

PRESSEKIT TIL LOKALAFDELINGER OG SKOLEBESTYRELSER

Guide til at komme i kontakt med journalister på lokalaviser og lokalradioer.

Mange lokale medier dækker i dag større områder med færre medarbejdere end for år tilbage. Det betyder, at selv om I sender gode pressemeddelelser og interessante invitationer ud til journalisterne, så har de mange steder ikke ressourcerne til selv at møde op.

I denne guide giver vi jer inspiration til, hvordan I kan lave materiale, der taler ind i den virkelighed. Det består af en række gode råd, som altid er værd at overveje, inden I tager kontakt til en lokalavis eller en lokalradio. Og det består af nogle skabeloner, som I kan bruge som inspiration, når I ønsker at sende materiale til de lokale journalister.

Helt overordnet

Dyrk kontakten til det lokale medie. Ugeaviser bliver læst meget. Som aktive i skolebestyrelser og lokalafdelinger er I engagerede i lokalsamfundet, og i kommunerne elsker de engagement.

Journalister i lokalmedier skal producere meget stof på kort tid, så hvis I gør arbejdet nemt for dem, er der god chance for omtale. Det kan være grænseoverskridende at ringe eller skrive til en journalist og sige "nu har vi lavet det her", men stol på, at det vil blive godt modtaget, hvis I har blik for nyhedskriterierne, gode billeder og citater. Det behøver ikke være tungt og langt men relevant.

Forberedelse

Overvej, hvad I gerne vil opnå med jeres henvendelse. Det kan fx være:

- Besøg af journalist til et arrangement?
- Omtale af et arrangement?
- Bidrag til en debat?

Typisk er udgangspunktet oplagt. I sidder med noget og tænker "Måske kan vi få det her dækket af lokalavisen". Og hvis I ikke tænker det, så vil opfordringen her være, at I gør det til en vane at gøre jer den overvejelse.

Nyhedskriterier

Når I overvejer, hvad der gør historien relevant for lokalmediet, kan I med fordel tage udgangspunkt i journalistikkens nyhedskriterier, som I en lidt udvidet



version kaldes VISAK+E. Det står for Væsentlighed, Identifikation, Sensation, Konflikt og Eksklusivitet.

Overvej, hvordan jeres historie kan spille på et eller flere af nyhedskriterierne:

- **Væsentlighed**
Hvorfor betyder det noget? Det handler om omfang og konsekvens. Jo flere, der berøres, og jo tydeligere følgevirkningerne er, jo større er nyheden efter dette kriterium.
Eksempel: "Budgetændringen rammer 4.200 elever på 17 skoler efter sommerferien."
- **Identifikation**
Kan læseren leve sig ind i historien? Mennesker, navne, hverdagsscener gør stoffet nærværende.
Eksempel: "Alma i 3. B pendler mellem to hjem – uden mobil i pausen kan hun ikke koordinere med sin mor eller far."
- **Sensation**
Hvad er mest markant eller overraskende? Ordet "sensation" er lidt misvisende. Det handler sådan set bare om det specielle eller særlige.
Eksempel: "Fraværet er faldet, siden X-skolen indførte to lærere i alle indskolingstimer", eller: "Rekordmange opstiller til skolebestyrelsesvalget"
- **Aktualitet**
Hvad er det nye – og hvornår?
Eksempel: "Skoleudvalget vil gøre det forbudt for eleverne at have mobiltelefoner med i skole", eller "Pilotprojekt starter på mandag: to mobilfrie pauser hver dag på mellemtrinnet".
- **Konflikt**
Hvad er der uenighed om?
Eksempel: "Skolebestyrelsesformand uenig med skoleudvalget: Lokal frihed virker bedre", eller "Kommunen skærer i SFO-åbningstider, men forældrene kan ikke nå at hente."
- **Eksklusivitet**
Hvad får journalisten kun her? Unikke data, adgang, cases eller dokumenter.
Eksempel: "Første åbne debatmøde på torsdag – vi stiller to forældre-cases + foto til rådighed." eller "Egen mini-analyse af vikardækning på kommunens skoler – metode og tabeller vedlagt"

Den optimale pakke til journalisten

- **Kontaktinformation** med navn, telefonnummer og email.
- **Tekst.** Uanset om formen er en pressemeddelelse, et læserbrev eller en personlig henvendelse til en journalist om en mulig historie, skal der være en tekst, som fanger journalistens interesse. Se forskellige skabeloner længere nede.

- **Billede(r)**. For medier betyder det meget at have billeder til deres historier, så det betaler sig at gøre noget ud af det. Mere om det herunder.
- **Kontaktinfo på kilder/cases**, som journalisten må kontakte. Gerne med en sætning eller to om, hvad kilden eller casen har oplevet, eller hvad deres budskab er.
- **Citater**. En tommelfingerregel er, at man i en pressemeddelelse skriver fakta og kontekst i brødteksten og holdninger, vurderinger og følelser i citater. Fx brødtekst: "Stemmeprocenten til skolebestyrelsesvalget satte rekord." Citat: "Det er glædeligt, at så mange forældre engagerer sig. Det viser, at vores arbejde i skolebestyrelsen gør en forskel, siger skolebestyrelsesformand Børge Børgesen."

Tip til billedmateriale

- Sørg for høj teknisk kvalitet, altså skarpe billeder med max pixels
- Sørg for samtykke fra personer på billedet
- Husk info til kreditering: Hvem har taget billedet?
- Skriv gerne forslag til billedtekst
- Tænk over motivet – mere om det herunder...

Ligesom teksten, spiller billeder også sammen med nyhedskriterierne, så her er nogle tips til motiver, lokalmedier vil elske:

- **Mennesker i handling** (Identifikation og Aktualitet): Navngivne personer, der gør noget: Forældre der afleverer, håndværkere i klasselokalet. Helst ikke opstilling i række.
- **Konsekvens i én ramme** (Væsentlighed): Billeder, der viser omfang: tomme pladser i SFO, kø ved PPR, to sammenlagte klasser i sportshal.
- **Tydelig lokal forankring** (Aktualitet): Skilt ved skolen, kendt gavl, busstoppestedet – så læseren ser, det er "her".
- **Kontrast/"aha"** (Sensation): Før/efter (renovering, nye regler), stor/lille (tårn af mobiltelefoner vs. "mobilmfri zone"-skilt)
- **Uenighed** – fair og rolig (Konflikt): To parter i samme motiv (bestyrelsesformand i dialog med udvalgsformand), whiteboard med for/imod-kolonner.
- **Adgang ingen andre har** (Eksklusivitet): Bag kulisserne før åbning, dokumentgennemgang med hænder synlige, case-familie i hjemmemiljø.

Skabeloner

Herunder er der tre konkrete skabeloner til tre forskellige former for henvendelser til lokalavisen.

1) Send selv artikler ind til lokalavisen.

Journalister på lokalaviser har travlt, så I kan få et forspring, hvis I hjælper dem på vej med tekster, som er sat op som rigtige artikler. På den måde kan de let sætte det direkte i bladet eller op på deres onlineudgave. Se jer selv som 'borgerjournalister'.

Brug f.eks. denne skabelon:

Afsender:	Skole og Forældre xxxx	
Titel:	Slut med mobiltelefoner på alle kommunens skoler.	
Underrubrik:	Sensation	Politikerne i XXX Kommune vil forbyde brug af mobiltelefoner på alle kommunens skoler.
Artikel:	Hvorfor er det aktuelt?	I øjeblikket er der stor debat om, hvilken rolle mobiltelefoner og skærme skal spille i folkeskolen. Og nu har politikerne i byrådet besluttet, at eleverne ikke længere må have mobiltelefoner med i skole. Det gælder alle elever.
	Hvorfor er det væsentligt?	Ifølge Skolebestyrelsesformand Lars Himmelfræs fra Fantasivejs skole vil det især gå ud over børn fra skilsmissefamilier og børn, der har særlige behov.
	Identifikation Konflikt Citat	"Det er ikke politikerne, som skal bestemme, om børnene skal kunne ringe hjem, hvis de f.eks. laver en spontan legeaftale eller bliver forsinkede."
	Mål med artikel: Kom med konkret forslag.	Lars Himmelfræs mener, at politikere i stedet bør overlade den slags beslutninger til de lokale skolebestyrelser.

		<i>Så nu har han sammen med de øvrige skolebestyrelser i kommunen inviteret politikerne til et debatarrangement, hvor de kan møde forældre og elever i kommunen.</i>
		<i>Arrangementet finder sted d. XXX kl. 11 på XXX skole.</i>
	Eksklusivitet	<i>Inden arrangementet får journalisten mulighed for at tale med Kirsten Larsen og Morten Andersen.</i>
Billedet	Motiv	<i>Skolebestyrelsesformand Skole og Forældres lokalafdeling i skolegården på XXX skole.</i>
	Billedtekst:	<i>Skolebestyrelserne i xxx kommune mener ikke, at politikerne skal blande sig i deres mobilpolitik.</i>
	Kreditering:	<i>Foto af Marianne Poulsen</i>

2) Bidrag til debatten med skriftlige indlæg

Skriv et læserbrev eller et indlæg, som bidrager til debatten. Send jeres tekst til mediets debatredaktør og husk at tjekke formalia inden. Ofte er der grænser for, hvor langt indlægget må være. Et debatindlæg har ikke de samme kriterier som en artikel. Her er det vigtigste, at du gør din holdning tydelig ved at formidle dit budskab så enkelt og konkret som muligt. Her er et eksempel på et debatindlæg eller et læserbrev. Brug det gerne som inspiration:

Afsender:	<i>Lars Hansen</i>	
Titel:	<i>Vi vil selv bestemme vores mobilpolitik</i>	
Underrubrik:	<i>De lokale skolebestyrelser skal selv bestemme, om eleverne må have mobiltelefoner med i skole.</i>	
Læserbrev	Hvorfor er det aktuelt? Sæt scenen for dit indlæg.	<i>I øjeblikket foregår der en stor debat om, hvilken rolle mobiltelefoner og skærme skal spille i vores folkeskoler. Og med afsæt i den har vores politikere nu besluttet, at det skal være forbudt for alle elever at have mobiltelefoner med i skole.</i>

	Hvorfor er det relevant? Præsenter din vigtigste pointe.	<i>Men det er en forkert beslutning, for det vil gå ud over børn, som har brug for at kunne lave aftaler med deres forældre efter skoletid.</i>
	Identifikation Præsenter dit vigtigste argument.	<i>F.eks. har vi på vores skole mange børn, der bor langt væk. De kan nu ikke længere ringe hjem og lave aftaler med deres forældre, hvis de får mulighed for at lave en spontan legeaftale eller bliver forsinkede.</i>
	Præsenter et konkret forslag. Vær konstruktiv.	<i>Jeg vil derfor foreslå, at politikerne trækker deres forslag tilbage. I stedet bør de gå i dialog med skolebestyrelserne om, hvordan vi i fællesskab begrænser brugen af mobiltelefoner i skoletiden. Vi vil gerne samarbejde med politikerne, men det er os ude på skolerne, der ved, hvordan vi får det til at fungere bedst muligt.</i> <i>Styring fra toppen af kommunen, uden inddragelse af dem, der går ud over, bør stoppe nu.</i>
Billedet	Motiv	<i>Skolebestyrelsesformand Lars Hansen i skolegården på XXX skole.</i>
	Billedtekst:	<i>Skolebestyrelsesformand, Lars Hansen, mener, at skolerne selv skal have lov at bestemme deres mobilpolitik.</i>
	Kreditering:	<i>Foto af Marianne Poulsen</i>

3) Bidrag til debatten med interviews i radioen, deltagelse i debatpaneler eller kommentarer i et TV-indslag.

Det kan være svært at deltage i en mundtlig debat, i et radiointerview eller et TV-indslag, fordi du ofte har kort tid til at formulere dit budskab. Ofte vil det, du siger blive klippet ned til et par sekunder, hvis det ikke er direkte. Her er det vigtigt, at du kommunikerer enkelt og konkret. Brug f.eks. denne model:

Start med den vigtigste pointe.	<i>Jeg mener, at politikerne skal trække deres forslag om at forbyde mobiltelefoner i vores skoler tilbage.</i>
Kom med én god grund til, hvorfor du har ret.	<i>Det går ud over børnene, fordi de så ikke kan komme i kontakt med deres forældre efter skoletid, hvis de f.eks. har brug for at lave aftaler om, hvad de laver efter skoletid.</i>
Kom modparten i møde, men brug det til at gentage din hovedpointe.	<i>Vi vil som skolebestyrelse gerne være med til at begrænse brugen af mobiltelefoner i skoletiden. Men jeg mener, at det bør være de lokale skolebestyrelser, der beslutter, hvordan det skal ske. Det er os, der kender forældrene, eleverne og medarbejder bedst. Så vi ved, hvordan man gør det på en måde, der giver mening for alle.</i>
Slut af med en opfordring til handling.	<i>Så jeg syntes, at politikerne skal trække deres forslag tilbage. Og i stedet bør de gå i dialog med skolebestyrelserne og forældrene om, hvordan vi kan arbejde med det her på en måde, der giver mening for alle.</i>