



## Veileder for kommunikasjon i Nmf

Vedtatt: 20.03.2015 av Nasjonalt styre, Norsk medisinstudentforening

### Fire oppsummerende punkter

- 1) Når det er aktivitet som er innenfor ditt verv har du ansvar for å få informasjonen ut til medlemmene.
- 2) Når man bruker informasjonskanalene skal målene med innleggene alltid vurderes opp mot Nmf overordnede mål og Nmfs styringsdokumenter.
- 3) PR-ansvarlig i foreningen har overordnet plan og skal kontaktes i tvilstilfeller og ved mediakontakt.
- 4) Les "Generelt" i dette dokumentet først!
  - Hensikt med dokumentet

Dette dokumentet er ment som en veiledning i hvordan kanalene vi råder over skal brukes. Først kommer en del som omhandler generelle aspekter ved det å publisere innlegg på vegne av Nmf. Dette ligger til grunn for resten av dokumentet. Så kommer beskrivelse for bruk av informasjonskanaler. Til slutt kommer litt om kontakt med media.

### Innhold i dokumentet:

- Generelt
  - Overordnede formål
  - Budskap
  - Målgruppe
  - Rolle
  - Avsender
  - Oppfølging av innlegg
  - Årshjul
- Sosiale medier
  - facebook
  - twitter
  - instagram
- Nettsidene
  - Fast informasjon
  - Nyhetssaker
- Æsculap
- Kronikker og leserinnlegg
- Kontakt med media



- Generelt

Vi har mange informasjonskanaler som skal brukes aktivt.

#### Overordnet formål for Nmf med å bruke informasjonskanalene er

- *Informasjon*: informasjonskanal til medlemmer om aktivitet i foreningen
- *Samfunnsdebatt*: Ytre standpunkt i enkeltsaker, vise til vedtatt politikk og skape debatt ved å dra frem temaer vi har politikk på og medlemmene er engasjert i
- *Omdømme*: Vi skal fremstå som seriøse, engasjerte, oppdaterte aktører i samfunnet. Både mot medlemmene og mot andre i samfunnet.
  - Hvis vi klarer å skape et godt omdømme, vil flere legge merke til oss, og våre meninger tas i større grad med i betraktning i samfunnsdebatten. Samtidig har vi mulighet for å få flere engasjerte medlemmer.
  - Hvordan vi fremstår i sosiale medier og hva vi publiserer er derfor viktig å tenke over.
  - Hvis vi klarer å være oppdaterte og ta saker medlemmene våre er interessert i får vi økt tillitt.

#### *Budskap*

Når vi publiserer i informasjonskanalene til Nmf bør du ha gjort deg opp en mening om hvilket mål du har med innlegget. Utover dette bør du ha et klart budskap som er i tråd med politisk måldokument og arbeidet Nmf gjør. Når innlegget har det, så er det noe alle med verv i Nmf skal være stille seg bak, og det er viktig.

#### *Målgruppe*

Før du skriver teksten du vil publisere må du se for deg hvilken målgruppe du vil nå. Dette bestemmer hvor, når og hvordan du skal publisere teksten. Hvorvidt du vil nå en del av medlemsmassen, hele medlemsmassen, politikere eller hele befolkningen vil bestemme både form på innlegget og hvilken kanal du skal velge.

#### *Rolle*

Hvilken rolle du gir Nmf i innlegget du skriver er viktig. Vi velger ikke selv hvilken rolle mottaker legger oss, men vi kan påvirke dette igjennom hvordan innlegget skrives. Ulike roller som kan tas: ekspert, opprører, helt, monster, offer. Vi ønsker stort sett å være ekspert – vise til fakta og fremstå seriøse og gjennomtenkte. I blant må man være opprører, men det er sjeldent, og bør være plan B. Tenk over dette når du skriver da dette spiller tilbake på hvilket omdømme Nmf får.

#### *Avsender*

Våre interne kommunikasjonskanaler brukes av dere, og her er det fint at dere står som avsender på vegne av foreningen sentralt.



Når saker skal publiseres i nasjonale medier som uttalelse fra Nmf, er det leder av foreningen som skal være talsperson. Kontaktes du i kraft av ditt verv er det naturlig at du er talsperson, men dersom det er foreningen som helhet som skal uttale seg, bør avsender være leder.

### *Bilder*

Bilder skal gjerne være noen du selv har tatt, men hvis du ikke har slike kan du enten finne gratis bildeillustrasjoner på [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com), eller spørre PR-ansvarlig om hjelp. Husk at bildene skal akkrediteres kilden.

### Oppfølging av innlegg

Å drifte ulike informasjonskanaler krever ressurser i form av tid. Når noe publiseres igjennom foreningens informasjonskanaler, er det påkrevd at det settes av ressurser til å følge innlegget videre. Dette vil si

- svare på kommentarer
- rette opp evt feil i original tekst
- oppklare misforståelser
- følge debatten videre

Husk at når publiserer på vegne av Nmf, hvor Nmf står som forfatter, er det du som har ansvaret som er beskrevet over.

### Årshjulet for publisering

PR-ansvarlig lager hvert år en plan for publiseringer igjennom ulike medier vi har, i samarbeid med alle tillitsvalgte i foreningen. Du skal derfor ta opp med PR-ansvarlig det du ønsker å publisere, slik at det best mulig kan legges inn i den totale planen for hva som publiseres fra Nmf den nærmeste tiden. I tillegg kan det da planlegges slik at innlegget har størst mulig påvirkningskraft.

De med nasjonale verv har ansvar for å holde PR-ansvarlig oppdatert på aktivitet innenfor eget verv, slik at det kan lages plan for innlegg til informasjonskanalene. Alle publiseringer i nasjonale informasjonskanaler skal godkjennes av PR-ansvarlig før det legges ut.

### Publisering i Nmfs informasjonskanaler som prosjekt eller komite

Dersom du ønsker at noe skal publiseres i Nmfs informasjonskanaler skal du

- gi beskjed om dette minst en uke før ønsket publiseringstidspunkt
- komponere innleggene (se beskrivelser i dette dokumentet)

Beskjeden skal inneholde

- hensikt med innlegget og målgruppe



- tilknytning til foreningen
- publiseringsønske: form og tid
- innhold i innlegg
- kontaktinformasjon

Beskjeden skal sendes til PR-ansvarlig nasjonalt og til PR-ansvarlig i lokallagene du ønsker å nå.

- Sosiale medier

De sosiale mediene hvor Nmf har bruker er Facebook, Twitter og Instagram. Alle med nasjonale verv er administratorer på facebookside. Brukernavn og passord til twitter og instagram kan fåes av PR-ansvarlig i foreningen dersom det er nødvendig.

Sosiale medier er fine kanaler for mer direkte kontakt med medlemmer og omverden. Her skal informasjonen være konkret, innby til videre lesning og engasjement i saken, og sidene skal oppdateres ofte slik at de holdes levende. Temaet bør være aktuelt for hele foreningen.

Typer innlegg i sosiale medier

- oppdateringer fra aktiviteter i foreningen
- oppdateringer innenfor saker foreningen jobber med
- innlegg i debatter som er aktuelle for foreningen

Du har tre muligheter for hvordan temaer innenfor ditt verv kan havne i Nmfs sosiale medier.

- 1) Publisert på Nmfs facebookside eller Nmfs twitterkonto som Nmf gjennom din tilgang.
- 2) Kontakt PR-ansvarlig i foreningen for diskusjon om hvordan innlegget skal publiseres
- 3) Publisert som privatperson, som innlegg på Nmfs facebookside, eller @Nmfsentralt i meldingen.

Første punkt passer godt for oppdateringer fra aktiviteter i foreningen, samt innenfor saker foreningen jobber med. De to neste kan brukes dersom innlegget ikke i like stor grad er aktuelt for hele medlemsmassen.

For at ditt innlegg skal få så mye oppmerksomhet og nå så mange som mulig i havet av alle innlegg i sosiale medier, er det viktig at du skriver det slik at det appellerer, skaper interesse og engasjement. I tillegg er det noen grep man kan ta:

### *Facebook*



- legg alltid ved bilde eller link til nettsak/nyhets sak
- de første tre linjene av posten er det som vises uten å trykke "les mer". Disse må derfor fange oppmerksomhet
- tenk på når flest sjekker facebook – kl 19:00 på hverdager er ofte en fin tid, litt tidligere på fredag og lørdag, og i et videre tidsrom på søndag.
- gi innlegget lengre liv ved å etter noen timer tagge noen i et bilde og legge til lokalisasjon.

#### *Twitter*

- link til andre brukere eller hashtags for en debatt
- kontakt andre i foreningen for retweets
- legg ved bilde eller link til nyhets sak
- lag hashtag for arrangementer og debatter

#### *Instagram*

- øyeblikksbilder av aktivitet med forklarende tekst
- Lag hashtag for arrangementet bildet er fra, og tag Nmf
- Tag brukere fra Nmf i bildene for å nå flere

Facebookkontoen er koplet til twitter, og det du publiserer havner da begge steder.

- Nettsidene

Nmfs nettside skal gjøre informasjon om foreningens aktivitet, struktur og formål tilgjengelig.

På nettsidene finnes to typer informasjon.

- Fast informasjon om arbeidet vi gjør
- Nyhetssaker

#### *Fast informasjon*

Det er opp til hver som innehar nasjonalt verv å sørge for at informasjonen som ligger ute innenfor sitt felt er oppdatert. Nettsiden bør ha informasjon om

- hvordan arbeidsområdet er strukturert
- hvilke områder prioriteres i år
- hvordan arbeider man med de prioriterte områdene
- kontaktinformasjon
- lenker til aktuell informasjon – for eksempel eksterne eller interne rapporter og tidligere nettsaker.

#### *Nyhetssaker*

Nettsaker skal handle om alt av aktivitet i foreningen. På nasjonal nettside, skal det være ting som gjelder hele foreningen. På lokallagets side skal lokal aktivitet skrives om.

Nettsakene kan peke frem i tid, eller være rapporterende.

Hvordan skal nettsaker se ut?



- Overskrift – på artikkelen og på forsiden av medisinstudent.no
- Ingress
- Hovedbilde
- Tekst
- Forsidebilde
- Teaser til forsiden medisinstudent.no

Alle disse tingene skal så godt det lar seg gjøre være med i en nyhetsartikkelen som sendes til PR-ansvarlig for publisering.

Når dere sender nyhetsartikler til PR-ansvarlig postes også innlegg på facebook og twitter for å fremme saken din. Lag derfor også tekst til facebookinnlegget når du skriver en nettsak.

- Æsculap

Æsculap er medlemsbladet til Nmf. Vi kan bruke Æsculap på flere måter:

- Rapportering: skrive om arbeid vi har gjort, og skal gjøre
- Ta opp et tema til debatt
- gå i dybden av et tema som er viktig i Nmf-sammenheng.
- Informere om ulike deler av foreningen: invitere til å engasjere seg
- 

Du finner en egen veileder for artikler til Æsculap på medisinstudent.no <http://legeforeningen.no/Student/Norsk-medisinstudentforening/asculap/>

- Kronikker og leserinnlegg

For å nå frem i samfunnsdebatt kan man bruke verktøy som kronikker, leserinnlegg og blogg. Igjennom disse kan vi bruke media til å få frem sakene Nmf jobber for. Det er ofte lurt med en strategi for at slike innlegg skal ha størst mulig påvirkningskraft. Dette er derfor PR-ansvarlig skal kontaktes, slik at strategien kan planlegges i sammenheng med resten av strategien for utspill fra Nmf.

Det finnes et eget dokument for hvordan man kan skrive kronikk og leserinnlegg/debattinnlegg i dropbox under retningslinjer.

- Kontakt med media

På generell basis skal leder av foreningen være vårt tydelige ansikt utad når vi vil ytre noe i større offentlige medier eller skal opptre som debattant. Allikevel hender det at nasjonale tillitsvalgte kontaktes av presse i forbindelse med saker. Retningslinjene for kommunikasjon beskriver hvordan man skal opptre i denne



**Norsk medisin-  
studentforening**

**DEN NORSKE LEGEFORENING**

situasjonen, og det er laget en veiledning ved kontakt med media. Dette finner du i dropbox under retningslinjer.

Lykke til!!



Nmf sekretariatet:  
Legenes Hus – Akersgt. 2  
Postboks 1152 Sentrum, 0107 Oslo  
Tlf: 23 10 90 00 – Fax: 23 10 90 10  
e-post: [nmf@legeforeningen.no](mailto:nmf@legeforeningen.no)  
[www.medisinstudent.no](http://www.medisinstudent.no)