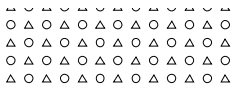




Výukový materiál pro kurz ZUR 293, Management a marketing médií
Téma: Operativní řízení a rozhodování redakce

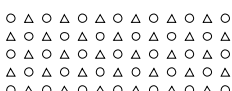
Pravidla pro plánování

1. Pokud vyrábíme deník, musí být porada denně
2. Součástí každé denní porady je vyhodnocení předchozího vydání
3. Děláme také porady týdenní a měsíční (hovoří se o hlavních tématech)
4. Při denní poradě představí redaktoři svou nabídku spolu s návrhem rozsahu a způsobu zpracování, s návrhy může přicházet i editor, fotograf, vedoucí a další případní účastníci porady
5. Využívají se také plány ČTK, akce z došlé pošty a podněty z vlastních novin, případně jiných médií (v tomto případě pozor na uvedení toho, kdo s informací přišel jako první)
6. Z následné diskuse vzejde vlastní podoba plánu



Jak plánovat noviny

1. Plánování je pro noviny důležité; plánované materiály pomáhají vylepšovat noviny – zejména když se nic neděje a nemáme žádný vlastní objev
2. Neopakujeme se! Plánované články vždy musí přinést něco nového
3. Plánujeme je ta témata, která mají pro naše čtenáře smysl
4. Nezapomínáme na mix témat, opakování podobného čtenáře nudí
5. Při přípravě plánovaných témat máme větší čas na přípravu, proto je musíme dokonale zpracovat
6. Nezapomínáme na fotografie, tabulky, infografiku
7. Dbáme na to, aby zvláště plánované věci byly pro čtenáře přínosné
8. Nikdy nespolehneme na to, že se něco stane. Plánujeme zajímavé materiály na každý den
9. Dobré plánování témat pomáhá redaktorům i celým novinám



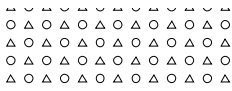


Kritéria čtenářské relevance

Relevantní je pro čtenáře vždy to, co je důležité, nové, zajímavé (a také čtivě napsané), to, k čemu má nějaký vztah. Irelevantní je to, co nikdo nečte. Ptáme se tedy:

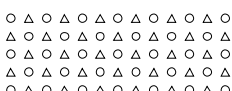
1. Je někdo, koho článek zajímá? Kdo ho bude číst?
2. Dotýkají se informace čtenáře? Jak ovlivní jeho život?
3. Jak velké skupiny čtenářů se článek týká?
4. Jak daleko má děj ke čtenáři? Odehrává se v jeho blízkosti?
5. Jsou informace aktuální?
6. Jsou objevné? Jsou nové, překvapivé, kontroverzní, zajímavé?

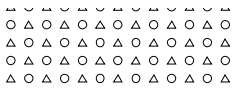




Kritéria hierarchizace

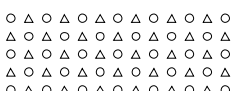
1. Význam má i to, jak se jednotlivé věci v novinách řadí; správné řazení věci je důležité nejen pro celé noviny, ale i pro rubriky i jednotlivé strany
2. Informace vždy řadíme podle významu pro cílovou skupinu čtenářů a podle jejich potřeb
3. Přednost má vždy velká událost (před zjištěním nebo plánovaným tématem)
4. Čtenáři musí být vždy jasné, co je na stránce hlavní a co vedlejší
5. Čtenáři musí být vždy jasné, co je na stránce hlavní a co vedlejší; když něco považujeme za hlavní, musí tomu odpovídat podoba textu i celkové zalomení strany
6. Každý článek (i foto) musí obhájit své zařazení v novinách i na stránce
7. Nedáváme dopředu materiály, které musíme, ale o nichž jsme přesvědčeni, že tam patří
8. Vždy posuzujeme důležitost, novost, ale i zajímavost a relevanci pro naše čtenáře; materiály do novin neřadíme pro sebe, ani pro naše kamarády

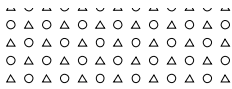




Využívání různých žánrů při „pokrývání“ událostí

1. Pestré noviny jsou ty, které využívají hodně žánrů, jsou „živé“
2. Více žánrů využíváme i při pokrývání jedné události
3. Využíváme především zprávu, story, reportáž, rozhovor, analýzu, profil, komentář atd.
4. Nezapomínáme také na fotografie, infografiku, tabulky, grafy





Zdroje informací

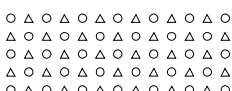
1. Vždy se ptáme toho, kdo má k tématu co nejvíce říct, je relevantní
2. Vždy se snažíme vyhledat k tématu i relevantní opozitní zdroj
3. Můžeme využívat i zdroje bez uvedení jejich přesného jména a funkce, ale vždy pak musíme zdůvodnit proč to děláme a musíme také zdroj zdůvěryhodnit (pravdivě!) – například napíšeme „řekl zdroj, který je se situací dobře obeznámen a jeho informace se už v jiných případech ukázaly jako pravdivé“

Příklad typových zdrojů u nehody

1. Policisté (nejlépe přímo ti, kteří nehodu vyšetřují; mluvčí mají informace jen zprostředkovaně ...)
2. Účastníci nehody (nejlépe je, aby byly zastoupeny obě strany)
3. Svědci

Příklad typových zdrojů, korupční aféra na radnici

1. Starosta či primátor
2. Zástupci opozice
3. Obyvatelé obce.
4. Policie
5. Politolog





Další informace ke zdrojům

1. Stěžejní, především zpravodajské texty (např. otvíráky, podvaly) **nemohou být pouze jednozdrojové**. Snižuje to jejich věrohodnost, vyváženost a objektivitu. Toto pravidlo samozřejmě neplatí například u rozhovorů či příběhů.

2. Anonymní, nejmenované zdroje snižují důvěryhodnost a objektivitu přinášené informace. K použití anonymních zdrojů musíme mít **vážný důvod**.

3. V případě použití anonymních zdrojů je třeba čtenářům podat věrohodný důvod, proč zdroj nejmenujeme (např. protože nesmí podávat informace a obává se ztráty zaměstnání; má strach o vlastní bezpečnost a podobně). Uvedení důvodu „nepřál si být jmenován“ není dostatečně věrohodné. Současně musíme **vysvětlit čtenářům kompetentnost zdroje** (např. je blízký okresnímu výboru strany; zabývá se obdobnými případy už třicet let a podobně).

4. Pokud používáme citace jen k dokreslení atmosféry či situace (například hlas vyděšené ženy, v jejímž sousedství vyhořel byt), pak je jasné, že v takovém případě stačí napsat jen „ještě třesoucím hlasem líčila sousedka“.

5. Jako zdroje, původce rozhodnutí a podobně používejte konkrétní lidi nikoli instituce. Tedy ne kraj, ale konkrétní úředník, radní, náměstek, hejtman a podobně. Používání institucí **zprávu odosobňuje** (vzdaluje ji čtenářům) a **rozměňuje odpovědnost** lidí za příslušné činy (za každým rozhodnutím stojí konkrétní člověk nebo aspoň tým, např. rada, pak tedy radní; sněmovna, pak tedy poslanci).

6. Pokud přinášíte zpravodajství o problémech běžných lidí, pak by měli v textu také běžní lidé mluvit. Tedy řidič při psaní o dopravních zácpách, nájemník při psaní o zvyšování nájemného, pacient při psaní o péči v nemocnici. Šéf silničářů nebo dopravní policie, ředitel bytové správy nebo úředník radnice, ředitel nemocnice nebo zdravotní rada samozřejmě by měli v takovém textu vystupovat také, ale **neměli by to být jen oni**.

7. Oficiální představitelé jsou většinou zástupci protistrany a čtenářům budou vždy bližší názory lidí v obdobné situaci než zástupců institucí. I v případě, že starosta stojí na straně obyvatel vesnice ve sporu s jinou institucí, neměl by za vesnici mluvit jen on.

8. Snažte se využívat různé zdroje, zejména tzv. experty. Budujte si pestrou paletu lidí, kteří se vám mohou k dané problematice či události vyjádřit. Není dobré, když se za jednu a tutéž instituci, respektive ke stejnému tématu vyjadřuje stále tentýž člověk. Brzy se „okouká“.





Postup v krizových situacích

1. Krizová situace může být například velký požár, velká nehoda, výbuch, povodeň aj.
2. Na zpracování se v těchto případech podílí více redaktorů
3. Nejméně jeden redaktor by měl vyjet přímo na místo události, druhý může zajišťovat ohlasy lidí a další informace přímo z redakce telefonicky, tento redaktor pak práci koordinuje
4. Spolu s vedoucím vydání redaktori, kteří téma zpracovávají, dohodnou rozsah. Závažnosti se přizpůsobuje podoba novin
5. Z každé krizové situace je třeba vytěžit co nejvíce – nejen zprávu a fotografii, ale také třeba fotoreportáž, story s přímým účastníkem či svědkem, rozhovor se zodpovědným člověkem, který má k tématu co říct, tabulku, infografiku, anketu, analýzu, komentář a podobně
6. Pokud nastane krizová situace v „mimopracovní“ době, musí mít redakce vypracován takový systém, aby mohla příslušná redakční služba ihned reagovat (třeba i v noci)

