

Sjekkliste for artikler og pressemeldinger

Er teksten delt inn i:

- Overskrift
- Ingress
- Brødtekst
- Mellomtitler
- En god og klar avslutning

Har du vurdert å ta med:

- Bilder/figurer/illustrasjoner/video/audio
- Bildetekst
- Faktaruter
- Relevante linker

Er innholdet godt og logisk skrevet?

- Er overskriften god, leseverdig og tilpasset formålet og målgruppen? Byr den på noe interessant? Inviterer den til å lese mer?
- Summerer ingressen innholdet i artikkelen/meldingen?
- Har du fått fram det som er nytt/interessant?
- Har du vektlagt det unormale, motsetninger, nyheter og kontraster?
- Har brødteksten det aller viktigste i første avsnitt og det minst viktige til slutt?

Er overgangen strukturert slik at teksten fører leseren....

- fra det enkle til det kompliserte....
- fra det kjente til det ukjente.....
- fra det konkrete til det abstrakte.....

Har du gitt tilfredsstillende svar på alle de seks spørreordene:

- Hva
- Hvorfor
- Hvem
- Hvordan
- Hvor
- Når

Hovdan.Com

Adresse: Katrineåsveien 20, 3440 Røyken

Mobil: 90860804 Org. nr. 931 971 263 E-post: rhovdan@hovdan.com

MSN Messenger: rhovdan@hotmail.com Skype: royhovdan Twitter: @rhovdan LinkedIn: <http://no.linkedin.com/in/hovdan>

Formål og lesere:

- Er overskriftene informative. Sier de hva du vil si?
- Henvender du deg til riktig målgruppe? Vekker du deres leselyst?
- Engasjerer leseren allerede i innledningen?
- Er kunnskapsnivået og språket tilpasset målgruppen?
- Har du skrevet oppriktig, overbevisende, selgende og med hjertet?

Visuelt inntrykk:

- Er teksten logisk oppbygget?
- Har du skrevet det viktigste først?
- Har du passe lange avsnitt?
- Er detaljinformasjonen riktig framstilt og plassert? (kort, konsist og gjerne som eget bilag)
- Har du sammenfattet innholdet først – og også sist?
- Er det en god og naturlig rytme i teksten din?

Fakta og språk:

- Har du brukt spennende og engasjerte ord i overskriftene?
- Er setningene korte, enkle og ”rett på sak”?
- Har du brukt et aktivt språk? (Foreldrene er med på dugnaden – Dugnaden lar seg gjennomføre med bidrag fra elevenes foreldre.)
- Er fakta, ortografi, forkortelser m.m. riktige?

Husk:

- Kontaktinformasjon om avsender og talsperson
- Følg alltid opp meldingen med en telefon eller personlig henvendelse
- Send henvendelsen til redaksjonen eller aller helst til en navngitt journalist

Kurs eller rådgiving i mediekontakt og mediehandling



Trenger du mer informasjon eller tilbud om kurs eller rådgiving om mediekontakt og mediehandling? Ta kontakt med oss på våre nettsider www.hovdan.com, eller ring 90860804.

Redaksjonell omtale er ofte mer troverdig og billigere enn annen markedsføring. Hovdan.Com kan vise deg hvordan du jobber med mediene som en viktig del av kommunikasjonsstrategien.

© Hovdan.Com 2011, alle rettigheter. Sjekklister kan, i uendret og helhetlig form, brukes, mangfoldiggjøres og distribueres av privatpersoner, Hovdan.Com sine kunder og av ikke-kommersielle virksomheter.