



Public relations a zpravodajství

Monografie popisuje dopady hluboké proměny zpravodajských médií a žurnalistiky na obor media relations (vztahy s médii). Obor je pojímán jako svébytná disciplína v rámci vztahů s veřejností (public relations) a marketingové komunikace. Autor vychází z předpokladu, že pokud se významným způsobem mění současná zpravodajská média, jejich technologická podstata, jazyk i publikum, musí se měnit také metody práce tiskových mluvčích a PR profesionálů, jejichž cílem je ovlivnit mediální agendu a získat publicitu ve zpravodajských médiích. K hlavním trendům proměny médií autor řadí například internetizaci, boom sociálních sítí, rozvoj interaktivity a multimediality, deprofesionalizaci, zrychlování zpravodajství, důraz na vizuální a zábavnou rovinu zpravodajství a fragmentaci publika i mediální nabídky. Pro každý ze zmíněných trendů formuluje autor soubor doporučení, jimiž by se měli řídit PR profesionálové a tiskoví mluvčí, pokud chtějí nadále efektivně komunikovat s novináři.