

Prihraniční reportéri – Workshop č.1

V dňoch 26.-28. augusta 2020 sa v priestoroch rekreačného strediska Vihorlat resort Sninské rybníky, uskutočnil prvý z piatich naplánovaných workshopov, organizovaný v rámci implementácie mikroprojektu Prihraniční reportéri/Przygraniczni Reporterzy

Workshopu sa zúčastnili nielen žiaci a pedagógovia Strednej priemyselnej školy vo Svidníku, žiaci a pedagógovia Zespół Szkół Publicznych w Uhercach Mineralnych z Poľska, ale aj záujemcovia o mediálnu výchovu z radov športovcov, profesionálnych mediálnych pracovníkov z televízií. Na úvod workshopu privítal účastníkov hlavný koordinátor mikroprojektu Ing. Závacký. Predstavil im lektorov a oboznámil ich s programom workshopu.

Po úvodných slovách začali lektori postupne preberať jednotlivé témy workshopu. Začali s témou **Základy žurnalistiky – základné pravidlá**. Vysvetlili účastníkom, že základným pravidlom žurnalistiky je verejnosti podávať pravdivé a neskreslené informácie. Zdôraznili, že v súčasnosti však treba s informáciami získanými z iných médií narábať opatrne. S príchodom nových médií predovšetkým internetu, je hodnota informácie priamo úmerná ich dôveryhodnosti. Po praktickom precvičení si tejto najpodstatnejšej zásady práce žurnalistov boli účastníci oboznámení s ďalším dôležitým materiálom týkajúcim sa práce žurnalistu a to s **Etickým zákonom**. Tu sa mohli dozvedieť, že jednou z minimálnych záruk dosiahnutia objektivity je potvrdenie informácie z minimálne dvoch nezávislých zdrojov. Postupne si vysvetlili pojmy **Objektivita** - miera objektivity ako jedného z najdôležitejších kritérií pri rešpektovaní novinárskej etiky, **Porušovanie pravidiel** - Ak sledujeme príbeh, občas vypláva na povrch niečo, čo mení okolnosti. Vtedy by mal novinár nasledovať svoju intuíciu. A tá sa občas nachádza na hraniciach pravidiel a **Novinárska integrita** - novinár má povinnosť stretávať sa a komunikovať s ľuďmi, ktorí sú schopní priniesť relevantné informácie a ustáť prípadnú kritiku. Po teoretickej časti si danú problematiku prakticky precvičili. Po praktickom cvičení sa program prvého dňa workshopu naplnil. Nasledoval voľný program a po večeri vzájomné zoznamovanie sa účastníkov workshopu.



“Prihraniční reportéri“ / “Przygraniczni Reporterzy“

Po raňajkách na druhý deň workshopu (27.8.2020) boli účastníci v rámci oboznámenia sa s problematikou **Výber zaujímavej témy** - neexistuje ani jednoznačne správny spôsob výberu témy v novinárskej práci a **Spracovanie základných informácií** - ich selekcia, overenie pravdivosti. Oboznámili sa ako treba **Pristupovať k spracovaniu informácií** - každému má byť ponúknutý rovnaký priestor a každý z nich musí mať svoj protínázor. Na základe vysvetlenia na praktických príkladoch a skúseností svetoznámych žurnalistov si vysvetlili princípy a čo znamenajú pojmy **O čom sa rozpráva v meste, Studená slanina a vrtieť psom, Kritéria témy, Vedenie témy, Príklad z práce najväčšieho zberateľa obsahu (Google), Ako funguje RankBrain, Overenie pravdivosti informácií – pozrieť sa do existujúcich databáz webov, overenie si pravdivosti fotografií, ako a kde si pravdivosť daných informácií môže žurnalista uveriť**. V rámci plodnej diskusie a množstvu otázok položených na odprednášané témy boli jednotlivé pojmy aj prakticky precvičené a vysvetlené.

Po krátkej prestávke pokračovali lektori vo vysvetľovaní ďalšej problematiky - **Príprava výroby mediálneho výstupu**. Tu sa dozvedeli o najčastejšie uplatňovaných formách výstupu ako sú **Tlačová správa** – ako základný informačný materiál, **Tlačová konferencia** - prezentáciu vybranej témy pre širšie auditórium novinárov, prípadne odborníkov danej oblasti, **Pracovné raňajky, obed, stretnutie** - čoraz populárnejšia forma prezentácie, nezriedka spojená aj s výrobou mediálnych výstupov, **Vyvolaná udalosť-Event marketing** - veľmi široké spektrum aktivít, napríklad rôzne spoločenské stretnutia, športové, či politické udalosti, **Monitoring a analýza médií** - najviac rozšíreným spôsobom je využitie internetových prehliadačov podľa zadaných kľúčových slov, **Ucelená komunikačná stratégia** - široké spektrum mediálnych výstupov a vhodne ich kombinuje vzhľadom na požiadavky klienta, **Krízová komunikácia** - čoraz väčšiu úlohu zohrávajú sociálne siete, **Mediálny tréning** - zvyčajne ide o to, aby absolventi mediálnych tréningov dokázali zvládať rôzne stresové situácie, pri ktorých potrebujú kompetentne vystupovať pred predstaviteľmi médií a **Platená publicita** - sem patrí napríklad výroba reklamných spotov a iných propagačných mediálnych výstupov, ako je teleshopping, či reklamné rozhovory. **Lektori** vysvetlili a názorne predviedli podstatu jednotlivých foriem výstupu tak, aby im mohli účastníci porozumieť a v svojej budúcej praxi vhodne využiť. Poslednou odprednášanou témou bola **Príprava na fotodokumentáciu, na rozhlasový rozhovor s respondentmi**. Tu sa účastníci okrem iného dozvedeli aj jednu základnú pravdu, že nato aby sa robili kvalitné rozhlasové rozhovory, televízne či rozhlasové reportáže, nie sú na začiatku potrebné drahé nahrávacie zariadenia ale na prácu postačuje aj bežný smartfón s funkciou nahrávania, poznámkový blok a pero.

Po krátkom obede si mohli účastníci na praktických cvičeniach vyskúšať a preveriť odprednášané témy.



“Prihraniční reportéri“ / “Przygraniczni Reporterzy“

V posledný deň workshopu si účastníci precvičili témy, ktoré im boli odprednášané a pri ktorých pociťovali potrebu sa v ich správnom pochopení utvrdiť. Boli zadané praktické úlohy, ktoré mali účastníci splniť. Zároveň bolo schválené oficiálne logo mikroprojektu, ktoré vytvorili počas podujatia účastníci workshopu.



Praktickými cvičeniami bol program workshopu č.1 naplnený a po obede sa účastníci rozišli do svojich domovov.



