



Kronikker, leserinnlegg, pressemelding

Vedtatt: 20.03.2015 av Nasjonalt styre, Norsk medisinstudentforening

For å nå frem i samfunnsdebatt kan man bruke verktøy som kronikker, leserinnlegg og blogg. Når vi bruker disse er hensikten ofte å nå ut til nasjonale medier. Her gjelder fremdeles de generelle betraktningene fra retningslinjene for kommunikasjon utad som tillitsvalgt i Nmf. PR- ansvarlig skal kontaktes når du ønsker å skrive denne formen for innlegg. Det kan være hensiktsmessig at leder av foreningen står som avsender eller medforfatter.

Slik kan kronikk/debattinnlegg skrives:

1. Budskap og mål: Du skal tenke gjennom nøyaktig hva du vil med kronikken. Hva skal den føre til?
2. Målgruppe: Du skal vite hvem du skriver kronikken for og tilpasse språket og formen etter det. Adresser kronikken slik at en person eller institusjon forplikter seg til å svare.
3. Leser: Du skal skrive for den alminnelige avisleser, og ikke tenke på dine kolleger, institusjonen, Forskningsrådet, departementet, oppdragsgiverne eller bevilgende myndigheter.
4. Relevans: Du skal ramme inn kronikken med en konkret historie eller et relevant eksempel, slik at leseren skjønner hvordan de viktige prinsippene eller abstrakte temaene du skriver om er forankret i levende mennesker og konkrete saker. Du skal finne en "knagg", en hendelse som gjør kronikken aktuell for en avis.
5. Avsender: Du skal skrive personlig, bruke "jeg" istedenfor "vi" og gi teksten en tone og stemme.
Tenk på hvem som er avsender – med verv i Nmf skriver du alltid på vegne av Nmf i tillegg til deg selv. Det kan være hensiktsmessig at leder av foreningen står som medforfatter.
6. Språk: Du skal la være å bruke fagterminologi, fremmedord som ikke kan forklares og henvisninger til faglitteratur.
7. Form: Du skal tenke journalistisk og skrive en god tittel, helst uten spørsmålstejn, en god ingress på tre linjer som vekker nysgjerrighet eller presenterer din konklusjon, og ca ti mellomtitler. Du skal legge ved et godt fargefoto og tre linjer om deg selv.
9. Mottaker: Du skal sende bare til én avis om gangen, og be om å få svar fra redaksjonen i løpet av maks. tre dager(dette er vanlig praksis).
Vurder å ringe redaksjonen for å spørre om de har tenkt å trykke innlegget ditt. Har du lyst til å skrive en kronikk eller et lengre innlegg, ring gjerne til



debattredaksjonen på forhånd og spør om de er interessert i å trykke det
Du skal be om å få tilbakemeldinger på det du har skrevet før det trykkes.
(Basert på *Knut Olav Åmås ti bud for en debattant som vil frem i verden*)

Leserinnlegg følger de samme reglene som kronikker og debattinnlegg, men skal være kortere.

Hvordan skrive gode leserinnlegg:

- Skriv kort, helst mellom en halv og en hel A4 side – sats på å komme nær den halve siden. Korte innlegg blir mest lest.
- Det viktigste først. Poenget må komme raskt. Overskriften og innledningen må fenge interessen hos leserne ved første blikk.
 - o Ha ett hovedpoeng
 - o Lag tre argumenter for å underbygge hovedpoenget
 - o Hva skal første setning være? Her fanger du leseren!
- Ordene er viktige. Lange setninger med mange innskutte setninger er vanskelige å lese. Skriv enkelt uten fremmedord og politikerspråk/byråkratfraser.
- Skriv om de nære sakene i hverdagen for folk.
- Skriv bare om ett emne/tema/sak i hvert innlegg.
- Ta utgangspunkt i hva vi vil gjøre for folk. La ikke virkemidlene bli målet.
- Ha en myk og logisk overgang til ditt budskap og forsøk å skrive slik at leseren trekker den samme konklusjonen som du avslutter innlegget ditt med.
 - o Hva skal sluttpoenget være? Dersom det er spennende, morsomt og engasjerende husker leseren poenget ditt bedre.

Før du skriver og sender inn må du sjekke hvilket format avisen ønsker å motta teksten i. Her kan du lese hva aftenposten har som retningslinjer for kronikker og leserinnlegg:
<http://www.aftenposten.no/meninger/debatt/Informasjon-om-debattinnlegg-og-kronikker-til-Aftenposten-6759080.html>

Pressemeldinger

Her kan du lese om hvordan du skriver en pressemelding:

<http://www.skrivepressemelding.no/hvordan-skrive-pressemelding/>

Disse ender opp hos mange medier, men saken i seg selv blir ikke like stor som når du lager en eksklusiv sak til kun ett medium.

Lykke til!!