



MASARYKOVA UNIVERZITA

# Tisková konference ZUR 295

Tereza Fojtová, tisková mluvčí MU

## Tisková konference – obsah lekce

1. Tisková konference – královna v oblasti média relations
2. Volba tématu
3. Místo konání
4. Termín a čas
5. Pozvánka
6. Tiskové materiály
7. Obsah a struktura
8. Rozesílání TZ

## TK - královská disciplína media relations

- osobní kontakt představitelů organizace s větším počtem novinářů najednou
- osobní zkušenost novináře s návštěvou organizace, firmy
- atraktivnější z pohledu určité exkluzivity
- vysoké nároky na čas novináře i na čas účastníků TK

*Nic nerozladí novináře tolik, jako čas strávený na tiskové konferenci, ze které nemá co napsat nebo natočit*

## TK – královská disciplína media relations

### Výhody:

- vyjádření více mluvčích
- audio nebo videozáznam, fotografie
- osobní vztahy
- zásah většího počtu novinářů současně

### Nevýhody:

- nákladná, organizačně náročná
- vysoký počet TK
- časová náročnost
- prostor pro nepříjemné otázky
- nezvládnutá TK může zhoršit celkovou image

## Jak často pořádat tiskovou konferenci?

Město	Počet /leden a únor 2011/
Praha	484
Brno	117
Ostrava	41
Plzeň	36
Liberec	34

## Jak často pořádat tiskovou konferenci?

Oblast	Počet /leden a únor 2011/
Správa a samospráva	398
Kultura	142
Ekonomika a byznys	140
Politika	107
Sport	98
Zdravotnictví	69
Církev	4

## V jakém případě pořádat tiskovou konferenci?

- pouze v případě, že máte aktuální, závažné nebo zajímavé sdělení (které si umíte představit jako článek v novinách nebo reportáž v TV)
- téma, sdělení je zajímavé pro širší veřejnost
- téma lze komunikovat z různých úhlů pohledu, je konfliktní, vyvolává emoce, protichůdné názory, mimořádná příležitost k setkání se zajímavým člověkem
- lze očekávat dotazy ze strany novinářů, téma je komplikovanější, potřebuje vysvětlení
- pamatujte na audio a video

## Místo konání tiskové konference

- dostupnost - přesně určit místo v pozvánce
- důstojnost
- přiměřenost - pozor na přílišnou okázalost
- signál, elektřina



## Termín konání tiskové konference

- aktuálnost
  - neexistuje vhodný ani nevhodný den /mimo víkend/
  - nejčastěji úterý až čtvrtek
- čas od 10 do 15
  - konkurenční události
    - předvídatelné (MSV), nepředvídatelné
    - ověření v ČTK
    - kolize s obdobnými událostmi – např: dvě nemocnice v jednom městě
- okurková sezóna

## Pozvánka tiskovou konferencí

- Kdy a jak zvat?
  - elektronicky
  - týden, maximálně 10 dnů předem
  - identifikovatelný předmět: „Pozvánka na...“
  - základní informace v těle mailu: datum, čas, místo,
- Ověřování účasti?
  - připomenutí den před akcí

## Materiály pro tiskovou konferenci

- bodový scénář
- tisková zpráva
  - rozeslat bezprostředně po skončení TK
  - v případě žádosti o zaslání předem žádost o embargo
- doplňující informace
- obrázky, fotografie
- datový nosič - CD, DVD, USB flash disk
- propagační materiály
- prezenční listina

## Jak má vypadat tisková konference

- celková délka trvání cca 45 minut (max. 60 minut)
- úvodní blok informací 15 - 30 minut
- počet vystupujících 3-5
- role tiskového mluvčího:
  - vítá, zahajuje, představuje,
  - řídí,
  - otevírá prostor pro dotazy, umravňuje, ukončuje

**POZOR!!!**

TK končí až v okamžiku, kdy poslední novinář opustí sál.

## Pár rad na závěr

- TK není školení ani přednáška
- nepoučujte novináře, neříkejte jim, co a jak mají psát,
- nezačínejte větou, že novináři píšou jen o katastrofách, ale vy teď pro ně máte atraktivní pozitivní téma
- nečtěte svůj projev z papíru
- neodkazujte se pouze na to, že všechny informace jsou ve vytištěných materiálech, pokud k tomu nemáte, co dodat, pak jste neměli TK svolávat
- zopakujte základní a dejte prostor na dotazy

## Rozesílání tiskových zpráv: Komu?

- medialist = seznam konkrétních novinářů a redakcí, které může téma zajímat
  - strategie shotgun
  - strategie sniper
  - umožnit odhlášení ze seznamu pro odebírání tiskových zpráv
- spolupracující organizace, klienti, partneři
- vyvěšení na web organizace instituce

## Rozesílání tiskových zpráv:

### Kdy?

- aktuálnost
- zohlednění pracovního režimu redakcí
- frekvence rozesílání tiskových zpráv

### Jak?

- srozumitelný předmět
- snadno identifikovatelný odesílatel
- vhodné oslovení
- kontakt
- přílohy v běžně používaných formátech s přiměřenou velikostí

## Oprava

Čím dříve, tím lépe

Na všechny adresy, kam byla chybná informace rozeslána

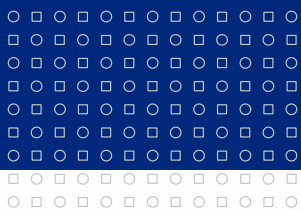
Pouze chybný údaj - do předmětu signální slovo „OPRAVA“

Celá zpráva špatně - do předmětu signální slovo „STORNO“



## Zpětná vazba

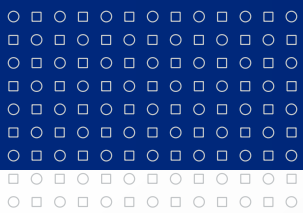
- Následné obvolání redakcí?
- Napište zprávu co nejlépe, pošlete ji a ...pak už se jen modlete
- Rozhodně ale zůstaňte na příjmu a čekejte na případné reakce novinářů



## Ukázka TK MU

<http://www.ceskatelevize.cz/porady/10101491767-studio-ct24/215411058060929/>





**Děkuji za pozornost**

