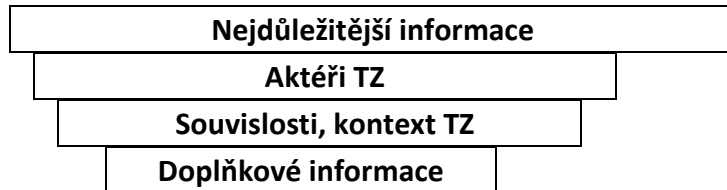


Jak má vypadat správná tisková zpráva

Tisková zpráva (dále jen TZ) je obsáhlejší textové sdělení určené médiím, které vydává obchodní společnost, politická strana či jiná organizace v okamžiku, kdy potřebuje sdělit něco důležitého veřejnosti. **Má**, stejně jako novinová zpráva, **strukturu obrácené pyramidy** – nejdůležitější informace jsou v úvodním odstavci, další vysvětlující informace následují. To umožňuje redaktorovi krátit zprávu od konce, aniž by došlo k vypuštění klíčového sdělení. Obvyklý rozsah se pohybuje mezi jednou a dvěma stranami.

Struktura TZ:



Zpráva obecně patří mezi historicky nejstarší žurnalistické útvary. Nekomentuje ani neanalyzuje. Odpovídá na základní otázky **kdo, co, kdy, kde, jak a proč**. Mezi její základní znaky patří jasnost, přesnost, věcnost, úplnost, spolehlivost, včasnost a jednota místa, času a děje. V těchto bodech se od ní zpráva tisková zásadně nikterak neliší.

Tiskovou zprávou rozumíme textové sdělení rozsáhlejšího obsahu určené především médiím (televize, internet, noviny, rádio), které vydává obchodní společnost, politická strana či jiná organizace (případně i jednotlivec) v okamžiku, kdy potřebuje sdělit nové skutečnosti, události nebo fakta veřejnosti.

Tisková zpráva patří mezi hlavní nástroje public relations a vztahuje se k propagaci akce před jejím konáním.

Uspořádání tiskové zprávy:

1) Hlavička – LOGO

2) TITULEK (novinka)

- musí mít sloveso v činném rodě, nesmí chybět podmět
- musí být přirozeně krátký 5 až 8 slov (maximálně jedna věta)
- nepoužívat kapitálky/verzálky
- nutné psát tučně
- nepodtrhávat (symbolizuje hyperlink)
- při psaní titulku by se měl odstranit tzv. titulkový blok, trpný rod, pasivita a nekorektní formulace (novinář může nabýt dojmu, že chceme něco zatajit, nechceme říci vše)
- nepoužívat vykřičníky a otazníky
- zkratky používat jen výjimečně a jen ty, které jsou běžně vžité
- nejdříve se musí napsat titulek a teprve potom až celá TZ
- v titulku nesmí být negativum

3) PODTITULEK (doplnění titulku)

- nepoužívat celé věty
- podtitulek se doporučuje raději nepoužívat vůbec

4) DOMICIL (datum, místo)

5) PRVNÍ ODSTAVEC (tučný), hlavní informace PEREX (LEAD)

- 3 až 5 dynamických vět
- co se objevuje je v perexu se neopakuje v titulku a naopak
- nepsat v infinitivu
- zdůraznit co je zajímavé
- možné přirovnat k podobné problematice
- určuje význam, proč by si novináři měli danou věc pročíst
- na začátku TZ napsat to nejzajímavější, aby to novináře zaujalo
- rozhodně nezačínat různými názvy a titulky (např. oficiální názvy školy, grantu a pod.)

6) DRUHÝ ODSTAVEC

- možno použít citát či jiné doplňující informace
- média milují citáty (co někdo řekl, myšleno přímá řeč v uvozovkách)
- celé jméno a funkce by měla být zkrácená do obecně pochopitelnější formy (např. děkan Zahradnické fakulty Mendelovy univerzity, doc. Ing. Robert Pokluda, Ph.D. – děkan fakulty Robert Pokluda)
- žádná složitá souvětí, trpné rody, samochvála a superlativy

7) KONTAKTY

- všechny uvedené kontakty musí být funkční

8) EDITORSKÁ POZNÁMKA

- doplňuje vysvětlení
- není považována za oficiální informaci
- nemusí souviset se zprávou (např. doplňující informace o škole a pod., možno vysvětlit případné body 2 a 3, aby nebyli v textu vložené věty

9) KONEC

- možno uvést před editorskou poznámkou

Formátování tiskové zprávy:

- standardní formát A4, jedna maximálně dvě stránky (pokud novináře něco zaujme, sám se ozve pro další informace)
- text psaný v MS Word (ve staré verzi, nejlépe MS Word 97-2003 nebo ve formátu .rtf)
- odsazení 2,5 cm, maximálně 30 řádků, maximálně 60 znaků na řádek
- text nezarovnávat do bloku
- číslování: 1 ze 3 stran (pokud se už jedná o delší text, po oslovení novinářů a doplňující informace)
- označit graficky konec stránky
- font písma Calibri (bezpatekové písmo je pro psaní TZ vhodnější)
- pokud je přiložena tabulka, měla by být velmi jednoduchá
- pokud už musí být použity grafy, raději zvolit koláčový
- TZ může mít maximálně 3 hlavní sdělení, jinak se doporučuje raději rozdělit na víc TZ

Jakou část tiskové zprávy (dále TZ) novinář čte?

- 60% - hlavní titulek
- 50% - první odstavec
- 20% - celou TZ

Novináři nesnášejí superlativy, nepoužitelné (nefunkční) citace, příliš dlouhé texty, slabou jazykovou úroveň textu.

Nešvary tvůrce TZ:

- při zasílání TZ nepsat, že informace jsou příloze, je nutné popsat předmět TZ už v e-mailu
- TZ odeslaná ve formátu PDF je nepoužitelná (většinou ji novinář rovnou odhazuje do koše, protože ji nemůže dobře využít)
- chybná struktura TZ
- komplikované formátování textu
- přidání odkazů na TZ, která je umístěna na webu
- odkaz na TZ je velmi dlouhý
- chyby v gramatice, překlepy, chybějící háčky a čárky v textu
- slabá jazyková úroveň textu
- pozvání na akci, ale z TZ není jasno kam nebo na co
- pozor na protichůdné informace

Jak zaslat TZ?

- e-mailem, nejlépe přímo na jméno novináře
- TZ zaslané na informační emaily novin a časopisů se většinou do tisku nedostanou.
- nejlepší dny pro distribuci TZ je *pondělí, úterý a čtvrtek*
- pokud si musí novinář stáhnout fotografie z galerie www stránky organizátora, fotografie raději umístit na Rajče.net apod.
- přílohy nejlépe komprimované do jednoho balíku, maximálně do 100 MB
- pokud je napsán v e-mailu požadavek na uveřejnění TZ, bývá to většinou „rychlá smrt“ pro TZ
- zásadně neověřovat v redakci, jestli TZ přišla

Obvyklé otázky od médií:

Co je cílem Vaší práce?

A co je ve Vaší práci nového, trendového, „in“?

Kde se pracuje na podobném problému?

Kolik anebo co se tímto získá?

Kdo to všechno platí a kolik to bude stát/stálo?

Tím se opravdu někdo zabývá?

My jsme se to učili jinak, jak to tedy je?