

**Kraj Vysočina**

K R A J S K Ý Ú Ř A D K R A J E V Y S O Č I N A

Odbor sekretariátu hejtmána

Průzkum mezi novináři kraje Vysočina leden 2004

Žižkova 57, 587 33 Jihlava, Česká republika

Radka Burketová, tisková mluvčí, Tel.: 564 602 142, Fax: 564 602 153,

E-mail: burketova.r@kr-vysocina.cz, Internet: www.kr-vysocina.cz

Úvod

Tento průzkum se zaměřuje na jeden z nejběžnějších způsobů, kterými pracovníci PR komunikují s novináři, na tiskovou zprávu. Jejich práce by měla elektronickým i tištěným médiím sloužit pouze jako dodatečný zdroj informací, s nimiž mohou média naložit podle svého uvážení.

Děkuji všem novinářům v kraji Vysočina, kteří se se mnou podělili o své názory a zároveň doufám, že tento materiál alespoň částečně přispěje ke zlepšení vztahů.

Radka Burketová
tisková mluvčí
Krajský úřad kraje Vysočina

Obsah

Úvod.....	2
Obsah.....	3
Metodologie.....	4
Pohlaví a věk respondentů.....	5
E-mail vítězí.....	6
Čtu první odstavec.....	7
Množství zpráv za týden.....	8
Spokojenost s množstvím všech zpráv.....	9
Spokojenost s množstvím zpráv z krajského úřadu.....	10
Chyby v tiskových zprávách.....	11
Novináři o nástrojích PR.....	12, 13
Tělo nebo příloha?.....	14
Novináři mají rádi Microsoft.....	15
O jaké zprávy mají novináři zájem.....	16
Půl strany postačí.....	17
Důvěřovat, ale prověřovat.....	18
SMS jako médium komunikace?.....	19
Model novináře kraje Vysočina.....	20
Kontakt.....	21

Metodologie

Cíle:

- Získat informace, jak elektronická a tištěná média využívají dodatečné zdroje informací, kterými jsou například tiskové zprávy
- Zhodnotit rozsah využití elektronické komunikace ve srovnání s tradičními způsoby

Průzkum:

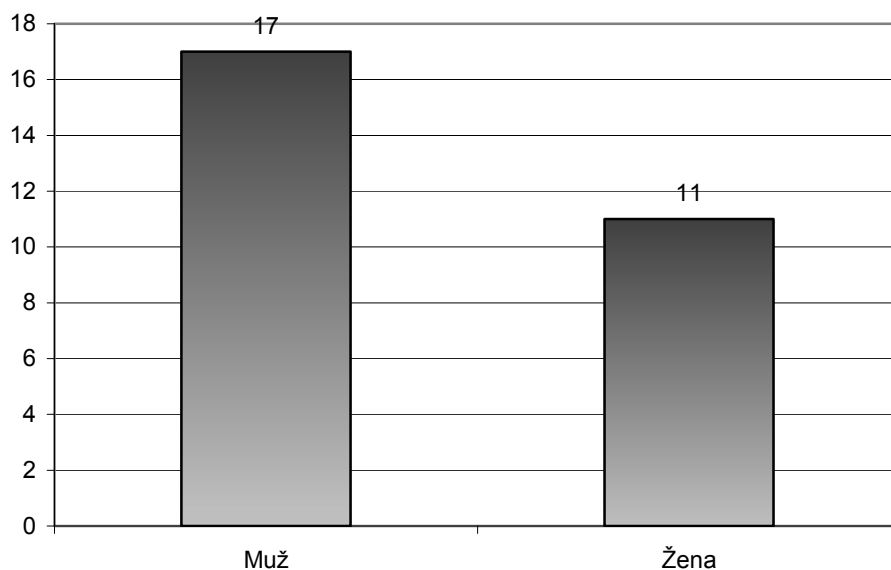
- Tento průzkum je prvním internetovým průzkumem mezi novináři kraje Vysočina
- Průzkum byl proveden pomocí dotazníku zaslaného prostřednictvím internetu
- Osloveno bylo 45 novinářů kraje Vysočina se žádostí o účast v průzkumu, z toho se průzkumu zúčastnilo 28 respondentů, z nich bylo 17 mužů a 11 žen
- Dotazování proběhlo od 30. 1. 2004 do 16. 2. 2004

Volná distribuce:

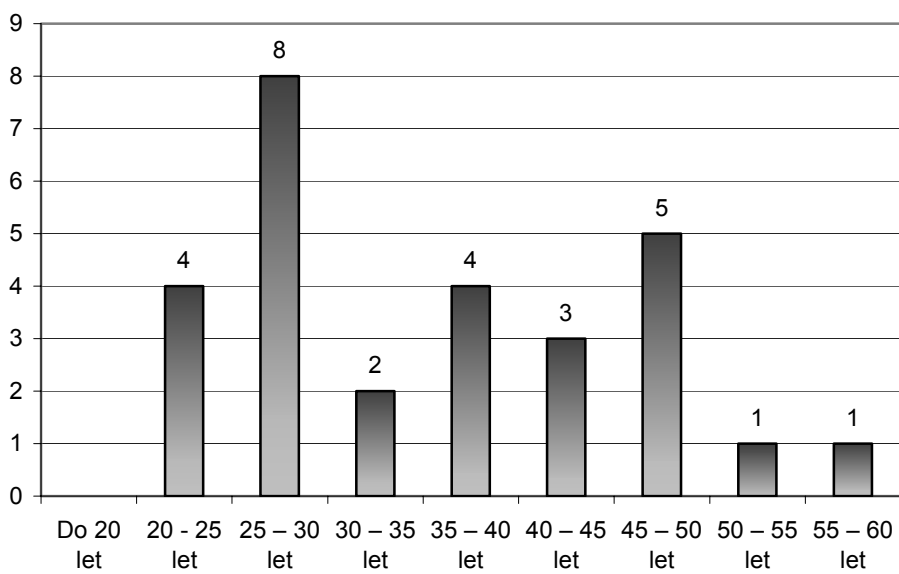
- Tento průzkum je určen k volné distribuci

Pohlaví respondentů

Průzkumu se účastnilo 28 respondentů, z toho 17 mužů a 11 žen.

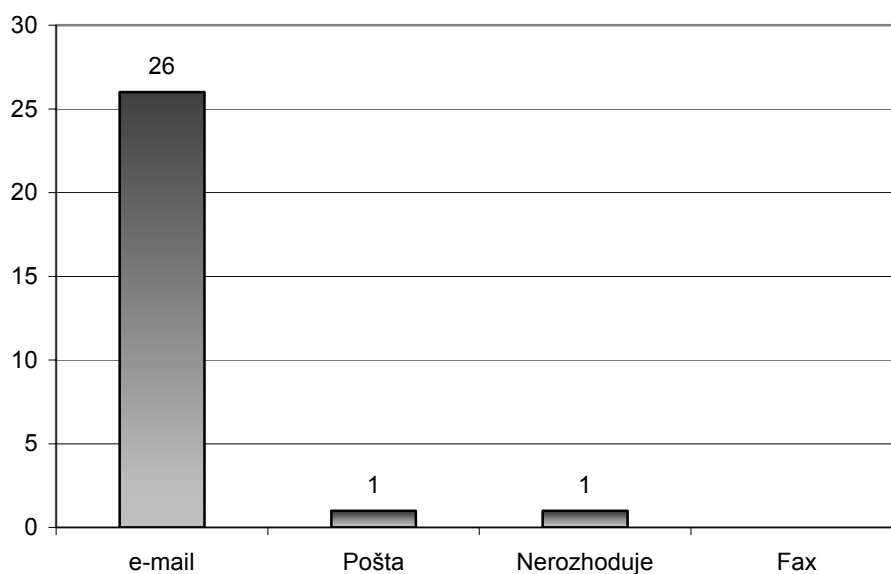


Věk respondentů



1. Jaké formě doručování tiskových zpráv a pozvánek na tiskové konference dáváte přednost?

Respondenti si vybírali z těchto možností:



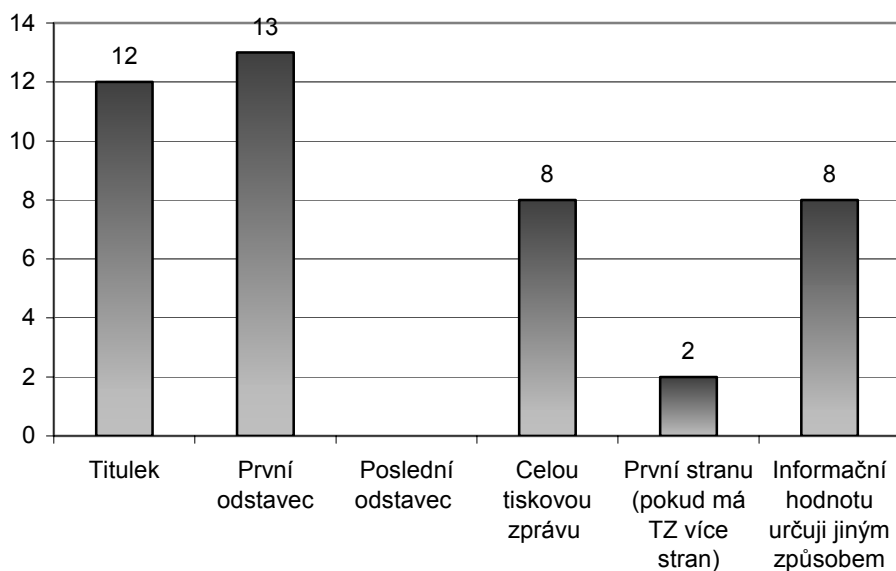
Graf 1: 26 novinářů dává přednost elektronické poště, poštu preferuje pouze jediný novinář. Žádný z dotazovaných neupřednostňuje fax. Kráčíme tedy s dobou, elektronická pošta slouží jako hlavní zdroj doručování tiskových zpráv a pozvánek. Starší ročníky však potvrdí, že ještě před několika lety se tiskové zprávy rozesílaly hlavně faxem.

„Nejraději bych preferoval osobní jednání, ale na to není dostatek času.“

Petr Večeřa, redaktor na volné noze

2. Jakou část tiskové zprávy obvykle přečtete, než se rozhodnete, zda obsahuje využitelné informace k vaší práci?

Respondenti si vybírali z těchto možností, včetně jejich kombinací:



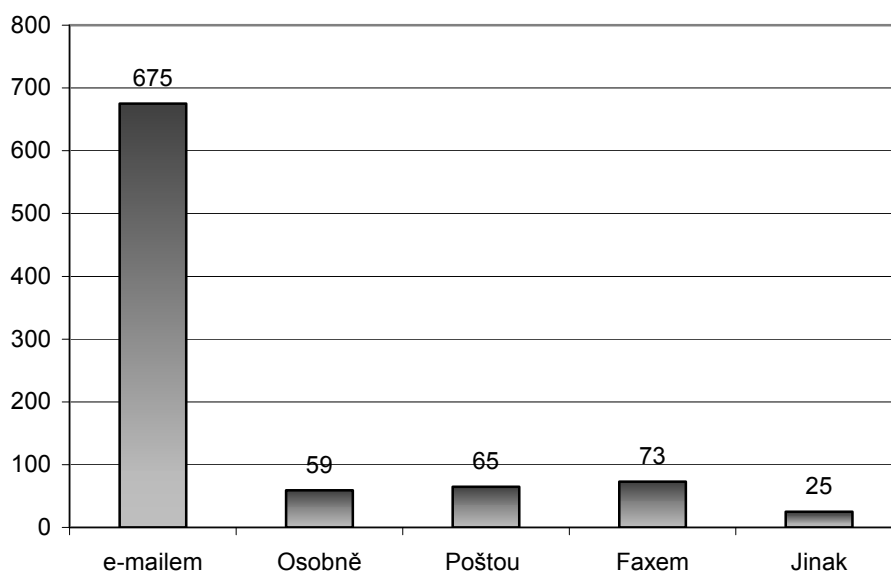
Graf 2: Pouze 8 novinářů z dotázaných čte celou tiskovou zprávu, aby si udělali představu, zda zpráva obsahuje zpravodajsky hodnotné informace, či nikoli. Důležité informace nemají v posledním odstavci místo.

„Čtu první odstavec. Samozřejmě v případě, že první odstavec opravdu to hlavní o příslušném sdělení obsahuje.“

Jiří Jíra, regionální zpravodaj, Právo

3. Kolik tiskových zpráv obdržíte týdně. (doplňte, prosím, počty v jednotlivých řádcích)

Respondenti doplnili ke každé možnosti příslušný počet zpráv.

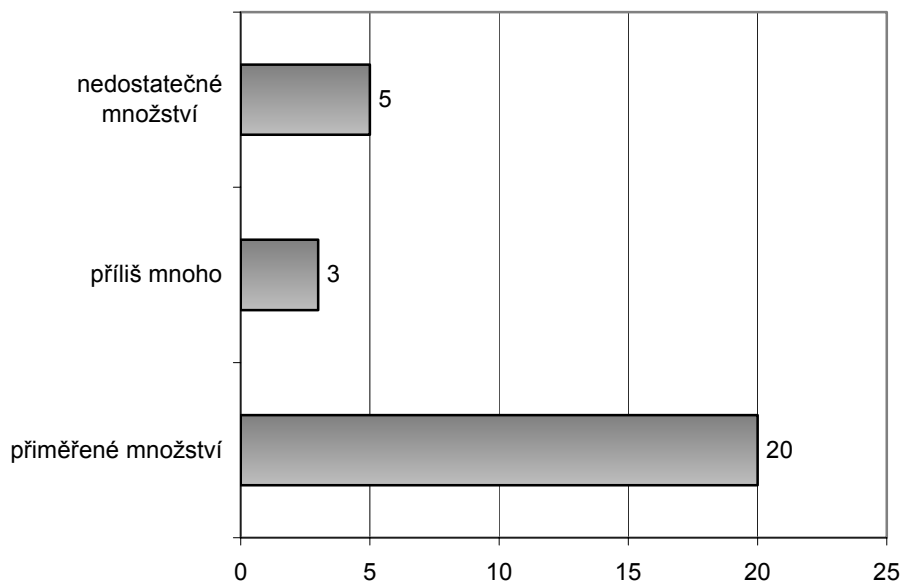


Graf 3: V průměru novinář obdrží 32 zpráv týdně. Všichni novináři dostávají tiskové zprávy elektronickou poštou. Uváděné množství tiskových zpráv, které novináři za týden obdrží, bylo od žádné až do 105.

„Je mi líto, ale nikdy jsem tento údaj nepočítala.“

Jana Vondráková, redaktorka, Naše město

4. Všech tiskových zpráv, které obdržíte je:

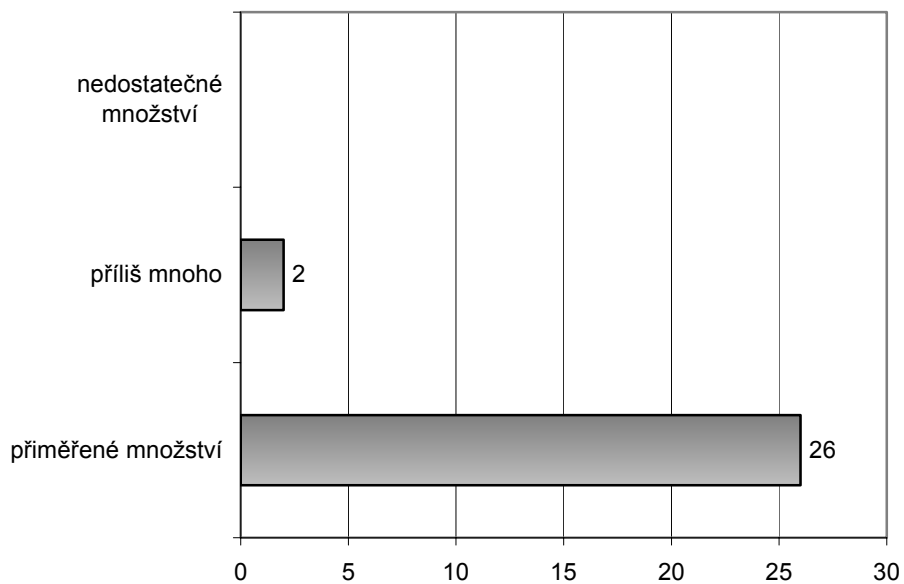


Graf 4: Dvacet novinářů je spokojeno s množstvím tiskových zpráv, které obdrží. Pět novinářů by jich dokonce chtělo více a tři novináři by jich raději dostávali méně.

„Záleží především na obsahu.“

Jana Pechová, regionální redaktorka, Právo

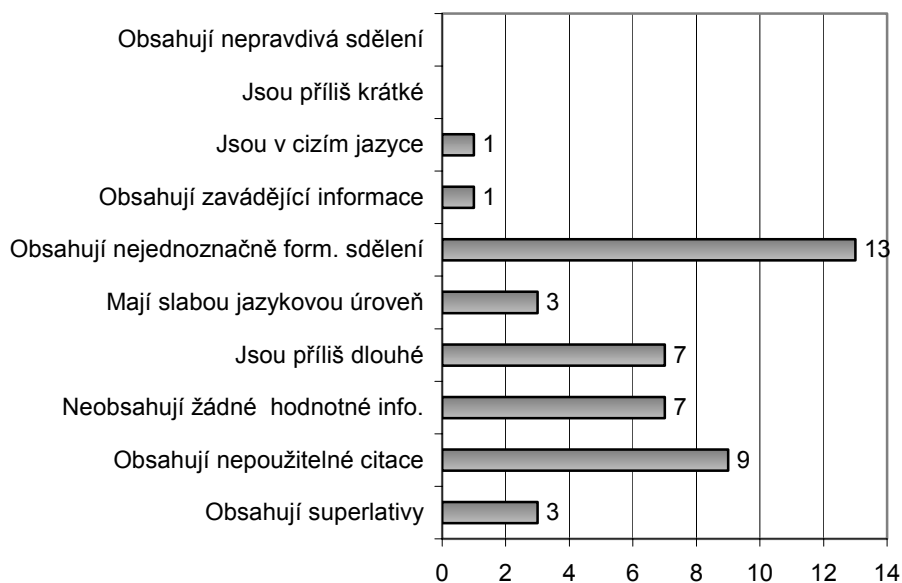
5. Tiskových zpráv z Krajského úřadu kraje Vysočina, které obdržíte, je:



Graf 5: Dva z dotázaných novinářů nejsou spokojeni s množstvím zasílaných tiskových zpráv, oba však svoji odpověď komentují: Příliš mnoho nepoužitelných tiskových zpráv.

6. Tiskové zprávy mají podle vás obecně tyto chyby:

Respondenti si vybírali z těchto možností, včetně jejich kombinací:



Graf 6: Nejvíce z dotázaných se domnívá, že tiskové zprávy obsahují nejednoznačně formulovaná sdělení. Za zamyšlení ovšem stojí, že sedm z dotázaných si také myslí, že obecně tiskové zprávy neobsahují žádné zpravodajsky hodnotné informace.

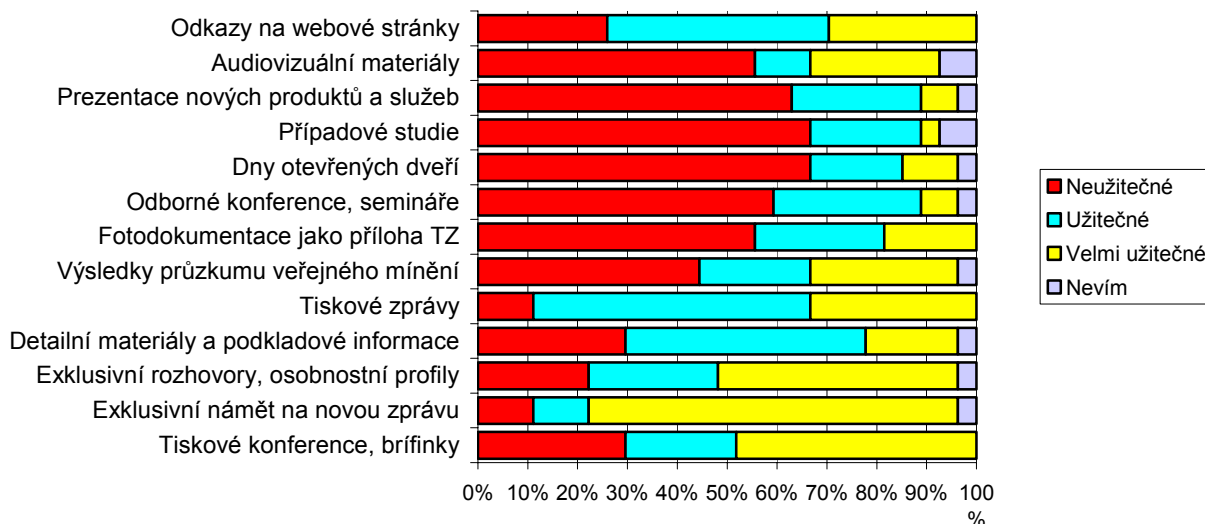
„Za ideální považuji tiskovou zprávu v rozsahu 15 řádků.“

Hana Nevolová, redaktorka, deník Vysočina

7. Ohodnoťte, prosím, využití nástrojů PR, tak, jak odpovídají vašim potřebám a zaměření. K hodnocení použijte škálu 1 (zcela neúčinné) až 6 (velmi užitečné).

Respondenti si vybírali z těchto možností, včetně jejich kombinací:

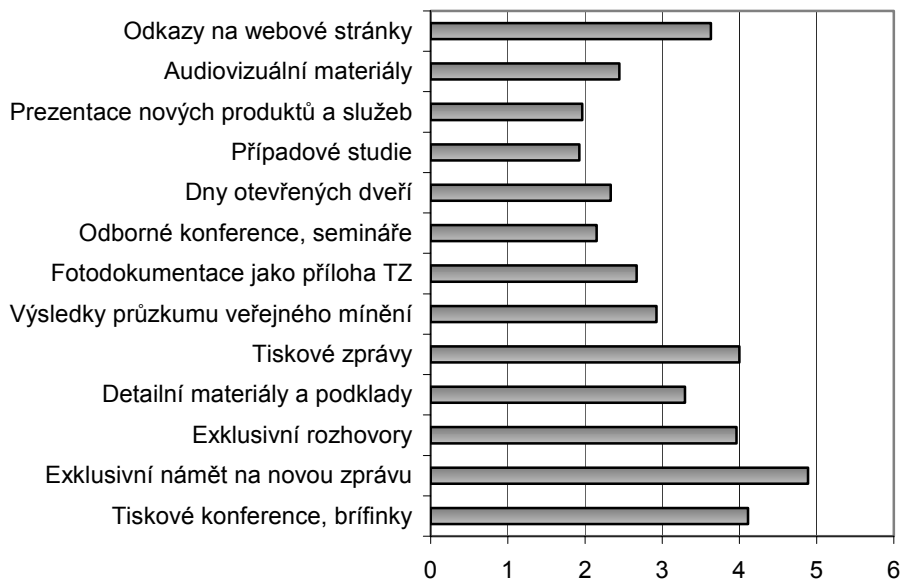
Graf 7A: Podíl jednotlivých odpovědí



Graf 7B: Báze: 27 odpovědí. Za velmi užitečné považují dotázaní novináři exklusivní námět na novou zprávu, naopak za nejméně užitečné považují případové studie či prezentace nových produktů.



Graf 7C: průměrná bodová hodnota (škála 1 – 6). Uvedené skóre představuje průměrné hodnoty

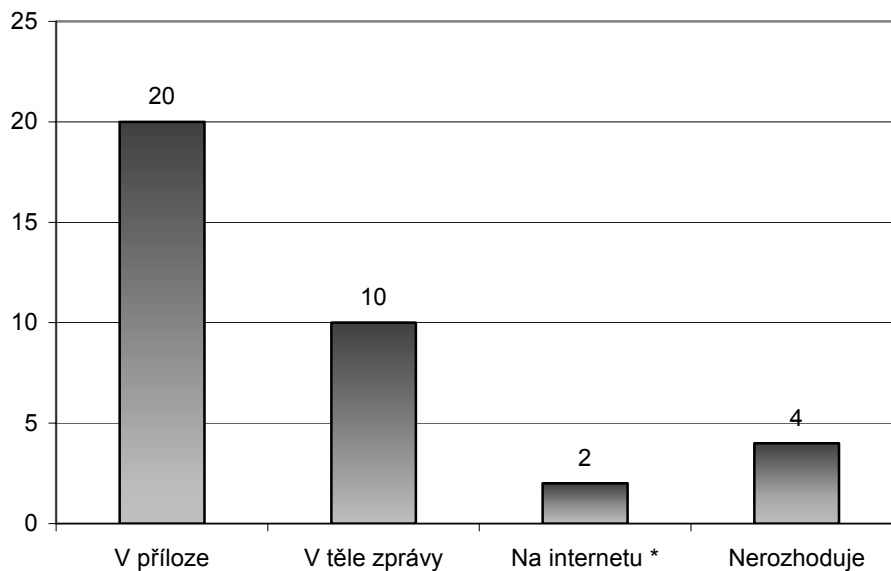


Individuální přístup

Novináři pracující v různých sektorech a rubrikách hodnotí využití nástrojů PR různým způsobem. Odpovídá to jejich zaměření a potřebám.

8. Jak nejlépe zaslat tiskovou zprávu? Jaké formě dáváte přednost?

Respondenti si vybírali z těchto možností, včetně jejich kombinací:



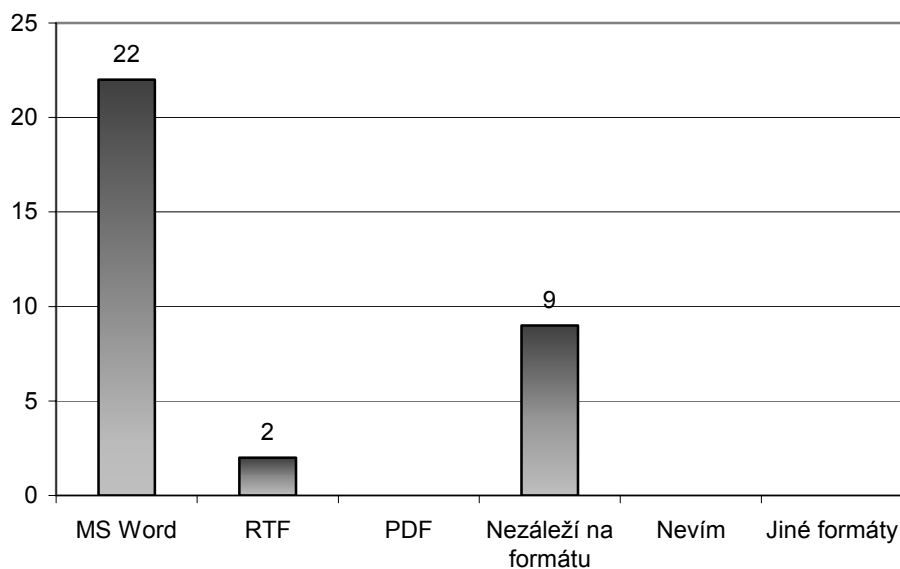
*) e-mail obsahuje hyperlink na text tiskové zprávy

Graf 8: Většina dotázaných novinářů upřednostňuje tiskové zprávy formou přílohy. To zřejmě také proto, že nastavení e-mailových klientů pro správné zobrazování diakritiky a lámání odstavců nemusí vždy spolehlivě fungovat.

*„Tiskové zprávy v těle zprávy rozhodí, v případě nesrovnalostí mezi PC, diakritiku.“
Mlejn, 14ti deník, Žďár nad Sázavou*

9. Pokud e-mail obsahuje tiskovou zprávu v příloze, jakému formátu dáváte přednost?

Respondenti si vybírali z těchto možností, včetně jejich kombinací:



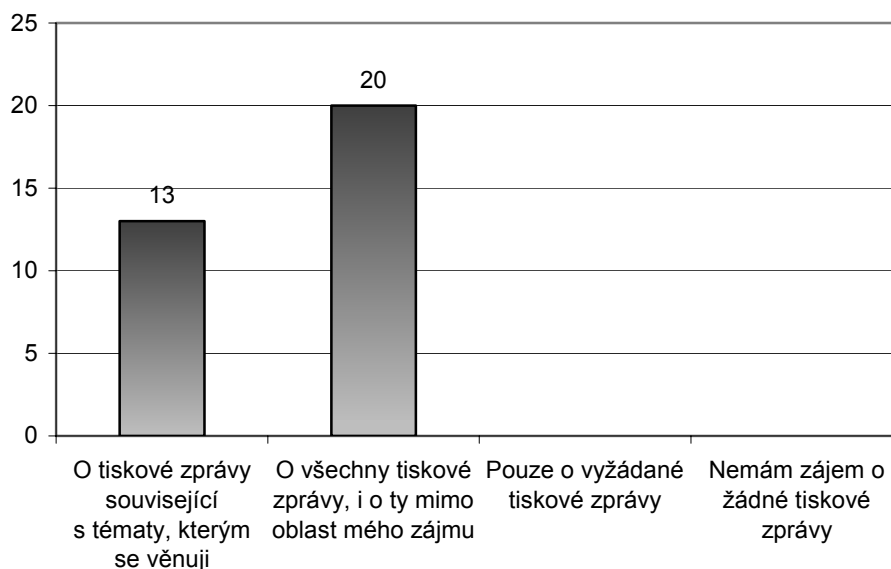
Graf 9: Většina novinářů dává přednost formátu z produkce společnosti Microsoft – MS Word. Připočítáme-li k nim i ty, kteří uvedli, že na formátu nezáleží, pak téměř všichni dotázaní mohou pracovat s přílohami ve formátu od Microsoft.

„Nemyslím si, že by novináři měli dostávat informace na zlatém podnose, stačí, když jim přístup k nim nebude znemožněn – což není.“

Tomáš Blažek, regionální zpravodaj, MF Dnes

10. O jaké tiskové zprávy máte zájem?

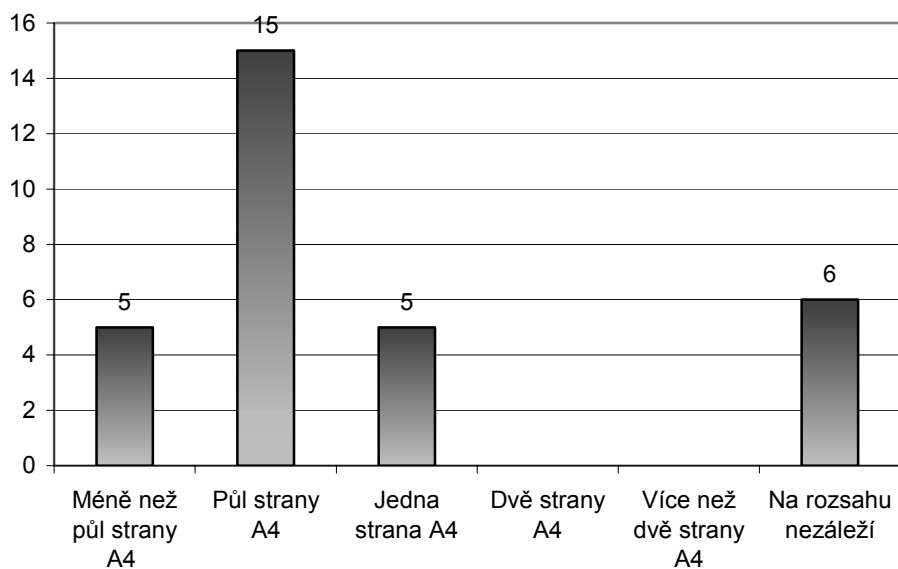
Respondenti si vybírali z těchto možností, včetně jejich kombinací:



Graf 10: I přes to, že se 20 z dotázaných novinářů zajímá o všechny tiskové zprávy, téměř polovinu z dotázaných by uspokojily pouze zprávy související s tématy, kterým se věnují. Vzniká tedy nutnost vytváření propracovaných a poměrně složitých distribučních seznamů? Bude to v budoucnu znamenat více nevyžádaných e-mailů?

11. Jaký je ideální rozsah tiskové zprávy?

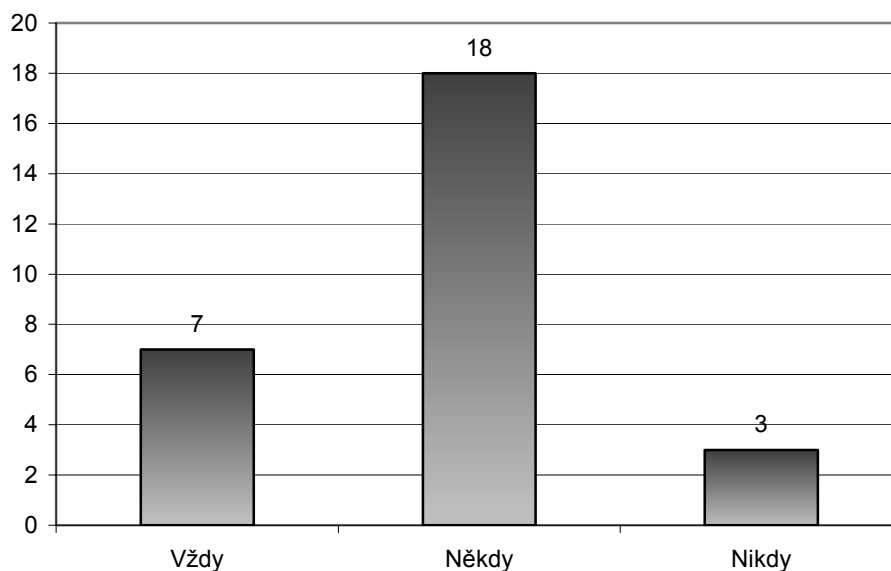
Respondenti si vybírali z těchto možností, včetně jejich kombinací:



Graf 11: Většina novinářů se domnívá, že půl strany A4 je pro tiskovou zprávu dostačující. V delších tiskových zprávách se ztrácí jejich původní smysl: rychlá a účinná komunikace. Šesti z dotázaných však na rozsahu nezáleží.

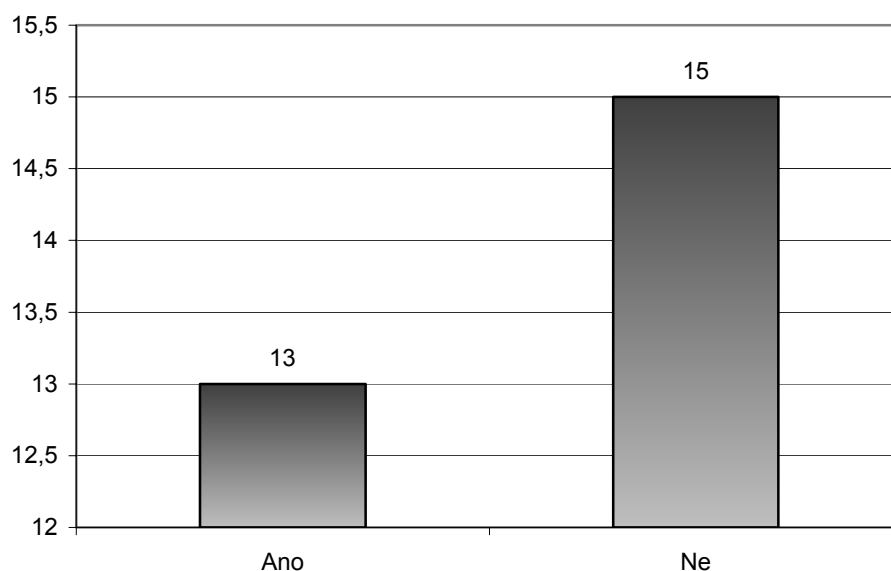
12. Ověřujete identitu a pravost tiskových zpráv?

Jsou si novináři vědomi možného zneužití identity odesílatele při distribuci tiskových zpráv?



Graf 12: Jen 7 z novinářů ověřuje identitu odesílatele nebo pravost tiskové zprávy, zbytek tak činí pouze někdy a tři respondenti vůbec ne. Pro svoji jednoduchost a veliký objem může znamenat elektronická komunikace pro novináře jisté nebezpečí v případě, že odesílatel a obsah zprávy jsou fingované. Vzniká tak nebezpečí publikování zavádějících informací nebo dokonce novinářských kachen.

13. Máte zájem přijímat avíza o tiskových zprávách a konferencích prostřednictvím SMS?



Graf 13: Již téměř polovina novinářů si dovede představit SMS jako médium komunikace o aktuálních tiskových zprávách a pozvánkách na tiskové konference.

„Uvítal bych avíza o tiskových zprávách a konferencích, včetně titulku tiskové zprávy v těle SMS.“

Petr Zettner, redaktor, Český rozhlas Region

„Na závažné zprávy, eventuálně na změny termínů bych avíza prostřednictvím SMS uvítala.“

Jaroslava Mikešová, vedoucí krajské redakce ČTK

„SMS bych uvítala pouze v urgentních věcech či termínech.“

Jana Pechová, regionální redaktorka, Právo

Model novináře kraje Vysočina

Na základě získaných informací z průzkumu jsem se pokusila vytvořit model novináře kraje Vysočina.

Typický novinář:

- Je spíše muž než žena
- Při doručování tiskových zpráv preferuje elektronickou poštu
- Pro určení informační hodnoty tiskové zprávy čte její první odstavec
- Obdrží průměrně 32 tiskových zpráv týdně a to především e-mailem
- Domnívá se, že tiskové zprávy obecně obsahují nejednoznačně formulovaná sdělení a nepoužitelné citace
- Cení si nejvíc exkluzivního námětu na novou zprávu, reportáž, článek nebo rozhovor, také uvítá tiskové zprávy a exkluzivní rozhovory
- Tiskovou zprávu uvítá v příloze, nejlépe ve formátu MS Word
- Má zájem o všechny tiskové zprávy, které jsou napsány na půl strany A4
- E-mailům důvěřuje, jejich pravost si ověřuje pouze někdy
- O avíza formou SMS zatím příliš nestojí

Realita:

Žádný modelový novinář však ve skutečnosti neexistuje, každý je individualitou a má své specifické potřeby.

Kontakt

Radka Burketová
tisková mluvčí
Krajský úřad kraje Vysočina
Žižkova 57
587 33 Jihlava
Tel.: 564 602 142
Fax: 564 602 153
e-mail: burketova.r@kr-vysocina.cz
internet: www.kr-vysocina.cz