

Tisková zpráva

Rady a triky, jak na ni



Zásady pro tvorbu zpráv

- Myslete a pište jako novinář.
- Pište o tom, co je zajímavé, nové, unikátní.
- Reagujte na aktuální dění – pokud spojíte téma s aktuální událostí, má násobně větší šanci.
- Využívejte statistiky.
- Je lepší, když vás pochválí někdo druhý - expert v oboru pomůže.
- Budte co nejvíce pozitivní.

Zásady pro tvorbu zpráv

- **Zpráva musí odpovídat na následující otázky:**
 - Co se stalo
 - Kdy se to stalo
 - Kde se to stalo
 - Jak se to stalo
 - Kdo jsou účastníci děje
 - Proč se to stalo
- **Všechny tyto otázky zodpovězte v prvním a druhém odstavci.**

Zásady pro tvorbu zpráv

- Zpráva je obrácená pyramida – na začátku je to nejdůležitější, postupně přibývá vysvětlování, souvislosti...
- Novinář krátí odzadu. Nikdy nenechávejte důležité na závěr.
- Nejdůležitější je titulek a otevření zprávy – pokud nezaujme, dál už nikdo nečte.
- Dbejte na to, aby titulek byl vždy výstižný a vystihoval podstatu informace.
- Text nesmí obsahovat nic, čemu sám autor nerozumí.

Zásady pro tvorbu zpráv

- Pište, jako když vyprávíte příběh kamarádovi v hospodě.
- Vyjadřujte se co nejsrozumitelnějším jazykem.
- Používejte co nejméně cizích slov a zkratek.
- Neunavujte lidi nepodstatnostmi.
- Využívejte názorný doprovod textu (tabulky, grafy, informační boxy).

Jak napsat dobrou zprávu

- Používejte slovesa v činném rodě. Je živější než rod trpný.
- Pište hlavně v jednoduchých oznamovacích větách.
- Volte jednoduchá a srozumitelná slova.
- Vyhýbejte se archaismům, slangu, klišé a odborné hantýrce.
- Nepoužívejte frázovitou řeč typickou pro úředníky, politiky...
- Pište v krátkých souvětích, ale jejich délku obměňujte, abyste střídali rytmus.

Jak napsat dobrou zprávu

- V jedné větě by neměla být víc než jedna myšlenka.
- Nehromadíte všechny informace v úvodním odstavci, nechte si také něco pro další.
- Informujte o širších souvislostech.
- Slova, kterým by čtenář nemusel rozumět, vysvětlete.
- Odpovězte vždy na všechny otázky, které mohou čtenáře při čtení zprávy napadat. Pokud odpovědět nelze, vysvětlete proč.

Jak napsat dobrou zprávu

- Nekonstatujte, popisujte – nepište, že se někdo vztekal; napište, že byl brunátný, křičel a tloukl pěstí do stolu.
- Když citujete, uveďte hned zdroj.
- U citovaných to nepřezěňte s tituly.
- Citace musí být přirozené.
- Pište pokud možno stručně, jinak popisujete nepodstatné věci.
- Neopakujte informace.

Grafická podoba zprávy

- Zvolte vzdušné písmo a formátování.
- Délka zprávy by neměla přesáhnout 1,5 strany (lépe jen 1).
- Využijte mezititulků, číslování a odrážek.
- Tisková zpráva není grafické dílo! Neexperimentujte s různými typy, velikostmi a barvou písma.
- Kvalitní fotografie zvyšují vaši šanci, nicméně fotka nepatří do tiskové zprávy. Pošlete ji jako přílohu.
- Tiskovou zprávu uložte do formátu doc. Formát pdf je cestou do koše.

Rekapitulace před vydáním

- **Je to zajímavé pro čtenáře?**

Je to nové a aktuální? Je to překvapení? Týká se to lidí?
Může to být pro ně nějak přínosné?

- **Je to zpracované na 100 %?**

Jsou ve zprávě všechny informace a souvislosti?
Odpovídáme na všechny otázky? Je to dotažené?

- **Je titulek silný?**

Obsahuje hlavní sdělení? Láká ke čtení? Je v něm nová informace?

Rekapitulace před vydáním

- **Je to česky?**

Je text okamžitě srozumitelný a pochopitelný i „babičce ze Šumavy“? Vyházeli jsme odbornický slang? Nejsou citace příliš knižní? Nejsme zbytečně ukecaní? Vychytali jsme všechny chyby a překlepy?

- **Nemohli bychom to zobrazit?**

Máme fotky? Jsou kvalitní? Nešlo by to zobrazit bez fotek (grafy, infografiky, boxy...)?

Rekapitulace před vydáním

- **Jak dopadl „hospodský test“?**

Ověřte si třeba na známém z hospody, které o problematice nic neví, že:

- * mu téma přijde zajímavé/přínosné
- * by o něm chtěl číst v novinách nebo ho vidět v televizi
- * mu titulek přijde lákavý
- * zprávě rozumí a chápe i souvislosti
- * není nic, co by mu ve zprávě chybělo

Pokud v čemkoliv neuspějete, vylepšujte!

Distribuce tiskové zprávy

- Průvodní e-mail rozhodne o všem. Novináře by měl přimět k tomu, aby otevřel přílohu s vlastní zprávou.
- Na předmětu e-mailu si dejte maximálně záležet.
- Nepřežehňte to s délkou e-mailu.
- Případně nabídněte rovnou rozhovor k tématu, o kterém je zpráva, nebo i další téma.

Distribuce tiskové zprávy

- Adresy novinářů dávejte do skryté kopie.
- Promyslet načasování pro poslání zprávy
- Sladíte časy s novináři: den v redakci má svůj rytmus, stejně tak volba určitých témat. Měsíčníky mají Vánoce v září 😊

Pravidla nestačí

I při dodržení všech uvedených zásad, pravidel a rad může vzniknout špatná zpráva.

Ani sebelépe napsaná zpráva na skvělé téma, s výborným průvodním mailem a krásnými fotkami nemá nikdy jisté, že vyjde.

Důležitý je cit pro téma, pro text, pro načasování.
Inspirace – neustálé sledování médií a snaha o jejich pochopení.

Praktické cvičení

- Přečtěte si všechny tři přiložené tiskové zprávy
- Jednu z nich upravte tak, jak by podle vás měla vypadat (stačí titulek, perex, případně první odstavec)
- U zbylých dvou najděte hlavní nedostatky