

# Kyrkornas globala vecka

## 16-23 november 2014



### Kom-igång-hjälp

### Pressmeddelande om lokal aktivitet

Det är alltid bra att sammanfatta sin aktivitet i ett pressmeddelande. Oavsett hur många du tänkt kontakta, och om du helst gör det per telefon, så är det bra att skicka pressmeddelandet som en påminnelse full med användbar information. Och du, skicka hellre ut det på morgonen än på eftermiddagen!

#### Rubrik:

Inbjudan till (aktivitet) – intresseväckande och nyhetsskapande.

#### Ingress:

Skriv en mening som beskriver er aktivitet och varför ni gör den. Kort och koncist så att det fångar läsaren.

#### Brödtext:

Förslag på bakgrundstext: Den här veckan är det Kyrkornas globala vecka med temat "Helig fred – tro som fredsskapare". Då har kyrkor runt om i Sverige fokus på sätt att bygga fred både i vardagen och globalt. Historien är full av heliga krig och nu vill vi visa att kyrkor och andra samfund kan skapa helig fred.

Religion och konflikt behöver inte bara betyda extremism och våld, det finns många exempel som visar på religionens fredsskapande roll, t.ex. i Liberia. Med tron som drivkraft har och kan människor skapa fred idag.

#### När, var, hur, vem:

Vi i (...) kommer att uppmärksamma detta genom (aktiviteten).

- tid
- plats
- medverkande

#### Citat:

Lägg in ett eller två korta uttalande om varför det här är viktigt, från en präst, pastor eller någon annan person som är central i det sammanhang som anordnar aktiviteten. Se till att citatet innehåller ert huvudbudskap och att

namn och titel på den som uttalar sig finns med. Citaten får gärna vävas in i de tidigare delarna av pressmeddelandet.

**Arrangörer:**

Skriv vilka som arrangerar. Om det är en ekumenisk aktivitet kan ni skriva något om varför ni gör det här tillsammans.

**För mer information, kontakta:**

Om det är ett ekumeniskt arrangemang kan det vara bra att ge uppgifter om kontaktpersoner i flera kyrkor. Om det finns en samordnare, ge kontaktuppgifter till henne/honom. Om ni citerat någon är det bra om också den personen går att kontakta för följdfrågor.

Om ni har några särskilt intressanta medverkande, erbjud journalister att göra intervjuer med dem och informera om vilka tider det är möjligt.

**Längd:**

Texten ska inte vara för lång, högst en sida. Om ni skickar pressmeddelande per e-post, klistra in den i själva mailet.

**Bilder:**

Bilder väcker ofta mer intresse och kan vara en viktig fråga när tidningar väljer nyheter – går de att illustrera? Om ni citerat någon kan ni skicka med en profildbild på den personen. Eller länka till relevanta bilder på t.ex. [globalaveckan.se](http://globalaveckan.se). Ännu bättre är det förstås om ni har egna bilder från er verksamhet.

**Neutralitet:**

Tänk dig att du är journalisten när du skriver nyheten. Många journalister är tidspressade och ofta publiceras välskrivna pressmeddelanden rakt av. Skriv enkelt och neutralt – betona allmänintresset.

**Förhandsexklusivitet:**

Journalister vill vara först med sin nyhet. Om ni vill att någon särskild tidning eller journalist ska uppmärksamma er aktivitet kan ni erbjuda dem att publicera nyheten innan ni skickar vidare till andra. Ring och berätta först, följ upp med pressmeddelandet och få honom/henne att känna sig utvald.

**Uppföljning:**

Följ gärna upp pressmeddelandet med att ringa till journalister som fått det.

**Lycka till!**