



# Media- og lobbyseminar

31. Mai og 1. juni 2010



- Om kursets innhold
  - Hvordan bruke media?
    - Litt mediekunnskap
    - Livet i en redaksjon
    - Hvordan tenker avisen og journalisten?
    - Hvordan kontakte media?
    - Hvordan opptre i media?



## – Hvordan drive lobbyarbeid?

- Hvorfor drive lobbyarbeid? (Vet ikke politikere alt?)
- Hvem lobber, hvem lobbes??
- Hva sier man?
- Hvor skal man møtes?
- Hvordan går man fram?
- Når skal man lobbe?

# Mediearbeid



- Media er det mest effektive hjelpemiddelet for å få formidlet sitt budskap. Riktig bruk av media kan gjøre mer godt enn et utall stands eller andre personlige aktiviteter som bare oppfattes av et fåtall.
- Dette er mediene klar over, og siler derfor kritisk den informasjonen som kommer fra ulike interessegrupper og politiske partier.

# Litt mediekunnskap - aviser



- Nordmenn er verdens mest avislesende folk. 2 aviser pr. person i snitt.
- Trender
  - Nettaviser øker
  - Lokalaviser øker
  - Nisjeaviser/magasiner øker
  - Tabloid/dagspresse minker

# Litt mediekunnskap

## - aviser



- Struktur
  - Eierskap konsentreres
    - Mecom (Edda Media/Orkla Media), Schibsted, A-pressen
  - Økonomiske krav skjerpes
    - Færre ideelle eiere
  - Antall ansatte går ned
    - Større krav om produksjon til hver journalist (krav om kvantitet, ikke kvalitet)

# Litt mediekunnskap



- **Medieoversikt**
  - **Aviser.**
    - 226 aviser i Norge
    - Fordelt på riks-, regional- og lokalaviser
    - 57 lokale ukesaviser, 80 lokale 2-3 dagers aviser
  - **Radio/TV**
    - 248 nærradiokonsesjoner
    - NRK – stort distriktsnett, både radio og TV
    - TV2 – ikke eget nett, men lokale redaksjoner
    - TVNorge – samarbeider med 17 lokale Tv-stasjoner.
    - P4 – sju "distriktskontor" + samarbeid med lokale radiostasjoner i Nord-Norge.
    - Kanal 24 – ikke eget distriktsnett. Bruker TV2s lokale redaksjoner.

# Litt mediekunnskap



- Nettaviser.
  - En del av de største avisene har egne nettredaksjoner, men i de fleste avisene er papiravis og nettavis integrert.
  - Noen aviser publiserer leserbrev både i papirutgaven og på nettet, men noen skiller på debattene.

# Hvordan orientere seg i mediejungelen?



- Lag en oversikt over aktuelle medier
  - Kartlegg de ulike mediernes profil.
    - Hvilke nyheter prioriteres av de ulike mediene?
    - Hvordan er balansen mellom lokal, regional og nasjonal dekning?
    - Finn gjerne ut hvilke journalister som skriver om de ulike sakene.
    - Finn ut om det er egen nettedaksjon.

En slik enkel oversikt gjør det lettere for dere å vinkle presseutspill slik at sjansen for oppslag øker.

# Litt mediekunnskap



- Medias teknikker
  - Tilspissing
  - Forenkling
  - Polarisering
  - Intensivering
  - Konkretisering
  - Personifisering

(Fra Hernes, 1984)

De som vil inn i media må bruke medias egne teknikker for å fange oppmerksomheten til media. Med andre ord, hendelser og handlinger som er tilspissede, enkle, polariserte, intense, konkret og vinklet mot personer vil lettere oppnå medias og publikums oppmerksomhet.

# Litt mediekunnskap



- Oppskrift på en nyhetssak.
  - En rykende fersk nyhet
  - Tre knivsodder nærhet
  - En tydelig konflikt
  - To doser polarisering
  - Så mange kjendiser som mulig

(Silje Amdam i Aftenposten den 6. desember 2006)



- **Nyhetsfaktorer**

- Terskelverdi: en begivenhet må ha en viss intensitet for å bli en nyhet
- Entydighet: jo klarere en begivenhet er, jo større sjanse er det for at den blir en nyhet
- Meningsfullhet: dette kriterium handler om kulturell nærhet, og om hvilke begivenheter som derfor oppfattes som relevante
- Konsonans: de begivenheter som mediene forventer eller ønsker skal skje, har større sjanser for å bli nyheter
- Det uventede: uforutsigelige eller sjeldne begivenheter har større sjanser for å bli nyheter
- Kontinuitet: hvis en hendelse først har fått oppmerksomhet, vil den fortsette med å få det en stund
- Komposisjon: nyheter velges også ut med henblikk på å skape en balanse i det ferdige nyhetsprodukt mellom forskjellige typer nyheter
- Referanse til elitepersoner gir større sjanse for å bli til en nyhet
- Referanse til elitenasjoner gir større sjanse for å bli en nyhet
- Mulighet for personifisering gir større sjanse for å bli til en nyhet
- Negativitet: jo mer negative konsekvensene av en begivenhet er, jo større er sannsynligheten for at den blir til en nyhet

(Fra Galtung og Ruge)

# Livet i en redaksjon



- Oppbygging
  - Alle redaksjoner har en hierarkisk struktur.
    - Sjefsredaktør
    - Avdelingsleder (politisk redaktør, nyhetsredaktør, kulturredaktør osv.)
    - Redaksjonssekretærer
    - Journalister, fotografer

# Livet i en redaksjon



- Morgenmøte
  - Evaluerer gårsdagens avis, planlegger morgendagens avis.
  - Vurderer pressemeldinger, tips og saker fra journalistene.
  - Diskuterer vinkling og sammensetning
    - Alle aviser ønsker en balanse mellom sensasjon, "nære" nyheter, kulturstoff, sport osv. Vurderingen av riktig balanse varierer fra avis til avis.
    - Hovedspørsmål: Hva er våre lesere interessert i?

# Livet i en redaksjon



- Ulike avdelinger
  - Store aviser har gjerne en politisk avdeling, nyhetsavdeling, kulturredaksjon m. fl.
  - Kulturredaksjonen er vel mest relevant for bibliotek, men vi kan ha stoff som er interessant både for politisk avdeling og nyhetsavdelingen.
  - I små aviser er det ikke nødvendigvis flere avdelinger, men journalistene spesialiserer seg gjerne på sine ting.

# Livet i en redaksjon



- Deadline
  - I timen før deadline er redaksjonen omtrent uimottakelig for innspill. NB! Finn ut når de viktigste redaksjonene har deadline.
- Desken
  - Her kan alle saker, også ferdige saker som har fått "go" fra redaktøren, forsvinne. Her er det nyhetsverdi som gjelder. Dukker det opp en viktigere sak så kutter desken uhemmet.

# Livet i en redaksjon



- Hvordan tenker en journalist?
  - Eksklusivitet
  - Nyhetsverdi - nyhetsfaktorer
  - Vinkling – lokal avis, lokal vinkling!
  - Journalister har travle dager – jo mer vi kan forberede saken for journalisten, jo bedre.
    - NB! Ikke forsøk å "lure" journalisten. Ren markedsføring blir avslørt. Det samme blir dårlig dokumentasjon eller tynt saksgrunnlag.

# Noen tips



- Ikke mas på redaksjonen/journalisten om den samme saken om og om igjen.
- Bli kjent med journalister du kommer i kontakt med.
- Lag et arkiv over journalister du har vært i kontakt med, ha oversikt over når avisen trykket saker fra deg/dere.
- Ha ALLTID noe skriftlig å vise til.
  - I ti av ti tilfeller vil journalisten be om noe skriftlig.

# Hvordan komme på trykk?



- Redaksjonell omtale.
  - Det desidert beste. Får du avisen til å lage et oppslag med bilder så har du gjort en god jobb.
  - Ha noe nytt å formidle.
  - Ta kontakt med journalisten. Ha alltid en GOD pressemedie melding parat.
  - Send enkle tips til redaksjonen. Det er ikke sikkert du får napp, men neste gang vil de kjenne igjen navnet ditt.

# Hvordan komme på trykk?



- **Pressemeldinger**
  - Fungerer som første steg mot redaksjonell omtale, men trykkes ofte også uten annet forarbeid fra avisens side.
  - Huskeregel for pressemeldinger:
    - Vesentlighet – hvor viktig er min nyhet?
    - Innterese – hvor mange er den interessant for?
    - Saklighet – hold deg til poenget!
    - Aktualitet – hvor aktuell er saken?
      - VISA-regelen er grunnleggende i all journalistikk.

# Hvordan komme på trykk?



- **Pressemelding – utforming**
  - En nyhet! – med vekt på både en og nyhet
  - Så kort som mulig!
  - Husk å datere pressemeldingen!
  - Oppgi kontaktinfo på leder eller presseansvarlig
  - Ha alltid en tittel som vekker redaksjonens interesse. Maks sju ord!!
  - Unngå vanskelige faguttrykk og forkortelser

# Hvordan komme på trykk?



- Pressemelding – utforming
  - Ingress
    - Skal gi en kort og klar presentasjon av saken.
    - Ikke mer en sju setninger og fem linjer.
    - Ofte lurt med et klart utsagn eller påstand
    - Ingressen settes i uthevet skrift
    - Det er tittel og ingress som vekker journalistens interesse.

# Hvordan komme på trykk?



- Pressemelding – utforming
  - Brødteksten
    - Her skal man utdype, ikke gjenta det som sies i ingressen.
    - Skriv det viktigste først, og kom med utfyllende informasjon nedover i teksten.
    - Alle saker som skal trykkes i avisen kuttet bakfra hvis desken finner det nødvendig. Desken stokker ikke om på avsnitt. Det er derfor veldig dumt å vente med poenget til siste avsnitt.

## PRESSEMELDING

Fra: Norsk Bibliotekforening

Dato: 13. oktober 2009



## STATSBUDSJETTET FOR 2010

### **STATSBUDSJETTET OG BIBLIOTEKLØFTET: GODE INTENSJONER, LITE TYNGDE**

#### **- Jeg frykter at kommune-Norge ikke vil oppfatte årets statsbudsjett som et bibliotekløft, sier NBFs leder Anne Hustad.**

Satsningen på folkebibliotek som ble varslet i Bibliotekmeldingen er dårlig fulgt opp. 3 mill kroner er bevilget bibliotekutvikling og etablering av en ordning med modellbibliotek; det er lite midler til stimulering av kommunenes satsning på samarbeid og utvikling av modellbibliotek. Likeledes er 1 mill kroner til kompetanseutvikling i bibliotekene svært lite stimulerende.

- Jeg ville ha vært mer beroliget dersom det hadde stått i klartekst i budsjettforslaget at dette er første ledd av en langsiktig satsning, sier Anne Hustad. - Kulturløftet omfatter satsninger frem til 2014, og ettersom bibliotekene spiller en sentral rolle i denne satsningen, får vi anta at 2010 bare er første året i et bibliotekløft.

NBF ser positivt på at Kulturdepartementet har bevilget 6 mill. kroner til nasjonalt leseår i 2010. Satsningen på digitalisering i Nasjonalbiblioteket er gledelig, likeledes utvidelsen av Bokhylla.no og Nasjonalbibliotekets etablering av en tjeneste med felles søk i alle bibliotekcatalogene.

#### Kontaktpersoner:

Anne Hustad, leder, mobiltlf. 41 57 49 57, e-post: [anne.hustad@norskbibliotekforening.no](mailto:anne.hustad@norskbibliotekforening.no)

Tore Kr. Andersen, gen.sekr., tlf. 23 24 34 30 / mobil 90 85 54 51,

e-post: [tore.andersen@norskbibliotekforening.no](mailto:tore.andersen@norskbibliotekforening.no)

[www.norskbibliotekforening.no](http://www.norskbibliotekforening.no)

# Hvordan komme på trykk?



- Leserinnlegg
  - Noe av det som leses mest i en avis.
  - Det kan ofte bli omfattende debatter i avisenes leserbrevspalter.
  - Mange redaksjonelle oppslag har sitt utgangspunkt i leserinnleggene.
  - Det varierer hvor enkelt det er å komme på trykk med et leserinnlegg. Det er mange dyktige leserbrevforfattere, så kravene til leserinnlegg blir stadig større.
  - Viktig å følge godt med på leserinnleggsidene, det er ofte enklere å komme på trykk i en pågående debatt.

# Hvordan komme på trykk?



- Leserinnlegg – utforming
  - Mange av de samme kravene som til pressemeldinger.
  - Lokalaviser – lokal vinkling!
  - Kvalitetssikring: Få noen andre til å lese igjennom innlegget. Sendes det fra deg som NBF-tillitsvalgt er det viktig at det ikke går på tvers av vedtatt politikk. La noe andre i styret lese innlegget.
  - Informer resten av styret om at det kommer et innlegg, særlig hvis det er en følsom sak.

# Hvordan komme på trykk?



- Leserinnlegg – utforming
  - Leserinnlegg er mer personlige enn en pressemelding, men ikke bli for personlig.
  - Lag korte overskrifter
  - Lag gjerne en ingress her også, i alle fall en interessant innledning.
  - Enkelt språk uten forkortelser og fagspråk.
  - Et ”ferdig” leserinnlegg kan alltid kortes ned!
    - Sjekk debattsidene om maksgrense for antall tegn.

# Hvordan komme på trykk?



- Leserinnelegg – utforming
  - Bruk dine retoriske evner, men ikke overdriv.
  - Unngå personangrep, vær saklig i din omtale av andre personer.
  - Skriv godt norsk!
  - En frisk avslutning er bra. Kom gjerne med et spørsmål, en påstand eller en utfordring.
  - Undertegn med fullt navn og posisjon i NBF.

## Har skolebiblioteket en fremtid?

**Rødt, KrF, Høyre og Frp nevner ikke skolebibliotek med ett ord i sine partiprogram. Ap og Sp bruker ordet, men later ikke til å ha noe konkret politikk.**

REIDAR BJØRVATN SIV HOLT  
 HENRIK KJELLINGLAND HENRY  
 LANGSETH KARI SKOBENES  
 STYRET FOR NORSK  
 BIBLIOTEKFORENING,  
 VEST-AGDER

Skole pleier å være et av de viktigste temaene i enhver valgkamp. Bare sjelden har man nevnt skolebibliotek. Det er merkelig, siden bibliotekene er kunnskapsbanker, i skolene som i samfunnet for øvrig. Tradisjonelt har bibliotekene vært en kilde til hygge og nytte. I dagens informasjonssamfunn gir bibliotekene også opplæring i hvordan man hensiktsmessig søker informasjon og hvordan man skal forholde seg kritisk til den.

Norske elever har gjort det dårlig i internasjonale tester på lesing og regning (PISA og PIRLS). Ifølge Jørn Pihl og Ingebjørg Tonne, Avdeling for lærerutdanning og internasjonale studier ved Høgskolen i Oslo, har spesialundervisning og individuelt tilpasset opplæring ikke hatt den ønskede virkning. I et debattinnlegg i Aftenposten skriver de at sosiale og kulturelle forskjeller fortsatt er årsak til ulike faglige prestasjoner. Store internasjonale studier, for eksempel fra innvandrebydelen Rinkeby utenfor Stockholm, viser at skolebiblioteket kan spille en viktig utjevende rolle.

Elever lærer – naturligvis – på ulike måter. Og kunnskapen fester seg best når man kan ta ulike læremidler i bruk. I skolebiblioteket bør det være forskjellige medier som tidsskrifter, lydbøker, filmer og Internett, og det bør være ulike sjangere som romaner, tegneserier, dikt og fagbøker – selvfølgelig alt fra lettest til ekspertnivå. Skjønnlitteratur kan nemlig være en utmerket vei til bedre karakterer, også i realfag og samfunnsfag. Vi må heller ikke glemme at et velutstyrt bibliotek gir muligheter til at den enkelte får dyrke sine interesser og utvikle seg personlig.

Skolebibliotekets store muligheter gjenspeiles dessverre ikke i bevilgningene fra fylke og kommuner, ei heller med disponeringene på den enkelte skole. I 2007 kartla Møreforskning situasjonen ved landets skolebibliotek. Rapporten viste at elever i grunnskolen hadde tilgang til eget bibliotek i nesten samme grad som elever på videregående skole. Dekningsgraden var henholdsvis 87 % og 97 %.

Men i tilgangen til hjelp fra bibliotekar er forskjellen betenkelig. I landsgjennomsnitt



### SISTE FRÅ DEBATT

00:31 **Fortsatt vekst sikrer klimalesning**

00:29 **Innsats for å berge luf**

08:31 **Kunsten å overleve ...**

00:40 **Franz Kafka på Sørlandets Sykehus**

00:20 **Ressurser og spesialelever**

### TEGNESERIER



Pondus, Nemi og Rocky - les dagens striper ⇨

### LOKALT



# Hvordan komme på trykk?



- **Kronikker**

- Stort sett samme krav til en kronikk som til leserbrev, men kronikker er lengre og krever mer sakkunnskap.
- Kronikker er vanskelig å få på trykk. Ta kontakt med debattredaktøren på forhånd. Ingen i avisen kan forhåndsgodkjenne en kronikk, men du kan få en pekepinn på om det er interessant for avisen.

# Hvordan komme på trykk?



- Kronikk
  - Kvalitetssikring er enda viktigere for en kronikk enn for et leserbrev.
  - En kronikk skrevet på vegne av NBF vil bli oppfattet som lokalavdelingens/ spesialgruppens offisielle syn. Viktig å sjekke med andre i styret, gjerne også med NBF sentralt hvis dere er i tvil om det er offisiell NBF-politikk.

# Media – noen siste råd



- Ikke vær redd for å ta kontakt med media
- Du er ekspertene på ditt område. Sørg bare for å være godt forberedt.
- Journalister trenger deg like mye som du trenger journalistene. Stadig hardere arbeidspress gjør at journalister tar i mot gode tips med takk.
- **VÆR PROFESJONELL**
  - Aktører som er godt forberedt, vet hva de snakker om og som kan behandle andre mennesker på en seriøs måte har alltid en fordel fremfor amatørerne.

Fædrelandsvennen 10. mars 2009



VINNEREN: Et nytt kapittel er et lyst og luftig bygg med fokus på å trekke folk inn fra omgivelsene rundt. Tre er det viktigste byggematerialet. Store limtredragere preger bygget innvendig. (Foto: Helen & Hard)

## Her er Venneslas stasbygg

Dette blir Venneslas nye bibliotek og kulturhus.





FDK: FLERTALLET: Høyres Leif Arne Beisland t.h. fikk med seg Grimstad kommunestyre på en tre års bibliotekutsettelse.

## Gikk på bibliotek-nederlag



SKUFFET: Oystein Haga var skuffet etter nederlaget i biblioteksaken der flertallet valgte å stå på en utsettelse i tre år. Foto: Stein Harald eigård Oystein Haga

**Spesielt Venstre i Grimstad slikker sårene etter at flertallet sto på sitt, og valgte tre års bibliotekutsettelse i kommunestyret mandag kveld. Det til tross for ordførerens «billigløsning».**

Tove Ellingren tok@agderposten.no 37 80 37 25  
01. September 2009 17:46 - Sist oppdatert: 01. September 2009 16:28

Bibliotekforkjemper Hans Antonsen (V) prøvde forgjeves å få gjennomslag for i det minste å få vurdert hans hittil siste innspill i den langdryge biblioteksaken.

Hans forslag om å bruke posthusbygget, med et tilbygg, ble kastet inn i kassa for helst. Ordførerens håp var at det i hvert fall var runderet for



Biblioteksjef Ola Eksund i Biblioteket i Arendal. Foto: Kristoffer B. Førstenberg

## Bibliotekstøtte fra Arendal



Biblioteksjef Ola Eksund i biblioteket i Arendal. Foto: Kristoffer B. Førstenberg

Skriv ut
 Tips
 Facebook

Mest leste

### Tilhengerne av nytt bibliotek i Grimstad får nå faglig støtte fra bibliotekhold i Arendal.

Dagfinn Granlund dagpro@agderposten.no 152 24 730  
30. Juni 2019 11:40 - Sist oppdatert: 18. Juni 2019 11:47

– At Grimstad som universitetsby skal gå inn i fremtiden med et bibliotek for fortida er en logisk brist, mener Ola Eksund. Han er biblioteksjef i Arendal og leder for Norsk Bibliotekforening (NBF) avdeling Aust-Agder. Etter å ha fulgt bibliotekdebatten i Grimstad fra sidelinjen en lang stund, kaster han seg nå inn i debatten med klare meninger og oppfordringer til politikere.



## **GRUPPEOPPGAVE:**

Gruppen drøfter lokale/regionale bibliotekrelaterte sak(er) som pressen / lokalmiljøet er eller har vært opptatt av.

Drøft igjennom bl.a. følgende:

- hvem har uttalt seg?
- har alle synspunkter kommet fram?
- hvordan kom saken(e) opp?
- hvorfor kom saken(e) opp?
- sakens nyhetsverdi
- er saken fulgt opp av pressen?
- er saken fulgt opp av vedkommende etat/myndighet?
- kom det noe godt ut av omtalen/oppslaget?

# Lobby – kort innføring



- Hvorfor lobbyvirksomhet?
  - Som stortingsrepresentant kritiserte Trond Giske kultursektoren for å være ekstremt dårlige lobbyister. De har dårlig innsikt i politiske prosesser, og han anbefalte dem et lobbykurs. Behovet er særlig stort fordi andre samfunnsaktører på andre politikkområder benytter lobbyister og dermed får urimelig mye oppmerksomhet og ressurser.

# Lobbyarbeid



- Hvorfor lobbyarbeid?
  - De fleste politikere i Norge er fritidspolitikere og "all round" politikere. Det betyr at de ikke er eksperter på ett bestemt samfunnsområde.
  - De kan det politiske spillet, men "saksfeltet bibliotek" kan NBF-tillitsvalgte langt bedre enn enhver politiker.
  - Politikere trenger tips om saker, gode argumenter, forslag til politiske utspill.
    - Politikere er veldig opptatt av å finne "luker". De leter etter saker som kan gi dem positiv oppmerksomhet.
    - De er også ute etter å etablere nettverk der de kan.

# Hva er lobbyarbeid?



- Begrepet har sitt utgangspunkt i inngangshallene (lobbyen) i den amerikanske kongressen hvor de folkevalgte møtte "vanlige folk" som prøvde å påvirke de politiske beslutningene.
- På norsk oversettes lobbyarbeid av og til med korridorpolitikk.
- En lobbyist har i oppgave å påvirke politikerne til å fatte vedtak som gagnar de interessene lobbyisten representerer.

# Lobbyarbeid



- Hvorfor skal NBF drive lobbyarbeid?
  - få innflytelse på saker som angår biblioteket
  - sette bibliotek på dagsorden
  - markedsføre biblioteket overfor politikerne
    - vise hvilke bibliotekstjenester man kan få hvis man faktisk satser på biblioteket.
  - støtte og hjelpe bibliotekansatte der de selv ikke kan kjempe for egen sak på grunn av lojalitetskonflikter.

# Lobbyarbeid



- Hvem driver lobbyarbeid?
  - De aller fleste frivillige organisasjoner, bransjeorganisasjoner, innbyggeraksjoner, bedrifter, fagorganisasjoner osv. driver utstrakt lobbyarbeid.
  - Finansielt sterke aktører bruker ofte profesjonelle lobbyister. Dette stiller sterkere krav til oss som frivillige, men vi slår forhåpentligvis proffene på engasjement og entusiasme for saken vår.

# Lobbyarbeid – hvordan?



- Lobbyarbeid er ganske lett, hvis man vet hva man gjør.
- Første og siste bud er: Vær godt forberedt
  - Et grundig forarbeid er alfa og omega for å lykkes med sine lobbyfremstøt.
    - Kjenne sin egen sak godt
    - Ha gode argumenter for eget standpunkt
    - Ha oversikt over partiets politikk.
    - Kjenne den enkelte politikerens holdninger og bakgrunn.

# Lobbyarbeid



- Kjenn din politiker
  - Fem kategorier
    - Entusiasten; forkjemperen for vår sak
    - Støttespilleren; positiv, men ikke glødende
    - Gjerdesitteren; ganske likegyldig
    - Skeptikeren; stiller seg noe negativ til saken
    - Motstanderen; jobber aktivt mot vår sak
      - De ulike typene krever ulike strategier. Men til og med motstanderen kan snus hvis saken og argumentene er gode nok.

# Lobbyarbeid



- Ulike strategier

- Entusiasten

- De kan brukes som døråpnere, som "informanter" og som synlige talspersoner for saken. De trenger ikke å overbevises, men de tar alltid imot gode argumenter og tips om nye saker.

- Støttespilleren

- Med litt støtte, og et sett med gode argumenter kan de bli aktive for saken. Men det viktigste er at de er på vår side. Vi kan regne med dem når saker skal avgjøres.

# Lobbyarbeid



- Ulike strategier – forts
  - Gjerdesitteren
    - Det er overfor disse at hovedarbeidet må gjøres. De er ofte politikere som jobber med andre saksområder enn vår sak. De har gjerne ikke tenkt på våre problemstillinger.
  - Skeptikeren
    - Her trengs det hardere lut. De er ikke nødvendigvis innbitte motstandere, men de kan ha andre prioriteringer. Her må man bruke allierte, kanskje trenger de å skjønne at de kan få positiv oppmerksomhet i media ved å støtte saken.

# Lobbyarbeid



- Ulike strategier – forts.
  - Motstanderen
    - Her finner du de som aktivt motarbeider vår sak. Sjansen for å lykkes er ikke stor, men man kan lære av å drive lobbyvirksomhet mot disse også. Du kan både lære deg å argumentere bedre for egen sak, og du lærer motstanderens argumenter. Dette kan være nyttig i fremtidige situasjoner.
      - Råd: Ikke skygg unna politiske motstandere, og ikke gi opp!
      - Legg opp ulik taktikk avhengig av hvem du møter.

# Lobbykurs



- Kartlegging
  - Det kan av og til lønne seg å gjøre et grundig kartleggingsarbeid. Omfanget kan variere fra sak til sak.
  - Å ha oversikt over formuleringer fra partienes ulike program er en god start.
    - NB! Et parti har flere program, stortingsvalgprogrammet er det viktigste, men de kan også ha prinsippprogram, kommunalpolitiske manifest, sakspolitiske manifest, lokale program osv.

# Lobbyarbeid



- Kartlegging
  - Av og til er det også lurt å vite noe om partiets voteringshistorie i kommunestyret/fylkestinget/Stortinget. Ta noen kjappe søk på kommunens eller partiets hjemmeside. Søk også i nettavisene.
  - Det kan lønne seg å vite noe om den enkelte politikers voteringshistorie, politiske interesseområder og annet. Et kjapt søk på internett kan gi en del informasjon.

# Lobbyarbeid



- Før møtet
  - Forbered et grundig notat om saken. Send gjerne et sammendrag til politikeren eller dennes rådgiver på forhånd.
  - Hold deg til én sak, kanskje et par til hvis de er relatert på noen måte.
  - Vær tydelig på hva du vil ha igjennom.
  - Ikke send ved alle argumentene i det første notatet.

# Lobbyarbeid



- Før møtet

- Klargjør for dere selv om dere ønsker å møte enkeltpolitikere hver for seg, det enkelte partis medlemmer i en bestemt komité/utvalg, hele gruppa til et parti eller hele komiteen/utvalget.
  - Hva som vil være mest effektivt avhenger av sakens karakter og for eksempel konfliktnivå.
- En telefon eller e-post er første skritt mot et møte. Stortingspolitikere har sekretærer som man bør gå gjennom. Store partigrupper i et kommunestyre har kanskje egne gruppesekretærer/kontoransatte.

# Lobbyarbeid



- Noen enkle tips
  - Ikke ring til rådgivere eller politikere sent på kvelden eller i helgene – telefonvett!
  - Avklar møtets varighet på forhånd.
  - Forbered en kort muntlig introduksjon til saken.
    - Denne bør utfylle notatet som er sendt på forhånd. Grundige politikere har lest dokumentet før de tar møtet, de trenger utfyllende informasjon.

# Lobbyarbeid



- Under møtet
  - Møt presis. Å komme sent gir et dårlig førsteinntrykk, dessuten forkorter det møtet.
  - Kle deg "riktig". I Norge er man mindre formell enn i mange andre land, men det går noen grenser...
    - Skal du møte noen til en uformell kaffe er kravene selvsagt annerledes enn hvis du skal møte i en stortingskomité.

# Lobbyarbeid



- Under møtet
  - Kom fort til saken, den eller de du snakker med har også en travel hverdag.
  - Ditt "åpningsinnlegg" bør ikke vare mer enn 1/3 av tiden du har til disposisjon. (På Stortinget får man stort sett en halvtime med enkeltpolitikere eller fraksjoner)
  - I offisielle høringer har man stort sett ikke mer enn et kvarter. Her kan du bruke noe mer av tiden, men la det være litt rom for spørsmål og svar.

# Lobbyarbeid



- Korte lobbyråd

- 1: Knytt kontakter med likesinnede. Henvendelser fra flere styrker muligheten for gjennomslag.
- 2: Finn døråpner med autoritet som kan overbevise skeptikere
- 3: Etabler en god kontakt med byråkrater og politikeres assistenter.
- 4: Forbered deg godt før viktige møter. Undersøk hvem du skal treffe, formuler et klart budskap og legg igjen en skriftlig versjon av presentasjonen din.
- 5: Bruk møtevett: Avklar hvor mye tid som er avsatt, bruk aldri mer enn en tredel av tiden på presentasjon. Konsentrer seg om å lytte.
- 6: Bruk telefonvett: Avklar om den du ringer har tid til å snakke med deg. Ring aldri sent om kvelden eller i helgene. Send en e-post som forklarer saken.
- 7: Kombiner entusiasme med profesjonell saklighet.
- 8: Hold deg orientert om saksgangen og slå til på riktig tidspunkt.
- 9: Gi ikke opp for tidlig. Avlyste møter er ikke tegn på manglende interesse.
- 10: Bruk ikke tid på å overbevise folk som allerede er overbevist.
- 11: Innse når slaget er tapt.



### **Gruppeoppgaver:**

- Lag et utkast til politikerbrev ang. nedskjæringer i kommunebudsjettet
- Lag opplegg for debattmøte med politikere om bibliotek
- Lag et utkast til leserbrev ang. bibliotek i valgkampen