

Hvordan komme i media?

Reiselivssamling 12. juni 2008



Informasjonssamfunnet

- Radikale endringer fra tidligere
- Samfunnet på overskriftsnivå
- Mange medieaktører, men få eiere
- Partipressen er borte – alle er kommersielle aktører
- Ny teknologi gir nye kanaler

Medias verden

- Deadline forsvinner
- Høyt tempo
- Stor konkurranse
- Kunnskapsmangel i redaksjonene
- Tabloidisering
- Kyniske og hensynsløse?
- Journalistene blir innkjøpere

Kommersialisering skaper muligheter

- Påvirke de redaksjonelle miljøene – de trenger salgstall
- Skape begivenheter/oppslag sammen med media
- Leiesoldater aksepteres
- Lesevaner endres – forsidehistorier en nødvendighet



Hvordan tenker mediefolk?

- Hva er saker?
- Hvordan finner pressen sakene?
- Hvem setter dagsorden?
- Hvordan fremstilles saker?

Nyhetskriterier

- Sensasjon
- Konflikt
- Krise – truer oss, kunne rammet oss
- Nærhet/personifisering



Nyhetskriterier forts.

- ”Aktualitet”
 - Sammenheng
 - Eksklusivitet
- Relevans
- Identifisering
- Elitepersoner
- Nyhetsterskel – ”med ulik høyde”



Ekklusivitet

- Grad av eksklusivitet er avgjørende for medias interesse – og for størrelsen på oppslaget
- Et nøkkelord for maksimal oppmerksomhet
- Kan utnyttes for å begrense negative saker

Hvordan finner media sakene?

- Systematikk / forfallsbok
- Journaler/postlister/sakspapirer
- Tips
- Kilder

Samarbeid med media

- Pressekonferanser
 - Når
 - Hvordan
 - Bilder
 - Eksempler
- Pressemeldinger
- Personlig kontakt
- ”lekkasjer”



Praktisk mediekontakt

- Opp om morgenen!!
- Vaktsjefen er nøkkelen
- Journalister driver kildepleie – er det noen som driver ”journalistpleie”?



Medienes egenart

- Radio/TV er svært raske
- Radio/TV ekstremt gode på å formidle følelser og stemninger
- Radio/TV normalt lite egnet for kompliserte sammenhenger og dybdestoff
- Aviser/fagblader – er godt egnet for fordypningsstoff.



Redaksjonell omtale

- Se på media som en positiv mulighet til å spre budskapet ditt
- Bruk tid på å finne de gode sakene istedenfor å bruke tid på å forsvare tidligere uttalelser i form av dementier/leserbrev

