



MALMÖ HÖGSKOLA

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 26 november 2008

Utskriftsvänlig pdf-fil

Läs mer om idrott och medier på idrottsforum.org

Som tidigare framgått i en redaktionell kommentar på löpet så var forumets tjänstgörande redaktör närvarande vid den presskonferens där Kent Widding Persson, damfotbollens i Malmö frälsare, annonserade sitt projekt World Village™ of Women Sports. En miljard svenska kronor ska satsas på att bygga ett gigantiskt center i Malmö för kvinnosport, kanske främst fotboll, med idrott och vetenskap i högsätet. Det hela ska stå klart om fyra år. Det är denne redaktörs uppfattning att Joseph Favorito, om han hade varit närvarande, hade nickat förnöjt och instämmande. För i hans nya bok *Sports Publicity: A Practical Approach* (Elsevier Butterworth-Heinemann) erbjuds läsaren bland annat receptet för en framgångsrik presskonferens. Och i det aktuella fallet hade man i månader lyckats hålla hela grejen totalt hemlig, och dagen innan, med hjälp av en pressrelease, hetsades lokala medier upp till den milda grad att nyheten täckte två helsidor på morgonen före presskonferensen; och slutligen i bjöd man högtidliga lokaler på rökt och gravad lax med tillbehör, spänstig reklamfilm, och kändisar på podiet. Proffsig! Marit Nybelius har läst Favoritos bok, och som framgår av hennes recension är presskonferenskapitlet bara ett exempel på författarens framgångsrika hands on-strategi för att lära ut vikten av skicklig idrottskommunikation för att uppnå maximal medial effekt för sitt PR-objekt.

Effektiv bok om effektiv idrottsreklam

Marit Nybelius

Högskolan Dalarna

*Joseph Favorito***Sports Publicity: A Practical Approach**

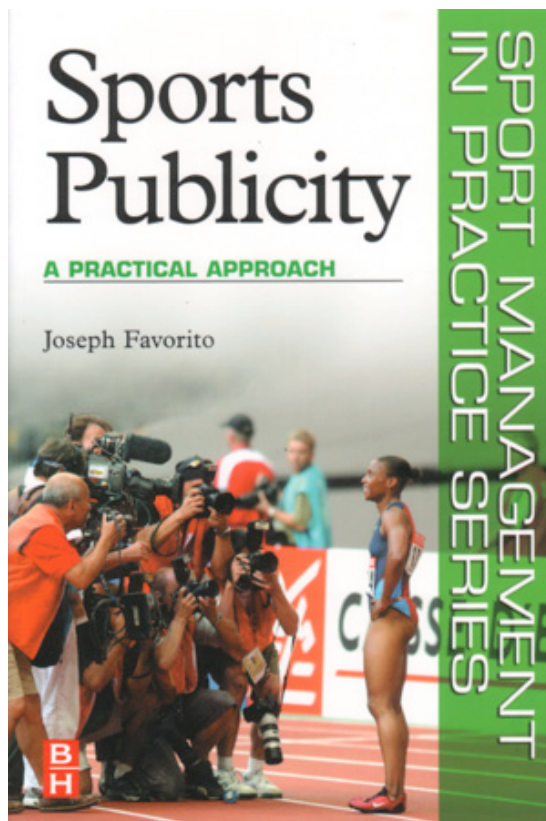
387 sidor, hft.

Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann 2007 (Sport Management in Practice Serien)

ISBN 978-0-7506-8302-9

Jag tar härmed risken att blanda två genrer. Att blanda två genrer kan ge upphov till viss otydlighet, men det är just det som den här boken inte gör, varför jag utnyttjar dess innehåll till att framföra en del synpunkter som tydliggörs i x av Joseph Favorito.

Favorito kommer från arbetslivet, där han har mångårig erfarenhet av arbete inom PR och av medieansvar. Hans specialitet har alltid varit idrott. Det är inte en speciellt vetenskaplig bok, där man förväntar sig att argument och arbetsmetoder föregås av teoretiska presentationer och reflektioner. Det är mer "hands on" hur arbetet går till och varför. Stora delar av idrottsvärlden i Sverige och de aktörer som finns runt om har dock mycket att lära av boken. Favorito visar tydligt hur seriöst PR- och mediefrågor behandlas i USA:s idrottsvärld. Här finns en hel bransch. Här arbetar ingen ideellt utan man har förstått behovet av att arbeta på ett professionellt sätt med kompetenta medarbetare. Det finns naturligtvis även



i Sverige, men är långt ifrån täckande här. Till och med inom idrottsförbund, idrottsorganisationer och liknande på mycket hög nivå är den här delen eftersatt. Jag [recenserade förra året en rapport](#) om bland annat medierelationerna i danska idrottsförbund. En del av undersökningen i den danska rapporten visade att medie- och PR frågorna ofta drivs på en amatörmässig nivå utan ordentliga kunskaper i ämnet och rapporten visade på några konsekvenser av detta. Vi kan göra många jämförelser med Sverige i det sammanhanget utan att för den skull dra alla över en kam.

Boken är mycket lättläst och gör sig nog bäst som ett slags uppslagsverk för personer som ska arbeta inom det här området eller studenter inom utbildningar där idrottskommunikation (recensentens egen definition) ingår. Boken är väldigt detaljerad. Här finns råd om hur man kan gå tillväga för att få en karriär i branschen, ner till en sådan detaljnivå att det beskrivs vad man bör tänka på vid en anställningsintervju. Det finns till och med ett kapitel som noga går igenom hur en presskonferens ska gå till, vad presskonferensen bör innehålla och vilka medel som ska finnas till förfogande. Var ska man ha de kompletterande intervjuerna efter presskonferensen? Vem ska sitta framme vid podiet och i vilken ordning? Några andra frågor som besvaras är hur, när och varför man ska skicka ut en pressrelease och vilka som bör känna till innehållet innan pressreleasen når media. Underrubriken till det här kapitlet är fyndig: "think before hit send".

Nej, det är som sagt ingen tung vetenskaplig bok. Som vanligt i och med att boken är skriven av en amerikan med sitt arbetsfält i USA så är det mycket som är specifikt amerikanskt. Ofta anser jag att dessa delar i sådana här böcker inte är speciellt intressanta och att de inte tillför något till litteraturen, då de i många fall inte är särskilt relevanta för oss i norra Europa, utifrån hur medie- och idrottsvärlden är organiserad här. Men den här gången vill jag uppmana så många som möjligt inom den svenska idrottsvärlden att läsa boken, för att de ska få förståelse för hur seriöst man ser på denna bransch i USA. Jag är helt övertygad om att det som framkommer är en föraning av hur idrottsvärlden (och inte bara några få delar av den som går i framkant med mycket kapital) kommer att vara organiserad i relation till media och PR i Sverige och övriga Norden om några år. Det är också viktigt att man inser fördelen med att vara med från början – för det är där vi fortfarande är – om man tar de här frågorna på allvar, och inte blandar ihop marknadsförarens och managerns positioner med den medieansvariges eller informatörens, för att ta ett exempel. Delar av idrottsverige har insett detta.

Boken är uttömmande. Den tar upp de flesta aspekter som en person som arbetar med PR och media i relation till idrott kan komma i kontakt med. Här finns beskrivet hur man kan arbeta med en individuell idrottare eller med ett lag. Favorito tar även upp genusaspekten utan att diskutera i teoretiska termer varför arbetet ser olika ut beroende om det är en manlig eller kvinnlig idrottskommunikatör som arbetar, eller om det är n man/män eller kvinna/kvinnor som man representerar. Favorito förklarar hur verkligheten ser ut utifrån hans egna erfarenheter.

Boken utgår, som jag konstaterat ovan, från USA. Två kapitel, som vi på den här sidan Atlanten kanske tror inte ska vara av något värde för oss, är de där författaren förklarar vad man måste tänka på om man som amerikan lämnar USA eller om en idrottare eller ett lag från ett annat land kommer till USA. Vi kan dock lära oss mycket om amerikanerna i den här delen. Här försöker Favorito öppna ögonen för den globala världen, men också för olikheterna mellan de olika världsdelarna och de olika länderna, traditionerna och kulturerna. Författaren tar även upp behovet av att kunna uttrycka sig både skriftligt och muntligt på fler språk än engelska. Att kunna arbeta på fler språk än bara sitt modersmål gäller ju dock oavsett vilket land eller språkområde som man kommer från, men kanske framförallt i ett land som Sverige, med ett språk som inte är ett världsspråk. Författaren berättar vad man bör tänka på om man är amerikan eller åker från USA. Han förklarar vad de ska tänka på, och så lär även vi som inte är amerikaner och inte bor i USA oss vad vi bör tänka på om vi åker dit eller om vi kommer i kontakt med amerikansk idrott oavsett om det är på individuell eller kollektiv nivå.

Favoritos olika tillämpningssätt är direkt hämtade från teorier inom medie- och kommunikationsvetenskapen så som genusaspekten och kriskommunikation. Då medie- och kommunikationsvetenskap är ett ytterst tvärvetenskapligt ämne känner man naturligtvis igen andra ämnen i delar av boken. Det som är specifikt är att Favorito helt och hållet relaterar allt till idrottsvärlden och det blir säkert en aha-upplevelse för många som arbetar inom området, men likväl mycket viktigt att det även kommer på pränt. Inom medie- och kommunikationsvetenskapen är inte mycket av det Favorito skriver egentligen nytt. Boken kan därför på sina ställen kännas överflödigt eller för ytlig, men efter att ha läst hela boken förstår jag dess uppgift. Uppgiften som jag har definierat är dock kanske inte huvudsyftet från förlagets och författarens sida. Jag kan istället tänka mig att syftet är att skriva en bok som kan användas i den akademiska utbildningen för att lära studenter vad som händer i praktiken ute i arbetslivet, och det syftet uppfylls också, även i förhållande till Sverige och övriga nordiska länder. Men bokens främsta uppgift i Sverige och andra länder som ligger på samma nivå vad det gäller medie- och PR-relaterade frågor inom idrott, blir istället att tydliggöra behovet av professionalism inom området.




I slutet av boken tar Favorito upp en del tankar som han har angående de framtida arbetsförutsättningarna inom branschen. De delar inom idrottsrörelsen som inte har börjat arbeta professionellt med de medierelaterade frågorna och PR bör därför även läsa det sista kapitlet och satsa på en del av de tankar som Favorito presenterar, för att för det första komma upp i den nivån som finns idag, men även hänga med in i samtiden och framtiden. Hur arbetar man

bäst med sociala medier i sammanhanget, hur kommer den mobila telefontekniken in, vilka ämnesområden inom akademien måste samarbeta för att på bästa sätt kunna erbjuda en så pass komplett utbildning inom området som möjligt?

Vad är då detta för en bok, sammanfattningsvis?

Det är en bok utan uttryckliga vetenskapliga teorier, som dock fungerar som kurslitteratur i kombination med en mer teoretisk/akademisk bok. Det är en bok som studenterna och de som är relativt nya inom området har stor nytta av som ett slags uppslagsbok, men framförallt är det en bok som tydliggör hur professionellt arbete går till i praktiken och att det är nu, inte i framtiden, det måste satsas på arbetspositioner. För då kan det vara för sent.

© **Marit Nybelius 2008**

-
-  **Köp boken från [Adlibris.se](https://adlibris.se)**
 -  **Kjøp boken fra [Capris.no](https://capris.no)**
 -  **Køb bogen fra [Adlibris.dk](https://adlibris.dk)**
 -  **Buy this book from [Amazon.co.uk](https://amazon.co.uk)**
 -  **Buy this book from [Amazon.com](https://amazon.com)**