

Guide: Så skriver du ett pressmeddelande för ett forskningsprojekt

Att berätta för omvärlden via media kan vara ett effektivt sätt att skapa spridning och trovärdighet. Journalister är en stressad yrkeskår och för att fånga deras uppmärksamhet finns några aspekter du kan tänka på.

1. Bestäm syftet

Innan du börjar skriva är det viktigt att fundera igenom varför du skriver, vad du vill berätta och vad du vill att den som nås av pressmeddelande ska göra med den informationen.

- ✓ Vad är nyheten? Är det en publicerad artikel, ett genombrott, ett nytt samarbete eller finansiering?
- ✓ Varför är det viktigt för någon utanför projektet?

Det behöver inte vara långt utan kan exempelvis vara; *”Vi har fått EU-finansiering för ett projekt som ska minska matsvinn – viktigt för klimatet och hushållsekonomin.”* eller *”Ny studie visar att en enkel kostförändring kan minska risken för hjärt-kärlsjukdomar.”*

2. Strukturera pressmeddelandet

När du väl börjar skriva är det centralt att lägga budskapet i rätt ordning för att mottagaren direkt ska få ett intresse för det du har att säga.

Rubrik:

- ✓ Gör den kort, begriplig och intresseväckande.
- ✓ Undvik interna projektförkortningar och tekniska termer för att minska risken att exkludera någon.

Ingress:

- ✓ Sammanfatta nyheten i 2–3 meningar.
- ✓ Svara på: Vad? Varför viktigt?

En ingress kan exempelvis vara: *”Forskare vid Stockholms universitet har utvecklat en AI-modell som kan upptäcka tidiga tecken på Alzheimer. Metoden kan ge snabbare diagnoser och bättre behandlingar.”*

Brödtext:

Nu är det dags att skriva ditt budskap, undvik långa beskrivningar av bakgrunden inledningsvis utan börja med nyheten och fyll sedan på med annat som är relevant för att sätta ditt budskap i rätt sammanhang.

- ✓ Börja med det viktigaste.
- ✓ Förklara sedan bakgrund och betydelse.
- ✓ Lägg till citat som ger en mänsklig röst.

Fakta

Att skapa en faktaruta underlättar för mottagaren att snabbt skapa sig en uppfattning om relevant data i din text. Den görs med fördel i punktlista och ramas tydligt in för att dra ögat till sig.

3. Språk och ton

Med vårt val av språk och tonläge kan vi båda inkludera och exkludera mottagare.

Förmodligen skriver du pressmeddelandet till någon du anser bör vara intresserad. Tänk därför på att:

- ✓ Skriva som om du förklarar för en intresserad vän.
- ✓ Undvik långa meningar och facktermer.

Exempel kan du istället för att skriva *”Projektet syftar till att operationalisera en transdisciplinär ansats”* säga *”Vi samarbetar över flera forskningsområden för att hitta praktiska lösningar.”*

4. Lägg till visuellt material

Utöver ditt innehåll påverkas möjligheten att pressmeddelandet får uppmärksamhet av ditt val av visuella inslag. Det kan exempelvis vara:

- ✓ En bild gör pressmeddelandet mer attraktivt.
- ✓ Välj något som illustrerar forskningen, inte bara en logotyp.

5. Distribution

Nu är du redo att sprida nyheten till omvärlden. För att ditt arbete ska få bästa förutsättningar är det viktigt att du:

- ✓ Anpassar utskicket efter målgruppen.
- ✓ Skickar till relevanta medier och använd egna kanaler.

Lycka till!