

ARBETSLIVS REDAKTIONELLA MANUAL

2019



Innehåll

Fakta om tidningen	3
Uppdrag	3
Läsarna	4
Journalistiken	4
Språket	6
Skriv rätt	6
Textpolicy	8
Bilder	9
Arbetsliv på webben	9
Kontakt	10
Avtal och fakturering	11



Fakta om tidningen

Tidningen Arbetsliv utkommer med sex nummer per år och är gratisprenumererad. Arbetsliv på webben uppdateras dagligen. En sammanställning av webbnyheterna skickas löpande ut i form av ett nyhetsbrev. Papperstidningen har en TS-kontrollerad upplaga om 138 900 exemplar (2017). Nyhetsbrevet med webbnyheter har cirka 8 900 prenumeranter. Arbetsliv på webben hade 397 000 besök förra året.

Tidningen ges ut av Prevent, en ideell organisation som ägs av Svenskt Näringsliv, LO och PTK, det vill säga fack och arbetsgivare

tillsammans. Prevent förmedlar kunskap om hur man genom ett hälsofrämjande arbetsmiljöarbete kan skapa framgångsrika företag där alla är säkra och mår bra. 1993 kom det första numret av tidningen ut.

Webben innehåller i större utsträckning än papperstidningen kompletterande fakta och information genom länkar till ursprungskällan; rapporter, databaser, undersökningar och tidigare publicerade texter.

Innehållet i webbtidningen ska om möjligt kopplas till papperstidningen och tvärtom. De ska leva i symbios med varandra.

Arbetslivs uppdrag

Tidningen Arbetsliv med webbnyheter ska ge läsarna kunskap om arbetsmiljöfrågor och insikt i olika arbetsmiljöproblem. Genom tips och exempel ska tidningen inspirera till förbättringar av den egna arbetsmiljön. En annan viktig uppgift är att visa hur arbetsmiljö- förbättringar kan göras i samverkan mellan chef och skyddsombud. Arbetsliv ska kunna användas på ett praktiskt och handgripligt sätt i ett arbetsmiljöarbete. Därför innehåller varje nummer

tipsinriktade artiklar.

Tidningens vision

Framgångsrika företag med ett hälsofrämjande arbetsmiljöarbete.

Tidningens motto

- aktuell
- nyttig
- inspirerande
- vardagsnära.

Arbetsliv på webben:
www.prevent.se/arbetsliv

Arbetsliv på Facebook:
www.facebook.com/tidningenarbetsliv

Arbetsliv på Twitter:
www.twitter.com/tidnarbetsliv

Läsarna

Tidningen distribueras kostnadsfritt till de som arbetar med arbetsmiljöfrågor på landets arbetsplatser.

Tidningens målgrupper

- Skyddsombud som är nya i rollen och vill veta mer om arbetsmiljö.
- Skyddsombud som arbetar på små och mellanstora företag där det inte finns skyddskommittéer.
- Chefer utan tillgång till personalavdelningar.
- Ensamma personalchefer på små och mellanstora företag.

Webbtidningens målgrupper

Målgruppen består av arbetsmiljökunniga; aktiva och kunniga personer inom branschen. Exempel på målgrupper är

- skyddsombud/arbetsmiljöombud
- chefer
- konsulter och företagshälsovård
- arbetsmiljöingenjörer
- arbetsmiljöhandläggare.

Journalistiken

Arbetsliv är varken en renodlad facklig tidskrift eller en renodlad arbetsgivar-tidskrift. Båda parterna ska få komma till tals i samma utsträckning. Arbetsliv ska spegla utvecklingen på arbetsmiljöområdet på ett journalistiskt sätt och utifrån en professionell nyhetsvärdering. Arbetsliv bevakar främst den privata sektorn men skriver om arbetsmiljöfrågor ur ett brett perspektiv.

Arbetsliv på webben

Till skillnad från papperstidningen, som ägnar sig åt mer djupgående reportage och porträtt, är webben primärt en nyhetskanal. Med tanke på papperstidningens glesa utgivning är webben ett utmärkt komplement för att hålla läsarna uppdaterade om vad som händer på arbetsmiljöområdet.

Utgångspunkten för webbtexter är desamma som för texter i papperstidningen. Båda kanalerna ska ha samma redaktionella framtoning.

Innehåll

Vi ger läsarna praktiska råd och tips på hur olika arbetsmiljöproblem kan lösas så att de ska kunna gå vidare på egen hand. Det görs bland annat genom fördjupning i reportage och tipsinriktade artiklar.

Vi bevakar och följer upp forskning och innovationer inom arbetsmiljöområdet och visar hur de kan omfattas i praktiken.

Vi bevakar och följer upp utvecklingen av arbetsplatsolyckor samt arbetsskador och sjukdomar och hur de kan förebyggas.

Vi bevakar och följer upp politiska beslut samt nya lagar och regler som påverkar arbetslivet och arbetsmiljöarbetet.

Sidplanering papperstidningen

Papperstidningen följer en mall och varje nummer innehåller utöver nyhetssidorna ett antal, så kallade, fasta avdelningar.

Fokus: Granskande, utredande jobb med tydlig nyhetsvinkel. Till exempel nya regler, statistik, forskning. Exempel: Mäns och kvinnors uttag av vab (vård av barn).

Reportage: Lång bärande text som kompletteras med faktarutor eller grafik. En spännande djupdykning i ett ämne. Gärna ett populärvetenskapligt anslag, tänk Forskning & Framsteg. Exempel: arbetsmiljö i filmbranschen, ljud och hörsel- hur funkar det.

Så gjorde vi: Tips hur andra gjort i en aktuell arbetsmiljöfråga. Enkätform. Exempel: Så gjorde vi när vi gick från traditionellt kontor till aktivitetsbaserat kontor.

Arbetsplatsen: Bildreportage. Kan t.ex. vara rolig arbetsplats man blir nyfiken på eller typiska arbetsplatser med typiska arbetsmiljöproblem.

Ledarskap: Plock och korta notiser om ledarskap, psykologi och gruppdynamik. Exempel: Leda introverta medarbetare.

Uppdrag chef/skyddsombud: Ett porträtt av en chef eller ett skyddsombud i privat sektor. Fokus är på själva uppdraget.

Så gör du: Ska kunna användas som ett verktyg för den som vill göra en förändring på jobbet eller personligen. Exempel: "10 steg till en lyckad skyddsron".

Må bra: Plock och korta notiser kring hälsa, ergonomi, fysionomi, träning och kost.

Etiska regler

Tidningen Arbetsliv följer spelreglerna för press, radio och tv. Det innebär bland annat att

- vi är källkritiska och granskar faktauppgifter
- vi erbjuder berörda och kritiserade parter samtidigt bemötande
- vi är generösa med länkar till våra källor (rapporter, avhandlingar, statistik etc) så läsarna själva kan fördjupa sig
- vi strävar efter en jämn könsfördelning på intervjupersoner.

Språket

Tidningen Arbetsliv ska ha ett språk som alla förstår. Det innebär att vi undviker krångliga termer och begrepp samt branschspråk. Läsarna ska kunna förstå och tillgodogöra sig innehållet i tidningen utan att ha specifika arbetsmiljökunskaper. Principen är att vi skriver för mottagaren och inte för uppgiftslämnaren.

- Vi använder ett begripligt, konkret och aktivt språk. Med aktivt menas här att medvetet välja tempus och växla mellan pratminut och refererande text.
- Vi presenterar personer med för- och efternamn.

Skriv rätt

Tidningen Arbetsliv utgår från TT-språket, skrivregler som nyhetsbyrån TT formulerat. Läs mer om dessa på:

www.tt.se/ttsprak

Datatermer (exempel)

- internet skrivs alltid med gement i, däremot skrivs IT versalt
- mejl eller mejla
- webbplats

Företagsnamn

Vi undviker stavningssätt som kan uppfattas som textreklam och använder inte företags logotyper eller motsvarande i löpande text. Namn som skrivs med versaler eller med en versal mitt i ordet avviker från svenska skriftnormer och normaliseras

- Vi skriver ut förkortningar. Detta gäller även förkortningar inom vårt ämnesområde så som exempelvis BAM och SAM.

- Vi använder direkt tilltal och undviker ”man”.

I personporträtt och reportage undviker vi att väva in berättarjaget om det inte finns en tydlig poäng med det. Huvudregeln är att det är intervjupersonen som ska stå i centrum.

därför. Exempelvis blir FöreningsSparbanken Föreningssparbanken, IKEA blir Ikea och S|E|B blir SEB.

Ägarorganisationernas namn

Prevents huvudmän och anslagsgivare skrivs enligt följande:

- Svenskt Näringsliv, LO, PTK och AFA Försäkring.

Centrala verk och myndigheter

Följande centrala verk och myndigheter skrivs alltid med versal begynnelsebokstav:

- Arbetsmiljöverket
- Försäkringskassan (när man refererar till ett lokalkontor, till exempel försäkringskassan i Motala, används gemen begynnelsebokstav)

- Socialstyrelsen
- Arbetsdomstolen.

Myndigheter vilkas namn är en personbeteckning skrivs med gemen begynnelsebokstav:

- diskrimineringsombudsmannen
- riksåklagaren.

Departement

Departementen skrivs med gemen begynnelsebokstav eftersom de både är namn och benämningar:

- arbetsmarknadsdepartementet
- socialdepartementet.

Regering, riksdag, riksdagens utskott och institutioner skrivs med gemen begynnelsebokstav:

- regeringen
- arbetsmarknadsutskottet.

Lagar

Lagar skrivs med gemen begynnelsebokstav, till exempel:

- Vid årsskiftet träder några viktiga ändringar i arbetsmiljölagen i kraft.

Förkortningar

- Undvik att använda förkortningar. I Arbetslivs texter skrivs förkortningar ut: bland annat, till exempel, det vill säga, med mera, etcetera.
- Förkortningar på företag, myndigheter, organisationer och liknande som inte är allmänt kända skrivs ut första gången de förekommer i texten.
- Använd inte heller sådana kortformer av namn och dylikt som kan skapa oklarheter, särskilt inte första gången namnet

förekommer i texten, till exempel BAM och SAM.

- Förkortningar på företag, organisationer och dylikt som är namn och som uttalas bokstav för bokstav skrivs med versaler; TCO, SKTF, LO, SCA.

- Förkortningar på företag, organisationer och dylikt som är namn och som uttalas som ord skrivs med versal begynnelsebokstav; Jas, Nato, Sida.

Sammanskrivning/särskrivning

Även här följer vi TT-språkets skrivregler.

Sammanskrivning rekommenderas bland annat för:

ibland, isär, itu, ihop, ihåg.

Särskrivning rekommenderas bland annat för:

i dag, i morgon, i går, i stället.

Sifferuttryck

Tal skrivs normalt med bokstäver till och med tolv.

Undvik kollisioner som Han har två barn, elva och 13.

Börja inte ett nytt stycke med siffror. Välj hellre bokstäver: Femton personer skadades.

Vid decimaltal används alltid siffror, till exempel 4,7 kg.

I texter om ekonomi används siffror. Använd formerna miljoner, miljarder, procent och kronor.

Kolon och semikolon

Kolon används före en uppräkningslista eller med syftning på efterföljande mening. Semikolon är ett alternativ till punkt, komma eller tankstreck mellan satser som hör ihop.

Modeord

Undvik modeord och värdeladdade ord.

Svensgelska

I arbetslivet förekommer många engelska ord och uttryck. Försök i så stor utsträckning som möjligt att hitta svenska alternativ. Skriv

till exempel handplocka i stället för head-hunta, återkoppling i stället för feedback och lägga ut i stället för outsourca. På TT-språket finns en förteckning över de vanligaste svengelska uttrycken.

Textpolicy

Ingress

Ingressen är den viktigaste delen av artikeln. Den ska väcka läsarens intresse och vara slagkraftig.

- Undvik långa, tillkrånglade meningar. Två till tre korta meningar räcker, inte mer.
- De viktigaste uppgifterna i artikeln måste finnas i ingressen och i de första styckena.
- Undvik pratminus i ingressen.

Rubrik och bildtext

Ge gärna förslag på rubriker och bildtexter.

Pratminus

Undvik att stapla pratminus på varandra.

Faktarutor

Vi underlättar för läsaren genom att strukturera materialet exempelvis genom uppdelning av texter i flera textblock, checklistor, faktarutor, grafik och webblänkar.

Byline

Skriv ditt namn efter texten.

Textlängder i papperstidningen

Textlängder anges alltid inklusive blanksteg (rubrik, bylines, ev citat ingår ej i teckenlängden).

- Uppslag, 6 000 tecken inklusive faktaruta.
- Helsidesartikel, 3 000 tecken inklusive faktaruta.
- Nyhetsartikel (stor) 1650 tecken + fakta 400
- Reportaget, 9 000 tecken + faktarutor om cirka 400 tecken per styck ev tidslinje 400.
- Uppdrag skyddsombud/chef, 3 200 tecken + 320 personfakta + tips 400.
- Ledarskap 6 000 tecken inkl faktarutor.
- Så gör du 3 500 tecken.
- Fokus 4 400 tecken + fakta 400 + Så säger lagen 380.
- Så gjorde vi 1 200 tecken per person inkl fakta.
- Krönika 2 500 tecken.
- Prevent 1 750 tecken + 3 x 500 tecken.

Textlängder på webben

Texterna bör hållas mellan 2 000 och 3 000 tecken. En ingress ska inte vara längre än cirka 200 tecken inklusive blanksteg för att passa in i den mall som finns för startsidan och tidningssidan.

CHECKLISTA › INNAN LEVERANS

- › Texten har den vinkel vi kommit överens om.
- › Texten är av överenskommen längd.
- › Pratminus är inte staplade på varandra.
- › Förkortningar är utskrivna.
- › Korrfel är rättade.
- › Alla personer har rättstavade för- och efternamn
- › Språket är rakt och enkelt samt följer TT-språkets regler. Undvik forskarspråk.
- › Din byline finns med i slutet av artikeln.

Bilder

- Bilderna i papperstidningen ska ge ett mervärde till texten.
- Bilderna ska ha en tydlig vinkel som arbetats fram av bildredaktör och fotograf och eventuellt layoutansvarig.

För dig som fotograferar

Diskutera uppdraget noga tillsammans med tidningens bildredaktör innan du sätter igång. Du kan även ta hjälp av tidningens layoutansvarige. Observera att bilder som fotas för papperstidningen i vissa fall kan publiceras på webben. Gör klart med redaktören på förhand om du vill ha extra betalt för det.

Tekniska krav

Alla bilder som lämnas till Arbetsliv ska vara väl förberedda för tryck. Nedan är en lista över de tekniska kraven:

- Alla bilder ska lämnas i RGB.
- Bilderna ska inte vara skärpta.
- Filformatet ska vara jpg med högsta kvalitet eller tif.
- Bildstorleken ska hålla för helsida och vara i 300 dpi.
- Glöm inte att fylla i filinformation med uppgifter om namn på intervjupersoner, plats, datum och fotograf.

Kontakt



Ansvarig utgivare: Fredrica Sjöström
fredrica.sjostrom@prevent.se
08-402 02 00, 072-858 12 48



Chefredaktör: Marianne Zetterblom
marianne.zetterblom@prevent.se
08-402 02 52, 070-717 30 12



Redigering och layout: Malin Drougge
malin.drougge@prevent.se
08-402 02 55, 073-988 04 46



Bildredaktör: Maria Claesson
maria.claesson@prevent.se
08-402 02 11, 070-574 93 10



Administration: Annicka Lindström
annicka.lindstrom@prevent.se
08-402 02 15, 070-728 35 56

Annonsförsäljning: Bengtsson & Sundström Media, kontakt@bs-media.se, 08-10 39 20

Tryckeri: V-TAB vimmerby, info@v-tab.se, 010-480 60 00

Avtal och fakturering

Gör klart villkoren i ditt uppdrag innan du börjar göra jobbet. Skriv gärna en order-bekräftelse.

Prevent förbehåller sig rätten att publicera texter till papperstidningen även på webben. För det får skribenten extra betalt.

Lägg till 5 procent av arvodessumman i fakturan innan du räknar till eventuella övriga kostnader. Vice versa förekommer det att vi publicerar webbtexter i pappers-tidningen. Även där är det 5 procents påslag som gäller.

Moms på redaktionell text är 6 procent.

Prevent tillämpar 30 dagars betalningsvillkor.