

Мадина Алимханова

Шпаргалка для начинающих журналистов

*«— Лёлик, это же не эстетично! — Зато дешево,
надежно и практично!»*
(из к/ф «Бриллиантовая рука»)

Алматы

УДК 070
ББК 76.01
А 50

Алимханова М.Ж.
А 50 Шпаргалка для начинающих журналистов. – Алматы: Между-
народный фонд защиты свободы слова «Адил соз», 2016.- 248 с.

ISBN 978-601-7542-84-9

Книга содержит практические советы для начинающих журналистов и более 60 упражнений, направленных на развитие профессиональных навыков в самых разных жанрах журналистики. Все советы и рекомендации могут быть использованы в работе сразу после прочтения. Представленная информация подходит как для самостоятельного изучения, так и для работы редактора с молодыми журналистами. Книга может быть использована сотрудниками пресс-служб для повышения эффективности работы со СМИ.

Все права на издание этой книги, или ее отдельных фрагментов принадлежат автору. Нарушение авторских прав преследуется по закону РК «Об авторских и смежных правах».

УДК 070
ББК 76.01

ISBN 978-601-7542-84-9

©Алимханова М.Ж., 2016

Содержание:

Предисловие	4
Об авторе	5
Как достучаться до «журналиста в себе»?	6
В наших рядах прибыло!	12
Сколько зарабатывают журналисты?	18
Пишите, Шура, пишите!	21
Тема	26
Идея	42
Структура	55
Заголовок и врезка	61
Интервью	68
Спроси меня как, где, зачем и почему	81
Детектор лжи	87
Конференции, конгрессы, мастер-классы и т.п.	93
Круглые столы	105
Репортаж	107
Аналитическая статья	113
Рецензия	117
Язык	120
Помедленнее, пожалуйста! Я записываю	136
Стой! Снимать буду!	143
В мире мыслей, мудрых и не очень	150
Позвони мне, позвони	152
Сколько языков у вас подвешено?	158
Я застенчивый, но я лечусь	164
Не этично, но практично... ..	167
Маленькие хитрости	176
Сами мы не местные, помогите, кто чем можете... ..	183
Узнать что-нибудь (не)нужное	189
Муза, ау!	200
Внимание, только внимание!	204
Есть ли у вас план?	209
Дурят нашего брата... ..	212
Пиар – не сыр, он бывает и бесплатный	219
Тебя сейчас послать или по факсу?	228
Послесловие	
ПРИЛОЖЕНИЕ	236
1. «Юридическо-русский» словарь	237
2. Русско-русский словарь	243

Предисловие

Эта книга написана для тех, кто действительно хочет стать журналистом, но пока не имеет достаточного опыта и знаний, а то и вовсе понятия не имеет, с чего начинать. Здесь собраны реальные, практические советы, описаны сложности, с которыми сталкиваются новички и даются пути решения возникающих проблем. Незачем наступать не та же грабли, что и все, всегда можно найти себе другие, новые, необычные. На них и наступить не жалко.

Книга пригодится и редакторам, которые хотят вырастить себе будущих квалифицированных сотрудников или повысить мастерство нынешних.

Полезно будет почитать ее и сотрудникам пресс-служб, и не только главу, написанную специально для них. Нельзя грамотно работать с журналистами, не понимая, что они делают, зачем и почему.

Возможно и использование этой «Шпаргалки» на факультетах журналистики, если только получится объяснить студентам, почему шпаргалка на экзамене — это плохо, а «Шпаргалка» на столе — хорошо.

После каждой главы в книге дают упражнения. Почему это не задания, а именно упражнения? Задания выполняются один раз. А упражняться можно постоянно. Большинство упражнений именно такие — многократные.

Эта книга поможет новичкам научиться не просто писать статьи, а именно работать журналистами. Но для этого все равно придется приложить усилия. Не все профессиональные приемы запомнятся сразу — придется время от времени подглядывать в «Шпаргалку». И в этом нет ничего плохого. Потому что пользоваться шпаргалкой и списывать — это разные вещи. Списывать плохо. А в нужное время уметь воспользоваться необходимой информацией — хорошо.

Кстати, об информации...

Об авторе.

Мадина Алимханова — это я, журналист с более, чем десятилетним стажем работы в печатных и интернет СМИ, хотя писать статьи и публиковаться я начала еще в школьные годы.

Есть такой анекдот: Работодатель говорит своему новому сотруднику: «Только пожалуйста, никому не говорите, что у вас пять высших образований! А то все решат, что у вас все только с пятого раза получилось». Это почти обо мне, только у меня все получалось с первого раза, но пять раз подряд.

По первому образованию я педагог — учитель английского и французского языков — итог пяти лет учебы в Казахском Государственном Университете Международных отношений и мировых языков. Потом был факультет журналистики в Казахском национальном университете им. аль-Фараби и параллельно магистратура в New York University в США по программе стипендий Эдмунда Маски. Годы учебы на жур.факе были замечательные и очень веселые годы не только учебы, но и общения со своими будущими коллегами и красный диплом на память. Общаться понравилось, и следующим стал факультет психологии в Казахском Национальном педагогическом университете, принесший второй красный диплом и оставивший множество теплых воспоминаний. При всем уважении к другим «моим» вузам, псих.фак навсегда останется моим самым любимым. Я бы, наверное, ушла в психологию, но любовь к журналистике перевесила. Свой последний (правда последний!) красный диплом я получила уже на юридическом факультете в Академии экономики и права. Дипломом юр.фака я пока не пользуюсь, а вот полученные знания очень помогают мне в работе.

В итоге весь этот коктейль из образований вылился в «Шпаргалку для начинающих журналистов».

Как достучаться до «журналиста в себе»?

Впервые встречаю книгу, в которой так просто, доходчиво, без академического назидания, с тонкой иронией и юмором раскрываются секреты журналистской работы. Как найти свою тему? Как получить информацию? Как объяснить на редакционной летучке, что твой материал заслуживает места на газетной полосе? Автор приводит замечательный пример из фильма «Достучаться до небес», показывая всевозможные варианты аргументации темы: от самых незатейливых, иногда глупых, до потрясающих своей глубиной и философией доводов, чтобы в итоге «достучаться» до своего читателя в ранге журналиста высокого класса.

Вся книга – это смелое решение обратиться к тем, кто решил стать журналистом, но чувствует робость, испуг, нерешительность, не может понять, как создать тот круг общения, в котором «акулы пера» чувствуют свое превосходство, граничащее с высокомерием и критицизмом, нежеланием допускать в свой журналистский мир новичков. Она для тех, кто не знает, как начать свой первый материал, и не может составить первую фразу, первый абзац, первую заметку. Это действительно сложно! Это очень тяжелый «экзамен» на профессию, в котором законной подсказкой может стать эта книга. Может быть, впервые университетская среда не станет выдавать «волчьи билеты» и протестовать против такой умной и полезной «шпаргалки для журналистов»!

Советы автора можно разделить на две категории: творческие и практические. Каждая из них лишена назидательности, просто и доступно описывает внутренний мир журналистской работы, полной творческих сомнений, мучительного поиска, терзания от возможного «позора» в редакционном сообществе. Как избежать этих неприятностей? Как приблизиться к тому загадочному и манящему миру, в котором ты можешь сказать свое важное слово? Разгадка в содержании.

Автор оригинально строит структуру своей книги, в которой нет

места длинным заголовкам, все предельно лаконично и конкретно. Сколько зарабатывают журналисты? В условиях конкурентной и рыночной медиа среды, в которой могут работать не только получившие официальный диплом журналиста сотрудники, но и блогеры, начинающие журналисты, вопрос заработной платы актуален. Обычно этот вопрос обсуждается в кулуарах, и редко выносится на публику. Это правильно, потому что журналист должен знать, сколько ему положено платить за его нелегкий и ненормированный труд. Автор раскладывает детально, из чего складывается гонорар журналиста, даже так называемые «левые» статьи, которые могут стать хорошим дополнительным заработком. Финансовый вопрос сегодня становится одним из важных факторов. Так, в начале 90-х годов уровень заработка журналистов был настолько низким, что многие ушли из профессии в другие сферы, как паблик релейшнз или рекламу, найдя новую творческую нишу.

Сейчас многие журналисты стали неплохо зарабатывать, и в этом тоже признак возрастания значимости профессии. В прошлом году по исследовательскому проекту «Journalism Students Across the Globe network» было проведено анкетное исследование студентов факультетов журналистики в 44 странах мира, в том числе в Казахстане. В вопросе о мотивации при выборе специальности были выделены ряд аспектов, такие как «возможность стать знаменитым, шанс повлиять на общественные дела, работать за свободу и демократию, удовольствие от писательского труда, возможность помочь людям в их повседневной жизни, бороться с несправедливостью, быть креативным, количество денег, которые можно заработать», оказалось, что последний пункт занял одно из последних мест. Начинающие журналисты ставят во главу угла не свое материальное благополучие, а служение обществу. Это очень важный фактор – гражданская ответственность молодых людей, решивших работать в журналистской сфере. Тем не менее, советы автора в финансовой области вполне уместны и полезны.

Следующие разделы книги состоят из важных элементов, которые составляют суть журналистской работы: **Тема, Идея, Структура, Заголовки и Врезка**. Хотелось бы обратить внимание читателя на то, как автор раскрывает мастерство заголовка. Она приводит много

конкретных примеров удачных и не совсем заголовков, что помогает понять, в чем была ошибка, как следует избегать банальностей, не опускаться до пошлости и не примкнуть к «желтой» прессе. Затем обращает внимание на подзаголовок или «врезку», которая расшифровывает суть материала. Но самое главное – это идея, ради которой материал создается. Автор предупреждает, «что перед тем, как искать идею, нужно хотя бы в общих чертах понимать редакционную политику и знать, с кем издание дружит, а с кем – не очень...». Этот секрет не всегда понятен начинающему журналисту, потому что он пока смотрит на мир «очарованными глазами», не всегда разбирается в интриге, называемой редакционной политикой.

Важный раздел – это жанровое разнообразие журналистики. Это **Интервью, Конференции, Конгрессы, Мастер-классы и т.п., Круглые столы, Репортажи, Аналитическая статья, Рецензии**. Эти разделы книги тоже далеки от академической трактовки, несут сугубо практический характер.

Одним из преимуществ данной книги является методически продуманная система упражнений и заданий, которые помогают раскрыть прикладной характер журналистской работы. К примеру, автор приводит полностью отрывок из известного произведения, а затем излагает его в разных жанрах с позиции информационного агентства, газетного материала государственного издания, а затем оппозиционного издания. Это позволяет увидеть разнообразие стилей, лингвистическое мастерство, логику авторов. Чтобы овладеть мастерством всех жанров журналистики, автор акцентирует внимание на наиболее часто встречающихся лингвистических, стилистических и просто грамматических ошибках. Хороши рекомендации технологии сбора информации, которые просто не всегда сразу открываются начинающему журналисту, и он тратит много времени на труд, который не всегда эффективен. Как наладить связи, как создать свой справочник контактов, как получить информацию своевременно, опередить своих конкурентов?

Автор довольно щедро делится своими ноу-хау оптимизации журналистского процесса. Она советует овладеть основами простых программ, как Excel, предлагает создавать полезные таблицы, которые

помогают быстро писать информации и пресс-релизы, учит, как составить список контактов и так далее.

Один из важных аспектов журналистской профессии, которая отличает профессионала – это вопрос этики. Каждый журналистский коллектив всегда руководствуется принципами профессиональной этики. В журналистике вопрос этики приобретает особый смысл, поскольку печатное слово проникает в общество «стрелами яда» или «стрелами правды». Журналист предупреждает, что не всегда этические нормы руководителя редакции могут совпадать с общепринятыми. И здесь честь журналиста должна быть на первом месте. Потому что под газетным материалом будет стоять подпись не редактора, а автора.

Особенно тяжело принять решение в периоды, когда на тебя давит система. Такое было в Казахстане во время «колбинщины», когда журналистов заставляли подписывать статьи, организованные партийными структурами, грозили отлучением от компартии, увольнением с работы. Не все журналисты выдерживали такой прессинг. Но были такие, кто противостоял давлению, принимал правильное решение, сохраняя свое честное имя. Автор приводит разные примеры и делает акцент на главенстве этических законов в работе журналиста.

В книге рассматриваются не только особенности работы в редакции печатных изданий, но в аудиовизуальной сфере. Самый замечательный раздел в книге – это упражнения. Автор классифицировала классические ситуации, в которые попадает журналист, и сопровождала их 65-ю заданиями, направленными на развитие журналистских навыков.

Все упражнения пронизывают ткань повествования, естественно вытекают из рассуждений автора, помогая сразу закрепить материал и проверить себя в процессе создания своего творения. Думаю, что многие упражнения могли бы помочь не только начинающим журналистам, но и преподавателям факультетов журналистики, медиа тренерам и даже опытным журналистам, чтобы «освежиться» искренней книгой о профессии.

Поскольку книга адресована начинающим журналистам, то с разрешения автора я передала ее для чтения и последующего обмена мнениями студентам 2 курса факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби. Вот несколько выдержек из отзывов студентов.

«Это практическое пособие, предназначено для развития профессиональных навыков. Мне очень понравились слова из этой книги, «Незачем наступать на те же грабли, что и все, всегда можно найти себе другие, новые, необычные. На них и наступать не жалко».

«Это действительно полезная книга, содержащая массу практических советов и огромное количество упражнений. Выполнение упражнений позволяет закрепить прочитанный материал и стимулирует воображение. На конкретных примерах автор показывает, как нужно вести себя в той или иной ситуации».

«Книга составлена человеком, непосредственно работающим в сфере журналистики, что немаловажно. Думаю, что книга получилась отличной и займет свое место в журналистской литературной среде».

«Шпаргалку для начинающих журналистов» прочитала быстро и мгновенно загорелась желанием приобрести печатный вариант, иметь его в качестве настольной книги, руководства, что всегда под рукой».

«Нужно отметить, что книга окажется полезной не только для студентов, но и для редакторов и сотрудников различных отделов СМИ».

«Признаюсь, как только начала знакомиться с книгой, меня одолевало не столько непонимание, сколько скептицизм: тогда я не могла представить некое грамотно скомпонованное и целостное руководство для журналистов в формате «tips & advices». Идея показалась мне едва ли воплощаемой, неприемлемой и отчасти необдуманной. Каюсь! Нынче до ужаса стыдно перед автором, проделавшим столь колоссальную работу. Минусы? О них и речи быть не может. Увлеченная, поглощающая страницу за страницей, я их и не приметила.

Плюсы? О, вся «Шпаргалка» – один огромный плюс, настоящий подарок мне и моим одноклассникам-журналистам!»

«Автором книги является выпускница КазНУ им. аль-Фараби Мадина Алимханова. Пишет она о ситуациях, в которые попадает журналист, и тут же дает полезные советы. Язык написания прост, ясен, понятен. Читать книгу приятно, читается быстро».

«Порадовала реальная заинтересованность автора в оказании помощи на нашем непростом творческом и профессиональном пути, а также верность своему стилю написания. Это не учебник, в лабиринтах параграфов которого зубрежка становится единственной «путе-

водной» звездой. Это именно шпаргалка: все просто, понятно, осуществимо, совсем не страшно, а главное – мотивирующе и полезно. Отдельное спасибо за нестандартную подачу, за искрометную иронию и гармонично вписавшиеся шуточные отступления».

«Мне как начинающему журналисту книга показалась очень интересной и познавательной. Прочел на одном дыхании. Любой, кто хочет стать журналистом, обязан прочесть это книгу».

«Могу смело заявить, что книга полезна и актуальна, более того – таковой и останется еще, как минимум, лет 5-7. А еще меня не может не радовать тот факт, что книга Мадина Алимхановой – вероятно, единственная в своем роде на казахстанском рынке. Настоятельно советую и бесконечно благодарю автора!»

«Эта книга - путеводитель для тех, кто решил связать себя с журналистской профессией».

Восторженные мнения студентов, для которых была написана данная книга – яркое свидетельство, что автор «достучалась» до молодых журналистов. Получить такие восторженные отзывы, написанные не по «шпаргалке» и не для «экзамена», многого стоит! В добрый путь, книга!

Ибраева Г.Ж.,
профессор факультета журналистики КазНУ,
доктор политических наук

В наших рядах прибыло!

Итак, вы решили стать журналистом. Поздравляю! Стать журналистом никогда не рано и никогда не поздно. Это вообще скорее образ жизни, чем профессия, и если к журналистике лежит душа и соответствующие способности тоже есть, то скоро одним журналистом станет больше. Как и в любой творческой профессии «аргумент» типа «журналистов и так полно, мне не пробиться» не работает. Хороший журналист нужен всем и всегда. А если новичок с первого дня демонстрирует завидную сообразительность и знает и умеет больше некоторых уже более-менее опытных коллег, то редактор уже довольно потирает руки, предвкушая светлое и радостное будущее и рост тиражей своего издания.

Что такое хороший журналист? Это наблюдательный человек, желательно нестандартно мыслящий, способный находить интересные темы, умеющий быстро, интересно и грамотно писать, сдавать материалы точно в срок, а то и раньше и готовый работать сутками и «с огоньком», не жалуясь, что рабочий день давно закончился или что уже месяц не было полноценных выходных.

Журналистика — это понятие круглосуточное. Это не профессия, а образ жизни. Если произошло что-то интересное или важное, то у журналиста включается азарт, который не совместим с нормированным рабочим днем.

Скорее всего, работать придется много, быстро и качественно. Сложностей тоже будет много. Это только в сериалах, сценарии к которым писали люди, никогда не встречавшие живого журналиста, корреспонденты ухитряются беспрепятственно проникать в кабинет к шефу ЦРУ, чтобы порыться у него в столе или вламываются домой к супер-звезде, чтобы поболтать за чашечкой чая. На самом деле все гораздо прозаичней и скучней.

То, что можно писать, что в голову взбредет, тоже бред. В одном из популярных российских сериалов была такая сцена — журналист

пришел к начальнице отдела полиции за комментарием по поводу какого-то громкого дела. И открыто ей, человеку с высшим юридическим образованием (!) заявил «Мне все равно, что Вы скажете, я все равно напишу то, что мне надо и скажу, что это Ваши слова». Страшно представить, чтобы с ним сделали после такого фортеля! Во-первых, на него и на редакцию бы подали иск в суд о защите чести и достоинства и привлекли бы за клевету, во-вторых, суд бы редакция проиграла, поскольку никакого подтверждения того, что именно говорила дама-полицейский, у журналиста не было и быть не могло при его-то методах. И в-третьих, редактор растерзал бы такого сотрудника еще до всяких судов, едва узнав о том, что комментарий полностью вымышленный. Поэтому не верьте всему, что видите в телевизоре или на киноэкране. В конце концов, перед теми, кто это все снимает, не стоит задача с документальной точностью изображать работу представителей всех профессий, которые даже вскользь там упоминаются.

Комментарии приходится добывать. Это рутинная — по 20 раз набирать один и тот же номер телефона и уговаривать, убеждать, заставлять высказаться по интересующей теме или предоставить нужные сведения.

Общаться со звездами как с хорошими знакомыми тоже не получится. Ну разве что, если журналист и сам звезда и всякие актеры и музыканты действительно его хорошие знакомые. На самом деле общение с прессой происходит либо в форме пресс-конференции, где для звезды все журналисты — стервятники и все на одно лицо, либо, если повезет и редакция договорится, как эксклюзивное интервью. Но там уже не до дружеской болтовни. Время строго ограничено и нужно собрать достаточное количество интересного материала.

Криминальная хроника тоже не похожа на сериал про бандитов и сыщиков. Для того, чтобы добывать такую информацию, нужно как минимум установить контакт с теми, у кого она есть и кто согласен ее предоставить. Годами расследовать какое-то темное дело, чтобы выдать потом одну или несколько статей и больше ничем не заниматься — этот номер не пройдет ни в одной стране мира. Когда гово-

рят, что западные журналисты три года подбирались к теме, носом землю рыли, сидели в засаде и обошли не только всех лучших следователей, но и самых опытных сотрудников спец.служб, добывая свидетельства, доказательства и пр., это вовсе не означает, что они только одним этим делом и занимались. Они в это время писали и другие статьи, ибо никто не будет годами платить журналисту, который не написал за это время ни строчки.

Из литературных и кинообразов журналистов более-менее близки к истине сериал «Пятый ангел» и книга Эдуарда Володарского, по которой он был снят — «Охотник за черепами».

Еще один стереотип — то, что журналисты — продажные стервятники, падальщики, питающиеся чужим горем. Журналисты — это, прежде всего, люди. И каждый человек по-разному реагирует на те события, которые освещает. Новички чаще принимают все близко к сердцу, искренне переживают за своих героев. Да, они переживают за жертвы преступлений, про которые пишут, за пострадавших от стихийных бедствий и стараются привлечь внимание к их проблемам, помочь решить их. Только вот часто вместо благодарности получают оскорбления.

Насчет продажности — говорят, что журналистика — это вторая древнейшая профессия (первая - проституция). Журналист работает за зарплату и гонорары. И ему далеко не всегда безразлично, что и о чем писать. Только вот темы-то утверждает редактор. И он же раздает редакционные задания. В исключительных случаях и при адекватном редакторе, журналист может отказаться от выполнения задания. Но если это будет происходить постоянно, его, естественно, уволят. А вот про взятки можно смело забыть. Журналист — исполнитель. Он может попытаться «протолкнуть» тему на планерке, но гарантий не будет никаких. Если тему не одобряют — статьи не будет. Да и любой журналист время от времени сталкивается с информационным голодом, когда писать не о чем. В такой ситуации он сам будет рад, если ему интересную историю преподнесут на блюде с голубой каемочкой.

А вот то, что редакционное удостоверение помогает в жизни, открывает многие двери и делает людей стоворчивее — это правда.

Страх перед публикацией в газете, сохранившийся еще с советских времен, иногда может сослужить и хорошую службу. Это все еще работает — если сотрудника какого-либо учреждения или частной компании распишут в статье во всех нелицеприятных красках, у него будут неприятности на работе. Ибо нечего было позорить имя компании и рушить ее имидж. Однако, если вы собрались в журналистику только за этим, то вас ждет огромное разочарование. «Корочка» работает далеко не всегда. А если к ней еще и не прилагаются профессиональные навыки, то чаще всего она вообще не работает.

Чтобы понять, что собой представляет работа журналиста на самом деле, нужно пообщаться именно с журналистами. Причем, желательно, не с одним. Лучше всего попытаться «потусоваться» в этой среде. Хорошо, если есть знакомые журналисты, которые собираются где-то еще и в свободное время. Можно прибиться к их компании на время. А еще лучше походить по пресс-конференциям, представляясь блогером и посмотреть на журналистов в процессе работы.

Профессию журналиста до сих пор окутывает ореол романтики. Она есть. Хотя далеко не в таком количестве как представляется. И, что интересно, ощущение это возникает только пост-фактум. Даже во время самых интересных пресс-туров журналисту не до романтики — он работает.

Поэтому, любого профессионального журналиста, мягко говоря, очень раздражает, когда кто-то из его ближнего или дальнего окружения вдруг заявляет «Я тут решил тоже в журналисты податься, так, в качестве хобби, чтобы поразвлечься!». В большинстве своем журналисты — воспитанные люди и морду бить за такие фразы не будут, хотя, честное слово, надо бы!

Есть такие «небезучие» профессии, о которых думают, что там не жизнь, а сплошной праздник, делать ничего не надо, можно через 5 секунд после входа в редакцию стать звездой и т.п. Часто люди, которые ничего не умеют и не хотят делать, решают стать звездами журналистики, известными телеведущими, актерами, писателями, художниками... Единственное, что радует — это то, что, во-первых, пока никто из них не пытается пойти работать врачом (хотя после «Доктора Хауса» все может быть!), судьей или физиком-ядерщиком.

А во-вторых, система сама отбрасывает таких людей, по крайней мере, в журналистике.

Часто даже не имеющим ни малейшего опыта людям, заявляющим, что они хотят быть журналистами, редакции дают шанс. Но делается это исключительно потому, что действительно есть те, кто журналист по призванию, волею судьбы временно оказавшийся не в той профессии и решивший исправить эту досадную ошибку. Они работают круглые сутки, постоянно совершенствуются и каждая последующая статья в газете или сюжет на радио или телевидении у них лучше предыдущего. Ни один редактор не пожалеет, что взял такого сотрудника и вырастил его «с нуля».

А теперь сравним с ничего не умеющей «звездой»... Такой человек, придя в редакцию и еще не написав ни строчки, всем своим видом старается показать, что он — золотое перо, а все вокруг — это так, серый фон, которому он любезно позволяет существовать. При этом материалы никогда не сдаются вовремя, отписываются как попало, а все замечания редактора воспринимаются в штыки и выливаются в комментарии в социальных сетях, смысл которых сводится к фразе «Эта бездарь мне завидует!».

Хуже всего, что такие люди, если их пожалели, в них поверили, мешают работать целому коллективу. Им все равно, что кто-то тратит свои силы и время на то, чтобы пытаться вдолбить им в голову азбучные истины, а потом всю ночь запивает крепкий кофе энергетическими напитками, чтобы успеть в срок сделать свою работу. Их не волнует, что своим поведением они портят атмосферу в редакции, мешают другим работать и, постоянно создавая конфликтные ситуации, не дают сосредоточиться тем, кто действительно работает. Кому нужно такое «золотое перо» в самом неподходящем месте в редакции?

Кому нужен журналист, который будет сутками сидеть в социальных сетях, а на редакционные задания не обращать никакого внимания? Кому нужен журналист, который в выходной не пойдет освещать даже приземление летающей тарелки и официальную встречу инопланетян с жителями Земли? Кому нужен журналист, опаздывающий на пресс-конференции и появляющийся на меро-

приятнях только с целью поесть бесплатно на фуршете? Кому нужен журналист, который не хочет кому-то звонить, куда-то бежать, и всю ночь сидеть за компьютером, если нужно срочно сделать статью в номер? Да никому. Потому что это не журналист.

Как ни банально это звучит, журналистика — это работа. Это ежедневный, а иногда и еженощный труд. Если это не пугает и желание писать не дает спокойно спать по ночам, то добро пожаловать на самые замечательные галеры в мире — в стан журналистов!

Упражнение 1.

Почему бы не начать упражнения прямо с предисловия? Так, в качестве легкой разминки.

Честно ответьте себе на следующие вопросы:

Вы уверены, что хотите стать журналистом?

Легко ли вам давались сочинения в школе?

Нравилось ли вам писать сочинения?

Какие газеты выходят в вашем городе?

Какие газеты и/или новостные сайты вы сегодня читали?

Знаете, какая сегодня главная новость дня? И какая же?

О чем бы вам хотелось написать прямо сейчас?

Насколько хорошо вы владеете тем языком, на котором собираетесь писать?

Готовы ли вы за 5 минут собраться и выехать на место событий, если вам позвонили и дали редакционное задание в три часа ночи?

Можете ли вы работать 35 часов подряд?

Если на большинство этих вопросов вы смогли ответить либо «да», либо что-то вразумительное, есть смысл читать эту книгу дальше.

И еще один вопрос — «Вы можете НЕ писать?». Если да, но при этом вы не можете не снимать, или не сообщать новости в режиме радио, то специализируйтесь на той области журналистики, которая вам больше по душе. Расширить диапазон вы всегда успеете. Ну а если вы такой уникал, который может не писать, не снимать, не говорить ничего более-менее осмысленного, то, пожалуйста, хотя бы из чисто гуманных соображений, даже не пытайтесь заниматься журналистикой! Найдите себе другое интересное занятие.

Сколько зарабатывают журналисты?

Как и в любой другой профессии заработать очень большие деньги в журналистике могут единицы. Больше всего зарабатывают, разумеется, главные редакторы, но и у них свой «потолок», выше которого они все равно не прыгнут.

Опытные, «матеры» журналисты получают больше, чем их рядовые коллеги, но миллионы на своих публикациях они все равно не делают.

Зарплата же рядового журналиста напрямую зависит от того, сколько и как он пишет. В большинстве изданий система оплаты — небольшой оклад + гонорары, хотя встречаются и редакции с фиксированным окладом для пишущей братии. У каждой из этих систем есть свои плюсы и минусы.

Там, где зарплата фиксированная, не возникает проблем с взаимопомощью при написании материала. «Горит» материал, номер уже пора сдавать в типографию, а журналист физически не успевает его сделать даже при очень высокой скорости работы. Пока автор пишет основной текст, коллеги запросто могут собрать и обработать несколько комментариев и номер будет сдан в срок.

Это хорошо. Плохо, что и принцип «кто везет, на том и едут» работает в этом случае так же хорошо. Чем быстрее работает журналист, тем больший объем работы на него свалят, пока более медлительные или хитрые коллеги будут, не торопясь, писать вдвое меньше. А денег в конце месяца заплатят всем одинаково.

Сколько именно? Это зависит от редакции, насколько хорошо ее подпитывают учредители и сколько еще приносят реклама, продажи и подписка. Начинающему журналисту без опыта могут предложить 300-400 долларов, более ценным кадрам — 1000, а то и выше. Перспектива роста как профессионального, так и финансового тут есть — редакция заинтересована в том, чтобы найти и удержать хорошего автора. Правда, нередко журналисты, согласившись на скромную зарплату, набираются опыта и очень быстро уходят туда, где им больше пла-

тят. Как говорится, рыба ищет, где глубже, а журналист — где больше платят. Для редакции это плохо. Постоянно обучать новичков или терпеливо ждать, когда человек более опытный войдет в формат издания — не просто сложное и трудоемкое занятие. Это все влияет на качество издания в целом. Качество материалов будет отличаться на первоначальном этапе, они будут «выбиваться» из общей канвы, а на редакторов и коллег ляжет **большая**, чем обычно, нагрузка.

Другая, и более распространенная система — гонорары. Оклад в данном случае не столь уж важен, он может составлять 1/3 - 1/4 от всей заработанной суммы. Внимание следует обращать на следующие вещи:

Размер гонораров

Порядок их начисления

Среднее количество знаков в номере, приходящееся на каждого журналиста.

Считаются ли знаки с пробелами или без

Периодичность издания.

Допустим, гоноры составляют 10 долларов за 1000 знаков с пробелами. В одной странице, набранной шрифтом Times New Roman с размером 12 примерно 3500 знаков с пробелами. На газетную полосу помещается примерно 6 тысяч знаков. То есть, написав одну страницу в газете можно заработать целых 60 долларов. Держать в штате журналиста, который пишет всего по одной полосе в номер — не выгодно. А значит, средняя нагрузка будет около трех-четырех полос, если говорить о еженедельнике. А в месяц таких полос набегит 12-16. Плюс еще оклад. Уже намного лучше!

В некоторых редакциях на размер гонорара влияют также опыт и ценность сотрудника (условно обозначаемая категориями). Правда, кто какой категории соответствует — это уже решает начальство. Однозначных, единых для всех, критериев нет.

На гонорар может повлиять и то, на какой полосе вышла статья. Если на первой — расценки могут быть выше, на второй-третьей — немного ниже, на внутренних (то есть, всех последующих) еще ниже. Тут можно брать либо количеством, либо качеством. Понятно, что чем более актуальная или громкая тема, тем больше вероятность, что именно она и окажется на первых полосах.

Неплохо работает гонорарная система и в интернет-изданиях. Если количество полос, а значит и места, в печатных изданиях ограничено и больше того, что есть, все равно писать бесполезно, то у онлайн-СМИ такой проблемы в принципе нет. Если надо, всегда можно опубликовать еще парочку материалов или добавить пару тысяч знаков.

Как правило, работая только на одно СМИ, удастся заработать 800-1000 долларов в месяц. Если повезет с редакцией и сам журналист достаточно хорош, то можно получать и 2 тыс. Но это уже, скорее, исключение.

Большинство редакций не приветствуют, чтобы их журналисты подрабатывали на стороне. Если такое поощряется, значит, руководство практически открыто признается в том, что недоплачивает своим сотрудникам. Многие журналисты запрет на подработку обходят, публикуясь под псевдонимами. Но работа на стороне — не более, чем подработка. Полноценно писать для двух изданий сразу физически невозможно. Поэтому «леваки» могут принести доход примерно в 30% от основного оклада.

Подрабатывают журналисты написанием всевозможных текстов, рекламных материалов, сценариев, книг. Но ни одна подработка не отменяет и не заменяет основной работы. Об этом стоит помнить всегда.

Упражнение 2.

Чтобы оценить скорость своей работы, напишите статью (можно для блога или социальной сети, или же просто «в стол») объемом 6 тыс. знаков с пробелами. Это чуть меньше, чем две страницы в Word'e.

Засеките время прежде, чем начать искать тему. Когда тема найдена, можно написать примерно страницу текста собственных рассуждений. И еще страница должна быть расшифровкой (записью под диктовку) с видео или аудио-записи. Не важно, если расшифровка немного не в тему — сейчас важно оценить необходимое для работы время, а не качество. Добавьте к полученному времени еще час-полтора (это время уходит на походы на пресс-конференции или попытки дозвониться нужному спикеру).

Какой объем работы вы способны и хотите выполнять в таком ритме и в таком режиме работы? Это и будет показатель того, сколько вы примерно сможете заработать.

Пишите, Шура, пишите!

Лучшее время для того, чтобы начать заниматься журналистикой — детство. На уроках русского языка и литературы уже будет понятно, вырастет из ребенка акула пера или нет. Понятно, что в младших и средних классах мало кто окончательно определяется с выбором профессии, однако определенные склонности уже разглядеть можно: умение и желание задавать вопросы, любознательность и даже любопытство, наблюдательность, хорошие оценки по русскому языку и написанные влет лучшие сочинения в классе (ну или просто хорошие). В старших классах уже можно начинать заниматься журналистикой. Далеко не всякая редакция хочет видеть у себя «детский сад», но завидная настойчивость и упорство могут изменить мнение редактора в лучшую сторону (журналист и должен быть настойчив!). Только вот начинать с самых известных в городе изданий все же не стоит. Попытайтесь можно, конечно, но, как правило, акул там не выращивают, а берут уже готовых, после того, как те смогли красочно «съесть» всех своих конкурентов. Кроме того, в таких изданиях и требования очень высокие. Впрочем, если удалось туда попасть и успешно выжить — отличная карьера обеспечена.

Можно начать и с менее раскрученного издания. Для начального этапа полученного там опыта будет вполне достаточно. Важный момент: не надо редактору говорить о том, что перед ним будущая звезда журналистики. Гораздо эффективней, хотя и прозаичней звучит рассказ о том, что вы собираетесь поступать на факультет журналистики и только туда, а потому вам необходимо получить опыт в этой профессии. И вообще, вы глубоко убеждены, что перед поступлением на жур.фак абитуриент просто обязан пройти стажировку, чтобы в число студентов не попадали случайные люди, знакомые с этой профессией только по плохим телесериалам.

Это один из самых простых путей в журналистику. Второй — это поступить на факультет журналистики и уже будучи студен-

том напрашиваться на стажировку. Студентов жур.фака берут охотней, т.к. предполагается, что они уже хоть что-то знают, да и у преподавателей скорее всего есть свои каналы, по которым можно пристроиться в редакцию.

Допустим, ничего подобного в жизни вовремя не случилось, и не только школа, но и вуз остался уже далеко позади, а диплом также далек от журналистики как Альфа Центавра от кентавра. Что тогда? Шансов нет? Да есть, конечно! Было бы желание. Только в этом случае идти в редакцию с пустыми руками и одними только добрыми намерениями — дохлый номер. Нужно иметь хоть какое-то портфолио, хоть какие-то результаты своего труда на журналистском (а не просто литературном!) поприсце. Если речь идет о радио, то это запись программы или просто того, как вы способны вести эфир (не важно, что кроме вас этого пока еще никто никогда не слышал), если о телевидении, то подборка сюжетов на разные актуальные темы (пусть и сделанных на любительском оборудовании). Но поскольку в этой книге речь идет о пишущей братии, то нужны публикации. Интернет для этого подходит более, чем замечательно!

Идею заработать, оставляя заказные комментарии на форумах и в соц.сетях можете отбросить сразу. Платят за это копейки, а опыта в журналистике такая работа не прибавляет. На тех же сервисах, которые предлагают работу фрилансерам, можно встретить и более-менее приличные заказы на настоящие статьи. Но вряд ли их будут заказывать тем, кто пять минут как зарегистрировался и еще ничем себя не проявил. Тем не менее, если интересно, можно порезвиться на сайте www.advego.ru или <http://freelance.ru>. Опытные журналисты по таким расценкам работать не будут, а вот для новичков это неплохая возможность «пробы пера».

Есть еще одна возможность, еще проще. Набрать в поисковике фразу типа «Пришлите вашу статью» — есть огромное количество сайтов, блогов и т.п., где ради обновления контента готовы опубликовать любую более-менее адекватную работу. За это не платят, но и серьезной конкуренции, как правило, нет. Все зависит только от того, насколько статья понравится владельцу ресурса. Чем больше

наберете опубликованных статей — тем лучше. Конечно, это не газета, и не Интернет-СМИ, но все же лучше, чем ничего. В любом случае, в первую очередь редактора будет интересовать то, как вы пишете, а не то, где вы публикуетесь.

Немного сложнее будет с резюме. Резюме все равно читают раньше, чем ваши статьи. Поэтому важно написать его так, чтобы ваш опыт выглядел максимально приближенным к журналистике.

Замечательно, что в резюме принято указывать места работы от последнего к первому. Иначе бы должности вроде «ночной сторож», «грузчик» или, не дай бог, «заведующий лабораторией ядерной физики» могли бы и отпугнуть потенциального работодателя. Любой труд заслуживает уважения. Тем более, если человек начал с чего-то считающегося не очень престижным, учился, развивался и смог кардинально изменить свою жизнь. Но любая работа — это опыт. Он может или приближать к выбранной цели в виде журналистики, или отдалять от нее. Вот допустим, человек полжизни конструировал космические ракеты, а теперь просится работать в гляцевый журнал, освещать светскую хронику. И в тот же журнал приходит резюме от гламурной девочки — студентки жур.фака или хотя бы работающей в близкой к богеме сфере. Даже если конструктор — доктор технических наук (и тем более, если он доктор технических наук!), а девочка — гламурное кисо, у нее шансов больше.

Так что же делать конструктору? В самом начале в разделе «Опыт работы» указывать все издания, в которых он публиковался. Тогда он будет уже не конструктором, решившим вдруг стать журналистом, а журналистом, который еще и в научно-технической тематике разбирается! Редкий кадр! Надо брать!

Если нет возможности указать годы работы на разные издания, сильно при этом не приврав, то лучше даты вообще не указывать. Пусть это будет не совсем по правилам составления резюме, зато так будет более эффективно.

Фото тоже может помочь. Если на фото вы с диктофоном и зеркальным фотоаппаратом на шее, то на подсознательном уровне уже в какой-то мере будете восприниматься как коллега.

Еще один путь — рубрики типа «Ты - репортер», «Народный репортаж» и т.п. на новостных Интернет-порталах. В этом случае можно обойтись и без резюме, но работа должна быть действительно качественной и оперативной. Необходимо самостоятельно находить темы, выбирать наиболее интересные и писать грамотные тексты либо предоставлять качественное (с творческой точки зрения) видео или фото. Впрочем, техническое качество тоже должно быть на высоте. В этом случае есть серьезные шансы на то, что редакция обратит на вас внимание и предложит сотрудничество вначале в качестве внештатника, ну а затем могут уже и в штат взять.

Самый на первый взгляд, простой способ стать журналистом — стать известным блогером. Впрочем, на самом деле занятие это намного сложнее, чем представляется большинству Интернет-пользователей. Поле деятельности тут действительно более широкое — проще выбрать темы, которые интереснее освещать и режим работы. Можно быть блогером-репортером, если нравится быть в гуще событий. Но об этих событиях нужно как-то узнавать либо раньше журналистов, либо одновременно с ними. Пробиваться к месту события будет во многих случаях однозначно сложнее. Одно дело показать редакционную корочку, а другое - хныкать «Дяденька полицейский, я же блогер, это почти тоже самое, что журналист, только без документов, пустите меня, пожалуйста!». Зачастую, не пускают. Впрочем, тут есть небольшая хитрость — познакомиться с журналистами и уговорить кого-то из них провести вас под видом фотографа. Для этого на шею должна быть зеркальная (или хотя бы псевдозеркальная) фотокамера, а на лице — уверенность. На вопрос об удостоверении отвечать, что вы два дня как работаете в редакции, удостоверения еще не сделали, но вот коллега может подтвердить, что все правда. Если бегать не хочется, то можно заняться аналитикой. Неплохо идут рецензии на фильмы и всякие культурные события (если они действительно интересно написаны!) и финансовая аналитика. Тут все довольно просто — сбор материала, отбор нужных сведений и цитат, анализ и оригинальные и логичные выводы. В итоге либо вы станете известным, цитируемым блогером, либо можете гордо именовать себя независимым журналистом и предостав-

лять записи из своего блога в качестве портфолио.

Шанс устроиться в редакцию даст и опыт работы (официальной!) в пресс-службе. Не важно, что это будет за организация, главное, чтобы были статьи, пресс-релизы и т.п. Эта работа близка к работе журналиста и, кроме того, на вас будет работать стереотип — в пресс-службе в основном берут на работу именно журналистов.

Упражнение 3.

Если у вас совсем нет опыта в журналистике, то составьте список сайтов, готовых публиковать статьи бесплатно опубликуйте по 2-3 разных (!) статьи на 3-5 таких сайтах

Тема

Для начала будьте готовы к тому, что не все предложенные вами темы утвердят. А потому, если хотите написать больше, то тем нужно предлагать в два, а то и в три раза больше, чем вы планируете написать статей. Реально ли каждый месяц, а то и каждую неделю, выдвигать столько предложений? Да.

Однако, чем выше периодичность издания, тем сложнее эта миссия.

Пойдем от простого к сложному. В многостраничных ежемесячных журналах, как правило, поднимаются «вечные» темы, т.е., актуальность которых сохраняется как минимум в течение 30 дней. То есть, это не новости. Аналитика, полезные советы на все случаи жизни, интервью с людьми, которые в той или иной степени интересны читателю вне зависимости от дня недели и времени суток — это как раз оно. Так, статья о том, как быстро накачать брюшной пресс или как кинозвезда дошла до жизни такой, будут интересны и сегодня, и завтра, и через неделю. Может быть, их даже передвинут на следующий номер.

В журналах потоньше и пооперативнее, которые выходят раз в две недели, ситуация, однако, не сильно отличается. Статьи там не носят характера информационного сообщения. То есть, вы не сообщаете новость, вы не спеша рассказываете о каком-то событии или явлении.

В еженедельниках скорость работы придется существенно прибавить. Это только кажется, что на подготовку материала там есть целая неделя. На самом деле, ничего подобного. В большинстве редакций есть определенное количество статей, которые журналист должен отписать в номер и, более того — график сдачи материалов. Опоздание на один день может стать причиной срыва полосы. Нет, редактор-то, конечно, выкрутится — поставит что-то из редакционного портфеля, даст задание другому журналисту написать материал в рекордно сжатые сроки и т.п. Но вам такую ошибку не простят еще долго, а то и оштрафуют на ощутимую сумму.

В ежедневке жизнь еще веселее. (Я не запугиваю — на СМИ и темп, как говорится, товарища нет). Там счет идет уже не на дни, а на часы, а то и минуты. За один рабочий день нужно не только найти тему, но тут же ее разработать и отписать. И при этом еще успеть в срок — чтобы попасть в номер.

Информационные агентства и интернет-СМИ — это вообще работа с секундомером. Зачастую там не требуется глубокий и всесторонний анализ проблемы, а нужно лишь коротко, но емко ответить на вопросы «Что? Где? Когда?», но скорость при этом ни в коем случае не должна снижать качество работы.

В любом случае, умение быстро и качественно находить темы превращает работу в увлекательный и динамичный процесс, а отсутствие такого навыка способно превратить каждую планерку в публичный позор отдельно взятого журналиста.

Где брать темы?

— **пресс-релизы.** Для начала поинтересуйтесь в редакции кому на почту приходят пресс-релизы. Это может быть даже офис-менеджер, который в дальнейшем пересылает или передает всю поступающую информацию редактору. Поговорите с этим человеком, чтобы вас тоже обязательно информировали обо всех предстоящих событиях и прочих сообщениях. Иногда это приходится делать, так сказать, неофициально, т.к. в редакции и без вас найдется полно желающих узнавать обо всем одновременно с начальством.

Полезно завести прямые контакты с пресс-службами. Кто вам нужен, зависит от тематики издания, в котором вы работаете. Но обычно это государственные учреждения (управления, департаменты, городские власти и т.п.), неправительственные организации (всевозможные общества, федерации, ассоциации), крупные компании.

Сделать это просто. Найдите официальный сайт интересующей вас организации или хотя бы просто эту организацию в справочнике и по указанным контактам (телефон, email) выходите на пресс-службу. Это может быть письмо или телефонный звонок с просьбой связать вас с пресс-службой. Обязательно при этом успокойте собеседника, что вы ничего плохого не замышляете, а просто хотите по-

знакомиться, чтобы в дальнейшем можно было «дружить домами». Для начала они могут присылать пресс-релизы лично вам, а в дальнейшем, возможно, будут делиться и конфиденциальной информацией при условии анонимности источника.

— **новостные ленты.** Новостные ленты есть не только у информационных агентств. Они есть у многих Интернет-изданий. Многие такие издания, кстати, наиболее интересные сообщения перепечатывают у информагентств со ссылкой на них. Это удобно по одной простой причине — если редакция не подписана на новости какого-либо информагентства или у вас нет к ним доступа, то максимум, что вам доступно — это заголовок новости на сайте агентства. Посмотреть заголовки можно, например, на сайте международного информационного агентства КазТАГ www.kaztag.kz. На других сайтах этой сети, таких как КирТАГ (www.kyrtag.kg), ТаджикТА (<http://tajikta.tj>), АфТАГ (<http://www.aftag.info>), можно прочитать не только заголовки, но и новости целиком. Кроме того, полный (или почти полный) текст сообщений агентств, работающих по подписке, можно найти перепечатанным в других изданиях. Можно попробовать и ввести ключевые слова заголовка новости в поисковик. Иногда результаты могут вывести на нужную информацию. При этом придется выждать часок-другой, пока какой-нибудь сайт успеет воспользоваться сообщением. Другой способ — обзавестись хорошими друзьями среди подписчиков информагентства, которые смогут скидывать заинтересовавшие материалы. Это прямое нарушение договора подписчика с агентством, но поскольку такие вещи, как правило, носят единичный характер, на них закрывают глаза. У сотрудников информагентств выпрашивать платную информацию, как правило, бесполезно. Они не согласятся помочь не только потому, что это неэтично, но и потому, что это грозит им серьезными неприятностями.

Разделы новостей на сайтах государственных органов, крупных компаний и т.п. это не совсем лента. Информация там обновляется достаточно редко. Бывает, что последние «новости» там месячной давности (а то и еще более старые). Однако, если вам попался такой сайт, который при этом еще и регулярно обновляется, есть смысл его

просматривать ежедневно (если вы работаете в еженедельнике или в журнале) или трижды в день — часов в 11-12, после обеда и ближе к концу рабочего дня.

Ленты информагентств и Интернет-изданий смотрите так часто, как вам это необходимо. Лучше по крайней мере два раза в день, иначе вы либо рискуете упустить интересную информацию, либо потратите очень много сил и времени, копаясь в архиве за всю неделю (а это около 1000 сообщений!).

Даже если вы сами работаете в информационном агентстве, все равно отсматривайте ленты конкурентов, и как можно чаще. Лучше дать новость вторыми, чем последними!

— **пресс-конференции.** Если тема пресс-конференции интересна вашему изданию — замечательно. Если нет — ничего страшного. Внимательно ознакомьтесь со списком участников. Если он не указан — позвоните организаторам и спросите. Возможно, кто-то из спикеров будет вам интересен совсем по другой теме. Разумеется, задавать вопросы, не относящиеся к теме пресс-конференции, нередко бывает бессмысленно. Вам могут просто не ответить или ответить не полно. Но никто же не мешает подойти к спикеру после мероприятия и побеседовать с ним минут 10-15 (а это уже немало!), обменяться контактами, договориться об интервью. Важный для многих начинающих журналистов вопрос — как узнавать о предстоящих пресс-конференциях? Если есть друзья-журналисты, которые могут поделиться такой информацией — замечательно. Но у каждого такого друга есть своя работа и возможности постоянно кого-то информировать нет и не будет. К тому же журналисты не часто делятся друг с другом подобными сведениями.

Гораздо проще ежедневно, а то и два раза в день просматривать сайты пресс-клубов. Найти их можно через любой поисковик в интернете. Кроме того, есть сайты и официальные аккаунты государственных учреждений и крупных компаний в социальных сетях. Часто сообщения о предстоящих мероприятиях публикуются там. Какие сайты подойдут? Это зависит от тематики. Например, сайты местных властей, правоохранительных органов, крупных компаний (сфера их деятельности зависит от тематики, на которой специали-

зируется журналист) — операторы сотовой связи, авиакомпании, торгово-развлекательные центры, киностудии.

Кроме того, интересными могут быть сайты общественных организаций и движений. Их тоже можно найти через поисковые системы.

— **рассылки.** Большинство из тех, кто подписывается на бесплатные рассылки, их не читает. Просто нет времени, да и польза от них небольшая. Для того, чтобы сообщения всех 1000 и 1 рассылки, на которые вы радостно подпишитесь, не отправлялись сразу в корзину, тщательно выбирайте, на что подписываться. Посмотрите архив — если последний раз он обновлялся полгода назад или вы просто не нашли в последних 5-9 номерах абсолютно ничего интересного и нового, вам это не надо. Конечно, это долго и муторно — из всего многообразия выискивать действительно полезные рассылки, но оно того стоит! В конце концов, там могут быть мысли, которые натолкнут вас на тему. (О том, как искать темы по ассоциации речь пойдет ниже).

— **блоги.** Очень удобная вещь в поисковых системах — поиск по блогам. Но она помогает не всегда. Поисковик знает не все блоги, которые вам нужны. Поэтому, как только вы увидели где-то ссылку на нужный и полезный блог, сразу же добавляйте его в закладки. Блоги — это не только Twitter и Живой журнал. У многих чиновников есть блоги на официальных сайтах их ведомств. Нередко больший интерес, чем официальные высказывания представляют обращения, которые оставляют там простые граждане. Темой для публикации может стать и небольшое исследование на тему того, на какие обращения чиновники дают ответы (и какие), а что так и остается без внимания. Можно изучить и то, с какими именно просьбами обращаются граждане. Поставьте себя на место министра, которого спрашивают, где находится ближайшее почтовое отделение в каком-нибудь маленьком городе, а потом еще возмущаются, что бюрократам плевать на простой народ. Источником информации могут стать и почти коллеги — ведущие особо популярных личных блогов на том же ЖЖ. Если есть возможность, постарайтесь установить личный контакт с блогером. Например, добавьте его в друзья, чтобы иметь возможность обмениваться сообщениями или просто обменяйтесь контактами. Это полезно в тех случаях, когда вам необходимы подробности или контакты, оставшиеся за рамками высказывания.

— **форумы.** Самое простое, что можно сделать с форумом — это подписаться на заинтересовавшую тему. Что-то интересненькое, вы, возможно, и узнаете, но в целом это будет напоминать работу золотоискателя, вымывающего тонны песка в поисках нескольких грамм золотых крупинок. На самом деле, способ достаточно затратный в плане сил и времени. Другой подход — просматривать заголовки новых тем. Во всяком случае, не придется читать кучу бесполезных высказываний.

При работе с форумами важно помнить, что вы зашли туда не для того, чтобы пообщаться или вставить свои «пять копеек», а исключительно по работе! Если есть возможность читать форум, не регистрируясь на нем, то лучше так и поступить. Даже если какая-то фраза заденет вас за живое и вызовет всплеск праведных эмоций, то, чтобы втянуться в дискуссию, потребуется по крайней мере заполнить анкету, дождаться одобрения модератора, перейти по какой-нибудь ссылке, чтобы подтвердить регистрацию. А делать это зачастую бывает или лень, или некогда.

Меньше всего флейма на профессиональных форумах. Однако у них есть другой серьезный недостаток — много непонятных терминов. Если вы давно пишете на какую-то тему и уже свободно владеете юридическим, экономическим, медицинским или еще каким-то не совсем русским языком, профессиональный форум будет для вас намного полезнее, чем для тех, кто, как говорится, не в теме.

— **социальные сети и «болталки».** В общем и целом, социальные сети — это зло. Они, как и всякие «болталки» типа ICQ и Skype сильно отвлекают от работы. Причем, то, что у вас в статусе огромными буквами написано «НЕ БЕСПОКОИТЬ!!!!» и выставлен соответствующий предупреждающий знак, остановит далеко не всех. Это как замки, которые, как известно, защищают только от честных людей. Даже маскировка под оффлайн статус не спасет от глупых сообщений типа «Ты здесь?».

Удержаться от ответа или просмотра длинного списка «Что нового у друзей» бывает сложно. А пользы от этого мало. Тем не менее, если проявить достаточное терпение, то можно отучить знакомых нагло и бесцельно тратить ваше время. Зато в контактах и спи-

сках друзей у вас могут быть нужные люди. Нередко пиара ради достаточно известные люди добавляют себе в друзья столько контактов, сколько позволяет социальная сеть. Добавляйтесь. В конце концов — услуга за услугу. Я вас добавил, а вы, будьте добры, ответьте на вопросы, дайте интервью, помогите выйти на своего не менее именитого коллегу. Хорошая идея, хотя и довольно трудоемкая, просмотреть всех друзей каждого вашего друга в соц.сетях. Иногда среди них попадаются известные личности, которые могут быть вам полезны — либо они проще согласятся ответить на ваши вопросы, если вы сошлетесь на общего знакомого, либо просто вы первыми узнаете о каком-то событии в их жизни, которым они поделились в интернете.

Не забудьте в статусе написать о том, что вы журналист и готовы написать обо всем интересном и животрепещущем. Периодически обновляйте статус, хотя вас и обзовут за это спамером (так что сильно не злоупотребляйте, чтобы не растерять контакты). Предлагайте дружбу всем, кто есть в контактах у ваших знакомых. В запросе на авторизацию пишите, что знакомый журналист — это всегда полезно! Люди должны думать, что это они в вас нуждаются.

Поиск нужного сообщества в социальных сетях по каталогу — титанический труд. Большинство из них не представляют большого интереса и скорее напоминают ветку «флейм» на каком-нибудь форуме. Другое дело, если вы где-то нашли ссылку вроде на группу в соц.сети от интересующей вас организации.

Чтобы не потонуть в потоке бесполезной информации, список «френдов» необходимо чистить. Если в течение двух-трех месяцев человек не сообщил ничего для вас полезного в плане работы, от его аккаунта можно смело отписаться. Хороший показатель и какие-то значимые события. Обращайте внимание, кто о них сообщает в соцсетях или хотя бы просто обсуждает, а кто проходит мимо. На тех, кто замечает даже самые важные события, не стоит тратить свое время.

— **комментарии.** Читайте комментарии под статьями и постами в социальных сетях! Нередко настоящий эксклюзив находится именно там. Почему? Да потому что мало кто их действительно внимательно читает!

— **объявления.** Полезными могут оказаться не только объявления в Интернете, на ТВ, радио или в газете, но и те, которые висят на заборе. Устную рекламу можно тоже отнести к объявлениям. Например, на улице стоит человек и просит милостыню. А рядом на куске мятого картона написано, что у него сгорел дом. Не факт, что это станет поводом для публикации, но поговорить с человеком можно. От его истории, как от частного случая, можно оттолкнуться и перейти к рассказу о какой-либо актуальной проблеме (в городе в продаже стали появляться некачественные газовые баллоны; пожарные сбились с ног, обходя жителей частного сектора и разъясняя им правила обращения с печами, но число пожаров по вине самих пострадавших только растет; в городе не хватает техники для пожаротушения; как мошенники зарабатывают на жалости окружающих, рассказывая им трогательные истории о сгоревшем имуществе или неизлечимых болезнях и т.п.). Еще пример — на столбах и автобусных остановках кто-то расклеил объявления с просьбой помочь собрать деньги на операцию по пересадке органов тяжело больному родственнику или о пропавшем без вести старике или ребенке. Или даже — возле центрального рынка сидит гадалка, громогласно обещающая каждому проходящему «Замуж за неделю! И стар, и млад!». Ранние браки с несовершеннолетними — чем не тема? Кстати, об объявлениях — для читателей может быть полезна и сама информация о том, где можно развешивать объявления, а где нельзя и какое наказание может грозить нарушителям. От темы объявлений на заборах можно перейти к теме самых дешевых, а то и вовсе бесплатных способов продвижения товаров и услуг. Много ли компаний в вашем городе ими пользуются? Какие самые интересные рекламные акции, не стоившие рекламодателю почти ничего, были в последнее время? Есть ли хоть одна компания, активно использующая партизанский маркетинг или вирусную рекламу? (Информацию о том, что это такое легко найти в Интернете, а комментарий к статье взять у специалистов крупных рекламных агентств).

— **чужие статьи.** Читать то, что пишут коллеги и особенно конкуренты, полезно во всех смыслах. Для журнала или еженедельника это отличный источник интересных тем. От новости или от уже освещен-

ной темы можно отталкиваться точно также, как от сообщения в ленте информагентства. Но есть еще один способ. Допустим, вы увидели в какой-либо газете большое интервью известного человека. Прочитайте внимательно, о чем он говорит. Наверняка вы найдете по крайней мере 2-3 мысли или факта, которые упоминались, но просто потонули в потоке информации столь длинной статьи. Не обязательно беседовать с тем же самым человеком. Найдите эксперта, который сможет это прокомментировать. Например, в интервью герой вскользь упоминает о том, что для облагораживания города неплохо бы разрисовать заборы граффити, на фасадах домов изобразить персонажей мультфильмов, а закрывающие вид деревья спилить или подрезать. Стоп. Вот вам уже две мысли. Обращаетесь к городским властям, которые занимаются вопросами благоустройства, сообщаете, что такой-то заявил, что хочет превратить город в Диснейленд и узнаете их мнение. Или бежите к экологам со страшной новостью о том, что после такого-то высказывания люди-то могут кинуться пилить деревья! Или берете интервью у художника о том, как бы он разрисовал наиболее примечательные здания в городе, что изобразил бы на бизнес-центрах или безликих жилых домах в спальном районе.

— **друзья и знакомые.** Чтобы получать от друзей и знакомых ту информацию, которая может послужить поводом для публикации, а не все подряд (вроде «я вчера с соседкой поругалась»), четко объясните им, что именно вас интересует. Конечно, чем шире у вас круг общения, тем лучше. Однако, прежде, чем этот круг станет источником информации, придется потратить некоторое количество сил и времени, чтобы приучить людей делиться с вами новостями. Можете разослать им файл с описанием того, что вас интересует и указанием ваших контактов, а заодно и попросить ваших знакомых распространить его среди своих знакомых. Периодически, хотя бы раз в две недели напоминайте людям о том, что ваша просьба остается в силе, иначе они про нее забудут. Как объяснить, что вам нужно? Например, вы просите знакомых с рынка сообщать вам, если у них резко и необоснованно повысят арендную плату и они решат устроить по этому поводу акцию протеста или написать коллективное обращение куда-либо. Или вы дарите знакомой медсестре шоколадку с

просьбой сообщить вам, если в поликлинике, где она работает, не дай бог, случится конфликт с пациентом, связанный с неправильным диагнозом, неверным лечением или халатностью, которые привели к серьезному ухудшению здоровья. Может быть, вы пишете о культуре, и тогда имеет смысл договориться с сотрудниками художественной галереи, чтобы они рассказывали вам о художниках, предлагающих им какие-то необычные произведения. На какие темы вы пишете, в тех и «обрастайте контактами». Если ваш конек — кино и театр, информация от экспертов по рынку страхования вам вряд ли пригодится.

— **визитки.** Это отличный способ обрастать контактами. Раздавайте их направо и налево. Причем, не только на мероприятиях, которые посещаете по долгу службы. Если ваша тема — криминал, побродите возле отделов полиции или судов, если ночная жизнь — пройдите после работы по ночным клубам, познакомьтесь с барменами или администраторами. Даже вы пошли с друзьями пить пиво, раздайте визитки своим новым знакомым. И лучше не по одной, а по несколько - на тот случай, если они захотят с кем-то поделиться вашими контактами. Кстати, не забудьте подкинуть им эту мысль. Социальный статус человека, к которому попадет ваша визитка, не играет абсолютно никакой роли. Это может быть как глава крупной корпорации, так и уборщица из соседнего бизнес-центра.

Был такой реальный случай — журналист писал критическую статью о том, что один из отдаленных микрорайонов буквально завален мусором. Руководство района в срочном порядке отправило туда сотрудников компании, занимавшейся уборкой и озеленением. Услышав слово «газета», они пожаловались журналисту на плохие условия работы. Помочь им сразу журналист ничем не мог, но оставил визитку. А через несколько дней они перезвонили и сообщили, что выйдут на забастовку, потому что им не платят зарплату. Эти люди не просто собрались у офиса своей компании, но еще и перекрыли одну из основных улиц.

— **продолжение темы.** Замечательное средство, которое некоторые журналисты ухитряются эксплуатировать месяцами. Конечно, если вы пишете об одном и том же в каждый номер, то очень скоро

тема исчерпает себя и порядком поднадоест читателям. Но вот возвращаться к ней время от времени очень даже можно. Делать это стоит только в том случае, если произошло что-то новое. Очередная жалоба от вашего героя на то, что его хождения по инстанциям до сих пор не принесли результата — это не повод для публикации. Разве что, человек за месяц собрал рекордное количество отказов в попытке решить свою проблему (речь идет о десятках ответов от всяких официальных органов). Зато если герой получил хоть какой-то более-менее внятный ответ, то написать небольшой материальчик можно (в отношении обидчиков вашего героя начата проверка, результаты которой по закону должны быть предоставлены в такой-то срок, или проверка была проведена, однако факты не подтвердились, а у героя на руках, тем не менее, есть все доказательства обратного и т.п.). А еще лучше, если проблема вдруг решилась полностью (например, бездомной семье с маленькими детьми какой-то бизнесмен, пожелавший остаться неизвестным, подарил трехкомнатную квартиру). Это будет отличное продолжение, правда, скорее всего, тема на этом и закончится... Замечательно, когда герои сообщают новости сами, но тут есть и обратная сторона медали — то, что им кажется новостью, может на самом деле таковой и вовсе не являться («Я ему дозвонился! А он сказал, что занят и бросил трубку...»). Однако гораздо чаще героев приходится «теребить» самим. У них и так много проблем, гораздо более важных, чем обеспечить вам очередную публикацию. Обзванивать всех своих героев раз в неделю — почти невыполнимая миссия (если у вас этих героев действительно много). Поэтому разумнее составить график обзвона и каждый день выделять хотя бы по 15-20 минут, чтобы поговорить с несколькими из них. Кроме того, если вы в течение 3-4 часов будете выслушивать каждого, от кого ждете продолжения темы, вы перестанете воспринимать информацию и можете упустить что-то важное. А обзвон «короткими перебежками» позволит лучше сосредоточиться на теме разговора.

— **официальные запросы.** Запросы — это практически «инфоповод своими руками». Как его оформлять, вы узнаете в редакции (должна быть или готовая стандартная форма, или можно за образец взять ранее отправленный запрос). По закону отвечать на них

полагается в строго определенные сроки, однако на практике такое встречается далеко не всегда. Поэтому если вам действительно нужен ответ, то не стесняйтесь, отправляя его поинтересоваться, когда этот ответ у вас будет, а потом, при необходимости, «долбите» тех, кого спрашивали. Кому и о чем писать? Довольно странно выглядит, если вы просто посидели, подумали и решили «А не спросить ли мне такую-то организацию о том-то?». Даже в тексте запроса редакция обычно обосновывает, с чего это вдруг она озадачилась той или иной темой. Например: «Уважаемый такой-то, в своем выступлении там-то и там-то вы сказали то-то и то-то. В связи с этим, просим Вас ответить (уточнить) на нижеследующие вопросы: 1) На чем основано высказывание о том, что... 2) В какие сроки будет... 3) Учитывался ли фактор при » и т.п. То есть, нужна какая-то изначальная отправная точка. Это может быть оброненная фраза во время интервью или комментария любому, не обязательно вашему, изданию, обращение читателя, усиленное обсуждение темы в обществе, какое-то событие, о котором вы каким-либо образом узнали. Если вы видите, что тема актуальна и редактор с вами согласен, но зацепиться пока не за что, можно обращение читателя и выдумать. Не все редакции одобряют такой способ и этичность его применения достаточно спорна, но ведь вам же нужна информация, причем, добытая законным путем. Кстати, если вы разослали 20 всевозможных запросов, а вам за два месяца пришел только один ответ, это тоже повод для статьи. В одной из газет даже была отдельная рубрика, в которой указывалось, сколько дней редакция ждет ответов от каких гос.органов.

— **перенимайте опыт.** Более опытные коллеги, конечно, подскажут вам, где и как искать темы, возможно даже поделятся своими (до которых руки не доходят, которые слишком долго и тяжело разрабатывать и т.п.), но детали такого поиска, какие-то свои особо эффективные приемы, они раскрывать не будут. В любой редакции в той или иной мере существует конкуренция, и выращивать себе соперника было бы неразумно. Тем не менее, кое-что можно подсмотреть, подслушать, выспросить. Ответы на как бы невзначай заданные вопросы «С чего ты это взял?», «Кто тебе такое сказал?» и т.п. могут послужить подсказкой к тому, как человек работал над поиском своей темы.

— **ассоциации.** Если с темами совсем туго, рисуем ментальную карту (о том, как это делается, можно прочитать в интернете). В двух словах, это делается так: берете лист бумаги, посередине пишете что-то глобальное. Например, вам нужно написать статью в раздел экономики. Тема финансового кризиса все еще на слуху, а вы что-то давно ей никого не пугали. Да и редактор, в общем, не против «чего-нибудь такого». Так что в центре листа пишете «финансовый кризис» и обводите эту фразу в кружок (Или овал. Или декагон — как вам больше нравится). От него рисуете стрелочки в разные стороны. В конце каждой стрелки пишете то, что вам первое приходит на ум, когда вы слышите слова «финансовый кризис» («Сократят? Не сократят?», «Соседу зарплату срезали на 20 тысяч», «А почему я никакого кризиса не вижу?»). Чем больше напишете — тем лучше. Затем либо выбираете самую интересную идею, либо по очереди отбрасываете то, что показалось вам скучным, слишком сложным или через чур трудоемким. Оставшуюся тему (или пару-тройку тем) хорошенько обдумываете и можете заявлять на планерке.

— **создайте свой список источников.** Способов искать темы на самом деле намного больше и по ходу работы у вас непременно будут возникать свои. Тщательно все фиксируйте. Записывайте, где вы взяли ту или иную тему. Во-первых, вы всегда сможете отследить, какие способы оказываются для вас наиболее эффективными, а какие — совершенно бесполезными. Само собой, к эффективным источникам информации вы будете обращаться чаще. Однако, список не помешает — если темы никак не удастся найти, то далеко не лишним будет пройтись по всем пунктам вашего списка.

— **законы.** Юридическая грамотность — полезная штука. Особенно для журналиста. Допустим, вы отлично знаете, что в супермаркете не должно быть просроченных продуктов и за это грозит определенный штраф. И вдруг вы замечаете, что в ближайших 5 торговых точках колбаса зеленая, йогурты «не одинаково полезные», а хлебом можно убить случайно пробегающую мимо крысу. Чем не тема? А безопасность ящиков, где приходится оставлять сумки? (На камеру хранения они не тянут!). Насколько безопасно там что-то оставлять и в каких случаях охранники магазина имеют

право вас не пустить или обыскать? Кто и как следит за тем, чтобы на дороге не только водители, но и пешеходы или велосипедисты соблюдали правила? Вопрос «А как по закону?» - это просто неиссякаемый источник тем.

Чтобы было проще, можно превратить поиск тем в игру. Придумывайте каждый день по одной теме. И, когда смотрите или читаете новости, фантазируйте на тему о том, как можно ту или иную новость превратить в тему для вашего издания. Во всяком случае, стресса от срочного поиска тем за час до планерки вы точно сможете избежать.

Отдельно следует упомянуть «**информированные источники**», на которые время от времени ссылаются СМИ. Тут возможны два варианта. Но оба решаются руководством издания. Первый — это реальные люди, как правило, занимающие высокие посты в какой-либо организации или компании. Информацию они сообщают либо преследуя какие-то свои интересы (сместить кого-то с должности, например), либо за деньги, либо по принципу «услуга за услугу». Имена этих источников редактору, разумеется, известны, а вот журналист может их и не знать. Но в любом случае, согласно законодательству большинства стран, раскрывать их кому-то нужно только по требованию суда. Использование таких источников — достаточно распространенная практика.

Второй вариант, как правило, вообще не афишируется. Но он есть. Если редакции для достижения каких-либо своих целей необходимо довести до читателей какую-то идею, предположение и т.п., а подходящего спикера или даже «информированного источника» нет, то его просто придумывают. Это рискованное и авантюрное решение. Да, конечно, в случае чего в суде можно заявить, что опубликованная информация содержалась в анонимном письме. Но тогда придется либо представить это письмо, либо объяснять, куда и почему оно исчезло. А это заведомо ложные показания. Если под материалом не стоит фамилия какого-то определенного журналиста, то отдуваться за возможные неприятности будет редактор. А вот если слова выдуманного источника используются в подписанном материале, то исход дела может быть непредсказуем. Если будет по-

дан иск в суд, в качестве ответчика, скорее всего, привлекут журналиста. И будет ли редакция его защищать (например, оплачивать услуги адвоката, выплачивать взыскиваемую по решению суда компенсацию морального вреда и т.п.) или решит пожертвовать пешкой, зависит от редактора и редакционной политики. Это неприглядная сторона журналистики, но тот, кто собирается работать в СМИ, должен об этом знать.

Упражнение 4.

Найдите по одной теме 1) в социальных сетях 2) в новостной ленте 3) в газете (по ассоциации или оттолкнувшись от темы статьи) 4) оттолкнувшись от законодательства 5) на форуме.

Сделайте подборку тем на общественно-политическую, культурную, спортивную, экономическую и криминальную тематику. Или на любую другую, которая вам больше нравится.

Упражнение 5.

Прочитайте еще раз какую-нибудь известную детскую сказку. Представьте себе, что это не сказка, а газетная статья. Определите ее основную тему. Составьте список тем, которые также можно из этой статьи «вытащить».

Пример: «Красная шапочка». Основная тема — в целом положительная работа правоохранительных органов. (Оперативно прибыли на место преступления, спасли Красную шапочку и ее бабушку, задержали преступника, или убили при попытке оказать сопротивление). Что еще мы видим в этой истории? 1. Проблема одиноких стариков. Есть дети и внуки, а старики живут одни, где-то очень далеко. 2. Безопасность одиноких пожилых людей. Вот так придет волк, съест и никого рядом не окажется. Что в таких ситуациях могут сделать социальные службы, участковый полицейский, соседи? Жертвами каких преступлений чаще всего становятся одинокие старики? 3. Дети и подростки, которые остаются без присмотра и оказываются предоставленными сами себе. Пока родители пытаются заработать денег на то, чтобы прокормить детей и дать им образование, дети одни ходят по лесу, в котором полно волков и других опас-

ных хищников. (Еще одна тема — как заработать на образование ребенку. Реально ли это? И что будет с ребенком, пока родители зарабатывают?) 4. Безответственные родители. Мать — домохозяйка. Однако, она сама не идет через лес к бабушке. И не идет вместе с Красной шапочкой. Она отправляет ребенка одного и подвергает его смертельной опасности. 5. Какие дети чаще всего становятся жертвами волков? Какая вообще ситуация с преступлениями против несовершеннолетних? 6. Отношения невестки и свекрови, различные психологические аспекты, или жуткие истории. Почему мать Красной шапочки не пошла к бабушке? Может быть, как раз потому, что это бабушка со стороны отца, т.е. ее свекровь? И они не общаются.

Попробуйте сделать тоже самое с сказками про Винни-Пуха, Дюймовочку, Буратино и др.

Идея

Если читая вашу статью у читателя (даже если в этой роли выступает редактор) возникает вопрос «Что автор хотел сказать?..», то материал не получился.

Даже если вам сообщают о мероприятии за час до его начала, то первое, что должно возникнуть в голове — это идея. Предугадать какую именно основную мысль попытаются донести участники пресс-конференции или круглого стола, конечно, бывает сложно. Однако, «по ходу пьесы» это становится очевидным. Обычно, первого выступления или первых 10-15 минут общения с героем бывает достаточно, чтобы это понять. А это значит, что сидя на мероприятии или общаясь с человеком, нужно не надеяться на диктофон, а внимательно слушать и думать. Диктофон может за вас что-то «запомнить», но думать он не умеет и не будет. То есть, слушать вы должны целенаправленно, «вылавливая» ответ на вопрос «О чем будет статья?». Чтобы лучше понять, как это сделать, попробуйте взять любой текст, например, из энциклопедии. Допустим, находим там слово «монгольфьер» и читаем всю статью. Узнаем из нее массу интересного — кто изобрел монгольфьер, как этот аппарат выглядел, из чего его делали, как управляли. А теперь поставим перед собой конкретный вопрос: «Когда состоялся первый полет монгольфьера?» и прочитаем эту же статью еще раз, но уже «прицельно» выискивая ответ на поставленный вопрос. Всю остальную информацию вы тоже получите, но на ту строчку, которая вам нужна, обратите намного больше внимания. Итак, перед началом любой беседы ставим перед собой вопрос — «Какая главная мысль?». Если через 15 минут вы так и не смогли ее сформулировать одним предложением, то, скорее всего, вам предстоит долгая и нудная работа — разбираться во всем сказанном и искать в нем рациональное зерно.

Особенно важно уметь уловить идею во время продолжительных мероприятий — круглых столов, общественных слушаний, судебных

ных заседаний. Если в голове есть идея статьи, то слушать различные выступления в течение нескольких часов уже намного легче. В этом случае автор будущей статьи слушает уже целенаправленно, отмечая наиболее интересные и подходящие места в речах спикеров. В противном случае будет даже сложно рассказать в редакции, о чем шла речь на мероприятии и что там было интересного.

Обратите внимание, что ответ на вопрос «О чем статья?» должен быть именно предложением, а не одним словом. Представьте себе, что кто-то из ваших знакомых взахлеб рассказывает вам о том, что он прочитал очень интересную статью. Вы спрашиваете «О чем?», а он отвечает «О ЖКХ», или «О коллайдере». Естественно тут же хочется спросить «И что?». Вам же любопытно, что же там такого интересного? «Что там интересного?» — «Цены!» (или «Открытие!»). Вы поняли, о чем статья? Так вот, ваш ответ на этот вопрос должен быть понятным. Например, «Это статья о том, что предлагают неправительственные организации для наведения порядка в ЖКХ» («Это статья о том, что ученые, работающие с большим андронным коллайдером случайно создали 15 новых вселенных»).

Френсис Форд Coppola однажды сказал «Мой фильм готов. Остается только его снять». Вот такое же ощущение должно быть при работе над материалом — «Моя статья готова. Остается только ее написать».

На чем можно потренироваться? Газеты, журналы читаете? Телевизор смотрите? Попробуйте каждый раз задавать себе вопрос «Что автор хотел сказать?» и отвечать на него. Возможно, вам попадутся и такие сюжеты и материалы, где действительно непонятно не только, что автор хотел сказать, а что он вообще хотел, кроме гонорара и даже «автор сам не понял, что сказал»... Ну что ж, в таком случае у вас будет наглядный пример того, как писать не надо.

Идея, или основная мысль вашей статьи, нужна еще и для того, чтобы поднять или поддерживать свой авторитет в глазах редактора. Когда на планерке вы заявляете тему и при этом сразу же оговариваете «что автор хотел сказать», вы не только даете редактору четкое представление о том, что вы собираетесь делать и зачем, но и существенно экономите свое и чужое время.

Согласитесь, когда на планерке, вместо того, чтобы уже браться за работу над следующим номером, вы всей редакцией битый час объясняете коллеге, чем Аль Капоне отличается от Аль Пачино, а Аль Пачино от капучино, это начинает раздражать.

Поставьте себя на место редактора. Редактору нужно видеть картину в целом, т.е. очень четко представлять себе, о чем будет следующий номер, о чем будут статьи, над которыми работают журналисты, чем озадачить фотографа и т.п. Если сотрудник заявляет что-то вроде «Ну я что-нибудь напишу про ЖКХ...», то это означает, что при сдаче материала может возникнуть проблема («что-нибудь» может оказаться не интересным, не соответствующим редакционной политике, вообще недостоверным и т.п.). Не исключено, что в последний момент статью придется или лихорадочно переписывать или искать ей замену.

И главное — если вы не знаете, что хотите сказать, то писать статью будет очень трудно, а работа над ней отнимет слишком много сил и времени.

Бывает, что даже очень интересную тему не утверждают на планерке, потому что она заявлена неправильно. Да, иногда действительно сложно сформулировать, о чем будет статья. Замечательный пример этого есть в кинематографе — фильм «Достучаться до небес». О чем этот фильм? О том, как два парня едут к морю. И что? Неинтересно. Два парня, умирающих от рака, едут к морю. Все равно неинтересно. Два парня, умирающих от рака, едут к морю, потому что они никогда его не видели. Все равно неинтересно! А вот если сказать, что два парня, которым осталось жить несколько дней, отправляются к морю, которого никогда не видели, при этом случайно угнав у бандитов машину с миллионом долларов и ограбив по дороге банк — это уже лучше. Хотя даже это не отражает всей глубины фильма.

«Пойми, на небесах только и говорят, что о море. Как оно бесконечно прекрасно... О закате, который они видели... О том как солнце, погружаясь в волны, стало алым как кровь. И почувствовали, что море впитало энергию светила в себя, и солнце было укрощено, и огонь уже догорал в глубине. А ты?... Что ты им скажешь? Ведь ты ни

разу не был на море. Там, наверху, тебя окрестят лохом.» - это цитата из фильма. Когда знаешь, что произошло в фильме до этих слов, они особенно берут за душу.

Вот примерно тоже самое должно быть и со статьями. Во всяком случае, к этому следует стремиться — чем больше статья берет за душу, тем лучше.

Но вернемся к газетам. Если поднимаются цены на бензин, то есть люди, которые в этом заинтересованы. Это идея. Дальше — кто заинтересован и почему, в чем их выгода. (Тут нужен комментарий специалиста, например, экономиста). Противоречит ли ношение хиджаба в школах закону о религии или закону об образовании? (комментарии юристов. Вполне возможно, что в законах есть коллизия — противоречие). Прохождение техосмотра не влияет на количество ДТП, произошедших из-за технических неисправностей автомобиля.

Идея должна быть везде. Во многих изданиях раздел культуры считается второстепенным, но если в статьях этого раздела сильные, интересные материалы, интересные идеи, то он может стать более читаемым, чем другие рубрики. Можно просто написать о каком-то художнике, о том, что у него хорошие картины. И что? А если основной мыслью будет то, что выразить себя в творчестве не поздно в любом возрасте? Допустим, герой статьи всю жизнь проработал на стройке и вдруг, в 70 лет, начал писать потрясающие картины. Или стихи. Или довольно успешный менеджер вдруг все бросил и открыл мастерскую по изготовлению музыкальных инструментов. Может и не новая идея о том, что в жизни надо заниматься тем, к чему лежит душа, но это идея. А без нее — это не более, чем реклама мастерской.

Идея полезна еще и тем, что один и тот же материал можно повернуть в нужную и соответствующую редакционной политике сторону. Предположим, идет самая обычная пресс-конференция. Оператор сотовой связи запустил 4G еще в трех крупных городах. Одни СМИ дадут эту новость как есть — 4G запущено еще в трех городах. Через два года будет еще в пяти. Другие, специализированные, сконцентрируются на том, что это даст жителям этих самых трех городов и что вообще дает эта технология. Ну а если этот оператор связи не

дружит с какой-то редакцией, то основной мыслью могут стать и темпы, с которыми технология внедряется. Всего три города. И на это ушло столько-то лет. Еще на пять городов уйдет еще целых два года. Дальше бывший совершенно нейтральным комментарием о том, что все это стоит дорого, что на ввоз необходимого оборудования и его установку требуется время и т.п. А если потом посчитать, сколько всего городов? И к какому году пользователей ждет всеобщая 4G-ация всей страны? Цитаты те же. Факты те же. Идея другая.

Так что перед тем, как искать идею, нужно хотя бы в общих чертах понимать редакционную политику и знать, с кем издание дружит, а с кем — не очень...

У каждого издания свой формат и своя редакционная политика. Что это означает? Это то, какие темы издание освещает, а какие нет и каким именно образом. Одно и то же событие может быть подано совершенно по-разному. Это как в кулинарии. Событие, спикеры, комментарии — это не больше, чем набор ингредиентов. Какое из него блюдо приготовит журналист, зависит от самого издания и от мастерства автора.

Если издание публикует в основном резкие критические статьи, то материал, написанный в духе «бабочки-цветочки» в номер просто не пойдет. И наоборот — проблемная, «чернушная» статья будет совершенно неуместна в глянцево-м журнале.

Лучше всего разницу в стиле изложения видно на примерах. Возьмем как инфоповод речь Остапа Бендера в Васюках из «12 стульев» Ильфа и Петрова:

«— Шахматы! — говорил Остап. — Знаете ли вы, что такое шахматы? Они двигают вперед не только культуру, но и экономику! Знаете ли вы, что *шахматный клуб четырех коней* при правильной постановке дела сможет совершенно преобразить город Васюки?»

Остап со вчерашнего дня еще ничего не ел. Поэтому красноречие его было необыкновенно.

— Да! — кричал он. — Шахматы обогащают страну! Если вы согласитесь на мой проект, то спускаться из города на пристань вы будете по мраморным лестницам! Васюки станут центром десяти губерний! Что вы раньше слышали о городе Земмеринге? Ничего! А

теперь этот городишко богат и знаменит только потому, что там был организован международный турнир. Поэтому я говорю: в Васюках надо устроить международный шахматный турнир!

— Как? – закричали все.

— Вполне реальная вещь, – ответил гроссмейстер, – мои личные связи и ваша

самодеятельность — вот все необходимое и достаточное для организации международного *Васюкинского* турнира. Подумайте над тем, как красиво будет звучать — «Международный Васюкинский турнир 1927 года». Приезд Хозе-Рауля Капабланки, Эммануила Ласкера, Алехина, Нимцовича, Рети, Рубинштейна, Мароци, Тарраша, Видмара и доктора Григорьева — обеспечен. Кроме того, обеспечено и мое участие!

— Но деньги! – застонали васюкинцы. – Им же всем деньги нужно платить! Много тысяч денег! Где же их взять?

— Все учтено могучим ураганом! – сказал О. Бендер. – Деньги дадут сборы!

— Кто же у нас будет платить такие бешеные деньги? Васюкинцы...

— Какие там васюкинцы! Васюкинцы денег платить не будут. Они будут их по-лу-чать! Это же все чрезвычайно просто. Ведь на турнир с участием таких величайших вельтмейстеров съедутся любители шахмат всего мира. Сотни тысяч людей, богато обеспеченных людей, будут стремиться в Васюки. Во-первых, речной транспорт такого количества людей поднять не сможет. Следовательно, НКПС построит железнодорожную магистраль Москва — Васюки. Это — раз. Два — это гостиницы и небоскребы для размещения гостей. Три — это поднятие сельского хозяйства в радиусе на *тысячу* километров: гостей нужно снабжать — овощи, фрукты, икра, шоколадные *конфеты*. Дворец, в котором будет происходить турнир, – четыре. Пять — постройка гаражей для гостевого автотранспорта. Для передачи всему миру сенсационных результатов турнира придется построить сверхмощную радиостанцию. Это — в-шестых. Теперь относительно железнодорожной магистрали Москва — Васюки. Несомненно, такая не будет обладать такой пропускной способностью, чтобы пере-

везти в Васюки всех желающих. Отсюда вытекает аэропорт «Большие Васюки» — регулярное отправление почтовых самолетов и дирижаблей во все концы света, включая Лос-Анжелос и Мельбурн.

Ослепительные перспективы развернулись перед васюкинскими любителями. Пределы комнаты расширились. Гнилые стены конно-заводского гнезда рухнули, и вместо них в голубое небо ушел стеклянный тридцатитрехэтажный дворец шахматной мысли. В каждом его зале, в каждой комнате и даже в пронсящихся пулей лифтах сидели вдумчивые люди и играли в шахматы на инкрустированных малахитом досках. Мраморные лестницы действительно ниспадали в синюю Волгу. На реке стояли океанские пароходы. По фуникулерам подымались в город мордатые иностранцы, шахматные леди, австралийские поклонники индийской защиты, индусы в белых тюрбанах — приверженцы испанской партии, немцы, французы, новозеландцы, жители бассейна реки Амазонки и, завидующие васюкинцам, — москвичи, ленинградцы, киевляне, сибиряки и одесситы....

— Не беспокойтесь, — сказал Остап, — мой проект гарантирует вашему городу неслыханный расцвет производительных сил. Подумайте, что будет, когда турнир окончится и когда уедут все гости. Жители Москвы, стесненные жилищным кризисом, бросятся в ваш великолепный город. Столица автоматически переходит в Васюки. Сюда переезжает правительство. Васюки переименовываются в Нью-Москву, а Москва — в Старые Васюки. Ленинградцы и харьковчане скрежещут зубами, но ничего не могут поделать. Нью-Москва становится элегантнейшим центром Европы, а скоро и всего мира.

— Всего мира!!! — застонали оглушенные васюкинцы.

— Да! А впоследствии и вселенной. Шахматная мысль, превратившая уездный город в столицу земного шара, превратится в прикладную науку и изобретет способы междупланетного сообщения. Из Васюков полетят сигналы на Марс, Юпитер и Нептун. Сообщение с Венерой делается таким же легким, как переезд из Рыбинска в Ярославль. А там, как знать, может быть, лет через восемь в Васюках состоится первый в истории мироздания междупланетный шахматный *турнир!*»

Теперь посмотрим, как бы это событие освещалось разными изданиями.

Информационное агентство или новостной портал:

В Васюках будет организован международный шахматный турнир — О.Бендер

Васюки. 15 октября. В Васюках будет организован международный шахматный турнир, сообщил сын турецкоподданого Остап Бендер.

«Я говорю: в Васюках надо устроить международный шахматный турнир! мои личные связи и ваша самодеятельность — вот все необходимое и достаточное для организации международного *Васюкинского* турнира», — сказал О.Бендер во время сеанса одновременной игры в пятницу.

При этом он пообещал, что в турнире примут участие знаменитые гроссмейстеры.

«Приезд Хозе-Рауля Капабланки, Эммануила Ласкера, Алехина, Нимцовича, Рети, Рубинштейна, Мароци, Тарраша, Видмара и доктора Григорьева — обеспечен. Кроме того, обеспечено и мое участие!», — отметил О.Бендер.

По его словам, проведение международного шахматного турнира будет способствовать улучшению экономической ситуации в Васюках.

«Васюкинцы денег платить (за проведение турнира — прим.ред.) не будут. Они будут их получать. Это же все чрезвычайно просто. Ведь на турнир с участием таких величайших вельтмейстеров съедутся любители шахмат всего мира», — подчеркнул гроссмейстер.

При этом он пояснил, что для приезда сотен тысяч участников и зрителей турнира будут построены железнодорожная магистраль Москва — Васюки и международный аэропорт, а в самом городе — гостиницы и небоскребы для размещения гостей. Кроме того, по словам О.Бендера, для обеспечения гостей и участников турнира питанием произойдет «поднятие сельского хозяйства в радиусе на тысячу километров».

Также О.Бендер не исключил возможности переноса столицы из Москвы в Васюки и проведения в Васюках первого в истории межпланетного шахматного турнира.

Официальная пресса.

Столица шахматной вселенной

В Васюках состоялся сеанс одновременной игры знаменитого гроссмейстера О.Бендера, во время которого шахматист выступил с пламенной и вдохновенной речью.

В ярком спортивном событии, которое состоялось в Васюкинском шахматном клубе, приняли участие 12 сильнейших игроков нашего города и множество поклонников шахмат. Перед тем, как они сели за доски, О.Бендер рассказал о том, каким он видит спортивное будущее города Васюки.

— Знаете ли вы, что такое шахматы? — начал Остап Ибрагимович свою речь с самого животрепещущего для игроков вопроса. — Они двигают вперед не только культуру, но и экономику! Знаете ли вы, что *шахматный клуб четырех коней* при правильной постановке дела сможет совершенно преобразить город Васюки? Шахматы обогащают страну! Если вы согласитесь на мой проект, то спускаться из города на пристань вы будете по мраморным лестницам! Васюки станут центром десяти губерний! Что вы раньше слышали о городе Земмеринге? Ничего! А теперь этот городишко богат и знаменит только потому, что там был организован международный турнир. Поэтому я говорю: в Васюках надо устроить международный шахматный турнир!

Знаменитые шахматные турниры до этого проходили только в самых крупных городах, в столицах мира — Лондоне, Нью-Йорке, Париже, Риме. А скоро к этому славному списку добавятся и наши родные Васюки.

Остап Ибрагимович обратил внимание и на то, сколько будет построено новых дорог, открыто авиамаршрутов, возведено гостиниц и создано рабочих мест, чтобы гости и участники столь крупных соревнований могли чувствовать себя в нашем городе как дома.

Шахматисты и поклонники шахмат слушали Остапа Ибрагимовича с замиранием сердца. Одна только новость о том, что чемпионат мира может пройти в нашем городе, вызвала у них восторг и

энтузиазм. Но гроссмейстер поделился еще более далеко идущими планами! Когда-нибудь в Васюках пройдет и... межпланетный шахматный турнир!

— Да! А впоследствии и вселенной. Шахматная мысль, превратившая уездный город в столицу земного шара, превратится в прикладную науку и изобретет способы междупланетного сообщения. Из Васюков полетят сигналы на Марс, Юпитер и Нептун. Сообщение с Венерой делается таким же легким, как переезд из Рыбинска в Ярославль. А там, как знать, может быть, лет через восемь в Васюках состоится первый в истории мироздания междупланетный шахматный *турнир!*

Эти слова мастера шахмат подтверждаются научными исследованиями. В обитаемых зонах звезд обнаружено уже 54 планеты, находящихся в обитаемых зонах своих далеких звезд. Как знать, может быть в будущем именно с них прилетят в Васюки инопланетные мастера доски и пешки.

Оппозиционная пресса

На чьей улице будет праздник в Васюках?

Заезжий гроссмейстер обещает, что васюкинцы разбогатеют на шахматах и инопланетянах.

На днях в Васюкинском шахматном клубе состоялся сеанс то ли одновременной игры, то ли черной магии с предсказаниями светлого будущего. Неизвестно откуда взявшийся гроссмейстер Остап Бендер решил развивать спортивную жизнь Васюков с далеко идущими коммерческими целями.

— Они двигают вперед не только культуру, но и экономику! Знаете ли вы, что *шахматный клуб четырех коней* при правильной постановке дела сможет совершенно преобразить город Васюки? Если вы согласитесь на мой проект, то спускаться из города на пристань вы будете по мраморным лестницам! Васюки станут центром десяти губерний! Что вы раньше слышали о городе Земмеринге? Ничего! А теперь этот городишко богат и знаменит только потому, что там был

организован международный турнир. Поэтому я говорю: в Васюках надо устроить международный шахматный турнир! - заявил он, вместо того, чтобы поинтересоваться хотя бы именами своих будущих соперников по шахматной доске.

Более того, О.Бендер уже готов пригласить в наш город пришельцев с далеких галактик!

— Да! А впоследствии и вселенной. Шахматная мысль, превратившая уездный город в столицу земного шара, превратится в прикладную науку и изобретет способы междупланетного сообщения. Из Васюков полетят сигналы на Марс, Юпитер и Нептун. Сообщение с Венерой делается таким же легким, как переезд из Рыбинска в Ярославль. А там, как знать, может быть, лет через восемь в Васюках состоится первый в истории мироздания междупланетный шахматный *турнир!*

Ключевые слова в речи О.Бендера — «мой проект». *Cui prodest?* — Кому выгодно? О.Бендер сам же и отвечает на свой вопрос:

— Мои личные связи и ваша самодеятельность — вот все необходимое.

Судя по всему, «личные связи» у О.Бендера в самых верхах. О фамилиях можно только догадываться. Иначе чем объяснить его уверенность в постройке железнодорожных путей, авиамаршрутов и автотрасс в город Васюки, возведении гостиничных комплексов. О. Бендер утверждает, что это принесет Васюкинцам колоссальные прибыли, однако о том, чьими руками будет вся эта красота возводиться и обслуживаться, он умалчивает.

Красивая картинка может в итоге обернуться экологической и социальной катастрофой. В Васюки нахлынут толпы мигрантов, возрастет преступность, резко ухудшится экология. Одна только идея высадки внеземных существ в городе Васюки может повлечь за собой самые непредсказуемые последствия — так считают эксперты.

— Большое количество автомобильного и железнодорожного транспорта, несомненно увеличит количество вредных выбросов в атмосферу. Строительство дорог и гостиниц потребует вырубки наших прекрасных, окружающих город, лесов, наших легких. А на каком топливе будут работать инопланетные ракеты и как это отразится на нашем здоровье, вообще никто сказать не может! — считает эколог В.Зеленый.

А экономист Д.Бакс полагает, что реализация грандиозного проекта не менее негативно скажется на экономике.

- Кто будет всем этим заниматься? Кто будет работать? — задает ся вопросом эксперт. — Для всего этого грандиозного строительства потребуются сотни рабочих рук. На этом ваюскинцы разбогатеют что ли? Вы сами знаете, сколько у нас платят на стройках. Тогда как? Работая в отелях горничными и садовниками? Может быть, О.Бендер полагает, что жители города Васюки смогут приобрести все эти сооружения себе в собственность? На какие, позвольте спросить, средства? На их среднюю зарплату? А вот и нет. О.Бендер намерен перевезти в Васюки правительство, чиновников, вот у кто будет реальными хозяевами жизни в Васюках, а простые люди так и будут собираться в полуразрушенном клубе, чтобы поиграть в шахматы за старыми досками.

Остается только надеяться, что прежде, чем идти на поводу у эзжего авантюриста и готовиться к встрече с инопланетянами, городские власти прислушаются к голосу разума.

Разумеется, есть еще глянцевые журналы, специализированные издания, посвященные шахматам и многое другое. И в каждом свой формат, свой стиль, своя подача. Для журналиста важно умение быстро переключаться между разными форматами, уметь писать под любое издание и в любом стиле, находить нужный подход в изложении материала. Чем лучше он это умеет, тем больше ценится.

Упражнение 6.

Внимательно прочитайте любую статью в газете (именно в газете, а не в социальной сети или информационной ленте, т.к. в газете вы найдете больше нужных для этого упражнения сведений).

Ответьте на вопрос: Какая главная мысль в этой статье?

Подумайте, какая еще идея могла бы стать главной мыслью данной статьи?

Запишите, чего не хватает в статье, чтобы можно было переделать статью, сделав вашу идею ее главной мыслью (комментариев каких специалистов, каких данных и т.п.)

Упражнение 7.

Найдите освещение одного и того же мероприятия в официальной и в оппозиционной прессе. Внимательно изучите обе, выделите идею каждой из них и обратите внимание на то, как эта идея воплощена в статьях.

1. Возьмите любую позитивную, можно даже сказать, хвалебную статью, которая попадется, без привязки к мероприятию. Придумайте идею, которая бы сделала этот материал критическим.

2. А теперь возьмите любую критическую статью (чем она злее, тем лучше). Как можно ее повернуть, чтобы она стала позитивной?

Упражнение 8.

Используя речь Остапа Бендера, напишите небольшую статью для глянцевого журнала

для спортивного издания

Возьмите другой отрывок из любой книги, который можно использовать как инфоповод. Напишите небольшие статьи для

информационного агентства

официальной прессы

оппозиционной прессы

глянца

Возьмите любую статью из газеты и на ее основе напишите свой материал для издания, работающего в совершенно другом формате.

Структура

Когда есть идея, должна появиться и структура. Определившись с идеей, вы должны тут же определиться с тем, с чего начнете, чем продолжите и как закончите статью. Чьи слова вы поставите в самом начале? В каком порядке расположите спикеров? Что подчеркнете в первую очередь, а что будет дополнять основную мысль?

Американцы нередко обвиняют русскоязычных (для них все русскоязычные — русские) в том, что они очень долго ходят вокруг да около и только в самом конце текста можно понять, что же хотел сказать автор и к чему он так долго вел. В США, да и многих других зарубежных странах принято сначала четко излагать суть, а потом уже давать пространные (или не очень) объяснения.

То есть вначале «Что? Где? Когда?», а потом уже «Почему? Зачем? И на каком основании?».

В любом случае, с первых строк читателю должно быть понятно, с чего это вы решили написать эту статью.

Допустим, какой-то чиновник из министерства что-то заявил, пообещал, раскритиковал. Коротенько (но понятно!) пишем об этом. Дальше начинаем «копать» тему. Подтверждаются ли его слова фактами, официальными данными? Что по этому поводу думают те, кто может иметь непосредственное отношение к проблеме (экономисты, политологи, простые люди)?

Неплохо бы вспомнить, говорил ли этот чиновник уже что-то на эту тему ранее или нет. Если говорил, то что именно и не противоречит ли это его выступлению, о котором вы пишете.

В конце идет вывод. (Если все, что было сказано, правда — будет всем счастье. Чиновник сам недостаточно хорошо владеет ситуацией. Если он не выполнит свои обещания, может случиться то-то и то-то.)

Алгоритм работы над материалом такой:

Берем тему и забиваем ее в поисковик. Например, «Есть ли жизнь на Марсе?»

При необходимости сужаем поиск до вашего региона.

Из всего найденного имеет смысл просмотреть ссылки только с первых нескольких страниц, 5, максимум, 10. Все остальное, как правило, будет или слишком старой информацией, или слишком далеко уводить в сторону.

Все полезное копируем и вставляем в отдельный документ. Обязательно рядом с каждым скопированным фрагментом указывайте ссылку на сайт, с которого вы его взяли. Возможно, вам понадобится снова туда заглянуть или сослаться на него в тексте.

Если ничего путного не нашлось, формулируем запрос по-другому. Например «марсиане доказательства» или «марс сфинкс пирамиды». И повторяем процедуру.

Слишком не увлекайтесь — 40 страниц предварительной информации для написания одной статьи вы все равно не успеете переработать.

Кстати, о переработке. Теперь внимательно читаем то, что нашли и сразу же маркером выделяем факты. Или особенно значимые цитаты.

Разделяем их по темам. Например «Жизнь на Марсе есть (или была)», «Жизни на Марсе нет и никогда не было», «Да разве ж это жизнь?!». Можно сразу при работе над собранной информацией выделять разные темы разным цветом.

Сокращаем, обрабатываем, приводим в читабельный вид каждую тему.

Собираем материал в единое целое — пишем начало (с чего это вы решили написать об этом), добавляем плавные переходы от одной подтемы к другой. (Если текст очень большой или подтемы стыкуются не совсем гладко, разбиваем их на подглавки и пишем заголовок для каждой из них), делаем вывод. Например, жизни на Марсе пока нет, но скоро будет.

Еще раз внимательно все перечитываем. При необходимости разбиваем длинные громоздкие предложения на более короткие, «отжимаем воду» (убираем все высказывания, которые не содержат информации. Например, во фразе, «Спутники NASA зафиксировали на Марсе наличие рукотворных строений, но это держится в строжайшем секрете» информация есть. А в высказывании «Как

красивы первые звездочки на ночном небе!» информации практически нет. Как понять есть ли во фразе информация, сколько ее и насколько она полезна? Сможете переделать фразу в строчку из списка полезных фактов? (На Марсе есть рукотворные строения). Есть в этом что-то новое? Если да, то оставляем. Если вы не можете убедительно сказать, что нового в том, что первые звездочки красивы, смело удаляйте эту фразу!

Помните, как в школе писали сочинение? Помните, там после названия темы обязательно должен был идти план? Вот это и есть структура.

Выявлять ее проще в печатных СМИ, чем в телепрограммах. Поначалу можно выписывать структуру на бумагу, в дальнейшем эту работу можно проделывать в уме. Нередко редакторы в ежедневных изданиях требуют, чтобы, возвращаясь с мероприятия, журналист не терял время в машине, а тщательно обдумывал и идею, и структуру. Тогда все, что ему останется сделать — это сесть и написать. Так быстрее.

Тренироваться удобнее всего не на своих материалах, а на чужих. Поначалу можно не торопясь «разложить по полочкам» статью какого-нибудь мэтра или зубра, записав структуру на бумаге (или на компьютере в отдельном файле). Если вы уже работаете, то структуру своих материалов тоже предварительно записывайте (поверьте, так намного быстрее работается!). Эти «упражнения» можно делать параллельно. В принципе, можно совместить и приятное с полезным, тренируясь на свежих номерах издания, в котором вы работаете. Во многих редакциях знание номера и его обсуждение на планерке являются обязательным. Так что внимательное изучение структуры написанных коллегами статей позволит и повисить свое мастерство и хорошо знать номер. Небольшая хитрость — чем больше вы пишете в номер, тем меньше вам придется читать чужих статей перед планеркой! (не говоря уже о размере полученных гонораров).

Сортировать материал или возникающие по ходу работы мысли можно разными способами. Можно составить табличку, в которую вносить имеющиеся сведения.

Например, тема статьи — вырубка деревьев в городе. При этом явно выделяются несколько пунктов — за вырубку, против вырубки, причины, последствия, нейтрализация негативных последствий. Графы в табличке можно так и назвать. Так нужная информация будет всегда под рукой.

Самая простая структура — у сообщений информационных агентств и новостных сайтов. Пока журналист еще не вошел в формат (то есть, не научился сразу отписывать материал в соответствии со всеми требованиями), он вполне может пользоваться разработанной мной «волшебной» табличкой. Структура информационного сообщения там уже есть, нужно лишь заполнить правую графу, скопировать и будет готовый материал хорошего качества.

Заголовок	Самое основное, что произошло - коротко	Аборигены съели Кука в ритуальных целях - вождь
Лид	Город. Дата. Название информагентства — тоже самое, что в заге, но подробнее и с указанием того, КТО сообщил — ДОЛЖНОСТЬ, ИМЯ, ФАМИЛИЯ.	N-ск. 31 февраля. Как-бы агентство — Аборигены съели Кука в рамках ритуала по привлечению силы и здоровья, заявил вождь племени Большая Шишка.
Цитата	Слова того, кто упоминался в лиде. В цитате говорится точно о том же, что в лиде, только это прямая речь. Цитата должна подтверждать сказанное в заге и лиде! Указывается КТО сказал, КОМУ сказал (корреспонденту такого-то агентства, на пресс-конференции и т.п.) и КОГДА сказал (в понедельник, во вторник и т.п.)	«Да, мы съели Кука. Но это нормально. У нас есть такой ритуал — съесть сильного и здорового человека, чтобы получить его силу и здоровье», — заявил Б.Шишка Как-бы агентству в пятницу. (или не агентству, а на пресс-конференции в пятницу)

При этом он(а) пояснил(а), (отметил, подчеркнул, что...)	Коротенько, самую суть, конкретно.	При этом он отметил, что такой ритуал проводится в племени ежегодно.
Цитата	Что пояснил, отметил, подчеркнул, но подробней и прямая речь.	«Мы каждый год едим по вот такому Куку и никогда никаких проблем не возникало. Это наша традиция, наша культура», — пояснил он.
Кроме того, он сообщил (отметил, добавил и т.п.)	Коротенько, самую суть, конкретно.	Кроме того, Б.Шишка сообщил, что племя намерено издать кулинарную книгу в память о Куке.
Цитата	Что пояснил, отметил, подчеркнул, но подробней и прямая речь.	«Мы очень уважаем тех, кого едим и в память о Куке готовим к изданию специальную кулинарную книгу, куда войдут лучшие рецепты для основных ритуалов», — добавил вождь.
В свою очередь ДОЛЖНОСТЬ, ИМЯ, ФАМИЛИЯ (это уже другой человек!) заметил (отметил, добавил и т.п.)	Коротенько, самую суть, конкретно.	В свою очередь колдун племени Главный Злюка добавил, что племя будет и дальше бережно хранить и развивать свои традиции, однако готово принять и адаптировать традиции и ритуалы и других культур.
Цитата	Что пояснил, отметил, подчеркнул, но подробней и прямая речь.	«Мы свои традиции чтим! И будем делать все, чтобы их сберечь. Однако, мы открыты для всех культур и готовы модернизировать ритуалы, используя традиции других племен. Например, мы можем отныне готовить Куков не в котле, а в микроволновой печи», — сообщил он.

Бэк	Напомним (Как сообщалось) — предыстория как она была в ЛЕНТЕ (т.е. как она выходила у информагентства!) Это если идет продолжение какой-то темы, о которой уже рассказывалось.	Как сообщалось, прибывший на остров мореплаватель Кук был съеден аборигенами. Руководство племени поначалу опровергало факт каннибализма. Однако 43 января находившийся на судне Кука кок обнаружил на берегу человеческие кости, явно принадлежавшие европейцу. 44 января руководство племени официально признало факт съедения Кука аборигенами.
-----	--	--

Упражнение 9.

Возьмите любую достаточно длинную статью, не разбитую на подглавки (это плохо, что она не разбита. Читать неудобно. Но для данного упражнения это именно то, что нужно). Можно взять и интервью, но с ним вам работать будет сложнее.

Внимательно прочитайте статью.

Напишите план этой статьи — на какие отдельные логически завершенные части вы бы ее разделили

Придумайте альтернативный вариант плана — какие части, на ваш взгляд, можно поменять местами, чтобы сделать статью сильнее, увлекательнее, читабельнее.

Упражнение 10.

Возьмите любую статью из газеты или выступление известной личности (лучше из общественно-политической или правовой тематики) и сделайте по «волшебной» табличке новость для информационного портала или сайта.

Заголовок и врезка

Заголовок и врезка — это тот крючок, на который клюет читатель. Если они не интересны, то даже самую хорошую статью читать не будут.

Заголовок должен быть красивый и говорить читателю о том, о чем же он собственно собирается почитать. А врезка должна цеплять человека за живое. Оба отвечают на вопрос «О чем статья?»

Можно потратить некоторое время и создать замечательный справочник красивых заголовков.

— можно выписывать наиболее удачные заголовки, которые всегда можно либо перефразировать, либо использовать принцип, по которым они составлены

— можно составить список поговорок на разные темы или хотя бы просто найти такие в Интернете и сохранить ссылку. (Если лень искать, то вот навскидку — <http://www.aphorism.ru>, http://www.xvim.info/s_top.php, <http://poslovicy-pogovorki.ru>)

— можно перефразировать поговорки, устойчивые выражения и даже названия известных фильмов, песен, стихотворений (и строчки из них).

Это самое увлекательное занятие. Но учтите, что заменять в них можно только одно слово, которое в целом не влияет на узнаваемость фразы. И слова должны быть созвучны тем, которые вы заменяете — т.е. быть похожими по звучанию, а еще лучше - рифмоваться с ними.

Ритм фразы не должен нарушаться. Как это проверить? Очень легко. В «новом» слове в вашей заголовке должно быть столько же слогов, сколько в том, которое стояло там изначально. Так, например, если взять фразу «Расцвели яблони и груши», то слово «груши» можно заменить на «су-ши», «у-ши» и т.п. , но никак не «у-лицы», «каш-т а-ны», «кокосовые пальмы». Сравните сами — «Расцвели яблони и уши» и «Расцвели яблони и каштаны».

Еще пример — «И целого мира мало» — «И целого Гира мало» (и даже «И Ричарда Гира мало»), «Очень страшное кино» — «Очень страшное вино».

Так, «Сон в летнюю ночь» — фраза известная. «Сом в летнюю ночь» — статья о рыбалке с заголовком из парафразы известного названия. А вот «Сон в осеннюю ночь» — узнаваемо, но хуже. И еще хуже — «Сом в осеннюю ночь» (реальный заголовок в одной из местных газет). Тут заменено сразу два слова. Догадаться, конечно, можно, но... А еще может быть «Слон в летнюю ночь», «Клон в летнюю ночь» и т.п. Поиграйте с фразами. Составьте таблицу:

Сон в летнюю ночь		
Сон	в летнюю	ночь
Сом	в зимнюю	
слон	в темную	
клон	в прошлую	

Если не находится нужно слово, воспользуйтесь генератором рифм, в Интернете их полно.

Кстати, составление таких таблиц - это отличное развлечение, когда вы кого-то ждете и вам нечем заняться.

То, что самыми «крутыми» заголовками являются те, где все слова начинаются с одной и той же буквы (например «Полынь половецких полей») — не совсем правда. Часто в погоне за буквой теряется смысл заголовка или он перестает отражать общий смысл статьи.

Большинство редакторов не устают на каждой планерке повторять, что заголовок — это то, что продает вашу статью. Они правы. Вы когда-нибудь обращали внимание, как вы выбираете газеты или журналы в киоске? Ну или если вы предпочитаете «не читать до обеда советских газет» (как советовал герой Михаила Булгакова профессор Преображенский) или получать информацию из Интернета, наблюдайте за другими.

Выберете киоск или лоток, желательно такой, где выбор прессы достаточно широк — на любой вкус и кошелек — постоите неподалеку минут сорок и обратите внимание на то, что покупают чаще всего. Если стоять лень, подойдите к киоскеру к концу дня и спросите, какую прессу у него сегодня покупали чаще всего.

Да, люди бывают слишком подозрительными и могут насторожиться при любом непривычном их уху вопросе. Рассказ о том, что вы пытаетесь стать хорошим журналистом и как раз сейчас изучаете тему заголовков, испугает их еще больше. Для них это непонятно, а все, что непонятно, представляет из себя потенциальную опасность. Поскольку вам нужна информация, вы должны расположить собеседника к себе, а не наоборот. (Кстати, это один из важнейших навыков журналиста).

Так что, представьте себе, что вы — рядовой менеджер низшего звена. Вам дали задание выяснить, в каком печатном издании лучше всего разместить рекламу компании. Если вы не угадаете, и эффекта от рекламы не будет, то вы не пройдете испытательный срок и вас уволят с работы, которую вы так долго искали. Вот вы и подумали, что если предложите ту газету или журнал, который чаще всего покупают, то уж точно не ошибетесь.

Скорее всего, киоскер вам искренне посочувствует (у кого не было начальников-тиранов?) и расскажет все как можно подробнее.

Врать не хорошо? Да, но, по сути, вы сейчас занимаетесь тем же самым, чем полицейский, разведчик или актер. Что плохого в их работе?

Дальше дело техники. Либо киоскер сам вам сообщит, какие заголовки привлекли больше внимания, либо можете эту самую газетку купить и дома изучить самым внимательным образом.

Продающим окажется тот заголовок, который задевает за живое — т.е. поднимает тему, так или иначе имеющую отражение в жизни большинства людей.

На это можно возразить — желтая пресса прекрасно продается, и читатели реагируют на информацию о том, кто на ком женился и кто с кем развелся. Казалось бы, какое это имеет отношение к жизни простого библиотекаря или продавщицы из ближайшего магазинчика? Да точно такое же, как последние сплетни о коллегах и соседях. Это как подсматривать в замочную скважину — вроде как тебя это не касается, но уж очень любопытно узнать, что там такое происходит! (На этом принципе было основано не одно популярное реалити-шоу).

Замечательные примеры заголовков можно найти как в Интернете (например, на сайте <http://www.zagolovki.ru>), просто сидя вече-

ром перед телевизором (очень красивые креативные заголовки попадают порой на НТВ в качестве названий сюжетов в какой-либо программе). Особо понравившиеся неплохо бы записывать. Выдать их за свои, разумеется, не получится, зато они вполне могут послужить источником вдохновения.

Отдельно стоит упомянуть советы по составлению заголовков, которые порой дают профессиональные копирайтеры. Для их целей такие заголовки могут вполне подойти, особенно, если статья предназначается для Интернета. Но на газетной полосе фраза вроде «Посмотри, какое уникальное, сенсационное открытие сделали ученые! Это шокирует!» вряд ли будет уместна.

Существуют целые списки слов, которые «продают» статью. Но большинство из них сводится именно к таким «впервые», «шокирует», «сенсационный». Это работает, но пользоваться подобными методами следует с осторожностью. Круг тем, где подобные заголовки применимы, очень ограничен — желтая пресса, продажи товаров невысокого качества... В разделе «Политика» скорее можно прочесть «Президент США сделал сенсационное заявление», чем «Что сказал Барак Обама. Все в шоке!».

В общем, придумывая заголовок, о будущих читателях следует думать не меньше, чем при написании статьи.

Если есть желание побольше узнать о том, как создать правильный заголовок, советую почитать «30 советов по составлению заголовков от Джо Витале». Да и вообще не останавливаться на достигнутом и изучать все, что может пригодиться в работе.

Теперь о врезках. Врезка — это маленькая реклама вашей статьи. Ее цель — продавать ваш материал, вызывать к нему интерес, заставлять читателя дочитать до конца все, что вы вдохновенно написали. Если вы прочитали врезку и уныло спросили «Ну и что?» — это плохая врезка. А вот если вы сами не заметили, как увлеклись чтением самой статьи — это врезка хорошая.

Пример: «Наступила зима. Землю засыпал белый пушистый снежок, и в воздухе повеяло ожиданием праздника....» О чем будет статья? Непонятно. Скорее всего, некое эссе о праздновании Нового года. «Новогодняя ночь — самая напряженная для работников скорой

помощи...» А вот это уже может быть статья либо о том, как в праздник не покалечиться петардами, либо о том, как не отравиться чем попало (в зависимости от того, что мы дальше напишем во врезке).

От того, какими будут первые 2-3 слова во врезке зависит, будет она «цеплять» или нет. Всевозможные «вчера на заседании организации с названием из 10 слов такой-то такой-то с очень длинной должностью, опираясь на то-то и то-то сказал, что...» использовать не надо. Вам самим не надоело читать эту врезку? Она навеивает скуку, говорит о том, что и весь остальной текст будет серым и тоскливым и мало кто по доброй воле будет все это читать.

Другое дело, если вы начали врезку с чего-то типа «Возможность повысить пенсии в 10 раз есть, уверяет такой-то...». Это вызовет реакцию «А ну-ка с этого места поподробнее!..» — то есть, именно такую, как вам надо.

Очень неплохо этот принцип иллюстрируют врезки в желтой прессе и коротенькие анонсы на сайтах. А вот то, как не надо писать, увы, чаще всего встречается в официальных газетах и в небольших региональных изданиях.

Хуже всего читателю приходится тогда, когда у статьи есть привлекающий внимание заголовок (спасибо редактору, внесившему правки в творение журналиста!), врезки нет вообще, а текст начинается с длинных пространных рассуждений (редактор ушел курить...). Такие статьи редко дочитывают даже до середины. Согласитесь, когда вы загорелись узнать «с этого места поподробнее», а вместо этого на вас обрушивается поток бессмысленных фраз, это раздражает.

Небольшие заметки и короткие статьи избавлены от такого по своей сути — там просто негде философствовать. А вот длинные материалы, занимающие одну, а то и две полосы (т.е. страницы) в газете — неплохой шанс наткнуться на подобный «шедевр». Так что, если пишете объемный материал и не хотите с первых слов усыпить читателя, относитесь к врезке так, как будто она предназначена для крохотной заметки.

Еще одна хитрость — чтобы придать врезке динамику, то первое слово в ней должно быть глаголом. Это задаст настрой всему материалу — он может получиться более напряженным, чем вам бы хотелось.

Глагол как начало врезки отлично подойдет к тем материалам, которыми вы хотите заставить читателя покинуть уютное кресло перед телевизором и начать делать хоть что-нибудь. Чтобы потренироваться, возьмите любую газету или журнал, внимательно прочитайте статью и придумайте к ней несколько вариантов врезки, держа в голове, что пишете маленький рекламный текст к этой статье. Двух-трех предложений будет достаточно. Считайте это нано-технологиями в рекламе.

Если сложно определиться, что же именно сказать в этих двух-трех предложениях, то есть два полезных способа. Первый — найдите три слова, которые больше всего относятся к теме вашей статьи. Например — праздник, пиротехника, пострадавшие. Или президент, сотрудничество, заявление. Можно по этим словам понять, о чем будет статья? Можно. О пострадавших от пиротехники во время праздника или о том, что президент сделал какое-то заявление о сотрудничестве. А вот если вы выберете слова «улица, подростки, врачи», то догадаться, что речь пойдет о том, что врачи отметили, что во время праздников среди пострадавших было больше всего подростков, которые на улице запускали некачественные фейерверки, будет практически невозможно. Затем связываем все три слова в одно-два предложения (кстати, не обязательно их использовать в том порядке, в каком вы их выписали). Например — «Более 100 пострадавших были доставлены в больницы города в новогоднюю ночь в результате использования некачественной пиротехники».

Другой вариант — представьте, что у вас очень дорогой оператор мобильной связи. Не просто дорогой, а чудовищный. 10 долларов за минуту разговора. Зато с посекундной тарификацией. Вам нужно позвонить редактору и сообщить, о чем ваша статья. Естественно, при таких условиях вы сделаете все, чтобы как можно короче сказать все самое главное. Возьмите секундомер и засекайте, в какое время вы уложились.

Упражнение 11.

Выберете наугад 10 слов. Их можно взять, открыв наугад словарь, книгу, газету и, не глядя, ткнув пальцев в любое слово. Теперь составим таблицу из трех колонок. В первой записываем в столбик попавшиеся слова. Во второй — как можно больше слов, созвучных выбран-

ному. Кстати, это упражнение можно превратить в увлекательную игру, не отнимающую сил и времени. Как только вам на глаза попадается какое-нибудь слово, найдите другое слово, созвучное с ним.

Для чего это надо? Для того, чтобы когда вам понадобится придумать красивый заголовок, вы могли бы за считанные секунды обыграть созвучие слов.

Вариант для работы в группе: Ведущий, обращаясь к участникам по очереди, называет любые слова. Участники в течение нескольких секунд должны в ответ назвать созвучное слово. Например:

Ведущий участнику №1: Слон.

Участник №1: Заслон.

Ведущий участнику №2: Кино.

Участник №2: Домино.

Упражнение 12.

Откройте свежий номер любой газеты (или ленту на информационном сайте). Выберите три-четыре небольшие статьи, внимательно прочитайте и придумайте к каждой по 5 вариантов своих заголовков.

Упражнение 13.

К любой новости, которую вы услышали от друзей, знакомых или где-либо еще придумывайте хотя бы по три варианта заголовков. Если есть возможность, запишите их. Записывайте в один и тот же файл или тетрадь, постоянно пополняя список. Когда вам срочно понадобится заголовок, а в голову ничего не придет, можно будет этот список пролистать и даже если вы не найдете ничего подходящего, он натолкнет вас на нужную мысль.

Упражнение 14.

Выполняется в редакции на планерке. При обсуждении свежего номера, дайте журналистам задание перед высказыванием своего мнения по той или иной статье предлагать к ней альтернативный заголовок. Как правило, заголовки — это головная боль редактора, т.к. то, что придумали авторы, нередко приходится переделывать. Если же приучить журналистов быстро сочинять хорошие названия для своих статей, освободится достаточно времени, чтобы подумать о вечном.

Интервью

Дай бог крепкого коннекта и высокой скорости соединения тому, кто изобрел Интернет — этот Клондайк в плане идей и нужных сведений.

К любому интервью нужно готовиться. Хотя бы чуть-чуть. Чтобы потом не обзывать реаниматолога реаниматором (к сведению — реаниматолог — это врач, а реаниматор — бутылка пива с похмелья), а специалиста, занимающегося статистикой — статистом (если вдруг кто не знает — статист — это актер массовки).

Вы пишете не для себя, а для своих читателей (и всегда об этом помните, да?). Значит, и акценты должны делать на том, что их интересует. Наберите в поисковике тему, о которой собираетесь писать и слово «форум». Ну а там уже смотрите самые активные темы, самые комментируемые вопросы, либо определяйтесь по числу просмотров темы.

Это подходит как для освещения мероприятий, так и для подготовки к интервью. В этом смысле, форумчане уже сделали за вас половину работы — придумали вопросы. Вам осталось только вытрясти ответы из интервьюируемого.

Кстати, интересные вопросы можно набрать, читая Интернет, печатные СМИ и даже поглядывая одним глазом в любимый зомбоящик (телевизор). Со временем можно создать потрясающую базу интереснейших вопросов и приемов, используемых в интервью.

Для этого в отдельную тетрадку или файл выписывайте все интересные вопросы, которые вы слышали или читали. Не важно, интервью это кинозвезды, а или доктора технических наук. Любой вопрос можно адаптировать к какой угодно теме. Даже если нельзя, то сборник лучших вопросов под рукой подтолкнет к тому, что вы сами начнете придумывать вопросы не хуже (а может даже и лучше).

В случае, если интервью предстоит с известным человеком, прочитать его ранее опубликованные интервью просто необходимо! Зайдите на сайт к любому известному актеру или музыканту, который

не поленился выложить публикации о себе любимом. В большинстве случаев, вы «сломаетесь» уже на третьем интервью! Ощущение такое, что журналисты сговорились спрашивать одно и то же, причем повторять вопросы своих коллег чуть ли не слово в слово! Ответы уже просто не интересно читать.

В качестве яркого примера можно привести официальный сайт известного российского актера Владислава Котлярского - <http://vladislav-kotlyarskiy.jimdo.com/>. На момент написания этой книги на этом ресурсе было размещено около трех десятков материалов. Но даже поклонники стали жаловаться в гостевой книге на то, что вопросы в этих публикациях журналисты задают одни и те же. О чем это говорит? О том, что журналисты не читают друг друга, не изучают тему, и что им вообще лень хорошо работать.

Администрация сайта любезно разрешила использовать размещенные там материалы (если, конечно, они не передумают, прочитав рукопись этой главы).

«Я вообще-то не люблю давать интервью. Соглашаюсь раз в год. Когда 31-й раз спрашивают, как вы делаете этот коронный взгляд исподлобья — уже тошнит... Наш оператор Сергей Вальцов, который снимал «Глухаря» и «Карпова», рассказал дивную историю, - продолжил Котлярский. - Он вместе с журналисткой поехал брать интервью у Тинто Брасса (итальянский мастер эротического кино, снявший культовые фильмы «Калигула», «Миранда» - ред.). Мэтр чуть не спал на конференции. Журналистка была неопытная, не знала, что спросить. Ей оператор говорит: спроси, почему ему так нравится снимать попы? Она: как? Но он ее убедил. И когда она этот вопрос задала, Тинто Брасс встрепенулся: «Это самый хороший вопрос, который мне задали за 15 лет! Ну что лица? Они все одинаковые. А вот попы! Они такие разные!». Это я к тому, что все дело в вопросах».

(«Звезды «Глухаря» в Воронеже: «Удивите нас вопросами, как Тинто Брасса, которого спросили, почему он снимает попы!», Комсомольская правда, 2013 год)

Хочется спросить — коллеги, вам не стыдно? Человек, не имеющий никакого отношения к журналистике, ни дня не работавший в редакции, лучше понимает, как надо делать интервью. Есть избитая

фраза о том, что талантливый человек талантлив во всем. Но есть и продолжение — «с идиотами, похоже, та же история». Это про тех журналистов, которым тупо лень думать.

Еще раз, для тех, кто не понял: «Не могу рассказывать что-то по два-три раза, не умею врать, заставляя себя». («Девочки, не ищите идеальных мужиков», Антенна, 2012).

Человек открыто, через СМИ говорит, что ему неинтересно повторять одно и то же. И все равно ведь в следующий раз кто-то его спросит, узнают ли его гаишники, что творят его поклонницы, сколько он заработал на «Глухаре» и «Карпове» и не женился ли он еще...

Если такой вопрос задать необходимо, то нужно изменить подачу. «Вы еще не женились?» и «Вы все еще холостяк?» - это абсолютно одинаковые вопросы. Другая подача — это «У нас есть достоверная информация от заслуживающего доверия источника из Вашего ближайшего окружения о том, что 18 мая в 11.45 в Таганском отделе ЗАГС Москвы по адресу улица Таганская, дом 44 был зарегистрирован Ваш брак. Кто Ваша жена?». Ответ, конечно, будет вроде «Это неправда, я не женат», и «жертва» вряд ли обратит на него внимание, разве что поразмышляет пару минут о том, кто мог ляпнуть такую глупость, а вот читателей это зацепит хорошо.

Но если ваша звезда скажет что-то типа «Какого мая? Восемнадцатого? Восемнадцатого я был на гастролях в Таганроге и никак не мог быть в ЗАГСе в Москве!», то всё, попался. Следующий вопрос будет: «Я Вас правильно понял(а), что Вы были там не восемнадцатого?..». Что бы теперь не сказал ваш собеседник, ситуацию он уже исправить не сможет.

Не важно, какой ЗАГС упоминать, главное, чтобы название было правильным, и в указанный день в этом ЗАГСе не был выходным. Все остальное — точное время, адрес и т.п. — мишура, создающая иллюзию достоверности. Одно дело сказать «ходят слухи, что...», и совсем другое — назвать адреса, пароли, явки.

Может ли такой ход негативно повлиять на отношения интервьюируемого с его друзьями и знакомыми? Да, может. Является ли такой прием подлым? В какой-то мере (если только звезда сама не стремится поддерживать интерес к своей персоне любой ценой).

Журналистская этика часто принципиально расходится с общечеловеческой. (Этому посвящена отдельная глава данной книги). И все же, с профессиональной точки зрения лучше быть подлым, но квалифицированным журналистом, чем честным, но глупым.

Та же «Комсомолка», статья «Звезда сериала «Карпов» Владислав Котлярский: Многие думали, что я не актер, а настоящий мент»: «Коллеги, которым не довелось пообщаться с Котлярским (а таких с учетом нелюбви Владислава к раздаче интервью множество), часто спрашивают: «Он в жизни, небось, такой же страшный и грозный, как на экране?»

Фасералт двумя руками! Ну ладно, фанаты — они, как правило, стойко ассоциируют своего кумира с сыгранной им ролью в кино. Но журналисты?! Люди, видевшие в жизни много больше, чем рядовые кино и телезрители. Или автор статьи наговаривает на своих коллег, или к творческим экзаменам на жур.фак пора добавить IQ-тест...

Есть ситуации, когда задать вопрос, от которого спикера уже буквально трясет, оправданы. Это делается, когда нужно спровоцировать человека на сильные эмоции и заставить в запале сболтнуть лишнего. После этого спикера можно считать потерянным навсегда — этому изданию и этому журналисту он уже никогда ничего не скажет. В случае со звездами это не сработает. Во-первых, у них очень быстро вырабатывается иммунитет и даже если задать один и тот же вопрос 4 раза подряд, они будут все так же, в режиме автоответчика, повторять те же ответы. Во-вторых, нейтральными вопросами, сколько бы раз их не повторяли, звезд «пробить» нельзя.

Вариант «напоить и разговорить» тоже не пройдет, разве что в исключительных случаях. За полчаса-час беседы отношения просто не дойдут до стадии «Ты меня уважаешь?», а заставлять интервьюируемого выпить залпом бутылку водки без применения физического насилия, во-первых, неэтично, во-вторых, незаконно.

Отвечая на одни и те же вопросы, известный человек, по началу, как правило, старается максимально разнообразить свои ответы, сформулировать их по-другому, вспомнить еще что-то интересное, о чем он еще не говорил. То есть, делает за журналиста его работу. Шансы, что спикер будет следовать руководству «Как развлечь себя на пресс-конференции» близки к нулю. Хотя исключения случаются.

Однажды на пресс-конференции знаменитый голливудский актер Боло Янг просто мастерски отбился от надоевших вопросов. Когда журналистка, уже задавшая несколько глупых вопросов, спросила его «Скажите, а Вы женщин бьете?» он выждал довольно долгую паузу, очень внимательно рассматривая эту девушку, а потом ответил задумчиво «А почему бы и нет?». А ее коллеге на вопрос «Какая у Вас любимая техника? Вот Ван Дамм, например, любит садиться на поперечный шпагат и везде это демонстрирует» с ходу сообщил «А я люблю отрывать головы. Хотите, покажу?». Но такая ситуация — это подарок судьбы, а журналист не может ждать милостей от спикера, взять их у него — его задача.

С кем-то эта дружеская беседа из шести букв («допрос») проходит проще, с кем-то сложнее. А значит, самое важное — установить контакт. Если ваш собеседник настроен сначала полчаса пофилософствовать и порассуждать о смысле жизни, а у вас при этом вагон свободного времени, вежливо кивайте и изображаем искренний интерес. Можно поддакивать как Киса Воробьянинов Остапу Ибрагимовичу, но не перебивать. Кстати, голова, слегка склоненная к плечу (к любому) — это ваш сигнал собеседнику о том, что вы его внимательно слушаете.

Как это ни трудно в подобной ситуации, но слушать, что говорит собеседник, все-таки придется. Во-первых, там могут проскользнуть интересные мысли или сведения, за которые впоследствии можно будет ухватиться. Во-вторых, если вас поймают на том, что вы все пропустили между ушей, то это моментально отобьет всякое желание иметь с вами дело. Попастись на невнимательности легко - стоит лишь вам задать вопрос о том, о чем интервьюируемый только что подробно поведал. В-третьих, если вам не хватит материала и придется «перетряхнуть» философствования в надежде что-нибудь оттуда выудить, вы уже будете примерно знать, когда и что было сказано. В противном случае настраивайтесь на то, что всю тираду придется внимательно выслушать еще раз, но уже в записи.

Если у вас есть возможность, подготовьте вопросы заранее (как правило в той или иной степени такая есть всегда, за исключением случаев, когда вы неожиданно столкнулись в лифте с мировой знаменитостью).

Если начинать работать над следующим номером, когда предыдущий еще даже не дошел до типографии, то можно даже договориться с интервьюируемым заранее. Первый раз вы встречаетесь с человеком, чтобы отдать ему листок с вопросами и договориться о дате и времени самого интервью, либо обсуждаете все это по телефону и электронной почте. А второй раз он, уже хорошо подготовленный, рассказывает вам намного больше интересного, чем если бы вы его поймали его за углом, приставили диктофон к лицу и потребовали немедленно рассказать о том, как идет сбор урожая в соседней области (продажи нового альбома, съемки очередного фильма, научные исследования в области ядерной физики).

Последовательность вопросов нужно выстраивать в соответствии с предполагаемой структурой вашего материала. В этом случае ваш собеседник сам придумает связки и плавные переходы от одного вопроса к другому. Приписывать собеседнику свои слова вы не имеете права. А поменять местами предложения так, чтобы и смысл не исказить и плавный переход к следующему вопросу создать — это сложно и не всегда возможно.

Можно даже зайти в тупик, если вопросы не связаны какой-то общей мыслью и не вытекают один из другого. Допустим, сначала ваш собеседник отвечает на вопрос о своем детстве, потом о последних достижениях в своей области и, наконец, о том, какие бренды он предпочитает в одежде. Каждый «вопрос-ответ» буквально повиснет в воздухе, а читатель будет думать не о том, что было сказано, а ломать голову над вопросом «А при чем тут это?».

Могут ли вопросы быть глупыми? В принципе, да. И дело даже не в уровне интеллекта и эрудированности журналиста, а в его полной неподготовленности. Представьте себе, вас отправили на интервью, а вы не удосужились спросить ничего, кроме имени героя своей будущей статьи. С чего вы начнете беседу? «Здравствуйте, а вы кто?». Поставьте себя на место этого человека. Как бы вы отреагировали?

Конечно, бывают ситуации, когда редактор просто не дает вам времени опомниться, и вы несетесь на интервью как на пожар, действительно ничего не зная о человеке, с которым придется беседовать. В этом случае придется выкручиваться.

Представьте себе, что вы — разведчик или частный детектив, задача которого выудить из человека необходимые сведения так, чтобы он ничего не заподозрил. В данном случае это сведения о том, кто этот человек и чем он занимается.

Первый шаг — это визитка. У вас она должна быть в обязательном порядке. Если вы в редакции недавно и «корпоративной» визитки у вас еще нет, сделайте свою. Пусть она будет простенькая, без изысков, но зато там будет ваше имя, слово «журналист» и все необходимые контакты. Собеседникам так и объясняйте, что редакционной визитки у вас в настоящий момент нет (кстати, лучше по возможности не вдаваться в объяснения, почему именно). Это даст вам возможность обменяться визитками с собеседником, т.е. практически мгновенно узнать его место работы и должность и уже от этого отталкиваться.

Например: в визитке написано «директор департамента мерчандайзинга». Вы это слово слышите впервые, но какие-то вопросы вам задавать все равно нужно. Вот и начинайте с фразы вроде «О, директор департамента мерчандайзинга! Это очень интересно! Расскажите для начала, какие основные задачи решает ваш департамент и как это влияет на работу компании в целом. А потом, если вы не против, мы поговорим о последних тенденциях в этой области». Дальше уже придется ориентироваться по ходу того, что будет сказано. Во всяком случае, для начала вы выкрутились — получили минимум необходимой информации и не выглядели при этом невеждой.

Все остальное за вас сделает собеседник. Если во время интервью вы и будете просить его пояснить незнакомые вам термины, это уже будет восприниматься не как ваша неподготовленность к беседе, а как искренний интерес и желание понять. В крайнем случае, объясните интервьюируемому, что для вас важно убедиться, что вы его правильно понимаете, чтобы передать его точку зрения максимально точно.

И самое сложное в ситуации с интервью — это вывод. Красивая жирная точка. Лучше всего, если о ней позаботится сам интервьюируемый. Его надо либо плавно к этому подвести, либо спросить в лоб — «Так какой вывод мы можем сделать из всего вышесказанного?». Такой вопрос может показаться несколько топорным, однако иногда он бывает необходим. Встречаются люди, которые могут говорить

три часа подряд, не давая вам и слово вставить, вдаются в мельчайшие детали, а в результате ухитряются так ничего и не сказать.

Сколько должно длиться интервью? Лучше все же, если не три часа. Вообще, для того, чтобы уложиться в 6 000 знаков с пробелами полчаса содержательной беседы может хватить, для 10 000 знаков лучше пообщаться минут 40 (если у собеседника не слишком медленный темп речи). Но лучше, если беседа будет дольше. Помните, у вас всегда должен быть какой-то запас. В ходе беседы вы можете не обратить внимание, что человек несколько раз повторил одну и ту же мысль в разных формулировках, использовал большое количество слов-паразитов, делал длинные паузы. Так что ориентируйтесь примерно на час разговора. Не обязательно потом весь этот час раскодировать. Если вы слышите, что собеседник явно отклонился от темы или понимаете, что какой-то рассказанный им эпизод в материал не войдет, то зачем тратить время на раскодировку этих нескольких минут?

Удобнее всего раскодировать ответы сразу в файл с вопросами. Так проще отслеживать объем и общий вид материала. Кстати, если «причесывать» фразы собеседника сразу при раскодировке, то это очень сильно экономит время. Впрочем, кому как удобнее и лучше потратить пару лишних часов, чем написать плохо.

Если есть такая возможность, то можно по ходу беседы отмечать, на каких минутах записи у вас наиболее интересные моменты. Тогда не придется заново выслушивать всю часовую (а то и больше) беседу, целенаправленно «выуживая» лишь самое необходимое.

В большинстве проигрывателей можно регулировать скорость воспроизведения. Еще один способ сэкономить время и силы, это либо увеличивать ее в 2-4 раза (в зависимости от темпа речи интервьюируемого) либо слегка уменьшить скорость и набирать текст «со скоростью звука». Увы, но ассов, способных набирать 500 знаков в минуту без значительного количества опечаток по-прежнему немного. Впрочем, этому можно обучиться (о чем мы подробнее поговорим в соответствующей главе о полезных навыках, знаниях и умениях).

Еще хуже, когда материала не слишком много, а слишком мало. Бывает, что спикер отвечает односложно — «Да», «Нет», «Не знаю...». В этом случае заготовленных вопросов может и не хватить.

Шанса продолжить беседу на следующий день может и не быть. Поэтому всегда должен быть запас не только материала, но и вопросов. На какие-то вопросы интервьюируемый может просто отказаться отвечать. А чтобы таких вопросов было меньше, собеседника можно подкупить своим добрым и трогательным отношением и заботой. Дайте ему список из 30 вопросов и предложите самому выбрать 10 наиболее для него интересных. Беседа пойдет лучше. Во-первых, вы дадите ему иллюзию выбора (на самом деле никакого выбора нет — отвечать все равно придется). А нужные вам, но не выбранные спикером вопросы, можно перефразировать и аккуратно задать как уточняющие). Во-вторых, на подсознательном уровне человек будет считать себя обязанным вам — вы сделали ему добро, он должен ответить иначе будет чувствовать себя некомфортно. Запомните одну важную вещь и никогда не рассказывайте о ней не журналистам: чем сильнее вы намереваетесь подставить спикера, тем хитрее вы должны действовать, тем больше его доверия вы должны завоевать.

Открытые ладони, слегка развернутые к собеседнику, отлично развязывают языки. Вы практически демонстративно показываете ему, что у вас в руках нет диктофона, а раз так, то спикеру ничего не грозит и можно говорить свободно. Еще лучше, если вы положите на стол выключенный диктофон и даже вытащите батарейки. Спрятанный в кармане второй диктофон с выведенным под одежду микрофоном-петличкой ваша «жертва» все равно не увидит.

Был такой реальный случай, когда журналисту оппозиционной газеты удалось таким образом сделать большое откровенное интервью с человеком, возглавлявшим комитет партийного контроля правящей партии. Бедняга разоткровенничался и наговорил много интересного. Я не знаю, уволили его потом или нет, выгнали ли его из партии, но без последствий такое интервью вряд ли осталось...

В другом случае у журналиста просто отобрали перед встречей не только диктофон, но и телефон. Предвидя такую возможность, корреспондент взял с собой два диктофона. Рабочий был в кармане (с выведенной под рубашку петличкой), а второй, неработающий, журналист демонстративно вертел в руках. То, что попало на глаза ассистенту спикера, то и отобрали. (ну как дети, честное слово!)

Еще один враг журналиста во время интервью — это волнение. У каждого корреспондента бывает первое в жизни интервью. То, что перед ним автор волнуется как перед выпускным экзаменом — это нормально. Мандраж может быть даже полезен. Он заставляет лучше подготовиться, в рекордные сроки перечитать все, что написано в Интернете об интересующем вас человеке, составить список основных и возможных дополнительных вопросов, да еще и расположить их в нужном порядке.

Лихорадочный блеск в глазах, сбивчивая речь и блокнотик с вопросами в руках с головой выдают новичка-интервьюера. Не страшно, если вы выглядите взволнованным. Гораздо хуже, если вы действительно волнуетесь так, что неспособны соображать, язык у вас не ворочается, а при попытке задать интересный вопрос напроочь забывается русский язык. В таком состоянии набрать материал для качественной статьи — миссия почти невыполнимая.

А если журналист еще при этом пытается воспользоваться каким-то из хитрых профессиональных приемов, типа спрятанного диктофона, волнение может перейти все мыслимые границы. К счастью, есть простая техника, которую можно использовать в любое время с любым героем, вне зависимости от его статуса и стажа вашей работы.

На ее выполнение потребуется всего минут 10 — как раз то время, которое нередко приходится проводить в бессмысленном ожидании. Представьте себе своего собеседника в максимально комфортной для него обстановке. Совпадает это с реальностью или нет — не важно. Это ваша фантазия, а значит, вы решаете, какой ей быть. Допустим, перед вашим мысленным взором ваш собеседник нарисовался у камина в кресле-качалке, укутанный в теплый клетчатый плед. Или он прогуливается по зеленым холмам, держа на поводке огромного королевского дога. Главное, что вы не только видите, но и чувствуете, как ему хорошо, спокойно и комфортно. После такого несложного упражнения вам будет намного легче общаться. (Кстати, эту технику можно использовать в любой жизненной ситуации, когда нужно расположить к себе собеседника).

Никакой магии тут нет. Дело в том, что если ваше подсознание рисует вам человека, с которым вы собрались разговаривать, в виде

пугала или монстра из ужастиков, то вы непроизвольно продемонстрируете это во время беседы. Человек, конечно, не собака, запах адреналина он не чувствует и на него не реагирует, но вот невербальные сигналы, которые вы при этом посылаете своими жестами, взглядом и мимикой считывает без труда.

Если вы представляете «чудовище» расслабленным и довольным, в красавицу оно, конечно, не превращается, но быть страшным точно перестает. А значит, спокойным становитесь именно вы. Этот настрой моментально передается собеседнику. А если вы смотрите на своего героя чуть ли не с ужасом, то рискуете спровоцировать агрессию. «Чего он от меня так шарахается?! Я что, такой страшный что ли?!». Нередко хулиганы нападают на некоторых прохожих по той же причине. Шел бы человек спокойно мимо, его бы и не заметили, а так неожиданно отскочил в сторону с диким воплем, и привлек к себе внимание, да еще и вызвал то же самое негодование — «Чего это он? За кого он нас принимает? Не уважает!»

Кстати, чтобы успешно пользоваться скрытой записью или другими подобными методами, особенно во время интервью, нужно очень хорошо контролировать свои эмоции. Это как быть хорошим игроком в покер или хорошим (действительно хорошим!) актером. Чем острее ситуация, тем больше самообладания должно быть. Малейшее подозрение, вызванное вашим поведением, может как минимум все испортить.

Здесь, конечно, тоже можно попытаться представить себе спикера в комфортной для него обстановке, но лучше просто переключиться на более подходящую эмоцию — например, включить «азарт», почувствовать, что вы играете в кошки-мышки. И ради бога, после такой беседы не начинайте сверкать широченной улыбкой от того, что у вас все замечательно получилось, пока хотя бы не выйдете из здания!

Иногда журналисты наступают на те же грабли, что и начинающие водители. Так по статистике, самое большое количество ДТП совершают люди с опытом вождения 3 года. Им кажется, что они уже Шумахеры, все знают, все умеют, хотя на самом деле это очень далеко от истины. Отсюда и ошибки на дороге, и аварии.

То же самое у журналистов. Через год-другой некоторые из них начинают думать, что стали настоящими акулами пера и действуют по принципу «пришел-увидел-победил». К тому, что делают, они относятся уже намного менее критично, чем следовало бы, а потому количество допущенных ляпов резко увеличивается. Хорошо еще, если эти ошибки в результате не приводят к судебным искам о защите чести и достоинства!

Упражнение 15.

Выполняется в группе. Участникам дается задание — подготовиться к интервью с (ведущий выбирает известную личность). На подготовку у участников есть 5-10 минут. За это время они должны по необходимости выяснить, чем примечательна личность, предлагаемая им для интервью и найти какие-то факты из биографии, по которым будет интересно задать вопросы. Затем ведущий назначает одного из участников интервьюируемым. Задача остальных — задать по крайней мере по два актуальных вопроса.

Можно выполнять упражнение и самостоятельно. В этом случае «интервьюируемый» выбирается произвольно (допустим, на глаза попался известный киноактер во время рекламы нового фильма по телевизору). Задача — максимально быстро придумать два-четыре вопроса. Кроме того, увидев на экране очевидно довольно известную личность, о которой, тем не менее, у выполняющего упражнение довольно смутное представление, за 5 минут найти информацию о том, кто это, чем занимается, чем знаменит, какие должности занимал (в каких фильмах снимался, какие картины написал и т.п.)

Цель: во-первых, это расширение кругозора. Чем чаще будет практиковаться такое упражнение, тем меньше шансов на то, что журналист упустит возможность взять интервью или комментарий просто потому, что он не знает, что спросить. Кроме того, упражнение развивает способность быстро сориентироваться и придумать интересные вопросы на случай неожиданной встречи с интересным спикером.

Упражнение 16.

Прочитайте любое интервью в любой газете или журнале. А затем придумайте еще 5 интересных и неожиданных вопросов, которые бы вы задали интервьюируемому. Вопросы должны касаться темы самого интервью. «Как пройти в библиотеку в три часа ночи?» в беседе, например, про астрономию, не уместен и не засчитывается (за исключением случая, если речь идет о том, как правильно ориентироваться по звездам в условиях мегаполиса).

Упражнение 17.

Найдите сайт какой-либо известной личности, на котором опубликована подборка интервью. Лучше, если это будет звезда кино, ТВ или эстрады, о которой часто пишут. Поскольку администрация официального сайта Владислава Котлярского <http://vladislav-kotlyarskiy.jimdo.com/> любезно разрешила использовать свои материалы, то можно начать именно оттуда. Выпишите все вопросы из всех интервью. Посчитайте, сколько раз повторяется тот или иной вопрос. Придумайте еще 10 интересных вопросов, которые никто из журналистов так и не задал.

Долг платежом красен. Если вы придумаете действительно интересные, яркие вопросы, скиньте их модераторам сайта В.Котлярского через форму обратной связи. И дело тут не в том, что это может стать вашим шансом сделать отличное интервью и откроет дорогу в профессию, а в том, что, может быть, получится изменить мнение хотя бы одного человека о журналистике, отстоять ее честь. Этим вы уже сделаете для своей профессии больше, чем сотней опубликованных статей. И я очень надеюсь, что у вас это получится!

Спроси меня как, где, зачем и почему

Умение задавать вопросы важно не только во время интервью, но и тогда, когда вы берете коротенький комментарий по какому-то вопросу. Может быть, вам нужно всего-то два предложения и вам дали на это задание 5-10 минут, но если вопрос задан неправильно, то вы погрязнете в бесконечных рассуждениях на полчаса, а то и больше. То, что и как вы спрашиваете, важно и при составлении письменных запросов от редакции.

От того, какой вы зададите вопрос, зависит то, какой вы получите ответ. Вряд ли редактор обрадуется, если журналист принесет в редакцию материал, полный банальщины и расплывчатых, неконкретных высказываний.

Представьте себе, что вы берете комментарий у чиновника по какой-то горячей, вызывающей массу споров теме и спрашиваете что-то вроде «Как нам обустроить Россию?». Ответ будет примерно такой же, как если спросить «В чем смысл жизни?» - философия, разглагольствования, в лучшем случае пара неясных версий, но никакой конкретики.

А теперь спросим того же чиновника «Сколько тонн озимых вы собрали с Елисейских полей?» (шутка). Или «Сколько крыш вы отремонтировали за пять месяцев этого года, и сколько еще нуждаются в ремонте?»

Вопросы бывают открытые и закрытые. Закрытые - это когда одним словом «Да» или «Нет» тему можно закрыть. Да, именно вопросы в духе «Есть ли жизнь на Марсе?». Можно сказать «да», а можно «нет». А вот если мы спросим «Какая жизнь на Марсе?» - это уже открытый вопрос, им мы открываем долгую, плодотворную и содержательную беседу. Ну, или просто беседу. Во всяком случае, вашему собеседнику придется что-то сказать.

В списке наиболее интересных вопросов, который вы себе составите и будете постоянно пополнять, должны быть в основном те, ко-

торые начинаются с вопросительных слов. Для начала, пока опыта еще мало, постарайтесь, чтобы для каждого человека, у которого вы берете интервью у вас были вопросы:

- Как...?
- Кто...?
- Почему...?
- Когда...?
- Зачем...?
- Что...?
- Откуда...?
- Куда...?
- Где...?
- Отчего...?
- Для чего...?

В принципе, 11 вопросов уже должно хватить для интервью. Но если не хватит, то можно добавить еще какое-нибудь «Как?» или «Почему?».

А еще вопросы бывают провокационные. Вовсе не обязательно обвинять собеседника во лжи, некомпетентности или злом умысле. Вы просто чего-то не поняли и хотите уточнить:

— У нас есть несколько версий произошедшего...

— Я вас правильно понял, что вы еще сами не знаете, почему это случилось и как такое предотвратить в дальнейшем?

Фраза «Я вас правильно понял..?» - это своего рода оружие, некая дубинка, которую можно использовать в своих корыстных целях. А можно и не использовать. Одно дело, если вы действительно чего-то недопоняли и просто хотите уточнить. И совсем другое, если вы нагло переворачиваете все с ног на голову. Например: «Вопросом продажи алкоголя несовершеннолетним занимается другой департамент, мне все равно, что там вообще происходит!» - «Я вас правильно понял, что вам все равно, продают несовершеннолетним алкоголь или нет?». Чаще всего, собеседник в этом случае понимает, что слова те же, но что-то в них не так. А вот, что именно — с ходу сообразить не может. (Примерно такая же реакция будет у ваших гостей, если к концу вечеринки вы им скажете «Как жаль, что вы наконец-то уходите!»).

Дальше все зависит от выдержки «допрашиваемого». Если его уже успели хорошенько довести, то в ответ на ваше «я вас правильно понял?...», он может взорваться, и в запале выдать информацию, которую собирался утаить. Не забудьте заблаговременно убедиться, что у вас включен диктофон.

Правда, у этого способа есть и свои недостатки. По доброй воле этот человек вряд ли когда-нибудь захочет с вами общаться в дальнейшем. Может быть так, что для вашего издания это не критично: ответил обиженный на вас человек на вопросы — хорошо, не ответил — так и напишете, что он игнорирует журналистов и самым возмутительным образом нарушает закон о СМИ и даже саму Конституцию.

А вот что будет, если вы решите сменить работу и по долгу службы вам нужно будет совершенно мирно и по-дружески поговорить с этим же человеком, иначе у вас сорвется материал и вас за это оштрафуют, а то и уволят? Будете объяснять влияние редакционной политики на методы работы журналистов?

Для вас, возможно, в мелких стычках нет ничего личного — это просто работа. Но кто вам сказал, что противоположная сторона, на которую вы нападаете, воспринимает все точно так же, и, вернувшись домой, рассказывает родным, какой вы хороший парень? Так что сразу вести себя корректно и не давать поводы на вас обижаться, где бы вы ни работали, намного выгоднее.

Это еще не все, что вам нужно знать о вопросах. Не все уточняющие вопросы — провокационные. Есть и вполне мирные. Например, заканчивающиеся на «не так ли?». Случаи, когда журналист более подкован в теме разговора, чем его собеседник, встречаются не так уж редко. Открыто напомнить интервьюируемому о фактах его же собственной биографии или специалисту об его исследованиях, по крайней мере, бестактно. А вот аккуратно намекнуть — можно. Например:

— Вашим главным достижением называют подсчет скорости размножения мух-дрозофил в неволе, не так ли?...

В принципе, даже если у вас не совсем точные сведения, это лишь будет способствовать развитию беседы. Хочет того ваш собеседник или нет, но ему придется вам объяснять, что мухи-дрозофилы, хотя и представляют для него большой научный интерес, его главным до-

стижением вовсе не являются, в отличие от моли, для которой он целых три года опытным путем подбирал наиболее подходящий рацион и район обитания.

Неопытный собеседник при виде диктофона может впасть в некое подобие транса и станет совершенно неспособен выдать из себя ничего, кроме какого-нибудь «Да уж!». В таких случаях, задавая вопросы, помните, что вашей речи на записи должно в любом случае оказаться меньше, чем слов собеседника. Допустим, вы беседовали 20 минут. 15 из них говорили вы. Т.е. у вас есть не больше 5 минут речи нужного вам спикера, да и то при условии, что он не запинался, не повторялся и не мычал. Это один коротенький комментарий, который, кстати, может оказаться практически не информативным.

Поэтому при «допросе» молчуна, попытайтесь сначала растопить лед. Поговорите пару минут на отвлеченные темы, сделайте пару искренних комплиментов собеседнику, расскажите конкретно и понятно, что вам от него нужно, о чем вы собираетесь спросить и что надеетесь услышать в ответ. Улыбайтесь. И когда увидите, что «жертва» хоть чуть-чуть перестала изображать из себя каменное изваяние десятого века до нашей эры, приступайте к открытым вопросам.

Помните, что неразговорчивого собеседника нельзя торопить или перебивать, а то он совсем замолчит.

Беседа может заглохнуть и по вине журналиста, если он просто не знает, чего бы еще спросить. В этом случае, спрашивайте что угодно и о чем угодно, и пока собеседник будет вам отвечать, думайте, какой еще «настоящий» вопрос вы хотели бы задать.

Старайтесь не допускать ситуации, когда спикер начнет задавать вопросы вам. Ваше интервью этому человеку редакцию вовсе не интересует (Исключение составляют случаи, когда известный журналист и не менее известный спикер меняются ролями ради того, чтобы покреативить и удивить читателя. Однако, если вы читаете эту книгу, к вам это пока не относится).

Упражнение 18.

Выполняется в группе. Ведущий выбирает одного человека, который будет отвечать на вопросы, которые ему зададут остальные участники.

В первой части упражнения задаются вопросы на любую тему, но лишь такие, на которые можно ответить только да или нет. Задача отвечающего говорить в ответ не больше одного слова — «да», «нет», «возможно», «вероятно». Дополнительная задача спрашивающих — «разговорить» собеседника, заставив его пуститься в объяснения.

Во второй части задаются только открытые вопросы — кто, сколько, зачем, почему и т.п.

Самостоятельно выполнять это упражнение сложнее. Если брать первую его часть, то надо постараться в течение дня на все вопросы отвечать только «да» или «нет» и задавать только те вопросы, на которые можно ответить только односложно. Во второй части — ни на один вопрос не отвечать меньше, чем двумя предложениями, а самому задать за день как можно больше открытых вопросов.

Цель: Во-первых, участники должны прочувствовать, насколько это проигрышный вариант — задавать вопросы, на которые можно ответить одним словом. Во-вторых, у участников исчезнет страх и растерянность в ситуации, когда собеседник, у которого они рассчитывают получить информацию «ничего не говорит». Кроме того, они выработают умение «разговорить» человека, добиться от него объема информации, необходимого им для комментария.

Упражнение 19.

Составьте себе таблицу с наиболее интересными вопросами из интервью, опубликованных в других СМИ. Чтобы было удобнее, их можно разбить по вопросительным словам. В левой колонке у вас вопросительные слова, а в правой — наиболее интересные вопросы. Можно, кстати, набрать вопросительное слово в поисковике и посмотреть, какие он предложит варианты продолжения. Иногда это бывает не только забавно, но и полезно.

Как?	1. Как бросить парня за 15 минут?
Где?	1. Где я?!

Кто?	1. Кто во всем виноват?
Почему?	1. Почему вам так светло?
Зачем?	1. Зачем вы сейчас это сказали?
Если... значит?	1. Если звезды зажигают, значит, это кому-нибудь нужно?
Кому?	1. Кому на Руси жить хорошо?
На каком осно- вании?	1. На каком основании вы посадили репку?
С какой статей?	1. С какой стати сова должна возвращать хвост Иа, если она его нашла?
С какой целью?	1. Я из газеты. А Вы с какой целью интересуетесь?
Сколько?	1. Вы не подскажете, сколько сейчас градусов ниже нуля?
Как долго?	1. Как долго нужно спать, чтобы приснилась таблица Менделеева?
За что?	1. За что аборигены съели Кука?

Детектор лжи

Если вы пренебрегаете невербаликой, то не пренебрегайте хотя бы своей интуицией. Когда говорят «Ну не верю я ему!» или «Нутром чувствую, что он врет» это означает, что невербальные сигналы, которые подает ваш собеседник (жесты, взгляды, поза и т.д.) противоречат тому, что он говорит. Например, человек клянется в любви к ближним, при этом у него брови нахмурены, взгляд исподлобья, руки, сжатые в кулаки, желваки играют, глаза кровью наливаются — в общем, сама любезность. Вот вам и «не верю!». На подсознательном уровне вы все прекрасно поняли, а на сознательном вам не до того, чтобы все это анализировать и переводить в словесную форму. Да и зачем?

Тем не менее, чем больше вы знаете про невербалику и чем чаще тренируетесь сопоставлять язык слова и язык тела, тем легче вы будете определять даже самую изощренную ложь.

Зачем это журналисту? Вот сказал кто-то что-то, все поверили и написали. А вы — нет, и стали «копать» - почему врет, зачем, что ему дает это вранье (не забывая подтверждать все фактами, иначе на юридическом языке это будет называться клеветой, распространенной с использованием средств массовой информации). В общем, в результате у вас получается замечательный, а то и сенсационный эксклюзив, читатели тянутся именно к вашему изданию, тираж растет, и редактор при всех хвалит вас на планерке.

Премию вам могут и не дать (зависит от того, насколько громкая у вас получилась сенсация, и каким боком это вышло изданию). Но если вы будете выдавать подобные вещи достаточно регулярно, то уже не вы будете зависеть от редактора или милости его зама, а редакция начнет зависеть от вас. Вот тогда уже можно начинать постепенно ставить свои условия — в разумных пределах и если есть такая необходимость.

Конечно, тут все зависит от конкретных людей, с которыми вы работаете. Но, увы, вариант «кто везет, на том и едут» никогда не был редкостью. Если газету или журнал покупают в основном из-за ваших материалов, то вы находитесь уже на другом профессиональном уровне, а значит и стоите дороже.

О том, на какие жесты собеседника следует обращать внимание и что они означают, вы прочитаете в любой книге о языке телодвижений. Например, о том, что если во время разговора человек прикасается к лицу, то это означает символическую попытку закрыть себе рот, чтобы не сказать неправду. Правда, это не относится к тем случаям, когда у него просто зачесался нос.

Кстати, на самом деле скрещенные руки или ноги вовсе не говорят о желании собеседника защититься, как написано в некоторых источниках. На самом деле он просто пытается отстраниться от ситуации. Возможно, он чувствует себя неуютно, хочет посмотреть на происходящее со стороны или просто «уйти в себя».

В последнее время часто стали писать о том, как выявить ложь по направлению взгляда собеседника. Для неподготовленного человека это довольно непростой способ. Во-первых, он требует практики, а во-вторых, есть большая вероятность сделать неправильный вывод. Так, если, судя по движению глаз, человек не вспоминает что-то, а конструирует фразу, означает ли это, что он врет? Или он просто пытается сформулировать мысль в максимально доступной для вас форме? Вряд ли кто-то сможет сказать это со стопроцентной точностью.

Так что для общего развития книги о невербальном общении почитать можно, но полностью полагаться на них не стоит. Помните, что даже проверка на детекторе лжи (кстати, он называется полиграф) далеко не везде принимается судом в качестве доказательств.

Что делать, если вы сами не уверены, врет ваш собеседник или говорит правду? Перепроверяйте информацию по другим источникам. Есть люди, которые «врют, как дышат», однако, если сопоставить факты, то получается совсем не та картина, которую вам так вдохновенно описали.

Сложнее всего писать об историях, в которых кто-то кого-то в чем-то обвиняет. Никогда нельзя писать на основании слов только

одной стороны. Тем более, если они не подтверждаются документами. Даже если документы и есть, то найти противоположную сторону и переговорить с ней все равно необходимо. Вам могут предъявить не менее убедительный набор всяких официальных бумаг. И лучше, если вы узнаете об их существовании при подготовке статьи, а не из досудебной претензии в адрес редакции.

Некоторые ваши герои могут оказаться достаточно хитрыми людьми и попытаться использовать вашу доверчивость. Допустим, вы предупредите, что в любом случае намерены узнать мнение второй стороны конфликта и вам тут же предложат номер мобильного телефона нужного вам человека. С одной стороны это очень удобно — не надо напрягаться, искать номер, а потом пробиваться через какого-нибудь секретаря на городском телефоне. А с другой стороны — где гарантия, что вы разговариваете именно с тем человеком, с которым планировали? Вы его не видите, документы проверить не можете, а представиться нужным именем может и кто-либо из знакомых вашего героя по его просьбе. Зачем? Чтобы подкрепить сказанное вашим героем.

Как быть? Берите номер мобильного, не стесняйтесь. Затем звоните по этому номеру и просите его служебный номер телефона. Эту информацию вы уже легко можете перепроверить через Интернет или любую справочную службу.

Если вам дали прямой служебный номер, его может не быть в справочнике. Тогда звоните на общий телефон компании и говорите, что хотели бы уточнить номер господина такого-то и называете этот номер. Если все правильно, девочки на ресепшене без проблем это подтвердят (если человек и так знает прямой номер, значит, все в порядке). А если номер не совпадает, значит, вас водят за нос и стоит очень внимательно присмотреться к своему потенциальному герою, тщательнейшим образом перепроверяя каждое его слово.

Безусловно, все эти операции отнимают время. Но лучше потратить лишние 15 минут заранее, чем потом целыми днями пропадать в суде или тратить их на разборки с недовольными господами, которых вы невольно «оклеветали». Ну а попутно вы еще и свою базу контактов расширите.

Нередко бывают ситуации достаточно неоднозначные, когда обе стороны какого-либо конфликта правы, но правда у каждого своя. В этом случае не всегда стоит тратить время, чтобы разобраться, кто «правее». Лучше в равной мере представить обе точки зрения, предоставив читателям право самим решать. Самое интересное, что в этой ситуации каждая из сторон будет уверена, что вы поддерживаете именно ее. Вы же не поступаете никакими этическими правилами журналистики — вы объективно подаете информацию, что, собственно, от вас и требуется.

Что делать, если соврать требуется вам, причем так, чтобы вас на лжи не поймали? Это целое искусство, которым владеет не каждый, но которому можно научиться. Самый лучший и простой способ — не врать. Если вы говорите правду, хоть и не всю, это уже не ложь. Самый частый ответ на вопрос «Почему ты не сказал?!» — «А ты не спрашивал!». Такая линия поведения удобна по двум основным причинам — вас невозможно поймать на лжи, и вас не будет грызть совесть (если и будет, то хоть не слишком активно).

Настоящая ложь требует много сил и времени. Это примерно тоже самое, что и легенда у разведчика, хоть и в меньших масштабах. Штирлиц же врал, что он немец, нацист, поддерживает Гитлера и работает на Германию? То есть, ему необходимо было идеально знать свою вымышленную биографию, постоянно контролировать свои высказывания, поступки и даже выражение лица. Значит, чтобы врать, нужен хорошо продуманный план, замечательная память и актерские способности. Не так уж мало!

Если с планом все получилось, «легенда» отлетает от зубов, опровергнуть вашу ложь невозможно, но актерские способности у вас подкачали — все насмарку. Вы все делаете правильно, но при этом опускаете глаза, запинаетесь и краснеете. И все потому, что вам стыдно — мама говорила, что врать нехорошо. А если вы просто умалчиваете о каких-то фактах или событиях, то это вовсе не означает, что вы говорите о том, чего не было.

В каких случаях приходится выдавать правду «дозировано»? Безусловно, долг каждого журналиста — быть объективным, беспристрастным, правдивым и т.п. В жизни так бывает не всегда. Ино-

гда политика редакции такова, что правду (именно правду — реальные факты, имеющие подтверждение!) приходится подавать под определенным углом. Обвинить вас будет не в чем — вы точно передали информацию, ничего не исказили, ничего не придумали. Но вы использовали в материале не все имеющиеся у вас факты.

Например, между двумя компаниями идет судебное разбирательство. Одна из компаний — «любимый» рекламодатель вашего издания и редактор вам строго-настрого запретил писать про нее гадости. А на суде вы узнаете, что у противоположной стороны не меньше аргументов, подтверждающих ее правоту. Вы будете о них писать? Скорее всего, редактор их все равно вычеркнет. Другой выход — подать эти факты под нужным углом. Например, вы коротко указываете аргумент «врага», а потом приводите расширенные, логичные и убедительные доводы «вашей» компании. Вроде, и осветили со всех сторон, и слово дали обеим сторонам, только почему-то потом одна из конфликтующих компаний все равно кажется «правее» другой.

Другая ситуация — ваша газета существует за счет бюджета. У вас заказ на репортаж о том, как местные власти позаботились о жителях какого-то микрорайона — фонари на улице новые поставили или сквер разбили. При этом вы своими глазами видели, какие безобразия творятся в соседнем микрорайоне буквально через дорогу — темнота, кругом рытвины и колдобины, деревья все повыврубали непонятно почему. Напишите? Если критика входит в планы редактора, то да. А если нет — придется либо молчать, либо подкинуть статью в другое издание и под псевдонимом. Только в этом случае имейте ввиду, что журналисты — народ общительный, все друг друга знают и вашему редактору не долго придется ждать, прежде, чем ему кто-нибудь сообщит, что Вася Пупкин из такой-то газеты — это вы и есть.

В общем, правда — это то, что вам разрешает писать редактор в строгом соответствии с редакционной политикой. Если вас это не устраивает — ищите издание, где у слова свободы побольше.

Упражнение 20.

Выберите событие, которое освещали максимальное количество СМИ. Желательно, если это будут СМИ различной направленности — информагентства, газеты, интернет-порталы. Лучше всего, если среди них будут как провластные, так и оппозиционные. Внимательно прочитайте и сравните выводы, сделанные этими изданиями. Постарайтесь найти как можно больше различных выводов.

Упражнение 21.

Возьмите любое событие — реальное или вымышленное (взятое из литературы, кино, сериала и пр.). Напишите по нему несколько небольших материалов с разных точек зрения. Например: в каком-то селе построена школа. Точка зрения №1 — это хорошо (дети не будут ходить в школу за 10 километров каждый день, здание новое, парты удобные, классы светлые и пр.). Точка зрения №2 — новая школа породит много новых проблем (школу строили как попало, неизвестно какие материалы применялись при строительстве, чтобы набрать в эту школу учеников, придется свозить их со всех окрестных сел в радиусе 50 км, а дорог в этой местности нет, автобус не проедет, дети будут пропускать занятия, кроме того, не хватает учителей). Точка зрения №3 — если вы живете в деревне, то где и как лучше обучать ваше чадо. Точка зрения №4 — откровенный пиар компании, финансировавшей строительство. Точка зрения №5 — откровенный черный пиар компании, финансировавшей строительство.

Когда это будет получаться легко, можно использовать в материалах практически одни и те же цитаты, используя их в подтверждении выбранной точки зрения. (Например: «Строительство школы обошлось в...» - слишком дешево, значит, материалы плохие или слишком дорого — деньги отмывали и т.п.)

Цель: научиться подавать одну и ту же информацию с разных точек зрения. Кроме того, это дает философское понимание того, что абсолютной истины, увы, не существует. Ну и развивает навык подавать факты под нужным углом, не передергивая их.

Конференции, конгрессы, мастер-классы и т.п.

По большому счету, любой сборный материал с конгресса, конференции и т.п. — это то же самое интервью, только вопросы вы задаете разным людям. Вот только вряд ли получится раздать вопросы заранее, так что переходы и логические связки должны вытекать из последовательности ваших вопросов. Тут уже переложить этот груз на плечи спикера не получится. Чем больше разных мнений вы наберете, тем лучше. Не переживайте, если придется выкинуть из текста чей-то комментарий. В журналистской практике такое случается нередко. Если у вас комментов на 8 000 знаков, а в материал помещается только 6 000, то либо придется сокращать понемногу из каждого, либо искать слабое звено среди ваших спикеров. Это суровая правда жизни...

В крайнем случае, если слабого звена нет, а все спикеры одинаково интересны, созвонитесь, спишитесь и сообщите человеку, что он дал такой замечательный коммент, что вы решили сделать отдельное интервью. Поэтому собирайте визитки со всех своих спикеров. Нет визиток — просите записать имя, должность и все возможные контакты в ваш блокнот.

Кстати, конференции — отличная возможность набрать себе интервью на несколько номеров вперед. При этом вам не нужно бегать за спикерами — их уже собрали в одно время и в одном месте. Почти специально для вас.

Какое светило выбрать? Лучше всего зарубежное (дальнее зарубежье, конечно, лучше, но ближнее тоже подойдет). Не потому, что нет пророка в своем отечестве, а потому что если светило само плывет к вам в руки, его нельзя упускать. Побеседовать с таким спикером в родном городе намного проще, чем потом отлавливать его по всему миру. Однако, даже если вы беседовали с зарубежным гостем целый час, обязательно возьмите все его контакты и обговорите воз-

возможность дальнейшего общения по Интернету. Во-первых, это может вам пригодиться, а во-вторых, общаться с такими людьми просто интересно. (Важно: если вы собираетесь общаться с ними не только по работе в целях написания статей, убедитесь, что им с вами тоже интересно и у них есть возможность и желание это делать! В противном случае вы лишитесь ценного спикера).

Далее — светила местные. Их, в случае чего, найти будет проще. Но все же читатель любит авторитетов в своей области, доверяет им. Так что сначала беседуем с наиболее именитыми — доктора наук, профессора, президенты всевозможных ассоциаций, обладатели всевозможных премий и т.п.

Кроме того, не следует упускать из виду умных практиков, даже если список их регалий не впечатляет. Они могут сказать что-нибудь очень важное и полезное для читателя.

Только не мешайте светилу, если оно занято. Это не значит, что надо забиться в угол и там выжидать удобного момента, чтобы накинуться с расспросами. Ходите неподалеку кругами, периодически поглядывая в сторону вашей «жертвы». В крайнем случае, не самую важную беседу можно, извинившись, прервать, чтобы сообщить светилу, что вам необходимо с ним побеседовать, и вы будете премного благодарны, если оно уделит вам пару минут, когда освободится.

Имейте в виду, что у конференций, конгрессов и т.п. мероприятий есть одна особенность — задать интересующие вас вопросы вы сможете только во время кофе-брейка. На то, чтобы найти нужного спикера и пообщаться с ним, у вас будет от 15 до 30 минут. (Не надейтесь на обеденный перерыв — самых почетных, а значит, и интересных для вас, спикеров организаторы зачастую кормят отдельно либо в каком-то зале, куда вас не пустят, либо выводят их окольными путями в близлежащий ресторан).

Найти нужного спикера — не такая простая задача, как может показаться на первый взгляд. Начнем с того, что своих героев вам нужно знать в лицо. Для этого у вас будет две подсказки — бейджик и выступление. Бейджики носят не все, кроме того, эти штуки имеют нехорошую привычку переворачиваться обратной стороной на шее самых интересных вам людей. А если имена и должности еще и

напечатаны слишком мелко, то либо вам придется об этой подсказке забыть, либо смущать всех подряд, подходя почти вплотную и пристально вглядываясь в них где-то на уровне груди или живота.

Впрочем, если таких неприятностей не случилось, а вы к тому же владеете иностранными языками, то смело вычисляйте по бейджикам зарубежных гостей и «допрашивайте» их. Комментарии иностранцев в большинстве случаев вызывают интерес.

Вторая подсказка — выступления. Это хорошая подсказка. Во-первых, у вас есть достаточно времени запомнить внешность человека, чтобы потом в суматохе перерыва быстро его найти. А во-вторых, вы хоть немного узнаете о теме его доклада.

В большинстве случаев сами выступления на научных и других специализированных конференциях и конгрессах будут для вас бесполезны. Участвующие в них специалисты будут долго и подробно говорить что-то «не по-русски» — понять речь, процентов на 60 состоящую из узкоспециализированных терминов без специальной подготовки невозможно. Но даже если вы сами прекрасно понимаете этот «слэнг», надо еще суметь донести сказанное до читателей в удобоваримой форме, по сути, перевести на общедоступный язык, не исказив смысла.

Так что, будем считать, что в вашем случае доклады зачитываются исключительно для того, чтобы как можно лучше рассмотрели докладчика.

Не у всех хорошая память на лица. Даже если вы всегда считали ее вполне приличной, видеть своего спикера на трибуне и искать его среди нескольких сотен человек в фойе — две большие разницы. Вам только кажется, что ученого мужа, надевшего зеленый галстук с красной рубашкой невозможно ни с кем спутать. Во время кофе-брейка вы можете насчитать их десяток. Кроме того, они будут еще примерно одного возраста, схожей комплекции и с одинаковым цветом волос (или одинаковыми лысынами). И что тогда?

Еще две подсказки. Первая. Вы должны находиться как можно ближе к трибуне, чтобы вам были видны все детали. Ищите во внешности спикера что-то такое, что полицейские называют «особыми приметами». (Описание типа «усов и бороды нет» к ним не отно-

сится). Возможно, у человека глаза разного цвета, довольно крупная родинка на щеке, какой-то значок на лацкане пиджака, у дамы это может быть кулон на шее или какие-то необычные серьги. Не стоит ориентироваться на шарфы, накидки и т.п. — их слишком просто снять.

Вторая. Если уж все совсем плохо, то на подобные мероприятия берите с собой фотоаппарат и притворяйтесь фотокорром. Тогда вы сможете подобраться чуть ли не вплотную к трибуне, чтобы сделать снимок, и никто не обратит на это внимание. Зато «опознавать» человека по фотографии вам будет значительно легче. Для воплощения этой маленькой хитрости вам не нужна дорогая камера с огромным объективом. Простенькая мыльница вполне подойдет. Высококачественные и высокохудожественные снимки вам не требуются, а журналисты с мыльницами сейчас встречаются во многих редакциях, полагающих, что с ролью фотографа вполне может справиться и дрессированный шимпанзе.

А вот что делать действительно не стоит, так это фотографировать на мобильный телефон, каким бы «навороченным» он ни был. Даже самая нищая редакция до такого не опустится.

Вне зависимости от того, фотографируете вы для себя или редакция действительно ждет от вас фото спикеров, вернувшись домой, обязательно скопируйте изображения на компьютер и подпишите фото (дайте название файлам) по именам и фамилиям изображенных на них людей. Отдельно сделайте себе список, где укажите не только имена и фамилии, но также должности, регалии и контакты. Если приходится фотографировать очень много разных людей, и вы сомневаетесь, что потом разберетесь, кто из них кто, сразу составляйте список в своем блокноте. Тогда выяснить имя и фамилию человека будет можно, просто посмотрев, каким по счету у вас заснят тот или иной человек.

Итак, вы пошли искать спикера с фотографией в руках. Имейте в виду, что пока вы во время перерыва будете бегать и выискивать свою «жертву», насладиться кофе, печеньем или сытным обедом вам не удастся. А вкусные запахи очень сильно отвлекают голодного журналиста от мыслей о работе. Так что не забудьте плотно позавтракать и захватить с собой пару бутербродов, которые вы сможете съесть как раз перед началом обеда.

Предположим, вы поймали всех, кого надо. Но это только полдела! Их же теперь надо еще и «допросить»! А о чем спрашивать, если во время выступлений они говорили на каком-то только им понятном языке? Лучшее в таких ситуациях (да и не только в таких) — это искренность. Смотрите на спикера восхищенными глазами и со всей прямоотой своей души говорите: «У вас был потрясающе интересный доклад! Эта информация будет очень интересна и важна для наших читателей. Только к сожалению, я многое не понял... Не могли бы вы вкратце мне объяснить еще раз?». После такой порции комплиментов редкий спикер не снизойдет до того, чтобы в разговоре с вами подбирать слова попроще. К сожалению, случаи, когда светила науки в той или иной степени считают журналистов несмышленными идиотами, встречаются не так уж редко. Исключения составляют случаи, когда журналист уже стал профи в определенной теме и разговаривает с ученым на его языке, да еще и употребляя термины, половину из которых спикер сам не понимает.

В принципе, это нормально и не должно вас ничуть смущать. Поверьте, даже самые маститые профессора знают о журналистике меньше, чем вы. Так что же удивительного в том, что вы чего-то не понимаете в их сфере деятельности?

Кроме того, снисходительно-пренебрежительным отношением к себе можно и нужно пользоваться в своих интересах. Согласитесь, приятно, когда ваш собеседник делает за вас половину работы. То есть, вместо того, чтобы вы потратили кучу времени на то, чтобы перевести непонятные слова, можно заставить ученого напрячь мозг и перефразировать самого себя.

Тут есть еще один важный момент. В разговоре вам может показаться, что вы хорошо расслышали какое-то новое для вас слово. Однако, когда вы попытаетесь набрать его в поисковике, чтобы узнать значение, вас постигнет неудача. Если вы сделаете в написании термина одну ошибку, умный Интернет еще сможет догадаться, что вы имели ввиду и подскажет правильный вариант. А если две или три? В ответ вы получите «Ничего не найдено». По закону подлости именно это слово окажется ключевым и из «песни» вы его не выкинете. Написать его неправильно вы не можете. Как правильно — вы не знаете. Что делать?

Придется «ставить на уши» всех своих друзей и знакомых в поисках другого специалиста в той же области. Можно попытаться объяснить, что вам нужно узнать, как, например, правильно пишется слово, которое звучит примерно как «афродефактометр» и означает какую-то штуковину, которой пользуются офтальмологи. Однако, чтобы не вводить специалиста в ступор своим оригинальным «прочтением» термина, лучше дать ему прослушать фрагмент записи разговора, где ваш спикер это слово употребил. Не всегда ваши объяснения хоть что-то смогут сказать знающему человеку, а ваши ассоциации будут для него, мягко говоря, непонятны. (Кстати, та самая штука, которой пользуются офтальмологи, называется «авторефрактокератометр»).

Так что в подобных случаях у вас есть два выхода: либо вы обзаводитесь крайне сообразительными специалистами во всех возможных областях знаний, либо во время интервью просите собеседника написать сложное слово в вашем блокноте, а затем объяснить его значение.

Если вы сядете в лужу с терминологией, да еще на грозное требование редактора объяснить, что вы там написали, будете беспомощно хлопать глазами, репутацию немножко идиота вы заработаете не только в научных кругах.

Итак, краткое содержание речи своего спикера в переводе Гоблина самого же ученого вы получили, но вам этого мало. И вы не знаете, что еще спросить. Допустим, речь идет об оборудовании. Представьте себе, что вы выбираете новый мобильный телефон. Что вас интересует в первую очередь? Цвет, вес и т.п. — это понятно. Но ведь не менее важно, что этот аппарат «умеет». Самая современная аппаратура в этом плане мало чем отличается от покупки телефона. Тех, кто будет ей пользоваться, тоже интересуют возможности этих приборов.

Следовательно, у тех, кто проводит конференцию, симпозиум, мастер-класс и т.п. узнаем:

— какие возможности дает представленная аппаратура (или методика)

— чем она лучше старой (той, которой пользовались до этого, либо, для сравнения, лет 5-10 назад)

— используется ли эта аппаратура (методика) в вашей стране, и если еще нет, то когда она там появится.

У участников (тех, кто не выступает, но пришел посмотреть и послушать) узнаем, грубо говоря, зачем они туда пришли и что вынесут с мероприятия (в смысле знаний, хотя, может быть и в материальном плане тоже — вдруг какая-то компания решит завтра же закупить представленное оборудование). То есть:

— что нового узнали участники мастер-класса, конференции и т.п. и когда начнут использовать в своей повседневной работе.

Если речь идет о чем-то менее материальном, например, о научных достижениях, открытиях (особенно в теоретических областях) и т.п., то схема выбора вопросов все равно примерно та же. Вас (то есть ваших читателей) интересует главное — зачем все это надо и какая от этого польза.

Главное, никогда и никому не задавать вопросы, на которые можно ответить «да» или «нет», потому что если можно отделаться от вас одним словом, по крайней мере, половина ваших собеседников именно так и поступит.

Чем больше вы зададите вопросов, тем лучше. Во-первых, всегда будет, что сократить, из чего выбрать, а во-вторых, вам проще будет сделать связку между абзацами или комментариями, если вы не позаботились об этом заранее или в предполагаемой структуре материала произошли неожиданные изменения.

Если конференции, симпозиумы, конгрессы и всевозможные съезды проходят примерно по одной схеме (большой зал, президиум, трибуна, выступающие, перерывы), то у круглых столов и мастер-классов есть некоторые свои особенности.

Писать о мастер-классах проще, чем о конференциях, потому что часть материала будет близка к репортажу — что вижу, то и пою. В мастер-классах участвует меньше народа, основных спикеров там меньше, а выловить участников, чтобы задать пару вопросов, намного проще. К тому же, участники мастер-класса, как правило, употребляют меньше сложных терминов, чем участники конференции или симпозиума.

Впрочем, для написания репортажной части кое-какие слова, возможно, придется все же записать. Это касается названия оборудования (авторефрактокератометр помните?) или каких-то особых приемов, которые демонстрируются во время мероприятия.

В целом, чтобы написать статью о мастер-классе, нужно просто совместить принцип работы при освещении конференции с тем, как пишется репортаж.

Структурно можно разбить статью на две основные части — репортажную и высказывания спикеров. Либо отсортировать материал по подтемам, и перемежать описания действия с комментариями.

В любом случае, при освещении мастер-класса вам придется раскодировать меньше текста, чем при подготовке статьи о научном симпозиуме.

Упражнение 22.

Прочитайте приведенные ниже фрагменты текстов. Представьте, что вы должны взять интервью у специалистов на эти темы. Составьте список вопросов, ответы на которые были бы интересны широкому кругу читателей.

Идиопатический фиброзирующий альвеолит

Идиопатический фиброзирующий альвеолит, диффузный интерстициальный пневмофиброз, синдром Хаммена — Рича — заболевание, характеризующееся диффузным поражением лёгочной интерстиции с последующим развитием пневмосклероза и дыхательной недостаточности, гипертензии малого круга кровообращения и лёгочного сердца. Встречается относительно редко (ок. 7 — 10 случаев на 100 тыс. населения), в развитии этой формы большое значение имеют аутоиммунные нарушения (гиперчувствительность III-го типа, реакции иммунных комплексов). Характерны серозно-фибринозное пропитывание альвеолярных перегородок, накопление в альвеолах экссудата, богатого фибрином, макрофагами и особенно нейтрофилами, выраженное разрастание соединительной ткани и её склерозирование, гиалиновые мембраны в альвеолах. Лёгкие плотны, красно-бурого цвета с сетью сероватых полосок и очагами буллезной эмфиземы.

Клиника

ИФА возникает в любом возрасте, обычно начинается с кашля со скудной вязкой мокротой и лихорадки; реже постепенно, с прогрессирующей одышки. Состояние больных быстро ухудшается, развивается стойкая одышка и цианоз. При аускультации определяются крепитирующие хрипы — «треск целлофана». Анализ крови показывает воспалительную активность, нередко — ревматоидный фактор. Рано развиваются гипертензия малого круга кровообращения и лёгочное сердце. Выражен симптом «барабанных пальцев» и «часовых стёкол».

Диагностика

На рентгенограмме — усиление и деформация легочного рисунка, сетчатость вследствие разрастания соединительной ткани вокруг лёгочных долек (картина «сотового лёгкого»). Более чувствительными методами диагностики являются сканирование с галлием-67 и бронхоальвеолярный лаваж (бронхоскопия с промыванием бронхов и последующим исследованием промывной жидкости).

Лечение

Эффект лечения высок на начальных стадиях болезни, и снижается по мере развития фиброза. Назначают глюкокортикоиды, при их недостаточной эффективности и дальнейшем прогрессировании процесса добавляют иммунодепрессанты (циклофосфан или азатиоприн), пеницилламин. Дозы медикаментов снижают постепенно, не ранее 1,5 — 3 месяцев после начала лечения. Антибиотики неэффективны. При острых формах возможно применение плазмафереза.

Прогноз при отсутствии лечения неблагоприятный — больные погибают через 4 — 6 лет от начала заболевания, а иногда даже через 1 — 2 месяца. Своевременно начатое лечение помогает не только спасти жизнь, но и сохранить трудоспособность больных ИФА, которые, однако, должны пожизненно находиться под наблюдением пульмонолога и ревматолога.

(http://ru.wikipedia.org/wiki/Идиопатический_фиброзирующий_альвеолит)

Классическая теория химического строения

Шаро-стержневая модель молекулы диборана B₂H₆. Атомы бора показаны розовым, водорода — серым.

Центральные «мостиковые» атомы одновалентного водорода образуют с соседними атомами бора трёхцентровые связи

Пространственная структура молекулы диборана.

Длины связей показаны серым, валентные углы — цветным.

Диэдральный угол между плоскостями периферических и мостиковых троек ядер Н-В-Н составляет 90°

В классической теории химического строения молекула рассматривается как наименьшая стабильная частица вещества, обладающая всеми его химическими свойствами.

Молекула данного вещества имеет постоянный состав, то есть одинаковое количество атомов, объединённых главными взаимодействиями — химическими связями, при этом химическая индивидуальность молекулы определяется именно совокупностью и конфигурацией химических связей, то есть валентными взаимодействиями между входящими в её состав атомами, обеспечивающими её стабильность и основные свойства в достаточно широком диапазоне внешних условий. Невалентные взаимодействия (например, водородные связи), которые зачастую могут существенно влиять на свойства молекул и вещества, образуемого ими, в качестве критерия индивидуальности молекулы не учитываются.

Центральным положением классической теории является положение о химической связи, при этом допускается наличие не только двухцентровых связей, объединяющих пары атомов, но и наличие многоцентровых (обычно трёхцентровых, иногда — четырёхцентровых) связей с «мостиковыми» атомами — как, например, мостиковых атомов водорода в боранах, природа химической связи в классической теории не рассматривается — учитываются лишь такие интегральные характеристики, как валентные углы, диэдральные углы (углы между плоскостями, образованными тройками ядер), длины связей и их энергии.

Таким образом, молекула в классической теории представляется динамической системой, в которой атомы рассматриваются как материальные точки и в которой атомы и связанные группы атомов могут совершать механические вращательные и колебательные движения относительно некоторой равновесной ядерной конфигура-

ции, соответствующей минимуму энергии молекулы и рассматривается как система гармонических осцилляторов.

(<http://ru.wikipedia.org/wiki/Молекула>)

Интерэкономика

Мировая экономика (интерэкономика) — многоуровневая, глобальная система хозяйствования, объединяющая национальные экономики стран мира на основе международного разделения труда посредством системы международных экономических отношений.

В целом мировую экономику можно определить как совокупность национальных хозяйств и негосударственных структур, объединенных международными отношениями.

Мировая экономика возникла благодаря международному разделению труда, что повлекло за собой как разделение производства (то есть международную специализацию), так и его объединение — кооперацию.

В понятии мировой экономики выделяются четыре уровня: микроуровень, мезоуровень, макроуровень и международный уровень. В качестве основного выступает макроуровень. На этом уровне рассматривается функционирование сложных крупных самостоятельных экономических систем, каковыми чаще всего являются национальные экономики. На микроуровне изучается функционирование простых однородных систем и субъектов, составляющих макроэкономические структуры. Таковыми субъектами являются фирмы и домохозяйства. Мезоуровень составляют сложные подсистемы, входящие в национальные экономики, например, отрасли и экономические регионы.

Международный уровень представляет собой уровень взаимодействия национальных экономик, а также различных над- и межнациональных экономических институтов. При таком подходе основными субъектами международных экономических отношений обычно признаются государства, транснациональные корпорации — ТНК (будут рассмотрены ниже), международные экономические организации и интеграционные объединения национальных экономик.

(http://ru.wikipedia.org/wiki/Мировая_экономика)

Выберите еще несколько научных статей (или статей, относящихся к науке из той же Википедии) и попробуйте «перевести» их на общедоступный язык.

Цель: Упражнение значительно расширяет кругозор и словарный запас, а также вырабатывает навык перефразирования специальных текстов в общедоступные.

Упражнение 23.

Заведите себе словарь (в бумажном или электронном виде), в котором будете записывать «перевод» специальных терминов, фраз и канцеляризмов на общедоступный язык. Например:

Гоп-стоп — ограбление

Шухер — опасность

Раскалываться — предавать, сознаваться

Редиска — нехороший человек
(шутка)

А если серьезно, то:

Нанес телесные повреждения — избил

Потерпевшая по делу об ограблении — ограбленная

Участники долевого строительства — дольщики

Королева молочной промышленности — корова

Оказывать помощь — помогать

Осуществлять сотрудничество — сотрудничать

Упражнение 24.

Если нет возможности посетить какой-либо мастер-класс лично, всегда можно найти бесплатный в Интернете. Взять комментарий у участников в этом случае, конечно, не получится, но ответить на основной вопрос — что нового дает этот мастер-класс? — можно. После просмотра мастер-класса засекуте время — сколько вам понадобилось минут, чтобы ответить на этот вопрос. Если это время исчисляется не минутами, а часами, найдите другой мастер-класс и продолжайте тренироваться.

Круглые столы

На круглых столах, как правило, присутствует достаточно много людей, каждый из которых — потенциальный носитель нужной вам информации. На таких мероприятиях этикет обязывает сначала представиться, четко и внятно назвать свое имя и должность, а потом уже говорить. На практике это бывает редко, особенно, если дискуссия жаркая. Постоянно бегать вокруг стола и читать фамилии вы не сможете. Это будет выглядеть глупо, раздражать остальных и мешать вам вникать в суть того, о чем идет речь. Поэтому приходите минут за 15 до начала круглого стола и составляйте себе список участников. Начинать его нужно с самого заметного спикера, а затем переписывайте всех по очереди, двигаясь по или против часовой стрелки.

Возможно, что вам будет некогда сверяться со списком по ходу обсуждения, т.к. нужно что-то конспектировать или даже набирать на нетбуке. Но вы всегда сможете отметить спикера как №3, №5 или № 8 или, чтобы долго не вычислять, отметьте его не как № 18 от начала списка, а, например, как №2 от его конца.

Основную информацию вы получите из выступлений, но реплики и вопросы тоже не стоит упускать из виду. При написании материала они помогут сделать статью более живой, придать ей динамику. То есть читать ее будет намного легче. Сравните сами, что лучше воспринимается — длинная монотонная речь или эмоциональный диалог, плавно переходящий в рукопашную?

Если у вас есть время, то можете досидеть до конца круглого стола. Если нет — уходите, как только сочтете, что получили достаточно информации для написания полноценной статьи и у вас еще есть некоторый запас.

Чтобы статья не получилась незавершенной, хорошо бы заполучить проект резолюции, рекомендаций и т.п. Сделать это лучше до мероприятия. Понятно, что такие документы раздают участникам, а

журналисты получают только пресс-релизы. Но ничего не стоит подойти к организаторам и попросить весь пакет документов, которые получают участники мероприятия (или хотя бы проект нужного вам документа), честно объяснив, что остаться до конца вы не сможете, а осветить такое важное событие хотите максимально полно.

Если никаких подобных документов нет, а статью вам сдавать через день, а то и два, попросите организаторов выслать вам всю информацию, которая будет у них по итогам круглого стола, и обязательно обменяйтесь контактами. Про вас, скорее всего, забудут, и придется напоминать о своем существовании.

Упражнение 25.

На многие круглые столы пускают всех подряд, при этом у журналистов редко спрашивают не только удостоверения, но и из какого они издания. В крайнем случае, всегда можно представиться блогером и искренне удивиться, что пресс-секретарь до сих пор (!) не знает вашей фамилии. Можно глубокомысленно добавить, что в наше время блогеры — это реальная информационная сила, за ними будущее и мало кто сейчас не пользуется возможностью общения с ними. Как вы будете выкручиваться потом — это другой вопрос. Зато на круглый стол вполне сможете попасть. Если же такой возможности в ближайшее время не предвидится, можно сходить на общественные слушания. По форме это почти тоже самое.

А теперь самое интересное — вернувшись, попытайтесь изложить суть услышанного максимально сжато — в пределах двух тысяч знаков с пробелами.

Репортаж

Репортаж — чудесная вещь! Не надо раскодировать целый час записи, и писать можно по принципу «что вижу — то и пою». Все дело в том, что именно видеть. Представьте себе, что вы снимаете кино и собираетесь показать зрителям то, что увидели сами. Итак, с чего вы начнете? Ну явно не с какой-то мелкой детали. То есть, сначала описываем, так сказать, общий план. Что, где, когда, зачем. А потом уже начинаем описывать какие-то моменты более подробно.

Какие моменты? Чтобы это понять, нужно сначала хорошо посмотреть по сторонам и «взять на карандаш» все, что привлечет ваше внимание в первую очередь.

Есть еще две вещи, которые очень важны в репортаже — мелкие детали и ваши эмоции. Репортаж может быть интересен читателю только в том случае, если ему кажется, что он переживает все то, что переживали вы. Почему некоторые люди все еще любят читать книги? Они видят глазами героя то, что не видели и не могли увидеть своими собственными. Жизнь обычного человека, как правило, бедна событиями и впечатлениями. Когда вы пишете репортаж, ваша задача — восполнить эту нехватку чем-то ярким.

Первое, что для этого нужно — на событие, которое вы описываете, вам должно быть действительно интересно, вас должны переполнять эмоции. Зачем это надо? В таком состоянии вы будете лучше концентрироваться на происходящем. Вспомните, когда вас куда-то приглашают даже не по работе, и вам там скучно, что вы говорите об увиденном? «Ничего интересного». А если для вас не было ничего интересного, как это может быть интересно для читателей?

Понятно, что далеко не все мероприятия, по которым приходится писать репортажи, оказываются действительно впечатляющие и захватывающие. Чаще бывает наоборот. Например, вас отправляют писать заказной материал об открытии мини-птицефабрики, на котором, кроме всего прочего, еще и спикеров заметных не будет,

только директор и пять рядовых сотрудников. Получилось с ходу представить себе, как вы прыгаете от восторга и потираете руки в предвкушении того дня, когда окажетесь там? Если да, то с такими способностями из вас бы получился гениальный актер, мастер перевоплощения, способный мгновенно вообразить (и изобразить) любые эмоции. Может, вам стоит подумать о смене профессии? Конечно, для журналиста, даже если он работает не в теле или радиоэфире, актерские навыки тоже будут полезны, но сейчас речь не об этом. Сейчас речь идет о том, как настроить себя на нужный лад, отправляясь на репортаж.

Попробуйте предположить, что вы можете увидеть на предстоящем мероприятии. Вернемся на нашу птицефабрику. Людям, которые работают в этом бизнесе, будет интересно все, что связано с подобным событием. Это радует, но среди читателей вашего издания их будет явное меньшинство. К этому меньшинству, видимо, относитесь и вы. И таких людей надо чем-то «зацепить». Первое, что приходит в голову — безумно трогательные маленькие желтенькие пищащие цыплята. Человек так устроен, что на детенышей абсолютно большинства представителей фауны реагирует положительно. Начало репортажа задает тон восприятию всего текста. Материал про птицефабрику у вас заказной. Значит, эмоции должны быть положительные. Значит, начинаем с цыплят.

Впрочем, не цыплятами едиными жив журналист, пишущий про открытие птицефабрики. Можно предположить, что после открытия фабрики в продаже появятся вкусные экологически чистые, почти домашние яйца по низким ценам? Слышите как аппетитно шкварчит яичница на сковородке? Видите свеженький «Оливье» на столе (где, кстати, стоит еще много всяких вкусностей)? А что нужно, чтобы все это стало реальностью? Продукция той самой птицефабрики. Отталкиваетесь от этого, а дальше расписываете все в красках. Кстати, отличный пример — речь Остапа Бендера в шахматном клубе города Васюки. Если ее немного отжать, то получится очень даже симпатичный материал!

При этом не обязательно писать лично о себе («меня восхитило», «я удивилась» и т.п.), можно передать эмоции косвенно («зрители

внимательно наблюдали за происходящим», «в зале царила атмосфера напряженного ожидания», «в предвкушении своей очереди люди нетерпеливо потирали руки»).

Детали — расскажите, что вы внимательно рассматривали, что вам разрешили повертеть в руках, потрогать, понюхать, попробовать на зуб и как это было.

Самое «вкусное» в репортажах — это то, что можно проверить на себе. И если такая возможность есть, то упускать ее ни в коем случае нельзя! Если такой возможности нет, но ее можно устроить, то это тоже упускать нельзя.

Например, вы пишете о том, как бросить курить. Взяли интервью у доктора, а потом попробовали неделю придерживаться его советов. Не важно, что вы продержитесь три дня, а потом скурите сразу две пачки. У вас будут личные впечатления, вы сможете вдохновить читателей личным примером. (Про три дня и две пачки — молчите! Читателю это знать не обязательно). Акцент лучше сделать на полезных моментах типа: «Сильно захотелось курить. Попробовал подождать 8 минут (говорят, что желание курить само по себе пропадает через 4-8 минут), чтобы отвлечься сел поиграть за комп. Через 8 минут посмотрел на часы и понял, что прошло 4 часа. Не то, что о сигаретах, об обеде забыл!». Конечно, переживаемые вами эмоции — это тоже интересно, но менее ценно, чем полезный личный опыт. О своих неудачах тоже можно упоминать — читателю будет приятно во-первых, увидеть за газетными строчками живого человека, а во-вторых, почувствовать себя умнее, сильнее и круче, чем автор статьи.

Какие эксперименты на себе ставить нельзя? Те, которые несут угрозу вашей или чужой жизни, здоровью, благополучию. В противном случае вы станете героем, а не автором статьи. Не надо на собственном опыте проверять, сложно ли по веревке спуститься с крыши на балкон седьмого этажа. Конечно, если спецназ или спасатели согласились на такой эксперимент, готовы вам в этом помочь, обеспечить полную безопасность, а у вас при этом еще есть достаточная физическая подготовка и отсутствует страх высоты, то можно попробовать. Но лучше это делать после согласования с редактором. У начальства на вас могут быть свои определенные планы (кроме вас

некого отправить на какое-то важное совещание на следующий день) и вы нужны редакции живым и здоровым.

Если же полную безопасность специалисты вам обеспечить не могут, то делитесь с читателями не своими, а чужими впечатлениями. Пусть боец службы спасения вам расскажет, как первый раз спускался с крыши или вытаскивал человека из глубокого колодца. Ваша задача — интересно передать его слова, а не повторить его опыт.

Даже если вы самый известный в городе сорвиголова, всегда помните о том, что ваша жизнь принадлежит не только вам. В какой-то мере, вы — это собственность редакции.

Самые безопасные и приятные репортажи — о путешествиях (за исключением экстремальных вариантов). Тут есть, где разгуляться в прямом и переносном смысле.

Однако, какие бы впечатления вас не захлестывали, помните, что не все из того, что было интересно вам или что вы по возвращению расскажете друзьям, обрадует ваших читателей. Например, если вы за ужином в отеле познакомились с какими-то необычными особенностями местной кухни, то можно будет об этом рассказать. В некоторых странах юго-восточной Азии лакомством считаются жареные пауки. Так какие они на вкус? Хрустят на зубах? Правда, что их можно щелкать как семечки?

Но если вы просто набрали себе за шведским столом три килограмма еды и уже сами перестали понимать, что едите, вряд ли это заслуживает чьего-то внимания, кроме вашего диетолога.

Если даже вы пишете «репортаж» о поездке в страну, где вы отродясь не были, худшее, что вы можете сделать — это переписать путеводитель. Все это читатель и без вас знает (а если не знает, то узнает). Статьи о путешествиях бывают интересны либо какими-то малоизвестными фактами о той или иной стране, либо полезной информацией. Можно кратко написать что-то особо примечательное из истории или напомнить о средней температуре июля и января (а лучше еще указать температуру воды или предупредить, когда начинается и когда заканчивается сезон дождей). Но даже это делать нужно нормальным, живым языком. Вместо «На равнинах средняя температура января возрастает с севера на юг от 15 до 27 °С, в мае

повсеместно 28-35 °С, иногда доходя до 45-48 °С. Во влажный период на большей части страны температуры равны 28 °С. В горах на высоте 1500 м в январе -1 °С, в июле 23 °С, на высоте 3500 м соответственно -8 °С и 18 °С» (<http://ru.wikipedia.org/wiki/Индия>) скажите просто, что чем южнее штат, тем жарче там климат. На севере зимой в горах лежит снег, а на юге даже в январе +27. Оттолкнувшись от этого, пишите, куда и когда лучше ехать.

Интересной и полезной будет информация о местных обычаях и традициях. Так, например, в некоторых восточных странах нельзя давать деньги, подарки и т.п. левой рукой — этим вы можете оскорбить человека. К японцам лучше не кидаться с объятиями и поцелуями, а если малознакомый пуэрториканец будет вас приветствовать поцелуем в щеку, помните, что это не имеет ничего общего с сексуальными домогательствами.

Это достаточно известные факты. Но их очень легко превратить в личные впечатления. Представьте себя в этой ситуации и напишите об этом так, словно это было на самом деле. Например, в Японии на ваших глазах пожилой мужчина уронил папку с бумагами. Вы, как воспитанный молодой человек (или девушка) хотели кинуться ему помочь, но ваш знакомый (переводчик, коллега, давно работающий в этой стране и т.п.) вдруг схватил вас за руку. Вроде вы немало читали об этой стране перед поездкой, но тут вдруг с удивлением узнали, что то, что в вашей стране означает дань уважения, для японца может стать крайне неприятной ситуацией — потерей лица.

Или представьте, что случайно встретили на улице в Пуэрто-Рико на улице человека, которого видели два раза в жизни по пять минут, а он вдруг кинулся вас обнимать. Что бы вы чувствовали, если бы это действительно произошло? Удивление, недоумение. Почему бы об этом так и не написать?

Кроме того, отличный источник личных впечатлений — блоги путешественников и форумы, где люди рассказывают о своих поездках. Кстати, там можно найти такую информацию, какой нет ни в одном путеводителе — как найти самый дешевый отель, какую еду лучше заказать в уличном кафе, где найти местное экскурсионное бюро и т.п. Читателю абсолютно все равно, ваши это впечатления или нет, если

статья интересная, полезная и увлекательная. Несколько десятков, а то и сотен тысяч читателей не кинутся проверять, действительно ли вы куда-то ездили, а ваша основная задача — дать читателю возможность с пользой убить 10-15 минут его драгоценного времени.

Если вы решили поделиться с читателем чужими впечатлениями, то либо ссылайтесь на авторов комментариев, позаимствованных вами из Интернета, либо используйте только те сведения, которые вы теоретически могли получить и сами. Так, информация о том, на чем лучше передвигаться по городу могла быть получена и вами, а вот какая-то забавная история о недоразумении при покупке сувениров — уникальна. Шанс, что она могла произойти дважды по одному и тому же сценарию, равен нулю. Любой, кто уже читал ее описание в Интернете, поймет, что вы занимаетесь плагиатом, а это не только основательно подорвет доверие к вашим материалам, но и плохо скажется на имидже всего издания (не говоря уже об открытом нарушении вами авторских прав).

Упражнение 26.

Напишите небольшой репортаж о какой-либо вашей поездке на природу (в другой город, другую страну), о событии, которое вы посетили. Подойдет даже поход в кино или пивной бар. Проверьте репортаж на наличие деталей, эмоций и личных впечатлений.

Упражнение 27.

Найдите в Интернете большой фоторепортаж с какого-либо события. Внимательно рассмотрите фотографии. Если есть возможность найти на том же или другом ресурсе описание события — еще лучше! (Допустим, «митинг миллионов» 6 мая 2012 года в Москве). Напишите небольшой репортаж так, как будто вы сами там были.

Упражнение 28.

Описывайте интересные события, на которых вы присутствовали, в своем блоге или на страничке в социальной сети в виде небольших репортажей. Если они будут еще и проиллюстрированы фотографиями — вообще замечательно! Используйте социальные сети и блоги с пользой!

Аналитическая статья

Стоит сказать сразу, что аналитика — это не для новичков в журналистике, даже если их предыдущий род деятельности был связан именно с этим. Даже замечательный финансовый или какой-либо другой аналитик не сможет сразу написать аналитическую статью так, чтобы она была интересной, глубокой, но при этом еще и хорошо и легко читалась. Для начала ему нужно будет как минимум набраться опыта в журналистике. Тоже самое относится и к журналистам. Аналитика — это, пожалуй, один из самых сложных жанров в журналистике и без подготовки к нему не подобраться.

Для того, чтобы написать аналитический материал, одного владения словом мало. Требуется еще серьезная информированность в теме статьи, достаточно большой объем знаний, хорошая общая эрудиция и сильно развитое логическое мышление.

Тем не менее, журналисты, даже начинающие, нередко получают от редактора самые удивительные задания. Задание написать за сутки серьезную аналитическую статью на разворот на тему ядерной физики вполне может стать одним из них.

И что же делать? Прежде всего, не паниковать. Для начала необходимо изучить основы «тарабарского языка» — специальную терминологию, которой будет изобиловать любой найденный и подходящий для работы исходный материал. На это потребуются некоторое время. Самый простой и быстрый способ — найти 2-3 страницы научной или просто специальной статьи по теме и буквально переводить их со словарем. Каждое непонятное или не очень понятное слово искать в толковом словаре, в энциклопедии и т.п. Можно выписывать их в отдельный файл в алфавитном порядке по мере того, как они встречаются в тексте, а потом перечитать его несколько раз, можно просто перевести больше страниц и каждый раз даже те слова, которые уже встречались, но еще не запомнились, снова искать в словаре. Через некоторое время специализированные тексты уже можно будет вполне сносно понимать.

Первый шаг сделан. Следующий — сбор материала. Почти как обычно. Однако, материал должен быть максимально разносторонний. Чем больше там будет противоречивых данных, противоположных мнений — тем лучше. Все это необходимо рассортировать как и при работе над любой другой статьей.

Дальше начинается все самое сложное. Между любыми фактами, о которых будет идти речь в статье, должна быть какая-то связь. У любых событий есть свои причины и следствия. Они далеко не всегда очевидны, а выявить их и подтвердить свою точку зрения сильными аргументами и есть задача хорошей аналитической статьи.

Если умения логически мыслить нет, то сделать это очень сложно — выводы могут оказаться мягко говоря далекими от действительности. В советское время любое упоминание о магах, экстрасенсах, НЛО и т.п. грозило редактору и журналисту любого СМИ увольнением, а то и позорным изгнанием из коммунистической партии и всевозможных союзов и профсоюзов. Однако, с началом перестройки и разгулом гласности, писать и говорить стало можно о чем угодно. Тогда одними из самых рейтинговых телепередач стали сеансы массового оздоровления в исполнении Алана Чумака и Анатолия Кашпировского. Последний, начиная гипнотизировать телезрителей, говорил: «Я буду считать до 33. Догадайся, почему». Для человека, обладающего хотя бы минимальным кругозором, было очевидно, что 33 — это возраст Иисуса Христа. Однако, мне доводилось слышать и такую версию: «Он сказал, что будет считать до 33. Я сразу догадалась, почему! Потому что ему 33 года!». Автор этого высказывания не только не знала ничего про Иисуса, но даже не подумала, что даже при том, что А. Кашпировский всегда выглядел довольно неплохо для своих лет, решить, что 50-летнему мужчине 33 года... Если бы такой, или аналогичный по глупости «логический» вывод оказался бы на газетной полосе, издание бы просто подняли на смех. А автор подобной «аналитики» еще долго бы выслушивал претензии от своего начальства.

Попытаться выявить причину и следствие и скрытую связь между какими-то фактами и событиями, можно, задавшись вопросами: Кому это выгодно? По какой причине это могло быть сделано? С какой целью это было сделано? Какие могут быть последствия у таких действий или событий?

На каждый из этих вопросов нужно найти как можно больше ответов и каждый хорошенько обосновать — «Это так, потому что... Эта версия подтверждается такими-то фактами... Она же может быть опровергнута такими-то высказываниями... того-то и того-то». И раз уж редактор додумался поручить аналитическую статью журналисту без опыта, то пусть сам и выбирает наиболее логичный на его взгляд ответ на каждый из поставленных вопросов.

К сожалению, этим дело не закончится. Придется придумать еще максимальное количество обоснованных выводов. И вот тут следует быть максимально аккуратными. Журналисту, не имеющему достаточного опыта, лучше вообще не высказывать тут свои домыслы по поводу и без. Если автор еще и не обладает достаточно развитыми логикой, мышлением и широким кругозором, то риск сделать ошибочные выводы и нарваться на судебный иск, возрастает многократно. Поэтому возможность делать выводы лучше предоставить какому-нибудь эксперту. Кстати, и логическую связь событий тоже можно выудить у него. Найдите хорошего, умного эксперта, сразу попросите его изъясняться простым, понятным языком — чтобы его правильно понял широкий круг читателей — и подкиньте вопросы типа «Как Вы думаете, какая связь между этими событиями?», «В чьих интересах такое развитие событий?», «Как по-Вашему, к чему все это может привести?». Можно даже в лоб спросить «И какой же из всего этого можно сделать вывод?». Вот этот ответ и можно дать в качестве вывода в статье. В случае чего, это не слова журналиста, а комментарий специалиста, диктофонная запись которого имеется у автора.

Тем не менее, никогда не будет лишним и заниматься саморазвитием. В настоящее время есть огромное количество книг с упражнениями на развитие логического мышления, соответствующих сайтов, интернет-ресурсов, специализирующихся на интересных фактах, которые, хоть и не заменят полноценных энциклопедий и настоящих знаний, но все же могут хоть как-то расширить кругозор. Журналист, пишущий аналитические статьи, опираясь исключительно на чужой интеллект, никогда не станет стоящим аналитиком, которого мечтает заполучить любая редакция.

Упражнение 29.

Почитайте о том, что такое теории заговора. Найдите подборку таких теорий (в интернете их полно). Выберите ту, которая больше понравилась. Попробуйте вычленить оттуда факты — что-то общеизвестное, не вызывающее сомнений само по себе. (Например, то, что Кеннеди был убит, а не скончался от воспаления легких — это факт. А вот то, что его убийство было выгодно кучке олигархов — это предположение). Попробуйте найти какое-нибудь другое обоснование имеющимся фактам. Придумайте свою теорию заговора. Покажите ее кому-то из друзей или знакомых, не упоминая имени автора. Если эту версию сочтут вполне вероятной и имеющей право на существование — логика в ней есть и факты обоснованы. Если скажут, что это ерунда и бред какой-то — ищите другие аргументы и делайте новые выводы.

Упражнение 30.

Выберите любой триллер, который вы до этого не читали и/или не смотрели. Прочитайте (посмотрите) только завязку сюжета. Остановитесь, как говорится «на самом интересном месте». Выпишите все встретившиеся там факты. Постройте максимальное количество версий, касающихся 1) поведения главных героев и причин такого поведения 2) возможных скрытых связей между имеющимися у вас фактами 3) предположений, чем все может закончиться.

Дочитайте или досмотрите триллер до конца. Сравните со своими версиями. Кстати, вполне может оказаться, что ваши версии будут намного интересней и выигрышней. В этом случае вам стоит подумать и о карьере писателя или сценариста.

Рецензия

Те, кому никогда не доводилось регулярно писать для журнала или газеты рецензии на фильмы, книги или музыку почему-то уверены, что это легкая и приятная работа. Даже журналисты, которые ни разу не сталкивались с подобным заданием, так думают.

Казалось бы — что тут сложного? Смотри фильмы, читай книги, отдыхай, словом. И платить за это ничего не нужно — наоборот, редакция еще и оплатит такое замечательное времяпровождение.

На самом деле все намного хуже. Фильмы, книги и музыку, которые продаются хорошо, можно и не продвигать через СМИ. Какой смысл платить за рекламу, если дистрибьюторы фильма или издательства давно уже это сделали? Деньги лучше вкладывать в пиар неликвида, ведь журналисту в данном случае платят именно за **вра-нье** умение преподнести продукт так, чтобы его захотелось купить.

Представьте себе ситуацию: вам нужно написать коротенькую рецензию на фильм «300 спартанцев» для глянцевого журнала, но так, чтобы читательницы — гламурные дамы в возрасте от 25 до 50 лет — решили, что это мелодрама. Это возможно? Вообще-то, да.

Целенаправленно выискивайте любую, даже самую незначительную, но подходящую мелочь. Раздувайте и приукрашивайте ее как можно больше. А обо всем неподходящем молчите как рыба.

Кстати, история с фильмом «300 спартанцев» реальная. И у журналиста получилось эту задачу решить (а куда бы он делся?). Акцент при этом пришлось сделать на том, что в этом фильме режиссеру удалось собрать огромное количество невероятно красивых мужчин, с железными мускулами и бронзовым загаром. А в тот момент, когда журналист это писал, на экране красавце-мужчине кто-то острым мечом снес голову с прекрасного накачанного торса и обезглавленное тело, постояв мгновение, рухнуло на землю, разбрызгивая вокруг целый фонтан крови. Но тело же осталось накачанным. И

даже загар сойти не успел, пока тело падало. Так что все правда. Рецензия совершенно честная!

На самом деле те, кто пишет рецензии на фильмы, редко их действительно смотрит. Тот, кто пишет рецензии на книги, редко их действительно читает. Все берется из интернета — журналисты просто списывают у тех, кто по долгу службы просто не смог избежать просмотра.

Делается это так: собирается максимальное количество анонсов фильма, выбираются те фразы, которыми они отличаются, и из этого лепится (по-другому это не назовешь) «новая» рецензия. Если вы владеете иностранными языками, а фильм зарубежный, то все значительно проще. Поскольку в рунете народ предпочитает списывать «у своих», то есть таких же русскоязычных коллег, то выбор, у кого красть набраться информации, не велик. А вот если почитать рецензии, опубликованные на зарубежных сайтах, то достаточно прочитать три-четыре, чтобы написать (не слепить, а именно написать!) свой текст. Смотреть фильм при этом не обязательно (но откровенничать на тему того, как именно вы пишете рецензии, все же не стоит даже в родной редакции).

С книгами немного сложнее. Можно, конечно, пойти тем же путем, что и с фильмами или музыкой, но рецензий на книги в интернете все равно меньше и велика вероятность, что списать будет просто неоткуда.

Чтобы набрать объем текста, можно похвалить стиль писателя, его язык, увлекательный сюжет и невероятно живых персонажей. Можно даже вставить имена героев — для пушечей убедительности. Аннотация, которая, как правило, есть в каждой книге, поможет мало. Она слишком короткая. Максимум, что получится — вытащить и перефразировать из нее одно-два предложения. Гораздо полезнее в этом плане предисловие и послесловие. Сжатый репорт — и рецензия у вас в кармане.

В самом крайнем случае, можно читать книгу «по диагонали». Как правило, главная мысль каждого абзаца содержится в его первом предложении. Вот и читайте только первое предложение каждого абзаца. Попробуйте ради эксперимента почитать «Старик и море»

Э.Хемингуэя сначала в обычном режиме, а потом — только первое предложение каждого абзаца. Вы удивитесь, какой это получится динамичный и увлекательный рассказ!

Дочитывать книгу, которую вы рецензируете, до конца не обязательно. Самое плохое, что вы можете сделать для продаж произведения — рассказать, чем там все закончилось. Поэтому достаточно дочитать до какого-то самого острого момента в середине, а потом сообщить, что дальше события развиваются так неожиданно, что рассказывать о них заранее — это все равно, что писать имя убийцы на обложке детектива.

Конечно, скоротчение, даже только его основы, могут оказать неоценимую помощь, и не только при написании рецензий на книги. Но, если книга хорошая и есть время ее прочитать, то лучше не лишать себя удовольствия «посмаковать», а если книга плохая, то не стоит тратить на нее даже несколько часов своей жизни.

Упражнение 31.

Посмотрите фильм «Бойцовский клуб» (или схожий по жанру). Напишите на него рецензию или анонс примерно на 1000 знаков с пробелами для глянцевого журнала в расчете на гламурных женщин 25-50 лет. Посмотрите любую мелодраму на выбор (чем слезливее, тем лучше). Напишите рецензию этого фильма для мужского журнала. Какую мелодраму брать решайте сами. Тут я вряд ли смогу что-то посоветовать — я их просто не смотрю.

Упражнение 32.

Возьмите 5 книг, которые раньше никогда не читали. Напишите на них рецензии на 1000-1500 знаков с пробелами. На это у вас есть один вечер.

Язык

Даже если у вас вся исходная информация на китайском, ваша статья должна быть написана на хорошем русском языке. То есть на том, на котором вы разговариваете с друзьями и коллегами, если, это, конечно, не «матерный русский». Представьте себе, что кто-то из них спросил вас, что нового у вас сегодня произошло. Вы же не будете в ответ обрушивать на него множество многозначных цифр, сложные термины и всякие канцеляризмы. Подобный диалог бы выглядел примерно таким образом:

— Привет!

— Добрый день, уважаемые дамы и господа!

— Как дела?

— По данным на такое-то число чрезвычайных происшествий в жизни гражданина А. не зафиксировано. Температура воздуха в течение дня колебалась от +12 до +18 градусов, наблюдалась переменная облачность. В такой-то компании в отношении гражданина А. нарушений Трудового кодекса не имеется.

(В переводе на человеческий язык это означает «Все нормально. Погода хорошая. Домой иду»). Конечно, стили изложения в разных изданиях отличаются. Но, тем не менее, все, что можно сказать на человеческом языке, на нем и нужно говорить. Читателю нужно получить информацию, при этом он вовсе не намерен изо всех сил напрягаться, чтобы вникнуть в суть дела. Даже о самых специфических вещах можно писать интересным, живым языком.

На первый взгляд может показаться, что, например, экономисты, финансисты и бизнесмены предпочитают тексты, на 99% состоящие из умных терминов. Ничего подобного. Информативную статью, которая читается легко, они предпочтут сухой выдержке из специализированной энциклопедии. Им тоже дороги их силы и время и если вы это цените и понимаете, то тем самым показываете свое уважительное к ним отношение.

Кроме того, излагая свою мысль проще, вы экономите место на полосе. Это место можно заполнить действительно нужной и интересной информацией. Посмотрите, сколько слов вы сможете вставить, если замените фразу «Признанная потерпевшей по делу о совершении открытого хищения чужого имущества с применением насилия, опасного для жизни» на «потерпевшая».

Если перевести термин на простой русский язык нельзя, то всегда можно дать его объяснение или в скобках указать более употребительный синоним. Нет смысла писать статью, если ее все равно не поймет большинство читателей.

И вот чего уже категорически нельзя делать, так это изобретать новые слова. Таким образом вы не обогащаете великий русский язык, а засоряете его. Всевозможные «незаконные проникновенцы из сопредельных стран», «совершенный атлетом перепрыжок» и «небольшой передох альпинистов перед вползанием на вершину» корректор и редактор пропустят в печать только через свои трупы (более вероятно, что через ваш).

Странные слова и длинные формулировки — не единственное, что затрудняет чтение. Если ваш материал на разворот состоит из трех, но очень длинных предложений, можете смело выкинуть его в мусорку. Попробуйте сходу объяснить смысл фразы «С точки зрения банальной эрудиции, нельзя игнорировать тенденции парадоксальных эмоций». Пришлось задуматься? Так вот, если ваши фразы вызывают похожие ощущения, перепишите их.

Понятно, что любому пишущему человеку, будь то журналист или графоман (или и то, и другое в одном лице) хочется порой использовать красивые литературные обороты.

«Любовь выскочила перед нами, как из-под земли выскакивает убийца в переулке, и поразила нас сразу обоих! Так поражает молния, так поражает финский нож!» (М.Булгаков, «Мастер и Маргарита») — это очень красиво, сильно, эмоционально. Но это книга. К тому же великого мастера. В газетной статье эти предложения смотрелись бы несколько странно. К тому же мало кто сможет выразить свою мысль столь же точно и образно.

Нечто подобное допустимо, если описываются трогательные истории простых людей и то не в столь художественном виде. Как ни печально, но реалии сегодняшнего дня невозможно игнорировать. Какие были читатели (писатели, журналисты) в начале XX века и как они изменились почти за 100 лет? При написании статьи приходится рассчитывать на основную читательскую аудиторию. А она, увы, предпочитает детективы и любовные романы карманного формата в мягкой обложке. В таких, так сказать, произведениях, предложения редко состоят больше, чем из пяти слов, и не всякий автор таких опусов догадывается о существовании сложно-подчиненных и сложно-сочиненных предложений.

Кроме того, книги и газеты люди читают по-разному. Чаще всего книгу берут в руки с намерением погрузиться в описываемые события на более-менее длительный срок. А газету, как правило, просматривают.

То есть если вы хотите излагать что-то долго и с изысками — пишите книгу. А если вы работаете над статьей, то отдавайте предпочтение простым, коротким фразам. Разумеется, «Ночь, улица, фонарь, аптека» - это уже перебор. Но у вас должна получиться золотая середина между Булгаковым и Блоком.

Конечно, журналист должен в совершенстве владеть языком, на котором пишет, но если это относится не к теории, а исключительно к практике, то просто попробуйте выбросить все, что находится у вас между запятыми или хотя бы поделить одно длинное предложение на два коротких.

Это не значит, что язык, которым вы пишете, не должен быть красивым и образным. Но он должен быть понятным. И грамотным. Да, это суровая реальность нашего времени, что развернуть газету и неспешно погрузиться в чтение мало кто может себе позволить. Поэтому сложные для восприятия тексты читают реже или не читают вообще.

Следующий ваш враг — «кирпичи». Так называются длинные абзацы, занимающие почти всю колонку на полосе. Обычно они-то и состоят из нечитаемых длинных фраз. Такой текст очень тяжело воспринимается и если у человека есть возможность его не читать, он его читать не будет. В одном абзаце должно быть 3-4 достаточно

коротких предложения. Каждый абзац выражает одну законченную мысль. То есть, правило «краткость — сестра таланта» забывать не рекомендуется.

Не все журналисты уделяют достаточное внимание абзацам, оставляя их расстановку редактору, чем оказывают медвежью услугу и ему, и читателям, и даже самим себе. Редактору так же тяжело читать «кирпичи», как и всем остальным, а значит, автора за такой текст по головке не погладят. Есть ситуации, когда статью приходится строить из «кирпичей», но только тогда, когда цель состоит именно в том, чтобы большая часть читателей либо не поняла, либо и вовсе не стала читать материал. Чаще этим пользуются зарубежные юристы, составляя контракты. Это позволяет оставлять достаточно большое количество лазеек — «Мы честно все написали, вы сами виноваты, что не поняли». Даже визуально подобные тексты выглядят тяжеловесными, как будто действительно состоят из кирпичей.

Чтобы понять, как воспринимается ваша статья, проделайте такой несложный опыт. Возьмите любой текст, например из Википедии, и уберите из него все абзацы. А теперь прочитайте. Если вы еще и отвлечетесь по ходу чтения, то, скорее всего, даже не сразу найдете, где вы остановились, чтобы спокойно продолжить это приятное чтение.

Что же делать, если текст поначалу не хочет писаться кратко и просто? Пишите, как пишется, но учитывайте, что вам понадобится дополнительное время на то, чтобы статью сократить и упростить. Почувствуйте себя редактором — обычно сокращать текст в 2-4-10 раз это его работа.

Доработать готовую статью вам будет проще, чем спотыкаться о свои же фразы на каждом шагу. У вас в материале уже будет четкая структура, логические связи, и т.п. и вы не потеряете удачную мысль, пока будете перефразировать самого себя.

Избегайте банальностей и заезженных фраз. Если после того, как вы написали гениальную фразу типа «Уставшие, но довольные они вернулись домой» или «Каким будет будущее этого проекта — время покажет» и у вас возникло ощущение, что что-то подобное вы уже где-то читали, немедленно убирайте эту фразу. Такое же ощущение она вызовет и у других людей — от редактора, который тут же нач-

нет скрежетать зубами, до простого читателя, который будет читать и плевать. Если вы даже не почувствовали, что используете банальный штамп, значит, вы катастрофически мало читаете.

Штамп — это придуманное кем-то удачное выражение, которое стали использовать все, кому не лень и заездили его до невозможности. Как отличить штамп от устойчивого фразеологического выражения — вопрос сложный. Некоторые фразеологизмы уже превратились в штампы. И как их теперь отличать? Откройте любой словарь фразеологизмов (в Интернете их много) и читайте список. Те выражения, которые вам до боли знакомы старайтесь не использовать, те, которые «кажется где-то слышали» — попробуйте употребить в речи (но без фанатизма!), и те, на которые вы реагируете вопросом «чего-чего?!» штампом уж точно не являются. Конечно, это очень грубое деление и во многом зависит от уровня вашего образования и широты кругозора, но все же это лучше, чем ничего.

Есть, правда, более быстрый способ выяснить, какие выражения лучше не употреблять. Задайте в поисковике запрос «литературные штампы», сделайте как можно более подробный их список и держите его постоянно под рукой, перечитывая время от времени. Каждый раз, когда вы держите в руках любое печатное издание (от глянцевого журнала до инструкции к пылесосу), смотрите зомбящик телевизор или слушаете радио, обращайтесь внимание на каждый случай использования штампов как на пример того, как не надо работать.

А вот удачные обороты, к штампам не имеющие никакого отношения, стоит выписывать в отдельную тетрадь или файл. Классифицировать их удобнее всего по темам — экономика, кино, живопись, описание внешности и т.п. Конечно, воровать чужие находки не хорошо, но цель составления подобной коллекции заключается не совсем в этом. Как ни банально это звучит, но таким образом вы развиваете свой вкус. Чем больше удачных оборотов отложится у вас в голове, тем проще вам будет создавать такие фразы самим.

Еще одна головная боль редакторов и корректоров — это слова, значение которых журналисты любят путать. Несомненным хитом тут являются «статисты» и «статистики». Сколько раз пишущей братии говорили о том, что статист — это участник массовки в театре

или кино (от слова «статика», неподвижность, стоит, толпу изображает), а статистик — человек, который занимается статистикой! А ведь все равно найдется кто-то, кто их перепутает.

Очень часто путаница возникает между понятиями «психолог» и «психиатр». Психиатр — это врач, который занимается лечением психически больных людей (в просторечье — сумасшедших). Он работает в больнице, или в диспансере, носит белый халат и выписывает лекарства.

А психолог имеет дело со вполне здоровыми людьми. Всяческие тесты, склонность к той или иной профессии, методики снятия стресса, советы как обустроить личную жизнь, просить шефа о повышении зарплаты, адаптироваться в новом коллективе, научить ребенка читать и пр. — это психолог.

Запомните — психиатры никогда никаких тренингов не проводят! Если вы случайно наткнулись на тренинг типа «как избавиться от слуховых галлюцинаций за 10 дней», то перед вами мошенник, который, скорее всего, даже мимо медучилища ни разу не проходил (психиатр — это врач, их учат в мединститутах).

Теперь еще сложнее — как назвать специалиста — психолог, психотерапевт, психоаналитик? Спросите у него сами — это зависит от его специализации. Если не знаете — пишите «психолог» (это понятие более всеобъемлющее и не зависит от того, занимается человек психоанализом или читает лекции в университете).

Если «специалист» вам заявляет «Я не психолог, я психоаналитик», смело пишите «шарлатан». Это все равно, что сказать «Я не врач, я ухо-горло-нос». Если «специалист» не знает даже этого, то он самозванец.

К сведению: психоанализ — это одно из направлений психологии, точно так же, как гештальт, бихевиоризм, и пр.

Даже не вздумайте называть психологами магов, экстрасенсов, гадалок и ворожей, хотя они сами очень любят себя так называть. Прежде, чем написать такую глупость, хотя бы поинтересуйтесь, в каком университете они заканчивали факультет психологии, и как называлась их кафедра. А лучше — попросите показать диплом.

Психология — это наука, которую можно потрогать, пощупать, измерить, в которой, как и в любой науке, эксперимент можно повторить.

И еще один миф, связанный с психологией. НЛП (нейролингвистическое программирование) — это не секта. И не «такой специальный метод, созданный специально для зомбирования людей против их воли». Это обычное направление в научной психологии, такое же как психоанализ, гештальт, арт-терапия, сказкотерапия и прочее. Кстати, некоторые его приемы часто используются в рекламе. Но никто же при этом не вопит, что его лишают воли, воздействуя на него скрытым психологическим оружием.

Много мифов и вокруг гипноза и главный из них — что человека можно загипнотизировать, просто глядя ему в глаза, а то и на расстоянии. Если ваше издание не посвящено мистике и эзотерике, то просто забудьте эту чушь.

Уфф, хватит о психологии, в мире есть еще много славных слов, которые журналисты не понимают. Например, «экстрадировать». Word очень любит предлагать заменить его на «экстрагировать». В чем разница? Экстрадировать — это принудительно высылать за пределы страны, а экстрагировать — это выделять вещество из какого-нибудь состава. Слово экстракт знаете? Вот это о нем.

«Невежа» и «невежда» — эти слова современные журналисты используют очень редко, наверное, чтобы не путаться. А ведь все просто: невежда — это человек, который мало знает, неуч (невежественный — это как раз отсюда), а невежа — это невоспитанный человек, грубиян.

Нередко написание слов вызывает сложность. Например, до боли знакомое «гастарбайтер». Чтобы лучше запомнилось — оно происходит от немецких слов Gast — гость и Arbeiter — рабочий.

Еще одно простое в написании, но «сложное» в произношении слово (точнее — имя) — «Пикассо» или «ПикАссо»? В этом вопросе согласия нет даже среди филологов. Грамота.ру однозначно утверждает, что «Пикассо» и никак иначе, а Википедия считает это лишь допустимым вариантом произношения фамилии «ПикАссо». Теперь вместо того, чтобы спорить, как правильно, просто приводите эту информацию в качестве аргумента, чтобы закрыть дискуссию и не тратить время попусту.

Кстати, об ударениях, как правильно — осуждЕнный или осУжденный? Смотря, с кем вы разговариваете. По правилам русского

языка, правильный первый вариант, с ударением на «ё» (кстати, там именно «ё», а не «е»). А второй вариант, с ударением на «у» — это профессиональный сленг работников правоохранительной (чаще даже — исправительной) системы. Если в разговоре с вами они будут говорить «осУжденный», а вы постоянно повторять «осуждЁнный», они на вас могут просто обидеться, т.к. выглядеть это будет так, словно вы их взялись учить их русскому языку. При этом сами они вполне могут ляпнуть что-то вроде «Я еще не возбудился на этот износ» и будут искренне удивлены, что вы не поняли смысл этой фразы (в переводе на человеческий — «Я еще не возбудил уголовное дело по факту этого изнасилования»). Но в любом случае, старайтесь сделать людям приятное — произносите слова так, как нравится им.

Юридические термины это вообще штука непростая, но разбираться в ней совершенно необходимо. Если с вашей точки зрения между грабежом и разбоем почти никакой разницы, то с точки зрения уголовного кодекса это два разных преступления, а значит, если вы их перепутаете, то дезинформируете читателя.

Если преступники забрали у жертвы ценную вещь так, что жертва ничего не заметила — это кража (работа карманников, квартирных воров, барсеточников и т.п. — это кража).

Если вещь пришлось отбирать силой, но при этом дело не дошло до рукоприкладства или использования оружия — это грабеж (например, если вырвали из рук сумочку, телефон, мешок с деньгами).

А вот если жертву били, пытали, резали ножом, стреляли в нее из пистолета, привязывали к рельсам, топили, душили и т.п. образом измывались или только грозились все это сделать (хоть до этого и не дошло), то это и есть разбой.

Чтобы лучше запомнить, что такое разбой, просто представьте себе Соловья-разбойника с паяльником, бейсбольной битой и базуккой в руках требующего у Бабы Яги отдать ему сокровища, тайно ей похищенные у Коцея Бессмертного.

У некоторых журналистов большое место — это география. Путают все — страны, столицы, даже континенты. Если вы находитесь в любой из стран СНГ, то слово «заокеанский» никак не может относиться к Европе. Это не синоним слова «зарубежный», оно относит-

ся только к тем странам, которые действительно находятся за океаном — США, Бразилия, Чили, Куба и т.п. А вот между Россией и Германией никакого океана нет.

Страны. Да, я понимаю, их много. Но не настолько, чтобы не найти в Интернете их названия. К сожалению, рассказ о споре двух невежественных американок о том, как правильно пишется «Иран» или «Ирак» — суровая правда жизни. Если география никогда не была вашим любимым школьным предметом, то выпишите себе один раз те страны, которые вы путаете — (Литва и Латвия, Казахстан и Кыргызстан, Северную и Южную Корею и т.п.) Сделайте табличку, в которой укажите страну, ее полное название (Корейская народно-демократическая республика, Республика Корея, Республика Казахстан — РК, Кыргызская Республика — КР) столицу, валюту, должность и полное имя, отчество и фамилию первого руководителя государства. Первый руководитель — это не всегда президент. Это может быть премьер-министр (Индия), канцлер (Германия) и т.п.

Кроме этого есть еще названия небольших городов, поселков, областей и пр. Если вы пишете про свою страну, то, скорее всего, знаете, как и что правильно называется. А вот то, что находится за границей, может быть для вас настоящим темным лесом. Интернет в этом случае помощник очень относительный. Поэтому ориентируйтесь на источники из той страны, в которой эта местность расположена, хотя бы на их местные сайты. Например, многие российские сайты упорно называют южную столицу Казахстана «Алма-Ата», хотя даже их европейские и американские коллеги уже давно выучили, что этот город называется «Алматы». На казахстанских сайтах слово «Алма-Ата» можно встретить разве что в материалах об истории города. Ну а если речь идет о какой-то местности, про которую вы слышите впервые, то доверяйте только местным источникам.

Кроме того, имейте в виду, что территориальные единицы в разных странах могут называться по-разному: область, округ, графство, и т.п. Эту информацию тоже лучше уточнять в местных источниках.

Тоже самое касается и праздников, особенно национальных, религиозных и т.п. Так, мусульмане во всем мире отмечают большой праздник в память жертвоприношения пророка Ибрахима. А вот на-

зывают его по-разному: Курбан-байрам, Кубан-айт, Курман-айт. Про какую страну пишете, то название и используйте. В крайнем случае, можете в скобках пояснить, как он называется у вас на родине.

Кстати, обычно список официальных праздников страны есть на официальных сайтах ее министерств, ведомств, правительства и т.п.

А еще есть политика... Дума, Собрание, Мажилис, Жогорку Кенеш, палата лордов... Сделайте табличку, это проще, чем каждый раз выискивать информацию в Интернете.

Если речь идет о странах, в которых русский язык используется — замечательно. А если нет? Даже если вы прекрасно владеете разговорным английским, то, как правильно читаются некоторые названия, может вызвать у вас затруднения. Самый простой способ — попытаться найти подсказку через русскоязычные поисковые системы. Первый шаг — это Википедия. Многие статьи в ней дублируются на другие языки, так что, найдя нужное вам название в английской ветке, не сложно проверить, есть ли оно и в русской (сбоку есть список языков, на которые переведена статья). Если это не помогло, то можно ввести английское (французское, немецкое и т.п.) название в любой поисковик и посмотреть, не оказалось ли среди результатов странички, где нужное вам название дается на двух языках (одно из них обычно пишется в скобках).

Предположим, что вы столкнулись с такой лингвистической диковинкой, которую ни один поисковик вам на русский перевести не может. Значит, у вас два выхода (почти как в анекдоте). Либо вы пишете название как есть, а читатели потом пусть сами думают, как это правильно читается (имейте в виду, что далеко не все редакции это одобряют), либо ищите хорошего специалиста, который владеет тем языком, на котором написано нужное вам название или имя. Ни в коем случае не думайте, что ваш одноклассник, у которого вы в школе списывали на контрольных по иностранному языку — это и есть тот самый специалист! Даже из лучших соображений он вам может наговорить что угодно, а отвечать за допущенную ошибку будете вы. Так что ищите переводчика с опытом работы, который переводит, желательно синхронно, серьезные вещи. Переводчики тоже бывают разные. И чем они слабее в профессиональном плане, тем больше вероятность того, что они подкажут вам неправильно.

Но и это еще не все! Есть множество на первый взгляд «нормальных» словосочетаний, которые вообще-то, неправильные.

Самое частое из них «большая половина» (или «меньшая половина»). Половина — это ровно 50%, так что она не может быть больше или меньше вторых 50%.

«Падать вниз» тоже нередко употребляется. Если хоть на секунду задуматься, то становится ясно, что сам глагол «падать» допускает только одно направление. Вы когда-нибудь видели что-то, что падает вверх? Если да, то об этом нужно немедленно оповестить ученых, особенно физиков. У человека, доказавшего существование антигравитации в повседневной жизни есть все шансы оставить в истории такой же след, как Исаак Ньютон!

«В своей речи он подчеркнул, что...» — а в чьей еще? Впрочем, тут возможны варианты. Если вы говорите о том, что человек сказал, выступая с речью, то, видимо, пытаетесь подчеркнуть, что он писал ее сам, а не скопировал из Интернета. Другое дело, если речь была распечатана на бумаге и тот, о ком вы говорите, ручкой или карандашиком подчеркивал в ней особо важные места. Вот уже могла быть и своя речь, и чужая — «В своей речи он подчеркнул, что нужно тщательнее изучать русский язык, а в чужой выделил маркером примеры грубейших грамматических ошибок».

И, конечно же, нельзя не вспомнить короткий диалог между двумя профессиональными переводчиками в замечательном фильме «Осенний марафон»:

— «Коза кричала нечеловеческим голосом» — так не говорят.

— Ну а каким?

— Никаким. Просто кричала, и все.

Единственное, что радует, так это то, что пишущему журналисту, по крайней мере, не нужно узнавать, куда падает ударение в незнакомом для него слове. Впрочем, правильное произношение все же лучше запомнить. Если вы соберетесь перебраться на телевидение или радио, будет сложно избавиться от привычки ставить ударение куда попало. Ну а если речь идет об имени, то лучше при первой беседе вежливо уточняйте у собеседника, как оно правильно произносится. Собеседнику будет приятно такое внимание, а вы хоть узнаете, как его называть, чтобы он не обиделся.

Ну а про то, что если человек вам диктует свою фамилию, нужно просить продиктовать ее по буквам, вы уже, надеюсь, догадались. Если это происходит при личной встрече, в том случае, если нет визитки, то просите, чтобы человек сам написал свои имя, фамилию, должность и контакты в вашем блокноте. Немедленно убедитесь, что можете разобрать почерк! Если нет, непонятные буквы уточняйте сразу. Если записываете имя собеседника под его диктовку, тут же покажите человеку, что вы написали, чтобы он убедился, что все правильно. В телефонном разговоре — четко прочтите написанное. Кстати, хорошо, если при этом вы записываете вашу беседу на диктофон. В том случае, если вам что-то не то сказали, вы сможете отбиться от любых претензий.

Упражнение 33.

Перепишите следующий текст официальным языком (представьте, что пишете пресс-релиз от МВД).

Это случилось темной безлунной ночью. 22-летняя девушка, бояливо озираясь по сторонам, торопливым шагом шла по безлюдной плохо освещенной улице. И ей было чего бояться! При себе у нее был дорогой мобильный телефон, в кошельке лежала только что снятая с карточки зарплата, а на шее поблескивала подаренная любимым человеком золотая цепочка с кулоном.

Неожиданно позади раздались гулкие шаги. Девушка испуганно оглянулась, но не успела даже закричать, лишь ее взгляд молил о пощаде, когда гражданин Г., 1964 года рождения, заносил над ее головой бейсбольную биту. Удар оказался сильным — с телесными повреждениями средней тяжести девушка была госпитализирована в ближайшую больницу. Ее нашли случайные прохожие, которые и вызвали скорую помощь. Они же и позвонили в полицию. Патрульный экипаж, словно птица, примчался на место происшествия и вскоре нападавший был задержан в одном из близлежащих дворов. Увидев мужчину с бейсбольной битой в руке, стражи порядка сразу заподозрили, что он и мог быть тем самым негодяем, который едва не убил хрупкую девушку.

Подозреваемый был задержан и водворен в изолятор временного содержания. Против него возбуждено уголовное дело.

Ну и дополнительное задание:

Составьте на основании этого пресс-релиза информационное сообщение.

Напишите короткую заметку (например, для раздела криминальной хроники в газете) по этому пресс-релизу.

Упражнение 34.

Заведите себе еще один словарь. Только записывать в него нужно не специальные термины с переводом на «общечеловеческий» язык, а те слова, значение которых часто путают ваши коллеги (дабы не присоединиться к их числу).

Например:

Статист — участник массовой (массовой сцены) в кино, театре и т.п.

Статистик — человек, занимающийся статистикой.

Вердикт — решение присяжных заседателей по уголовным делам.

Приговор — то, что выносит суд по уголовным делам. По гражданским и административным делам приговоров не бывает!

Решение — а вот это как раз выносят гражданский и административный суд.

Колония — это либо кучно обитающие микробы или бактерии, либо, если речь идет об истории — государство, управление которым осуществляет другая страна. Например, Индия долгое время была британской колонией. Либо место, где содержатся заключенные.

Колонна — либо архитектурный элемент, похожий на столб, либо группа людей, движущаяся стройными рядами.

Индиец — житель Индии. Любой. Индус, мусульманин, сикх, атеист, в конце концов. Живет в Индии, гражданство индийское — значит, индиец.

Индеец — коренной житель Америки. Инки, майя, и пр. — это как раз индейцы. То есть — индИйцы — в Индии, индЕйцы в Америке. Путаницу эту внес еще Колумб, поэтому претензии по терминологии тоже к нему. Он же, когда приплыл в Америку, думал, что это

Индия. А потому и назвал местное население индейцами. Если бы он думал, что приплыл в Папуа Новую Гвинею, то инки и майя бы сейчас назывались папуасами.

Задержание — когда человека забирают в полицию по подозрению в совершении преступления — это задержание. То, на какой срок можно человека задержать (например, до предъявления обвинения, или для выяснения личности) определяется законом. Обычно это 72 часа. Это не арест!

Арест — мера пресечения. Решение об аресте выносит суд! Это называется избранием меры пресечения. Кроме ареста (содержания под стражей) может быть домашний арест, подписка о невыезде и т.п. Срок ареста тоже определяет суд. Он может быть и месяц, и три, и до начала судебного разбирательства.

Боевые искусства — в принципе, любое мирное «мордобойное» занятие от бокса до боев без правил — можно назвать боевым искусством. (Не путать с военным! Боевые искусства — это где один в поле воин, а военные — где целые подразделения). Но далеко не всякое боевое искусство — это вид спорта. Как их отличить? Да очень просто! Если по этому виду боевого искусства есть соревнования — можете смело называть его спортом. А если оно направлено исключительно на решение боевых задач, а соревнования не проводятся в принципе (потому что если все делать правильно, то соперники друг друга убьют), то это не спорт.

Неприкасаемый — представитель низшего социального сословия в Индии. Это даже не самая низкая каста, это еще ниже. Поэтому к ним и «не прикасались», точно так же, как в наше время люди стараются не прикасаться к бомжам.

Неприкосновенный — можно сказать, что это противоположность неприкасаемому. К неприкосновенному тоже «не прикасаются», но лишь для того, чтобы не повредить, сохранить в целостности и сохранности и пылинки с него сдувать. Поэтому депутат (или кто угодно другой, защищенный от внешнего воздействия, например, в виде ареста) — неприкосновенный. А если он неприкасаемый, то это значит, что его лишили неприкосновенности и вообще всех привилегий, в результате чего он с горя спился, опустился, оказался на улице и стал бомжом.

Продолжите список дальше самостоятельно. Вносить в него нужно все малопонятные вам слова, которые встречаются вам в чужих текстах и обязательно(!) те слова, которые вы сами употребили неправильно и кто-то (не обязательно редактор) вам на это указал.

Словарь лучше составлять в Excel, чтобы удобней было сортировать его по алфавиту. В первой колонке можно указать слово, во второй — его значение. Можно сделать и третью колонку, где указывать область применения (спорт, политика, экономика, право и пр.), чтобы в случае чего провести сортировку по тематике.

Если уж совсем лень это делать, то в конце книги есть два небольших словарика — юридическо-русский и еще один, в котором собраны те слова, значение которых чаще всего путают начинающие журналисты.

Упражнение 35.

Откройте свой словарь непонятных слов. Закройте сначала правую колонку (можно либо распечатать и закрыть ее другим листом бумаги, либо скрыть колонку в Excel). Попробуйте на память определить значения слов из левой колонки. Потом повторите упражнение наоборот — закройте левую колонку и по описанию значения определите, о каком слове идет речь.

Как вариант можно использовать карточки для запоминания иностранных слов. На одной стороне пишется слово, а на другой — его значение. Кстати, в интернете есть специальные программы для работы с такими карточками, только виртуальными. Они удобны тем, что, как и обычные бумажные карточки, их можно сортировать по «кучкам» — «знаю», «помню», «еще учу» и т.д. Если лень самостоятельно искать и подбирать такую программу, ищите программу Anki.

Упражнение 36.

Даже если вы действительно «дружите» с русским языком, завести себе список «потенциально опасных» словосочетаний и фраз вроде «Коза кричала нечеловеческим голосом» все равно стоит. За-

мечательно, если вы сами таких ошибок не делаете. В этом случае записывайте то, что попадает в речи других людей. Иногда попадаются сочетания, способные удивить любого филолога! Например, «досконально заболеть».

Цель: во-первых, это ваш шанс не наступить на чужие грабли. А во-вторых, умение замечать подобные вещи поможет, если нужно будет подчеркнуть в тексте грамотность вашего спикера (Представьте, что кто-то, ратующий за чистоту русского языка, заявляет вам о том, что «грамотно разговаривать сейчас умеет меньшая половина населения России!»). И в-третьих, если вас когда-нибудь потянет заняться литературной деятельностью, можно будет придать особый колорит персонажам ваших произведений, вложив в их уста подобные фразы.

Помедленнее, пожалуйста! Я записываю.

Некоторые журналисты до сих пор пользуются кассетными диктофонами (это такая большая штукавина, в которую вставляются пленочные кассеты). Возможно, они привыкли так работать, но лучше еще до начала своего первого дня в журналистике обзавестись цифровым диктофоном и всегда носить его с собой, даже если просто вышли за хлебом.

Интересного собеседника, у которого вы всю жизнь мечтали взять большое интервью, вы можете встретить в самое неожиданное время и в самом неожиданном месте. Можно, конечно, записать разговор и на мобильный телефон, если вы уверены, что там хватит памяти и микрофон достаточно чувствительный (имейте в виду, что посторонние шумы при раскодировании записи мешают намного больше, чем во время самой беседы).

Кроме того, записи с цифрового диктофона намного удобнее хранить и классифицировать. На стандартную пленочную кассету помещается от 60 до 90 минут записи. А это значит, что для того, чтобы в случае необходимости вы могли эту запись предъявить, вам придется запастись огромным количеством кассет. Купить их проблематично, даже если их еще кто-то производит, это уже почти раритет, найти который в продаже — отнюдь не легкое дело. Допустим, вам это удалось. Придется для каждой кассеты вести отдельный список, который хранить вместе с ней, а для поиска нужного момента на пленке, прослушивать почти всю кассету.

Мало того, что сама коллекция будет занимать в вашем доме достаточно места, так это место еще должно быть правильным. Магнитная пленка может пересохнуть, намокнуть, размагнититься, порваться. То есть условия для хранения должны быть почти как в Госфильмофонде. Кроме того, пленку может «зажевать» магнитофон и нужная вам запись бесследно исчезнет.

С цифровым диктофоном этого не происходит. Конечно, он дороже, чем кассетный, позаимствованный у знакомой бабули на безвозмездной основе, но даже самая простая модель лучше, чем технический анахронизм.

Не экономьте на эффективности собственной работы и при покупке убедитесь, у диктофона есть возможность поиска не только нужного трека, но и нужного момента в нем при воспроизведении. Особенно это касается тех, кто планирует работать в информационном агентстве или новостном интернет-издании. Как правило, эта функция есть даже у самых простых цифровых диктофонов, но попросить продавца продемонстрировать вам эту функцию будет не лишним (если продавец не знает, как в принципе обращаться со звукозаписывающим устройством, не покупайте у него ничего).

В комплекте с некоторыми моделями диктофонов идет микрофон-петличка. Если есть такая возможность — нужно брать! Без такого микрофона вести скрытую запись будет намного сложнее, а то и вовсе невозможно. Если петлички в комплекте нет, ее нужно купить либо у того же продавца, либо найти по интернету. Покупать петлички нужно про запас — сразу несколько штук на случай поломки или потери. В крайнем случае придется купить записывающее устройство типа такого, каким пользуются телевизионщики — там петличка точно есть. Только необходимо убедиться, что штекер микрофона стандартный, т.е. подойдет к любому диктофону.

Кроме того, петличка удобна, если нет возможности подсоединить диктофон напрямую к телефонной линии. Да и это не всегда нужно делать. Так, при междугородних, и особенно, международных звонках, в телефонной трубке все будет прекрасно слышно, а вот запись может оказаться практически пустой. Поэтому самый надежный способ — микрофон-петличка, зажатый между ухом и телефонной трубкой. В этом случае все точно запишется.

Громкая связь — тоже выход. Особенно, если вы звоните с мобильного телефона. Зажать петличку между ухом и мобильником во-первых, не просто, во-вторых, хорошо слышать собеседника будет только кто-то один — или вы, или диктофон. А беседу-то надо как-то поддерживать! Стационарный же телефон включать на громкую связь — плохая мысль. Это будет очень сильно мешать коллегам.

Бывает множество ситуаций, когда нужно срочно «вытащить» из часовой записи нужную цитату длиной в две-три фразы, а компьютера под рукой нет. И как в этом случае вы собираетесь декодировать нужный фрагмент записи? Конечно, ситуация не совсем уж безнадёжная. Где-то поблизости может оказаться Интернет-кафе или компьютерный клуб, жить друзья или родственники. Но это все равно значительная потеря времени. К тому же, если вы находитесь на важном мероприятии, где услышали какую-то почти сенсационную новость, должны немедленно ее сообщить в редакцию и максимум через 10 минут вернуться и дослушать, что еще будут говорить спикеры, то про Интернет-кафе можете забыть. На пресс-центры в месте проведения мероприятия тоже не рассчитывайте — такое бывает только в самых исключительных случаях.

«Аварийный» выход в этом случае у вас только один — носите с собой ноутбук. (А лучше — нетбук, он меньше) или планшетник (к которому лучше все же купить клавиатуру). Наушники и USB шнур от диктофона у вас должны быть всегда с собой. Следите за тем, чтобы батарейка в вашем ноутбуке всегда была заряжена «под завязку». Забудьте про этот выход, если диктофон у вас кассетный. В этом случае придется много раз перематывать пленку туда-сюда.

Но все равно лучший выход — это диктофон с поиском нужного фрагмента (таких большинство).

Теперь один очень важный совет — старайтесь приходиться на любое мероприятие минут за 10 до его начала, чтобы у вас была возможность выбрать в зале лучшее место. Какое лучшее? Там, где лучше слышно. То есть, либо поближе к спикерам, либо поближе к динамикам. Нет ничего хуже попытки декодировать запись, на которой почти ничего не слышно!

Конечно, можно положить включенный диктофон возле динамика и спокойно сидеть где-нибудь в середине зала, пока он там что-то записывает. Но в этом случае вы не сможете отмечать у себя в блокноте на какой минуте были сказаны важные для вас моменты. Если никто вас со статьей не торопит, то это не проблема — можете прослушать всю запись хоть десять раз (потеряете кучу времени, но раз уж вам так хочется это время просто убить, это ваше дело).

Если единственный выход — оставить диктофон «без присмотра», то одновременно с кнопкой записи включайте таймер на мобильном телефоне. И не забудьте заранее позаботиться о том, чтобы у вашего диктофона были какие-то явные «особые приметы». У журналистов почему-то есть особо популярные модели, и есть вероятность того, что кто-то в суматохе не сможет отличить свое устройство от пяти точно таких же. Обычно в комплекте с диктофоном идет веревочка. Ее назначение — надеть на руку, чтобы диктофон не уронить. Но ее можно покрасить в какой-нибудь необычный яркий цвет, а лучше написать на ней свое имя и номер мобильного. Если кто-то и заберет его по ошибке, то всегда сможет найти вас (не столько для того, чтобы вернуть вашу вещь, сколько для того, чтобы обменять ее на свою). На практике такая путаница встречается не так уж редко.

Слишком близко к динамикам тоже не садиться не стоит — звук будет громче, а разобрать слова может оказаться сложнее.

Если вы берете комментарий в ходе пресс-конференции, отдельно, после ее окончания или по телефону, начинайте свой вопрос с обращения: «Иван Иванович, скажите, пожалуйста...» или «Господин Пупкин, каково ваше мнение по поводу...». Во-первых, это поможет вам сориентироваться, где у вас какой спикер, а во-вторых, проще будет в случае чего доказать, что голос на записи принадлежит какому-либо конкретному человеку.

Типичная ошибка начинающих журналистов — раскодировать всю запись дословно, какой бы длинной она ни была. На это уходит слишком много сил и времени, а в результате пригодным для использования оказывается не больше половины текста. Поэтому так важно отмечать себе, на каких минутах звучит важная и полезная для вас информация и раскодировать именно ее.

Второй способ сэкономить время — сразу при расшифровке записи редактировать текст. Радикально переделывать сказанное вы не имеете права, но не вставлять слова-паразиты и всякие «ну-у-у-», «э-э-э» и т.п., а также опускать повторы вы можете. Так зачем сначала все это записывать, а потом удалять, если можно сразу не писать лишнего?

Другая крайность — расшифровать слишком мало. Корень этого зла — невнимательность. Если вы слушаете говорящего в пол уха, то рискуете отмахнуться от какой-то важной фразы, решив, что она

вам не пригодится, а потом придется несколько раз переслушивать всю запись, чтобы найти нужный момент.

Быстрее расшифровать запись поможет не только ваше виртуозное владение клавиатурой, но и скорость воспроизведения записи. Во многих проигрывателях она регулируется. Если спикер говорил медленно или со средней скоростью, а вы все равно пока не умеете набирать со скоростью звука, и вам приходится останавливать запись после каждой фразы, то увеличьте скорость воспроизведения. Хуже слышать вы от этого не станете, зато выиграете довольно много времени.

Конечно, было бы чудесно иметь программу, которая бы раскодировала текст за вас, но про этот шедевр технической мысли можете забыть еще лет на пять как минимум. Англоязычная версия такой программы, вроде бы, существует, но для расшифровки текста на любом другом языке она все равно непригодна.

Несколько лет назад российские программисты пытались создать подобную программу. Вернее, они ее даже создали, но о том, чтобы ей воспользоваться для работы, говорить пока еще слишком рано. Все дело в настройках программы. Для того, чтобы она могла распознать слова, они должны быть занесены в ее память. А это значит, вам придется не только начитать ей толковый словарь русского языка, но и делать это в идеальной тишине. А затем все тексты, которые вы захотите расшифровать таким образом, нужно будет озвучивать тоже вам. И тоже в идеальной тишине. Скорее всего, придется каждое слово воспроизводить с теми же окончаниями и с той же интонацией, которые использовались при «обучении» программы.

Попробуйте произнести одну и ту же фразу в разном настроении, и вы сами услышите, что звучит она по-разному. А если вы еще не дай бог, простудитесь, то объяснить программе, что это все равно вы, будет просто невозможно. Так что рассчитывайте пока на себя и ждите, когда появится очередной Билл Гейтс и создаст столь мощный искусственный интеллект, который будет делать за вас вашу работу. А пока этого не произошло, учитесь выделять в тексте главное, чтобы не тратить потом время попусту.

Умение выделять главное приходит с опытом. Но нарабатывать этот опыт нужно постоянно. Он пригодится, в каком бы СМИ вы ни работали. Обратите внимание на «матерых» журналистов во время

пресс-конференций. Многие из них включают диктофон на всякий случай, а ориентируются в основном по своим записям. Они сразу фиксируют в блокноте нужные цитаты (для чего надо еще уметь писать быстро и достаточно разборчиво для того, чтобы вы смогли потом прочесть свои же записи). Такие профи тратят на написание статей намного меньше сил и времени.

Тем не менее, все, что вам говорят, и что вы будете использовать в своих статьях, записывайте на диктофон. Даже если у вас феноменальная память, и вы без единой ошибки способны воспроизвести двухчасовую речь, запись вам нужна.

Сразу же по возвращении с мероприятия, скопируйте ее на компьютер, указав в названии файла фамилию спикера, название мероприятия и дату. Если вы работаете в еженедельнике, то можно просто создавать отдельные папки для каждого номера, а в названии файла указывать только фамилию спикера и название мероприятия. Не пишите название полностью — одного-двух слов вам хватит, чтобы понять, о чем речь.

Время от времени, например, раз в месяц, делайте копию. Не стоит копировать звуковые файлы на флэшку — в случае сбоя не всегда возможно восстановить информацию. Лучше записать все на CD. Почему не на DVD? На DVD помещается очень большой объем информации, для регулярного сохранения вам столько не нужно. Либо записывайте с возможностью повторного использования — чтобы потом можно было дозаписать что-то на тот же диск. Однако в этом случае повышается риск всевозможных сбоев.

Как долго хранить архив? Это зависит от того, какой согласно законодательству вашей страны срок давности у гражданских дел (или уголовных — опять-таки в зависимости от законов, в нарушении которых вас могут обвинить). Обычно он составляет не более трех лет.

Если сразу после выхода издания никто и ваших героев не обратился в редакцию с досудебной претензией, это еще не значит, что все довольны. Подобный документ вы можете получить и через полгода после публикации. А если вы не ведете архив аудиозаписей, то не сможете доказать, что написали именно то, что вам и говорили — слово в слово.

Не думайте, что всякие судебные разбирательства — это исключительно головная боль главного редактора. В судебных исках в качестве ответчика нередко указывают и редакцию, и главного редактора, и автора статьи.

Помните: спасение журналиста — дело рук самого журналиста.

Небольшое лирическое отступление — в кабинете главного редактора одного солидного экономического издания, прямо за ее спиной, на стене в рамочке висели такие слова:

«Не думай. Подумал — не пиши. Написал — не подписывай. Подписал — не удивляйся».

Упражнение 37.

Возьмите любую газетную статью (желательно не менее 5 000 знаков с пробелами) и, по ходу чтения, постарайтесь сразу же выделить 3-4 предложения, несущих основной смысл. По сути, это похоже на конспектирование, с той лишь разницей, что у вас нет возможности несколько раз перечитать текст.

Упражнение 38.

Во время просмотра телепередачи, включите диктофон (или просто секундомер) и фиксируйте, на каких минутах будет сказано самое важное. Посчитайте, сколько моментов вы отметили. (Их должно быть не более 10). Использование диктофона в этом задании предпочтительнее, т.к. дает вам возможность прослушать запись и убедиться, что вы правильно выбрали ключевые моменты. Как проверить, насколько они правильные? Раскодируйте эти фразы. Если из них вы сможете собрать связный материал, значит, с заданием вы справились. Если видите, что у вас отсутствует какая-то хорошая цитата, которую тоже неплохо было бы использовать — считайте, что заработали «четверку» (если, конечно, это не была самая важная фраза из всего сказанного). Ну и если без дополнительных цитат, дополнений и пространственных уточнений из выбранных вами фраз вообще невозможно понять, о чем речь — тренируйтесь чаще и помните, что комом должен получаться только первый блин, а не их дюжина.

Как вариант — «конспектируйте» (хотя бы мысленно) длинные монологи, сцены, речи, когда смотрите любимый сериал. Так он станет не только полезней, но и намного увлекательней.

Стой! Снимать буду!

В большинстве печатных СМИ есть свой штатный, а то еще и второй, внештатный, фотограф. Потому что хорошее, качественное, художественное фото воздействует на читателя чуть ли не больше, чем сам текст. Картинка — это первое, что видит человек, открывая газету. Человек может прочитать не самую интересную статью только потому, что его заинтересовала иллюстрация или пройти мимо талантливого материала, потому что он бы проиллюстрирован скучным снимком.

Бывают ситуации, когда журналист оказывается на мероприятии без фотографа. Это возможно, если фотограф в это время уехал с другим корреспондентом, или заболел, или отсутствует еще по каким-то причинам, а внештатный фотограф в это время занят.

Еще чаще в последнее время бывает, когда редакции пытаются экономить на фото. Особенно это актуально для интернет-изданий. Простенький зеркальный полупрофессиональный фотоаппарат с одним-единственным китовым (от слова *kit* — набор, комплект) объективом обойдется в разы дешевле, чем зарплата фотографа всего за один месяц. А про мыльницу даже и говорить не стоит.

И ни одна такая редакция не заботится о том, чтобы направить журналиста на фотокурсы или хотя бы обеспечить его специальными учебными материалами. В итоге фото получают в духе «мы с друзьями кушаем шашлык».

Однако, никто не мешает журналисту заниматься самообразованием. В интернете полным-полно платных и бесплатных пособий по цифровой фотографии. При этом главное, что необходимо чайнику — это основы композиции. Техническую сторону изучить и подтянуть проще. В конце концов, можно фотографировать в автоматическом режиме. А вот кнопки, которая бы автоматически выстраивала нужную композицию в кадре, не будет никогда.

Многие фотографы советуют для начала внимательно прочитать инструкцию к своему фотоаппарату. Если это мыльница, то да, можно. Если это зеркальная камера, то начинать с инструкции бесполезно. Какой смысл читать раздел про настройку баланса белого, если вы не знаете, что это такое и зачем оно нужно? Читать нужно в таком порядке: учебное пособие для чайников, а потом уже инструкция к камере. Из личного опыта могу порекомендовать сайт FreeFotoHelp <http://freefotohelp.ru>. Трудно найти ресурс, где бы основы фотографии излагались более понятно и подробно. Сайт хорош приведенными примерами — там представлены одни и те же кадры, снятые с типичными ошибками и они же, но уже снятые правильно. Это нагляднее, чем десятки страниц текста. Автор сайта, представленных там учебников и рассылки — Александр Омилаев. Это не просто замечательный фотограф, это педагог от бога!

Можно зарегистрироваться на фотофоруме любой страны мира (вот оно — искусство без границ!). Как правило, на каждом таком форуме есть отдельная тема для новичков. Там они выкладывают свои работы и просят более опытных со-камерников (собратьев по фотокамере) объяснить, что было сделано неправильно и как надо было. Предварительно стоит почитать эту ветку форума, потому что там могут быть адекватные, полезные и тактичные советы, а могут резвиться тролли, цель которых — отбить у человека всякое желание даже смотреть в сторону фотокамеры.

Просить знакомого фотографа за пару часиков объяснить, как надо правильно фотографировать еще более бесперспективная затея. Невозможно за столь короткий срок воспринять и усвоить такое количество новой, незнакомой информации, даже если тщательно все конспектировать.

Если фотографировать нужно срочно, а уровень знаний при этом стремится к абсолютному нулю, то самое разумное, что можно сделать — это поставить камеру в автоматический режим и снимать то, что снимают остальные фотографы. Да, просто встать рядом, направить камеру примерно туда же, что и настоящий фотограф, и нажимать на кнопку. Это нехорошо. Фотограф мог увидеть действительно уникальный кадр, а чайник при этом встал рядом и нагло «списыва-

ет». Утешает только то, что даже если новичок стоит рядом с мастером и, вроде бы, делает все тоже самое, столь же интересный и грамотный кадр у него все равно не получится. При «списывании» постарайтесь все же не мешать фотографам работать и не путайтесь под ногами. Впрочем, если крутой профи, уже отснявший три сотни одинаковых кадров (зачем ему столько, если он профи?) нагло отпихивает вас в сторону со словами «Я тут работаю, а ты просто так приперся, пошел вон отсюда!», то такому мешать можно. И даже нужно.

Стараясь не мешать снимать настоящим фотографам, вы проявляете корпоративную солидарность, уважение к труду коллег. Если при этом вы вдруг влезли в кадр и на вас шикнули или рывкнули — все нормально. Обычный рабочий процесс. Но если кто-то ведет себя так, словно он на мероприятии один и не уважает ваш труд, видя, что вы выбрали самую удачную позицию для съемки, подходит и нагло выталкивает вас оттуда, вы не обязаны уважать его. Хороший фотограф способен снимать в любой, даже самой сложной ситуации. Вот пусть и приспосабливается. Толкнуть ли «случайно» его руку, в тот момент, когда такой недо-фотограф делает кадр, к которому полчаса прицеливался, ваше дело. Но вот ни секунды ни думать о том, мешаете вы ему или не мешаете, загораживаете ли вы ему кадр или нет — это вполне приемлемо.

Возможно, хоть редактор сможет доходчиво объяснить этой несостоявшейся звезде, что если у него никогда не получаются нормальные кадры и при этом все время кто-то виноват, но только не он, значит, дело не в окружающих, и не обстоятельствах, а в том, что он никудышный фотограф, и ему давно пора переквалифицироваться в управдомы. Чем меньше будет хамов в журналистике, тем лучше для всех.

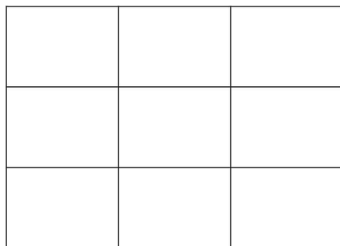
Так что же надо снимать? Если это репортаж с какого-то события, то интересны 1) сами события, 2) эмоции присутствующих там людей. Чем больше будет сделано кадров, тем лучше. На начальном этапе это чуть ли не единственный способ «поймать» в объектив что-нибудь стоящее и интересное.

При этом худшее, что можно сделать — это расположить главные объекты строго по центру кадра. А где еще? Правило третей и золотое сечение. Это все не так сложно, как кажется, но в упрощенном

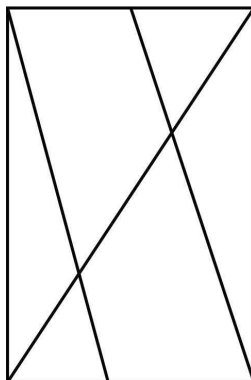
варианте может быть представлено так: кадр делится на три равные части по горизонтали и на три по вертикали. Это значит, что через кадр нужно провести по две горизонтальных и две вертикальных линии. В точках их пересечения и нужно располагать главные объекты. Если это портрет, то в этих точках лучше всего расположить глаза или губы.

Если кадр состоит из двух основных частей (например, это пейзаж, в котором есть море и небо или степь и горы), то линия раздела тоже должна находиться не по середине, а идти вдоль одной из линий, разделяющих кадр на три части. Бывают исключения. Но в этом случае фотограф может разделить кадр строго пополам для того, чтобы подчеркнуть какую-то мысль, использовать это как художественный прием. Новичок, который фотоаппарат-то в руки взял впервые, еще никакими художественными приемами не владеет и вместо художественного приема получит «неправильное» фото.

Вот как выглядит деление кадра на трети.



А есть еще одна хитрая вещь — диагональные трети. Для построения интересной композиции кадра она просто бесценна! Принцип тот же самый, только кадр делится на три части не по вертикали и горизонтали, а по диагонали.



Примеры использования такого деления можно посмотреть, например, здесь — <http://bomber.com.ua/stati/85-pravilo-zolotogo-secheniya-i-tretej-v-fotografii.html>

Еще одно важное правило — там, куда направлен взгляд человека или животного на фото, там, куда направлено движение (например, едет машина) должно оставаться достаточно пространства, иначе кадр будет упираться в край снимка, как в непонятно зачем возведенную стенку.

Как правило, фотограф заранее не может угадать, какой формат снимка понадобится редактору — вертикальный или горизонтальный. (Кадр не бывает квадратным, это прямоугольник. Вертикалка — это где боковые стороны длиннее, горизонтальный — где верхняя и нижняя сторона длиннее боковых). Поэтому снимать нужно и вертикалки, и горизонталки. В крайнем случае, горизонтально ориентированный снимок почти всегда можно обрезать. А вот сделать из вертикального снимка горизонтальный уже вряд ли получится.

Новичкам можно дать еще такой совет, за который настоящие фотографы будут готовы повесить советчика на первом столбе — оставляйте со всех сторон хотя бы немного лишнего места. Да, это плохо скажется на композиции кадра. Но зато даст возможность при необходимости этот снимок скадрировать (обрезать так, как нужно редактору).

Теперь о технике. Пока вы не научились толком фотографировать, снимать нужно только в автоматическом режиме. Когда слово «выдержка» перестанет ассоциироваться с коньяком, а слово «диафрагма» — с анатомией, можно пойти чуть дальше. Если что-то быстро двигается, да даже если не очень быстро, но двигается, то лучше снимать в приоритете выдержки. Если уже никто никуда не идет (например, пейзаж), то предпочтительнее приоритет диафрагмы — чем больше она закрыта (F11, F15), тем больше глубина — то есть, тем более далеко расположенные объекты будут в резкости. Открытая диафрагма (F3,5, F2) используется для того, чтобы задний план был красиво размыт. А зачем размывать задний план в пейзаже, если там все самое красивое?

Проще всего получить бракованный кадр — это снимать против солнца или любого другого источника света. По возможности, нужно всегда оставлять свет у себя за спиной — чтобы он освещал людей и объекты в кадре, а не превращал их в безликие тени. В крайнем случае подсвечивайте объект вспышкой, даже если снимаете при хорошем освещении.

Однако, сделать множество даже довольно удачных кадров — это полдела. Все отснятое нужно отсортировать и правильно сохранить.

Для начала нужно удалить все неудачные кадры — брак по освещению, по резкости, те, на которых изображенные люди получились с полузакрытыми глазами и т.п. Второй шаг — это подписать изображенных на фото людей. Если в процессе съемки таких людей много, и всех запомнить не реально, их имена и фамилии нужно записывать в блокнот по порядку по ходу съемки.

Подписывать фото проще всего, выделив нужные снимки и переименовав их. Если файлы называются IMG_54, IMG-55, IMG_79, то чтобы переименовать все сразу, нужно выделить нужные файлы, кликнуть правой кнопкой мыши, выбрать «Переименовать» и заменить IMG на, например, Иван Петров.

Ставить ли на фото свой копирайт? Нет. При верстке редактор сам укажет «Фото Василия Пупкина» или «Фото автора». (Тем не менее, имеет смысл убедиться, что об этом не забыли, пока номер еще не ушел в типографию). А вот сохранять у себя копии всех сделанных вами снимков — обязательно. Эксклюзивное право на фотографию стоит дорого, поэтому гонорар, который платит редакция за снимки, это, как правило, просто право за использование. Однако, не стоит пытаться продать фотографии сразу нескольким изданиям. Это, мягко говоря, неэтично. Свои фото можно использовать для портфолио, для выставок (хотя снимки новичка вряд ли для этого подойдут), они могут пригодиться когда-нибудь в будущем.

Упражнение 39.

Возьмите себе за правило каждый день внимательно рассматривать по 10 снимков признанных, известных, или хотя бы просто профессиональных фотографов и анализировать композицию и ра-

курс снимка. Смотрите как можно больше работ известных фотографов. Чем чаще вы будете это делать, тем скорее научитесь делать хорошие фото сами.

Упражнение 40.

Даже если ничего не пришлось снимать для издания, делайте по 10 снимков «для себя». А лучше — больше. Чем чаще и больше снимает новичок, тем быстрее он вырастает до профессионала. Хорошо помогают попытки копировать фото известных фотографов. Ничего плохого в этом нет — сначала вы что-то копируете, набиваете руку, вырабатываете необходимые навыки, а потом уже можете творить сами.

Если фотоаппарата под рукой нет, фотографировать можно мысленно. У вас тот же мозг, те же глаза и те же возможности выстроить грамотную композицию и подобрать интересный ракурс. Отличие только в том, нажимаете вы на кнопку или нет.

Делать мысленные фото можно и нужно всегда, когда вам откровенно нечего делать, например, когда вы кого-то или чего-то ждете. Используйте это время с пользой. В конце концов, фотография — это еще одна специальность, которая может вас прокормить не хуже журналистики.

В мире мыслей, мудрых и не очень

Очень часто журналистам во время работы над статьей по какой-либо теме приходится искать высказывания каких-то известных личностей (чиновников, знаменитостей, специалистов и пр.). При кажущейся простоте на это уходит довольно много времени. Поисковый сервер может или не найти нужную цитату (а вы-то помните, что этот человек говорил!), или найти не ту цитату, или в крайнем случае, найти какой-то пересказ его слов, а вам по зарез нужно указать ее дословно.

Зачем это надо? Допустим, вы хотите «подловить» кого-то на лжи или хотя бы просто на том, что сегодня этот человек говорил одно, а завтра — другое. В 2008 году он заверял, что строительство будет завершено в 2010-м, в 2011 обещал, что в 2012, а в 2013 заявил, что он вообще никогда ничего подобного не говорил. Интересно? Еще бы! Но вы не можете использовать свою память, даже феноменальную, как аргумент в статье. Нужны подтверждения. Нужны его точные слова с указанием того, когда именно, где и кому он это сказал.

Кроме того, если вы не знаете, что этот человек говорил раньше, то его очередное обещание вряд ли сможет привлечь ваше внимание. И тогда статья будет довольно скучной. Представьте — большинство журналистов просто сообщит о том, что такой-то чиновник пообещал то-то и то-то к такому-то сроку. А вы «вытащите» все его прошлые и неисполненные обещания по этой теме. Чья статья будет интересней? Какого журналиста справедливо сочтут более сильным?

Знают ли другие журналисты, что так можно сделать? Да знают, конечно! А почему не делают? Потому что некогда все это искать, потому что они не помнят, что он говорил, потому что лень. И главное — потому что у них нет своей базы цитат!

Понятно, что абсолютно все цитаты всех более-менее заметных личностей вы туда вряд ли сможете внести — это потребует слишком много сил и времени. И серьезную базу вы тоже вряд ли сможете быстро создать. Подобный цитатник нарабатывается годами и, как хорошее вино, с годами становится только лучше и полезней.

Разбивать его нужно не только по спикерам, но и по темам. Сплошь и рядом один и тот же человек комментирует все подряд — от космических просторов до Большого театра. Если делить только по спикерам, то найти нужную цитату будет крайне сложно.

Поэтому нужны два варианта поиска. Проще всего это сделать в Excel. Там можно при необходимости сделать сортировку либо по фамилиям, либо по теме цитаты, которая указывается в отдельной графе.

Обязательно должна быть графа, где будет указано в каком издании, в каком номере от какого числа и под каким названием опубликована статья, из которой взята цитата. Имя автора статьи и ссылку на эту статью в интернете тоже надо туда внести.

Создавать отдельную огромную таблицу для афоризмов и высказываний великих деятелей прошлого нет смысла. Эта информация всегда под рукой в интернете или в книгах. Есть смысл собирать только то, что зацепило именно вас, или показалось особо интересным. Сборник может получиться не очень большой, но он лучше, чтобы он был под рукой на тот случай, если интернет будет недоступен.

Упражнение 41

Начните создавать свой цитатник прямо сейчас. Для начала составьте себе список известных личностей, цитаты которых вам могут понадобиться. Рассортируйте их по сферам деятельности. Теперь просмотрите новостные ленты и/или газетные статьи за последние недели две (больше не надо — слишком много читать придется, потонете в потоке информации). Выберите для каждой известной личности наиболее яркие и интересные цитаты (Типа: «... Были задержаны 20 баранов и другие соучастники преступления»). Создайте таблицу и начинайте ее заполнять. Продолжайте работать с таблицей постоянно.

Спикер	Должность	Цитата	Тема	Где и когда сказано, ссылка на источник (газету, сайт)	примечания
Али-баба Василий Алиба- баевич	Владелец сети АЗС «Джен- тельмены удачи»	«Доцент кто? Жулик. Жуликов много. А шапка одна!»	крими- нал	http://www.vothouse.ru/films/dzhentlmeny-udachi_text.html 13 декабря 1971 года	

Позвони мне, позвони

Маститые журналисты еще помнят те времена, когда не было Интернета и компьютеров, а одной из самых ценных вещей была записная книжка с городскими (других тогда не было) номерами телефонов. Удивительно, но порой контактные данные героев не менялись по 10 лет и более.

Сейчас такое постоянство — большая редкость, но хранить и преумножать список своих контактов по-прежнему остается необходимостью.

Журналисты — люди творческие, и такое понятие как «творческий беспорядок» для многих из них просто часть жизни. Стол может быть завален бумажками с какими-то хаотическими пометками, в опасной близости от клавиатуры может рискованно балансировать кружка остывшего кофе, мышка может соседствовать с недоеденным бутербродом, но две категории вещей всегда должны быть в идеальном порядке — это документы и номера телефонов.

Журналист без своей базы контактов ценится меньше. Вообще, если у кандидата в сотрудники редакции есть хоть какой-то опыт, то вряд ли кому-то вообще придет в голову спрашивать, есть ли у него такая база.

Конечно, это нехорошо — увольняясь с работы, прихватывать с собой наработанный совместно с коллегами телефонный справочник, но от этого никуда не денешься. Наивно полагать, что если держать его на корпоративном сайте с защитой от копирования, то он никогда и никому не достанется. Страницу с контактами можно распечатать, можно сделать скриншот экрана и сохранить как картинку, можно воспользоваться программкой типа Portable Screenshot Reader, чтобы перевести текст из формата jpg, pdf и пр. в Word, можно и от руки переписать (что очень маловероятно).

Понятно, что, располагая такими возможностями, просто грех не обзавестись собственной базой контактов. Скорее всего, какая-то сортировка там уже есть, однако, ничего не мешает настроить справоч-

ник под себя, чтобы было удобно не только искать необходимые контакты, но и вбивать новые (Делать это нужно сразу же, после первого звонка или визита! В обязательном порядке! Если отложить эту процедуру хотя бы на пять минут, можно просто потерять свой контакт).

Один из простейших вариантов — это Excel. Таблицы, созданные в этой программе, удобны тем, что список можно сортировать по любому столбцу — по фамилиям, отраслям деятельности и пр.

Для удобной базы контактов достаточно всего несколько столбцов: ФИО, должность, место работы, телефон, email, адрес и примечания. Каждый раз, когда вносите в таблицу новые данные, не пожалейте времени, чтобы перепроверить их на наличие опечаток. В противном случае, они могут превратиться в ошибки в статье. Должность нужно указывать полную, официальную. Тогда при использовании комментария какого-то конкретного человека вам не придется ее перепроверять. «Вождь пенсионеров» — это не должность, это, скорее, жизненное кредо и вам оно вряд ли сильно пригодится.

Ваша база данных в виде таблицы может выглядеть примерно так:

ФИО	Должность	Сфера деят-ти	Контакты	Примечания
Абрака-дабров Иван Иванович	Пресс-секретарь Авто-мото-вело Ассоциации	спорт	Моб. +1 111 222 33 44, р.т. 234-23-32, ф. 456-78-90, email: auto@pochta.net	Не звонить с 13.00 до 15.00 — у него обед!
Бубликов Василий Петрович	Зам.директора пекарни №1	Малый и средний бизнес (МСБ)	Моб. +1 222 111 33 44, р.т. 324-23-32, ф. 478-78-90, email: bublik@pochta.net	См. ст. «Дырка от бублика» в № 23 от 13.12.2011

Можно, конечно, сделать таблицу и в Word'e, но тогда все фамилии и должности придется держать в уме. Каждый раз вчитываться в каждую строчку списка, состоящего из нескольких сотен фамилий — лишняя трата времени, но это единственный выход, если вы никак не можете вспомнить, на какую букву начинается фамилия нужного вам человека.

Excel же позволяет делать сортировку по колонкам. Только, когда вы ее сделали — убедитесь, что вы действительно сделали эту сортировку правильно и в нужном порядке у вас расположились строки всей таблицы. В противном случае вы перепутаете все контакты. Допустим, при сортировке по фамилиям у вас изменился порядок строк только в одной первой колонке, а все остальные остались на месте. Тогда все должности, контакты и примечания будут написаны напротив «неправильной» фамилии.

Чтобы этого не произошло, нужно выделить нужную вам колонку (например, «должность») и нажать на кнопку «сортировка» (буквы А и Я стоящие одна над другой и стрелочка вниз). Должно появиться окошко «Обнаружены данные вне указанного диапазона. Обнаружены данные рядом с выделенным фрагментом. Эти данные не будут отсортированы». В том же окошке предлагается выбрать нужное действие — «Автоматически расширить выделенный диапазон» и «сортировать в пределах указанного выделения». Обязательно отмечаете первое — расширить выделенный диапазон. И только после этого кликаете на кнопку «сортировать».

Чтобы проверить правильность сортировки, перед тем как ее выполнить, запишите себе несколько полных контактов — ФИО, должность, контакты и примечания — из начала, середины и конца списка. После сортировки проверьте, правильно ли отображены данные этих людей. Если да, то сохраните изменения, если нет — отмените.

Чтобы каждый раз для ускорения поиска не тратить на это время — отсортируйте таблицу по нескольким параметрам, скопируйте отсортированный вариант и вставьте на новую страницу в том же файле. Таким образом, вы сможете без труда найти нужный контакт по фамилии, по должности, по сфере деятельности.

Это полезно еще и тем, что если вам нужно собрать несколько комментариев на одну и ту же тему, они будут у вас под рукой. Допустим, вам нужно мнение трех-пяти политологов. Открываете страницу, где контакты отсортированы по сфере деятельности и обзванивайте себе.

У многих журналистов есть привычка записывать всплывший по ходу разговора контакт на первой попавшейся бумажке. Если вы

тоже этим грешите, немедленно приучайте себя сразу после разговора вносить данные в свою базу! Бумажки имеют привычку копиться и расползаться по всему свободному пространству — они могут оказаться в сумке, в ящике стола, в кармане. При таком раскладе найти нужный номер будет почти невозможно.

Далеко не лишним будет переспрашивать должность и место работы у тех собеседников, с кем вы давно не общались. Телефон-то мог остаться прежним, а вот в жизни человека многое могло измениться.

Кстати, о телефонах. Желательно, чтобы в этой графе у вас были рабочий телефон, факс и мобильный. Звонить сначала лучше на рабочий номер. Во-первых, так вы сэкономите деньги редакции (или свои собственные), а во-вторых, ваш звонок на мобильный может застать человека в самое неподходящее время и в самом неподходящем месте, чем запросто может испортить ему настроение и отбить желание подробно отвечать на все ваши вопросы.

После того, как ваш собеседник взял трубку, уточните, с ним ли вы разговариваете («Здравствуйте! Это Иван Иванович?»). Это делается не столько для того, чтобы не тратить зря время в случае ошибки, но и (не лишним будет повторить!), чтобы в этом случае по вашей диктофонной записи разговора можно было определить (или в случае чего, доказать), что вы говорили именно с этим человеком.

После этого представьтесь, назовите сначала издание, а потом свое имя. Услышав «Газета Такая-то», собеседник сразу поймет, что разговаривает с журналистом, возможно, он даже постоянно читает вашу газету и может «почуять» в каком ключе пойдет разговор, да и просто сможет переключиться на нужный лад. Ваше имя, если вы не звезда местной журналистики, вряд ли ему многое скажет. Оно ему, по большому счету, не важно.

Следующая ваша фраза должна быть «Можете разговаривать?» или «У вас есть несколько минут?». По возможности озвучивайте предполагаемое время вашей беседы. Может быть, человек может уделить вам 10 минут, а не 40, как вы рассчитывали. Заодно и вы сами будете знать, как построить беседу, чтобы за имеющийся в вашем распоряжении срок получить всю нужную информацию.

Если собеседник разговаривать не может, спросите, через какое время ему можно будет перезвонить. Даже не надейтесь, что человек выполнит свое обещание перезвонить вам, как только освободится! Такое случается редко и лишь при особом отношении к вам лично или к вашему изданию. Не потому, что люди злые, а просто потому, что этот разговор для вас намного важнее, чем для них и существует множество факторов, которые могут их отвлечь от мысли о звонке, а то заставить вовсе забыть о нем.

Случается, что человек почти откровенно старается избежать разговора с прессой. То ему некогда, то он занят, то просто перестает брать трубку. Конечно, шантаж — это дело плохое и грязное. Но иногда смс с текстом «Мне бы очень не хотелось писать, что вы от нас третий день прячетесь» творит чудеса.

Если взять комментарий по телефону или лично не удастся, придется отправлять официальный запрос по факсу. Не смотря на то, что ни частные компании, ни госорганы по закону не имеют права не ответить на него в принципе, или ответить спустя несколько месяцев, когда тема давно «прокиснет», это вовсе не гарантия того, что ответ вы получите. Поэтому после отправки факса перезванивайте и «допрашивайте» офис-менеджера о том, как фамилия человека, принявшего факс, под каким входящим номером он зарегистрирован и т.п.

Не всегда это бывает нужно. Если у вас хорошие отношения с компанией или госорганом, если ваша редакция, так сказать, дружит домами с этой организацией, то некоторые формальности могут оказаться излишними. Если пресс-служба и так работает, словно вы единственное издание в мире, трудиться на благо которого — их священный долг, то зачем лишний раз на людей давить? Ну, если очень хочется, то объясните, что у вас в редакции такой порядок оформления документов и вы ничего с этим поделать не можете. Кто знает, может быть, когда-нибудь это сослужит вам хорошую службу. Но тогда уж будьте добры, работайте так со всеми, кому отправляете запросы и делайте все возможное и невозможное, чтобы ваши адресаты никогда не узнали, что дело не в правилах редакции, а в вашем личном «бюрократизме».

Упражнение 42

Соберите все имеющиеся у вас визитки, бумажки, на которых записаны контакты, пролистайте список контактов в телефоне. Внесите все в таблицу в Excel. Уточните в Интернете те должности ваших контактов, которые вы не знаете. Рассортируйте список по алфавиту. Выработайте у себя привычку каждый новый контакт СРАЗУ вносить в базу, а не просто записывать на чем попало и бросать где попало.

Просмотрите новостные ленты и свежие газеты. Какие люди там часто упоминаются? Есть ли у вас их контакты? Если нет — поищите в Интернете. Контакты могут быть в социальных сетях и в пресс-релизах. На сайтах пресс-клубов вывешивают пресс-релизы. В этих релизах бывают указаны контакты спикеров. Если вы такой сайт нашли — вносите в свою базу все контакты, какие только там найдете.

Сколько языков у вас подвешено?

Знание иностранных языков полезно не только тем, кто работает в иностранных компаниях или планирует работать или учиться за рубежом. Журналисту умение «спикать» и «шпрыхать» тоже может очень сильно пригодиться. Конечно, все зависит от того, с носителями какого языка вы сталкиваетесь чаще всего, но в любом случае, хотя бы только английский неплохо бы знать.

Во-первых, это дает возможность напрямую использовать зарубежные источники. Во-вторых, нередко на пресс-конференциях, симпозиумах, круглых столах и т.п. присутствуют иностранные спикеры, чьи комментарии могут быть интересны и полезны для статьи.

В-третьих, это ваш шанс стать собкором вашего издания за границей. И в-четвертых, журналистами, пишущим для зарубежных СМИ, неплохо платят.

Конечно, на мероприятиях с участием иностранных спикеров бывают и синхронный перевод в наушниках, и приставленные к спикерам переводчики. Однако при таком общении об эксклюзивности можно забыть. Журналистов много, а переводчик один. Кроме того, не всегда качество синхронного перевода заслуживает доверия. Переводчики тоже всякие бывают, и если вы слышите, что голос в наушниках запинаятся, замолкает, выдает обрывки отдельных фраз, которые невозможно связать между собой даже при самой богатой фантазии, не стоит использовать эти перлы в качестве цитаты даже при том, что вы все пишете на диктофон и можете в любой момент доказать, что ошибки и переверачивание фактов с ног на голову — не ваших рук дело, да и времени вы потратите гораздо меньше, если будете воспринимать речь напрямую. Был такой реальный случай, когда иностранный переводчик на каком-то заседании довольно высокого уровня фразу «А воз и ныне там» перевел с русского как «А Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) ничего не делает для решения проблемы». Был скандал.

Это все плюсы. Минусы состоят в том, что для того, чтобы обходиться без переводчика, вы должны свободно владеть иностранным языком. Еще один минус — даже при обучении по самым эффективным методикам, на это потребуются время и определенные усилия с вашей стороны. И это зачастую бывает главным аргументом в пользу того, чтобы ничего не делать.

Основные аргументы — нет времени и «все равно ничего не получилось». Начнем со времени. Для того, чтобы свободно говорить практически на любые бытовые темы, достаточно знать всего одну тысячу слов. То есть если в течение года учить всего по 3 слова каждый день можно выучить 1095 слов. (В високосный год — 1098). Вряд ли найдется хоть один человек в мире (за исключением тех, кто страдает серьезными заболеваниями, связанными с расстройствами мышления и памяти), кто не может выучить три слова в день! И вряд ли найдется человек, не способный выкроить на это время.

Кстати, для того, чтобы выучить иностранный язык достаточно заниматься им всего по 15 минут в день. Другое дело, что как только эти 15 минут появляются, то немедленно возникает дикое желание заниматься чем угодно, но не иностранным языком. Это поправимо.

Прежде всего, людей, действительно категорически не способных к изучению иностранных языков нет. Если человек предпринял 10 попыток выучить язык, но так ничего и не добился, значит, он что-то делал неправильно. Прежде всего, ему могли попадаться «неправильные» преподаватели.

Любой язык можно выучить двумя способами — одним людям просто необходимо зубрить все правила и очень четко понимать «как это работает», а другие учат язык точно так же как маленькие дети учатся разговаривать — слушают, «впитывают» и начинают говорить, не зная вообще ни одного правила.

Кроме того, мы по-разному воспринимаем информацию — кому-то нужно новое слово обязательно видеть, кому-то прежде всего — слышать, а кому-то даже «пощупать».

Если обучать человека не подходящим ему способом — ничего не получится. Или получится, но на это уйдет масса сил и времени, придется постоянно собирать всю волю в кулак, а результат все рав-

но будет хуже, чем мог бы быть. Разумеется, если в группе 10-12 человек, то редкий преподаватель будет ориентироваться на то, каким образом каждый из учеников воспринимает информацию. Ему проще взять учебник и (м)учить всю группу «единственно правильным» способом.

То есть, прежде, чем изучать язык, определитесь с тем, как именно вы собираетесь его учить. Если раньше вы уже безуспешно пытались это сделать, вспомните, как шло обучение. Вас заставляли зубрить правила? Значит, нужно выбрать коммуникативно-направленные (т.е. основанные на общении) методики. Если пытались заставить сразу заговорить, а у вас было ощущение, что вы просто цитируете разговорник — выбирайте методику, где разжевываются правила.

Если ваше любимое слово-паразит «смотри» («посмотри», «давайте рассмотрим», «я не вижу в этом ничего удивительного» и т.п.), то больше всего подойдет или учебник с яркими картинками, или обучающее видео.

Тем, кто чаще всего говорит «послушай» отлично подойдут аудио-курсы (но все равно неплохо бы, чтобы к ним прилагалась и текстовая версия, а то вы станете похожи на оратора, не умеющего ни читать, ни писать).

Сложнее всего придется тем, кому язык нужно «пощупать». Для них важно движение, то, каков предмет на ощупь. Конечно, вышивать иностранные слова крестиком или лепить их из пластилина — это уже перебор. Но всегда можно их нарисовать и раскрасить разными красками. Ну или подключить фантазию. В принципе, подойдет даже многократное написание слова от руки или набор с клавиатуры.

Любой язык удобнее изучать в группе — это не только дисциплинирует и заставляет заниматься (деньги-то уплочены!), но и дает возможность общения на иностранном языке. А это и помогает активно использовать полученные знания, за счет чего они лучше закрепляются, и преодолеть языковой барьер.

Однако, при плохом преподавателе не спасут никакие групповые занятия, это будет пустая трата времени и денег. Кроме того, тут не обойтись 15-ю минутами в день, а при журналистском ненормированном рабочем дне регулярно посещать занятия вообще может оказаться невозможным.

Тем не менее, недостаток общения можно компенсировать очень легко и совершенно бесплатно. Для начала, если есть возможность найти единомышленника для изучения языка, можно общаться с ним с использованием простейших изученных фраз.

Если такого знакомого нет, то спустя совсем немного времени, можно начать общаться на зарубежных форумах. Общение на форумах дает возможность пользоваться словарем, когда читаете чужие сообщения, не спешно писать свои комментарии и ответы. Никто не торопит, у вас есть время подумать. И, поверьте, никому нет дела, насколько грамотно вы пишете! Вас сильно волнуют чужие ошибки, когда вы читаете форумы? Так что даже такое общение помогает преодолеть языковой барьер.

Однако расслабляться и привыкать формулировать свою мысль в духе «моя твоя не понимай» не надо. Переучиваться всегда намного сложнее, чем изучать что-то. Поэтому обращайтесь внимание на то, как формулируют фразы носители языка. Можете даже выписывать себе те фразы, которые, по вашему мнению, могут вам пригодиться или просто достаточно часто употребляются, и используйте их на здоровье!

Дело в том, что одна из наиболее частых проблем тех, кто изучает иностранный язык — это так называемые «кальки» с родного языка. То есть, они фактически берут предложение на родном языке и заменяют слова на иностранные. При этом иногда даже порядок слов остается прежний! В результате такую речь сложнее воспринимать. Это похоже на то, как в российских фильмах изображают иностранцев, плохо знающих русский (в том числе и гастарбайтеров!) Не хотите звучать как Равшан и Джумшуд (я имею ввиду не представителей какой-либо национальности, а именно персонажей сериала!), обращайтесь внимание на построение фраз.

Когда вы уже совершенно свободно будете общаться в форумах, переходите на чаты, ICQ, Skype и т.п. средства общения. Ну а потом можете уже завести себе знакомых, с которыми будете общаться через видеозвонки.

Тут есть такое преимущество — при занятиях в группе у себя на родине, вы рискуете перенять ошибки, которые делают ваши соученики. А при общении с носителями языка вы перенимаете гра-

мотную речь. Впрочем, если вы занимаетесь в группе, это все равно не мешает вам общаться в форумах и чатах.

С тем, как изучать язык, вроде бы, разобрались. Теперь о том, как заставить себя это сделать. Если ставить перед собой сразу огромную глобальную цель («За 10, ну хорошо, за 15 лет, выучить французский язык» (с) «День Радио»), то нужно обладать огромной силой воли, чтобы держать эту цель в поле зрения и упорно идти к ее достижению. Поэтому любую глобальную цель (кстати, не обязательно связанную с изучением иностранного языка) нужно разбить на маленькие шаги. Например, выучить сегодня 10 новых слов, сделать два упражнения на грамматику и т.п. Можете даже наградить себя за это шоколадкой, сигаретой или чем-то более полезным — например, пивом (шутка). Достижение цели, пусть даже и небольшой, всегда чертовски приятно! А пока вы будете наслаждаться целой чередой маленьких побед, то и не заметите, как одержите главную.

Кроме того, подбирать учебник (методику, группу, преподавателя) нужно так, чтобы вам было интересно. Не важно, пусть это будет учебник для детей дошкольного возраста. Главное, чтобы было весело. Тогда не придется себя заставлять. Вообще, если вам приходится себя заставлять — это признак того, что нужно сменить либо занятие, либо способ, которым вы это делаете. Человеческая психика не терпит над собой насилия, она начинает сопротивляться. И чем больше вы себя заставляете, тем больше будет сопротивление.

Это вовсе не противоречит высказыванию о том, что изучение языка требует определенных усилий. Они понадобятся. Хотя бы для того, чтобы начать что-то делать. Аппетит приходит во время еды. Представьте себе, что вы делаете над собой усилие, чтобы заставить себя открыть учебник и позаниматься 15 минут, но уже через минуту так увлекаетесь, что просиживаете за ним больше часа. Это, конечно, не то же самое, как запустить игру на компьютере и просидеть за ней всю ночь, но все же лучше, чем из-под палки зубрить нудный учебник.

И еще одна хорошая новость — когда регулярно заниматься иностранным языком войдет в привычку, прилагать для этого даже небольшие усилия вам не придется. Вы же не заставляете себя умываться и одеваться утром? Это привычка. А любая привычка вырабатывается примерно за три недели.

Упражнение 43.

Составьте себе список целей для изучения иностранного языка. Вариант «Я поставил себе цель за 10, ну хорошо 15 лет, выучить французский язык» не подойдет. Глобальная цель вроде «Я хочу через год свободно владеть суахили» тоже. Это как строить светлое будущее — занятие на всю оставшуюся жизнь. Цели должны быть более мелкими и конкретными. Можно оформить их в таблицу.

Например:

Дата	Задание	Отметка о выполнении	Примечания
1 сентября	Изучить 1 стр. из самоучителя	+	
	Выучить 10 новых слов	+	Повторить слова завтра
	Перевести 1 сообщение из форума	+	Уточнить значение фразы «.....»

И главное — следовать написанному плану, не допуская пропуска поставленных перед собой задач. Нагрузка на самом деле не большая, задачи легко выполнимые, даже если свободного времени «нет вообще».

Упражнение 44.

Сохраняйте все свои записи при изучении иностранного языка, особенно составленные вами тексты. Раз в несколько месяцев просматривайте свои «ранние работы» - это самая наглядная демонстрация вашего прогресса! Кроме того, не мешает и проводить работу над ошибками в своих первых опусах на иностранном языке (даже если это просто сообщение в форуме!)

Я застенчивый, но я лечусь

Страшно себе представить, сколько талантливых журналистов потеряли СМИ из-за чрезмерной застенчивости и робости этих потенциальных акул пера! То, что журналист обязательно должен быть пробивным, нахальным и даже наглым — это не более, чем стереотип.

Все зависит от издания и от местности проживания. Само собой, чем крупнее город, тем жестче конкуренция, и, следовательно, выше ценится умение вытащить сенсацию любой ценой. Тут уже ребром встает вопрос о выборе между этикой журналиста и общечеловеческими моральными ценностями.

Но быть журналистом, даже очень хорошим журналистом, совсем не обязательно означает необходимость копать в грязном белье, что-то выискивать, вынюхивать, залезать через форточку в дом к незнакомым людям, чтобы взять у них интервью.

Наглость и настойчивость — это разные понятия. Настойчивость полезна для любого журналиста, иначе работать крайне сложно, а то и почти невозможно. А вот наглость — понятие относительное и вовсе не обязательное. Это скорее личное качество человека, а не профессиональное «заболевание».

Во всяком случае, стать настойчивым по силам даже очень застенчивому человеку, а вот стать наглым — это уж как получится, если позволят моральные принципы и воспитание.

Один из самых больших кошмаров застенчивого человека — заговорить с незнакомцем. «Как я ему позвоню?! Как я к нему подойду?! Что я ему скажу?! А вдруг он меня пошлет куда подальше, ведь мы не знакомы!». Если бы люди разговаривали только со знакомыми, то вряд ли у человечества вообще появилась такая роскошь как речь! На момент своего рождения у каждого есть только один знакомый человек — мама. Ну, конечно, есть еще папа, бабушки, дедушки и другие родственники, но с ними ребенок не настолько хорошо знаком.

Поэтому то, что вы с кем-то незнакомы — это плохая причина для того, чтобы избегать разговора. Все ваши знакомые когда-то были незнакомцами. Так что тут все нормально. Не знакомы? Так познакомьтесь!

Как это сделать практически?

Подойдите. (Или наберите номер телефона. И не надо так взволнованно дышать!) «Здравствуйте!» или «Добрый день (утро, вечер)!»

Представьте. «Меня зовут Я корреспондент газеты»

Поинтересуйтесь, есть ли у собеседника 3-5-15 минут, чтобы поговорить с вами. Если да, то

Попросите разрешения задать несколько вопросов. «Можно задать Вам несколько вопросов?» или «У нас к Вам есть несколько вопросов»

Задавайте вопросы и внимательно слушайте ответы. Можете по ходу беседы задавать уточняющие вопросы, если вы что-то не поняли.

Поблагодарите собеседника и попрощайтесь вежливо.

Если ваш собеседник на вопрос о том, есть ли у него время поговорить, говорит, что нет, обязательно спросите «Когда можно Вам перезвонить?». Перезвоните в назначенное время и повторите шаги с 1 по 6.

Если разговаривать с незнакомыми людьми для вас кошмар №1, попробуйте старый, испытанный веками способ — превратите страшное в смешное. То, что смешно, то не страшно. Это широко известная техника, но она работает. Представьте себе ситуацию, когда вы звоните совершенно незнакомому человеку, чтобы взять у него комментарий и доведите ее до абсурда. Не ограничивайте свою фантазию. Ваш собеседник на том конце провода оказывается жутким хищным монстром, который питается исключительно журналистами и преимущественно по телефону, или маньяком-убийцей, доктором Лектором из «Молчания ягнят», с которым и разговаривать то страшно. Он будет вас выслеживать и гоняться за вами с огромным ножом только потому, что вы осмелились ему позвонить. А потом еще и ваш редактор захочет запечь ваше тело с картошкой и майонезом, потому что вам не удалось взять комментарий и теперь он просто обязан вас съесть. Когда вы в своем воображении доведете ситуацию до полнейшего абсурда, сравните ее с реальной. Либо

на ваши вопросы ответят (хотя, может, и не сразу), либо в самом крайнем случае закатят истерику «Я вас не знаю! Я не буду вам отвечать по телефону! Откуда я знаю, кто вы?! А если вы приедете, то вдруг у вас удостоверение поддельное? А в редакцию я вам звонить не буду, потому что может быть ваша газета выходит 15 лет тиражом 150 тыс. экземпляров специально, чтобы меня запутать!». Что будет с вами после такого телефонного разговора? А ничего. Психически неадекватный человек, будь он хоть профессором, хоть директором юридической консультации при коллегии адвокатов, не даст вам адекватного комментария. То есть, использовать его слова для написания нормальной статьи все равно не получится. Так что вы спокойно будете обзванивать других спикеров, а этот пусть себе бьется головой об стену. Впрочем, если хотите в своей статье показать истинное лицо цвета местной профессуры, адвокатуры, культуры и т.п. — приводите его слова в точности так, как он говорил, без стилистических поправок. Тогда, по крайней мере, вы хоть отведете душу, показав читателям, с какими людьми вам порой приходится разговаривать по долгу службы.

Упражнение 45

Подойдите на улице к незнакомому человеку и задайте какой-нибудь обычный вопрос: «Как пройти в библиотеку?» (в три часа ночи), «Вы не скажете, сколько сейчас градусов ниже нуля?» и т.п. Ну а если серьезно — попросите объяснить, как пройти до ближайшего торгового центра, например.

Зайдите на сайт любой крупной или не очень компании. Почитайте раздел услуги. Составьте себе список вопросов, которые вы не поняли. Позвоните в эту компанию и попросите вам все объяснить. Не кладите трубку, пока точно все не поймете!

Если вы уже работаете журналистом, понаблюдайте, как берут комментарии более опытные коллеги. Во время добывания комментария для своей статьи представьте себе, что вы — это ваш опытный коллега. Позвоните спикеру и в разговоре копируйте интонации и манеру говорить этого своего коллеги.

Не этично, но практично...

Хотя с тех пор, как нам вручили диплом журналистов, прошло уже много лет, я все равно часто вспоминаю первую лекцию по предмету «Этика журналиста». Речь на ней шла о том, что этика журналиста временами сильно отличается от человеческой.

В качестве иллюстрации своих слов наша преподаватель привела такой пример: представьте себе, что вы стали первым и пока единственным свидетелем крупной катастрофы. Что вы должны делать — спасти тех, кто еще жив или делать эксклюзивный материал — фотографировать, снимать на видео и любым способом стараться передать эту информацию в редакцию?

Первая реакция нормального человека — к черту все, людей надо спасать! Но в это время ваши коллеги спокойно сделают сенсационный материал и поднимут рейтинги своего издания. Получается, что вы не выполните свой долг как журналист и очень крупно подведете редакцию.

А если, пока вы будете выполнять свой долг журналиста, на ваших глазах будут гибнуть люди, смерть которых будет на вашей совести, вы уверены, что сможете потом с этим жить?

Мы спорили полтора часа, но не нашли ответа.

— Вы сами должны сделать этот выбор, - это был единственный совет, который мы получили от преподавателя.

В журналистских кругах достаточно известна история одного талантливого фотографа. Будучи в одной из африканских стран, он заснял умирающую девочку, рядом с которой уже ходил гриф в предвкушении своего ужина — ее тела. Фото было высоко оценено коллегами-профессионалами и все складывалось хорошо, пока кто-то не спросил фотографа, что он сделал, чтобы спасти ребенка. Когда он ответил, что ничего, потому что жить девочке оставались считанные минуты, и ей бы не помог уже даже сам господь бог, на несчастного фотографа обрушился такой поток негодования, что он просто не смог этого пережить. Он покончил с собой.

Кстати, о смерти. Вне зависимости от того, сами вы снимаете или у вас есть фотограф, с которым вы — одна команда, помните, что существует негласный запрет на публикацию изображений крови, мертвых или изувеченных тел и т.п. — всего, что может вызвать шок у читателя. Впрочем, этому правилу следуют не все и не всегда. Так что, как бы ни цинично это звучало, снимайте все, а что в итоге окажется на страницах вашего издания, разберетесь в редакции.

Но это все проблема фотографа и редактора. А вот описывать кровавые события никто никому никогда не запрещал. И события эти происходят далеко не только в военное время. Одно время в качестве акций протеста все чаще стали использовать угрозы самоподжога. Многие из этих угроз были вполне реальные. Что делать журналисту, если перед ним стоит человек с двумя пятилитровыми баклашками с бензином на шее и зажигалкой в руках? А рядом на стене дома еще и висят газовые баллоны... Что делать, если он действительно сейчас подожжет себя? Пытаться как можно скорее сбить пламя или не портить новость? Честно говоря, я очень не люблю ситуации, когда приходится отвечать себе на такие вопросы. Готового ответа тут быть не может — каждый раз все зависит от конкретной ситуации.

Если все принимать слишком близко к сердцу, есть шанс заработать себе целый букет психологических травм. Кстати, У русской службы BBC есть хорошая статья о том, как справляться с психологической травмой, если она все же случилась — http://www.bbc.co.uk/russian/radio/2010/04/100418_cojo_trauma_advice.shtml. Эта статья предназначена специально для журналистов. Хорошо, если описанные там приемы никогда не придется применять, но от критических ситуаций не застрахован ни один журналист, даже пишущий на самые мирные темы.

Ну а чтобы психологические травмы избегать, а не лечить, придется стать циником. Более циничны, чем журналисты, пожалуй, только патологоанатомы. Это осуждается обществом, но на самом деле это всего лишь защитный механизм человеческой психики.

К счастью, о катастрофах, войнах, терактах и т.п., где есть человеческие жертвы, писать приходится не часто. Начинающих журнали-

стов на такие события, как правило, не отправляют вовсе. Дело тут не в том, что редактор сомневается в профессиональных качествах сотрудника или его умении владеть собой. Для того, чтобы фраза «чем новость хуже, тем она лучше» стала в какой-то степени установкой, нужно время. Это не означает, что нужно всегда и везде выискивать что-то ужасное, а, найдя, радоваться, как ребенок. Тут дело в формировании психологического защитного механизма.

Не секрет, что плохие новости лучше продаются. Поэтому они важны для редакции. Если эту новость не дадите вы, ее даст кто-то другой. Вопрос «давать новость или не давать» в этом случае вообще не стоит. Важно, кто ее выдаст первым и как ее подать.

Если вы будете смотреть на событие именно с этой точки зрения, то сможете хотя бы в какой-то мере эмоционально отключиться от происходящего. Фраза «чем новость хуже, тем она лучше» всего лишь способствует формированию у вас умения переключаться, полностью сосредотачиваться на качественном выполнении редакционного задания.

Какой бы тяжелой ни была ситуация, эмоции нужно держать под жестким контролем. Бурные переживания очень мешают четко мыслить.

Если вы любитель эзотерики и т.п. учений, то считайте, что чрезмерная концентрация на негативном событии может запросто притянуть негатив в вашу жизнь. А поэтому при работе над материалом о самом страшном событии, помните, что голова должна оставаться холодной.

Впрочем, идею о вредности слишком глубокого эмоционального погружения в чужие проблемы не отрицает и психология. Любое событие, предмет или явление, которому мы уделяем повышенное внимание, наше подсознание автоматически отмечает как «важное». А раз для нас это важно, значит, этого должно быть больше. (Никто не спорит, что интересных новостей должно быть больше, но лучше все же их освещать, чем в них участвовать).

Это не означает, что сочувствовать и сопереживать своим героям вы не должны вовсе. Моральная поддержка со стороны журналиста для них, конечно, тоже очень важна. Но главное, чего они от вас ждут — качественной, сильной статьи, которая позволит сдвинуть их проблему с мертвой точки (за тем они и обратились в газету).

Журналист должен оставаться беспристрастным и объективным. Это золотое правило, призванное, помимо всего прочего, оградить журналиста от возможности манипулирования со стороны героев.

Следование таким общечеловеческим ценностям как «доброта», «терпимость», «тактичность» и т.п. тоже порой обуславливается ситуацией. Допустим, вам нужно написать острую критическую статью. Для тех, чьи интересы она призвана защитить — вы герой, смелый журналист, готовый писать репортаж даже с петлей на шее. А для тех, кого вы критикуете? Для них вы — гад, который их обидел, нанес им душевную рану, опозорил перед коллегами и все в погоне за дешевой сенсацией, стервятник, падальщик, охотник за черепами и уж точно никакой вы не добрый, не белый и не пушистый.

Какие могут быть для вас плохие последствия? На вас подадут в суд. Или на газету. А скорее всего, и на вас, и на газету. Если у вас нет неопровержимых доказательств того, о чем вы написали в своей статье, суд вы проиграете. Нет, вы не окажетесь за решеткой (если только вас обвиняют просто в клевете, вмешательстве в частную жизнь и т.п., а не в подстрекательстве к терроризму или чему-то в этом роде). Но приятного все равно мало.

Что же делать? Варианта два: не писать на острые темы вообще и заниматься чем-то предельно безобидным, вроде освещения театральных постановок и кинопремьер исключительно в положительном ключе (такие материалы тоже нужны!), либо очень хорошо изучить закон о СМИ, уголовный, гражданский и административный кодекс в той части, которая может коснуться непосредственно вас. И очень тщательно проверять поступающую информацию. Вообще, проверять информацию полезно не только из этих соображений. Любое издание — это тысячи читателей. И хотя многие из них уже не так свято верят печатному и сказанному в эфире слову, как в советское время, все равно опубликованная информация воспринимается достаточно серьезно и может иметь для героев публикации весьма ощутимые последствия.

Еще один этический вопрос — «леваки». Во многих редакциях не приветствуется, если журналист в свободное (или не очень) время пишет еще для какого-нибудь издания. Даже если на скорость и ка-

чество вашей работы это никак не влияет, а редактор уверяет, что готов прыгать от радости, если его сотрудники добывают себе на пропитание сами, вместо того, чтобы кланчить у него повышение зарплаты, никогда не афишируйте, что вы «левачите».

В какой-то степени большинство редакторов считают журналистов... собственностью издания. Сами они никогда в этом не признаются, чаще всего, они этого даже не осознают. Но видеть фамилию своего сотрудника где-то кроме своей газеты или журнала им неприятно. В какой-то мере, журналист — это лицо издания, а читатели и герои должны ассоциировать его с каким-то определенным СМИ. Во всяком случае, они хоть будут догадываться, каких вопросов от него ожидать.

При этом большинство журналистов ухитряются левачить. Как? Для редактора важно ваше имя под материалом. Если вы не используете его для «леваков», а подписываете их псевдонимом, то, скорее всего, на это закроют глаза. Абсолютное большинство «леваков» пишутся не ради славы, а ради гонорара, а потому вряд ли есть разница, каким именем вы их подписываете.

А вот чего делать не следует даже под самым секретным псевдонимом, так это «левачить» на конкурентов. Это почти тоже самое, как «сливать» темы, только еще хуже — это «слив» не только темы, но и всего материала, со всеми данными, цифрами, фактами, цитатами. Что такое «слив»? Допустим, вам стало известно о каком-то интересном факте или событии, про которое кроме вас никто из журналистов не знает. То есть, вы готовите эксклюзив, вполне способный поднять тираж вашему изданию. Если вы сообщите о своей теме коллегам из другого издания, они тоже об этом напишут. И эксклюзива уже не будет.

Не важно, по какой причине у вас возникает желание «слить» материал. Это могут быть дружеские отношения с кем-то из коллег, ваше отношение к героям (допустим, вам бы хотелось, чтобы информация была подана под определенным углом, а в вашем издании это сделать не получится), понимание того, что небольшой тираж вашей газеты не способен повлиять на решение проблемы, а если об

этой проблеме заговорят все СМИ, то шансы помочь героям резко возрастут. Это может быть даже ваша материальная заинтересованность (предположим, вам за «слив» платят).

Если вы действуете подобным образом, то вредите не только своему изданию, но и себе. Вряд ли какая-то редакция захочет иметь дело с человеком, который запросто может оставить ее без эксклюзивов. А если вы сливаете информацию в одном издании, то где гарантия, что не будете это делать в другом?

Не верьте в обещания об обмене эксклюзивами! Это путь с односторонним движением. Вы будете сообщать массу интересной и важной информации, а вас в ответ будут кормить «завтраками» и отговорками, что пока для вас ничего нет или подкидывать дохлые новости, которые и так уже все знают.

Многие журналисты не делятся даже номерами телефонов. Причем, даже с коллегами в своем же издании! В чем-то они правы. Личная база данных — одно из самых важных приложений к журналисту. Если у журналиста есть номера телефонов, которые «никто не может достать», он будет для редакции ценным приобретением.

Тоже самое касается и комментариев. Слив эксклюзивных комментариев — это все равно слив. Единственное, чем можно делиться, да и то не с конкурентами, это общедоступная информация. Например, пресс-релиз с пресс-конференции, на которой и так были 20 изданий или адрес какого-нибудь официального сайта. Получить эти сведения ваш коллега может и без вас, просто ему возиться лень. Зато, если вы ему поможете, у вас будут веские основания требовать ответную любезность, которая может оказаться намного более ценной.

Некоторые начинающие журналисты, никогда не работавшие в СМИ, пытаются сами искать актуальные темы, писать статьи, а затем... рассылают эти статьи во все газеты сразу. Хороший способ испортить себе карьеру с самого начала. Представьте себе, что будет, если сразу два, а то и три издания опубликуют ваш опус? Вы фактически подставите каждое из них! После такого на работу в этих СМИ можете не рассчитывать. А заодно и во многих других — дурная слава распространяется быстро.

В крайнем случае, предлагайте свою статью разным газетам по очереди. Если через неделю вы не получили положительного ответа, обязательно дайте «отбой», сообщив, что вы намерены предложить материал другому изданию, а потому просите больше не рассматривать ваше предложение о публикации. Только делать это нужно не в духе «если вы не ответите, мы напишем в Спортлото», а предельно корректно и вежливо — во избежание, путаницы, проблем, возможных недоразумений и т.п. И обязательно сообщайте о своем намерении забрать статью письменно на адрес редакции! В противном случае, кто кому-то забудет ваши слова передать, а виноватым останетесь вы.

Это не означает, что вашу статью не может опубликовать другое издание. Если они просто ее перепечатали — это уже не ваша головная боль. Допустим, издания входят в один холдинг и тогда перепечатка материалов друг у друга — нормальное явление. Нет, конечно, это ненормально, если выходят две разные газеты с абсолютно одинаковыми материалами. Так не бывает. Но вот опубликовать на сайте одного издания статьи из другого вполне допустимо. Но все равно при условии указания источника!

Как ни странно, но свою статью вы можете случайно обнаружить в другой газете или журнале с другим заголовком и... совершенно чужой подписью. Вот это уже откровенное воровство. Но разбираться с этим все равно лучше редактору. Ваша задача — поставить его в известность.

Хуже, если вы фрилансер и ваш материал выходит впервые, но под чужим именем. Естественно, гонорар за статью начисляют не вам. Теоретически вы можете обратиться в суд и попытаться доказать факт нарушения ваших авторских прав. Но на практике, как это не печально, лучше об этом забыть и больше не работать с таким непорядочным изданием.

Не факт, что суд вы выиграете. Чтобы доказать свое авторство, мало будет предъявить компьютер с черновиками и даже аудиозаписи с комментариями, которые вы для этого материала собирали. Переписка по электронной почте тоже вряд ли поможет. Реальный шанс доказать свое авторство — это заверить свою подпись под материа-

лом нотариально (но далеко не во всех странах нотариусы предоставляют такую услугу, как заверение подписи) или отправить самому себе статью по почте, причем конверт должен обязательно быть запечатан сургучной печатью. Это не гарантия, но все-таки шанс. Вы готовы так поступать с каждым своим материалом? Вряд ли...

Тем не менее, запомните, что даже если кто-то украл у вас статью, сами вы так поступать не должны никогда! В любом случае это крайне плохо отразится на вашей репутации. Во фразе о том, что все журналисты все друг о друге знают, есть большая доля правды, даже если вы живете и работаете в одном из крупнейших мегаполисов мира.

Ну и еще одно болезненное место многих журналистов — копи-пастинг. Это так же неэтично и вредно, как воровство готовых материалов. В одной редакции был такой случай — поскольку абсолютное большинство материалов в журнале были невыездные и авторы стряпали их как пирожки, новый редактор решил проверить оригинальность текстов. Даже самая простая версия антиплагиатора (таких программ много) показала, что только один из журналистов писал статьи сам, остальные делали «сборную солянку» из чужих работ. В среднем оригинальность текста составляла всего 35%! Выход был найден моментально — на планерке всех авторов предупредили, что гонорар будет начисляться только за оригинальный текст, т.е. если в статье 30% слов автора, а остальное все украденное из чужих статей, оплачиваться будет 30% от объема текста. Большинство авторов тут же отказались сотрудничать с изданием.

Дело тут не только в том, что копи-пастинг — одно из высших проявлений человеческой лени (и, можно даже сказать не порядочности — ведь это получение денег за чужой труд!), но и в том, что он может нанести серьезный ущерб редакции. Во-первых, это может быть судебный иск и как следствие выплата каких-нибудь компенсаций, судебных пошлин и т.п., во-вторых, в случае, если ситуация получает огласку, это крайне плохо сказывается на имидже издания. Типичная реакция читателя в таком случае — перестать доверять газете или журналу. И при этом не важно, что весь остальной коллектив трудится в поте лица и 100% честно.

Упражнение 46

Во время просмотра сюжета по ТВ или чтения газеты о каком-то остром событии (пожар, митинг и т.п.), представьте себя на месте журналиста. Что бы вы делали? Как бы вы действовали?

Упражнение 47

Скачайте или найдите онлайн программу, проверяющую уникальность текстов. Зайдите на любой сайт, скопируйте оттуда любую статью (больше всего подойдут статьи из глянца и т.п. журналов и тем более, сайтов подобной тематики). Проверьте на уникальность эти статьи.

Проверьте на уникальность свои собственные статьи (даже если уверены, что каждое слово в ней вы придумали сами).

Маленькие хитрости

В журналистике есть свои законы подлости. Пожалуй, самый частый из них — это не вовремя севшие батарейки. Происходит это всегда именно в тот момент, когда вам нужно взять интервью, комментарий или когда вы перед самым началом важной пресс-конференции.

Можно, конечно, попросить батарейки у коллег. Но, во-первых, шансов на то, что у них есть запасные, не так много, а во-вторых, просить можно только у тех, кто не работает в конкурирующих изданиях. Зачем помогать конкурентам?

Поэтому запасные батарейки должны быть у вас. А вот выручать ими коллег или нет — это уже вам решать.

Какие батарейки лучше — обычные или аккумуляторные? Кому как удобнее. Кто-то привык покупать обычные, а кто-то подзаряжать аккумуляторы. Если выбор сделан в пользу аккумуляторных, то всегда внимательно следите, чтобы они были заряжены. Подзарядить их за 15 минут до важного мероприятия можно и не успеть, а вот важное интервью из-за этого может просто сорваться. Кстати, при покупке уточните у продавца, сколько часов требуется для полной подзарядки, этот процесс может занять и 12 часов. Зато такие батарейки и зарядное устройство вам придется купить один раз.

Обычные пальчиковые (AA) или мизинчиковые (AAA) батарейки придется покупать постоянно. Никогда не берите самые дешевые, копейные. Их хватит разве что минут на 5-10. Они и не рассчитаны на то, чтобы их использовали в диктофоне. Покупайте дорогие, но качественные и, желательно, не где-нибудь в подземном переходе, а в нормальном магазине. Нередко компании, производящие батарейки, выпускают несколько разновидностей, отличающихся по цене и мощности. Выбирайте самые мощные — разница в цене небольшая, а прослужат они дольше.

Не ждите, когда у вас выключится диктофон из-за полностью севших батареек. Это обязательно произойдет в самый неподходящий момент. Если вы видите, что осталось всего процентов 30 заряда — меняйте или подзаряжайте батарейки. Не до конца севшие выкидывать не нужно. Пусть валяются в сумке на тот случай, если вы забудете вовремя купить новые и не поставите на зарядку аккумуляторы. Даже если вы пользуетесь аккумуляторными батарейками, на всякий случай носите с собой обычные — про запас.

Кстати, чтобы батарейки у вас не сели раньше времени, не забывайте ставить диктофон на «hold» (блокировку). В противном случае он будет включаться и выключаться, когда ему заблагорассудится, запишет на вас же кучу компромата, потратит на это все свободное место и весь заряд батареек.

Многие, и не только журналисты, не раз убеждались, что закон подлости суров, но это закон. Что-то важное может понадобиться записать, когда под рукой нет не то, что нормальных батареек, но даже диктофона. Используйте мобильный телефон. Там-то у вас диктофон есть? Помните, что не надо забивать всю память в телефоне музыкой, картинками и видеоклипами, иначе на запись интервью или комментария у вас просто не останется места.

Телефон, особенно, если это достаточно дорогая модель (а у самых дешевых и не хватит памяти, чтобы сохранить более-менее длинную запись), все же лучше держать в руках, а не оставлять без присмотра возле колонок. Дело даже не в том, что его может кто-нибудь «случайно» прихватить. Организаторы пресс-конференции, брифинга и т.п. могут справедливо решить, что это и есть то самое подлое устройство, которое постоянно создает жуткие помехи в зале и унесут его куда подальше, чтобы вернуть вам по окончании мероприятия. И что вам запишет диктофон, находящийся в соседней комнате? Да и если мобильник не перевести в автономный режим, т.е. так, чтобы он был вне зоны доступа, то обязательно найдется кто-то, кому придет в голову набрать ваш номер в самый неподходящий момент.

Крайний случай — позвонить кому-нибудь из знакомых и попросить их записать на диктофон то, что они услышат по телефону. Но

это, скорее, соломинка, за которую хватается утопающий. Во-первых, даже если вы положите телефон рядом со спикером и поставите его на режим громкой связи, качество записи может оказаться такое, что вы все равно не сможете ей воспользоваться. Во-вторых, этот способ нельзя использовать на большинстве мероприятий, т.к. сигнал от телефона будет давать очень сильные помехи на микрофон и вас просто выгонят. Ну и в-третьих, это обойдется вам не дешево.

Если подобная «катастрофа» произошла, вас спасут или коллеги, или раздаточные материалы. Шансы на то, что среди присутствующих журналистов окажется меценат, а у вас на двоих будут еще и ноутбук, флэшка и все необходимые шнуры крайне невелики, но если они есть — не вздумайте их упускать. Просить отправить вам звуковой файл по почте попытаться можно, но сильно на это не рассчитывайте. Такой файл будет много весить, отправить и получить его будет достаточно сложно. Да и заниматься этим вашим коллегам будет или некогда, или лень.

Если вы пропустили какой-то небольшой комментарий, который все равно давали всем, попросите знакомых журналистов дать вам переписать запись с диктофона на диктофон. Все просто — один включаем на воспроизведение, другой — на запись. Качество, конечно, будет так себе, но слова вы разобрать сможете.

Кстати, если вы не можете разобрать слова из-за посторонних шумов, то несколько исправить это положение можно, почистив звук в специальных аудио-редакторах. Например, Audio Edit Magic или Звуковой нормализатор. В таких программах можно и вырезать нужный фрагмент записи, если вдруг возникнет такая необходимость. Есть, конечно, и другие аудиоредакторы, в том числе более сложные, но чем больше функций, тем сложнее разобраться в программе.

Если записывать совсем не на что, записывайте хотя бы на бумажку вручную. Имейте ввиду, что с собой у вас должны быть не только блокнот и ручка, но и карандаш с мягким грифелем — на сильном морозе может отказаться даже такая «техника» как обычная ручка.

Кстати, если возникает необходимость переписать пресс-релиз, а времени в обрез, сфотографируйте его и распознайте текст уже упоминавшейся программкой Portable Screenshot Reader. Это позволит сэкономить вагон времени!

Вернемся к раздаточным материалам. Еще раз повторю — приходите на мероприятия пораньше. Пока не набежала толпа журналистов, вы сможете спокойно выпросить у организаторов информацию, предназначенную для участников, а не для прессы. Это могут быть тексты докладов, проекты резолюций и т.п., причем как в бумажном, так и в электронном виде. В этом случае вы получите преимущество перед коллегами не только в количестве и точности информации, но и во времени, которое затратите на ее обработку. Не надо ждать, когда к вам подойдут и предложат какую-то информацию — кроме пресс-релиза и программы конференции или круглого стола вы все равно ничего не дождетесь. Ходите, запрашивайте, надейтесь сами.

Кстати, если не очень хочется полдня слушать длинные речи, вылавливайте интересных вам спикеров до начала мероприятия и во время кофе-брейка. Это не только сэкономит время, но и позволит получить эксклюзивную информацию, которая не будет озвучена для всех остальных.

Нередко, если начинающий журналист сталкивается с ситуацией, когда подобраться к спикеру невозможно, в редакцию он придет или ни с чем, или с очень небольшим количеством информации. Допустим, вас послали освещать визит VIP-персоны (хотя редкая редакция доверит это новичку). Организаторы и/или служба безопасности решили подпустить к этой персоне только фотографов и видеооператоров, а остальных отогнали подальше. На этот случай у вас должен быть знакомый фотограф или оператор! Положите ему в карман включенный диктофон и зацепите на одежде петличку. Если персона что-то скажет, у вас будут записаны эти слова и, скорее всего, у других печатных изданий этого не будет. Даже не думайте о том, чтобы просить подержать диктофон в руках — у фотокорреспондентов и операторов своей работы хватает, они физически не смогут выполнить вашу просьбу.

Если же все произошло слишком быстро, а вы не договорились заранее или не успели прицепить диктофон, постарайтесь уговорить оператора прокрутить для вас запись со звуком, чтобы вы могли этот звук переписать. Шансов мало — съемочная группа, наверняка,

будет очень торопиться в редакцию, их будет ждать водитель и т.п. Но попытка не пытка. Если шансы есть, их нужно использовать все.

Конечно, любой редактор и любой более опытный коллега вам скажет, что на мероприятии нужно все внимательно слушать, чтобы не пропустить что-то важное, какую-то «изюминку», интересную фразу и т.п. Это правильно. Но на практике бывают ситуации, когда приходится отсиживать несколько часов, слушая доклады, которые с вероятностью 100% не войдут в ваш материал. Первая реакция организма на такое испытание — спать! Но спать нельзя. Ни в коем случае! Во-первых, это некультурно. Во-вторых, в самый нужный момент вы как раз будете досматривать очередной увлекательный сон. И в-третьих, стоит вам впасть в сонное или полусонное состояние, как способность быстро среагировать на что-то упадет в разы. Наверняка вы не раз слышали выражение «спать на ходу» и сами прекрасно знаете, каким вялым и медленным должен быть человек, чтобы о нем такое сказали. На то, чтобы снова активно включиться в работу потребуется по крайней мере несколько минут, за которые очень легко пропустить что-то важное.

Что же делать, чтобы сохранить активность в течение нескольких часов «в режиме ожидания»? Это тот самый случай, когда вредные советы о том, как развлечь себя на мероприятии могут оказаться полезными. Если вы пользуетесь ноутбуком, то сразу забудьте о том, чтобы играть на нем в игры, раскладывать пасьянс, слушать музыку или смотреть фильмы. Батареяка у вас там не резиновая и чем меньше программ запущено, тем дольше она продержится. А еще лучше на время ожидания отправить ноутбук «спать» - закрыть его. Можно, конечно, и выключить совсем, но тогда вы потеряете время, пока он будет снова загружаться. Выход из спящего режима займет намного меньше времени.

Если хочется поиграть, то делайте это на телефоне (опять таки при условии, что там достаточный заряд батарейки — возможно, вам понадобится срочно позвонить в редакцию, а вы израсходовали весь заряд на игры). Не забудьте поставить телефон на беззвучный режим, чтобы не раздражать окружающих постоянным писком и

музыкой от игры. Не выбирайте те игры, которые «затягивают». Вероятность того, что, войдя в раж, вы пропустите все то, ради чего пришли на мероприятие даже больше, чем если вы заснете.

Можно взять с собой книжку или журнал. Газета не подойдет — она слишком большая и громко шуршит. Журнал или книжку можно положить в папку и сделать вид, что вы внимательно изучаете раздаточный материал. При этом книжка не должна быть слишком толстой и... увлекательной.

MP3 плеер тоже подойдет, если вы собрались слушать не музыку, а, например, аудиокнигу. Только убавьте громкость. Закачивать аудиокнижку или лекцию на диктофон и слушать с него — плохая идея. Диктофон не может одновременно и воспроизводить запись и записывать то, что говорится на мероприятии, а пока вы будете переключаться с одного режима в другой, то упустите именно ту фразу, которая вам больше всего нужна. Исключение составляют случаи, когда вы носите с собой два диктофона сразу.

И все же намного полезнее убивать время с пользой. Можно порисовать в блокноте, выучить десяток-другой иностранных слов, составить план будущей статьи, подумать над заголовком, обдумать сюжетные повороты книги, которую вы задумали написать, набросать предварительный список тем к ближайшей планерке, помедитировать в конце концов.

Кстати, чтобы сэкономить время на написание материала, можно заранее подготовить «рыбу» — заголовок, лид (врезку) и т.п. При этом нет разницы, делать это в текстовом редакторе, в блокноте или на обратной стороне пресс-релиза.

Впрочем, обратная сторона пресс-релиза может понадобиться для других целей. Записать контакты всех ключевых спикеров до или после мероприятия, во время обеда или кофе-брейка — отличная привычка (которой непременно должна сопутствовать другая отличная привычка — по возвращению в редакцию немедленно переносить все добытые контакты в свою базу!). Если у человека нет визитки, то его контакты как раз можно записать либо в блокноте, либо на обратной стороне пресс-релиза. Только не на первой попавшейся бумажке, чтобы потом не ломать голову, на каком мероприя-

тии вы этого человека выловили. Да и потерять бумажку проще, чем пресс-релиз (хотя некоторые ухитряются).

В любом случае, чем бы вы ни занимались в режиме ожидания, не допускайте полного погружения в свои занятия или мысли. Одним ухом и краем глаза постоянно отслеживайте происходящее. Если не умеете этого делать, то и не пытайтесь. Сидите и внимательно все слушайте так, как будто вам через полчаса сдавать госэкзамен по этой теме.

Как же тогда обрести столь полезный навык? Увы, но этому придется учиться. Что-то, конечно, придет с опытом, но идти оно будет долго. Ускорить процесс с пользой для собственного мозга можно, регулярно выполняя упражнения на развитие внимания и скорости реакции. Регулярно — это значит как минимум три раза в неделю, а не раз в два месяца.

Кроме того, можно извлечь выгоду и из зомбоящика (зря что ли за него деньги платили?). Потренируйтесь делать несколько дел сразу — например, сидеть за компьютером и смотреть телевизор.

Упражнение 48.

Попробуйте сидя перед телевизором читать книгу. Для начала можно ограничиться несколькими минутами. Затем закройте книгу и попробуйте вкратце пересказать как прочитанное, так и показанное по ТВ. Лучше для начала использовать либо выпуски новостей, содержание которых можно будет посмотреть на сайте телеканала, либо диск с фильмом или программой, которые вы раньше не видели (иначе это будет тренировка памяти, а не внимания).

Постепенно продолжительность упражнения можно увеличивать. Когда все будет получаться хорошо, можно задание усложнить — помимо пересказа, постарайтесь для себя определить, что из сказанного вы бы могли использовать в качестве цитаты, если бы писали материал.

Важное предупреждение! Даже став лучшим в мире в искусстве совмещать несколько дел сразу, никогда не используйте это умение, если есть возможность спокойно сконцентрироваться на чем-то одном. Объем внимания и процент точности воспроизведения все равно будет расплываться между несколькими делами.

Сами мы не местные, помогите, кто чем можете...

Больной ребенок — это трагедия. Сгоревший дом — трагедия. И еще бывает много трагичных историй. Откликаться на призыв о помощи нужно. Но помогать — только после проверки фактов. А если окажется, что расчетный счет «родителей» больного ребенка засветился в Интернете в спам-рассылке трехлетней давности, хотя в письме написано, что их малышу жить осталось от силы два месяца? Вы же не будете помогать этим людям обманывать других. Зато вместо трогательной, но, увы, банальной темы вы получаете нечто более-менее свеженькое, может даже вполне неплохое журналистское расследование.

Созвонитесь, назначьте встречу. Если не хотите обижать людей подозрением (если все сказанное вам — правда, то вы можете очень сильно травмировать и без того несчастных родителей своими подозрениями), то найдите благовидный предлог. Скажите, что вам обязательно нужно сфотографировать их вместе с ребенком, т.к. это намного повышает вероятность того, что им удастся вовремя собрать нужную на лечение сумму.

К сожалению, не все, кто обращается в газеты, психически здоровые люди. Поэтому, если возникли сомнения в адекватности собеседника и есть необходимость побеседовать с ним лично, назначайте встречу в людном месте, и идите на встречу в сопровождении коллеги — фотографа или водителя.

Почему не желательно назначать встречу в редакции? Если ваш герой действительно нездоров, то может начать ходить к вам как на работу, а это, поверьте, очень сильно отвлекает. Порой от таких визитеров приходится в буквальном смысле прятаться под столом, каким бы комичным это не казалось. Конечно, адрес редакции все равно указан в выходных данных газеты и любой может по этому адресу прийти, но если вы сами приглашаете человека в редакцию, есть вероятность, что он будет туда ходить как к себе домой. Оно вам надо?

Помните, психически нездоровые люди ни в чем не виноваты, они просто больны. Постарайтесь это понять и выработать такую тактику поведения, которая будет и эффективна, и безопасна. В крайнем случае, обратитесь за консультацией к психиатру — он подскажет, что делать.

Чего нельзя делать при общении с психически больными? Две вещи — злить и обижать. Вы не специалист и не знаете, какая может последовать реакция. Но самое опасное, если человек причинит вред себе, вам или кому-то из окружающих. Поэтому говорите спокойно, делайте вид, что прекрасно понимаете человека, но вы просто не в силах ему помочь, потому что есть вещи, которые вы не решаете. В крайнем случае, валите все на редактора — дескать, он не разрешает и вы ничего тут поделаете, увы, не можете. Скорее всего, ваш посетитель после этого начнет донимать редактора, но у редактора, по крайней мере, больше опыта в разрешении подобных ситуаций с минимальными потерями сил и времени. Вы выкрутились — теперь его очередь.

Если вас это как-то успокоит, то психически нездоровые люди ходят по редакциям реже, чем мелкие жулики. Не знаю почему, но некоторые граждане почему-то уверены, что журналисты известных многотиражных газет — очень богатые люди, которым ничего не стоит раздать пару десятков, а то и сотен тысяч всем желающим. Кто-то из них приходит в редакцию и просто требует у журналистов денег, кто-то начинает изводить душераздирающими историями, плакать, жаловаться на жизнь и слезно умолять помочь. Во-первых, даже не думайте давать деньги! Ни копейки, как бы вам ни было жалко человека. Вы не благотворительный фонд. Все, что вы можете сделать — написать статью и надеяться, что на нее кто-то откликнется. (Поверьте — откликаются даже на самые невероятные просьбы, и порой оказывают такую помощь, о которой герой и мечтать не мог!). Если деньги просят лично у вас, это не обращение в газету, а попрошайничество и вымогательство чистой воды. Во-вторых, попытки выпросить у вас что-нибудь на халяву, пресекайте сразу и жестко. И в-третьих, никогда не оправдывайтесь перед такими людьми, почему вы не можете дать им денег. Вы не должны ничего никому объяснять, потому что вы ничего никому не должны давать. Если у вас есть такой жуткий недостаток как сочетание сердоболь-

ности с наивностью, и из-за отказа поделиться кровно заработанными наличными с первым встречным вас по ночам мучают кошмары, то убедитесь, что у вашего героя действительно есть проблема, ему действительно нужна помощь, проверьте все факты и убедите редактора дать хотя бы небольшую заметку с указанием расчетного счета, на который можно перечислять помощь. И сами что-нибудь отправьте на этот счет.

Если к вам время от времени приходят читатели поделиться своими проблемами, а вы общаетесь непосредственно на своем рабочем месте, т.е. прямо за своим столом, то не разбрасывайте где попало ценные вещи — кошелек, сумку, телефон, диктофон, флэшки и т.п. Или потом не жалуйтесь, что в один прекрасный день у вас что-то пропало.

Понятно, что вороватые и жуликоватые посетители — это, скорее, исключение и не надо подозревать всех и каждого. Но ответственность за сохранность своих вещей несете только вы сами.

Если не удастся денег у журналиста выпросить, то некоторые попытаются их отсудить. Это совсем не те случаи, когда у героя публикации действительно есть какие-то основания для негодования. Тут, скорее, не причина для искового заявления, а повод. Причем, самый невероятный. Например «герой» заявляет, что на фото массового мероприятия, человек, стоящий пятым в седьмом ряду спиной к камере — это он, а издание, опубликовав фото без его разрешения, нарушило тайну частной жизни и т.п. Приведенный пример это, конечно, крайность, именно в такой формулировке суд заявление вряд ли вообще примет, но некоторые иски по своей сути мало чем от этого примера отличаются. Еще один яркий отличительный признак — требуемая сумма компенсации морального ущерба. Обычно, в таких случаях журналисту вряд ли стоит беспокоиться — выиграть подобное дело в суде для редакции не составит труда. Но это если речь идет о простом человеке с улицы и публикация не затрагивает какой-то серьезный конфликт интересов. Если вы столкнулись с подобной ситуацией, то первое, что нужно сделать — разобраться, действительно ли вы в чем-то виноваты (не оправдываться, в том числе и перед самим собой, а разобраться. Может, вы что-то неправильно написали, перепутали цифры, данные и т.п.) Если вашей вины одно-

значно нет, нет и конфликта интересов, то можете не беспокоиться. Возможно, вы потратите какое-то время на судебные заседания, а может быть, все вообще разрешится без вашего участия, если редакция отправит в суд штатного или приглашенного юриста представлять интересы издания.

Однако, чтобы оградить себя от таких неприятностей, необходимо тщательно проверять информацию! Что это означает. Допустим, в редакцию звонит человек и просит осветить какое-то уголовное расследование или судебное дело, где, по его словам, несправедливо обвинили его близкого родственника или знакомого. При этом человек находится в другом городе, а то и в другом регионе и встретиться с вами никак не может.

Зато присылает по факсу кучу документов (протоколы допросов, акты экспертиз и т.п.) и даже дает вам имена и телефоны следователя и пострадавшей стороны, которая тоже считает, что обвинили невиновного. В 99% случаев все, сказанное обратившимся к вам человеком, будет правдой (или его точкой зрения на правду, но факты останутся фактами). И не дай бог нарваться на оставшийся 1%, когда кто-то, преследуя свои личные интересы, буквально подставляет журналиста.

Копия документа — еще не документ. В случае чего в суде могут отказать ее рассматривать в качестве доказательства. Следователь, который давал комментарий, может вообще не существовать в природе. Ответить на ваш звонок, особенно по мобильному телефону, мог кто угодно. Тоже самое и с потерпевшими. Как проверить, что это они?

Правда, выход из этой ситуации есть, и не очень сложный. Достаточно узнать фамилию и должность сотрудника правоохранительных органов, затем самостоятельно найти телефон того отдела полиции, где он работает, позвонить, объяснить ситуацию и попросить проверить, есть ли такой сотрудник и разговаривал ли он только что с журналистом. Если комментарий давал адвокат, то в разговоре узнать от какой он коллегии адвокатов или от какой адвокатской конторы, и точно так же перепроверить информацию. Если все подтверждается, то и телефон потерпевших, скорее всего, будет реальным. Но на всякий случай их комментарии лучше или не использовать, или использовать осторожно — «человек, представившийся потерпевшим по делу, рассказал, что...».

Иногда журналистам приходится и чисто физически защищаться от любителей поживиться. Но тут ситуация точно такая же, как и у представителей любых других профессий, которых пытаются ограбить. Из всех работников СМИ внимание преступников чаще всего привлекают операторы и фотографы, т.к. висящий на плече кофр (сумка для камеры) очень красноречиво указывает на стоимость своего содержимого. Опытные фотолюбители, живущие или часто бывающие в не самых благополучных районах города, советуют носить оптику не в кофре, а в обычной сумке, переоборудованной внутри под кофр (т.е. в которой можно соорудить специальные перегородки, как в кофре, чтобы каждый объектив лежал в своем отсеке).

Помимо любителей поживиться вашими материальными благами, существует немало и тех, кто охотно и с удовольствием будет тратить ваши нервы и время. Им не нужны деньги, им нужны ваши эмоции. С легкой руки эзотериков таких людей стало принято называть энергетическими вампирами. В принципе, сама формулировка довольно правильная — чтобы работать вам нужны силы, т.е. энергия, а через час общения с «вампиром» вы будете настолько измотаны, что написание даже небольшой статьи будет даваться с намного большим трудом.

Вычислить вампира достаточно просто — если человек в течение достаточно продолжительного времени не может внятно объяснить, что ему от вас нужно, какой цели он хочет добиться и как ему в этом может помочь ваша публикация, значит, он пришел просто поговорить.

Как правило, когда человек обращается за помощью в газету, эмоции у него зашкаливают, он возмущен, взволнован и т.п. В таком состоянии не всегда легко четко, кратко и связно излагать свою мысль. Помогите человеку — задайте несколько простых вопросов («Что конкретно вы хотите от меня?», «Как публикация в газете сможет вам помочь?»). Ответы могут быть довольно банальные — «Чтобы вы написали, какой он жулик и все об этом узнали», «Чтобы его (ее, их) посадили» и т.п. Но это уже ответ. А вот если ваш посетитель даже не пытается ничего сформулировать и снова, уже в который раз, начинает рассказывать о том, какой он несчастный, то ставьте

вопрос ребром: или вы обсуждаете его проблему предметно, или вы ничем не можете ему помочь.

Да, людей, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, бывает жалко. Но некоторые из них прекрасно могут решить свои проблемы сами, однако не хотят этого делать и ищут свободные уши или, что тоже, довольно плохо для вас, пытаются переложить все заботы на вас. Например — «У нас сантехники плохо работают, приезжайте и заставьте их делать все, как положено». Спросите такого человека, что конкретно он сам попытался сделать, чтобы решить проблему. Если выяснится, что ничего, то не надо ему помогать. Попытка использовать вас в качестве дубинки в своих личных конфликтах или доброй феи, которая сама будет бегать по инстанциям и решать чужие проблемы — это кража ваших сил и времени.

Конечно, бывают исключения. Если у человека случилась беда, и ему не с кем поделиться, поговорить, кроме как с вами, отнеситесь к этому с пониманием. В конце концов, помощь журналиста заключается не только в газетной публикации, но и просто в человеческом участии. Тем не менее, не позволяйте злоупотреблять своим сочувствием.

Упражнение 49.

Отличать ситуации, когда человеку действительно необходима помощь от тех, когда кто-то просто пытается сесть вам на шею, проще всего на своих друзьях и знакомых. В течение недели внимательно отслеживайте все просьбы, с которыми к вам обращаются. В скольких случаях без вашей помощи действительно нельзя было обойтись?

Второй этап более сложный — на каждую вторую просьбу отвечайте вежливым отказом. Постарайтесь переругаться из-за этого не со всеми, кого знаете.

Упражнение 50.

При просмотре фильма или телепередачи, отмечайте все просьбы и все требования, явные и скрытые, которые вы видите. Проанализируйте, в каких случаях человеку действительно нужна была помощь, а в каких ему просто лень было что-то решать самому. Что бы вы сказали этому человеку, если бы он пытался повесить свою проблему на вас? Не материтесь!

Узнать что-нибудь (не)нужное

Порой журналисту для работы бывает знать и уметь совершенно неожиданные вещи — например, быстро менять колесо у машины, ориентироваться на местности, правильно вести себя в зоне вооруженного конфликта или хотя бы просто быстро печатать. Вот с этого и начнем.

Умение набирать текст со скоростью звука для журналиста бесценно! Трудно себе представить, сколько времени при этом экономится! Для сотрудников информационных агентств и новостных порталов, где нужно не просто сообщить о событии, а сделать это раньше конкурентов, навык быстрого набора критически важен. Но даже для того, кто работает в ежемесячном журнале умение быстро печатать необходимо. Огромное количество времени уходит у журналистов на раскодировку аудиозаписи, когда приходится слушать то, что наговорил собеседник, останавливать запись, набирать сказанное на компьютере, а иногда еще и возвращаться к предыдущей фразе. С одной стороны, это развивает память, особенно кратковременную, что тоже неплохо. Очень хочется запомнить сразу дословно отрывок подлиннее. Но времени все равно уходит масса. Гораздо удобнее сразу все набирать. Но даже если такой возможности во время беседы нет, то последующая раскодировка все равно займет раз в пять меньше времени и усилий. Даже при довольно хорошей скорости печати, на то, чтобы набрать один час записи потребуется примерно 3-4 часа. Если набирать «со скоростью звука», то уложиться можно всего в час. И еще часа три можно будет потратить по своему усмотрению.

Какая должна быть скорость, чтобы набирать сразу? Около 600 знаков в минуту и желательно без опечаток или почти без них. Насколько это много? Человек, мало знакомый с компьютером набирает в среднем 30-50 знаков минуту. После прохождения полного курса тренажера слепого десятипальцевого метода печати — 200-250

знаков в минуту. А это значит, что даже после такого курса еще работать и работать! В Интернете информация о том, какая скорость набора считается хорошей, весьма противоречивая. Зачастую скорость в 200-400 знаков именуют высоким профессиональным уровнем. 400 знаков в минуту для журналиста довольно прилично. А вот 200 — это очень мало! Правда и для 400 знаков придется заниматься каждый день, включая выходные по полчаса-час в течение 5-12 месяцев. И при 400 знаках в минуту набрать сразу все под диктовку вы все равно не успеете.

Клавиатурных тренажеров существует огромное множество, но не все они одинаково эффективны.

Чтобы действительно научиться слепому десятипальцевому методу, нужно выбирать ту обучающую программу, которая отвечает следующим требованиям:

— показывает, каким пальцем на какую клавишу надо нажимать при печати

— считает количество опечаток

— фиксирует скорость печати

— сочетает методы кнута и пряника

— сделана в игровой форме или хотя бы близка к этому

Собственно говоря, хороший клавиатурный тренажер просто не подпустит вас к следующему уровню, если вы не прошли предыдущий. Иногда это хорошо, иногда начинает жутко раздражать. В принципе, ничто не мешает сочетать несколько программ. Так, если одна из них предлагает вам долго и нудно выполнять длинные упражнения на пределе вашего внимания, то в другую можно загрузить увлекательную книжку и набирать ее, глядя на ползушки на экране строки. В первом случае вы будете отрабатывать точность, во втором — скорость (совсем как в анекдоте: — С какой скоростью вы печатаете? — 1000 знаков в минуту. Правда, такая фигня получается!). Впрочем, тут есть один нехороший подводный камень — если вы в погоне за скоростью будете полностью игнорировать количество опечаток, то избавиться от этой привычки впоследствии будет очень сложно. Мало того, что если в слове из шести букв, пять вы наберете неправильно и кроме вас потом никто не сможет догадаться, что вы хотели

написать, так еще и вместо того, чтобы просто исправить ошибки в тексте, вам придется перенабирать его полностью. Так что польза от такого скоропечатания довольно сомнительная.

Опечатки — это очень большое зло. Именно из-за них скорость может упасть на четверть! Даже если вы набираете как попало, лишь бы потом понять, что за слово могло бы стоять на том или ином месте, а потом просто исправляете опечатки, то все равно вы потеряете очень много времени. Поэтому на начальном этапе нужно оттачивать точность, а скорость сама придет со временем, или ее будет довольно легко нарастить.

Какие же возможности дают наиболее популярные клавиатурные тренажеры и какие у них есть существенные недостатки?

Соло на клавиатуре — чемпион по количеству отвлекающих факторов и лишней информации. С одной стороны это хорошо: во время работы вас тоже могут отвлекать. Кроме того, навязчивые перерывы не только убивают ваше время, но и дают возможность чуть-чуть передохнуть, прежде, чем взяться за непокорное упражнение в пятнадцатый раз.

Конечно, можно игнорировать тесты, не читать изречения и прекратить пытаться швырнуть в монитор чем-нибудь тяжелым, когда там появляется странного вида существо, пытающееся изобразить ваши эмоции в тот момент, когда вы его видите.

К счастью, некоторые раздражающие факторы можно отключить. Например, непонятную прыгающую зверюгу в правой части экрана (разработчики программы называют ее Миксанатик). Метроном тоже можно отключить, но полезен он или вреден — еще вопрос. Для высокой скорости набора все же нужна ритмичность, а метроном очень хорошо в этом помогает. Правда, его с успехом может заменить и ритмичная музыка. Но тут уже вам решать. Без звука метроном в этой программе бесполезен, а если звук не отключать, то не всегда удобно упражняться на своем рабочем месте.

Лучше всего вы научитесь набирать три слова — Владимир Владимирович Шахиджанян. Это наиболее часто встречаемое в программе *ругательство* выражение.

Для начинающих этот тренажер хорош тем, что заставляет (не помогает, а именно заставляет!) запомнить расположение букв на клавиатуре. Однако, добиться действительно высокой скорости с его помощью сложно. Начните заниматься и через некоторое время посмотрите статистику. Если вы начинали с полного нуля, то скорость набора у вас не может не увеличиться. Но если какой-то начальный опыт у вас уже был и вы просто хотели отшлифовать навык, то результаты вас огорчат — от первого до последнего упражнения скорость набора может практически не измениться.

Впрочем, в описании программы и на ее официальном сайте разработчики честно хвастаются, что некоторые их ученики стали набирать со скоростью 300, а то и 400 знаков в минуту. Для вас этого недостаточно.

Еще одна «засада» — это возможность установить программу только на один компьютер. То есть, если вы хотите заниматься и дома, и на работе, то каждое упражнение придется выполнять по два раза. Правда, есть одна хитрость. На компьютере, где вы уже прошли, допустим, половину упражнений, зайдите в Пуск-Поиск и введите название программы или просто слово СОЛО в строку поиска. В результатах поиска у вас отобразится папка, в которой хранятся данные вашей учетной записи к этой программе. Запишите путь к этой папке, а саму папку скопируйте на флэшку. Затем останется только положить эту папку в нужное место на втором компьютере, где у вас установлена эта программа. Хоть разработчикам бы такая идея дико не понравилась, ущерба вы этим им никакого не причините- в демо-версии вам такие манипуляции ничего не дадут, а чтобы установить полную версию, за программу придется заплатить (причем, довольно символические деньги).

Stamina — В этой программе нет ненужных анекдотов, совершенно лишней анимации, вселенской мудрости от разработчиков и т.п. К тому же есть огромный плюс — можно отключать изображение клавиатуры на экране и загружать свои тексты. Если у вас уже довольно хорошая скорость, но изображение клавиатуры вам ни к чему. Вы же не видите ее на экране, когда пишете текст или раскодируете интервью. Вот и привыкайте сразу работать как положено.

Свои тексты можно подключать только, если они сохранены в текстовом формате (с разрешением .txt). Однако, есть один небольшой, но важный нюанс. В таких текстах встречаются знаки, которые программа не понимает. Их очень немного — это некоторые тире, кавычки и какие-нибудь специальные символы. Что делать, если вы о такой споткнулись? Запоминаете два-три слова, стоящие перед этой преградой, закрываете программу, открываете в Блокноте свой текстовый файл, ищите нужное место (только не вручную! Есть Правка-Найти или Ctrl+F!) и удаляете неподатливый символ, либо заменяете его на что-то более читаемое. Чтобы точно сработало, не пользуйтесь копи-пастом, а удалите предыдущее слово и наберите его вручную заново. Обязательно сохраните файл. Закройте его. Откройте снова, опять найдите нужное место и убедитесь, что изменения сохранились. Если вдруг этого не произошло — снова удалите символ и идущее перед ним слово, введите это слово вручную и снова сохраните файл. Теперь уже точно сработает. Затем открываете клавиатурный тренажер и продолжаете упражняться. Имейте ввиду, что если программа отказывается опознавать правильно набранную букву, как правило, это может быть А, В, С, О, Т — т.е. те буквы, которые одинаково выглядят и в русской, и в английской раскладке, смените раскладку — возможно буква записалась в исходном файле не в той раскладке. Если и это не помогло — то сделайте тоже самое, что вы делали, чтобы победить непокорный символ.

Эта программа очень неплохо помогает наращивать скорость печати. Результаты, как говорится, на лицо. Однако у нее есть один большой подводный камень, даже, целый булыжник — она никоим образом не помогает уменьшить количество опечаток, а то и способствует увеличению их количества. Самый эффективный способ заметить опечатки при работе с этим тренажером — включить звуковое сопровождение ошибок, которое, кстати, весьма забавное! Это поможет привлечь ваше внимание, если вы набираете ахиною. Но контролировать точность набора все равно придется самостоятельно.

Klava — тоже довольно неплохой тренажер. Свои тексты можно сохранить в текстовом формате и положить в ту же папку, где лежит

сама программа. В отличие от Stamina у этого тренажера есть замечательная функция — если вы совершили опечатку, то придется не просто набрать нужную букву, а предварительно удалить неправильную клавишей `backspace`. На это нужны доли секунды, но если процент ошибок велик, это выльется в достаточно серьезное время. Кроме того, у этого тренажера гораздо лучше статистика — вы не просто видите, сколько знаков вы набрали и с какой скоростью и какой у вас процент опечаток, но и знаете количество ошибок и свою скорость с ошибками и без. Т.е., допустим, вы набрали 1000 знаков с 7% опечаток. Общая скорость получилась 340 знаков в минуту, а вот с учетом потерянного на исправление ошибок времени — всего 215. Вот эти 215 и есть ваша реальная скорость работы.

Виртуоз — неплох для начинающих. Вдалбливает, где какая клавиша находится и не отстанет, пока навык нахождения нужных букв не будет закреплён. Это большой плюс! К тому же там нет всяких излишеств типа прыгающих неизвестных науке зверьков, психологических тестов и пр.

Однако, если цель — избавиться от привычки делать опечатки в каждом слове, не теряя при этом скорости, то лучше этого не делать. Точность повысится, а вот скорость заметно упадет, даже когда вы будете просто общаться где-нибудь в соц.сетях. Для повышения точности все же лучше использовать Klava.

mySimula тоже неплохой клавиатурный тренажер, полностью бесплатный. В нем, в отличие от Stamina, опечатки подсвечиваются сразу при наборе. Можно использовать клавишу `Back Space` (а можно ее отключить), можно выбирать длину набираемых отрывков, в статистике смотреть, при наборе каких букв было больше всего ошибок и т.п. Можно выбирать уровень сложности обучения или использовать для набора любой текст со своего компьютера в формате `txt`. Возможностей масса. Но есть один большой недостаток — если в Stamina переключение на другое окошко в компьютере (любая папка, браузер, любая свернутая программа, в общем) автоматически переводит тренажер в режим паузы, то *mySimula* продолжает думать, что вы все еще упражняетесь, просто зависли и продолжает высчитывать вам время и среднюю скорость печати. Т.е. если вы набираете со скоростью 200 знаков в минуту, но вам пришлось от-

влечься, чтобы ответить на телефонный звонок, сообщение в Mail Agent или прочтение почты, то скорость печати снизится до нуля знаков в минуту, а средняя скорость будет высчитываться с учетом этого! Так что высоких результатов можно не ждать. Могут также возникнуть некоторые проблемы с кодировкой текстовых файлов. Лучше всего работает UTF-8. ANSI и Юникод программа не понимает. Если в предлагаемом к набору тексте появляется знак абзаца (непонятная такая загогулина, похожая не то на скрепку, не то на зеркальное отображение буквы P) — нужно нажать Enter. Впрочем, на экранной клавиатуре высвечивается нужная клавиша, так что сложностей возникнуть не должно.

Этот тренажер хорош, если навык быстрой печати есть, а вот точность заметно хромает. В отличие от Виртуоза, mySimula скорость не снизит, однако отработка точности — полностью на вашей совести. Виртуоз и Соло близко не подпустят к следующему упражнению, пока предыдущее не отработано достаточно хорошо, а тут можно самому решать, что хорошо, а что нет.

Есть еще огромное количество клавиатурных тренажеров — платных и бесплатных. Есть даже стреляки, в которых вместо пуль используются правильно введенные с клавиатуры буквы. Нажал на правильную кнопку — получил результат. Для любителей компьютерных игр они слишком примитивны, а для тех, кто действительно хочет научиться быстро печатать — практически бесполезны.

Однозначно сказать, какой из тренажеров лучше, нельзя. Это все очень индивидуально. Лучший тренажер тот, на котором хочется постоянно работать, к которому лежит душа. Остальные можно использовать как дополнение.

Однако, кроме работы с тренажерами, стоит знать еще пару важных моментов. Обязательно читайте «предисловие» - ту часть, где говорится, как правильно сидеть, как держать руки и т.д. Иначе вы изначально будете формировать у себя неправильный навык, который отрицательно повлияет на результат.

Проще всего научиться печатать быстро будет пианистам. Умение играть сложные вещи двумя руками и при этом практически не смотреть на клавиши инструмента, очень похоже на умение печатать слепым десятипальцевым методом. Кроме того, у пианистов хо-

рошо разработаны движения пальцев. Еще одно преимущество — пианисты привыкли правильно держать руки. Они не делают замахов рукой, отводя ее за спину, чтобы оттуда от всей души стукнуть пальцем по клавише. Кстати, это очень важно — если пальцы скользят по клавиатуре компьютера, практически не отрываясь от нее, скорость набора значительно выше, чем если каждый раз высоко поднимать не то, что руку, а даже просто палец. Во-первых, тратится время на бесполезные движения, во-вторых, теряется тактильный контакт с ключевыми клавишами (а и о — на них есть специальные пупырышки) и сама рука смещается с нужной позиции. Но больше всего повезло пианистам с длинными пальцами! Эти могут с ходу печатать с огромной скоростью, как только запомнят, где какая буква.

Полезные для журналиста умения не ограничиваются умением быстро печатать и быстро читать. Не менее важны наблюдательность, внимательность и выносливость. Когда идет большой поток информации (например, во время отчетной встречи главы города с населением), оставаться предельно собранным в течение двух-трех часов подряд — задача не из легких. Первый раз мозг с непривычки может «отключиться» уже минут через сорок. Ощущение неприятное — все видишь, вроде бы все прекрасно слышишь, но ничего не понимаешь, а мысли все время пытаются уползти в максимально далекую от работы сторону. Приводить себя в чувство приходится невероятными усилиями воли. Особенно тяжело в этом плане сотрудникам информагентств и новостных порталов — тем, кто выдает информацию в режиме реального времени. (Газетчикам проще — они могут потом в редакции заново все прослушать, да еще и с перерывами на кофе и перекур).

Внимательность и наблюдательность важны для того, чтобы не упустить интересную тему. Рассеянный журналист пройдет мимо необычного объявления на заборе, а наблюдательный — сорвет телефончик, даже не притормаживая, на ходу.

Полезный навык — это умение водить машину. Но к этому навыку должна прилагаться еще и машина, иначе он практически бесполезен. Журналиста ноги кормят. Поэтому чем быстрее он передвигается по городу, тем больше он сможет заработать. Если уж учиться водить

машину, то надо это сразу делать хорошо — т.е. брать уроки у тех инструкторов, которые обучают безопасному вождению в экстремальных ситуациях. (Инструктор, который обучает «экстремальному вождению» — неправильный инструктор, ибо любое вождение в пьяном виде, на лысой резине по гололеду или без необходимой подготовки является экстремальным. Не надо этому учиться, это плохо!)

Нужна ли журналистам самооборона? Нужна. Но выбирать чему и у кого учиться тут тоже нужно очень внимательно. Во-первых, краткосрочный курс под названием «самооборона», особенно с приставкой «для журналистов», «для женщин», «для полных идиотов» — это пустая трата времени. Почти тоже самое можно сказать и о спортивных единоборствах. Спорт — это замечательно. Спортивные стили, соревнования — это замечательно. Но в реальной ситуации это не только не применимо, но и опасно. Какая первая реакция будет у скороспелого каратиста, если на него несется огромный амбал, размахивая бейсбольной битой против всех мыслимых и немыслимых спортивных правил? Он растеряется. Ну, разве что, если он настоящий мастер, виртуозно владеющий техниками боя, он сможет что-то сделать. А большинство просто не будут ожидать такой удар (на соревнованиях так не делают!), и хуже того — они не будут знать, как действовать в подобной ситуации.

Поэтому самое практичное — это боевые разновидности рукопашного боя. Там нет разноцветных поясов, нет соревнований, нет какой-то определенной продолжительности «курса», зато есть работа с реальным оружием (например, с настоящими, но затупленными кухонными ножами), и техники защиты и нападения при драке в толпе. Никогда в реальной ситуации нападающие, если их несколько, не будут стоять в очереди и ждать, когда же им можно будет тоже напасть. Это не кино. Они накинутся сразу все, толпой.

Мастер-классы по самообороне для журналистов — это не больше, чем пиар спортивного клуба, желание получить бесплатную рекламу. Не ходите туда и не пишите о них. Для того, чтобы технику самообороны можно было эффективно применить, ее нужно долго отрабатывать. Как минимум, несколько часов подряд непрерывно, пока ее чистое исполнение не дойдет до автоматизма.

Когда журналист пытается быстренько изучить пару бросков и ударов, а потом думает, что может спокойно лезть в любую заварушку, он подвергает свою жизнь, которая, может быть, еще нужна редакции, неоправданному риску. Если человек думает, что владеет техниками рукопашного боя, то может попытаться их использовать. А если при этом тренер ничему его не научил, а просто делал вид, что у ученика все замечательно получается, то такого «бойца» в лучшем случае хорошо побьют. В худшем — покалечат или убьют.

Если вы решили, что навыки самозащиты вам нужны, выбрать правильного тренера очень легко. Большинство из них предлагают посетить первую тренировку бесплатно. Если вы женщина и видите, что на тренировке чисто женская группа, или что девушки отрабатывают техники только с девушками, или новички работают только с такими же новичками, можете уходить сразу. Там, где нет реальной атаки, не может быть отработана реальная защита. Это не тренировка, это балет. Если вы мужчина, то в конце тренировки подойдите к любому опытному бойцу и попробуйте выполнить изученную технику на нем. Научились вы чему-то или нет сразу будет видно.

Если ходить на тренировки нет времени, сил, денег, желания, то можно воспользоваться подручными средствами — электрошокером или газовым баллончиком. Баллончик меньше, его удобнее держать под рукой, например, в кармане. Но нельзя использовать в закрытом помещении и при встречном ветре. Так что это оружие скорее психологическое.

Электрошокер лучше. Однако перед использованием нужно внимательно изучить уголовный и административный, а то и уголовный кодекс — в некоторых странах такие приборчики приравнены к оружию и запрещены для свободного ношения.

Если закон ничего не имеет против электрошокеров, внимательно прочтите инструкцию. Есть шанс, что вы не только узнаете много нового, но и от души повеселитесь. То, что в инструкции к одной из моделей шокера было написано: «запрещено применять против беременных женщин, за исключением случаев, когда они вооружены и нападают группой» — чистая правда!

Упражнение 51.

Найдите в интернете программу, фиксирующую скорость набора текста. Включите ее в фоновом режиме, когда пишете что-то (в данном случае не важно, что это будет — статья, пост в социальных сетях или переписка в скайпе). Засеките свою скорость набора.

Теперь найдите в интернете тест скорости набора. Замерьте свою скорость там. Скорее всего, разница будет очень заметной. Это происходит потому, что программе, отслеживающей скорость, все равно, сколько опечаток вы сделали и сколько раз вернулись, чтобы их исправить. Тест скорости показывает реальную картину — сколько знаков в минуту вы набираете, чтобы получился «чистый» текст. Это ваша исходная точка.

Выберите и установите тот клавиатурный тренажер, который вам больше понравится. Занимайтесь каждый день минимум по 20 минут (можно с перерывами). Даже когда вы в отпуске, продолжайте заниматься — скорость печати очень легко потерять, а на то, чтобы ее восстановить, придется снова прилагать усилия.

Упражнение 52.

Составьте список дополнительных навыков и умений, которые могут пригодиться вам в работе. Делать это удобнее всего в виде табличке. В первой графе будет сам навык, во второй — то, зачем это вам нужно и как вы будете это использовать и в третьей — как и в какие сроки вы собираетесь этим умением овладеть. Не забудьте действительно обзавестись всеми навыками из своего списка.

Муза, ау!

Некоторые люди, считающие себя творческими, заявляют, что не могут писать, потому что у них нет вдохновения. Если вы пишете книгу «для себя», то есть «в стол», то можете себе это позволить. В этом случае работать или нет — это ваш выбор. Журналист этого себе позволить не может. Это непрофессионально. Есть вдохновение? Замечательно! Выдавайте шедевр. А если его нет — то просто качественную работу. Представьте себе, вы работаете в еженедельной газете и каждую неделю вы должны написать примерно 30 000 знаков (с пробелами). Это чуть больше 8 страниц 12-м кеглем (кегль — это размер шрифта). Хорошо, если это четыре статьи — можно писать по одной в день, не сильно-то напрягаясь. А если это восемь материалов поменьше и каждый нужно обдумывать отдельно?

Есть две новости — хорошая и плохая. Хорошая заключается в том, что при таком ритме вам просто физически будет некогда думать о том, что вы устали. А плохая — вы действительно устанете и если долго работать в таком режиме, то через какое-то время можно «исписаться» - начнутся повторения, штампы и качество ваших статей потихоньку поползет вниз. Написать — это ведь полдела. До этого нужно дозвониться до нужных людей, с кем-то встретиться, сходить на пресс-конференцию, а потом еще раскодировать записи. А если еще и Муза (все в курсе, кто это такая?) покинет...

Бывают ситуации, когда статья просто не пишется. Не хочет статья писаться и все тут. В этом случае важно выяснить причину. Их может быть множество, но основное — это плохое самочувствие, усталость, незнание темы и лень-матушка.

Будем разбираться по порядку. Прежде всего, исключите проблемы со здоровьем. Если они есть — придется с ними срочно бороться. А вообще, если вы собираетесь много работать, то просто не можете себе позволить не тратить хотя бы три часа в неделю на поддержание

собственного организма. Даже если у вас самый замечательный в мире мозг, хилое тело может просто не дать возможности реализовать весь его потенциал.

К сожалению, ненормированный рабочий день у журналиста не всегда совместим с расписанием каких-нибудь тренировок. Тем не менее, все очень даже решаемо.

Во-первых, есть множество залов, где можно заниматься не по фиксированному графику, а когда удобно — главное, оплатить определенное количество часов.

Во-вторых, можно подобрать комплекс упражнений для домашнего использования и заниматься по 25-30 минут каждое утро (включая выходные). В сумме это даст примерно те же три часа в неделю. Дорогостоящие тренажеры вам не понадобятся. Чаще всего это просто игрушка, покупая которую человек пытается убедить себя в твердости своего намерения заняться спортом.

Впрочем, если есть деньги и желание можно обзавестись и тренажером — главное, чтобы он не стал очередным пылесборником.

Победить усталость проще. Кстати, это прекрасно сочетается с предыдущим пунктом. Банальная истина о том, что лучший отдых — это смена деятельности. Кстати, поэтому некоторым людям лучше думается, когда они ходят по комнате — развлекают умственную активность физической.

В крайнем случае, если процесс написания статьи окончательно застопорился, а у вас случайно есть один час свободного времени, то используйте его, чтобы поспать. Это может оказаться вовсе не пустой потерей времени. Почему многие гении видели свои открытия и произведения во сне? Да потому, что даже когда мы думаем, что полностью переключились на что-то другое, мозг на подсознательном уровне продолжает обрабатывать поставленную задачу, а результат потом выдает в виде озарения.

Медитации, визуализации, аутотренинги и т.п. — отличный способ быстро восстановить работоспособность. Если делать их правильно, то даже 10-минутное состояние глубокого расслабления, для достижения которого они предназначены, заменят час-другой полноценного отдыха.

Если статья «не пишется» не по причине усталости или состояния здоровья, а просто потому, что автору действительно лень, это очень даже решаемая проблема. Некоторые психологи полагают, что лени как таковой вообще не существует. Это лишь подсознательный сигнал о том, что выполнение предстоящей работы чревато мало-приятными последствиями.

Для начала неплохо бы разобраться, почему именно не хочется браться за ту или иную статью. Возможно, она кажется слишком сложной, или требуется взять комментарий у какого-то малоприятного для вас человека или вы просто не представляете, с какого боку подобраться к теме.

Основные подводные камни можно обойти достаточно стандартными методами.

Сложная тема. Для начала постарайтесь кратко записать себе все, что вы знаете по теме своей статьи, даже если это будет всего две строчки. Нарисуйте ментальную карту. Ну а дальше «ешьте слона по кусочкам». Воспринимайте каждую подглавку вашей статьи как отдельный материал. Психологически проще написать три маленькие статьи, чем одну огромную, когда весь материал под рукой.

Лень. Лень — это зло, но это нормально, если она возникает изредка. Причиной может быть усталость или совсем уж не интересная тема, порученная редактором. Такое бывает, что статья никак не хочет писаться, а сроки сдачи материала при этом никто никуда сдвигать не собирается. Помочь может простая, но эффективная техника НЛП — нейро-лингвистического программирования. Называется она «техника переноса эмоций». В советском мультфильме «Крылья, ноги и хвосты», где какая-то птичка учила летать страуса, была такая фраза «Лучше целый день потерять, а потом за пять минут долететь». Здесь тот же принцип — лучше 10 минут потратить на технику переноса эмоций, а потом за час отписать статью.

Делается это просто. Закройте глаза, расслабьтесь. Представьте себе свое самое любимое занятие (не важно что это — выезд на пикник или дружеская посиделка с друзьями за кружкой пива). Это должна быть не просто застывшая картинка. В ней должны быть звуки, запахи, тактильные ощущения. Чем ярче вы себе это предста-

вите, тем лучше. Обязательно прочувствуйте все положительные эмоции, которые вы при этом испытываете.

Теперь рядом представьте себе картинку, на которой вы пишете ту самую статью, которую вам сейчас писать не хочется. Вот тут как раз не надо стараться испытывать эмоции, которые она вызывает. Негативные эмоции проще включаются и хуже выключаются. А теперь наложите картинки одна на другую. Понаблюдайте за картинкой, на которой вы пишете с наложенными на нее ощущениями от приятного для вас времяпровождения. Все, теперь можно работать.

Как это работает? Вы просто создаете ассоциативную связь между работой над статьей и тем, что вам нравится делать, ставите между ними знак равенства. И не нужно никаких героических волевых усилий (в случае с творчеством они могут только все испортить).

Негативные эмоции вызывают напряжение, не только эмоциональное, а даже чисто физическое. А «парить» в таком состоянии невозможно. Встаньте ровно, максимально, изо всех сил, напрягите все мышцы (какие у вас только есть). А теперь потанцуйте в этом состоянии. Получается? То-то и оно. А теперь расслабьте все мышцы и потанцуйте снова. Есть разница? С творчеством все точно так же.

Упражнение 53.

Вспомните два занятия, одно из которых вам очень нравится, а другое вы терпеть не можете (берите что-то простое, с чем можно поработать прямо сейчас, например, мытье посуды). Выполните технику переноса эмоций. Займитесь нелюбимым занятием, обращая внимание на свои ощущения.

Теперь выберите тему, которая вам откровенно не нравится. Попробуйте написать небольшую статью на эту тему. Теперь проделайте технику переноса эмоций и попробуйте снова.

Внимание, только внимание!

Чтобы много достичь, нужно много и работать. Хотя бы первое время, пока вы не сделаете себе имя, которое потом само будет работать на вас. Как это? Да очень просто. Когда-то никто не знал скромного парня по имени Сергей Лукьяненко, который писал замечательные фантастические рассказы и повести. Сейчас его имя знают даже в Голливуде, его книги расходятся огромными тиражами и для этого достаточно лишь его имени на обложке. Ну что тут скажешь? Молодец!

Думаю, каждому человеку приходилось когда-то слышать рассказы своих друзей и знакомых о том, как многого они могли бы достичь или, по крайней мере, хотели бы достичь, но вечная нехватка времени не дает им сделать это. Трудно спорить — не прекращающийся аврал на работе, куча забот по дому, необходимость подрабатывать, а еще ведь нужно уделить хоть немного времени жене (мужу), детям, родителям... Когда уж тут творить!

На самом деле, это не причины, это лишь поводы для того, чтобы ничего не делать. Если внимательно проанализировать то, как мы тратим свое время, то даже в самом плотном графике найдется 15-30 минут, когда мы просто напросто бездельничаем. Вот их и нужно пускать в дело. Я не говорю о нормальном отдыхе, который тоже необходим, я говорю именно о безделье. В это время мы не отдыхаем, но и не работаем. Кто-то болтает по телефону, тратя на общение с каждым из друзей-приятелей примерно по часу (в 90% случаев это разговоры ни о чем), кто-то сидит в кресле, уставившись в телевизор (не зря, ох не зря его называют зомбоящиком!) и при этом еще и возмущаясь тем, что смотреть нечего.

А сколько времени «съедает» Интернет? Вещь, безусловно, наиболее полезная, но... Если вы любите приложения в социальных сетях, то наверняка не удивитесь, когда узнаете, что есть люди, кото-

рые будучи действительно загружены на работе по самые уши, вставали в пять утра, чтобы зайти на свою виртуальную ферму, огород или ресторан.

Попробуйте провести такой эксперимент — отключите Интернет во время работы. Совсем. Если вам он действительно необходим (например, вы — редактор сайта вашего издания), закройте все окошки с социальными сетями и отключите все «болталки» - ICQ, скайп, агент и пр. Через час попробуйте проанализировать, насколько увеличилась продуктивность вашей работы. Дело в том, что концентрация внимания — это вещь, способная принести вам реальную пользу и деньги. Если вместо того, чтобы отвлекаться во время написания статьи и завершить ее через три часа, максимально сконцентрироваться только на одной задаче, то за те же три часа можно написать (а следовательно и заработать) в три раза больше.

Чем быстрее вы сделаете всю работу, тем больше времени у вас останется на самосовершенствование и на отдых. То есть, без Time Management'a не обойдется. И тут есть одна небольшая хитрость — принцип «с понедельника начну новую жизнь» тут не сработает. У абсолютного большинства людей он вообще не работает. Потому что крайне сложно перестроиться на новый ритм, новый образ жизни одновременно. А вот если делать это постепенно, то для вашей психики это не будет стрессом, подсознание не заметит, что вы лишаете себя любимого столь привычных двух часов чтения анекдотов, а значит и не будет активно сопротивляться.

«А как можно снять с человека гипс незаметно?» В смысле, как можно перестать читать анекдоты незаметно? Да очень просто. Во-первых, для этого можно оставить строго определенное количество времени. Например, полчаса каждый день в перерыв. А во-вторых, очень хорошо помогают программки для учета рабочего времени, особенно, если они позволяют контролировать все компьютеры локальной сети, а центр управления находится в кабинете у начальника (шутка). Если вы обзаведетесь такой программкой для личных целей, то, по крайней мере сможете контролировать, сколько минут (или часов) ежедневно вы действительно тратите на работу, а сколь-

ко уходит впустую. Даже если оплата у вас не по часовой и не зависит от объема выполненной работы, такой учет будет очень полезен.

Это вовсе не означает, что запустив один раз такого виртуального контролера в фоновом режиме и увидев реальную картину вашего коэффициента полезной деятельности, нужно немедленно загнать себя в строгие рамки. А вот если каждый день внимательно следить за тем, чтобы на дело было уделено все больше времени, уже через пару недель можно на порядок улучшить собственные результаты.

Как выбрать программу? Выбирайте ту, что попроще. Некоторые из них предназначены исключительно для злых боссов, этаких офисных тиранов, а потому включают в себя множество функций, которые вам абсолютно не нужны. Впрочем, если вы собираетесь обзавестись собственным бизнесом, то вам очень не помешает и такая навороченная программа, т.к. если ваши сотрудники будут бездельничать на своих рабочих местах, в трубу будут вылетать не только их время, но и ваши деньги.

Другие программы не более полезны, чем обычные часы, таймер или секундомер. Вы ее сами включаете, когда начинаете работать, останавливаете, если решили отвлечься, а потом снова включаете, когда вернулись к делу. Честно говоря, на вашу трудовую дисциплину это повлияет мало. Совсем другое, когда Time Tracker тихонько сидит себе в трее (это там, где у вас часы на мониторе), а потом генерирует отчет о том, что, например, общее время работы у вас сегодня было 9 часов. Из них вы отсутствовали у компьютера в течение 3 часов, бродили по Интернету еще 2 часа, пару часов болтали в аське или скайпе, ну а остальные два часа честно работали.

Если есть возможность и желание подробно изучить Time Management (систему эффективного использования времени) — замечательно. Сильные стороны — это возможность ставить перед собой адекватные задачи, более точно рассчитывать время, необходимое для их выполнения, расставлять приоритеты и повысить свой КПД (коэффициент полезного действия) за счет сокращения периодов простоя.

Другая сторона медали — это слишком рьяные попытки извлекать пользу из каждой секунды вашего существования. В тяжелых случаях вас начнет мучить совесть за то, что вы бесцельно спите целых пять часов в сутки (и не дай бог, все шесть!). Доводы о том, что мозг и тело нуждаются в отдыхе и без этого никак, вряд ли окажутся эффективными. В итоге через довольно непродолжительное время человек себя просто загонит. А что делают с загнанными лошадьми? Даже если заложить в свой график отдых, то полноценно расслабиться, помня, что на это у вас отведено время с 18 часов 45 минут до 19 часов 12 с половиной минут, мало у кого получается.

Так что попробуем для начала взять для управления временем самое простое и полезное.

Прежде, чем составить список дел на день, нужно определиться, сколько задач реально будет выполнить. Средний объем газетной полосы (страницы) — 6-8 тысяч знаков с пробелами. Дальше простейшая арифметика — засекаем время и пишем примерно тысячу знаков. А дальше умножаем не на восемь, а на 10 — чтобы оставить себе некоторый запас на всякий случай. Как уже говорилось, скорость работы зависит от настроения, самочувствия, вдохновения и наличия или отсутствия отвлекающих факторов. Так что эксперимент придется повторить несколько раз в разных ситуациях, а затем вычислить среднее значение.

Затем тоже самое можно сделать с раскодированием записи интервью. И тут нужно учитывать еще и темп речи вашего собеседника. За одни и те же 15 минут тараторка может наговорить гораздо больший объем, чем тугодум. Так что считаем и тех, и других. Складываем обе цифры и теперь уже можно сказать, что знаем, сколько времени требуется, чтобы написать газетную полосу.

Не обязательно это делать специально. Подобные замеры можно выполнять по ходу работы. Во всяком случае, в следующий раз вы не пообещаете редактору написать 80 000 знаков к утру, а потом не будете оправдываться, почему вам не хватило на это времени.

Упражнение 54.

Чтобы проверить свою внимательность, ответьте на простые вопросы: сколько окон на фасаде здания, где расположена ваша редакция? Сколько ступенек в лестничном пролете? Какие машины и какого цвета припаркованы у входа в здание? Если ответить получилось с трудом и/или неправильно, выберите себе упражнения на развитие внимания, какие вам больше понравятся и занимайтесь регулярно. Во многих моделях мобильных телефонов сейчас есть игры на развитие внимания, памяти, логики. Пользуйтесь хотя бы ими.

Упражнение 55.

Рассыпьте на столе 10-15 мелких предметов. (Еще лучше, если их выберет и рассыплет ваш помощник). Смотрите на эти предметы в течение минуты. (время тоже может засесть помощник). Накройте предметы чем-либо, чтобы их не было видно. Перечислите все, что запомнили. Проверьте, сколько предметов вы забыли перечислить.

Есть ли у вас план?

Умение строить планы — это замечательно. Но не менее замечательно и умение их ломать. Если строжайшим образом следовать тому, что написано у вас в ежедневнике (у вас же есть ежедневник?), вы успеете гораздо меньше, чем если ему не следовать (шутка). У одних людей получается жить, расписав каждый день буквально по секундам, у других расписание воплощается под девизом «Если хочешь рассмешить бога, расскажи ему о своих планах». Что же делать? Ничего не планировать — плохо. Планировать — тоже плохо.

На самом деле, планировать — хорошо, но надо уметь это делать. И одного плана никогда не будет достаточно. Допустим, по плану у вас добывание комментария у главы районной администрации. А он на совещании (которое может плавно перетечь в обед, потом в собрание, а потом и вовсе в конец рабочего дня). Или вы приехали на встречу, а вашего потенциального собеседника срочно вызвали в главк и не обещали вернуть. Что будем делать? Ждать? «Ждать» и «ожидать» — это две большие разницы. «Ждать» — это сидеть, сложа руки и гипнотизировать телефон или закрытую дверь. А «ожидать» — это заниматься чем-то полезным, не упуская из вида поставленной задачи.

Так при чем же тут планы? Если у вас есть план А, план Б, а лучше еще и план С, то ситуации, когда что-то пошло не так, как задумывалось, просто не произойдет. События пойдут по альтернативному, но все-таки плану, только и всего.

Пока человек, от которого Вы пытаетесь добиться комментария, где-то ходит, вполне можно за это время набросать план статьи или даже частично ее написать. В этом случае останется только вставить нужную цитату или дописать оставшуюся часть. При этом Вы уже четко будете знать, что Вам нужно (например, какие именно вопросы задать и какого объема текста не хватает).

Можно заняться сбором информации для этой или для другой статьи. Можно, в конце, концов, собрать комментарии у других спикеров. Поэтому жесткий, расписанный по секундам, план, которому нужно следовать от и до — это плохая идея.

Однако, когда заданий много, то удержать все сразу в голове бывает сложно. Глупая ситуация — Вы внезапно вспомнили, что Вам по зарез нужны в статье слова какого-то чиновника или эксперта, утром статью нужно уже сдавать, а на дворе три часа ночи. Что делать? Звонить и просить комментариев? Куда бы Вы сами послали журналиста, если бы он позвонил Вам среди ночи с вопросами, которые можно было задать днем?

Возможность выкрутиться тут все же есть. Нужно найти в интернете слова этого спикера на интересующую Вас тему и вставить их со ссылкой на источник. Главное при этом не брать эксклюзивные цитаты, которые человек давал конкурирующим СМИ. А лучше, если человек в разное время говорил совершенно противоположные вещи. Тогда в статье его можно на этом и поймать. Получится остренько и интересно. Если же спикер четко придерживался своего мнения и противоречий никаких не было, то и неэксклюзивная цитата худо-бедно подойдет. Статья, конечно, станет слабее, от редактора будет нагоняй, но это лучше, чем полностью сорвать материал.

Чего делать в такой ситуации категорически нельзя, так это выдумывать цитату самому (пусть даже на основании того, что спикер говорил уже миллион раз, пусть даже перефразируя отдельные предложения, не меняя смысла, но пытаясь замаскировать копи-паст). Ничуть не лучше откровенно врать о том, что «Не смотря на многочисленные попытки, редакция за 33 дня так и не смогла дозвониться господину N.» или «За 58 дней господин N так и не удосужился дать комментарий нашей редакции». Это уже откровенная ложь, клевета и причинение ущерба деловой репутации. Причем вина редакции в этом случае очень легко доказуема распечатками звонков.

Чтобы не попадать в такую ситуацию в принципе и нужны планы и списки дел, которые можно расписывать и на неделю (или на несколько номеров) вперед. Для этого подойдет планинг, или небольшая доска (размером с лист формата А3) на которой можно пи-

сать маркерами. Можно использовать и то, и другое. Доску можно расчертить по дням недели и каждый день разделить на две графы — в большей писать тему статьи, а в меньшей — срок сдачи. Это очень мотивирует! Сданную и принятую статью можно вычеркнуть. После выхода номера газеты (журнала) с доски все можно стереть.

Планинг лучше тем, что информация в нем сохраняется и при необходимости всегда можно найти, в какой день была та или иная пресс-конференция и когда сдавалась определенная статья. Да, предстоящие пресс-конференции нужно, даже необходимо записывать и держать перед глазами! Забыть про пресс-конференцию (или другое подобное мероприятие, на котором нужно быть) — для журналиста почти что смерти подобно! Конечно, можно будет потом при желании и невероятных усилиях выкрутиться, но в редакции еще долго не забудут, кто у них про прессухи забывает! Если речь идет о фрилансере, то ему могут вообще больше ничего не заказать.

Кстати, для фрилансеров держать перед глазами список дел особенно важно — если это востребованный фрилансер, то у него столько заказов, что всего можно и не упомнить. А если начинающий, то что-то важное может выпасть из поля зрения просто из-за какой-то ежедневной отвлекающей рутины.

В любом случае, не имея планов, невозможно правильно и эффективно организовать свое время.

Упражнение 56

Распишите свой план на неделю. Какие статьи в какой день вы планируете сдать. Если вы еще не работаете — придумайте темы, чтобы хватило на неделю и распишите план, когда и какую статью вы должны закончить. Потом можете разместить их в своем блоге, или на любом из сайтов, которые рады халявным текстам.

Распишите план работы над каждой статьей в отдельности. Не забывайте про план Б!

В течение недели следуйте своим планам.

Дурят нашего брата...

Вариантов сэкономить деньги на оплате труда сотрудников — великое множество, и журналистика тут, увы, не исключение. Любой опытный журналист расскажет немало случаев о том, на какие грабли ему приходилось наступать в начале своей карьеры.

Не менее редки и попытки работать поменьше, а гонорары получить побольше, о которых хорошо известно любому мало-мальски опытному редактору (даже не главному).

Вот лишь некоторые, самые распространенные из них.

Что может быть проще, чем не заплатить за работу? Да, собственно, ничего. Это обратная сторона медали в профессии. Хорошая состоит в том, что, умея писать, можно получить работу в редакции, даже не имея опыта и соответствующего образования (а то и вовсе имея за спиной «восемь классов и три коридора»). Но для этого нужно доказать, что умеешь хорошо писать. И это тот момент, когда достоинство журналистики может обернуться недостатком.

Брать на работу кота в мешке спешит не каждая редакция, а подтвердить свое мастерство представителю пишущей братии проще всего, представив ранее опубликованные материалы.

Не только учителя русского языка и литературы, но и далекие от филологии читатели ужаснулись бы, увидев творения некоторых журналистов до того, как они подверглись редакторской правке.

Поэтому опубликованные работы могут дать лишь приблизительные представления о том, насколько хороший журналист их написал. И вот тут начинается самое интересное.

Для того, чтобы объективно и реально оценить профессиональные качества будущего сотрудника редакции, есть только один способ — поручить ему написать что-нибудь. Если у редакции честные намерения, то отказать после этого она может лишь в том случае, если результат ее не удовлетворил. Нет смысла давать от ворот поворот человеку, которого так долго и упорно искали (а найти хорошего журналиста намного сложнее, чем кажется на первый взгляд!).

Нередко отказ кандидаты на вакантную должность воспринимают как личное оскорбление. Забавная, по сути, ситуация: если человек устраивается менеджером, продавцом, бухгалтером, системным администратором и его в итоге на эту работу не берут, максимум, что его возмущает, это то, что глупый работодатель не разглядел своего счастья. А вот если не берут журналиста, то почему-то вдруг оказывается, что редактор — дурак, ничего не смыслящий в журналистике, его издание (куда кандидат только что так хотел устроиться) — захудалая газетенка (журнальчик), которая непонятно почему еще выходит, а все, кто там работает — сплошь бездари, старающиеся напакостить истинно талантливому человеку. Если редакции довелось узнать о себе такое, то ей очень сильно повезло, что непризнанный гений не влился в ее стройные ряды.

Теперь о случаях везения журналистов. Отказать могут и действительно талантливому человеку по причинам вполне прозаическим.

У редакции нет денег, чтобы платить такому сотруднику столько, сколько он стоит. Даже если он согласен на «сколько не жалко», его все равно не возьмут. Через некоторое, и весьма недолгое время, он потребует повышения зарплаты или гонораров или и того, и другого. Выполнить такое требование у издания возможности нет, а значит, журналист уйдет в другое СМИ. Как говорится, рыба ищет, где глубже, а журналист — где больше платят.

Журналист слишком хорош для издания. В большинстве редакций есть свои «звезды». Они пишут передовицы, им доверяют самые сложные темы. При этом остальные «писатели» не то, чтобы откровенно заполняют полосы, но находятся в более или менее близкой к этому позиции. Когда «звезда» выше своих коллег на голову — это прекрасно. Тем, кто послабее, есть шанс подтянуться до ее уровня, их материалы не выглядят убого на фоне работ ведущего журналиста редакции и все довольны. Намного хуже, если лидер выше остальных на две, а то и на три головы. На фоне его статей остальные материалы будут выглядеть убого. Проблему можно решить несколькими способами — сменить весь остальной состав на более сильный (а значит, и более высокооплачиваемый), всех уволить и заставить гения полностью отписывать каждый номер в одиночку под разными

именами или найти чуть менее яркую «звезду». К счастью или нет, но шансы оказаться настолько лучше всех остальных имеют единицы. Остальные сталкиваются с более прозаическими проблемами.

Увы, но некоторые редакции уж слишком усердствуют в своем стремлении сэкономить на зарплате журналистов. Схема проста: студенты или вчерашние выпускники без опыта работы приглашаются на неоплачиваемую стажировку. Желающие поработать в таком режиме всегда найдутся, т.к. опыт все же дает шанс найти более-менее приличную работу. По окончании стажировки все бесплатные потенциальные кандидаты на должность журналиста, даже самые хорошие, получают отказ. Затем набираются следующие желающие занять их место. И так далее. Как это сказывается на стажерах? Они приобретают опыт и получают возможность создать себе портфолио, которое не стыдно будет показать в более солидном издании. Как это сказывается на издании? Однозначно плохо. На обучение неопытных сотрудников уходит очень много сил и времени. Совсем не учить их нельзя — они же должны в конце концов, понять, что от них требуется. Редактирование сырых текстов тоже занятие не для слабонервных. Но в итоге общее качество публикаций в газете остается достаточно низким.

В качестве «разовой акции» возможен и вариант с откровенной кражей вашей интеллектуальной собственности. Делается это очень просто — вы приходите устраиваться внештатным (или даже штатным) журналистом. Вам дают пробное задание — написать какую-нибудь статью в номер. Само по себе это нормально, ведь неизвестно еще насколько хорошо и как быстро вы пишете. У редактора тоже нет гарантии, что даже представленные вами тексты написаны действительно вами или вашему предыдущему начальству не приходилось их практически полностью за вас переписывать. Однако в честном варианте вас либо могут взять на работу, либо не взять, но выплатить гонорар за написанную статью, либо текст уйдет в корзину и никто никому ничего не будет должен. Если же вас хотят обмануть, то тут все зависит от степени наглости (увы, не вашей!). Ваш текст просто выйдет под чужой фамилией. Людей, которые будут судиться за пару страниц, и 20 -50 долларов найдется очень мало (если таковые вообще есть, т.к. количество потраченных на судебные раз-

бирательства нервы, время и деньги вряд ли окупит даже компенсация морального вреда, а доказать авторство в суде, который к тому же не очень-то стремится по такому пустяковому поводу ссориться со СМИ, вы вообще вряд ли сумеете). Вы с такой редакцией больше работать не будете, но таких как вы найдется еще немало.

Статья может выйти под вашей фамилией, но гонорар вы так и не выбьете — вас будут кормить завтраками, пока вы не махнете на все рукой. Хорошо, если вы еще откажетесь от дальнейшего сотрудничества, пока не получите оплату. А то ведь некоторые неуверенные в себе товарищи соглашаются работать дальше и очень долго ждать обещанных денег. В итоге теряют много времени и значительную сумму.

Можно сделать и еще хитрее — текст подвергается незначительными правкам, ставится фамилия «соавтора» и гонорар делится пополам. Это тоже обман!

Но и это еще не все! Обмануть журналиста можно, даже если вы заплатите ему деньги, выпустить статью под его и только его фамилией. Просто посчитать количество знаков не так, как изначально договаривались.

Есть ли разница между тем, считать количество знаков с пробелами или без пробелов? В зависимости от объемов текста, она может быть весьма ощутима! Главным аргументом редакций, считающей знаки без пробелов — «Мы не платим за пустое место!» В таких случаях порой хочется отправить этому редактору текст тысяч на 15 знаков (больше 4 страниц, кстати), в котором нет ни единого пробела. И пусть сам их расставляет. Вам за пустые места не платят, так зачем вы будете вставлять пробелы бесплатно?

Выглядеть такой текст будет примерно так:

«Уважаемый редактор может лучше прореактор пролюбимый лунный тракторведь нельзязе год подряд тотарелками пугают дескать подлы елетают гоувассобаки ают тобермуды говорят» (с) Владимир Высоцкий). Всего пара строк, но прочитать и воспринять поданную в таком виде информацию крайне затруднительно. А расставлять там пробелы и знаки препинания — это долгая и кропотливая работа. Даже если вы сами расставите знаки препинания, напишете с заглавной буквы те слова, которые нужно, но просто не поставите пробелы, это не намного облегчит труд редактора и корректора.

Скорее всего, они просто выбросят такой текст в корзину. Вы на этом ничего не заработаете, и больше с этой редакцией работать не будете. Но если это хоть кого-то заставит задуматься, то уже можно считать, что силы потрачены не впустую.

Можно вместо этого разместить в социальных сетях открытое письмо редактору или отправить ему такое письмо по почте. Эффект будет примерно тот же, но есть надежда, что неприятностей у вас потом будет немного меньше. Если вы вышлете статью без пробелов, то из-за срыва полосы перед сдачей номера в типографию, редактор начнет на каждом углу поливать вас грязью и многие, даже очень порядочные, люди после этого поостерегутся с вами работать. Впрочем, и без этого, но после публичного скандала с редакцией, даже имеющей самую плохую репутацию, с Вами тоже поостерегутся работать...

В любом случае вы должны хорошо понимать разницу: если вы изначально договаривались, что количество знаков считается без пробелов, то все честно, и никто вас не обижал. А вот если договоренность была другая — считать количество знаков с пробелами — а при выплате гонорара вдруг выясняется, что «вы что-то не правильно поняли» и «мы никогда такого не говорили!» - это уже обман и кража денег из вашего кармана!

Есть еще более хитрый способ обмануть внештатника. Сначала прикормить, потом недоплатить. Допустим, в редакции вам говорят, что гонорары составляют от 10 до 15 долларов за тысячу знаков с пробелами (или без пробелов. В данном случае это не важно) в зависимости от качества материалов. Четких критериев качества нет. Все на уровне «понравилось — не понравилось». Это уже должно насторожить. Вы соглашаетесь и пишете 2-3 статьи. Все рыдают от восторга, и вы получаете максимальный гонорар. Вам заказывают еще 5-7 статей и вы, окрыленный, пишете быстро и очень интересно. И тут вдруг оказывается, что вы дико разочаровали редактора, что на вас надеялись, а вы всех подвели, и только из любви редактора ко всему человечеству вам согласны заплатить гонорар по минимальной ставке. И то при условии, что вы еще 10 раз переделаете половину своих статей.

Более изящный способ обмана — задержать выплату гонорара «по техническим причинам». При подсчете гонораров, или непосредственно перед их выплатой, у редактора может произойти какая-нибудь катастрофа с компьютером, которая не позволит ему определить причитающуюся вам сумму. То, что все тексты сохранились у вас, и что они есть в ящике электронной почты, ничего не значит, ведь количество написанных журналистом знаков считается в итоговом варианте, после редакторской правки. А вот именно этот вариант и может оказаться «недоступным».

Перед автором, конечно, десять раз извинятся, предложат либо получить часть гонорара, либо весь, но в следующем месяце, т.к. компьютер починят только через неделю, а бухгалтерии нужно закрывать какие-то документы уже завтра вечером и т.п. Если журналист упорно продолжает требовать свои кровно заработанные, в ход может пойти и попытка давить на жалость: «Ну хорошо, я отдам тебе эти деньги из своего кармана, пусть у меня дома дети голодают! Они, невинные ангелочки, будут страдать и медленно умирать мучительной смертью, но зато ты будешь спокоен, что тебе выплатили все до копейки!» Не вздумайте верить! Гонорар внештатника, сколько бы он ни работал, не сопоставим с зарплатой редактора (просто выпускающего и, тем более, главного).

Чем может закончиться такая принципиальность? Либо вы соглашаетесь ждать, и тогда каждый месяц в день начисления гонораров в редакции будет происходить «восстание машин» и вообще всей офисной техники, либо с вами распрощаются сразу, либо начнут сокращать количество заказов и уменьшать суммы гонораров, чтобы вы ушли сами.

Штатного журналиста тоже можно обмануть. Можно уволить после неоплачиваемого испытательного срока (если испытательный срок изначально объявляется неоплачиваемым, это всегда обман, как минимум гонорары вы должны получить). Можно внедрить в редакции сложную и запутанную систему поощрений и штрафов, в которой в силу большого объема работы журналисты не будут, да и просто не смогут, разобраться. Тем более, некогда будет раз в месяц выверять всю свою работу по многоступенчатой, запутанной схеме.

Можно загружать журналиста чужой работой и не платить за это (брать комментарии для чужих статей, расшифровывать чужие интервью). Это все требует сил и времени, однако, сроки выполнения основных обязанностей из-за этого никто никуда отодвигать не будет. В конце концов, можно загрузить работой талантливого журналиста и откровенно ему недоплачивать. Это даже не совсем обман — если человек согласен с такой оценкой своего труда, это уже его личная проблема.

Работать или нет с нечестными редакциями — решать вам. Гарантий, что внештатника не обманут, нет. Можно только поспрашивать мнение коллег о той или иной редакции. В журналистской среде информация о кидалах распространяется молниеносно и держится годами. Можно почитать на форумах — нередко там бывают темы вроде «Черный список работодателей». Не лишне такую ветку внимательно изучить.

Но даже если вас обманули, это еще не повод обижаться на все человечество. Да, такое бывает. И редкий журналист с этим не сталкивался. Воспринимайте невыплаченный гонорар как производственные издержки. В конце концов, вы приобретаете намного больше, чем теряете. Вы приобретаете опыт.

Упражнение 57.

Поговорите с коллегами-журналистами, желательно с теми, кто уже давно работает. Почитайте журналистские форумы и группы в социальных сетях. Также можете почитать на форумах разделы типа «Черный список работодателей». Составьте список изданий, которые обманывают своих авторов и список способов, которыми нечестные издания пользуются. Не работайте с такими изданиями.

Пиар — не сыр, он бывает и бесплатный

Многие журналисты уходят из профессии в PR-отделы и пресс-службы. И всем журналистам приходится работать с пресс-секами. Поэтому и говорить они должны на одном языке. Новость должна «цеплять». Этого принципа необходимо придерживаться, если вы пресс-сек и хотите получить бесплатный пиар, обеспечив широкое освещение вашего мероприятия.

Если новость «кислая», то рассказать о ней миру со страниц газет вы сможете только за деньги, причем за немалые.

Господа руководители пресс-служб и просто организаторы пресс-конференций, круглых столов с приглашением СМИ и т.п. мероприятий! То, что вы искренне верите, что журналисты свободно владеют вашим профессиональным жаргоном в любых областях — от мест лишения свободы до ядерной физики — безусловно, очень приятно. Но неэффективно в вашей работе с ними.

Да, журналисты — очень умные, образованные люди с широчайшим кругозором, которые всегда в курсе всего происходящего в мире, знают, что такое синхрофазотрон и могут с закрытыми глазами собрать большой андронный коллайдер из подручных средств. Но это в идеале. А их неидеальные коллеги запросто могут отправить ваш пресс-релиз в корзину по одной лишь причине — они не поняли, о чем идет речь.

У вас есть знакомые журналисты? Попробуйте предложить каждому из них обсудить с вами проблему использования полиграфа. Если среди них не окажется ни одного, кто бы решил, что речь пойдет о полиграфии, то я вас поздравляю! Некоторые журналисты как дети — «детектор лжи» они понимают, а вот «полиграф» — нет. К счастью, те, кто бы не знал, что кинологи занимаются собаками, а не кино, не попадались даже мне.

Однако, в любом случае, если вы сами никогда не работали в журналистике, то никогда не забывайте о том, что имеете дело с про-

фессионалами в той области, в которой вы разбираетесь хуже, чем они. Сотрудники любой редакции лучше, чем кто бы то ни было, знает, что нужно их читателям, что они будут читать, а что нет, что будет для них интересным и полезным. Их задача заинтересовать десятки, а то и сотни тысяч читателей (зрителей, слушателей) вашей информацией. А ваша задача — заинтересовать журналистов.

Итак, на что же «клюют» СМИ? В первую очередь, увы, на скандалы и сенсации. Почему? Да потому что это новая информация, которой раньше не было! Если у вас нет скандала, но есть что-то новенькое, актуальное, злободневное, то у вас есть интересная тема. Если вы надеетесь, что журналисты всех окрестных СМИ радостно прибегут послушать о результатах исследования, которое вы проводили в позапрошлом году и о котором рассказываете каждые полгода, то ничего у вас не получится.

Представьте себя в роли простого читателя. Открываете вы газету, а там статья на разворот о том, что конторе «Рога и копыта», о существовании которой вы никогда не слышали, исполнилось полтора года. Вы будете это читать? Поэтому когда тема пресс-релиза «Нам 3 года, мы самые лучшие!» привлечет журналистов только тех изданий, которым вы заказали PR-статью. Никто не запрещает сообщить на пресс-конференции, что вам три года и вы самые лучшие, но это, так сказать, только маленький «довесок» к основной теме, который, кстати, большинство журналистов проигнорируют.

А вот сообщение о том, что изменятся тарифы на коммунальные услуги, или что благодаря недавним открытиям посылки можно будет доставлять за рубеж за 13 секунд, точно будет интересно. Однако, если в пресс-релизе сначала идет описание вашей компании на 5 страницах, и только потом сама новость, то до нее все равно никто не дочитает.

Поэтому первое, что нужно писать в пресс-релизе — это новость. Или интрига — обещание того, что на мероприятии будет озвучена какая-то потрясающая новость. Только не надо при этом использовать стилистику рекламных баннеров (Сенсация! Впервые в мире! Уникальное открытие! Узнайте родословную своей семьи! Узнайте, как быстро похудеть без диет!). Никто не говорит, что этот стиль —

плохой. Он очень даже эффективный, но лишь когда используется для определенных целей и в определенных ситуациях. В пресс-релизе он не уместен. Слова «сенсация» вообще лучше не употреблять. Вы обращаетесь к журналистам, которые на 100% уверены (и, кстати, не без оснований), что они лучше вас знают, что сенсация, а что нет, и когда дилетант (а вы с их точки зрения именно дилетант!) «их еще будет учить», это действительно раздражает. Кроме того, срабатывают и ассоциации с агрессивной рекламой — если кто-то слишком громко кричит о необыкновенных качествах предлагаемого товара (а информация это тоже товар), значит, пытается всучить что-то ненужное, некачественное и бесполезное. Да и пресс-релизы, сильно напоминающие рекламные объявления не могут не наводить на мысль, что доставлен он должен быть в коммерческий отдел на предмет публикации на платной основе.

Постарайтесь уложиться со своей новостью в одну, желательно первую, строчку пресс-релиза. Представьте себе, что вам нужно сообщить эту новость в Твиттере. Вот так и пишите. Эта строчка — тема вашего пресс-релиза. Она должна отвечать на вопрос «Что случилось?»

Например «Актер нашего местного бобруйского театра выдвинут на Оскар» или «О подготовке к полету на Луну градоначальника города N в качестве космического туриста». Это ваш шанс привлечь внимание журналистов и практически гарантия, что релиз будет прочитан. В принципе, это очень похоже на то, как журналисты придумывают заголовки и анонсы своих статей. Только тут все немного сложнее — им нужно «зацепить» простого читателя, а пресс-секретарю — опытного профессионала, которого сложно чем-то удивить.

Дальше уже могут варианты — все зависит от цели пресс-релиза. Пресс-релиз, в котором вы просто сообщаете информацию и пресс-релиз, в котором вы приглашаете журналистов на пресс-конференцию — это две большие разницы.

Начнем с информационного. Все равно его придется писать, т.к. в случае с пресс-конференциями, анонс не отменяет необходимость достаточно подробного изложения темы.

Это очень важное правило — готовить два пресс-релиза! «А есть пресс-релиз?» - это первое, о чем спрашивают журналисты, когда заходят в пресс-зал. Вообще, пресс-релиз уже должен лежать на видном месте и в достаточном количестве, чтобы даже вопросов о нем не возникло. Распечатывать тоже самое, что было в приглашении — бессмысленно. Эта информация у СМИ уже есть, она им не нужна. Им нужно:

- тема пресс-конференции
- имена, отчества, фамилии и должности (полностью!) спикеров. Инициалов не достаточно! Никогда!
- расшифровка всех сокращений. Всех! Даже «АО» и «ТОО»
- краткое содержание выступлений (того, что будет сказано на пресс-конференции)
- указание всех цифр, дат и географических названий, которые будут упомянуты в выступлении
- имена (полные. В крайнем случае имя и фамилия без отчества) и должности людей, о которых будут говорить спикеры.
- предыстория события (если такая есть). Ее лучше указывать после описания основной новости, особенно, если вашу историю уже освещали в СМИ.
- краткая справочная информация о вашей компании
- адрес, схема проезда или хотя бы просто имя и телефон человека, к которому можно будет обратиться за дополнениями и уточнениями позднее и которому действительно можно будет позвонить. Кроме того, это должен быть человек, который будет не только уполномочен отвечать на вопросы, но и будет в состоянии это сделать четко и оперативно.

Раздавать такой пресс-релиз нужно до начала пресс-конференции! Лучше всего, положить его на видном месте минут за 20 до ее начала.

Очень важно, если в стране официально используются несколько языков (казахский и русский в Казахстане, или русский и татарский в Татарстане в России), пресс-релиз должен быть на всех этих языках! Более того, в пресс-конференции должны участвовать либо спикеры, свободно владеющие всеми этим языками, либо в числе участников должен быть человек, способный выступить и ответить на вопросы на том официальном языке, которым остальные, увы, не владеют.

Тем не менее, два грамотно составленных пресс-релиза и спикеры-полиглоты — это еще не все. Пресс-конференция производит крайне негативное впечатление, если спикеры, сказав буквально два слова, а то и ничего не сказав вовсе, обращаются к журналистам с предложением сразу задавать вопросы. Для начала участники просто обязаны хоть что-то рассказать! Хотя бы пересказать пресс-релиз. Пресс-конференция созывается именно потому, что спикеры хотят что-то сообщить, а не потому, что им в голову пришла гениальная мысль «А может, у нас спросить чего хотят?». Есть еще один нюанс. Не всегда журналисты знают, о чем будет пресс-конференция. Причины тут разные. Кто-то просто поленился выяснить это в редакции, понадеявшись сориентироваться на месте, а кого-то просто срочно отправили туда, не сообщив подробностей. Как в такой ситуации с ходу, не услышав ни слова от участников пресс-конференции, задавать вопросы?

Продолжительность выступления зависит от количества спикеров, однако, учитывая, что пресс-конференция длится, как правило, около часа, если говорить будут 2-3 человека, то на каждое выступление следует выделить не более 10 минут. Остальное время должно быть посвящено ответам на вопросы.

Для человека, не привыкшего выступать перед журналистами, рассказывать что-то под прицелом фото- и видеокамер и диктофонов может стать непростым испытанием. Поэтому спикеров нужно подготовить. Пусть отрепетируют свое выступление несколько раз. И, что, наверное, еще важнее, потренируются отвечать на самые каверзные вопросы (а такие задают на большинстве пресс-конференций). Очень важно, чтобы спикер не растерялся и не начал мычать что-то невнятное, ведь это может оказаться не только поводом подколоть его в публикации, но и быть показано в эфире. А это плохо!

Если самые кошмарные пресс-конференции - это те, где спикеры сразу после слова «Здравствуйте!» предлагают задавать им вопросы, то на втором месте те, где спикеры не способны ответить на вопросы. Журналистов интересуют факты, а не лирические отступления. Если спикер не может называть какие-то цифры и данные, имеющие непосредственное отношение к теме его выступления, значит он

просто не готов к пресс-конференции и, кстати, велика вероятность, что кто-то из журналистов не упустит возможность этим воспользоваться, чтобы «подколоть» горе-спикера.

Еще одна плохая идея — устраивать парадно-выходную пресс-конференцию, чтобы попытаться замять какой-то скандал. Даже если тема будет заявлена как «Мы самые лучшие! Нашей компании 2,7 года!» журналисты все равно придут. Но они придут не на тему, а на спикеров, чтобы задать им интересующие их, а вовсе не самих спикеров, вопросы. Попытки отбиваться фразами вроде «Это не является темой сегодняшней пресс-конференции» ни к чему хорошему не приведут — в самом лучшем случае о пресс-конференции просто никто не напишет, а могут и написать все как есть, называя вещи своими именами и не стесняясь в выражениях.

Поэтому если есть необходимость высказать свою точку зрения в сложной, проблемной или скандальной ситуации, но нет человека, который может грамотно «отбиться» от неудобных вопросов, лучше ограничиться рассылкой пресс-релиза по редакциям и размещения его текста на официальном сайте компании. И то далеко не факт, что после этого не последует шквал звонков от СМИ с просьбой что-то пояснить или дополнить. Но там уже проще — можно сослаться на совещание, записать вопрос, контакты и назвать точное время, в течение которого вы перезвоните. Имейте в виду, что для разных СМИ оно может быть разным. Для информационных агентств вы должны уложиться в полчаса, для ежедневных газет — до одного часа, для еженедельников — полтора-два часа. И то это зависит от того, когда у издания верстка и сколько времени остается до конца рабочего дня. Откладывать ответ на следующий день нельзя!

За отведенное вам время, вы должны найти человека, который прокомментирует ситуацию (хотя лучше такие вещи оговорить заранее, в момент появления проблемы или возникновения скандала) и продумать, что именно он будет говорить. Чтобы избежать лишних дополнительных вопросов, можно извиниться и сразу предупредить журналиста, что у вас есть только 10 минут, потому что у вас в приемной сидит 15 старушек и вам дико неудобно заставлять пожилых людей долго ждать.

Если вы журналист, и 10 минут вас категорически не устраивают, то не теряйте времени зря, задавайте вопросы, возможно, вам удастся увлечь собеседника, он забудет про наспех придуманных старушек, и вы проговорите полчаса. Но если это не удалось, то, когда он попытается попрощаться, извинитесь, и спросите, когда вы сможете продолжить беседу. Захватывайте инициативу, дайте ему иллюзию выбора. Не надо ждать, пока ваш собеседник ответит в духе «как только, так сразу» или «после дождичка в четверг». Предлагайте варианты — «Нам необходимо продолжить эту беседу. Во сколько вам будет удобнее — в 14.30 или в 15.10?» — «Ну...» — «Хорошо, я позвоню Вам в 16.00. Но это уже крайний срок, потому что иначе мне придется написать, что на ряд ключевых вопросов Вы так и не ответили. Кстати, эти вопросы — ...» Сообщите человеку, что вы хотите у него узнать. По крайней мере, он успеет подготовиться (или придумать, что врать, что тоже возможно).

Можно, конечно, пойти самым простым путем - заплатить деньги и опубликовать понятный только вам материал. Если он при этом позиционируется как реклама, то писать можно все, что угодно. В любом печатном издании есть пометка «за содержание рекламных материалов несет ответственность рекламодатель». То, что читатели ничего не поймут в вашей рекламе и она будет выброшенными на ветер деньгами — это уже ваша забота, но никак не редакции. Другое дело PR-статьи, особенно, если факт их оплаты редакцией не афишируется. Тут редактор имеет полное право внести правки, за чем последует более или менее долгая (в зависимости от вашего руководства) процедура согласования текста. Лучшее, что вы можете сделать в этом случае — предоставить всю необходимую информацию и постараться не мешать журналисту. Если тот, кто взялся отписывать материал, что-то действительно не понял и неправильно осветил, объясните еще раз простым языком. И постарайтесь вместе сформулировать предложение так, чтобы оно было правильным по сути (ваша задача) и удобоваримым по форме (задача журналиста).

Алгоритм подготовки к пресс-конференции:

- найдите инфоповод — тему интересную для журналистов
- подберите спикеров (их имена нужно будет указать в пресс-релизе)
 - составьте цепляющий пресс-релиз-анонс
 - разошлите его по редакциям, либо обратитесь в какой-либо пресс-клуб и закажите рассылку (кстати, там же можно сразу договориться и о самой пресс-конференции, если у вас в офисе ее проводить негде).
- подготовьте спикеров, отрепетируйте их выступления
- подготовьте пресс-релиз для раздачи на пресс-конференции (напишите и распечатайте)
 - возьмите в пресс-клубе или сделайте сами список присутствовавших на пресс-конференции СМИ и журналистов
 - разошлите расширенный пресс-релиз и тем СМИ, которые на пресс-конференции были, и, особенно, тем, кого там не было
 - отследите публикации и сюжеты в эфире о вашей пресс-конференции
 - проанализируйте ошибки
 - больше эти ошибки не повторяйте

Упражнение 58

Найдите в интернете специализированные сайты для журналистов, где размещаются пресс-релизы. Прочитайте несколько пресс-релизов. Разделите прочитанное на две группы — релизы, которые вас заинтересовали и релизы, которые вас не заинтересовали. Внимательно изучите те, и другие и ответьте на вопрос почему это было интересно или не интересно.

Упражнение 59

Откройте любую ленту новостей. Прочитайте 10-15 новостей. Разделите их на три группы. В первую скопируйте новости, которые показались вам действительно интересными и которые захотелось прочитать в первую очередь. Во вторую — те, которые были скучными или вызвали некоторое недоумение (например, «Марсоход обнару-

жил на Марсе камень в форме сердечка». Ну и что?) И в третью — новости, которые вроде бы и интересные, но почему-то «не цепляют».

В новостях из первой группы найдите и выделите ту строчку, в которой содержится непосредственно интрига, «наживка», приковавшая ваше внимание.

С новостями из второй группы пофантазируйте, в каком случае эта новость действительно была бы интересной («Марсоход обнаружил на Марсе камень в форме сердечка с надписью «Маша + Вася = любовь»»).

Попробуйте переписать новости из третьей группы, по возможности ничего не фантазируя, так чтобы они стали более интересными.

Упражнение 60

Кроме уже упоминавшегося выше цитатника, у хорошего журналиста под рукой должно быть досье на основных ньюсмейкеров в тех областях, в которых он уже работает и в тех, которыми бы он хотел заняться. Согласитесь, любой редактор с радостью предпочтет журналиста, хорошо подкованного в нужной теме (за исключением случаев, когда он пытается сэкономить на гонорарах даже ценой качества издания).

Тебя сейчас послать или по факсу?

((с) Владимир Вишневецкий)

Пресс-секретари, сотрудники пресс-служб, офис-менеджеры и все, кому по воле случая пришлось отвечать на звонок журналиста! Запомните: никогда отказы давать комментарии, требования все бросить и примчаться к вам в офис, чтобы предъявить удостоверение, заявления, что на все вопросы вы будете отвечать только письменно или в присутствии своего адвоката ни к чему хорошему не приведут! Такое поведение — диверсия, направленная против имиджа компании, в которой вы работаете.

И чем настойчивей будет ваша попытка отбиться от журналиста, тем абсурдней она будет выглядеть. И тем больший ущерб будет нанесен вашей компании. Помните, как самые, вроде бы, благие намерения, пресс-секретаря Дмитрия Медведева породили Интернет-мэм «Димон»? Для тех, кто забыл, напомним — в конце марта 2013 года пресс-сек Д.Медведева Наталья Тимакова в интервью радиостанции «Голос России» посетовала на «бытовое хамство» в сети, а точнее очень уж фамильярное обращение к ее шефу: «Меня, например, расстраивает, скорее, общее бытовое хамство. Я не понимаю людей, которые, условно, в Facebook пишут: «Ну, Димон, ты молодец, зажег». Он вам не Димон! Он председатель правительства». И если до этого кто-то еще не знал, что «он не Димон», то стараниями Н.Тимаковой такое обращение прилипло к премьер-министру РФ намертво.

Не стоит и забывать, что журналисты, как правило, всегда записывают разговоры и неосторожно брошенная фраза может стать темой для отдельной статьи.

Например, журналист в ходе жаркой перепалки с гос.чиновником спрашивает: «Вы вообще в курсе, что сейчас нарушаете такую-то статью Конституции?». Можете себе представить, что будет, если, желая блеснуть остроумием, тот ответит: «Конституция? Не, не слышал!». А запись-то идет! И через пять минут будет готов официаль-

ный запрос в министерство с требованием объяснить поведение этого чиновника. Вот и придется потом его вышестоящему начальству оправдываться и в прессе, и перед своим вышестоящим начальством на тему знания и соблюдения законов в их ведомстве.

Если такую глупость сморозит какой-нибудь начальник, то, скорее всего, отделается хорошим нагоняем сверху (конечно, если не разгорится какой-то крупный скандал). А вот пресс-секретаря, допустившего подобную оплошность, стоит и уволить!

Как ни странно, но, по крайней мере половина всех пресс-секретарей — это настоящие диверсанты, посланные врагами в ту или иную компанию.

Вот типичный пример такого диверсанта. Пресс-секретарь одного из министерств на вопросы о том, когда уважаемое министерство соизволит ответить на официальный запрос редакции (на что, кстати, по закону отводится ровно трое суток!) стала орать и хамить журналистам. Более того, когда информация о ее неподобающем поведении была доведена до ее непосредственного руководства, она продолжила хамить как по телефону, так и даже в комментариях в соц.сетях, обвинив журналистов, что они ее запугивали и угрожали чуть ли не кровавой расправой, не преминув указать, что она бережно хранит все злобные смс. В отличие от пресс-секретаря, которая, кстати, находилась на государственной службе, поступая на которую была обязана сдать экзамен на знание действующего законодательства, журналисты правовым нигилизмом не страдают, а потому их «кровавая расправа», о которой эту недотепу из пресс-службы предупреждали, заключалась в обещании обнародовать ее хамские высказывания и поставить в известность ее руководство.

К счастью министерского пресс-сека, редакция просто пожалела ее, убогую, и министерство, в котором она работала. Но так бывает далеко не всегда. В противном случае, могло бы произойти следующее:

— Официальная жалоба в Агентство по делам государственной службы со ссылкой на нарушенные пресс-секретарем статьи Закона о государственной службе и Кодекс государственного служащего.

— Официальный запрос о том, каким образом данная сотрудница пресс-службы, не имея представления не только о содержании зако-

нов, регулирующих ее деятельность, но и самом их существовании, смогла поступить на государственную службу и пройти аттестацию

— Требование провести публичное тестирование этой сотрудницы с использованием того самого теста, который сдают кандидаты на госслужбу, либо полноценное журналистское расследование того, как этот тест «сдается».

— Исковое заявление в суд на пресс-сека по факту клеветы. А в случае ее обращения в полицию по факту угроз — еще и привлечение ее к ответственности за заведомо ложное сообщение о преступлении (за что она может благополучно и в тюрьму сесть на несколько лет). Ну и взыскание с нее морального ущерба и ущерба, причиненного деловой репутации.

Естественно, все это будет широко освещаться в прессе и не только пострадавшим от вот такой бестолковой и непрофессиональной сотрудницы изданиями. И каждый раз при этом будет упоминаться, и не раз, ведомство, в котором она работает (занимается подрывной деятельностью). И каждый раз это будет удар по имиджу этого ведомства и по репутации его первого руководителя, вне зависимости от того, чем закончатся суды. Потому что если представлять министерство, можно сказать, быть его лицом, доверили настолько не обезображенному интеллектом сотруднику, то это уже само по себе многое говорит и о руководителе.

Представим себе самую обычную ситуацию. Журналисты звонят пресс-секретарю и задают неудобные вопросы.

Один пресс-секретарь начинает орать в трубку, требовать запрос, на который не отвечает две недели и при этом устраивает истерики, что ей еще и звонят, и требуют соблюдать действующее законодательство. Итог: в самом лучшем случае пресс-конференции и пресс-релизы этой компании будут лететь в корзину. Никто ничего не напишет. А может быть и хуже — журналисты будут писать про эту компанию. Но исключительно негатив. Дурная слава компании, нежелание клиентов и партнеров иметь с ней дело, финансовые трудности, проверки, скандалы, расследования. И даже если пресс-сек возьмется за ум и начнет действительно работать, все ее усилия пройдут впустую. Начальству ей будет нечего предъявить в качестве ре-

зультата своей работы и останется только сетовать на «гадов журналистов, которые ничего не понимают в колбасных обрезках». В конце концов, такого пресс-сека могут и уволить (и правильно сделают).

Другой пресс-секретарь в сложной ситуации, когда журналисты задают неудобные вопросы, а начальство сказало «Молчать! Под угрозой увольнения путем расстрела» спокойно объясняет журналистам, что в настоящее время у него просто нет необходимой информации, сообщает, сколько времени ему нужно, чтобы эту информацию получить и обещает перезвонить сам, как только что-нибудь выяснит. После этого он самостоятельно придумывает несколько компромиссных версий, которые и журналистам худо-бедно подойдут, и на имидже компании не отразятся каким-нибудь плачевным образом. С этими версиями он идет к вышестоящему начальству (да-да, журналисты помнят про «иерархию!») и утверждает одну из версий. А затем срочно перезванивает тем СМИ, которые добивались от него внятного ответа, дает комментарий и садится писать пресс-релиз для всех остальных СМИ на всякий случай. А может еще и пресс-конференцию подготовить. Итог: у пресс-секретаря устанавливаются доверительные отношения с журналистами, пресс-релизы читаются, материалы публикуются, а если срочно требуется время, чтобы придумать, что соврать, то журналисты не выдадут сразу «Компания не в состоянии пояснить, каким образом...», а дадут тайм-аут на пару часов.

Перовое, что должен уяснить пресс-секретарь, зазубрить как строевой устав, как Отче наш — это то, что с прессой конфликтовать нельзя! Никогда и ни при каких условиях! Если журналисты оказались действительно не очень грамотные и не очень вежливые и откровенно «довели», всегда можно сказать, что вас срочно вызвали к начальству, записать телефон, и перезвонить через 15 минут. А за это время успокоиться и продумать, как перевести разговор в спокойное и конструктивное русло. В крайнем случае, перезвонить не журналисту, а редактору, соврать, что неправильно записали номер корреспондента, поэтому звоните в редакцию, чтобы ответить на все интересующие вопросы. И коротенько изложить редактору вашу точку зрения на обсуждаемую с журналистом проблему.

Очень хорошо, но далеко не всегда выполнимо на практике, заранее обсудить с руководством план взаимодействия с прессой на случай ЧП. Времени у пресс-секретаря для выдумывания всевозможных чрезвычайных ситуаций и вариантов того, какие комментарии можно при этом давать СМИ, предостаточно. Намного сложнее убедить руководство, что такой план необходим. Во-первых, начальство, как правило, о всяких чрезвычайных ситуациях думать не хочет, потому что «этого не может быть, потому что этого не может быть никогда», а во-вторых, не захочет тратить свое драгоценное время на «всякую ерунду». То, что в случае ЧП задержка предоставления информации и спешка в разработке версий, которые будут озвучены, сыграет с компанией злую шутку, мало кто будет думать.

Теперь непосредственно о факсах, официальных запросах и т.п. Не всегда начальство понимает, что давать комментарии прессе лучше всего устно и по телефону, потому что журналистам срочно надо. В этом случае пресс-секретарь обязан всеми правдами и неправдами объяснить руководству, как нужно работать с прессой, чтобы результат был максимально положительным и эффективным. Да, для отчетности бывают нужны и бумажки. Но это решаемо. Можно попросить журналистов скинуть вопросы на электронную почту, распечатать, получить от уполномоченных лиц в своей компании ответы (можно и на диктофон, чтобы самому быстро раскодировать и оформить), завизировать и отослать также по электронке. При этом всегда можно договориться с журналистом, что он вдогонку пришлет запрос на официальном бланке, а вы ему потом, хоть через месяц после публикации, вышлете официальный ответ на официальном бланке.

Если уж ваше руководство из всех видов связи до сих пор предпочитает почтовых голубей, то попросите скинуть вам запрос по факсу (факсовая бумага легкая, голубь легко поднимет несколько страниц).

Дать пустой ответ ни о чем — это все равно, что послать СМИ куда подальше со всеми вытекающими отсюда последствиями. И упаси боже еще при этом начать кричать на каждом углу что «ответ был предоставлен в срок и в полном объеме»! В этом случае и пресс-сек, и организация, в которой он вредит, будут выставлены в самом неприглядном, хоть и объективном свете.

И это не потому, что «журналисты — гады, которым лишь бы в грязном белье копаться и всех грязью поливать». Это потому, что (повторю еще раз) — любое сказанное вами слово может быть использовано против вас. Если пресс-секретарь не умеет и не хочет работать, то винить в последствиях этого ему некого, кроме себя. Так что нечего на журналистов пенять.

Еще один очень важный момент, который отличает хорошего пресс-секретаря от плохого. Хороший понимает, что его должность — это не работа, а образ жизни. Поэтому он должен не только быть полностью в курсе происходящего в компании, но и быть доступен 24 часа в сутки. В случае крупного ЧП журналисты могут и среди ночи позвонить. И ответ в духе «Вы на часы смотрели?! Я сплю давно!» чреват большими неприятностями, поскольку существует очень большая вероятность, что в СМИ эта ситуация будет описана как есть, а значит, начальство по голове не погладит. Ну а отвечать «Уже 18.01, мой рабочий день закончен и я с удовольствием поговорю с Вами о погоде или о любви, но не о работе» - это уже откровенное хамство. Не хотите, чтобы вас беспокоили в нерабочее время — не идите в пресс-секретари.

Упражнение 61.

Представьте себе, что вы пресс-секретарь крупной авиакомпании. Принадлежащий ей самолет упал. Пилоты погибли, половина пассажиров тоже. Остальные выжили, но находятся в больнице. В адрес вашей авиакомпании уже неоднократно высказывались претензии по поводу старых самолетов, хамства стюардесс и работы пилотов.

Продумайте 3-4 варианта того, что будете говорить журналистам, чтобы выиграть время, пока не будет определена основная версия вашей авиакомпании. Варианты — 1) мне нужно переговорить с таким-то отделом, чтобы получить информацию. Я ведь понимаю, вам нужны как можно более точные данные, 2) я уже переговорил с таким-то отделом, в течение 30 минут они должны предоставить информацию, 3) я сейчас выезжаю на место происшествия и оттуда перезвоню вам или переговорю с вами на месте.

Составьте 5-6 вариантов версий, из которых руководство авиакомпании должно выбрать какую-то одну, чтобы озвучивать ее журналистам.

(Варианты: 1) пилоты были очень квалифицированные, самолет прошел всю предполетную подготовку. Нам самим чрезвычайно важно знать причины крушения, и мы окажем все возможное содействие в расследовании. 2) мы не можем сейчас говорить о причинах, это должна выяснить независимая и объективная комиссия. Но мы хотим оказать всю возможную помощь жертвам и пострадавшим. 3) произошло непредвиденное резкое изменение погоды, что и стало, как мы полагаем, причиной крушения. 4) для нас главное люди и их безопасность. Мы уже начали внеплановую и самую тщательную проверку всех своих воздушных судов. И т.д.

Упражнение 62.

Вы — пресс-секретарь крупной компании. Один из первых лиц этой компании обвиняется в серьезном преступлении (коррупция, например, или даже убийство). Компания тщательно скрывает эту информацию, однако в интернете кто-то все же это обнаружил. Поскольку источник анонимный (с нейтральным ником или это вообще анонимное сообщение на каком-то сайте), то сослаться на него СМИ вряд ли будут. Однако первые звонки с просьбой прояснить ситуацию, подтвердить или опровергнуть сведения уже поступают.

Как долго вы сможете тянуть время?

Как вы сможете выиграть немного времени, чтобы утвердить у руководства, что можно говорить журналистам?

Какие версии вы предложите начальству?

Упражнение 63.

Выберите в СМИ любую скандальную ситуацию с какой-либо компанией, организацией или известным человеком. Представьте, что эта ситуация только возникла. Она еще не озвучена в СМИ, а вам, как пресс-секретарю нужно эту ситуацию уладить максимально эффективно.

Упражнение 64.

Выберите в СМИ любую скандальную ситуацию с какой-либо компанией, организацией или известным человеком, где есть комментарии пресс-секретарей или других должностных лиц. Проанализируйте, все ли сказанное и сделанное сработало так, чтобы максимально защитить имя и репутацию виновника скандала. Составьте план (лучше даже письменно) того, как бы действовали вы в аналогичной ситуации.

В качестве поиска скандальных ситуаций подойдут новостные ленты (увы, почти любые!) или ток-шоу, в которых любят разбирать всякие скандалы.

Упражнения 63 и 64 нужно выполнять регулярно, по крайней мере 3-4 раза в неделю.

Послесловие

Итак, если после прочтения этой книги вы все еще хотите быть журналистом, то не забывайте, что, хотя количество лет в журналистике и переходит со временем в качество работы, процесс этот идет слишком медленно, если не прилагать усилий и искусственно его не подстегивать. В журналистике, к счастью, время не так сильно работает против сотрудника, как, например, в балете, и если автор хорошо и быстро пишет, то редакции без разницы, сколько ему лет. Хорошему журналисту может быть и 20, и 60. Но зачем ждать, пока пенсия появится на горизонте? Не лучше ли стать хорошим журналистом лет на 40 раньше и начинать идти к этому прямо сейчас?

Я искренне надеюсь, что «кризис жанра» и массовый падеж квалификации (это уже не падение, это именно падеж!) затронет журналистику в как можно меньшей степени. Я хочу верить, что с годами найти хорошего журика будет не сложнее, а проще, особенно из числа читателей этой книги, которые, я надеюсь, будут всегда востребованы в своей горячо любимой профессии.

Упражнение 65

Заведите себе отдельную тетрадь, блокнот или файл. Записывайте туда те профессиональные приемы и хитрости, которые изобретете сами по мере работы или подглядите у коллег. Можете туда же записывать интересные ситуации, с которыми доведется столкнуться. Когда материала накопится достаточно, рассортируйте все, «причешите» текст и выпустите свою «Шпаргалку для журиков»☺

ПРИЛОЖЕНИЕ

1. «Юридическо-русский» словарь.

Адвокат	<p>Всякий адвокат – защитник. Но не всякий защитник адвокат! Адвокат – это человек с высшим юридическим образованием, сдавший специальный экзамен, для того, чтобы работать адвокатом, член коллегии адвокатов. Кроме того, чтобы он представлял кого-то как адвокат, оформляется специальный ордер.</p>
Административные дела	<p>Это где кто-то бодается с государством (в лице гос.органов). Или когда государство (в лице гос.органов) бодается с кем-то. То есть, в том случае, когда виновник закон нарушил, но какому-то конкретному человеку ничего не сделал.</p>
Административный арест	<p>Это который на 1-15 суток с содержанием в обезьяннике за административные правонарушения. Вопрос об административном аресте решает Административный СУД! Административный арест дают за всякие правонарушения, т.е. за мелочовку.</p>
Апелляционная коллегия	<p>Бывает по уголовным делам, бывает по гражданским. Работает в суде вышестоящей инстанции и рассматривает апелляции на вынесенные приговоры и решения. Т.е. суд чего-то решил или кого-то приговорил. Одна из сторон (или обе) не согласны. Они жалуются – обжалуют приговор или решение. А апелляционная коллегия решает – оставить все как есть, или отменить вынесенный приговор или решение.</p>
Арест	<p>Это когда того, кого задержали, оставляют под стражей С САНКЦИИ СУДА! Суд решает арестовать или отпустить. Если арестовать – то насколько. Если арестовали, то, скорее всего, и судить потом будут...</p>
Вердикт	<p>Это не ПРИГОВОР! Приговор – это отпустить или посадить, а если посадить, то насколько. Вердикт выносят присяжные заседатели и только они! Все, что они могут сказать – это «виновен» или «невиновен». И все. Больше их ни о чем не спрашивают. На основании решения присяжных, судья выносит ПРИГОВОР – если вердикт «невиновен», то отпустить, если вердикт «виновен» - то посадить и на сколько.</p>

Вышестоящий суд	В тех городах, где в каждом районе города по своему суду – вышестоящий это городской. В областях, где самый мелкий суд – это суд какого-то района области, вышестоящий – это областной суд. И выше всех них вместе взятых – Верховный суд РК. Это как ступеньки – районный суд вынес решение или приговор. Не понравилось – пошли жаловаться в городской или областной. Тот все оставил в силе. Не понравилось. Подали жалобу. Ничего не изменилось. Пошли в Верховный суд (всякую мелочь там не рассматривают!). Опять ничего не получилось. Тут уже собрали все документы, и пошли в Европейский суд по правам человека. Не факт, что там документы примут. А если примут, то пока до них очередь дойдет, глядишь, и срок пребывания в колонии закончится или, если дело гражданское, все само рассосется...
Гос.обвинитель	Это прокурор. Относится к стороне обвинения. В гражданских делах не встречается!
Грабёж	Что-то нагло отобрали, но при этом никого не побили, не покалечили, ножами, кастетами, пистолетами не размахивали.
Гражданские дела	Когда два гражданина (или две компании, или компания и гражданин) что-то не поделили. А поделить пытаются в суде. Никто никого не побил, не убил, не ограбил и государству они никак не помешали. Междусобойчик у них.
Дознаватель	Пока не началось предварительное СЛЕДСТВИЕ, делом занимается дознаватель. Это не следователь! Он собирает первоначальную информацию, может возбудить уголовное дело, может начать что-то расследовать. Но потом дело все равно отдадут следователю (за исключением всякой мелочовки, про которую мы все равно не пишем)
Задержание	Если кого-то поймали и скрутили – это ЗАДЕРЖАНИЕ. Задержать могут не больше, чем на 72 часа.

<p>Защитник</p>	<p>Этот тоже кого-то защищает, но при этом он совсем не обязательно адвокат. Это может быть муж или жена обвиняемого (подозреваемого, подсудимого), близкий родственник (его бабушка, например) или представитель организации, которая его опекает. И вовсе не обязательно, что у этого человека есть юридическое или какое угодно другое образование, включая младшее школьное. Т.е. адвоката можно назвать ЗАЩИТНИКОМ всегда. Защитника можно назвать АДВОКАТОМ только, если он ДЕЙСТВИТЕЛЬНО адвокат!</p>
<p>Изолятор временного содержания (ИВС)</p>	<p>Там сидят задержанные. Они еще не арестованные. Санкции суда на арест еще нет. Так что сидеть там по закону можно не больше 72 часов.</p>
<p>Колония</p>	<p>Это где сидят те, кого уже осудили за уголовщину. Сидят они там годами. Отбывают наказание.</p>
<p>Кража</p>	<p>Что-то тихо стащили. Причем так, что жертва и не заметила...</p>
<p>Надзорный орган</p>	<p>Это прокуратура во всех видах и не иначе. Транспортная прокуратура, военная прокуратура, городская, районная, областная. Надзорный – потому что ее прямая обязанность надзирать за правильным и точным исполнением законов.</p>
<p>Обвиняемый</p>	<p>Как только предъявили официальное обвинение – человек уже обвиняемый.</p>
<p>Огнестрельное оружие</p>	<p>Пистолет, автомат, револьвер, пулемет, ружье – все, что стреляет БОЕВЫМИ патронами. Пушка – это уже артиллерия. И вообще она стреляет снарядами, а не патронами.</p>
<p>Определение</p>	<p>Любые постановления, кроме решения. Определением суд решает все вопросы, возникающие при рассмотрении дела. Например, об отказе в приеме иска, о назначении экспертизы, об истребовании доказательств, о заключении мирового соглашения. Но суть дела оно не решает. То есть, кому принадлежит имущество, кто кому сколько должен выплатить денег – это РЕШЕНИЕ, а то, что по большому счету означает «Вы сами помирились и до свидания», «Иди научись иски писать правильно, в таком виде не приму!», «Кажется, он спятил, надо его у психиатра проверить!» - это определение.</p>
<p>ордер</p>	<p>Бумага, которая подтверждает, что полиция чего-то может сделать – например, провести обыск.</p>

Орудие убийства	Это то, что не оружие, но чем убили. Вот, например, прикроватная тумбочка... Изначально она создана не для того, чтобы кого-то убить, но если ей сильно ударить, то она очень даже может превратиться из предмета интерьера в орудие убийства. Однако, оружием она не станет! Никогда!
Подозреваемый	Бывает только по уголовным делам. Полиция (следователь) думает, что именно этот человек совершил преступление и оформляет документы, что именно этот человек является подозреваемым. Пока такого документа нет, это не подозреваемый. А с того момента, когда такая бумажка появляется и до тех пор, пока человеку не предъявлено официальное обвинение – он подозреваемый.
Подсудимый	Ну а это уже когда его в суд привели (не в тот раз, когда арест санкционировали, а когда дело стали рассматривать).
Постановление	постановление - всякое, помимо приговора, решение суда. Понятие «постановление» включает в себя такие штуки как решение и определение. Так же как, журналистика это общее (как постановление), а телевидение – это ее часть (как решение) и радио – это ее часть (определение). Повторяю: по апелляции и кассации выносят ПОСТАНОВЛЕНИЕ. А если дело рассматривается первый раз, то выносят РЕШЕНИЕ (или ПРИГОВОР – если это уголовщина)
Правонарушение	Закон нарушен, но по мелочи. За это не сажают! Могут оштрафовать. Например, выбросил мусор где попало. Не в тюрьму ж его за это! (Обезьянник – не тюрьма, но об этом позже, там где про аресты, изоляторы и пр.)
Преступление	Это уголовщина. Это то, за что сажают. Есть жертвы и/или кого-то задержали, арестовали или собираются это сделать. Когда кто-то слишком много украл у государства, взял слишком большую взятку и т.п. это тоже уголовщина и это тоже преступление.
Преступник	Так называется тот бедолага, который сначала был подозреваемым, потом задержанным, потом арестованным, потом обвиняемым, а потом подсудимым. Но преступником его можно назвать только после того, как приговор вступил в силу! ВНИМАНИЕ: Приговор вступает в законную силу не тогда, когда судья его огласил, а обычно спустя примерно 10 дней. Это время дается, чтобы подать апелляцию.

Приговор	Выносится судом и только по УГОЛОВНЫМ делам на основании определенных статей закона или законов. Подсудимый может быть и оправдан. И это тоже ПРИГОВОР. Только оправдательный. Можно сказать «суд вынес оправдательный приговор» или «суд оправдал». Это одно и тоже.
Присяжный	Один из тех 12 которые сидят на скамейке в зале, а потом решают виновен подсудимый или нет. Т.е. один из тех, кто выносит вердикт. К вынесению приговора отношения не имеет (возможно даже, вообще не читал уголовный кодекс)
Разбой	Напали, что-то отобрали, побили, порезали, подстрелили, или угрожали ножом, пистолетом и т.п.
Решение	Выносится судом по ГРАЖДАНСКИМ и АДМИНИСТРАТИВНЫМ делам! В общем, по всем, КРОМЕ УГОЛОВНЫХ! Кому принадлежит квартира, машина, дача, кошка, кто кому сколько должен выплатить денег за долю в бизнесе, или за моральный или материальный ущерб, кто куда должен пойти и что сделать – это РЕШЕНИЕ. «Мы тут посоветовались и я решил...» в общем... Суд первой инстанции (тот, где дело рассматривают первый раз) выносит РЕШЕНИЯ. По апелляции и кассации выносят ПОСТАНОВЛЕНИЯ.
Санкция	Разрешение что-то сделать – провести обыск, арестовать и т.п. Т.е. например, фраза «суд санкционировал арест» означает «суд разрешил арест». Но в материале все равно пишем САНКЦИОНИРОВАЛ
Следователь	Ну тут все понятно – это тот, кто ведет следствие, расследование уголовного дела. Если вспомнить Шерлока Холмса, то получается, что сначала инспектор Лейстрейд что-то все пытался накопать, но потом все равно передавал дело Холмсу и тот все выяснял, кто преступник, где его найти, как его понять и т.п. Ну так вот – дознаватель – это примерно как Лейстрейд. А следователь – как Шерлок Холмс, хотя далеко не всегда такой же умный...
Следственный изолятор (СИ, СИЗО)	Там сидят арестованные. Т.е. те кто был задержанный, и кого суд разрешил арестовать. Сидеть они там будут, пока не закончится следствие и суд. Потом их или отпустят, или отправят в колонию

Суд первой инстанции	Это который первый рассматривал дело (не важно, гражданское, уголовное или административное). Как правило, это самый мелкий суд – районный по городу (суд Медеуского района Алматы, например или суд какого-нибудь района какой-то области)
Судья	Тот, который в мантии и при появлении которого все встают. Он оглашает приговор или решение суда. Но никогда ни при каких обстоятельствах он не выносит вердикт!
Травматическое оружие	То, что стреляет, но убивать не должно (теоретически). Травматический пистолет, например.
Уголовные дела	Те, за которые в большинстве случаев, сажают в тюрьму – убийства, кражи, грабежи, крупные хищения, контрабанда и т.п. По ним суд выносит ПРИГОВОР
Ходатайство	Когда одна из сторон в судебном заседании чего-то требует (сменить судью, прокурора, признать доказательства недопустимыми, провести экспертизу и т.п.). Ходатайство может быть письменным или устным. Его либо УДОВЛЕТВОРЯЮТ либо ОТКЛОНЯЮТ. И никак по-другому. По факту еще могут спустить на тормозах, но это уже незаконно.
Холодное оружие	Нож. Мачете. Сабля. И т.п. Короче, все, что железное, режет и предназначено для того, чтобы покалечить или убить. Кухонный нож может быть и не признан холодным оружием (его делали для того, чтобы в мелкий винегрет крошить овощи, а не всех подряд). Но вот ОРУДИЕМ убийства он вполне может быть.
юрист	Любой адвокат юрист, но не любой юрист – адвокат. Юрист может быть прокурором, следователем, нотариусом в конце концов. Простите за сравнение, но каждый бультерьер – собака, но не каждая собака – бультерьер. Кстати, то же неполиткорректное сравнение подходит и к разнице между защитником и адвокатом.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Русско-русский словарь

Австралия	Континент, где водятся кенгуру
Австрия	Страна в Европе. Там кенгуру НЕТ! (разве что, в зоопарке)
автобиография	Это биография человека, которую он пишет САМ! С греческого дословно переводится «сам-жизнь-пишу». Если не сам, то это просто биография.
аксиома	Истина, которую не надо доказывать. Все уже доказано до вас.
акционер	Тот, кто владеет акциями. А не тот, кто просто работает в акционерном обществе.
Америка	Хотя под словом «Америка» очень часто подразумевают США, на самом деле, это, вообще-то континент. Даже два. Северная Америка и Южная Америка. Там много всяких стран - Эквадор, Перу, даже Канада.
аперитив	Алкогольный напиток, который пьют до еды или во время еды для улучшения аппетита
аристократ	Представитель знатного древнего рода. Вот принц Чарльз – это аристократ. А двоюродный племянник мэра какого-нибудь райцентра – вряд ли...
аудит	Это не владелец Ауди. Это независимая проверка деятельности компании. Например, годовых отчетов и т.п. Если главный бухгалтер проверяет, правильно ли его подчиненные составили отчет – это не аудит. Аудит проводят люди, не работающие в проверяемой компании. Потому такая проверка и независимая.
афроамериканец	Вообще-то, это темнокожий американец. Если это житель Зимбаве, никогда не выезжавший из своей деревни, то он, конечно, же, афро, но никак не американец! Не ведитесь на показную политкорректность!

банкир	Не всякий, кто работает в банке – это банкир. Уборщица тоже там работает. Банкир – это владелец или крупный акционер банка. Остальные – просто сотрудники.
биограф	Тот, кто изучает и фиксирует чью-то биографию.
бронь	Это предварительный заказ чего-либо – билетов на самолет или поезд, номера в гостинице. Забронировать – это и значит поставить бронь, сделать предварительный заказ.
броня	Больно было слышать от корреспондента военной (!!!) программы на одном из российских телеканалов фразу «Этот танк пробивает бронь на расстоянии столько-то метров». Если танк пробивает бронь, значит, он вместо того, чтобы воевать, носится по знакомым и использует свои связи для того, чтобы зарезервировать билет куда-то, куда трудно попасть. На какой-нибудь концерт, например. Или на самолет в разгар сезона. А вот если этот танк пробивает БРОНЮ – то это хороший танк. То, чем бронируют, то есть делают крепче, надежней и бронейней (простите за тавтологию) это БРОНЯ.
боевые искусства	Это не тоже самое, что спорт. Всякие мордобойные занятия являются спортом, если по ним проводятся соревнования. А если там используются боевые техники, цель которых – убить или покалечить противника, то это уже не спорт!
в течение	На протяжении какого-то времени.
в течении	Это про течение, которое в реке. В быстром течении реки... и т.п.
документ	Это то, что написано на официальном бланке и заверено печатью. Пресс-релиз – это не документ. Это просто пресс-релиз. И письмо по электронной почте – это тоже не документ. А вот официальный ответ на редакционный запрос, как правило, документ. Обычно их и отправляют на официальных бланках, с исходящим номером и т.п. К документам относятся акты экспертиз, протоколы, и т.п.
индеец	Это тот, который в Америке, в резервации, в вигваме и с трубкой мира (не политкорректно, зато наглядно)

индиец	Это житель Индии, вне зависимости от национальности и вероисповедания – это может быть мусульманин, сикх, христианин, по национальности – бенгалец, тамилец и т.д.
интеллигент	Это не тот, кто в очках и в шляпе. И не тот, кто работает в офисе. Это человек «глубокой внутренней культуры». Если он в очках, в шляпе и в офисе беспрерывно матерится – это не интеллигент, а совсем наоборот. А если он грузчик, но попав со всей дури молотком себе по пальцу, скажет «Ой-ой-ой! Какая незадача!» - смотрите внимательно. Второго такого интеллигента вы встретите еще не скоро...
Кануть	Упасть, бесследно пропасть. См. ЛетА, Кануть в ЛетУ
катастрофа	Стихийное или техногенное бедствие, в котором пострадало много людей и был причинен большой ущерб.
колонна	Это то, что куда-то выдвигается строем. Например, вереница автобусов, БТРов, хотя бы мотоциклов. Может быть и пешая колонна – когда много людей организовано, строем куда-то идут.
колония	Это сообщество бактерий или других микроорганизмов. Они никуда не идут, ни организовано, ни хаотичной толпой. Они просто живут вместе. Или это место лишения свободы – колония строгого режима, например. Она тоже никуда не идет. Она сидит.
коренья	Проще говоря, корнеплоды. Морковка, свекла, картошка – то, что выкапывается из земли с целью съесть. Это не совсем корень. Это плод, который болтается в земле на корне.
корень	Некоторые корни тоже можно выкопать и съесть. Но чтобы понять, в чем разница между корнями и кореньями, представьте себе, что бы вам больше хотелось получить на ужин – жаренную картошечку или корешок дуба сантиметров 30 в диаметре?... Вот то-то же!

Лета. Кануть в Лету	Ко времени года это слово не имеет ни малейшего отношения. Лета - это река такая была в греческой мифологии. Из нее пили воду души умерших, в результате чего забывали все, что происходило с ними при жизни. Т.е. кануть в Лету («У», а не «О») - это значит быть забытым.
мужеложество	Половые отношения МУЖИЧНЫ с женщиной.
невежа	Хам, невоспитанный человек. При этом он очень даже может быть эрудированным, иметь 15 дипломов и т.п.
невежда	Неуч. Может быть очень воспитанным, но абсолютно темным (в смысле неграмотным).
неприкасаемый	Низшая каста в Индии, фактически изгои, к которым нельзя было прикасаться, чтобы не осквернить себя.
неприкосновенный	Антипод неприкасаемого. Человек, который занимает такое высокое положение, что фиг дотянешься.
надеть	Надеть можно что-то на себя.
одеть	Одеть что-то нельзя. Представьте себе, что вы одеваете сапог. Да-да, именно одеваете. Стоит себе сапог, а вы натягиваете на него свитер, шапку, шарфик повязываете. Внимание, вопрос: вы зачем это делаете?... А вот если вы надеваете сапог – то это значит, что вы вставляете в него ногу ...
пенсионер	Это не синоним слова «пожилой». Это человек, который находится на пенсии. В некоторых профессиях на пенсию выходят рано - где-то в 40 лет. А некоторые трудоголики и не думают оформлять пенсию до глубокой старости.
пионер	Это не только советский ребенок с красным галстуком на шее. Это вообще первопроходец в чем-либо (не путать с первопроходимцем). Первооткрыватель.
половина	Это 50%, 1/2 часть. Она не может быть бОльшей или меньшей. Большею или меньшею может быть ЧАСТЬ.
проектировать	Создавать проект чего-либо, технического устройства, здания и т.п.

проецировать	Передавать куда-либо изображение. Так в кинотеатре фильм проецируется на экран.
психиатр	Врач, который занимается лечением психически больных людей
психолог	Специалист, который занимается тараканами в голове здорового человека.
статист	Актер массовки
статистик	Специалист по статистике
театрал	Любитель театра, а не тот, кто там работает. Гардеробщица, работающая в театре, может и не быть театралкой, если она этот театр уже просто ненавидит
товарка	Это товарищ женского рода. Никакого отношения к товару не имеет.
успеваемость	Это не способность все делать быстро и вовремя. Да, оно от слова «успевать». Но у него есть еще другой смысл – усваивать знания. Так что успеваемость – это та, которая в школе, хорошие оценки в смысле. А к скорости работы она никакого отношения не имеет.
фельетон	Сатирическая статья
цивилизованный	Приобщенный к цивилизации, действующий так, как это принято в нормальном обществе. В общем, не дикарь.
цивильный	Гражданский. В значении «культурный, приличный» тоже употребляется, но в разговорной речи
экипировка	Специальные одежда и снаряжение
эпидемия	Широкое распространение инфекционного заболевания. Десяток заболевших на миллионный город – это не эпидемия!

Мадина Жулдызбековна Алимханова

ШПАРГАЛКА ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

ISBN 978-601-7542-84-9

Подписано в печать 2016 г.

Формат 60x84¹/₁₆. Объем 15,5 п.л.

Бумага офсетная.

Тираж 1000 экз. Заказ № 363.

Отпечатано в типографии ТОО «Полиграфсервис»
050050, Республика Казахстан,
г. Алматы, ул. Зелёная, 13 а.