

## Att skriva debattartikel

*En debattartikel skrivs främst för att man vill påverka läsaren i någon riktning. Det är därför viktigt att tydligt uttrycka sin ståndpunkt kring det aktuella ämnet, samt underbygga det med fakta. En del är obekväma med att uttrycka åsikter i offentliga sammanhang där man av praktiska skäl är tvungen att formulera sig kort, tillspetsat och förenklat. Känner du dig inte bekväm med dessa förutsättningar är det kanske bättre att välja en annan kanal för budskapet.*

### **Hur når jag min målgrupp?**

- Vem vill du nå? Du bör ha en tydlig bild över vad du vill uppnå med din text (exempelvis förändrade attityder) och vem eller vilka det är viktigast att nå fram till. Fundera också gärna över vem som har störst påverkan över "din" fråga.
- Alla större organisationer har nyhetsbevakning, se därför till att nämna nyckelord som exempelvis organisationsnamn, personnamn eller annat som har tät koppling till den eller de du vill nå. På så vis fångas texten upp oavsett i vilken tidning den publiceras.
- Sök samarbeten med tunga namn som stödjer din argumentation. Ju fler undertecknare av vikt som skriver under på din artikel, desto större chans att den blir publicerad och läst.
- Fundera över var vill du att debattartikeln ska publiceras.
  - o DN Debatt (och andra rikstäckande tidningar) ger tyngd och status, men ofta är det svårt att få plats. Att få en debattartikel publicerad i DN innebär en process som ofta inleds med ett samtal eller mail till redaktören där du presenterar din idé. Hen kan då avgöra om det är av intresse för DN eller föreslå förändringar i upplägget. Finns flexibilitet när det gäller datum för publicering har man större chans. Större tidningar kräver ofta exklusivitet, det vill säga att debattartikeln ej får publiceras på annan plats i förhand (dock kan man sprida den i andra kanaler i efterhand).

- Det är lättare att få sin artikel publicerad i lokaltidningar. De har oftast inte krav på exklusivitet, vilket innebär att man kan bearbeta flera tidningar samtidigt. Skicka in den färdiga artikeln, men observera att man i olika tidningar vill ha artiklarna skrivna i olika antal tecken. Störst framgång när man om det finns möjlighet att anpassa artikeln till den region man vill publicera sig i, kanske med relevanta lokala fakta från den forskning man lutar sig mot i argumentationen.
- När artikeln är publicerad bör man inte missa möjligheten att sprida den via sociala medier som Twitter och Facebook.

### Tidpunkt

- Störst möjlighet till framgång har man om man kan kommentera nyhetshändelser, eller vara en del av en redan pågående debatt. Det ställer höga krav på snabbhet i alla led inför publicerandet.
- Bygger artikeln på eget material kan det vara en väg till framgång att ge debattredaktörerna flexibilitet när det gäller publikationsdatum, för att på så vis undvika krockar med artiklar som prioriteras högre. Det gäller då att texten formuleras med detta i åtanke.

### Hur formulerar jag texten?

- Avgränsa dig. Välj ett budskap och fokusera på det. Var konkret och rakt på sak.
- Språket ska vara lätt att förstå. Undvik svåra ord, långa meningar och facktermer.
- Använd möjligheten att relatera till något som redan är aktuellt i debatten.
- Fokusera på det viktiga: resultaten som stödjer din ståndpunkt eller ditt resonemang i artikeln. Den forskningsartikel/rapport du utgår ifrån kan länkas till i anslutning till artikeln, så skicka med länken.
- Har du en särskild myndighet/organisation/person du vill nå, kom ihåg att använda nyckelord som man kan anta fastnar i mottagarens mediebevakning. Det kan vara personnamn, organisationsnamn etc.

### Disposition

- *Rubrik:* Lägg ner tid på rubriken – gör den kort och kärnfull. Tidningsredaktören skriver ofta en egen rubrik, men det är en bra chans att styra hen i rätt riktning genom att ge ett förslag.

- *Ingress*: Presentera din ståndpunkt och vad som eventuellt är nytt.
- *Inledning*: Tidigt i texten ska det framgå vad du vill eller tycker.
- *Argumentation*: Förklara varför du tycker som du tycker, bemöt även motargument som kan förväntas komma. Luta dig mot dina fakta.
- *Sammanfattning/avslutning*: Sammanfatta argumenten, upprepa din ståndpunkt och knyt ihop säcken.

### Efteråt?

En debattartikel väcker ofta reaktioner på ett eller annat sätt. Stå för din ståndpunkt, men var beredd på frågor från läsarna. Du kan alltid ta hjälp av Mittuniversitetets presskommunikatör eller någon av forskningskommunikatörerna om du är osäker på hur du ska besvara reaktionerna.

### Länkar för vidare läsning

- DN Debatt – Frågor och svar om DN Debatt  
<https://www.dn.se/debatt/fragor-och-svar-om-dn-debatt/>
- Westanders PR-handbok (sid 7)  
<http://www.westander.se/pr-handboken/ladda-ner-pr-handboken/>

### Goda exempel från Mittuniversitetets medarbetare

- <http://www.miun.se/press/mittuniversitetet-i-samhallsdebatten>