

**«Кто вы:
корреспондент,
публицист, блогер,
пиарщик, СММ-
менеджер, редактор,
копирайтер,
рекламщик или
писатель»**

Корреспондент

Журналист

- Работа регламентирована стандартами профессионализма и этикой
- Разрабатывают темы материалов, интервьюируют героев и экспертов, берут комментарии, собирают данные и пишут тексты
- Репутация и доверие читателей – это все. Один этический провал может стоить вам если не карьеры, то как минимум, работы и доверия аудитории
- Должен быть очень крутым профессионалом, чтобы стать знаменитым

Блогер

Мастер коротких убедительных высказываний

- Очень быстро и доходчиво излагает большой аудитории
- Быстрее схватывает и осваивает новые технологии
- Надо торговать лицом
- Не скован журналистской этикой
- Может работать из дома по ненормированному графику
- Не скован редакционными дедлайнами
- Самый простой способ начать: фотографии с подписями

Публицист

Писатель в душе и блогеро-журналист на деле

- Осмысляет, а не добывает информацию
- Не обязан фокусироваться на картине дня
- Часто публицистика – высокоморальные тексты, призванные пробуждать в человеке лучшее
- Может быть колумнистом в каком-либо издании

Редактор

Глаза и уши редакции

- Видит картину событий целиком => придумывает хорошие темы
- Умеет хорошо ставить задачи
- Управляет редакционными процессами и менеджмент журналистов
- Имеет твердую редакторскую руку: видит не только фактические ошибки, но и стилистические и композиционные
- Зарплата больше
- Почти вся слава достаётся авторам

Пиарщик, пресс-секретарь

Профессия по другую сторону баррикад –
максимально необъективная

- Заботится об имидже человека или компании = рассказывает правду того, кто платит
- Зарплата значительно выше
- «Ложные» друзья журналистов – любят вас только по долгу службы
- То, что вы пропагандируете или продаете, может не совпадать с вашими личными убеждениями

СММ-менеджер

Продвигает и представляет произведения или компанию

- Ведет соцсети организации
- Отвечает за продвижение, узнаваемость бренда и просматриваемость страниц
- Общается (в комментариях или сообщениях) с подписчиками и создает комьюнити
- Понимает, как работают алгоритмы соцсетей, например, сложный алгоритм Фейсбука

Копирайтер

Хорошо складывает слова в предложения о чем угодно

- Постоянно пишет о том, в чем не разбирается: сегодня об стройматериалах, завтра о том, как влюбить в себя женщину
- Часто фрилансит – в большинстве случаев на бирже копирайтинга
- Необъективен к тому, о чем пишет
- Часто работает за оплату «за знаки» - из-за желаниа заработать иногда вынужден делать текст длиннее, чем нужно

Рекламщик

Генерирует креативные идеи

- Работает не столько с контентом, сколько с людьми => хорошо разбирается в людях и умеет договариваться
- Всегда оценивает продукт с двух сторон: качество рекламы как продукта и удовлетворенность заказчика
- Документооборот. Огромное количество времени тратишь не на творчество, а на поиск клиентов и договоренности с типографией
- Бесконечные правки: «У нас тут секретарь немного переписала она у нас филфак окончила»

Писатель

- Не обязан фокусироваться на повестке дня
- Может сколько угодно выдумывать
- Нет четких правил работы и протоптанной дороги к величию
- Создает нечто более вечное, чем тексты журналистов
- Большинство людей, считающих себя писателями – плохие писатели

Как попасть в редакцию?

Надо что-то делать!

- Не сидеть сложа руки. Чем больше пробуешь, тем больше у тебя шансов
- Придумать тему и предложить написать текст
- Если вы новичок, предложите разгрузить сотрудников в самой скучной работе. Например, расшифровать интервью. Начните с маленьких жанров: SMM, кепшены, опросы
- Не отказываться работать бесплатно. Редактор тратит на текст начинающего автора больше времени и сил, чем сам автор
- Никогда не лениться. Всем стажёрам редакция предпочтёт трудолюбивых
- Отточив ключевые навыки, можно идти на лучшую работу

Все эти профессии замечательные, просто
очень разные. Важно четко понимать, кем
хочешь стать именно ты

Пс. Может быть, вы будете выполнять
несколько функций