

Mediální výstupy

1. Zjistěte si, kteří novináři se zabývají vaším regionem (např. od mediálního odboru, z dřívějších článků v médiích, z webů redakcí, případně můžete do redakce přímo zavolat). A to jak z velkých deníků, tak z regionálních. Uložte si někam jejich seznam spolu s e-maily (ideální je třeba sdílená google tabulka).
2. Naučte se psát tiskové zprávy. Návod máme zde: <https://www.pirati.cz/mo/tz>, případně vám mohou pomoci například stranické psavkyně. Tento bod je extrémně důležitý, protože informace se dají sdělit různými způsoby a od toho se pak odvíjí dopad na voliče.
3. Když odhalíte nějakou zajímavou kauzu, chcete vedení města za něco kritizovat nebo přicházíte s dobrým návrhem na zlepšení, medializujte to. Nejsmutnější totiž je, když někdo pracuje dobře a voliči ho příště už nevolí, protože o tom nevědí. Když nebudete o sobě dávat vědět svému okolí skrze média, všimne si vaší práce málo lidí a v příštích volbách možná neuspějete, i když byste si to zasloužili.
4. Rozesílejte tiskové zprávy kromě novinářů i republikovému předsednictvu (abychom o vaší činnosti věděli) a dávejte je na web a facebook. Ideální je navázat trochu bližší kontakt s nějakými novináři, kterým poté můžete dávat exkluzivně zajímavé kauzy, kterým se oni na oplátku budou více věnovat.
5. Tiskové zprávy rozesílejte často (klidně i každý týden) - novináři pak budou vědět, že jste aktivní a třeba vás občas poprosí o vyjádření i ke kauzám, se kterými jste vy nepřišli. Předpokladem zde samozřejmě je, že máte co v tiskových zprávách sdělit, plácání o ničem je spíše kontraproduktivní.
6. Zastupitelé mají právo na prostor v radničním periodiku. Je to nejlepší způsob, jak dát svým voličům vědět, že odvádíte dobrou práci. Pokud vám redakční rada odmítne prostor poskytnout, kontaktujte stranické právníky.

Kontakty

Mikuláš Ferjenčík, mluvčí klubu pražských zastupitelů za Piráty, šéf mediálního odboru Pirátů
Adam Zábranský, pražský zastupitel a student práv (může pomoci s protlačení článků do radničního periodika)