

Plevnagården, Malmköping. 13 deltagare från 9 föreningar deltog.



Marie Hillblom, Olov Norin och Karina Frölund. Bilder från träffen Göran Dahlberg.

Vad är media och hur fungerar det?

Marie Hillblom visar en film om medias roll i en demokrati.

Katrineholmskuriren ska, enligt grundaren 1917, vara ett *tillförlitligt, snabbt och granskande* *ortsorgan*.

De pressetiska reglerna ska garantera att vi kan lita på det vi läser/hör. Journalisterna ska vara objektiva och korrekta. Det är en utmaning att förstå medias roll i den digitala världen.

KK, EK och SN utgör Sörmlands media. De har 94 journalister. Pappersex: KK 10 000, SN 19 000 och EK 26 000. Digitalt räknar de med 250 000 besök per vecka.

Idag pratar man om multijournalister. De ska kunna skriva, fota och filma.

En chefredaktör har i regel inte mycket med den dagliga verkligheten att göra. Det är nyhetschefen som vet vad som händer och vilka som är i tjänst – spindeln i nätet.

Den digitala redaktören bestämmer när resp nyhet ska publiceras. Det är ingen slump när saker och ting läggs ut. Analysen är viktigare än någonsin. Ex är plötsligt pendlartider intressanta att lägga ut färskt nyheter i, då är besöksfrekvensen på nyhetssidorna stor.

Kalendarier och notiser är vällästa men alltid kortade. **Dessa läses i stor utsträckning av den egna gruppen** och ersätter inte ett reportage eller en annons.

I reportaget bestämmer journalisten vad som tas upp. Det är bara i en annons ni kan bestämma vad som ska stå.

Att möta media den 8 november 2017

Vi skriver gärna om det oväntade, det udda. Vi kan inte "Driva nyheter" som en dagstidning säger Karina Frölund. Hon trycker åter på **betydelsen av effektfulla bilder.** I "Mitt Sörmland" skriver föreningarna själva. Var noga med att ha med en bild när ni skriver där.



Vad vill läsarna ha?

Läsaren vill ha lokala nyheter, nära nyheter, nyheter med människan fokus. Man läser också många "blåljus-nyheter" **Vem som gjort något är viktigt. Kan man relatera?** Sjukvård, skola och stadsplanering har också stor läsning.

Läsarna intresserar sig för:

- Människor i fokus
- Stadsplanering
- Människoöden

Pressinformation

Det är ett jättestort flöde av nyheter/pressmeddelanden. Facebook är en kanal att tipsa via. En personlig kontakt kan vara viktig, men om den personen är sjuk så kan redaktionen vara bra att maila en kopia till.

Försök skicka pressinformationen igen, igen, igen. Våga vara påstridig. Det kan vara många orsaker till att man inte fick respons på sitt utskick/ sin inbjudan.

"Vi är ganska lättlurade" Tänk på hur ni agnar kroken!

Skriv kort!

Det är viktigare att sälja till journalisten än att skriva bra. Visa kärnan av det ni vill visa/göra. Vad är grejen? När är den? Vem kontakter vi?

När tidningen kommer ut kan ni lägga ut texten. Om det är komplicerat kan telefonsamtalet vara viktigare än pressinformationen. Skickar ni med fotografier måste rättigheterna vara solklara!

Det är viktigt med ämnesrubriken. "Pressmeddelande" är det absolut sämsta ni kan välja. Skriv vad det gäller!

Ex med reportaget från cirkeln i Östra Vingåker. Det funkade inte vid första tillfället, men ett senare. Journalisterna trycker på att det ofta kan bli ett roligare från ett projekt, än från invigningen när det är klart. **Arbetsprocessen är spännande och den ger BÄTTRE BILDER. Vi funderar ofta på vilka bilder vi kommer kunna ta när vi prioriterar.**

Folkbildande reportage är jättebra.

Välj ett uppslag att locka med, det ger ett bättre, mer läsbart reportage.

Att möta media den 8 november 2017

Våga välja! Då framstår ni som mindre röriga och får med ett tydligt budskap som kan ånga en reporter. Agna tydligare med en mer förklarade bakgrund om man tex bjuder in för bok eller museum. Men fortfarande med EN tydlig vinkel.

Var ute i god tid så ni hinner tjata och ringa också.

Tips på porträttbara människor, människor med en berättelse, en passion efterfrågar alltid tidningarna. Då i det lilla, någon som brinner för det udda är alltid spännande.



Kommunikation i hembygdsrörelsen

Man är som en fiskare, vill väldigt gärna ha napp, men ofta är håven tom.

Det tar tid med pressrelationer, om man inte köper in en PR-tjänst. Det man gör, aktiviteterna, måste översättas till användbart material. Det är föreningarna som syns i media, förbunden syns betydligt mindre. SHF ser tydligt i antalet träffar när de lagt tid på pressinformation.

Det finns förslag till budskap att skicka med – vilket man med slutsats efter dagen tar med då man fått respons och ger en intervju.

- Hembygdsrörelsens ansvar för kulturarvet
- Det demokratiska föreningslivet
- Hembygdsrörelsen är öppen för alla. Alla har rätt till kulturarvet.



Att möta media den 8 november 2017

Håll visionen närvarande när vi pratar med pressen.

Poängen med att synas är att skapa

- Ökad kännedom om och
- Ökat engagemang för och inom hembygdsrörelsen

Det är viktigt att förbereda sig för det man vill säga/ ha sagt.

Vad vill man ha för reaktion?

- Inför en aktivitet
- Under en aktivitet
- När man bedriver opinion

Titta på hur andra skriver, härma.

Gör en PR-kalender för egen planering med ansvarsfördelning och planering för informationsflödet.

Bjud in i tid. Ta med tjtamenten i er PR-kalender.

Google alert kan visa vilka träffar som dyker upp.

Högtidligheter kan vara av intresse.

Våga driva opinion på debatt och åsiktssidorna.

Om man är osäker på hur man ska göra, vad man ska skriva ska man ändå komma ihåg att det är bättre att göra än att inte göra. "Vi bryr oss inte om språket i agnet." (Agneten är här pressinformationen.)

Våga välja vinkel för att få tydligare hugg på kroken.





Sammanfattande diskussion pass 1

Ex Sörmlandsbygden (och årsskrifterna) är fulla av spännande berättelser och öden. Marknadsför ett i taget så räcker boken länge under året. Knyt ihop texten med upphovsman, plats, utställning eller något annat.

Recensioner har ett lågt intresse bland läsarna och det tar för mycket tid. Välj en artikel och sälj in.

Media är varken intresserade av att sälja skrifter eller medlemskap till er, de vill ha bra reportage som läsarna uppskattar.

Ämnesraden – Ämnesraden – Ämnesraden

Välj en kontaktperson som går att kontakta, en som svarar i telefonen. Det är inte så självklart som det låter.

Läsarna vill gärna ha inför reportage, och det borde vi också vilja. Att berätta vad man missat är inte så himla kul.

Livsöden – Livsöden – Livsöden

Kött och blod är att föredra framför föremål och byggnader.

Varje plats är lika intressant eftersom den bebos av människor med spännande berättelser.

Att möta media den 8 november 2017

Riksmedia söker udda omständigheter.

Gissa föremålen gick att sälja in till Land. Hitta på er idé och försök sälja in den. Vinklad och skruva. Vad har ingen annan tänkt på förut?

Asså, Leif är Leif!!

Hitta rätt media för rätt aktivitet

Om ljudet är viktigt så jobba mot radio och tv. Berättelsen om radioreportern på traktorn vid veteranplöjningen.

Aktiviteter med barn är det lättare att få ut media till.

Gräv i gammalt för att hitta nytt. Det blir ett sätt att fortsätta berätta. Hitta något som går att koppla till en redan känd berättelse eller person. Kändisarnas släktingar gillar media att skriva om.

Hitta en historia som sticker ut lite snett

Tänk till, vrid och vänd för att agna material som kan fånga en läsare.

Våga vara en linslus. Tänk nytt! Man kan åka på snytingar på hemmaplan, men det överlever man.

Deltagarna skulle sedan åka hem och hitta nya vinklar, välja hårdare och sedan följa upp sina pressutskick bättre.

