

TIPS OG IDÉER



Hvordan får min forening kontakt til pressen?

- En guide til DAI's medlemsforeninger om at skabe et godt samarbejde med pressen.

www.dai-sport.dk - En verden af gode oplevelser

Kære medlemsforeninger!

I forbindelse med senioridrættens juleseminarer i december 2009 havde DAI valgt at medtage en PR-del, hvor hovedfokus var at give deltagerne redskaber til at lave en god og aktuel pressemeddelelse til de lokale medier. DAI har modtaget mange positive tilbagemeldinger fra deltagerne i forhold til PR-delen, hvilket har medført, at DAI har valgt at samle alle oplægsholdernes materialer, og udgive dem i et lille opslagsværk. DAI håber, at I vil få god gavn af dette hæfte, og at det kan bevirke, at netop jeres medlemsforening kommer i pressen, hvis og når I ønsker det.

Indholdsfortegnelse

	Side
Hvad er en god historie ? - se nyheden/historien.	3
Fortæl historien godt - skær den stramt (eksempel på pressemeddelelser)	4
At sælge historien mundtligt - hvis I ikke vil/kan selv, eller det er til radio/TV.	5
Journalistens 10 metoder.	6
Journalistikkens 10 bud.	7
Vigtige fakta vedrørende DAI - oplysning til journalisterne.....	8

Dette materiale er blevet til på baggrund af oplægsholdernes notater og oplægsmaterialer, og DAI vil gerne takke de implicerede journalister for deres arbejde, og at de vil stille deres materiale til rådighed.

Idé: Bente Nørgaard
Layout: Tina Skaaning

1. Hvad er en god historie? - Se nyheden/historien

Af journalist Anne-Mette Johnson

(Frit redigeret af DAI konsulent Michael Sorgenfri)

- **Tal er godt:**
 - "Herning Gymnastikforening opretter 10 ekstra herrehold"
 - "Tilmelding til seniorgymnastik slår alle rekorder"
 - "Halvdelen af deltagerne på Kirstens hold har skrottet kolesterol-pillerne."
- **Uventede resultater/sidegevinster:**
 - "Vi træner medicinen væk"
 - "Stavgang er integration"
 - "Indvandrerkvinder lærer dansk, mens de forbedrer konditionen"
 - "Mændene har set gymnastik-lyset"
- **Personhistorier/portrætter**
 - "Ugens glade krøbling"
 - "Brækkede ryggen – nu træner hun tre gymnastikhold"
 - "Hun giver mændene høvl"
 - "16-årige Helle svinger trænerpisken over herreholdet"

NB:

En lokal historie kan godt komme i landspressen, hvis den har et bredt perspektiv f.eks. historien om medicinen. **Husk:** En historie i lokalpressen bliver også læst.



2. Fortæl historien godt – skær den stramt (eksempel på pressemeddelelser)

Af journalist Anne-Mette Johnson

(Frit redigeret af DAI konsulent Michael Sorgenfri)

- **Hvordan fortæller vi historier? – begynd med resultatet.**
 - Råb til naboen: Jeg skal være mormor! Vi begynder med babyen, ikke fertilitetsbehandlingen
 - **DET VIGTIGSTE SKAL KOMME FØRSTE**, derefter detaljer af faldende vigtighed, dvs. at historien skabes baglæns med resultat/nyhed først og derefter processen.
 - **HOLD DET KORT**
 - Overskrift: Æggende og vækkende (Appetizer - Eyecatcher)
 - Underoverskrift: Dækkende (her skal "appetitten" fra overskriften stilles)
 - Overskrift og Underoverskrift: Skal indeholde det vigtigste (hvem, hvad, hvor, hvornår)
- **Pressemeddelelse:**
 - Max én side – gerne kortere
 - Vær omhyggelig med dato, klokkeslæt og sted.
 - Opgiv altid mindst én kontaktperson – med telefonnummer.
 - Vedlæg foto og/eller giv eventuelt redaktionen en foto-idé.
- **Timing:**
 - Tjek deadlines – hvornår skal avisen have materialet for, at det kan nå, at komme med i trykken? I skal i den forbindelse være opmærksom på forskellige deadlines alt afhængig af, om det skal i hverdagspressen eller i weekendpressen.
 - I skal være i god tid, men ikke for god tid. Dvs. gerne et par dage før deadline (til ugeaviser), men ikke et par uger før I gerne vil have historien i. Så har de glemt den igen.
 - Læg mærke til, om der er store begivenheder, der dækkes lige nu/ på det tidspunkt, I gerne vil i avisen, for så sorteres I fra.



3. At sælge historien mundtligt – hvis I ikke vil/kan skrive den selv, eller det er til radio/TV.

Af journalist Anne-Mette Johnson

(Frit redigeret af DAI konsulent Michael Sorgenfri)

- **Se historien og formulér den for dig selv eller over for andre (se tidligere punkt om hvad en god historie er)**
- **Hav altid ½ side med:**
 - Den samme info, som du gav journalisten i telefonen, altså hvad historien går ud på.
 - Forslag til kilder med fulde navn, stilling/rolle i historien, tlf.nr. Husk at du på forhånd skal have tjekket af, at disse kilder gerne vil medvirke i interviews.
 - Eventuelt forslag til kilder du ikke kender, men som kan underbygge din historie – f.eks. konsulenter i idrætsforbundet, eksperter, du ved, har kendskab til området osv.
 - Din egen kontaktinfo evt. hjemmeside, hvor man kan læse mere om din gode historie.
 - Fotos, hvis du har nogle gode.
- **Husk: ”Må jeg lige sende dig ½ side om det?”**
- **Ring ALTID tilbage, hvis det er aftalt – ellers ryger historien**
- **Husk at journalister er dovne og/eller konstant under tidspres, så server historien ”tygget” og med alt materiale, kilder osv. lettilgængeligt.**



4. Journalistens 10 metoder

Af journalist Elisabeth Saugmann

(Frit redigeret af DAI konsulent Michael Sorgenfri)

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. <i>Nyhed</i> | 6. <i>Portræt</i> |
| 2. <i>Interview</i> | 7. <i>Feature</i> |
| 3. <i>Reportage / Referat</i> | 8. <i>Referat</i> |
| 4. <i>Navnestof</i> | 9. <i>Opsøgende kritisk journalistik</i> |
| 5. <i>Den menneskelige historie</i> | 10. <i>Kommentar / debat</i> |

• **Grundregel:**

- Al kommunikation foregår på modtagerens præmisser. Hvis du vil nogen noget, må du sørge for at sige det så klart og tydeligt, at de forstår, hvad netop du mener og vil.
- Man skal kommunikere så bredt som muligt, så flest mulige har en interesse i det, man har at sige.
- Den gode historie skildrer noget aktuelt og berører flest læsere mest muligt. Den rummer et element af overraskelse, og har en form for konflikt indbygget. Den handler om menneskelige forhold, som læserne kan identificere sig med. (Tænk på hvorledes et eventyr er bygget op)

• **Dårligt eksempel:**

- "Der er svømmeundervisning hver mandag i sommerhalvåret på Medisterstien 12A..og der er..og der er...og formanden er... i...på....". Gaaab!

• **Godt eksempel:**

- "En af de glade svømmere i vores svømmeklub er Elise Hansen på 93 år. Den ret voksne vandhund har 4 børn og 12 børnebørn, som hun selv har lært at svømme. Der er også et par oldebørn på vej. Elise møder op hver mandag her i sommerhalvåret. Hun synes, det er sjovt at komme på Medisterstien 12 A, hvor vi hygger os. Og nu er hun ved at sætte vand over til et hold med vand-aerobics. For som hun siger: "Når jeg ikke svømmer, strikker jeg, men hvor mange hjemmestrikkede sokker kan man få afsat, selv om man har en stor familie? Så jeg håber, at der er nogle unge friske mennesker fra 14 til 65 år derude, som har lyst til at komme og være med til at lave et hold med vand-aerobics. Det er jo sundt og dejligt at røre sig på en fornøjelig måde, og er der noget i vejen med at være fremme i badeskoene?"
- I ovenstående eksempel skitseres den gode histories elementer, men et enkelt element kan til tider være godt nok.

• **Kontakt mellem dig og den lokale avis:**

- Journalister har brug for gode kilder med gode historier. En god kilde er pålidelig, troværdig og tilgængelig.
- I forhold til en lokal journalist har I den fordel, at I er eksperter på netop jeres område, og kan skaffe rigtigt levende mennesker, der kan fortælle.

5. Journalistikkens 10 bud af Per Knudsen

Af journalist Per Knudsen

(Frit redigeret af DAI konsulent Michael Sorgenfri)

1. Min journalistik er oplysende og troværdig.

Jeg søger sandheden, er saglig og korrekt.

Min journalistiske opgave er at forklare - ikke at forsvare eller fordømme.

2. Min journalistik er uafhængig.

Jeg varetager ikke særlige økonomiske, politiske eller personlige interesser.

Jeg udnytter ikke min stilling som journalist til at opnå private fordele.

Jeg fremlægger ikke forhold, der kan skabe tvivl om min habilitet.

3. Min journalistik er kritisk

Jeg forholder mig kritisk over for alt og alle - ikke mindst mine egne forudfattede meninger.

4. Min journalistik er fair

Jeg går fordomsfrit til enhver opgave og hører altid flere parter - ikke mindst en angreben part.

Jeg udelader ikke fakta af større vigtighed eller betydning.

Jeg har sans for proportioner og undgår irrelevante og misvisende informationer.

5. Min journalistik er åben for indsigelser

Jeg lægger mine præmisser ærligt frem for mine kilder.

Jeg indrømmer mine fejl.

Jeg beskytter mine kilder.

6. Min journalistik er tilgængelig for alle

Jeg skriver for den forudsætningsløse læser - ikke for mine kilder og kolleger.

Jeg undgår jargon og et kunstigt oppustet, sensationssøgende sprog.

Jeg tilstræber nærvær og nærhed i min journalistik.

7. Min journalistik respekterer privatlivets fred

Jeg kender forskellen på "need to know" og "nice to know".

Jeg vejer altid hensynet til privatlivets fred op mod offentlighedens krav på at vide besked.

8. Min journalistik er ansvarlig

Jeg glemmer ikke mine privilegier og mit ansvar. Mennesker kan henvende sig trygt til mig med deres problemer. Jeg svigter dem ikke. Jeg husker, at pressen er den fjerde magt. Det er mig, som gennem den bliver den sidste instans, når myndigheder og magthavere misbruger deres beføjelser. Svigter jeg, er det demokratiet, jeg svigter, for uden en fri presse er der ikke noget demokrati.

9. Min journalistik giver plads til begejstring

Jeg har sans for journalistiske eksperimenter, for det livsbekræftende, det fascinerende, det satiriske, for det sjove, den ægte glæde og begejstring - både i mit sprog og i mit emnevalg.

10. Min journalistik er skarp og afsøger nye grænser

Jeg ved, at fairness-målsætningen ikke står i modsætning til en skarp og aggressiv og grænsesøgende journalistik.

Jeg vil bestræbe mig på at gå nye veje, gøre en forskel og sætte mit eget præg på journalistikken.

6. Vigtige fakta omkring DAI – oplysning til journalisterne.

Dansk Arbejder Idrætsforbund (DAI)

DAI er et tværidrætsligt specialforbund med ca. 75.000 medlemmer fordelt på ca. 850 foreninger.

DAI er det 3. største forbund under Danmarks Idræts-Forbund (målt på antal medlemsforeninger). DAI har en mangeårig tradition for og stor erfaring med alle aspekter omkring etablering af idræts- og motionstilbud for dem, der ikke umiddelbart tiltrækkes af de eksisterende idrætstilbud. DAI står bl.a. for udvikling og koordinering af senioridrætsområdet, idrætstilbud til sindslidende samt til børn, unge og voksne.

Dansk Arbejder Idrætsforbund
Idrættens Hus,
Brøndby Stadion 20,
2605 Brøndby,
Telefon 43 26 23 81



Læs mere på: www.dai-sport.dk – en verden af gode oplevelser.