

У добі – 24 години, для повноцінного сну потрібно 8, залишається – 16. Ви часто працюєте (саме *працюєте*, а не займаєтесь діяльністю, відмінною від сну) 16 годин на добу?.. Отож.

Час можна знайти для всього, головне – виконати з цією метою кілька простих дій.

1. Визначте і розставте пріоритети.

2. Виберіть оптимальні часові проміжки для завдань, що відповідають тому чи іншому пріоритету.

3. Домовтеся про розподіл часу між ними з усіма людьми, які задіяні у вашій життєдіяльності й від кого може залежати ефективність використання вашого часу або на кого це може вплинути. Такими людьми є не лише керівники й колеги, а й члени сім'ї. Зробіть їх своїми союзниками у раціональному використанні вашого часу, поясніть їм переваги спільної турботи про це.

4. У процесі реалізації завдань гнучко змінюйте дії відповідно до отриманих результатів, виявлених закономірностей чи нових можливостей, що з'явилися. При цьому змінюйте свою реакцію достатньо швидко, щоб встигнути тими новими можливостями скористатись. Але достатньо обдуманого, щоб не спровокувати конфлікт з оточуючими «на порожньому місці».

5.2. «Лайфхаки»¹ для працівника ЗМІ на щодень

Ця добірка порад народилась у процесі щоденної журналістської та редакторської роботи. Перечитуючи написане, зловив себе на думці, що суто професійне тут тісно переплелось з особистим, життєвим. Напевно, це симптоматично: журналістика – це своєрідна міні-проекція життя загалом. У журналістській діяльності яскраво відображуються паттерни (шаблони, повторювані послідовності дій) людської взаємодії, людської комунікації у найширшому розумінні цього слова. Журналістика – це те конкретне, що є і частиною загального, і його зменшеним, масштабованим відображенням. Саме тому пункти тут не структуровані на професійні та особисті. Чи не будь-яку суто професійну, з першого погляду, пораду можна «спроєктувати» на життя взагалі, збільшивши

1 Лайфхак (від лайфхакінг, англ. life hacking) — сленговий термін, що означає маленьку хитрість або корисну пораду, яка допомагає вирішувати побутові проблеми, заощаджуючи тим самим час. Це набір методів і прийомів «зламу» навколишнього життя для спрощення процесу досягнення поставлених цілей за допомогою різних корисних порад і хитрих трюків. Зазвичай лайфхакер не створює нові методики, а просто використовує вже існуючі.

масштаб. І навпаки – можна зменшувати його до рівня журналістської діяльності там, де на перший погляд автор вдається до філософських узагальнень.

1. На подію варто приходити завчасно. «Завчасно» – означає не лише прийти на місце події хвилин за 10-15 до її початку, а й вийти з «запасом» часу.

Тобто, якщо ви знаєте, що дістатись потрібного місця громадським транспортом можна за 10 хвилин, а подія розпочинається об 11 годині – це не означає, що вийти потрібно о 10:50. По-перше, ви маєте бути на події хвилин за 10 до початку. (Зайняти зручне місце, перекинутись словом з колегами чи організаторами події, можливо, довідавшись дещо ексклюзивне).

А, по-друге, врахуйте: маршрутки чи автобусу може довго не бути. Якщо ви викликали таксі – воно може приїхати пізніше. (Від того, що ви, нервово очікуючи на авто, зателефонуєте диспетчеру з обуренням, таксі швидше не приїде – іноді доречніше піти, поки не пізно, ловити «попутку»). Якщо ви їдете редакційним автомобілем – водій цілком імовірно вирішить саме зараз заїхати на заправку. Якщо ідете пішки – дорогою ви можете зустріти знайомого.

Отже, вийти краще о 10:35 – 10 хвилин на дорогу, 5 – резерв часу, 10 – для орієнтування на місці.

Ви можете відразу не знайти місце проведення події. А, знайшовши, не відразу потрапити на потрібний поверх чи в потрібний кабінет (не працює ліфт, зачинений головний вхід, на вході перевірятимуть документи тощо).

Непередбачуваних ситуацій може трапитись більше, ніж ви собі уявляєте. Щоб бути до них готовими – виходьте раніше!

Краще прийти на подію на 10 хвилин раніше, ніж запізнитись бодай на 5 хвилин. Зрозумійте, що, якщо організатори події – не ваші друзі чи дуже хороші знайомі, а подія має статус більший, ніж приватна вечірка, вас ніхто чекати не буде. Коли подія розпочнеться – вам буде важко зорієнтуватись, що саме відбувається.

Організатори, швидше за все, вже будуть зайняті самою подією, а не коментуванням її для преси. Вам може елементарно не вистачити місця в залі або зручної позиції для фотозйомки. Якщо ви маєте при собі ноутбук, який потребує живлення – розетка може бути зайнята кимось із ваших колег. Одне слово, ви почуватиметесь розгублено, і часу для орієнтування знадобиться набагато більше.

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

2. На більшості заходів не варто бути до кінця. Водночас, професійність журналіста передбачає вміння розрізняти, де сидіти не варто, а де конче потрібно добути до останньої хвилини.

Урочистості до Дня вчителя зі святковим концертом – подія з розряду тих, де до кінця бути не обов'язково. Головне, якщо ви готуєте інформаційний матеріал, – дізнатись, кого саме нагородили (записувати на слух – неефективно, краще домовитись, щоб вам дали в роздрукованому вигляді або «скинули» на електронну пошту сценарій нагородження, де є всі прізвища) і зробити максимум фото для фотогалереї сайту. Знайти організаторів і запитати їх про текст сценарію – краще до початку події, що ще раз підкреслює важливість завчасного приходу.

А ось засідання бюджетної комісії міської ради, де найскандальніше питання поставлене в порядку денного останнім, – доведеться відсидіти до кінця.

Як зазначає О.Амзін, «захід, який проводиться цілий день, завідомо менш привабливий, ніж той, який проводиться у короткому, зрозумілому форматі» [2, с.54].

Потрібно відчути момент, коли кількість зібраної інформації досягла «критичної точки», достатньої для підготовки повноцінного матеріалу. Показник досягнення «критичної точки» – наявність відповідей на ключові запитання до новини, про які йшлося в розділі 4. Відчули? Тоді швидше починайте працювати над матеріалом.

3. Навряд чи варто бути присутнім на будь-якій події довше години.

Виятків із цієї поради загалом три.

Перший – зумовлений жанром: це коли ви працюєте не над новинним матеріалом, а над журналістським розслідуванням, репортажем чи аналітикою. В цьому випадку потрібно більше інформації та глибше проникнення в тему. Економія часу тут небезпечна поверхневістю.

Другий виняток – зумовлений характером події, тобто якщо вона – надзвичайна, сенсаційна, скандальна, єдина в своєму роді. Гріх поспішати за будь-яку ціну, коли на твоїх очах твориться Історія. Чи просто відбувається щось унікальне. Передавай до редакції або став на сайт перші новини з місця подій – і слідкуй за їхнім розвитком далі.

І третій виняток – зумовлений кінцевою (справжньою) метою

вашої присутності на події. Чимало досвідчених журналістів, які спеціалізуються на висвітленні певної тематики, час від часу з'являються на заходах не тільки й не стільки заради підготовки матеріалу. Для них головніше – «засвітитися» в середовищі своїх героїв, своїх джерел інформації. «Зайшов привітатись з людьми», – говорить про такі ситуації один колега автора. Для журналіста як особи публічної важливо, щоб про тебе не забували. Тоді з більшою ймовірністю саме тобі наступного разу «підкинуть» цікаву інформацію, ексклюзивне джерело, корисний контакт, перспективну можливість.

4. Плануйте не лише роботу, а й відпочинок.

Уже згадуваний вище Г.Архангельський першим принципом, якого рекомендує дотримуватись під час організації відпочинку впродовж робочого дня, називає ритмічність. Тобто через суворо заплановані проміжки часу ви маєте невеличкий запланований час для відпочинку. Орієнтовно це 5 хвилин перерви після кожної години роботи або 10 – після півтори години. «Чим сильнішим буде переключення під час п'ятихвилинки відпочинку, тим краще ви відпочинете і відновите сили» [4, с.17]. Тобто, якщо ви сиділи – встаньте і пройдіться, є можливість вийти на свіже повітря – вийдіть, є змога зробити кілька простих фізичних вправ – зробіть. А переключитись із написання статті на перегляд фото в соцмережах, залишившись на тому самому робочому місці в тій самій позі – далеко не відпочинок.

5. Готуйте матеріали наперед.

Приміром, ідучи на подію, яка відбуватиметься в розвитку (наприклад, резонансна сесія міської ради з багатьма питаннями), створіть заздалегідь «заготовку» першого матеріалу за темою. На місці події, пересвідчившись, що все іде за планом, ви зможете додати кілька свіжих деталей, можливо, фото з місця події – і відразу активувати матеріал на сайті. Розвиток події в такому разі висвітлюватимете у наступних матеріалах. Зрозуміло, що так варто робити у разі, коли сама по собі подія є новиною (скажімо, резонансна сесія, яку кілька разів переносили через неявку депутатів, або судове засідання в гучній справі). Те саме може стосуватись засідання, де мають прийняти або не прийняти якесь прогнозоване рішення – ви можете спрогнозувати його і так само створити «заготовку», згодом лише додавши деталей або змінивши час з майбутнього на минулий, якщо ви цю подію вже проанонсували – і це

може бути окремий матеріал.

Чи не найпростіший приклад використання цієї технології – робота з результатами екзит-полу на виборах: якщо ви знаєте, що голосування закінчується о 20-й годині, а о 20:01 в онлайні будуть оприлюднені дані екзит-полів – створіть матеріал-«заготовку», куди потрібно буде вписати лише відсотки за того чи іншого кандидата. Коли «година Ч» настане – відкрийте у браузері два вікна: сайт, де пишете статтю, і сайт, де оприлюднюють дані екзит-полу. Далі, як кажуть, – справа техніки. Головне – не забудьте поставити коректне посилання на першоджерело інформації: у будь-якій ситуації журналіст повинен дотримуватись елементарних норм професійної етики.

Для редактора чи журналіста онлайн-видання, який працює переважно за комп'ютером, а не «в полі», доречною є порада О.Амзіна: отримавши анонс події, позначте в календарі час її початку. Коли ця година настане, «обходьте стрічки всіх новинних агентств, а також сайт ньюсмейкера – там уже може лежати прес-реліз» [2, с.47].

6. «Запаралелюйте» процеси.

Резерви часу часто лежать у площині поєднання кількох процесів в одному проміжку, замість послідовного їх виконання.

Приміром, якщо відчуваєте, що вам потрібні письмові коментарі за темою – напишіть відповідні прохання до початку роботи над матеріалом, а не після. Не виключено, що, поки ви викладе-те вже відомі вам факти, про невідомі ви дізнаєтесь, отримавши електронною поштою або через соцмережі готову письмову відповідь. Якщо відповідь не надійшла впродовж 30-40 хвилин – зателефонуйте. Якщо відсутність коментаря не критична – напишіть, що очікуєте на коментар, і активуйте статтю. А після його отримання зробіть окремий матеріал на основі коментаря або підкоригуйте підготовлений раніше.

Інший приклад: ви принесли з події фото і відео. Нехай воно обробляється чи «заливається» на You Tube, поки ви пишете статтю. Дописавши текст, ви зможете відразу проілюструвати його – і активувати матеріал.

Якщо працюєте над матеріалом удома – «запустіть» якийсь процес домашньої роботи (наприклад, прання), що не потребує вашої постійної присутності, паралельно з роботою над матеріалом. Американський бізнес-консультант Марк Леві розповідає про подібний досвід письменника Чака Паланіка: «Перед тим, як взятись за написан-

ня чергового розділу, він завантажує брудні речі у пральну машину, а сигнал про закінчення циклу прання слугує для нього сигналом до закінчення паперотворчості. Таким чином, він пише бестселер і виконує роботу по дому одночасно» [27, с.37].

7. Почавши писати, намагайтесь 15 хвилин пропрацювати безперервно.

Не заходьте в соцмережі, встановіть телефон на вібродзвінок, щоб не відволікати себе та колег гучною мелодією рінгтону. Можна взагалі на 15 хвилин вимкнути телефон – нічого надзвичайного не трапиться. Через 15 хвилин безперервної роботи ви, цілком імовірно, вийдете на потрібний рівень продуктивності, якщо у вас його не було від самого початку. Чверть години концентрації на розумовій праці, чверть години перетворення думок на слова здатні «розігнати» ваш інтелект, аби далі йому вже не потрібні були нагадування-прохання зосередитись і почати працювати. «Коли до мене не приходять натхнення, я проходжу півдороги йому назустріч», – слова, що приписують Зігмунду Фройдю, доволі влучно передають сенс цього пункту.

8. Підтримуйте стосунки з колегами з інших ЗМІ.

Вони можуть «перекинути» вам фото з події, коли ви не встигли його зробити самі; допомогти уточнити прізвище героя, якщо ви не встигли його записати; зрештою, елементарно потримати мікрофон, коли вам не вдалося зайняти «вигідну позицію» на зйомці телесюжету. Так, ваші редакції можуть бути конкурентами, але на особистісному рівні варто підтримувати рівні стосунки з колегами з усіх ЗМІ. Журналістське коло – обмежене, і в ньому краще мати репутацію адекватної у спілкуванні людини, яка при потребі може прийти на допомогу, аніж відлюдька чи скандаліста.

9. Якщо на події вам дають якісь роздаткові матеріали (буклети, прес-релізи, проекти рішень, довідкову інформацію, літературу з теми, програмку заходу, список учасників тощо) – беріть усе.

Прес-службам буде приємно, колеги, можливо, здивуються вашій допитливості, але цілком можливо, що щось з цієї інформації знадобиться вам для підготовки іншого матеріалу або навіть кількох. Причому не обов'язково відразу, а, можливо, через деякий час.

Якщо герой матеріалу пропонує вам фото- чи відеоматеріали з власного архіву – беріть, можливо, з цього вийде окремий матері-

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

ал. Або згодом ви використаєте цей контент як ілюстрацію до іншого матеріалу. Або ж він поповнить редакційний архів і згодом стане у пригоді комусь із ваших колег. Для цього... скористайтесь порадою з наступного пункту.

10. Завжди майте при собі «флешку» з достатнім обсягом вільного місця.

По-перше, це дасть вам змогу відразу брати у героїв матеріалів фото- і відеоінформацію, яка є в їхньому розпорядженні. Можна, звісно, залишати свою електронну адресу й просити надіслати інформацію на неї, але потім вам, можливо, доведеться нагадувати про своє прохання. А «флешка» допоможе вирішити питання миттєво.

Для економії часу при зустрічі можна відразу цікавитись у людини, чи є в неї певні матеріали в електронному вигляді (або хоча б у паперовому, щоб зробити копію). Тоді безпосередньо розмова стосуватиметься лише уточнення того, чого немає в електронному форматі. Наприклад, в електронному вигляді, цілком імовірно, є біографія героя, довідка про установу, де він працює. (А ось уточнення конкретних, «вузьких», тим більше, проблемних питань – доцільно проводити «вживу»).

Якщо ви запитаєте про наявність частини інформації в електронному форматі першим – це може в рази (!) зменшити тривалість вашої майбутньої розмови. Взагалі, сама розмова тоді може бути потрібна лише для того, щоб у співрозмовника сформувалась довіра до журналіста: він знатиме, хто готуватиме про нього матеріал; він переконався, що перед ним – адекватна людина; він сформував «первинний запас» довіри до неї. Все решта – є на флешці...

Сказане не стосується ситуацій, коли інформацію приховують – зокрема, під час журналістських розслідувань. Тут відомості потрібно «видобувати». Те, що співрозмовник готовий надати сам, – найімовірніше, є лише вигідною йому версією подій.

11. Якщо матеріал іміджевий — ви зекономите чимало часу і спростите собі роботу, якщо прямо спитаєте у співрозмовника (у разі, коли це наперед не було обумовлене), яку саме інформацію він хотів би висвітлити, який аспект діяльності свого підприємства розкрити, яку його потребу як клієнта має задовольнити готовий матеріал.

Навколо цього і будуйте розмову. Наприклад, може виявитись, що інтерв'ю має бути суто предметним (стосуватись сфери діяль-

ності співрозмовника або його підприємства), і ви зекономите купу часу на розпитування біографічних деталей. Можливо, людина розповість, що інший ЗМІ певний час тому вже готував про нього матеріал, і героя цілком влаштує, якщо ви лише дещо переформатуєте інформацію, яку він вже надав вашим колегам — це зекономить і ваш час, і час співрозмовника. Можливо, ви раніше вже готували матеріал про цю людину (підприємство) — тоді варто запитати, що нового хотів би додати співрозмовник у порівнянні з тим, що розповідав рік тому.

Пропрацювавши в редакції кілька років, особливо у невеликому місті, ви здивуетесь, наскільки періодично вам доведеться спілкуватись з одними й тими самими людьми на одні й ті самі теми.

Не виключено, що нова інформація вміститься у 2-3 речення, і розмова, таким чином, триватиме не більше 5 хвилин.

12. Зібравши на події певний обсяг інформації, відразу подумки «скануйте» його на предмет доцільності подачі в одному чи кількох матеріалах.

Для прикладу, засідання міськвиконкому, де розглядалось 10-15 різнорідних питань, — це само по собі не подія і не тема матеріалу. Це лише майданчик, формат, у якому відбувалось обговорення кількох абсолютно різних питань. Окреме питання — окремий матеріал. Водночас, якщо питання дріб'язкове, малозначуще, інформації з цієї теми мало — не варто з усіх сил «витягувати» його на окрему статтю. Краще подумайте, які теми були дійсно ключовими й зосередьте увагу на них.

Так само можна відразу помічати собі, до яких тем варто повернутись у майбутньому і через який час (новини-тенденції). Наприклад, пішовши на прес-конференцію про хід вступної кампанії до ВНЗ, варто відразу ж спланувати, а коли варто повернутися до теми знову (коли буде наступна фаза або підсумки кампанії).

Інший аспект цього ж питання: в якому жанрі можна підготувати матеріал з події? Можливо, «за гарячими» слідами певної події варто подати новину, а потім поспілкуватися з тим самим героєм окремо й підготувати інтерв'ю.

13. Корисне запитання, яке варто ставити самому собі під час роботи над матеріалом: «Хто мені може в цьому допомогти?».

Допомогти можна корисним контактом, поясненням складної теми, елементарно, як уже говорилося вище, фотографією з місця події тощо. Дуже часто вирішення певної проблеми лежить ви-

ключно у площині знаходження відповіді на запитання: «Кому за-телефонувати, щоб допомогли?» Звідси висновок – постійно розширюйте коло контактів у різних сферах, зберігайте телефони, візитки тощо. У найнесподіваніший момент вам може знадобитись порада або допомога адвоката, нотаріуса, лікаря-невропатолога, кінолога, перукаря, звукорежисера, вишивальниці тощо. Тільки варто не забувати, що якщо ви потребуєте допомоги людей – маєте бути готові й допомагати їм у відповідь, на цьому тримається життя. Не знаєте відповіді на якесь запитання? Не маєте телефону потрібної людини? Не уявляєте, як дістатись певного місця чи про що говорити з експертом? Потрібно уточнити юридичні, економічні чи ще якісь вузькогалузеві нюанси для матеріалу? В усіх цих випадках насамперед думайте: кого зі знайомих мені людей я можу про це запитати? Хто з них зараз є онлайн? Кому я можу зателефонувати? Хто з моїх знайомих може знати таку людину і представити мене їй? Просіть, просіть, просіть!

14. Прогнозуйте і пригадуйте: вільно рухайтесь «лінією часу».

Більшість подій, якщо це не аварії та катастрофи, – можна передбачити заздалегідь. Так само більшість подій трапляється не вперше. Бути ефективнішими в сьогоденні нам допомагає постійне звернення до минулого і майбутнього. Бачення майбутнього й уроки минулого «розгортаються» в дії у часі теперішньому.

«Чим більша відстань, на яку ми зможемо зазирнути в минуле або майбутнє, тим мудрішими й далекогляднішими будуть наші дії» [13, с.53].

Тому – прогнозуйте, про що писатимете, що зніматимете за тиждень, місяць, рік.

Мало хто починає готуватись до весілля за тиждень. Багато хто думає, де і з ким зустрічати Новий рік, вже у дні золотої осені. Чимало одинадцятикласників вчать танцювати вальс і обирають випускню сукню в морозні зимові дні. Тобто у побуті ми досить регулярно мислимо значно довшими проміжками часу, ніж у роботі. Між тим, достатньо просто перенести підхід, ефективний в одному контексті, в контекст інший. Тобто планувати свою професійну діяльність так само далекоглядно, як і побут.

Те саме стосується руху в інший бік «лінії часу» (так у нейролінгвістичному програмуванні іменують наше сприйняття часу) – в минуле. Ми залюбки пригадуємо, якими були в дитинстві. З задоволенням розповідаємо кумедні історії зі шкільних років. Але при цьому здебільшого не пам'ятаємо, яку резонансну новину-

тенденцію висвітлювали місяць тому.

Цікаві матеріали конкуруючих ЗМІ, читаючи які ми часто «кусаємо лікті» – це дуже часто не ексклюзив, який колеги «дістали з-під землі», а елементарне повернення до надрукованого. Хтось вчасно пригадав, що саме сьогодні мали оголосити судовий вирок у гучній справі. Хтось замислився, чому давно не чути про хід розслідування зловживань високопоставленого чиновника, до якого мала претензії прокуратура. Інший колега вирішив зателефонувати герою статті, який місяць тому потрапив у тяжку аварію, й запитати про самопочуття та перспективу судового переслідування винних. Прості розумові дії, які не потребували нічних чергувань на безлюдних автотрасах і «вилазок» у засніжені ліси й брудні наркопритони. Просто біда більшості з нас, журналістів, – у тому, що ми не повертаємось до написаного нами ж самими. «Жити слід, прагнучи вперед, але зрозуміти життя можна, лише озираючись назад», – писав С.К'єркегор [52, с.23].

«Ловити» новини-тенденції варто в теперішньому часі: відразу, коли подія сталася, «проскануйте» її подумки – це надовго? Якщо життєвого і професійного досвіду бракує – поцікавтесь у старших колег: таке трапляється часто? Такі проблеми вирішуються швидко? У більшості випадків, відповідь на перше запитання – часто, на друге – довго. Більша частина новин-фактів – це приховані новини-тенденції. Хороша звістка в тому, що «новина-тенденція», на яку ви оперативно «підсіли», зможе «годувати» журналіста достатньо довго: ви економитимете ресурси, не хапаючись щоразу за нову тему, а послідовно «довбатимете» одну й ту саму. Звісна річ, додаючи до неї нові завдання, нові заняття, нові інформаційні приводи.

Як тільки відчули, що перед вами новина-тенденція – беріть «на олівець»: приміром, через два місяці повернутись до теми. «Плюс» для тележурналіста: в архіві зберігається відео події. «Плюс» для інтернет-журналіста – є можливість швидко перечитати всю передісторію і щоразу робити необхідні гіперпосилання.

15. Оптимально «пакуйте» контент, який напрацювали.

Взяли довжелезне інтерв'ю в чиновника? Відзняли фотосесію гарних історичних місць? Принесли з засідання виконкому п'ять тем, а крім того записали в блокнот репліку мера на тему, яка не розглядалась? Переговорили до чи після події з ньюзмейкером, який розповів щось цікаве не за темою події? Відразу думайте: а як ще я зможу використати цю інформацію? Можливо, реплі-

ка мера – це частинка «пазла» зовсім нового матеріалу, для якого достатньо буде лише підняти на своєму ж сайті історію питання, яке нині прокоментував мер, і долучити її до наявного коментаря? Можливо, частина інтерв'ю чиновника може знадобитись для іншого матеріалу, який подасте, приміром, за місяць? Можливо, його взагалі варто від початку розбити на 2-3 частини, згрупувавши за темами, і подавати «порціями»? Можливо, фотографуючи історичні місця свого краю, ви подбаєте і про те, щоб «по ходу» зробити світлину монастиря, про який у вас давно є текстовий матеріал для газети від позаштатного дописувача з району, але без фото він «не грає»?

Отже, напрацювавши певний обсяг контенту (текст, фото, відео) – думайте, якими порціями, куди і коли його можна «спакувати». Це особливо актуально, якщо ваша редакція має декілька ЗМІ – наприклад, газету й інтернет-портал, який є самостійним ЗМІ. Тоді щось може піти в один ЗМІ, а щось – в інший.

Свого часу я співпрацював одночасно з двома газетами – діловим тижневиком і тижневиком для селян із віддалених районів. Приходячи на прес-конференцію керівника області, я однаково ретельно фіксував відповіді на запитання колег і про інвестиції, і про тваринництво. Перше піде в першу газету, друге – в другу.

16. Працюйте на випередження.

Ви журналіст – і в маршрутці, коли їдете на роботу, і в гостях, коли родичі або друзі розповідають вам цікаву історію з життя або діляться проблемою, і біля телевізора, коли переглядаєте новини центральних телеканалів чи навіть популярне телешоу. Цікаве можна побачити скрізь. Тому записуйте теми та ідеї в блокнот чи на телефон. Щось може і не знадобитися, щось може знадобитись через рік, а щось може з часом стати частинкою «пазла», якої саме бракувало для підготовки матеріалу. В будь-якому разі, «банк ідей» має бути завжди більшим, ніж реальний обсяг роботи, який ви маєте зараз виконати. Майте запас тем, ідей, фактів і думок, працюйте на випередження. Прагніть більшого.

17. Переключайтесь, майте запасні варіанти дій.

Подібно кільком вікнам на моніторі, які відкриті у вас одночасно, майте різні завдання на день: короткі дзвінки й написання довших статей, «рутинні» повсякденні зустрічі й давно відкладені теми, швидка підготовка коротких новин і встановлення контактів з потенційно важливими і перспективними джерелами інформації.