

# Hvordan skrive pressemelding, debattinnlegg og kronikk

## Pressemelding

Hvordan skal man skrive en pressemelding? Det er lettere og vanskeligere enn folk flest tror. Lettere fordi alt som kreves er at man skriver noen ord på et A4-ark. Vanskeligere fordi det er viktig å følge noen viktige spilleregler når man skal fange oppmerksomheten til journalister. Et positivt redaksjonelt oppslag i avisen er verdt mer enn ti avisannonser. Har du noe interessant å meddele, og du skriver en god pressemelding, er sjansen stor for at en journalist fatter interesse og vil lage en fin avisartikkel.

### Viktige stikkord

En pressemelding er en melding til pressen om noe (et arrangement, en aktivitet etc.) og et utgangspunkt for journalisten til å gå videre på en sak. Den må derfor være SPENNENDE + UTFORDRENDE for journalisten, slik at han eller hun oppfatter den som en god sak for sine lesere.

Pressemeldinger brukes ofte som de er og må derfor være GODT og RIKTIG skrevet. Pass på at pressemeldingen ikke blir for lang. Da gidder ingen å lese den! Er den kortfattet er det også større sjanser for å få den på trykk.

Tre nyttige stikkord for pressemeldingen er NYTT, INTERESSANT og MENNESKELIG. Det siste innebærer at man kan feste historien på ett eller flere mennesker som berøres. Ta gjerne bilder, og ha med sitater.

### En god pressemelding bør inneholde følgende:

Hvem? (Spire)

Hva? (Lanserer ny kampanje)

Hvor? (Oppgi adresse)

Når? (Dato)

Hvorfor? (Kort om hvorfor kampanjen er aktuell)

Hva skal skje? (Band, debatt e.l.)

Sitat fra leder eller kampanjeleder om hvor viktig og bra kampanjen er

Start pressemeldingen med den viktigste nyheten - det som gjør saken interessant. Lag en overskrift som enkelt og direkte formidler det viktige. Meldingen skal kunne kuttet bakfra, uten at viktige opplysninger går tapt.

### Huskeliste

- Ikke skriv lenger enn et a4 ark, 20-25 linjer (linjeavstand halvannen i Word)
- Skriv PRESSEMELDING øverst på arket
- Bruk korte setninger
- Unngå interne ord og uttrykk uten forklaring
- Skriv konkret, «8000», ikke «mange tusen»
- Bruk hele tall, «1000 deltakere, ikke 960»
- Skriv dag (tirsdag eller onsdag) pluss dato, ikke "i går" eller "i dag"
- Husk å datere og skrive under på meldingen

Navn på kontaktperson med telefonnummer MÅ være med. Du kan også gi tips om hvordan journalisten kan gå videre - navn på aktuelle intervjuobjekter, ideer til bildemotiver o.l.

Pressemeldingen sendes redaksjonen. Har du en personlig kontakt kan den sendes direkte til denne, da med kopi til redaksjonen med beskjed om hvilken journalist den er sendt til.

## **Bilder**

Legg gjerne ved et bilde. Pass på at bildet ikke er for stort. Dersom journalisten ønsker at du skal bidra med bilder, er det viktig å huske på at de trenger digitale bilder med god oppløsning slik at det egner seg for trykk. Bildene bør helst ha en oppløsning på 300 dpi og ha en størrelse på minst 10x15 cm.

## **Logo og navn**

Det er viktig at dere passer på å bruke organisasjonens logo og navn, enten i pressemeldingen, eller vedlagt. På den måten viser vi hvilken sammenheng vi står i, og er tydelige på hvem vi er. La det ikke være noen tvil!

Kilde: <http://www.ledernytt.no/hvordan-skrive-en-pressemelding.4515912-112541.html>

## **Debattinnlegg**

Et debattinnlegg er en argumenterende tekst der skribenten kan vise personlig engasjement og spontanitet. Argumentasjonen bør være saklig, men det stilles ikke så store krav til at standpunktene er underbygget som i en artikkel. Et debattinnlegg er kortere enn en kronikk.

Ikke forutsett at leseren har den samme kompetansen som deg eller har saker du referer til friskt i minnet. Det er forskjell på å informere og å faktisk kommunisere et budskap. Her er noen skrivetips for å gjøre dine innlegg leservennlige og fremme ditt budskap på en best mulig måte.

## **Den omvendte pyramide**

«Den omvendte pyramide» er en ypperlig skrivestil for nettsider. Overskriften gir hovedpoenget, ingressen (det første avsnittet) oppsummerer saken i to-tre velformede setninger, og deretter følger resten i fallende viktighet.

## **Ikke skriv når du er sint**

Dersom man er åpenlyst sint når man skriver, og tyr til utskjelling og/eller skjellsord, så oppnår du ingenting annet enn å miste troverdighet og fremstå som en fanatiker som leserne enten ignorerer, ikke ønsker å bli assosiert med eller skriver like lite sympatiske kommentarer til. Hold deg saklig og baser argumentene dine på fakta.

## **Sjekk fakta**

Sjekk dine fakta og oppgi kilder. Ikke oppgi unøyaktige påstander eller antakelser som du ikke har eller finner belegg for.

## **Skriv klart og tydelig**

Leserne er ikke inne i ditt hode og kjenner alle dine forutsetninger for å skrive et leserinnlegg. Oppgi et minimum av bakgrunnsinformasjon i innledningen, og skriv klart og tydelig. Verken akademiske utlegninger eller usammenhengende utfall er egnet til å vinne gehør hos et større publikum.

## **Bruk gjerne eksempler eller historier**

Lesere setter gjerne pris på personlige fremstillinger, men ikke dersom det blir for privat. Bruk gjerne eksempler eller historier for å få frem dine poenger, men vær forsiktig med å bruke

deg selv eller folk du kjenner som kasuser. Det kan slå tilbake på deg og kanskje også fremmedgjøre leseren.

### **Link aktivt til kilder dersom du skriver på nett**

Så langt det er mulig, skal det lenkes til refererbare kilder på internett. Dette underbygger både din troverdighet som skribent, men også artikkelens gjennomslagskraft. Skriver man at «nå har antall lungekreftsdødstall godt opp» så er ikke det godt nok. Finn statistikken og referer til kilden slik: «ifølge Statistisk Sentralbyrå (SSB) passerte antall lungekreftsdødsfall 2000 personer i året i 2005.» Da kan leseren sjekke påstandene dine og du underbygger artikkelen og dine påstander. Dette gjelder også dersom du refererer til en artikkel på nettet eller gir et tilsvar til et annet leserinnlegg.

Kilde: <http://www.abcnyheter.no/borger/skrivetips/080410/skrivetips-gode-debattartikler>

### **Kronikk**

En kronikk er en litt lengre artikkel som er saklig og informativ, men ikke tørr. Det er ofte faglig innhold, men skrevet med normalt språk uten for mye bruk av fagterminologi. Hensikten med å skrive kronikk er at det er mulig å få spalteplass og slik informere og sette viktige saker på dagsorden, uten at de blir redigert av journalistene. Dermed har man mer kontroll på innhold og form.

Kronikk er en egen måte å skrive på. Her er noen tips til skrivingen:

- Tittel: Tittel er det første som fanger leseren og er derfor viktig! Tittelen bør være fengende og informativ
- Inngressen eller innledningen (ca. tre linjer) må inneholde hovedpoenget i kronikken
- Bruk mellomtitler, dvs korte underoverskrifter i teksten
- Når du starter selve artikkelen så skal det viktigste først: begynn med konklusjonen.
- Gå deretter over til det som underbygger konklusjonen.
- Hold deg til ett poeng av gangen.
- Fakta skal være korrekte og kilden skal oppgis i teksten.
- Ironi og humor er vanskelig å bruke, det kan lett feiloppfattes.
- Det er viktig å unngå forkortelser.
- Unngå å bruk for mye fremmedord.
- Unngå lange sitater - fortell heller innholdet med egne ord og gi referanse.
- Sett punktum. Ofte.
- I kronikken må det være lett å skille mellom fakta/dokumentasjon og dine egne meningsytringer.
- Spiss språket ditt. Mener du spade så skriv det, ikke skriv manuelt graveredskap.
- Husk å sjekk med avisen hvor mange tegn de tillater.

Kilde:

[http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Vedlegg/KOMM/SOBK/Hvordan\\_skrive\\_kronikk\\_SOM\\_BEK.pdf](http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Vedlegg/KOMM/SOBK/Hvordan_skrive_kronikk_SOM_BEK.pdf)