

Jak dostat článek do médií odborných i mainstreamových

Nejjednodušší způsob je si **zveřejnění článku zaplatit**.

Potom máte jistotu, že článek bude zveřejněn, ale taky máte obrovskou nejistotu, že si ho někdo vůbec přečte.

Zajímavost, atraktivnost článku je hodnota, kterou nelze ničím zaplatit, tedy je jasné, že nejdůležitější je, aby byl článek **výjimečný, unikátní svým obsahem**. Tím vzroste pravděpodobnost, že si ho někdo přečte a současně s tím roste i pravděpodobnost, že ho médium zveřejní zadarmo – tedy jsou to spojené nádoby.

Druhou podstatnou věcí po obsahu je forma - **jazyk a styl**, který je v článku použit. Tady už musíte šít na míru jednotlivých médií – od titulku až po poslední slovo v textu. Jiné forma bude pro Rádio Beat a jiná pro Zdravotnické noviny.

Pokud máte políčeno na **několik médií**, musíte vytvořit také několik článků, které se budou od sebe lišit, ale nikdy neudělejte to, že stejný článek pošlete do více médií.

Předpokládáme, že chcete, aby zveřejnění vašich článků bylo zadarmo a publikovalo je co nejvíc médií, proto udělejte toto:

- Napište **několik článků** podle typů médií.
- Udělejte tiskovou zprávu o obsahu článků a pošlete ji do ČTK a do servisu Feedit.
- Pokud se nic nestane v příštích 48 hodinách, oběťte pár tisícovek (asi 3) a využijte placenou službu ČTK PROTEXT a současně pošlete tuto tiskovou zprávu do vybraných médií – kobercový rozsev.
- Pokud se nic nestane ani teď, pošlete vytvořené články do médií – vybrané články do vybraných médií.

Pokud se pořád nic nestalo, je někde chyba a nemusí být nutně u vás. Téma se prostě nehodí třeba časově, nebo se zrovna ve společnosti řeší úplně jiné problémy, důvodů může být celá řada. Mediální svět je velmi proměnlivý až efemérní, proto vsadte na jistotu a použijte online nástroje, které máte k dispozici. Současný svět komunikací tomu nahrává a ve své podstatě **můžete veřejná média vynechat**, pokud vládnete alespoň trochu instrumenty, jakými jsou **sociální sítě**.

Využijte své nástroje komunikace (owned media) – web, soc. sítě a zveřejněte vybrané články a pokud máte média spřátelená (earned media) – využijte je též. Detaily o využití těchto prostředků připravujeme. Informace na vyžádání - redakce@sci-line.cz