

Idéblad

Tryggare och Mänskligare Göteborg vill lyfta fram olika exempel på trygghetsarbete som pågår i staden genom offentliga och privata aktörer, föreningar, eldsjälar och många andra. Tanken är att inspirera till nya trygghetsskapande processer.

..... Göteborgs centrala brottsförebyggande råd



STRATEGISKT MEDIEARBETE INOM SOCIALTJÄNSTEN



Göteborgs Stads socialtjänst har sedan 2008 en egen mediegrupp, som består av fem invid- och familjeomsorgschefer från lika många stadsdelar. Främre raden: Lena Säljö (från stadsdelen Biskopsgården), Ingaliil Balheden (Kärra-Rödbo) och Kerstin Wadman (Frölunda). Bakre raden: Arne Wiik (Centrum) och Juan Navas (Lärjedalen).

PILOTPROJEKT SOM GER MER KOMPLETT MEDIEBILD



För att kunna göra sin röst hörd och förmedla sin bild av verkligheten i radio, tv och tidningar krävs aktivt och medvetet arbete med massmediefrågor. Göteborgs Stads socialtjänst har deltagit i ett pilotprojekt som omfattar utbildning, diskussioner, analyser och metodutveckling för att kunna bidra till en mer nyanserad och komplett offentlig bild.

Ett medvetet och strukturerat arbete med mediefrågor har gjort att socialtjänsten i Göteborg oftare hörs i det offentliga samtalet. Det har också förbättrat medborgarnas möjligheter att få en mer fullständig och nyanserad verklighetsbild.

Sedan Göteborgs socialtjänst började arbeta strategiskt med mediefrågor har man blivit en mer aktiv och synlig aktör i lokala tidningar, tv- och radionyheter. Större kunskaper om de journalistiska mekanismerna, en tydligare struktur och ett mer offensivt sätt att närma sig massmedierna har gjort göteborgarnas bild av verksamheten mer komplett.

För det var just där förändringsarbetet föddes: i en känsla av att det fanns stora luckor i medierapporteringen om exempelvis brottslighet och sociala problem.

– Det fanns en frustration över att vår bild av vissa situationer aldrig syntes, medan andra aktörers perspektiv, till exempel polisens, nästan alltid fanns med, säger Ingalill Balheden, chef för individ- och familjeomsorgen i stadsdelen Kärra-Rödbo och medlem av Göteborgs socialtjänsts mediegrupp.

Denna brist bekräftades också i den studie som genomfördes av Tryggare och Männligare Göteborg under 2006 och 2007. Där gick man under

en tremånadersperiod igenom vad de lokala tidningarna Göteborgs-Posten, Göteborgs-Tidningen och Metro, samt de nu nedlagda City Göteborg och Punkt SE, skrev om ungdomar och ungdomsbrott.

– Vi gjorde undersökningen för att ha ett underlag till en diskussion om mediefrågor och tittade bland annat på vilka reportrarna ställde sina frågor till och vem avsändaren var bakom det som rapporterades. Vi såg att de aktörer som aktivt arbetar med mediefrågor var bättre på att få ut sin bild, medan andra i princip inte syntes alls – bland dem socialtjänsten. Och det leder givetvis till en skev verklighetsbeskrivning när medierna bara använder vissa källor. Särskilt om de avsändare som bidrar med information om nyhetshändelser även får stå för analyser, förklaringsmodeller och förslag på förändringar, säger Sonny Mattisson, medie- och informationsansvarig på Tryggare och Männligare Göteborg.

Studien blev avstampet för ett pilotprojekt som riktade sig till socialtjänsten och förutom Sonny Mattisson även leddes av Jens Lisell på Göteborgs stadskanslis kommunikationsenhet. Målsättningen var att sprida kunskap om mediefrågor och väcka lust att arbeta mer medvetet med dem. Men också att hitta former för ett mer systematiskt och kontinuerligt informationsarbete. De två pilotstadsdelar som deltog var Kärra-Rödbo och Biskopsgården.

Projektet omfattade bland annat utbildning om hur medier fungerar, hur journalister arbetar och varifrån de får sin information, inventeringar av mediebilderna av den egna stadsdelen och diskussioner om sådant som att se sig själv som avsändare och medial aktör.

Nästa steg blev att hitta metoder för en väl fungerande kommunikation och att dokumentera och sammanställa dessa arbetsformer till ett studie- och informationsmaterial som även ska kunna användas inom andra verksamhetsområden. Under projektets gång uppmärksammades behovet av större samordning och tydligare ansvarsfördelning så att viktiga gemensamma informationsinsatser inte ska kunna falla mellan stolarna – något som deltagarna menade att det annars fanns en risk för, eftersom det sociala arbetet i Göteborg pågår parallellt inom 21 olika stadsdelsförvaltningar.

Därför bildades 2008 en mediegrupp, som består av individ- och familjeomsorgschefer från fem geografiskt väl spridda stadsdelar och som både fungerar som en kontaktresurs för de lokala medierna och en gemensam informationskanal för hela Göteborgs socialtjänst. Jens Lisell och Sonny Mattisson kontaktade Göteborgsmedierna för att informera om gruppens existens.

– Vi fick ett gott mottagande direkt och nu hör medierna av sig ganska ofta. Det är tydligt att de ser detta som en tillgång och för vår del innebär det att vi syns och hörs mer än tidigare. Tack vare gruppen är vi inte heller lika utsatta som enskilda individer utan kan vid behov gå i gemensamt svaromål på ett annat sätt. Förhoppningsvis bidrar detta i förlängningen till ett ökande förtroende för socialtjänsten, säger Lena Säljö, individ- och familjeomsorgschef i Biskopsgården och medlem av mediegruppen.

Ett kvitto på att gruppen både behövdes och fungerade var när de hemlösa tidning Faktum tvärtemot gängse publicistisk sed publicerade namnen på enskilda socialarbetare vars beslut de var kritiska mot. Mediegruppen kunde då med stöd från kommunikationsenheten nå ut med sin bild via debattartiklar och deltagande i radiodebatter.

Satsningen på mediefrågor har även tagits väl emot ute i stadsdelsförvaltningarna:

– Vi pratar mycket om detta i vår stadsdel. Mediefrågorna har lyfts fram och kommit upp på dagordningen på ett helt annat sätt, säger Ingalill Balheden.

Jens Lisell, rådgivare i kommunikations- och mediefrågor på Stadskansliet och delaktig som utbildare, stöd och mediekontakt i projektet, betonar också vikten av öppenhet mot Göteborgs kommuninvånare:

– Det handlar om trovärdighet. Vi ska vara professionella, opartiska och sakliga och berätta om både det som fungerar och det som inte gör det. Det sociala området är svårt, bland annat på grund av sekretessen, men också för att det är komplexa frågor som ofta väcker känslor. Då är det desto viktigare att kunna ge en komplett helhetsbild. Konstruktiv kommunikation gynnar alla, och det här arbetssättet kan bilda modell även för andra områden, som skolan och äldreomsorgen.

SÅ GJORDE VI

- Under tre månader i slutet av 2006 och början av 2007 gjorde Sonny Mattisson, Zan Jankovski och Ann Hanbert på Tryggare och Mänskligare Göteborg en studie där man gick igenom vad de lokala tidningarna Göteborgs-Posten, Göteborgs-Tidningen och Metro samt de nu nedlagda City Göteborg och Punkt SE skrev om ungdomsbrottslighet och ungdomar.
- I undersökningen blev det bland annat tydligt att de aktörer som aktivt arbetar med mediefrågor - som polisen och rättsväsendet - ofta fick ge sin bild av verkligheten i medierna, medan andra, som socialtjänsten, knappt syntes alls.
- Undersökningen utgjorde avstamp och diskussionsunderlag för ett pilotprojekt som riktade sig till Göteborgs socialtjänst och leddes av Sonny Mattisson, medie- och informationsansvarig på Tryggare och Mänskligare Göteborg, och Jens Lisell, rådgivare i kommunikations- och mediefrågor på Stadskansliet. Målsättningen var ökade kunskaper om mediefrågor samt mer medvetna, systematiska och kontinuerliga arbetsformer och en tydligare ansvarsfördelning.
- Två av Göteborgs 21 stadsdelsförvaltningar, Kärra-Rödbo och Biskopsgården, blev pilotstadsdelar.
- I projektet ingick bland annat:
 - Utbildning om hur medier fungerar, hur journalister arbetar och varifrån de får sin information.
 - Inventeringar av mediebilderna av den egna stadsdelen.
 - Diskussioner om bland annat vikten av att se sig själv som avsändare och medial aktör.
 - Framtagande av metoder för en väl fungerande kommunikation.
 - Dokumentation och sammanställning av dessa modeller till ett studie- och informationsmaterial som även ska kunna användas inom andra verksamhetsområden.
- Som en följd av arbetet bildades 2008 en gemensam mediegrupp, som fungerar som talespersoner för hela Göteborgs socialtjänst och kontaktpersoner för de lokala massmedierna. Gruppen består av fem individ- och familjeomsorgschefer från fem göteborgska stadsdelar med god geografisk spridning.

SVÅRIGHETER

- Det är svårt att i kamp med andra starka aktörer ta plats och få ut sin bild i medierna.
- Med en verksamhet som är uppdelad på 21 stadsdelar kan

KONTAKT

- Ingalill Balheden, chef för individ- och familjeomsorg i Kärra-Rödbo, ingår i Göteborgs socialtjänsts mediegrupp: 0736-66 98 10, ingalill.balheden@karra.goteborg.se
- Lena Säljö, chef för individ- och familjeomsorg i Biskopsgården, ingår i Göteborgs socialtjänsts mediegrupp: 0703-93 66 11, lena.saljo@biskopsgarden.goteborg.se
- Jens Lisell, rådgivare i kommunikations- och mediefrågor på Stadskansliet: 031-368 03 54, 0707-61 11 30, jens.lisell@stadshuset.goteborg.se
- Sonny Mattisson, medie- och kommunikationsfrågor, Tryggare och Mänskligare Göteborg: 031-368 05 20, sonny.mattisson@stadshuset.goteborg.se

ansvaret för de gemensamma informationsfrågorna lätt falla mellan stolarna.

- När medierna har rapporterat om något negativt kan det vara svårt att få ut en ny positiv bild när det sedan faktiskt har gjorts förändringar och förbättringar.
- Socialtjänstens sekretess gör att vissa frågor blir mer medialt svårhanterliga än i annan kommunal verksamhet, där det mesta är offentligt.
- Nyhetsmedierna kräver ofta att allt ska gå snabbt, och det är inte alltid det ordinarie arbetet bara går att lägga åt sidan för att svara på frågor.

LÄRDOMAR

- Var inte för många i en arbetsgrupp utan se till att ha en hanterlig storlek.
- Blunda inte för svårigheter, problem och dilemman. Syftet med ett medvetet mediearbete är att nyansera och komplettera bilden - inte att försköna den! Ytterst handlar det om trovärdighet.
- Säg inte "Det går inte!". Det är klart att det går!
- Tydlig struktur och professionellt stöd ger stor effekt. Likaväl som socialtjänsten tar in juridisk och ekonomisk kompetens så kan man även anlita journalistisk expertis.

TIPS

- Utgå från någon form av undersökning eller annat material som kan utgöra ett diskussionsunderlag, så att ni har något att samlas kring.
- Ha ett öppet samtalsklimat, bejaka allas kreativitet och låt allas synpunkter få komma fram.
- Arbetet måste bygga på frivillighet och eget engagemang - "ditkommenderade" medarbetare ger inget bra resultat.
- Dokumentera metoder och modeller så att de kan leva vidare.
- Var väl förberedd i kontakten med medier, så känner du dig trygg och slipper obehagliga överraskningar. I princip kan man inte förbereda sig för mycket.
- Hjälps åt och slut er samman så att ni har stöd av varandra. Och ta hjälp utifrån om det behövs.