser. Det är viktigt att vi behandlar de i utlandet boende som om de bodde i Sverige.
- Vi måste noga kontrollera informationen på de sidor vi har länkar till.
- Beslut om att ta bort eller ändra i artiklar som finns på webben ska fattas av chefredaktör eller redaktionschef.

##### Frilansar och vikarier

- Arbetsledare som köper in och låter publicera material av frilansar ska så långt det är möjligt förvissa sig om att frilansmedarbetaren inte agerar i strid med Sydsvenskans etiska policy.

**”Det viktigaste är inte att vi får rätt, utan att det blir rätt i tidningen.”**

Peter Melin, chefredaktör och utgivare 2005-2008, mottagare av "Olle Stenholms pris för etik och debatt" första gången det delades ut 2008.