

Hvordan sloss mot det store skumle trollet - pressen!

Det å få media til å skrive om oss er skikkelig kult! Derfor er det viktig at vi vet hvordan vi skal få journalister til å bli interesserte i sakene våre og faktisk gidde å skrive om det.

Her er en liten oppskrift til hvordan komme i avisen. Den er ikke en 100% garanti for å komme i avisen, fordi slike ting avhenger av om journalisten synes saken er interessant, om han eller hun mener saken er aktuell nok eller om han eller hun har tid til å bry seg. Du kommer ofte til å få nei som svar, og like ofte kommer du ikke til å få svar. Det må du bare akseptere, ikke ta det som et nederlag og soldier on! Noen kommer til å ville skrive om dere! Kanskje ikke nå, men kanskje seinere.

Hvem er journalistene?

Journalistene

- jobber på en arbeidsplass i **økonomisk krise**.
- har kjempehøyt **leveringspress** og **høyt tempo** på arbeidsplassen.
- lever på **take away mat** og ser sjeldent katten sin.
- har minst **to saker gående samtidig**. Din kommer til å være den tredje.
- kan virke gretne og uinteresserte, men det er bare fordi de vurderer **saksforslaget ditt fortløpende** i telefonsamtalen. Og fordi de har **tusen tanker i hodet** samtidig. Og fordi journalister ikke interesserer seg for noe (utenom katten sin) - de skal være nysgjerrige og nøytrale.

Hvem er du?

- Du må ha et **bevisst forhold til hvem du er og hvem du representerer**. Du er ikke journalistens venn, du er dens kilde. Og din rolle i saken avhenger av vinklingen du og journalisten velger. Er du den glade, unge aktivisten? Eller den seriøse aktøren i en tung debatt?
- Vær deg selv!
- **Det er bra å nettverke**. Hvis du får nummeret til en journalist som jobber fast i avisen eller radioen i ditt lokalsamfunn, ta kontakt med han eller hun neste gang du har en sak også. Da er det større sannsynlighet for at de ringer deg når de trenger sitat selv.

Hva er en nyhetssak?

- Den tradisjonelle definisjonen er **KVISA**: **K**onflikt; **V**iktighet; **I**nteressant; **S**ensasjonelt; **A**ktuelt. I dag kan man legge til kjendistryne, enkelt budskap og klikkbait. En god nyhetssak må ha minst to av disse elementene, men det er en ting som er viktigere enn noen av disse, og stort sett kommer du ikke på uten at...

- saken din er **bildevennlig!** Det må være mulighet for gode bilder. Hvis en sak ikke har bilde av en kjendis, må bildet være bra nok til å trekke lesere.

Hvordan kan vi komme på?

Det er generelt tre måter å komme i avisen/media på:

1. **Skrive leserinnlegg** (lettest - Gir oss muligheten til å si vår mening, men gir ikke troverdigheten man får av at en journalist skriver saken)
2. **Hive seg på andre sine saker** (middels vanskelig - Gir oss muligheten til å profilere oss, men vi er ikke dem som starter saken, og setter ikke dagsorden)
3. **Komme på med egne saker** (vanskelig - Vi setter dagsorden, men er vanskeligere å komme på på denne måten)

Her er hvordan du jobber med de to siste. Basically er alt arbeidet mye det samme med nr to og tre. Så la oss se på hva du må vite før du ringer journalisten.

Vi begynner **med en plan**. Spør deg selv **hva er fortellingen vi vil formidle** og hvordan gjør vi det?

1. Velg en eller to talspersoner. Det kan være lokalgruppeleder eller aksjonsleder, men det det blir bør være talspersonen som kontakter avisen.
2. Tenk over hvem som er mottakeren - hvem du snakker til. Er det ungdommer? Politikere? Voksne?
3. Ha et tydelig budskap og gjenta det flere ganger.
4. Bestem deg for hva du skal si på forhånd, og tenk over hva du helst vil bli sitert på.
5. Bruk fakta
6. Tenk over hvem som er våre støttespillere og motstandere.

Når skal du kontakte media?

Journalister er ikke flink til å hive seg rundt med mindre noe akutt viktig skjer. Ta derfor kontakt i god tid før du ønsker at journalisten skal komme. **Helst en uke før.**

Ring dem igjen dagen før for å purre, og hør om de kan sende en journalist eller om dere skal ta bilder. Prøv å få en bekreftelse av dem.

Når du skal selge saken til en avis

- Test ut saken. Ville du blitt overbevist om du hadde vært journalisten?
- Finn rett medium.
 - Prøver dere å nå ut til en lokalavis? Der skriver de om masse forskjellige rare greier og har lavere terskel. En nasjonal avis vil nok ha høyere terskel og forventer at du har en skikkelig interessant vinkling på saken din eller noe veldig kult som skjer.
 - Er det videovennlig? Radiovennlig?

- En oversikt over en del aviser og kontaktinfo finner [du her](#).
- Finn rett journalist. Det kan være vanskelig å få et forhold til journalister, for det er få igjen av dem som jobber fast, men du kan sjekke ut avisen på forhånd og se om det er en journalist som har skrevet om temaet ditt tidligere. De har ofte mer kompetanse på temaet og større interesse for å skrive om det. Om ikke, ring bare tipstelefonen.
- Vær forberedt på hva du skal si når du ringer. Ikke send mail først, men ha en mail klar med informasjon om saken, og gjerne noen sitater de kan bruke om journalisten er i det late hjørnet. Spør journalisten om dens epostadresse og send eposten mens du snakker med dem. Få bekreftelse på at de har fått den.

Tenk som en journalist - deadline kommer hver dag og du er stresset. Stort sett har du ikke tid til å gå ut av kontoret, du gjør de fleste intervjuene på telefon dersom du ikke bare klipper og limer fra pressemeldinger. Her er tre scenarier der journalisten tar saken: Journalisten synes saken er interessant:

- a. og setter av tid til å komme og møte dere på aksjon eller der dere er. Dette skjer bare hvis situasjonen er spennende og bildeverdig nok til å reise seg fra kontorstolen.
- b. men har ikke tid til å komme til dere. Så du foreslår at dere kan ta bilder selv og sende dem i ettertid og at journalisten kan ta intervjuet over telefon.
- c. men har ikke tid til å komme til dere. Så du sier at journalisten kan finne sitater i innsalgsnotatet som du skal sende han eller henne og at dere kan ta bilder selv og sende etter aksjonen.