

читателя газеты. Однако писать аналитику может не каждый, поэтому мы ищем внештатных авторов – сильных журналистов, обладающих своей авторской позицией и умеющих ее донести до читателя.

А еще в наших планах – открытие объединения «Юный журналист» для школьников. Хотелось бы «заразить» ребят журналистикой, и, возможно, кто-то в будущем придет к нам работать. Так, например, случилось со мной: в школьные годы я посещала кружок журналистики при газете, а потом он перестал существовать. Хотелось бы возродить эту традицию.

Беседовала Елена Смирнова

СОВЕТЫ МОЛОДЫМ ЖУРНАЛИСТАМ

*Интервью с Лилией Гайдаржи,
корреспондентом корпоративной газеты «Энергетика Беларуси»*

Во время учебы на факультете журналистики студенты мечтают писать о культуре, моде и путешествиях. Но часто бывает так, что на распределение они попадают в специализированные издания, где от них требуется четкое понимание темы и точные знания в определенной области. Так и недавняя выпускница журфака Лилия Гайдаржи долгое время писала о спорте и работала в этой сфере. А на распределение попала в корпоративную газету «Энергетика Беларуси», специфика которой до этого была ей незнакома. Но за три года она успела освоиться и поделилась некоторыми правилами, которые в свое время помогли ей в работе в корпоративной газете.

Изучите технические вопросы.

Понятно, что вы не будете сразу владеть всем идеально и понимать, чем выгодна многогранная опора или почему тренер миксует пятерки именно таким образом, но постепенно будет и это. Шаг за шагом, факт за фактом зарисовывайте пробелы.

Обращайтесь за помощью.

Не бойтесь спрашивать все, что вас интересует, особенно у знакомых людей, тех, кому доверяете. Школьные законы по физике, фамилии хоккеистов чемпионата 1987 г. – все что угодно, если вы считаете, что этого факта не хватает вам для понимания темы.

Подготовьтесь к буллингу.

Как бы вы ни проникли в суть темы, вы не учились этому 5 лет, а потом не работали с этими руками – и это всегда будет понятно. Поэтому найдутся люди, которые укажут вам на это. Учитесь спокойно реагировать на это и ставить людей на место. Если понимаете, что человек зашел слишком далеко (так бывает), не стесняйтесь спросить, почему он хочет самоутвердиться за ваш счет, например.

Ограничивайте правки.

Поскольку специалисты всегда будут знать лучше свою тему, они всегда будут считать, что лучше знают, как вам писать. Очертите границы допустимых правок при согласовании, если вам дорог текст (а согласование в корпоративных СМИ будет всегда). Например, 15 раз оговорите (напишите, подчеркните), что в тексте могут быть поправлены исключительно ФАКТЫ, а принятие стилистических правок вы оставляете за собой. Далек не всегда специалист успокаивается и правит только факты, но вы хотя бы попытались.

Не перегибайте палку.

С доказательством своей точки зрения, стилистики или всего чего угодно. Иногда люди действительно просто хотят помочь вам – девушке в розовом пиджаке, которая слабо разбирается в вакуумных выключателях. Со временем вы поймете, от кого помощь можно и нужно принимать, и будете даже этому рады. Поэтому на первых порах воспринимайте критику не в штыки, а с осторожностью.

Попробуйте понять политику отрасли, в которой вы работаете.

Всегда есть куча негласных моментов, которые вам лучше будет учесть. Как руководство относится к той или иной проблеме? Какие вопросы наиболее острые? С какого ракурса затронуть ту или иную тему? Как задать вопрос на пресс-конференции, чтобы на него ответили? Какие правила техники безопасности нужно учитывать при фотосъемке людей на объектах? Это поможет вам разбираться в актуальных вопросах и задавать тон интервью.

Ищите новое.

Корпоративная пресса – не то чтобы благодатная почва для свежих идей. Через пару лет работы вы поймете, что все исписано, и сможете с закрытыми глазами проводить экскурсии по любому РЭС. Тут остановитесь и подумайте, как не загнать себя в болото стабильности, из которого потом не выйти. Ищите людей! Пожалуйста, всегда ищите людей.

Они самое ценное, что есть в журналистике, они сами все делают так, что оно просится на бумагу – вам нужно только уметь это выцеплять. Ищите темы – расписывайте подробно неподробное, фотографируйте непоказанное, поезжайте туда, где еще никто ни разу не был. Там вас ждут.

Читайте архивы.

Чтобы понимать, откуда все пришло и что уже было написано. Корпоративные газеты – это клад отрасли, где мельчайшим образом расписаны все этапы ее развития, все люди и все события. Если знать, где искать, можно взять оттуда все вопросы для современного интервью и показать себя не гуманитарием, а технарем.

Читайте книги по теме.

Много книжек. Специальную и художественную литературу – чтобы лучше понять людей и технику. Все это пригодится.

Не забывайте блокнот, ручку, диктофон, камеру, командировочное удостоверение и паспорт.

Это ваша мантра – запомните и повторяйте перед каждым выездом. Потому как, хотя корпоративным СМИ открыт доступ практически везде, без паспорта не пустят практически никуда. А телефоны иногда приходится сдавать – диктофон в помощь. Без бланка командировки не отчитаетесь перед бухгалтерией за прожитый вне работы день и не получите денег. А без ручки и блокнота... Ну, они иногда придают уверенный вид и помогают скрасить одиночество на мероприятиях.

Беседовала Маргарита Горбатко

«МИССИЯ ВЫПОЛНИМА»

*Интервью с Виктором Дулевичем,
главным редактором газеты «Навіны Камянеччыны»*

– Трудно быть главным редактором газеты? Из чего состоит ваша работа?

– По-разному. День на день не приходится. Работа многогранна, просто так ее не описать. Но в этом ее привлекательность, огромный творческий потенциал и возможность самореализации.