

Média, media relations a aspoň trocha teorie



Co jsou to vlastně média

- Velká spousta definic
- Můžeme je definovat jako sdělovací prostředky a další prostředky komunikace, které zprostředkovávají kontakt a přenos informací mezi námi (PR) a veřejností.
- Patří sem především tisk, rozhlas, televize, internetová média, sociální sítě, ale třeba i direct mail apod.
- Hlavním cílem médií je získání nejvyššího počtu recipientů (čtenářů, diváků, posluchačů, uživatelů...) z cílového sociálního spektra (tzn. z konkrétní cílové skupiny).
- Je internet médium?

Jaká rozeznáváme média

- Můžeme je dělit podle řady kritérií
- Vlastnictví z pohledu zákona – soukromá a veřejnoprávní (reklama, podnikatelský záměr x veřejná služba)
- Způsob šíření (elektronická, tištěná) – tištěným stačí fotky, televize potřebuje pohyblivé obrázky
- Periodicita – deníky, týdeníky, měsíčníky, kontinuální
- Zaměření – zpravodajská, společenská, specializovaná atd.
- Území (celostátní, regionální, okresní, lokální, sublokální...)

Jaký je vliv médií

- Spousty studií, vědeckých prací, analýz atd.
- Řídí náš život (spát po večerníčku, v 19.30 sedět u zpráv, hádka o ovladač - Liga mistrů x Ordinace...).
- Zásadním způsobem formují, co víme o světě.
- O spoustě věcí se nemůžeme přesvědčit sami a víme o nich jen to, co nám média poví. To ovlivňuje naše postoje, chování, rozhodování.
- Média směřují naši pozornost k určitým tématům či problémům. Tím nám předávají svoje pojetí priorit, a tak i ovlivňují realitu.
- Z pohledu veřejného života – kdo (co) není v médiích, jako by nebyl.

Co je to PR a MR

- Public relations – vztahy s veřejností
- PR je záměrná, systematická a dlouhodobá činnost s cílem udržet či vylepšit obraz firmy, organizace, jednotlivce... v očích veřejnosti.
- Media relations – vztahy s médii (podskupina PR)
- MR je soubor metod a postupů, jak prostřednictvím spolupráce s médii dosahovat publicity, a tím zlepšovat reputaci organizace, jedince nebo ideje.
- Dalšími podskupinami public relations jsou např. government affairs, municipal affairs a některé další disciplíny.
- Primárním cílem PR není bezprostředně prodat či bezprostředně přimět kohokoliv k jakékoliv akci. To odlišuje PR od reklamy.

Jaké jsou cíle MR

- Média jsou jen prostředník mezi vámi a vaší cílovou skupinou.
- Cílem je, aby média informovala vaši cílovou skupinu o tom, o čem vy chcete a jak vy chcete. A naopak – aby neinformovala o tom, o čem vy nechcete!

Propagandista může být označen za malíře, který ve svém obraze zdůrazňuje to dobré, a tedy zdánlivě podstatné, a opomíjí stinné stránky obrazu, které vyznívají jako nepodstatné.

Přitom obraz maluje natolik jednoduše, aby mu byli schopni rozumět i ti nejprimitivnější předpokládaní diváci.