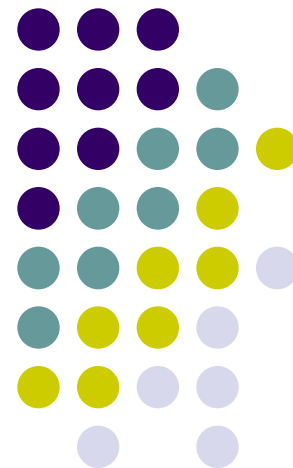


Jak na tiskové zprávy

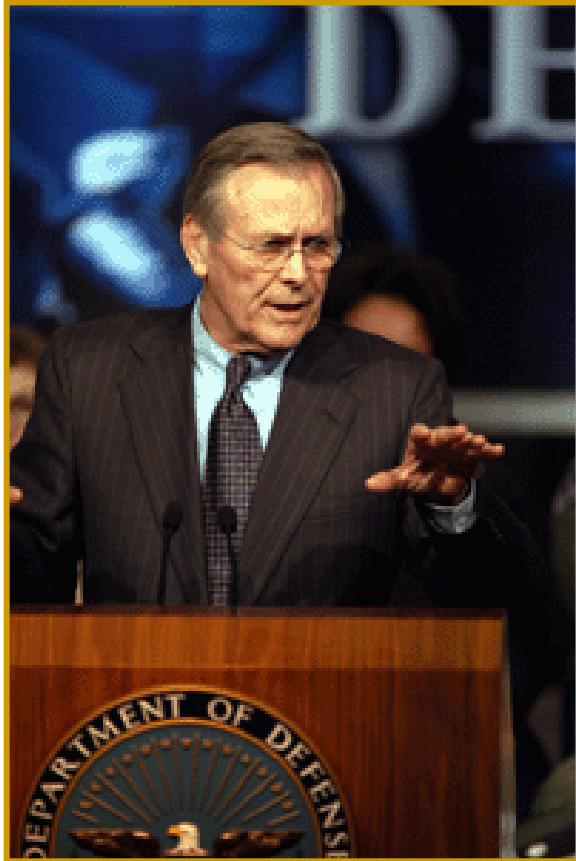
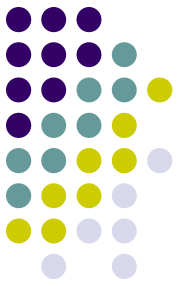
pár triků





„Nejlepší novinář je mrtvej novinář.“

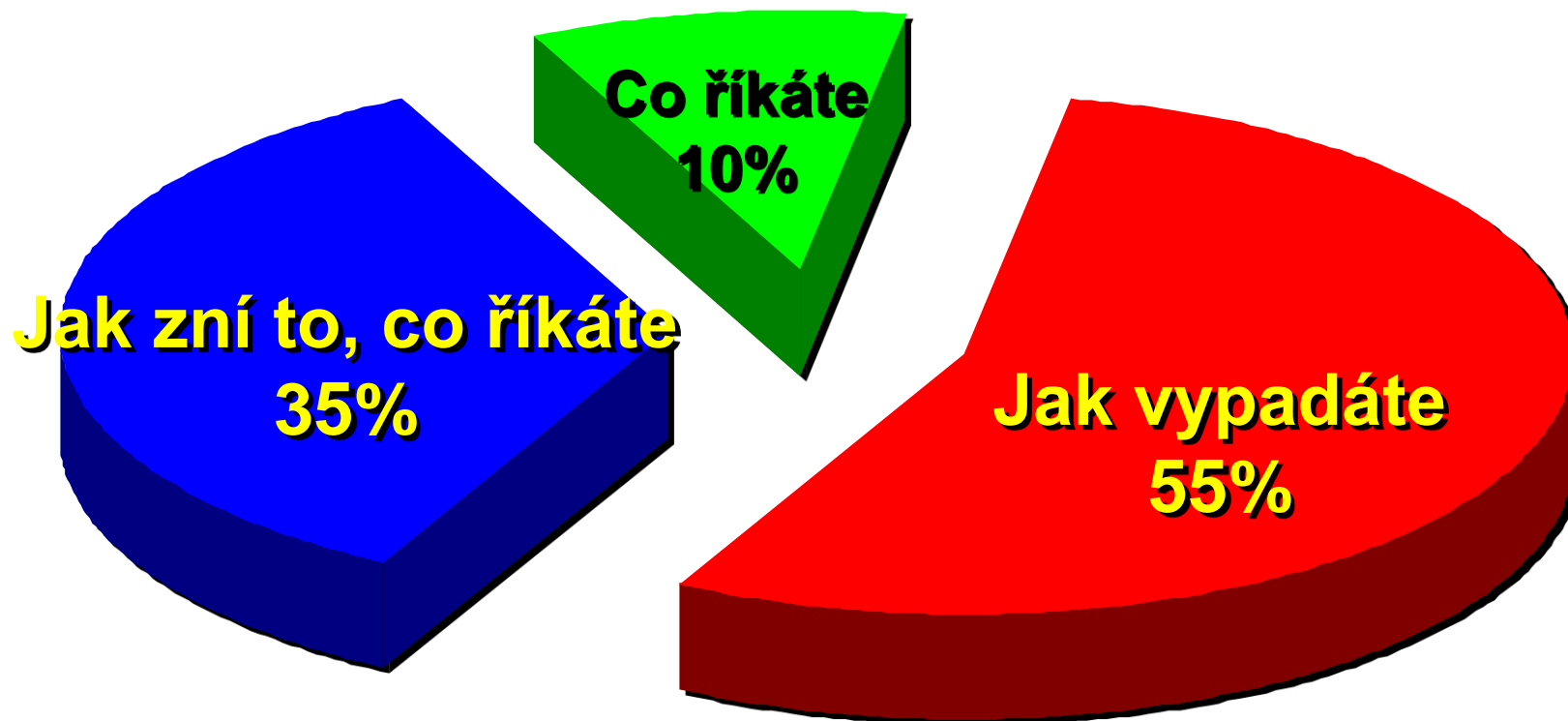
Capt. Jim Hutscheson, Air Force
Canada po rozhovoru pro CNN

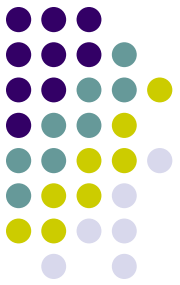


"We need to tell the factual story — good or bad — before others seed the media with disinformation, as they most certainly will."

Defense Secretary Donald Rumsfeld

Vnímání je realita





Základní pravidla

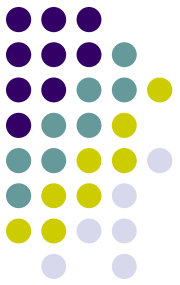
- Rozhovor je jako pilotování letadla
- Novináři pokládají hloupé otázky
- Novináři vás chtějí dostat
- Média překroutí vše, co jim řeknete
- Život je těžký



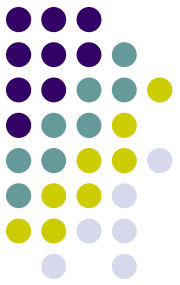
Novinářské potřeby

- Fakta (co, kdo, kdy, kde, jak)
- Reprezentativní mluvčí
- Strůjce děje nebo postiženého
- Časové omezení
- Zvuky, citace, obrazy tvoří zprávy atraktivnější, důvěryhodnější

Něco ze života



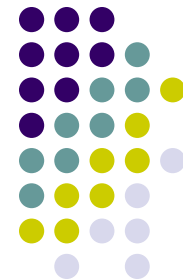
- Vaše tisková zpráva není jediná
- Redaktor na ní má cca 5 vteřin
- Nejhorší je humor



Odpovědi před odesláním

- Komu to pošlu
 - Deník; časopis; rádio; televize; internet
- Jak to pošlu
 - Pošta, e-mail, kurýr, tiskovka, osobní schůzka

Kudy TZ putuje

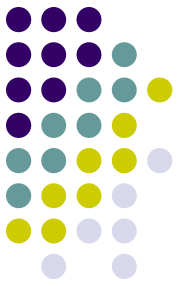


- Redaktor
- Editor + kolegové + redaktor
- Redaktor
- Editor
- Vedoucí vydání – Šéfeditor
- Příjemce média



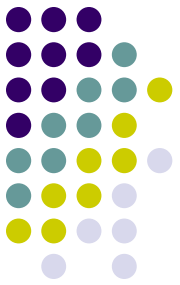
Co chtějí novináři?

- Zpravu – nahradí práci
- Vztah k životu jejich čtenářů
- Obsahuje něco, co se děje nyní, nebo v blízké budoucnosti (nikdy ne minulost)
- Opravdová novinka, něco co se nevědělo



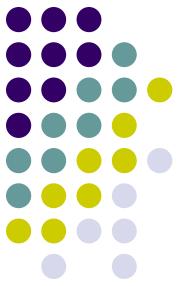
Co chtějí novináři?

- Souvislost s jejich polem působností/speciálním tématem
- Vliv na čtenáře nebo dramaticčnost, která novináře osloví
- Vztah k celebritám nebo jiným osobnostem, které jejich čtenáři znají



Co novináři očekávají

- Rychlá odpověď i na ústředně
- PR pracovník k dispozici
- Zdvořilé jednání
- Dodržování slibu, že zavolají novináři zpět
- Dodržení slibu, že pošlou prezentaci
- Nikdy neříkat co kdy publikovat



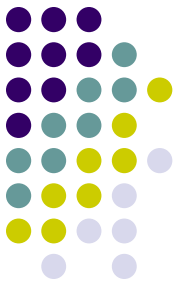
Co novináři očekávají

- Respektování uzávěrek
- Schůzku a kávu
- Odborníky na svém místě
- Důvěrné informace
- Úplatky



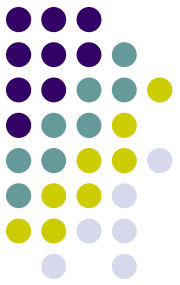
Co novináře štve

- Neznají typ posluchačů a čtenářů
- Neznají jména novinářů a jejich specializaci
- Nejsou schopni vyslovit hlavní myšlenku
- Jsou líní nebo nepřípravení



Co novináře štve

- Příliš důvěrný vztah
- Když lidé z PR něco tají
- PR jazyk
- SMS
- Rychlost zabíjí
- Příliš drahý dárek - úplatek



Jak novináři provokují

- Přehánění
- Provokují, nehorázné poznámky
- Přerušování dotazovaného, projevy netrpělivosti
- Pinterova finta
- Odvedení pozornosti
- Trik alá John Major



Co má mít tisková zpráva

- Ideálně jednu maximálně dvě strany A4
- Řádkování 2 nebo 1,5
- Text zarovnaný vlevo
- Standardní písmo 12 bodů
- Okraje cca 2,5 cm na poznámky
- Datum vydání nahoru a nakonec



Co má mít tisková zpráva

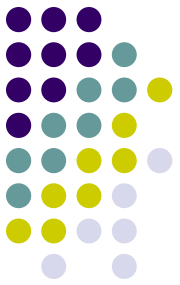
- Stránkování
- V zápatí jakékoliv strany informace „pokračuje na str.2 a název zprávy“
- Hlavičku – od koho a pro koho je
- Jasný úvod by měl napovídat, čeho se týká titulek
- V případě, že jde o výzkum využijte přílohu



Co má mít tisková zpráva

- Za označením konec kontakt na člověka, který poskytne další info – (jméno, pozice, firma, telefon na pevnou i mobil, e-mail)
- Na poslední stránce musí být napsáno konec
- Čísla jedna až devět vypsát
- Pro procenta nepoužívat symbol
- Uveďte titul všech osob v tisk. zprávě
- Pro citaci existují uvozovky

Poznámka pro editory



1-2 odstavce na konci zprávy

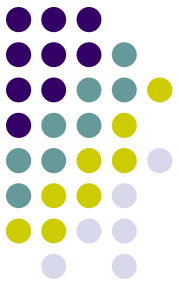
Doplňující informace o firmě, podnikání, poslání
(např. datum vzniku, pozice na trhu, získaná
ocenění etc.)

Krátké věty

Odkaz na [www](#)

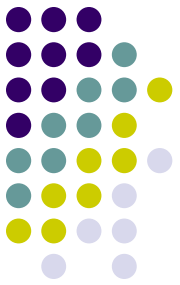
Bez velkých frází

Styl



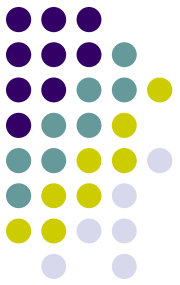
- Times New Roman, Arial, Tahoma, Verdana
- Minimum zvýraznění (tučně, kurziva)
- Ideální velikost písma – 12 bodů
- Nepoužívat logotypy R, (tm), etc
- Pravopis

Styl



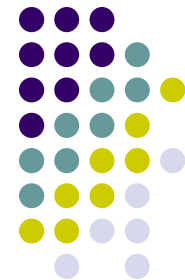
- Čísla jedna až devět vypsát
- Pro procenta nepoužívat symbol
- Uved'te titul všech osob v tisk. zprávě
- Pro citaci existují uvozovky

Co nedělat



- Zákaz změn ve Wordu
- Jméno firmy psát verzálkama
- Superlativy
- Střídat hodně fontů
- Vkládat obrázky a grafy do textu
- Hypertextové odkazy do textu

A co s fotkou?

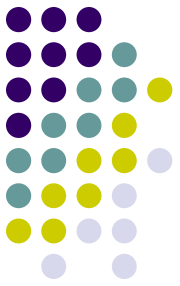


- Fotografie je aktivní
- Nikdy pasivní
- Velký formát (15x20 cm), (25x20 cm)
- Popisek fotografie, nalepená na obr.
- Popsat osoby a lidi a jejich vztah pro foto



A co s fotkou?

- Pošlete jen náhledy
- JPEG o objemu max desítky kB
- Ideální počet 1-2 fotografií na 1 TZ
- Dejte výzvu k stažení z vašeho www



Graf, tabulka

- Nikdy ne do textu TZ
- Varianta je uložit ho jako obrázek
- Tabulky raději v doc.
- Pamatujte na graf. oddělení

Jak rozeslat



- Telefon, fax, pošta, e-mail, www
- E-mail nejvýhodnější – dá se s ním rovnou pracovat
- 3 varianty rozeslání (Komu, Kopie, **Skrytý adresát**)
- Nerozesílejte své adresáře
- Novinář chce pocit exkluzivity

Subjekt



- Tisková zpráva Franta Flinta a.s.
- Tisková zpráva
- Tisková zpráva č.78 od firmy Franta Flinta a.s.
- TZ: Nová exportní šance špekáčků do Izraele
- Tisková zpráva: Franta Flinta expanduje
- TZ Franty Flinty: Špekáčky bez špeku

Něco formalit

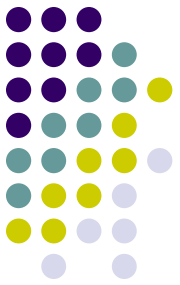


- Důležitost normální
- Pište česky
- Využijte hromadnou poštu – personalizace – Microsoft Access
- Zkuste hledat pod termínem Mail Merge
- Dynamic Mailer, Custom Mailer, Mail Them Pro...



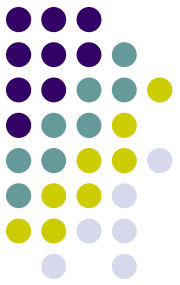
Něco formalit

- Název zprávy – TZ, Firma, Datum, Předmět
- TZ_Chroust_2004_3_Krach firmy
- Chroust krachuje



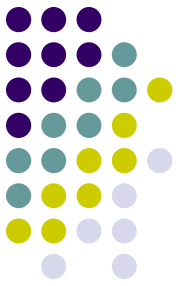
Formáty zpráv

- Preferované – doc, rtf
- Nedoporučované – html, zip, txt, pdf
- Pozor na velikost zprávy od 1 MB je to moc
- Ideální varianta okolo 100 Kb



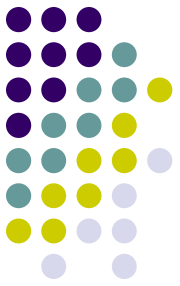
Proč to nevyjde

- Nežádejte o publikaci za každou cenu
- Neproste o publikování za každou cenu
- Nechtějte publicitu zadarmo
- Zkuste se vrátit na začátek – motivace
- Ukažte své sebevědomí



Proč zprávy neprojdou

- Odehraje se jiná událost
- Není posouzena jako důležitá zpráva
- Špatné načasování – uzávěrky
- Nevhodná prezentace
- Nejasná prezentace
- Absence základu zprávy



Proč zprávy neprojdou

- Nekvalitně napsaná zpráva
- Domýšlivé/příliš reklamní
- Absence citátu
- Nesprávné embargo
- Nekvalitní fotografie