



## ДРУГА СЕСІЯ ШКОЛИ ПРОФЕСІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ "НОВА УКРАЇНА"

14-18 вересня 2011 року, м. Київ

**Наталія ЛИГАЧОВА**

*Шеф-редактор видань проекту «Телекритика», Член Проектної Ради*

### **Социальная функция журналистики в Украине.**

1. Быть посредниками между обществом и властью. Артикулировать интересы общества перед властью, помогая ей понять их и находить правильные решения.

И – одновременно донося до общества правду о власти.

2. Отличие западной журналистики от нашей – они работают для аудитории. Мы работаем для рекламодателя. Их основной доход – от подписки, продаж. У нас – от рекламы. Джинсы

3. Но картинка изменится – когда СМИ перестанут быть политическими инструментами. И когда рекламодатели перестанут покупать дутые рейтинги. Правда – такое происходит уже на ТВ, но в результате – пожелтение. Но народ в конце концов наестся и этим. И наверняка появится проект, который завоюет аудиторию другим – не просто интересной информацией, а ВАЖНОЙ. **Пример – Газета по киевски. Влиятельным изданием или журналистом можно стать только во втором случае.**

4. То есть, если вы редактор, или журналист – который хочет добиться успеха – вы должны прежде всего думать о своей ЗАВИСИМОСТИ а) от аудитории и б) корпоративного цеха.

5. И здесь мы подходим к тому, о чем я уже говорила позавчера – о точке пересечения между социальной функцией, социальной ответственностью журналистики – и личного интереса человека. Это – репутация.

Как совместить построение собственной карьеры, собственного успеха – с работой НА, А НЕ ВОПРОКИ, общественным интересам, высокой миссии журналистики?

Как стать успешным журналистом или менеджером успешного издания. Как стать независимым журналистом. Как создать свой собственный проект?

Искать собственную изюминку. Свой подход. Пример:

Думать о тех, для кого вы создаете – а не о редакторах...

### **Новости – это нечто новое, представляющее общий интерес.**

- Обычно ищем ГОТОВУЮ новость – и чаще в информагенствах☺ или интернете. На самом деле – новость СОЗДАЕТСЯ, и поиск некой новой инфы – одна, но не единственная! из составляющих этого процесса. Прежде всего вам необходимо оценить важность узнанной инфы и ее новизну и адекватность именно для вашего издания. То, что является новостью для одного издания – для другого не является. Еще до прихода в СМИ вы должны ознакомиться с ним, понять его структуру, читательскую аудиторию. Это важно не только для работы с новостями – но с любым жанром. И очень важно для работы в специализированных изданиях.

Здійснюється за підтримки Міжнародного фонду «Відродження»

- источники информации. Поиск их – ваша главная задача! Контакты – своя база составляется кропотливо. Постоянное общение с источниками. Через неделю вы уже сами должны ДОБЫТЬ новую инфу от СВОЕГО источника!

Контактами всегда делитесь с коллегами – даже др. изданий. Исключение – только если может пострадать ваша эксклюзивность – тогда все равно дайте контакт, но только после того, как эксклюзивность будет защищена (выйдет ваш материал). Когда-то кто-то поможет и вам!

- «расшивка» первоначально полученной инфы. Даже если из информагентства узнали что-то – всегда есть возможность добавить некую изюминку. Комментарии, оценки, свидетельства.... (подробнее)

Если вы на своем рабочем месте НОВОСТИЙЩИКА в течение месяца сумеете достичь успехов только только в этих трех позициях – вас уже заметят.

**Б)** Вам предложено придумать для себя тему. **10 тем должно быть предложено вами, не меньше!**. Но не с неба – а после минимум после дня, проведенного в библиотеке (интернете). Пример.

Две опасности при подборе тем: 1) Для вас может казаться свежим и новым то, что для издания есть пройденным этапом. В то же время – иногда свежий взгляд новичка бывает как раз изюминкой. Пример.

2) Вы боитесь быть банальным. Именно поэтому – много инициативы, предложений должно быть от вас. Из 20-ти хотя бы одно да «выстрелит». Будьте ЗАМЕТНЫМ и АКТИВНЫМ. Не надо сидеть молча и тупо ковыряться в полученных заданиях. Вас должно быть МНОГО – конечно, в меру☺..

Темы – посильные берите, которые вы можете себе представить, как выполнять, хотя бы как приступить. Но - не бойтесь спросить совета, контакта у более опытных коллег.

**В)** Как выполнить редакционное задание хорошо? Прежде всего – очень четко уясните задание. Для этого подумайте хотя бы полчаса над ним, затем (предварительно договорившись с редактором) вернитесь к обсуждению задания с руководителем. НЕ БОЙТЕСЬ задать кучу вопросов (ПО ДЕЛУ!) редактору☺. Даже если у вас нет необходимых контактов – но вы ПРАВИЛЬНО их спросите - вам «плюс». Лучше задать много «лишних» вопросов, чем потом не добавить много нужной инфы.

В ваших первых тестах самым главным приложением ваших усилий должна быть добыча и грамотное изложение фактов, мнений ньюзмейкеров. Точность цитат, цифр, имен. И меньше всего вас должен волновать вопрос о том, чтобы давать оценку чему-то и кому-то. Сухое, но точное и логичное изложение фактов, живость репортажа, удачные цитаты экспертов – вот чего ждут от начинающих во всех без исключения редакциях. И там совершенно не ждут никакой аналитики и никакой отсебятины, никакого «художественного» изложения, никакой публицистики.

### **Общие советы**

Пассивность – ваш главный враг. У журналиста нет выходных, «нерабочего времени». Даже если вы не на работе физически – вы пишете тексты в выходные, готовитесь к интервью и прочее... Не ждите, когда вам предложат поработать в нерабочее время – сами «подпрягайтесь» на это. Не надо «качать права» по поводу отдыха – если вы будете много работать, руководитель сам предложит вам отдохнуть. Профсоюзы должны вам стать интересны не ранее 35 лет! До этого - для пользы вашей карьеры! – у вас нет прав, только обязанности (в вашем сознании). Последнее не касается права на профессию – честного журналиста – но об этом позже.

Не предлагайте редактору ваших «графоманских» текстов «для души» - в СМИ они никому не интересны. Как можно дольше не пытайтесь работать с текстами, где нужно выражать свою позицию, мнение. Ваше мнение будет интересно другим только тогда, когда вы завоюете в их глазах статус эксперта. Для этого нужно отпахать на работе с информацией.

Стремитесь к СПЕЦИАЛИЗАЦИИ на определенной теме в рамках вашего издания. Это помогает скорее приобрести статус эксперта в ней. Но, скажем, если в нишевом издании вы ведете узкую тему «цифровое ТВ» - не зашоривайтесь только на нем. Читайте все, что касается СМИ вообще – ведь в другом издании может и не быть такой узкой специализации.

Стремитесь знать ВСЕ по своей теме, быть в КУРСЕ всех событий, знать ЛИЧНО всех ключевых ньюзмейкеров. Руководитель ОТ ВАС должен узнавать новости – а не вы от него. Просматривайте всю прессу по вашей теме.

Если вы поняли, в каком жанре сильны – старайтесь именно в нем и работать первое время чаще всего. Но – пробуйте не спеша и другое. И только если какой-то жанр точно не ваш – тогда делайте все от вас зависящее, чтобы не получать заданий в нем.

Главное лицо для вас в редакции – ваш непосредственный руководитель (редактор отдела, например). Стремитесь всегда ему помочь – в разных видах работы, скажем, в работе с внештатными авторами и др. В конфликтах с высшим руководством старайтесь быть на стороне вашего непосредственного шефа – если он не категорически не прав, по-вашему.

Не бойтесь иметь свою точку зрения. И – отстаивать ее, когда речь идет, особенно, о стандартах профессии. Но – не будьте категоричны ( из моего опыта: не говорите «я с вами категорически не согласен»☺) и важно слышать аргументы других. Будьте готовы к компромиссам – обязательно! В конце концов, помните – вы имеет право СНЯТЬ свою подпись под текстом, если он отредактирован не приемлемо для вас.

Но если речь идет о ПРИНЦИПИАЛЬНЫХ вещах – не бойтесь идти до конца, если даже это чревато негативными последствиями. Помните: репутация для журналиста – прежде всего! Принципиальных могут недолюбливать – но уважают всегда.

Не занимайтесь заказухами – НИКОГДА!!!! Получив материальный выигрыш в начале карьеры – вы, в то же время, потеряете репутацию и тогда, когда будете готовы быть принципиальными – вас будет преследовать слава «джинсовика». Вы можете не бунтовать открыто против «джинсы» в вашем издании - но лично отказывайтесь от ее производства. Или, во всяком случае – от ПОЛУЧЕНИЯ ДИВИДЕНТОВ от такого участия.

Активность, настойчивость, желание работать, неконфликтность, готовность помочь другим – и одновременно четкая собственная позиция в принципиальных вещах – вот ключи к успеху. И – обеспечение вашей достаточно небольшой НЕЗАВИСИМОСТИ в коллективе.

И – одна из самых важных вещей: **не будьте обидчивыми и не бойтесь критики в свой адрес.** Воспринимайте критику как возможность совершенствоваться, даже если не все в ней вам кажется справедливым. В то же время – не паникуйте, малейшее слово воспринимая как приговор, как диагноз вашей, якобы, профнепригодности. Каждый известный журналист переписывал в начале своей карьеры тексты по десять раз – помните об этом! Переписывание материалов – это хорошая школа.

Не давайте редактору не вычитанный вами самим материал. Стремитесь к грамотности – хотя бы пользуясь компьютерным редактором☺. Неряшливый текст – всегда будет минусом вам, и такое можно себе позволять, только будучи уверенным в его

гениальности. Все уровнем ниже гораздо лучше будет оценено, если оно будет сделано во всяком случае со старанием.

## **ВЫ И ВАШ ЧИТАТЕЛЬ (ЗРИТЕЛЬ, СЛУШАТЕЛЬ). ВЫ И НЬЮЗМЕЙКЕРЫ. ВЫ И КОЛЛЕГИ**

### **Вы и ваша аудитория.**

**1. Работа с информацией – это, прежде всего, работа с людьми.** Не с буквами, стилем, компьютером – а людьми. Вы рассказываете людям о том, что делают люди, что с людьми происходит, что другие люди думают о происходящем и т.д. Исходите из этого – и вы всегда найдете точный посыл и интонацию, сами правильно выстроите собственные методы работы с инфой.

**2. Главная ошибка отечественных журналистов в том, что они заранее формируют КАРТИНКУ события, затем подгоняя под нее происходящее.** Западная тележурналистика – именно ПОД КАРТИНКУ пишет текст, а не наоборот, как у нас. Старайтесь давать только то, в чем вы уверены сами (слышали, видели своими глазами). Если вы хотите высказать некую инфу, подтверждения которой у вас нет – так прямо и говорите об этом. Либо – подавайте ее только в виде версии, а не констатации факта.

Каждый раз едите на задание – даже если это сотое ваше, скажем, заседание Кабмина – с уверенностью в том, что увидите и услышите нечто совершенно неожиданное. НЕЗАМЫЛЕННЫЙ ГЛАЗ - всегда. И готовность переверста в своей голове все на 180 градусов, если случается нечто необычное. Зашоренность – враг журналистики! (пример)

В то же время, вы должны четко представлять себе, чего именно от вас ждут в редакции. Если от вас ждут инфы в 20 строк – а вы принесете интервью на три страницы, это будет зря потраченное время и силы. Но если это будет суперэкслюзив – не бойтесь настаивать на переформатировании первоначальных планов редакции!:], как можно ранее сообщив об этом шефу.

Если же вы едете делать материал о событии как таковом (а не пользуясь событием, дать мнение какого-то ньюзмейкера) – в материале затем можно придерживаться либо хронологического порядка. Либо – проблемного, тематического. Второй вариант будет читабельнее, особенно если на мероприятии высказывались разные точки зрения, и вы их подадите в виде ДИСКУССИИ.

Пресс-конференция, круглый стол – ЗАПИСЫВАЙТЕ абсолютно все выступления, события в блокнот, в не зависимости от наличия диктофона!!! В конце события важным вам может показаться совсем иное, чем казалось в начале, и им может стать как раз то, на что вы не обратили внимания! Диктофон – нужен только для цитат, все остальное вы должны делать, используя блокнот. Это сокращает время подготовки материала. И дает возможность быстро составить композицию материала – выделив в блокноте самое важное, менее и т.д. Вообще – диктофон не исключает записей в блокнот, никогда! (пример).

Но когда вы, собрав инфу, начинаете оформлять ее в материал – начните с того, что **ВООБЩЕ** не пользуйтесь ничем, ни блокнотом, ни диктофоном - составьте ПЛАН текста. Таким образом вы сконцентрируетесь на самом важном, что вы сами реально запомнили. А потом, заглянув в блокнот, дополните также важным фактом – но подзабытым вами. И только если нужны цитаты – вы обратитесь, уже после написания всей канвы текста, к диктофону.

План – поначалу! Не надо стесняться написания планов статей. Это помогает логично выстроить композицию и помогает не забыть обо всем важном – ведь вы его изначально в нескольких словах изложите в плане.

**3. Ваша задача – дать аудитории как можно более ТОЧНОЕ представление о событии, причем – не только о том, что происходило НА ВАШИХ глазах, но и о том ЗНАЧЕНИИ, которое оно имеет для общества, граждан. Как достичь этого, не манипулируя?**

Никогда не нарушайте в текстах реальной последовательности происходящих событий. Никогда не нарушайте реальных причинно-следственных связей. **Обобщения** – только со ссылкой на экспертов, которым можно доверять. Если считаете возможным дать собственный комментарий изложенным фактам – отделите четко его от голой информации. Комментарий не должен вплестаться в изложение фактов!

Если вы даете чье-то провокативное мнение – не начинайте с него предложение или текст (сюжет). Начинайте с обозначения ньюзмейкера – иначе это мнение аудиторией будет воспринято как констатация факта!

Если вы получили информацию у явно заинтересованного в ее обнародовании источника (скажем, конкурента того, на кого вам передали компромат), до последнего изыскивайте возможность сообщить о том, что ваш источник был именно заинтересован в распространении инфы.

В то же время – есть и другая беда у отечественной журналистики – всяческое отсутствие попыток передать СУТЬ происходящего. Дали двух ньюзмейкеров – с разных «баррикад» - и все. А если оба врут? С какой инфой при этом остался наедине ваш читатель (слушатель, зритель)? Чтобы не оценивать самому – нужен в этой ситуации коммент НЕЗАВИСИМОГО ЭКСПЕРТА. **Пример.**

### **Вы и ньюзмейкеры. Интервью.**

Работа с источником – точность цитирования, прежде всего! **Нельзя вырывать цитаты из контекста.**

**Три вида интервью:** а) для получения информации для вашего собственного расследования. б) Для получения мнения эксперта по той или иной теме. в) Личностное – для раскрытия самой по себе интересной личности.

Каждое из них требует абсолютно разных подходов!

Прежде всего – найдите информацию о вашем ньюзмейкере. Первый вопрос интервью: расскажите, как вы стали актером, расскажите о себе – верх дурного тона. И даже если вам нужно, чтобы о своем пути человек рассказал именно сам – оформите этот вопрос таким образом, чтобы вначале дать понять интервьюируемому, что вы-то сами о нем знаете если не все, то многое!

Готовя вопросы, сразу на каждый из них представляйте возможные ответы. Если очень четко представляете – значит, вопрос плохой, в ответ на который вы не получите новой информации.

Не бойтесь глупых вопросов. Потом вопрос вы переформулируете, в конце концов, просто выбросите его из готового текста – а вот возможный умный ответ на ваш глупый вопрос может украсить интервью. Также, если чего-то не знаете – не бойтесь это показать. Лучше покраснеть один раз, чем и-за стеснения не получить ценной инфы.

Не стремитесь, чтобы обязательно один вопрос перетекал в другой. Но и не упускайте возможность углубить вопрос подвопросами, если услышали что-то новое и интересное.

Держите, опять-таки, наготове в ходе интервью блокнот и ручку. Если по ходу интервью вам в голову пришел новый вопрос – но сразу вы не можете перебить говорящего, запишите его тут же, иначе потом забудете!

Не бойтесь перескакивать с темы на тему – потом вы перемонтируете все (если только это не прямой эфир).

Как уговорить на интервью нежелающего его давать? Несколько способов – наиболее эффективным из которых является **тонкая лесть**☺. А также – готовность довольствоваться малым (пусть будет ответ хотя бы на один вопрос – но будет). И, конечно, здоровая доля наглости. Его гонят в дверь – он залазит в окно: это о журналисте!

### **Вы и коллеги.**

Всегда ссылайтесь на цитаты, на тексты своих коллег из других изданий. Всегда помогайте коллегам – даже конкурентам. Никогда не подличайте в отношении коллег – и даже если кто-то из них подличает против вас, в конце концов, не пойдя по этому пути, вы все равно выиграете☺.

### **Этика социальной журналистики**

Главное – источники инфы. Искать, заводить знакомства....

1. Источник инфы – если есть заинтересованность в распространении инфы, указать это по возможности.

2. Комментарий критикуемого – обязательно. Пусть даже ответ: не комментирую.

**3. Нельзя использовать инфу, которая нанесет вред героям публикации или источнику инфы (примеры – ТСН – девочка-изнасилованная, учительница – в Бориславе)**

4. Но: «радник»-Энергоатом - вопрос был в том, что мы подведем давшего нам комментарий менеджера. Но социальная значимость была больше, чем вероятная возможность вреда для конкретного человека.

5. наглость – история Кости Усова (основной свидетель по делу Рутковского)

**6. Способы добычи информации (Горчинская – ее коллега под видом переводчика).**

7. Перепроверить тысячи раз фамилии, названия и т.д.

8. Если есть уверенность в источнике инфы – давайте даже тогда, когда не подтверждают (случай с Оксаной Соколовой).

9. Укртелефильм – запутанные обстоятельства, у каждого своя правда – не ставьте ни на чью точку зрения тогда.

10. Много инфы дает работа с документами. Управление статистики. Выписка из единого реестра предприятий Украины

11. Обвинения в заказном характере – нужно быть готовыми к ним. Наша история с телекомпаниями Глас (Юрий Иванов).

12. Юрист – консультирование! История с Савиком Шустером.

13. Не бояться обнародовать угрозы судов и т.д. – публичность останавливает (та же история с Савиком)

## **ПРИЛОЖЕНИЕ:**

### **Цитата из книги «Телебачення спецоперацій», «Телекритика», 2003 год**

- факт у новині має домінувати над коментарем (коментувати зображення, а не ілюструвати коментар);
- досягнення відповідності послідовності при викладенні подій в новинах реальній послідовності (монтаж і підстановка відсутніх (не знятих під час події елементів оповідання недопустимі);
- коментар не може бути вплетений в дискурс опису самої події і має відрізнитися як стилем, так і місцем свого викладу в новинах;
- версифікація події у новинах поза описом факту повинна спиратися також на інтерв'ю учасників, свідчення очевидців, реакцію сторонніх, багаторазове усестороннє з різних джерел підтвердження факту;
- для складних для розуміння новин та нових знань повинна бути оцінка та коментар з боку експерта, а не журналіста;
- використання всієї експертної бази телеканалу, мотивований вибір (з викладом мотивування) саме цього (цих) експертів для коментарю (оцінки), постійне оновлення експертної бази (внесення нових експертів);
- обов'язкове посилання на джерело інформації і пряме вказування на рівень її достовірності, в кінці сюжету – обов'язкові процедури локалізації, авторизації, позначення дати та часу;
- ведучий (кореспондент) в новинах не повинен бути ні експертом, ні політиком: позиції заявляються політиками (зрідка вони можуть давати оцінку як експерти, але не разом з іншими експертами), оцінки та коментарі робляться експертами, експерти не можуть заявляти політичні позиції;
- критиковані в теленовинах персони мають право на попередній (до випуску теленовин) коментар їх критики для того, щоб цей коментар пішов у тому ж випуску новин, що і критика, після неї;
- конфлікти викладаються з точки зору всіх сторін конфлікту, усі учасники конфлікту повинні мати рівні права на донесення своєї точки зору („своєї правди”).

### **Менеджмент журналистских расследований:**

- журналисты со связями.
- много внимания – этике расследований

### **Менеджмент:**

**1. Расследования** – не самоцель, а желание а) разобраться в причинах происходящего б) реально влиять на ситуацию, помогая обществу в решении тех или иных проблем.

Такая точка зрения на расследования – точка отсчета – реально очень важна, так как она предполагает наиболее корректное отношение к этике расследования.

ТК пришла к расследованиям в 2001 году именно по первой причине. Ситуация с лицензией ТК «Эра» на УТ-1 – субаренда.

**2. Два пути** – специальный отдел или журналист для расследований (так было в Киевских ведомостях), или же ими занимаются люди, которые специализируются на определенной тематике... Для ТК по крайней мере второй путь – предпочтительней...

Расследования по цифровой журналистике, по собственности Гостелерадио,

**Учим, растим людей, которые хорошо ориентируются в какой-то теме.**

Здійснюється за підтримки Міжнародного фонду «Відродження»

**Важно – брать людей УЖЕ со связями. Писать – можно научить или переписать райтерам...**

**Наглость – Усов (случай его с поваром ресторана, в котором обедал Ющ, со свидетелем по делу Рутковского).**

**3. Наша специфика в том, что мы не бегаем со скрытой камерой и т.д. Мы работаем прежде всего с документами и источниками инфы. Примеры – документы – по цифре (статуправление), Выписка из единого реестра предприятий Украины**

**источники инфы – Чеповой... Медиа-Инвест-Групп. Сеть деловых изданий «Статус» - Вадим Войтык, президент холдинга «МИГ» Александр Хаберин.**

Прикармливание источников инфы! Случай с Саломахой ЮБС.

#### **4. Этика.**

- Источник инфы – если есть заинтересованность в распространении инфы, указать это по возможности.

Коммент критикуемого – обязательно. Пусть даже ответ: не комментирую.

**Нельзя использовать инфу, которая нанесет вред героям публикации или источнику инфы** Но: «радник»-Энергоатом - вопрос был в том, что мы подведем давшего нам коммент менеджера. Но социальная значимость была больше, чем вероятная возможность вреда для конкретного человека.

Если есть уверенность в источнике инфы – давайте даже тогда, когда не подтверждают (случай с Оксаной Соколовой).

Укртелефильм – запутанные обстоятельства, у каждого своя правда – не ставать ни на чью точку зрения тогда

**Способы добычи информации (Горчинская – ее коллега под видом переводчика). Постоянная дискуссия об этом.**

#### **5. Детали:**

Обвинения в заказном характере – нужно быть готовыми к ним. Наша история с телекомпаний Глас (Юрий Иванов).

Юрист – консультирование! История с Савиком Шустером.

Не бояться обнародовать угрозы судов и т.д. – публичность останавливает (та же история с Савиком)

#### **6. Расследования на заказ. Вопрос этики.**