



ОБУЧЕНИЕ КОРРЕСПОНДЕНТОВ

Методические материалы

Содержание:

1. Общие замечания
2. Теоретическая часть:
 - 2.1 Глава 1 – С чего начать?
 - 2.2 Глава 2 – Что взять с собой?
 - 2.3 Глава 3 – Как себя вести?
 - 2.4 Глава 4 – Что дальше?
3. Практическая часть
4. Приложения

Общие замечания

Программа обучения корреспондентов состоит из теоретической и практической частей.

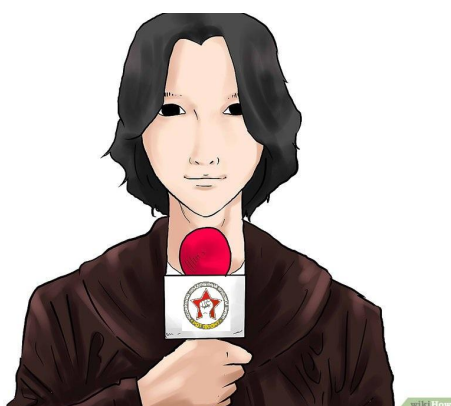
Обучающийся сначала знакомится с теоретическими рекомендациями.

Затем – знакомится с видеозаписями интервью корреспондентов РотФронта с места различных событий, а также просматривает видеолекции о профсоюзах России, необходимые для общего представления о рабочем движении (см. Приложение 2).

Далее обучающийся приступает к практической части, закрепляя полученные знания на практике.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Глава 1. С чего начать?



Вы решили учиться корреспондентской работе. В этом деле теория куда менее продуктивна, чем самая заурядная практика. Тем не менее, сначала следует изучить некоторые особенности работы корреспондента.

Цель работы корреспондента – получение нового новостного продукта вследствие максимально объективного быстрого снятия информации.

Задачи корреспондента, готовящего материал, будут такими:

1. Оперативно прибыть на место происшествия.

2. Провести опрос (устный, под запись, видео-интервью) всех причастных к событию лиц.
3. Собрать максимальное количество фактов о событии – не забыть проверить данные факты с помощью дополнительных опросов.
4. Подготовить заметку или репортаж о событии.

Журналистика выделяет множество публицистических жанров. Однако корреспондент работает в ограниченном журналистском поле. Виды материалов, которые должны выходить из-под пера нашего корреспондента:

1. Заметка.

Заметка обычно сообщает факты (достоверные сведения о свершившихся событиях), может содержать предположения (прогнозы, гипотезы, версии), оценочную информацию, нормативную информацию (сообщения о новых законах и правилах), рекомендации. Отвечает на вопросы: Что? Где? Когда? Язык заметки — сухой, отстраненный, официальный.

2. Интервью

Интервью публикуется с целью довести до сведения читателей мнение компетентного лица о каком-либо событии. Здесь особенно важны подробности события, уточнение его места и времени. Такое интервью содержит вопросы конкретного характера и достаточно лаконичные ответы, а при необходимости — дополнительные вопросы, уточняющие технические детали.

3. Блиц-опрос.

Содержит ответы на один и тот же вопрос разных лиц, его цель — краткое извещение аудитории о существовании каких-либо мнений, взглядов, предпочтений. Блиц-опрос интересен, если содержит разнообразные мнения.

4. Репортаж

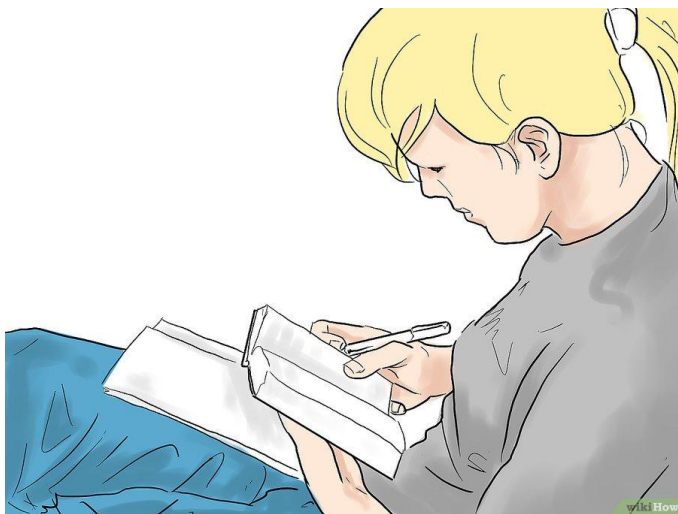
Задача любого репортёра заключается в том, чтобы дать аудитории возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца (репортёра), т.е. создать «эффект присутствия» — это когда читатель, слушатель, зритель

видит и слышит случившееся событие глазами репортера. Автор сам непосредственный участник события, приобщает к нему всех читателей, слушателей и зрителей. Для репортёра важно не только наглядно описать какое-то событие, но и описать его так, чтобы вызвать сопереживание.

Корреспондент должен быть готовым выехать на место в любой момент времени.

Но прежде чем начинать действовать, необходимо для себя определить:

- Суть происшествия либо мероприятия;
- Возможные цели участников;
- Цели нашей работы на нем (завязать контакт, получить комментарии участников, осветить событие, дать оценку происходящему и т.д.);
- Формат нашей работы (мы снимаем док фильм, берем интервью, просто освещаем и/или комментируем).



Чтобы ответить на первые два вопроса, нужно заранее изучить событие: предпосылки, суть вопроса, собрать фактуру. Тут можно посмотреть, занимались ли этим вопросом другие каналы и пр. Поняв это, уже можно иметь представление о том, какие цели

ставят перед собой организаторы и участники.

Чтобы быть максимально эффективным, придётся прокачать ряд навыков:

1. Совершенствуйте свои коммуникативные умения. Чтобы быть полезным, вы должны хорошо говорить, читать, писать и слушать.
2. Следите за новостями. Обратите внимание на то, как освещены те или иные события. Замечайте, что способствует хорошему сюжету, а что нет. Что бы вы в нем изменили?

3. Учитесь писать. Для этого вы можете, например, начать вести дневник. И помните, краткость – сестра таланта. Если слово или предложение может быть удалено без потери смысла, смело жмите Backspace.
4. Если вы живёте не в столицах, помните, что для вас приоритетны местные события. Мониторьте региональные ресурсы. Мыслите локально.
5. Посещайте мероприятия. Открытие нового городского парка крупным местным чиновником? Местное отделение псевдооппозиционной политической партии начало летнюю кампанию по сбору пожертвований? Будьте там.
6. Посмотрите на Youtube блиц-опросы, подготовленные корреспондентами Фронта, выделите полезные приёмы, найдите ошибки и недостатки подачи – анализируйте. Примеры роликов: [1](#), [2](#), [3](#).

Как завязать контакт с потенциальным респондентом?

Бывают ситуации, когда нам необходимо получить сведения из первых рук от рабочих интересующего нас предприятия или участников уже прошедших событий. Как быть в этом случае, как найти контакт и завязать диалог?

Поиск контактов с успехом осуществляется через тематические группы в социальных сетях, посвященные нужному предприятию. Кроме того существуют профильные сообщества профсоюзов, компаний, предприятий и профессий, где как правило случайных людей нет и с каждым участником можно пробовать работать.



Сообщения отправляются либо всем участникам группы, либо выборочно, в зависимости от ситуации. Один из наиболее действенных инструментов – поиск потенциальных респондентов через комментарии в группе. Как

показывает практика, реальный контакт быстрее завяжется с самыми активными участниками, особенно, если они оставляют недовольные или даже гневные комментарии в адрес работодателя.

В немалой степени успех налаживания контакта в социальных сетях зависит от степени проработки потенциального респондента. Например, чтобы повысить вероятность ответа, нужно сначала изучить профиль человека. Если у него на странице написано, что он какой-нибудь монархист, бессмысленно писать ему с "левых" позиций.

Наибольшее КПД у диалога будет в том случае, если удачно учтены особенности человека, вроде возраста, сферы интересов, политических взглядов и т.д. и подобран соответствующий переговорщик, который строит первое сообщение с учётом всего этого.

Логика построения диалога:

1. Приветствие
2. Представление себя, ссылки на группу, сайт и т.д.
3. Мотивация обращения
4. Общий вопрос о предприятии/событии
5. Частный вопрос об интересующей ситуации

Круг общих вопросов о предприятии:

1. Размер прибыли
2. Численность работников
3. Средний возраст работников
4. Отзывы работников о предприятии

Более подробный список вопросов о предприятии см. в Приложении 1.

Круг примерных вопросов о происходящем событии:

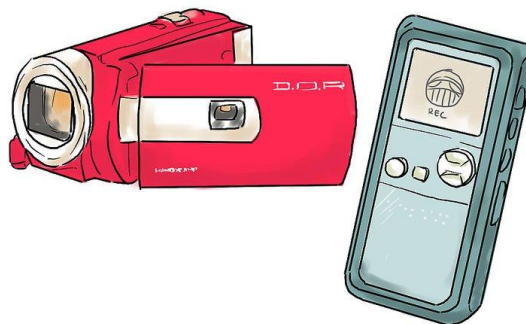
- **Что привело Вас сюда?** (Тут раскрывается мотивация человека, по ответу на этот вопрос можно делать вывод об уровне классового сознания респондента);

- **Вопрос о методах борьбы.** При этом надо задавать вопрос с подковыркой, на перспективу, чтобы сам человек задумался. Например: «Считаете ли Вы эффективной идею референдума или нужно что то еще?»;
- **Вопрос о перспективах.** Ответ на этот вопрос показывает, насколько люди уверены в своих действиях, готовы бороться и пр.

Глава 2. Что взять с собой?

Вы поняли, чем занимается корреспондент, и готовы воплощать в жизнь полученные знания. Что нужно сделать для выполнения задачи? Вот пошаговая инструкция.

1. Найдите инфоповод. Вы можете самостоятельно отыскать его в интернете, а можете – получить от партийных руководителей.
2. Берите с собой самое необходимое:
 - ручка и блокнот;
 - фотокамера;
 - видеокамера;
 - штатив;
 - диктофон или микрофон для видеокамеры;
 - ноутбук, если место, в которой Вы едете, находится далеко от дома (в таком случае Вы сможете написать заметку в ближайшем кафе);
 - в ряде случаев, когда событие застало Вас врасплох, снять репортаж можно и на обычный смартфон. Для таких случаев хорошо иметь с собой мобильное зарядное устройство.
 - хорошее настроение – респондент, которого вы будете опрашивать, должен доверять Вашей улыбке.



3. Одевайтесь так, чтобы быть максимально мобильным и быстрым.

Важно! Не забудьте:

5. Зарядить устройства – камеры, микрофон, ноутбук, диктофон.
6. Проверить наличие карт памяти и места для записи на них.
7. Взять штатив, без него Ваш ролик получится откровенно любительским.

Важно! *Заведите привычку носить с собой диктофон, чтобы в нужный момент воспользоваться им.*

Глава 3: Как себя вести?

Итак, Вы на месте событий. В первую очередь необходимо оценить обстановку, определить круг опрашиваемых лиц, сверить актуальность подготовленных вопросов для выбранной уже на месте целевой аудитории.



Для интервью важно находить разных респондентов. Скажем, не нужно опрашивать только пенсионеров или только студентов, только мужчин или только женщин. Важно стараться задевать все группы людей, пришедшие на митинг, тогда будет складываться адекватная

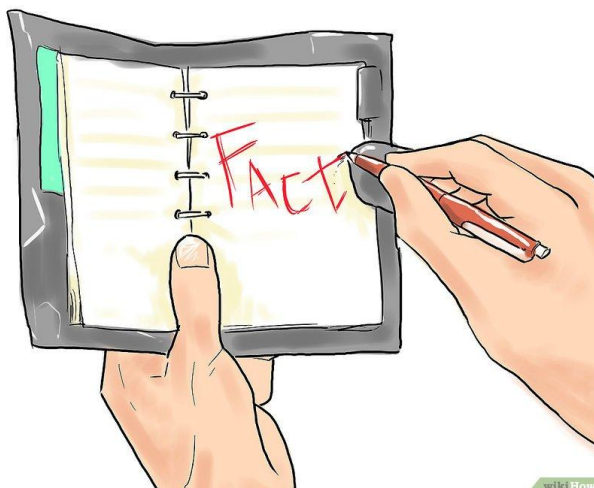
картина в целом о тех, кто пришел.

Теперь Вам предстоит работа с респондентами. Как грамотно выстроить диалог и какую выбрать модель поведения? Несколько несложных правил:

- Перед началом интервью кратко обрисуйте собеседнику главную цель вашего с ним разговора.
- Задав вопрос, внимательно выслушайте ответ. Ничего не додумывайте за собеседника. Вместо предполагаемого ответа на, казалось бы, уже

хорошо известный вам вопрос собеседник может привести шокирующие вас новые факты.

- Не перебивайте того, у кого берете интервью, дайте возможность человеку высказаться. Задали вопрос — получайте ответ. Мягко остановить респондента можно лишь в том случае, если он отошел в сторону от заданной темы.
- Внимательно слушайте ответы, так как любая информация, которую будет доносить до вас респондент, может оказаться крайне полезной и интересной. Лучше больше, чем меньше, так как сократить всегда легче, чем добавить. Кроме этого, у вас могут возникнуть по ней незапланированные вопросы.
- Профессиональные интервьюеры знают про "эффект выключенного диктофона". Заключается он в том, что после окончания интервью респондент расслабляется и начинает говорить еще что-то, вспоминает какие-то подробности и детали. Помните об этом и не упускайте возможности продолжить беседу.
- **Не следует вступать с респондентами в идеологические дискуссии.** Наша цель - взять интервью у ряда людей, а не распропагандировать одного из них. Поэтому выслушайте ответы, поблагодарите респондента и двигайтесь дальше. Комментарии будем давать после.



Важно:

- Пусть люди знают, что их разговор записывается, а они сами будут сфотографированы. Предупреждайте об этом.
- Всегда проверяйте факты, расспрашивайте о них незаинтересованных лиц.

Глава 4: Что дальше?

Итак, Вы взяли интервью у участников интересующих нас событий. Что делать с имеющимся материалом?

В зависимости от поставленной цели и полученного результата существуют следующие варианты для продолжения работы над материалом:

- Самостоятельная подготовка интервью к размещению на информационных ресурсах.
- Передача материала другим товарищам для дальнейшей подготовки к публикации. В этом случае от корреспондента требуется тесное взаимодействие с выпускающей группой.
- Передача материала для дальнейшей работы в команду, поставившую задачу на интервью.

Некоторые рекомендации по подготовке материала:

Жёсткие новости (катастрофы, чрезвычайные ситуации, неприятные инциденты) могут содержать:

- Информацию, которая актуальна только сегодня и потеряет свою значимость со временем.
- Последние изменения в политике правительства или новости, касающиеся отдельных персон.
- Сообщения об авиакатастрофах или других трагедиях.
- Любые другие драматичные или тревожные темы.

Новости, интересующие человечество (политические, экономические, остросоциальные), могут содержать:

- События, связанные с местными деятелями, занимающимися этой проблематикой.
- Ссылки на местные, исторические события.
- Новости, не зависящие от времени. Репортаж может оказаться сегодня более интересным, чем несколько недель назад.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Цель – приобрести практические навыки корреспондентской работы.

Общий ход занятий:

1. Вы выбираете одну из предложенных вводных либо предлагаете свою. В качестве Вашего респондента может выступать любой другой член ОК. Об этом нужно договориться заранее.
2. Вы готовитесь к интервью и по готовности созваниваетесь/встречаетесь со своим «респондентом», берете у него интервью.
3. Оформляете собранный материал согласно технической и сюжетной вводным.

Технические вводные:

Исходя из возможностей обучаемого, может быть несколько вариантов по техническому исполнению задания:

- Интервью на диктофон с последующей расшифровкой в текстовый документ. Результатом работы по данной вводной может быть или сухая расшифровка диктофонной записи, либо готовый репортаж.
- Интервью на камеру с предполагаемым последующим монтажом. Результатом работы по данной вводной является либо просто видеозапись интервью, либо она же с комментариями для монтажа.
- Интервью, снятое на смартфон с последующей доработкой в виде комментариев к записи.

Сюжетные вводные:

«Респондент» волен отыгрывать свою роль по своему усмотрению, но так, чтобы это не препятствовало работе корреспондента. Корреспондент «ведёт» диалог, его задача – получить нужную информацию.

- Предлагается взять интервью на месте событий у участника акции против повышения НДС на 20% в России.
- Предлагается взять интервью у работника ООО «Новгородский Доркомсервис». По имеющейся информации предприятие должно сотрудникам более двух миллионов рублей.
- Работники градообразующего рыбопромышленного предприятия «Зарубинская база флота» и жители посёлка Зарубино обратились к губернатору Приморского края за помощью. Предприятие лишили квот на вылов водных биоресурсов. Рыбаки предупреждают о социальном взрыве, так как другой работы в Зарубино нет. Предлагается взять интервью у человека, подписавшего петицию в адрес губернатора.

Другие сюжеты можно подобрать в группе ЗабастКом социальной сети «ВКонтакте» - <https://vk.com/zabastcom>

Приложение 1

Типовые вопросы о работе на предприятии

1. Здравствуйте. Известно из сообщений прессы, что на Вашем предприятии Происходит Вот Это

Имя Рабочего, меня зовут Так - То, я - корреспондент газеты "Трудовая Россия" (или лучше - корр. сайта "РОТ ФРОНТ", поскольку человек сможет убедиться в том, что таковой сайт действительно существует, в противном случае он подумает, что корр.-ом неведомой газеты представился "засланец"

г-на работодателя). Не возражаете ли Вы, если я задам Вам несколько вопросов? (Естественно, никакие Ваши данные нигде не будут раскрыты, никаких фамилий, имён и, если надо - должностей, не будет названо).

2. Насколько нам известно, ТаковыПодробностиПроисходящего. Насколько эта информация соответствует действительности, на данный момент? (этот вопрос скорее как затравка, как наиболее мягкий и не интимный, для менее напряжного вхождения в диалог; а так же - вполне логичная вводная часть, на мой взгляд).

3. Известно ли Вам что-нибудь о мнениях со стороны работодателя и руководства предприятия?

4. Каковы настроения в трудовом коллективе, на данный момент? Что говорят сотрудники? Предусматриваются ли какие-нибудь превентивные действия, на случай возможно ожидаемых действий работодателя?

5. Есть ли на предприятии профсоюз? Если есть - какова его позиция? Если нет - есть ли желание в коллективе создать первичку?

6. Кто в данный момент является собственником предприятия, к кому именно нужно предъявлять претензии по невыплатам?

7. Еще 2-3 вопроса, для того, чтобы было проще понять юридический фактор невыплат:

7.1. «Есть информация, что работодатель начал недоплаты с отмены надбавок к окладу, а с лета 2016 стал даже основную часть зарплаты выплачивать лишь частями. Связано ли это с тем, что часть зарплаты изначально было оговорено выплачивать "в конвертах", или зарплаты на вашем предприятии полностью "белые"»?

7.2. На какую долю сократилась зарплата сотрудников с тех пор, как работодатель перестал выплачивать надбавки?

7.3. Все ли сотрудники находятся в штате? Есть ли работники, нанятые через сторонние фирмы?

7.4. Каковы формы трудоустройства сотрудников (постоянные или срочные трудовые договора; кто-нибудь работает по договорам подряда)? Каково их приблизительное соотношение?

8. Имя Рабочего, большое спасибо Вам за интервью! Есть ли у Вас желание получить (номер газеты/ссылку на статью), как только публикация увидит свет?

9. < ещё раз спасибо, или что-то в этом роде >, <(номер газеты/ссылку на статью)> вышлю Вам в срок, <желаю Вам успешного исхода событий / или что-то в этом роде>.

Приложение 2

Ссылки на материалы по теме:

1. Интервью:

<https://www.youtube.com/watch?v=45bhw9qCcmE&t=29s>

2. Репортаж и интервью:

<https://www.youtube.com/watch?v=DUoBwqNDHHo>

3. Интервью

<https://www.youtube.com/watch?v=OSVnQh4ZCM>

4. Интервью

<https://www.youtube.com/watch?v=2xIKegluuDQ&t=60s>

5. Интервью и комментарий

<https://www.youtube.com/watch?v=GbLah3U7ewA&t=862s>

Лекции о профсоюзном движении:

<https://www.youtube.com/watch?v=3iYcIVb3TDA>

<https://www.youtube.com/watch?v=7QdviIjL0GQ>