

Jak se nebát novinářů

Seminář Mediální komunikace,
7. 4. 2018, někde v lese



Jak novináři získávají informace, jak s nimi pracují a jak vytvářejí své výstupy?

- **Co čtenáře zajímá?**

- Většina čtenářů chce zprávy rychle pochopit – vstřebat.

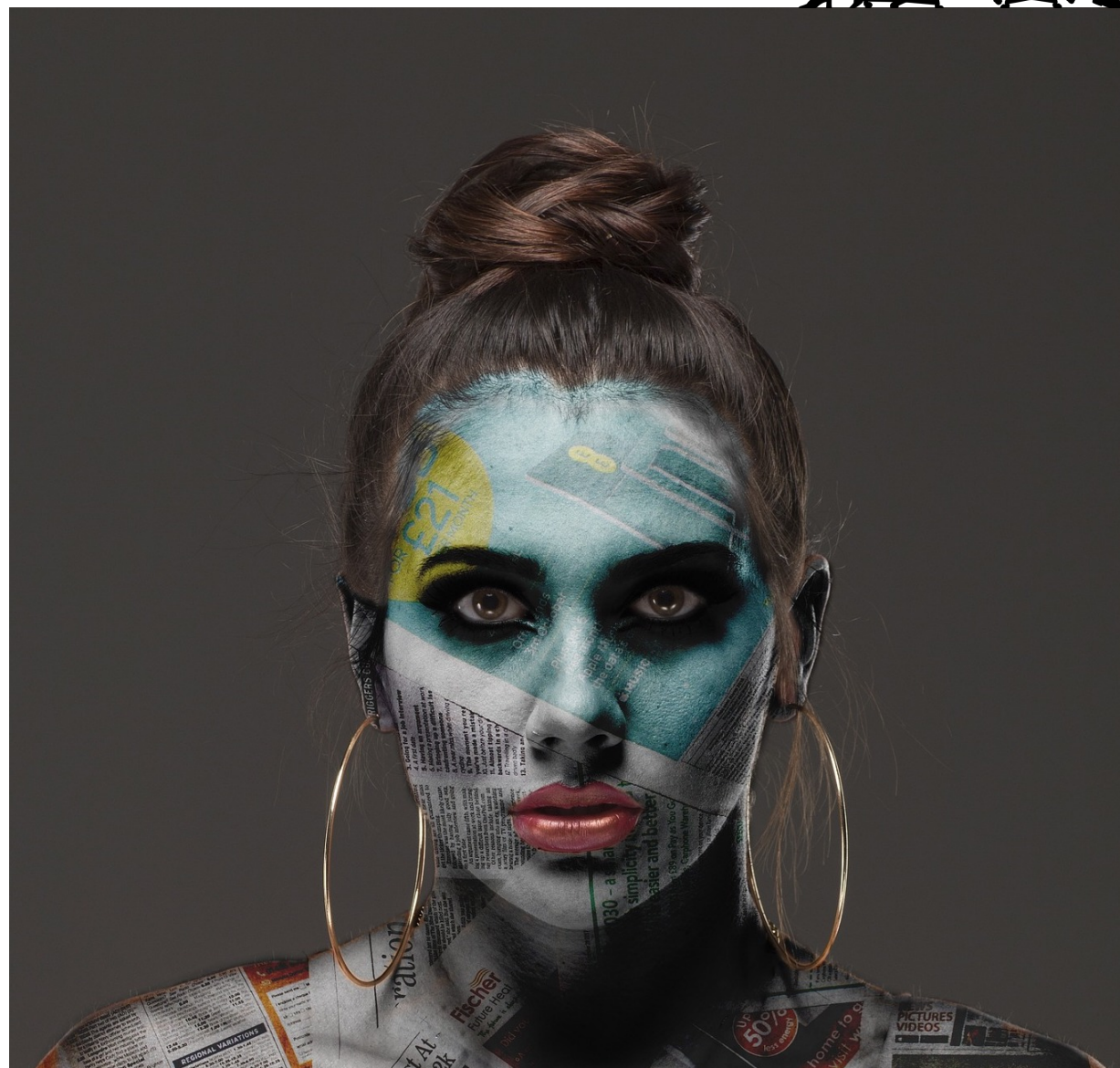
- **Co z toho plyne?**

- Většina zpráv je zkratkovitá. Průměrná rozhlasová zpráva má 50 – 100 slov. Třiminutová zpráva v televizi je již výjimečná.
- Novináři zcela subjektivně vyhodnotí, co jejich čtenáře bude pravděpodobně zajímat.

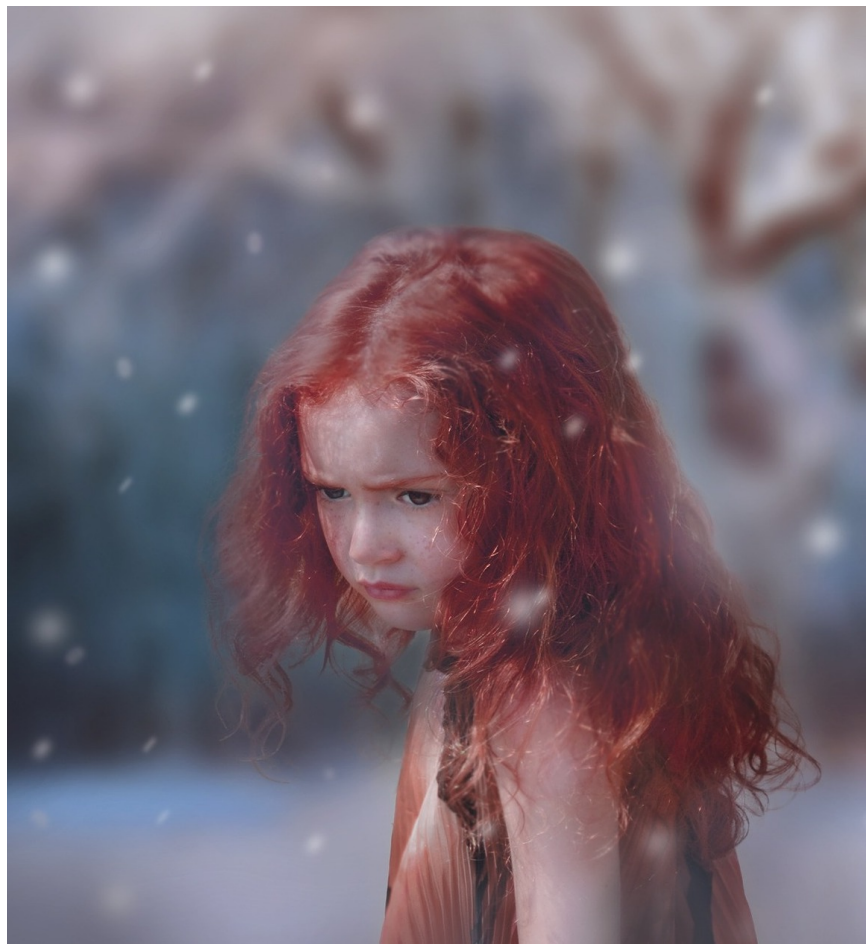


***Můj čtenář
je jako já.
Co se líbí
mně, líbí se
i jemu.***

Kdo jsou novináři? Jejich odbornost,
vzdělání, osobní motivace k práci a
pracovní postupy



**Kdy se stanete objektem zájmu médií?
Co zájem vyvolává?**



Kdo nás zajímá v médiích?

- **Editor** – odpovídá za obsah, může leccos prosadit, nechodí mu denně 200 mailů jako řadovým redaktorům – ovšem regionální žurnalistika má své zvláštnosti
- **Všichni se znají** - přímé oslovení jmenovitě - vidím, že píšete o tom a tom, napadlo mě, že by Vás mohlo zajímat... 😊
- V návrhu musíme být něčím výjimeční a pracovat s detailem a emocemi – zvláště regionální novináři rádi píšou **příběhy**

***Cvičení:** Jak oslovíte novináře, kterého znáte osobně
a jak oslovíte novináře, kterého neznáte osobně?*



Co zajímá novináře? VIP a HLP



- **aktuálnost**
- **VIP** - ve spojení s tématem stojí za nafocení – máme tam maminku Klusovou nebo Klausovou 😊
- **HLP** - hluboký lidský příběh
- Speciálně pro ČTK - **množství** - čehokoli, když lidí, říkat to raději přesně (nevdá říct 80 lidí přišlo do knihovny), dávat příklady (to je stejně jako.., nebo Xkrát více než..), když to množství něco produkuje, tak to vypadá fotogenicky
- **vizuál** - popsat, co si tam natočí, nafotí, myslet na to předem u akce

- **kuriozita - detail** – největší jurta v okolí sto kilometrů
- **peníze** - nejen kolik jsme utratili, ale i třeba kolik jsme ušetřili
- naše pozitivní témata patří do víkendů, magazínů pro dámy
- lidé z neziskového sektoru vytvářejí rádi komplikované věci protože jsou sami komplikovaní
- **věřit si**, že děláme dobré věci a nebát se je nabídnout, chlubit se
- **exkluzivita** nemusí být, že budou jediní, kdo mají informace, ale mohou být první (mají čas na přípravu) - být u něčeho dřív je velký benefit pro novináře. Šlípí, když druhé médium to už má venku.

Cvičení: Jak oslovíte novináře, kterého znáte osobně a jak oslovíte novináře, kterého neznáte osobně?



Co dělat, když o nás píšou lži?

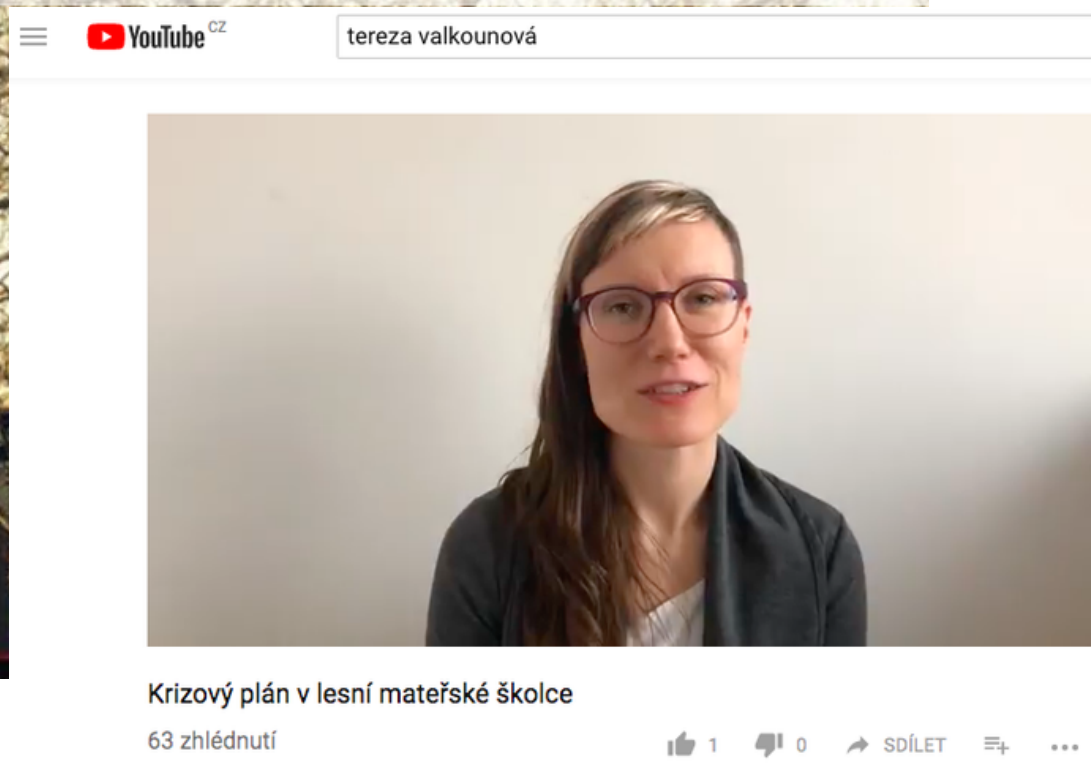
- Co dělat, dojde-li k nesprávné interpretaci informací, které jsme poskytli?
- Co dělat, když o nás média mlčí a neměla by?
- Jak se chovat, jsme-li v roli „obžalovaných“?
- Jak se chovat, když nás mediálně osočují experti?
- Dlouhodobý management vztahů s médii
- Hlavní body sebeprezentace – web, sociální sítě, média, inzerce



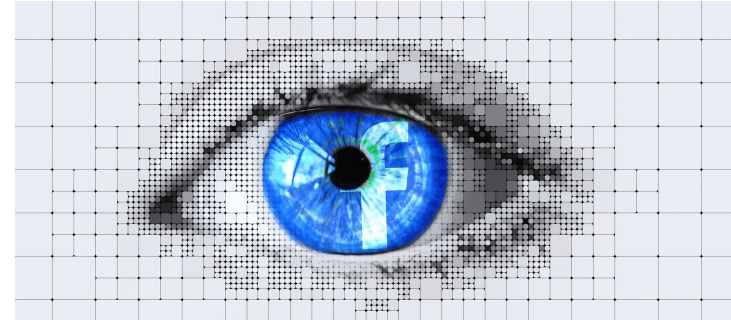
Jak se prezentovat v době sociálních sítí

HVĚZDY V LESE
LESNÍ MATEŘSKÁ ŠKOLKA

- web, sociální sítě, média
- Podívejme se, jak to děláte Vy!

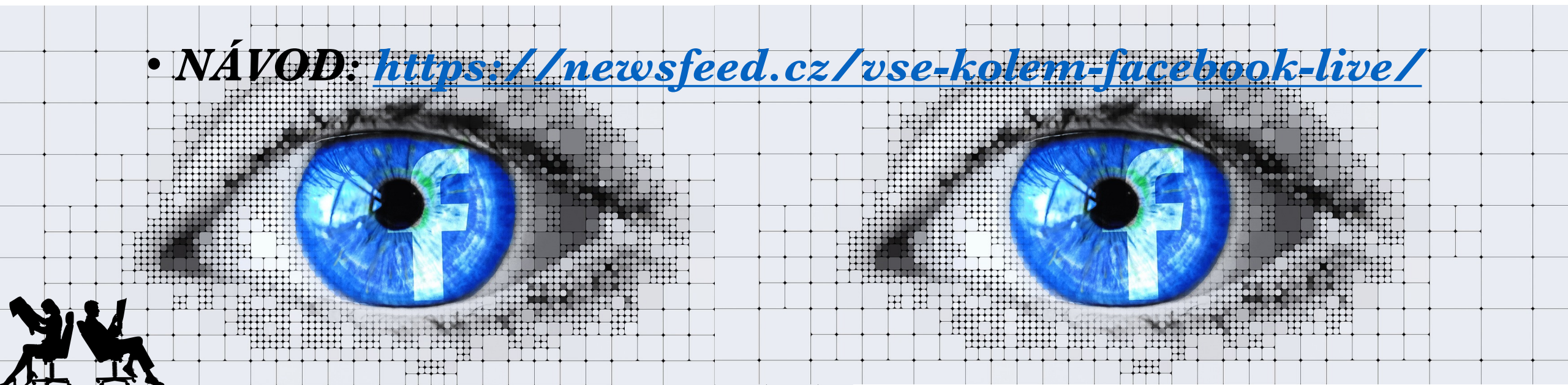


Jak vysílat na Facebooku živě



- Kdykoliv vás to bude bavit, udělejte to. Rodiče (i ty potenciální) to určitě bavit bude ☺
- **Jak na to?**
- Nahoře v kanálu vybraných příspěvků klepněte na **Živé vysílání**.
- Napište něco o svém živém vysílání.
- Klikněte na **Vysílat živě**
- *Poznámka: Pro živá vysílání na počítači používejte Google Chrome.*

• **NÁVOD:** <https://newsfeed.cz/vse-kolem-facebook-live/>



A photograph of a person's lower legs and feet, wearing dark blue leggings and bright pink rain boots with a floral pattern. They are standing on a large, mossy log in a forest. The background is a blurred forest path with green foliage and sunlight filtering through the trees.

***Díky za
pozornost!***

Luboš
Tel. 725835794
Lubos.vedral@gmail.com
media@lesnims.cz