

2022

Så syns orienteringen mer i media!



Olov Öström
journalist och orienterare
2022-01-01

Innehåll

Ett pressmeddelande/pressinfo	2
Inte bara tävlingar	2
Nyttja digitala teknik	2
Så gör du med bilder	3
Vem skriver i tidningen?	3
Snabbguiden	4
Några reflektioner	4

Så syns orienteringen mer i media

Här kommer några tips till tävlingsledare, aktiva, pressansvariga eller andra funktionärer inom orienteringsklubbar för att synas mer i media.

Utgå inte ifrån att media känner till vad ni har på gång – utan informera om det!

Ett pressmeddelande/PRESS-info

Ett pressmeddelande har möjligheter att i någon form bli publicerat. Redaktionerna väljer att bearbeta pressmeddelandet innan det publiceras.

Ditt bakgrundsmaterial kan ligga som grund till en tidningsartikel eller ett inlägg i etermedia.

Det går också bra att skicka ett mer faktabaserat pressmeddelande som till exempel berättar om hur många som anmält sig till tävlingen, var den avgörs och om det finns någon speciell krydda i den. Exempelvis exempel på några kända namn. Skriv inte för långt, kort och koncist ska de vara.

Att skriva ett pressmeddelande är ingen litteraturtävling. Men det som står i det ska vara korrekt och sant.

Var noga med att stava namn rätt!

Ett pressmeddelande om en tävling skickas bäst veckan före. Bjud in media att närvara. Men ta inte för givet att media dyker upp. Att bevaka en orienteringstävling är tidsödande och får många gånger stå tillbaka för andra mer lättillgängliga, större och publikvänliga sporter.

I flera fall sköts orienteringsbevakningen av frilansande orienterare som är väl förtrodda med sporten.

Om redaktionens anställda personal bevakar tävlingen är de som regel inte lika insatta. De behöver mer hjälp, tips om fotoplats, vilka som är de mest intressanta löparna etc.

Att bjussa på fika är inte nödvändigt men är en god gest och ger ett trevligt intryck.

Inte bara tävlingar

Var inte rädda för att berätta om vad ni gör i klubben, i stort och i smått. Det behöver inte nödvändigtvis bara handla om tävlingsarrangemang.

Det är positivt om de **aktiva** tar kontakt med media och berättar vad de håller på med, till exempel i samband med ett framgångsrikt tävlande utanför distriktet. Det behöver inte nödvändigtvis vara en ledare som tar sig an uppgiften att informera.

Det är inte självklart att allt ni berättar om blir omskrivet. Det är redaktionen som gör urvalet ut i fråga om vad som kan tänkas vara intressant för en bredare publik, inte bara för orienterare.

Försök därför sätta dig in i journalistens roll. Vad kan vara unikt och spännande att berätta om?

Nyttja digitala teknik

Med den digitala tekniken underlättar möjligheten att snabbt kommunicera med media.

Nyttja den!



Efter ett eget arrangemang borde det vara en självklarhet att klubben skickar resultat. Och gärna en bild från tävlingen. Det tar kort tid i anspråk att skicka över en resultatfil eller en länk till Eventor/pressresultat där resultat från tävlingen kan hämtas.

De flesta tidningar/etermedia har en egen webbsida eller mobilsajt. Varför inte prova att någon gång skicka över rörliga bilder! **Webb-tv kommer allt mer.**

Så gör du med bilder

Bild från någon vinnare i samband med prisutdelning är enkel att ta. Funkar bra med en bättre mobiltelefon. Tänk på att gå nära den du fotograferar. Bilder med några "flugskitar" på kommer knappast att publiceras. **Om du tycker att du är nära, förkorta avståndet med hälften.**



MMS:a inte bilden utan lägg den som en bilaga i ett mejl. Om du MMS:ar minskar programmet bildens kvalitet för att den snabbt ska kunna gå att överföra.

MMS-bilder funkar för publicering på nätet men sällan i papperstidning där kraven på kvalitet är högre.

Skriv någon rad om vem eller vilka som är med på bild. Uppge också namn och telefonnummer på någon som redaktionen kan ringa till för ytterligare information.

Tänk på tidsfaktorn. Media jobbar med kontinuerlig uppdatering av information. Skicka din information så snart som möjligt. **Vänta aldrig "någon dag"**, då minskar möjligheten för att just din aktivitet blir omskriven.

Vem skriver i tidningen?

Vilka kan tänkas vara intresserad av information om orienteringssporten? Ja, självklart de regionala och lokala tidningarna.

I Värmland finns följande tidningar som ges ut mer än en gång i veckan:

Nya Wermlands-Tidningen, Karlstad - sporten@nwt.se

Värmlands Folkblad, Karlstad - sporten@vf.se

Arvika Nyheter, Arvika - sporten@arvikanyheter.se

Filipstads Tidning, Filipstad - redaktion@filipstadstid.se

Fryksdalsbygden, Sunne - redaktion@fbygden.se

Karlskoga Tidning, Karlskoga - sporten@karlskogatid.se

Karlskoga Kuriren, Karlskoga - sporten@karlskoga-kuriren.se

Säffle Tidning, Säffle - redaktion@saffletidning.se

Nya Kristinehamns-Posten, Kristinehamn - sporten@nkp.se

Skogssport (SOFT's officiella tidning) - skogssport@orientering.se



SR och SVT har lokala redaktioner i Värmland med stationering i Karlstad.

radio.varmland@sr.se , varmlandsnytt@svt.se

Utöver detta finns en rad andra nyhetsförmedlare: radio- tv-kanaler, gratistidningar eller digitala nyhetsförmedlare.

Några redaktioner har orienterare knuta till sig, som frilansare eller som anställd personal.

Olov Öström (OK Tyr) olov.ostrom@gmail.com

Vet du fler som frilansar i Värmland? Hör av dig till: monika.wikstrom@ihvarmland.se

Se till att även informera (dessa) när ni berättar om verksamheten i era klubbar.

Snabbguiden

- **Finns det något unikt** med det ni gör, vid er tävling eller i övrig verksamhet? **Lyft fram det!**
- **När det är tävling** - Leverera alltid basfakta, som hur många deltagare, var tävlingen är, några vassa eller intressanta namn i startfälten. Det kanske finns en historiskt intressant plats där tävlingen går?
- **Glöm inte att alltid ange en kontaktperson** som media kan vända sig till.
- **Efter tävlingen – skicka en bild** med tillhörande kort text. Glöm inte resultaten. Det minsta du kan göra är att skicka en länk till din tävling på Eventor för vidare navigering till pressresultaten.
- **Flera tidningar har speciella sidor för ungdomsidrott.** Där finns bra chans att komma med, konkurrensen är inte lika hård som på ordinarie sportsidor. En bild på några duktiga ungdomar har stora möjligheter att ta plats.
- **Har ni något större på gång?** – bjud in till en presskonferens. Det kan gälla t ex inför en nationell elitävling din klubb arrangerar eller om klubben gör någon större satsning i någon riktning: exempelvis bygger ny klubbstuga, startar intressant ungdomsprojekt, värvat elitorienterare eller provar något nytt inom sporten.
- **Surna inte till om dina ansträngningar** ger klen utdelning. Ta nya tag. Ställ dig frågan, hur blir vi mer intressanta? **Trägen vinner.**
- **Bygg relationer** med redaktionerna. Var inte rädd för att ringa och berätta.



Några reflektioner

För ett 20-tal år sedan fick orienteringssporten mycket uppmärksamhet i media. Den tiden är förbi. Konkurrensen har hårdnat om att synas i media. Betydligt.

De som är bra på att informera har större chans att synas.

För att öka intresset för sporten är det en nödvändighet att synas i många kanaler: i tidningar, på radio, i tv samt givetvis också i sociala medier.

Detta gör sig inte självt utan kräver en aktiv insats från orienteringsleden. Det är du som orienterare som måste ta initiativet.



Syns man inte, finns man inte!