

24 lời khuyên cho sản xuất báo chí



Đào tạo phỏng vấn phát thanh tại trung tâm Nguồn lực Truyền thông ở Jaffna, Sri Lanka.

Sáp nhập đưa tin điện tử và truyền thống

Các phóng viên làm việc trong một toà soạn hiện đại được hưởng lợi từ một dòng tin tức ổn định từ các hãng thông tấn, truyền thông xã hội và những công cụ tin nhắn tức thì với các đồng nghiệp và các nguồn tin. Và tất cả đều được chuyển trực tiếp đến bàn làm việc.

Việc này có thể dẫn đến việc bỏ qua hoạt động rời khỏi bàn làm việc, rời toà soạn hay thậm chí là gọi điện thoại. Thái độ như vậy không phải lúc nào cũng dẫn đến một nền báo chí chất lượng cao, độc quyền và mang tính điều tra.

Trước thời đại internet, phóng viên phải dựa vào các hình thức khác để tìm kiếm đề tài và kiểm chứng thông tin.

Và việc này thường có nghĩa là rời bàn làm việc, rời toà soạn đi ra ngoài tạo mối quan hệ, bám theo cách manh mối, đi đến ngõ cụt quay lại và bắt đầu lại từ đầu.

Rất nhiều kỹ năng liên quan đến cái vắn hay gọi là đưa tin giày da ngày nay vẫn hiệu quả.

Đưa tin truyền thống

Nếu họp nội dung hàng ngày mà bạn không có ý tưởng đề tài nào, bạn làm nhầm việc.

Thông cáo báo chí, các sự kiện định kỳ và các hãng thông tấn có phần trong nguồn tin tức và thật buồn nhưng nó lại là phần lớn đối với một số cơ quan truyền thông nhưng nền báo chí dựa trên những nguồn như vậy sẽ luôn chỉ là theo sau.

Một phóng viên nên sống và thở với tin tức 24 giờ mỗi ngày, 7 ngày một tuần và 365 ngày mỗi năm.

Như vậy có nghĩa là không có lý do gì mà đi họp với đầu óc trống rỗng và không có ý tưởng gì và mong đề tài được đặt sẵn trên đĩa cho mình.

Báo chí thực thụ biết rằng không có khái niệm ca kíp. Bảng phân công ca chỉ tồn tại để đảm bảo rằng toà soạn hoạt động hiệu quả. Báo chí thực thụ là đào bới sự thật, khai phá thông tin, kiểm tra tính xác thực của những gì đã được phát hiện ra và sau đó trình bày chúng một cách chuyên nghiệp nhằm khai sáng cho khán giả.

Báo chí là một nghề, không phải là một việc

Vậy đâu là nguồn đề tài trong những ngày trước thời đại web.

Đây là 24 mẹo để tìm những nguồn đề tài tiềm năng có thể giúp đảm bảo rằng bạn sẽ luôn có ý tưởng và sẽ không bao giờ rơi vào tình cảnh đi họp đề tài mà phải tìm chỗ trốn.

1: Những người lính và điệp viên nằm vùng của bạn

Đây là những người, thay mặt bạn sẽ phát hiện ra những thay đổi và đề ý sự bất thường.

Họ là những người đưa thư, báo, bánh pizzas, sữa và ngũ cốc.

Họ là những đầu mối đặc biệt hữu ích.

Nhưng bạn phải đầu tư thời gian để làm quen và trở nên thân thiết với họ.

Nhân viên bảo vệ ở hộp đêm, lái xe chuyên chở, nhân viên bưu chính và các nhân viên quán bar đều là những đầu mối hữu ích.

Xây dựng một mạng lưới những đầu mối như vậy và kết bạn với tất cả những người xung quanh địa bàn sinh sống của bạn.

2: Đi ngắm hàng

Các buổi họp dân cư, những vật dụng bị mất và tìm thấy. Trên thực tế tất cả các quảng cáo viết tay dán trên cửa sổ các cửa hàng đều có thể biến thành một đề tài.

Rất nhiều trong số đó có sẵn thông tin nhưng có thể bạn sẽ phải ghi chú lại vài số điện thoại và gọi điện đến một số nơi để làm rõ thêm vấn đề.

Luôn nhìn thật kỹ những quảng cáo dán trên các cửa hàng địa phương, có thể sẽ có đề tài hấp dẫn ẩn chứa phía sau đó.

Những gì có trên những ghi chú nguệch ngoạc có thể dẫn đến một câu chuyện lớn hơn rất nhiều.

Việc của bạn là nhận ra những bút tích đó và phát triển câu chuyện đó.

3: Ai cũng có chuyện để kể

Bắt đầu với những nhân vật nổi tiếng nhưng mở rộng ra đến tất cả mọi người.

Nghệ sĩ, những học giả nghỉ hưu, người trông cửa hàng, những lãnh đạo doanh nghiệp, lãnh đạo công đoàn, một người dọn nhà, một nhân viên lao công.

Vạch ra một danh sách. Tạo ra một nhật ký. Tiến hành ít nhất một cuộc phỏng vấn mỗi tuần.

Một số chuyện có thể vớ vẩn và chẳng bao giờ có thể dùng được nhưng có những chuyện có thể rất hấp dẫn.

Phỏng vấn mọi người – bất kể ai: Ai cũng có chuyện.

4: Gọi điện hàng ngày

Nó gọi là “việc gọi điện” ở một số cơ quan báo chí. Mỗi ngày, một phóng viên sẽ được giao nhiệm vụ gọi điện đến sở cảnh sát, cứu hỏa và trạm cấp cứu.

Nếu có thể, việc này nên được thực hiện trực tiếp. Có thể gọi điện hay email nhưng bạn có thể sẽ thấy rằng tự mình ghé thăm sẽ dẫn đến những lời tiết lộ hay đầu mối dẫn đến những câu chuyện lớn hơn rất nhiều. Bạn có thể cũng sẽ có cơ hội khởi động trước khi một câu chuyện lớn chuẩn bị nổ ra.

5: Chuyện gì sẽ diễn ra ở toà án?

Ở đây, bạn phải rất cẩn thận xét về những vấn đề luật pháp nhưng nếu bạn biết khu vực của bạn bạn sẽ biết một số tên được liệt kê.

Loại đề tài này phần nhiều thiên về dạng nhận thức và cảnh báo.

Luôn đảm bảo rằng bạn có danh sách của toà án. Một khi bạn có danh sách đó, bạn có thể tiến hành đào sâu vào những thông tin nền.

Bạn sẽ không thể đăng nghiên cứu thông tin nền như một bài báo cho đến khi vụ việc kết thúc và cáo trạng được đưa ra nhưng một khi đã ra bạn sẽ là người chủ động hơn so với toàn bộ các báo khác bằng một bài về thông tin nền.

6: Lập kế hoạch và phát triển

Sở kế hoạch địa phương thường là một nguồn rất tốt cho các câu chuyện hay.

Đó là nơi bạn sẽ có thể tìm được những gì đã được thông qua, bác bỏ và cái gì đang được xem xét.

Kiểm tra tên tuổi những công ty đầu tư. Xem hồ sơ. Viết ra những điểm đang được xem xét.

Đến những nơi nằm trong kế hoạch phát triển và nói chuyện với người dân xem họ nghĩ gì về quyết định.

Tiếp tục đào bới, bạn sẽ thấy một số câu chuyện hay ở sở kế hoạch địa phương.

Tìm kiếm ở những khu xây dựng mới và sau đó xem xét lại hồ sơ để lần về quy trình lập kế hoạch. Tìm những điểm bất thường.

7: Khảo sát độc quyền

Mua một cái bảng kẻ tiền thôi và viết ra 10 câu hỏi về một vấn đề nhức nhối ở địa phương.

Sau đó đi đến khu vực mua sắm, bến tàu, vv và mời mọi người tham gia.

Cố phỏng vấn khoảng 100 người.

Đọc lại tất cả và suy nghĩ xem cuộc điều tra nói lên điều gì. Nếu có thể, bạn nhập các số liệu vào một tệp hồ sơ và tính phần trăm.

Nghĩ xem nên nói chuyện với ai tiếp để biến nghiên cứu của bạn thành một câu chuyện.

Chắc chắn rằng bạn hỏi những người trả lời liệu bạn có thể trích dẫn lời họ.

Một số người sẽ muốn giấu danh tính, không sao, miễn là phần trích dẫn là có thật và bạn có thể công cậ vào đó.

Nếu câu chuyện phát triển, nên xem xét phỏng vấn một một quan chức hay một chuyên gia về phản ứng của họ. Bạn có thể sẽ tạo ra được một bài độc quyền xung quanh một vấn đề chiến dịch vẫn chưa được loan báo tới công chúng.

8: Những mối bận tâm ở địa phương

Một lần nữa, hãy ra đường và hỏi xem mọi người muốn thấy gì thay đổi, cái gì làm họ thấy bức nhất, họ muốn thấy cái gì diễn ra ở thị trấn, thành phố, vùng hay cả nước.

Liệt kê những gì họ thích, không thích. Phân loại các chủ đề nêu ra vào những vấn đề.

Như vậy, ví dụ, nếu có ai băn khoăn về thời gian đi khám bệnh hay đặt lịch phẫu thuật không, đưa nó vào danh sách “Sức khỏe”.

Nếu có ai bức bối vì chuyến xe buýt cuối cùng để về nhà là lúc 10 giờ đêm, đưa nó vào danh sách “Giao thông”.

Có kiếm 10 vấn đề địa phương với 10 chủ đề địa phương mỗi mục. Sau đó, ngồi nghiên cứu xuyên suốt để sản xuất ra những tác phẩm độc quyền đáp ứng những băn khoăn của người dân địa phương.

Trò chuyện và lắng nghe khán giả của bạn để tìm hiểu xem họ muốn bạn đưa tin gì và tại sao là rất quan trọng.

9: Ngày này năm trước

Đây là về việc ghi lại lịch sử hiện tại. Giữ nhật ký tin tức riêng của bạn mỗi năm và viết ra tất cả các câu chuyện bạn đã làm cùng với những chi tiết liên lạc liên quan.

Sau đó luôn nhìn lại xem những gì bạn đã làm sáu tháng hay một năm sau.

Kiểm tra những đầu mối bạn đã từng phỏng vấn trong quá khứ.

Hỏi họ xem liệu có gì thay đổi không.

Một phóng viên có trách nhiệm sẽ luôn bám những đề tài quan trọng.

Việc bám đề tài có thể sẽ dẫn bạn đến tin tức quan trọng và bạn sẽ có một số tài liệu lưu trữ hay để củng cố về phần tin cập nhật.

10: Số liệu thống kê và các xu hướng địa phương

Biến các con số thành các câu chuyện.

Nghĩ kỹ xem thành phố của bạn hoạt động thế nào so với những thành phố lân cận ví dụ như liệu nó có đang phát triển, thu nhỏ lại, có thêm hay ít người có việc làm, nhìn chung có nhiều người trẻ hơn hay già đi, có nhà cửa đắt hơn hay rẻ hơn...vv.

Nói với các chính khách địa phương. Đừng chỉ dùng các số liệu theo bề nổi.

Hỏi. Tiếp tục ép cho đến khi những người nắm giữ thông tin cho bạn thứ bạn muốn.

Số liệu là các câu chuyện không chỉ đơn thuần là con số.

Các xu thế cũng có thể là những nguồn tin tức rất tốt.

Nói chuyện với các học giả, các giám đốc doanh nghiệp và người dân ngoài đường.

Tìm hiểu xem mọi thứ thay đổi như thế nào và tại sao chúng lại đang thay đổi.

Người già nghĩ gì về giới trẻ, và giới trẻ nghĩ gì về người già?

Đâu là những lợi ích, đâu là những rủi ro, các cơ hội ở đâu, những nguy cơ ở đâu?

11: Công nhân duy trì vườn tược

Nói chuyện với những công nhân duy trì cây xanh.

Họ thường có một chiếc xe tải, toa móc có cào, thùng và một ít cây xanh và ít cây dại và họ rất hay nghỉ giải lao.

Đến đúng lúc và thường họ rất hay chuyện trò.

Họ có một số câu chuyện rất hay, vật quý được tìm thấy, cây dại lạ thường nhất, những con rắn to nhất, sự suy giảm của loài này và hưng thịnh của loài khác.

12: Nhân viên kiểm soát sâu bọ

Sẽ có những công ty trong thị trấn của bạn chuyên về kiểm soát sâu bọ.

Ồ mối lớn nhất ở chỗ bất thường nhất, những con chuột to nhất, tình trạng gián quấy phá tồi tệ nhất, tất cả những việc này đều có thể trở thành những đề tài hay.

Và những người xử lý sâu bọ thường biết rất rõ và rất nhiệt tình nói về những gì họ tìm thấy.

13: Rác và tái chế

Các xu hướng gì? Cái gì đang được tái sử dụng? Cái gì bị vứt bỏ?

Đội thu thập hàng tái chế tận nơi tìm kiếm cái gì?

Chuyện gì xảy ra với các vật liệu? Ai mua chúng? Mọi người có thể tái chế tốt hơn bằng những cách nào?

Tìm những trường hợp đặc biệt – to nhất, giá trị nhất, kỳ quặc nhất,

14: Một ngày của

Cách này có thể cung cấp một nguồn dồi dào những câu chuyện địa phương thú vị.

Ai cũng có chuyện để kể.

Xin phép theo chân một người trong cả ngày làm việc của họ.

Hỏi họ liên tục. Xem họ làm gì. Tìm những thứ khác thường. Cuộc sống của họ cũng sẽ chạm đến cuộc sống của những người khác, vì vậy đưa chúng vào câu chuyện.

Bạn có thể dần dần sản xuất ra được một loạt các cuộc phỏng vấn có thể trở thành một chương trình hàng tuần.

15: Ai đi đâu

Hãng hàng không nào sử dụng sân bay địa phương? Họ bay đi đâu?

Lượng khách đi lại tăng hay giảm?

Những ai đang đi lại? Họ là khách du lịch hay khách đi công tác?

Những mối liên kết kinh tế?

Tương tự với các ga tàu và xe buýt. Ai đi đâu làm gì?

Nghe có vẻ đơn giản nhưng việc này cũng có thể khám phá ra được một số đầu mối thú vị có thể đáng mở rộng cho những ngày yên ắng không nhiều tin tức.

Sẽ khá ngạc nhiên khi mọi người ở sảnh đến của sân bay trò chuyện cởi mở như thế nào nếu họ có 1) một chuyến đi tuyệt vời 2) một chuyến đi đầy sự kiện 3) một hành trình tồi tệ.

16: Hạ tầng địa phương

Thị trấn/thành phố có đang mở rộng không?

Nếu có, thành phố sẽ đổi phó như thế nào? Đường xá, trường học, công an, bệnh viện, bác sĩ, công trình tiện ích, vv....

Tin vui cho các chính khách, các doanh nghiệp và ngân hàng không phải lúc nào cũng là tin vui cho cộng đồng.

Đừng để bị cuốn theo những chiến dịch quảng bá rầm rộ.

Hạ tầng có tương thích không?

Bạn sẽ nhận được những thông cáo báo chí PR đều đều ca ngợi sự phát triển nhưng đừng bao giờ chấp nhận luôn những giá trị bề mặt mà bạn được đưa cho và giật ngay dòng tít sáng láng ca ngợi sự thay đổi mà không làm việc trước tiên là đào sâu vấn đề hơn nữa.

17: Các cửa hàng từ thiện

Phế liệu và nữ trang: Việc kinh doanh đang tăng hay giảm?

Cái gì được tiêu thụ nhiều nhất? Cái gì được hiến tặng phổ biến nhất?

Họ có thấy gì bất thường không? Tiền trong các túi, những chiếc tem hiếm và những vật gia truyền đắt tiền.

Các cửa hàng từ thiện thường là một thước đo hữu ích về môi trường kinh tế địa phương và có thể vén màn những câu chuyện về khó khăn và vãn nạn xã hội cũng như là lòng tốt.

Những tổ chức từ thiện địa phương đang vật lộn hay nở rộ và nếu vậy những tín hiệu là gì?

18: Các cửa hàng tự làm (DIY)

Cái gì được bán nhiều nhất? Sau đó bạn có thể kiểm tra xem việc đó ảnh hưởng đến những người dân buôn bán ở địa phương như thế nào.

Xin phép giám đốc một cửa hàng phân cứng để nói chuyện với các nhân viên về những thảm họa DIY – những cái này luôn tạo nên những câu chuyện rất hay.

Nói chuyện với khách hàng nữa. Họ có thể còn cho phép bạn đến thăm nhà và chụp ảnh.

Bạn đang tìm kiếm những thứ không bình thường.

Mẹo này xuất phát từ một khám phá mà một người người đàn ông địa phương đã trang bị cả một phòng tắm tiện nghi trong vườn chỉ vì ông ta muốn tắm ngoài trời.

Một người kỳ quặc nhưng ông ta đã rất vui về trò chuyện về việc đó và đã được lên trang nhất.

Những ác mộng DIY. Một nguồn lớn về những câu chuyện hấp dẫn nhân loại.

19: Những người bên lề xã hội

Bạn nên đại diện cho toàn bộ cộng đồng

Tìm hiểu xem có ai đang vấp phải các ca khó.

Có ai bị xa lánh và lảng tránh không?

Nếu vậy thì tại sao? Họ là ai? Cái gì đang được làm cho họ?

Ghé thăm họ và nghe câu chuyện về phía họ. Sau đó tìm hiểu câu chuyện của phe kia.

Nói chuyện với những người ở các trung tâm việc làm hoặc những người hàng ngày la cà khắp nơi chẳng có gì làm.

Nói chuyện với những người mà bị mọi người lờ đi và lắng nghe để kể câu chuyện của họ.

20: Các đợt kiến nghị địa phương

Những thứ thông thường: đua xe, điếm đen tai nạn giao thông, xả rác, cháy, ô nhiễm tiếng ồn, nhập cư, vv....

Tìm hiểu xem ai đang vận động, hỏi tại sao và sau đó tìm hiểu tất cả các bên trong câu chuyện.

Mọi nơi đều có một nhóm gây áp lực địa phương. Bạn cần biết họ là ai, họ đang vận động về cái gì và lịch trình của họ trông như thế nào?

Luôn trò chuyện với những người vận động kiến nghị vì họ đều có những chuyện mà bạn nên đưa.

21: Sức khỏe và an toàn

Giữ liên lạc với những cơ quan giám sát để có cập nhật về cảnh báo và bệnh dịch.

Các cơ quan an toàn thực phẩm tiến hành những đợt kiểm tra nhà hàng, các cơ quan giám sát quy định xây dựng theo dõi những người được gọi là thợ xây cao bồi, các cơ quan chất lượng thương mại đang giám sát hàng hoá mờ ám, ...vv.

Đừng ngồi đợi thông cáo báo chí.

Chủ động liên lạc với những cơ quan tiến hành kiểm tra và thường xuyên giữ liên lạc với họ.

Các phòng này có thể sẽ phải mất vài ngày để thống nhất và viết ra một thông cáo báo chí nhưng họ có thể sẽ tiết lộ trước với bạn họ đang tiến hành điều tra cái gì và bạn có thể sẽ có chương trình đặc biệt nhờ vậy.

22: Các văn phòng giữ đồ thất lạc

Có thể ở sân bay sẽ có một văn phòng như vậy, ga trung tâm và bến xe. Văn phòng tìm kiếm đồ thường là một kho các câu chuyện rất hay.

Xin phép được đến thăm, phỏng vấn nhân viên và chụp ảnh.

Nếu bạn có quá nhiều chuyện hay, giữ lại một vài đề tài dành cho những ngày không có nhiều tin tức.

23: Bệnh viện và cấp cứu

Rất nhiều người đến thăm bệnh nhân bị tai nạn ở bệnh viện và phòng chờ cấp cứu có thể chứa đựng một câu chuyện tiềm năng.

Có người tay bị mắc kẹt trong bình hay trẻ em nuốt phải đồng xu.

Không phải ai cũng sẽ tiếp chuyện nhưng mà sẽ có những trường hợp nhiệt tình chia sẻ về nỗi đau của mình một cách rất đáng kinh ngạc. **Not all will talk, but it's amazing how readily some people will tell you how they came to grief.**

Hãy theo ánh đèn cấp cứu vào nói chuyện với các nạn nhân gặp tai nạn.

24: Nông dân, lương thực và nạn đói

Luôn tìm thời gian để nói chuyện với nông dân. **Những người Always find time to talk to farmers. Those working the land will always have a story to tell.**

Có thể có một loại côn trùng mới phá hoại mùa màng, có thể là về lợi ích/sự không công bằng của chính sách công.

Có thể là về hàng hoá nhập khẩu giá rẻ phá hoại môi trường sống của họ.

Dành thời gian nói chuyện với họ để tìm hiểu xem câu chuyện phía sau quá trình sản xuất lương thực thực phẩm ở địa phương.

Nói chuyện với những người làm việc với đất đai có thể sẽ có những đề tài rất hay.

Và nếu bạn thất bại...

Nếu bạn thử tất cả những đầu mối đó và vẫn không có ý tưởng đề tài nào, bạn có lẽ không phù hợp làm phóng viên.

Bạn có thể thấy nhiều có một sự nghiệp trong lĩnh vực xử lý thông tin nhưng bạn có thể không phải người sẽ sản xuất ra được những tác phẩm báo chí độc quyền, đào sâu ở những nơi người khác không làm, soi sáng vào những nói tăm tối và phản ánh những vấn đề thực trạng đang gây khó khăn cho khán giả của bạn.

Nếu vậy, xin hãy suy nghĩ theo đuổi một nghề khác.