

Віталій Голубєв

Ефективність

Книга для тих, хто працює з інформацією

Рівне
Друк Волині
2018

УДК
ББК
Г

Як встигати більше і при цьому не «загнати» себе? Бути активним у соцмережах — і водночас не піддавати себе стресу від суперечок у Фейсбуці? Миттєво реагувати на нові можливості — і, разом із тим, утримувати у фокусі уваги довгострокові проекти?

Книга «Ефективність» — саме для тих, хто ставить перед собою ці та подібні питання. Її читач — не той, кому треба пояснювати, як написати статтю. Він радше цікавиться тим, як за цей самий час написати 10 статей. А потім — «витиснути» зі зробленого максимум. Соцмережі, месенджери, електронна пошта, підготовка текстів, зустрічі й наради — це те, чим живе читач книги «Ефективність». Людина, яка працює з інформацією, яка живе в інформаційному світі. А книга — розповідає про те, як зробити це життя продуктивнішим.

Але мало досягнути успіху у професії — потрібно ще й вміти тримати баланс між професійним та особистим. Автор впевнений: успіх — це гармонія. І на сторінках книги ділиться власним досвідом батька трьох маленьких донечок, який встигає працювати головним редактором, викладати в університеті, проводити тренінги і виступати на форумах у різних містах, писати статті для професійних видань... і спати не менше 8 годин на добу.

Всім, кого цікавить професійна та особиста ефективність, — читати обов'язково!

Літературний редактор — Людмила Алконова

Дизайн і верстка — Валентина Кобріна, Сергій Шагоферов

ISBN

© Голубєв В.

Голубєв В.

Ефективність. Книга для тих, хто працює з інформацією
/В.Голубєв. — Рівне: Друк Волині, 2018. — 144с.

Підписано до друку ??.08.2018 р. Формат 60х84/16.

Папір офсетн. Друк офсетн. Гарн. Peterbug, PragmaticaCond. Тираж 500.

ТОВ «Друк Волині»: м. Рівне, вул. Поліщука, 1, тел. (0362) 60-85-53

Дружині Юлії, донечкам Олександрі, Віталіні та Іванні

Зміст

Вступ.....	7
------------	---

Частина I. Як?.....	9
---------------------	---

Розділ 1. Тайм-менеджмент.....	10
---------------------------------------	-----------

Першу зустріч призначайте раніше.....	11
Придумайте назву для свого дня.....	12
Визначайте для себе Головну справу дня.....	13
Наведіть годинник на кілька хвилин уперед — власний або чужий.....	14
Зробіть час конкурентною перевагою.....	16
Коли щось робите — робіть щось одне.....	17
Переглядайте записники, проекти і списки справ за той самий час	
1-3 роки тому — з частиною їх можна здійснити «творчий акт».....	18
Обробляйте вхідну інформацію тоді, коли зручно вам, а не тоді,	
коли вона надходить.....	20
Частіше «ловіть» себе в теперішньому часі запитанням:	
«Що я зараз роблю?».....	22
Складіть список справ «Коли нічим зайнятися».....	23
Потребуєте заряду мотивації на початку робочого дня?	
Спробуйте декілька прийомів.....	26
Масштабні справи розділяйте на багато складових і наприкінці	
кожного дня пишайтеся: ви зробили все, що могли, саме на сьогодні.....	28
Все, що можна, зробіть завчасно.....	29
Призначаючи нараду чи презентацію, повідомляйте учасникам не	
лише час початку, а й час закінчення події або її орієнтовну тривалість.....	31

Розділ 2. Соцмережі.....	32
---------------------------------	-----------

Самопрезентація у Фейсбуці: 5 перших кроків.....	33
Як зробити так, щоб більше людей прочитали ваші новини.....	38
Як перевірити достовірність інформації з соцмереж:	
19 запитань, які варто поставити насамперед.....	42
5 порад тим, хто втомився від суперечок у Фейсбуці.....	46
6 речей, які не варто робити у Фейсбуці.....	49

Розділ 3. Електронна пошта.....	53
--	-----------

Спочатку пишть листи, потім — читайте.....	54
Спочатку реагуйте на лист, який може принести гроші,	
наостанок — на той, що забирає ваш час.....	55
Зменшіть час на перевірку пошти, відразу «скануючи»	
скриньку на наявність листа, який чекає найбільше.....	56
Використовуйте «підпис, що продає».....	57

Перевірте, яке фото ілюструє вашу електронну скриньку.....	59
Поекспериментуйте з назвою відправника листа.	
Вона може бути такою ж, як тема листа чи зміст події	60
Не відповідайте на розсилки й не пишіть усім підряд	62
Потрібно зберегти важливу інформацію, яка може загубитися?	
Напишіть лист самому собі.....	63
Почніть лист зі слів «Як і обіцяв...»	64
Суть листа формулюйте у першому реченні.....	65
Пишіть про те, що ваш адресат отримає, а не про те, що ви йому пропонуєте. І тим більше — не про те, які ви класні	66
Максимально конкретизуйте тему листа.	
В ідеалі вона повинна містити ключові слова повідомлення	67
Нагадуйте адресату про листи, на які вам не відповіли.....	68
Визначте собі день або часовий проміжок для обробки листів із «нетермінової» папки	69
На нетермінові листи, які надходять пізно увечері чи у вихідні, реагуйте в робочий час	70
Ключову думку листа дублюйте «в тілі» повідомлення — не покладайтесь лише на вкладений файл	71

Розділ 4. Телефонні розмови 72

Для користі справи назвітьс я керівником, якщо ви не керівник.	
А якщо керівник — дозволяйте підлеглим робити так само.	
Але не обманюйте — є багато варіантів зробити це гнучко.....	73
Коли перериваєтесь на телефонну розмову під час зустрічі — не називайте при співрозмовнику орієнтовний час закінчення спілкування	74
Співрозмовник довго відволікається від спілкування з вами на телефонну розмову, яка явно може почекати?	
Скажіть, що вам це не подобається.....	75
Той, кому телефонуєте, кілька разів поспіль не бере трубку?	
Напишіть sms	76
Не виправдовуйтеся, чому не відповідали на дзвінок, і не вимагайте виправдовувань від співрозмовника	77
Якщо пообіцяли зателефонувати пізніше чи домовились, о котрій годині зідзвонитесь, щоб поговорити детальніше, — відразу завершуйте розмову і ввічливо прощайтесь, а не робіть новий виток комунікації.....	79
Якщо не можете задовольнити прохання співрозмовника з певних особистих або форс-мажорних виробничих причин — не обов'язково розповідати все як є	80

Розділ 5. Зустрічі й наради 81

Час для особистих зустрічей — найдорожчий.	
Для себе — відвойовуйте його, для інших — мінімізуйте	82

Плануйте зустрічі: на етапі «до» — підготуйте питання для обговорення, на етапі «після» — запишіть висновки	83
Не відмовляйтесь від напоїв, якщо налаштовані на тривале спілкування, і відмовляйтесь, якщо економите час	84
Якщо ви керівник, спробуйте вести протокол зборів	85
Напередодні наради з'ясуйте, чи потрібна ваша особиста присутність	86
Якщо відчуваєте, що питання потребує окремого обговорення — відразу вирішуйте, коли воно відбудеться	87
Коли настав час завершувати нараду — завершуйте. Прощаючись — прощайтесь. Хочете щось запитати — запитуйте. Бачите, що це зараз недоречно, — чекайте іншої нагоди	88
Якщо під час наради звучать пропозиції, відразу призначайте відповідального і термін контролю	90
Наради відбуваються вкрай непродуктивно, затягуються, супроводжуються довжезливими розмовами «ні про що»? Всіх це дратує, але ніхто не може щось змінити? Започаткуйте онлайн-трансляцію. Або хоча б проанонсуйте	92
На складне або каверзне запитання, коли відчуваєте, що співрозмовнику потрібна не відповідь, а ваша розгубленість і відчуття психологічної переваги, відповідайте одним словом чи реченням	93

Розділ 6. Робота з інформацією	95
14 способів прискорити роботу над текстом	96

Частина II. Навіщо?	109
Правильні дії для потрібних результатів	110
Більше, щоб менше	113
Телевізору вірити — себе не поважати	115
Навіщо встигати більше?	119
Пам'ятайте про результат і отримуйте задоволення від процесу	121
У будь-якій незрозумілій ситуації — лягайте спати	124
Працелюб чи життєлюб?	130
Розставляйте маячки на лінії часу	132
Книги замість новин — не лише корисна звичка, а й інвестиція	134
Успіх — це гармонія	136
Вірити і діяти	137
З чого почнете?	138

Література	141
-------------------------	------------

Інформація про автора	144
------------------------------------	------------

Вступ

Ця книга — добірка порад для людей розумової праці. Тих, хто у щоденній роботі постійно має справу з такими абстракціями, як інформація та час. Хто усвідомлює: «всі ми повинні вчитися жити в ситуації змін, безперервної освіти та інформаційних перевантажень» [25, с. 9].

Ефективність — це співвідношення отриманого результату і витрачених на це ресурсів. Чим більший результат у числівнику й чим менший — у знаменнику, тим наша робота ефективніша. У книзі якраз і говоримо про те, як меншими зусиллями досягати більшого. Як раціонально використовувати інформацію та час.

Основна цільова аудиторія — всі, хто створює контент, хто споживає та поширює великі обсяги інформації, хто живе в інформаційному світі й при цьому прагне встигати більше й досягати цілей результативніше. Журналісти, редактори, прес-секретарі, піар-менеджери, маркетологи. Бачу майбутніх читачів і серед педагогів — вчителів та викладачів, і з-поміж громадських активістів та політиків, і серед людей, які розвивають власну справу — підприємців, керівників і власників бізнес-структур. Усіх, хто відкритий до нових знань і нових висновків, хто прагне «не побоюючись майбутнього, будувати його самостійно і особисто» [2, с. 276].

Багато порад стосується створення інформації, підготовки та поширення текстів. Це не випадково. «Оцифровування» нашого життя, перехід до «екранного» обміну інформацією збільшує важливість письмової комунікації. Багато того, що раніше проговорювалось, нині — пишеться. «...Сучасна людина стала «людиною комунікаційною» та «людиною цифровою» [25, с. 16].

Носіїв інформації при цьому стає більше — йдеться не лише про традиційні ЗМІ (газети, журнали, інтернет-сайти), а й про сторінки та групи в соцмережах, електронні розсилки, повідомлення в месенджерах тощо. Власне, сама межа між традиційними і «новими» медіа стирається.

Приміром, сайт — це однозначно традиційне, а не «нове» медіа. Принципом «web first» у роботі з інформацією нікого не здивуєш. Сьогодні очевидними є «social first» та «mobile first». Але в усіх випадках маємо справу з інформацією, з контентом. Соцмережі й месенджери — це лише канали поширення, середовище, де живе

інформація. Творців контенту стає дедалі більше. «Все більше голосів суспільства стають почутими» [2, с. 268-269]. А навички обробки та створення інформації — затребуваними в ширшому колі професій.

Перша частина книги відповідає на запитання «Як?». Це максимально практичні, прикладні, конкретні короткі поради, згруповані за розділами: «Тайм-менеджмент», «Соціальні мережі», «Електронна пошта», «Телефонні розмови», «Зустрічі й наради», «Робота з інформацією». Усі поради перевірені власним досвідом автора. Імовірно, більшість із них вам знайомі або інтуїтивно зрозумілі. Але знати — не означає робити. А для того, щоб спробувати, зазвичай потрібен імпульс. Цілком можливо, для багатьох таким імпульсом стане прочитання цієї книги.

Попереджаю: поради з першої частини — максимально прагматичні. Вони не про те, як бути хорошим для всіх. А про те, як зберегти час і не втратити гроші, при цьому залишаючись вірним власним життєвим і професійним пріоритетам. Встигати жити власним життям.

Друга частина — більш філософська, вона відповідає на запитання «Навіщо?». Особисто я вважаю її важливішою за першу. Світоглядні моменти, які озвучую в ній, видаються мені фундаментом ефективності. Впевнений, що саме цінності визначають цілі, цілі — завдання, а завдання — конкретні дії, що складаються із сукупності кроків.

Проте розумію: більшість читачів усе одно відразу шукатимуть у книзі конкретні «фішки» для щоденної роботи, а розмірковування автора про речі глобальніші залишать на потім. Тому припускаю, що другу частину ви відкладете для повільного читання. Причому, цілком можливо, — для читання неодноразового, з поверненням до окремих думок і обмірковуванням їх відповідно до життєвих ситуацій. А першу частину читатимете відразу з олівцем, маркером або стікерами.

Дозволю собі дати одну пораду: якщо ви налаштувалися застосувати прочитане на практиці — максимально скоротіть відстань між ідеєю та дією. В ідеалі, спробувати застосувати якусь із порад можна і варто відразу в день читання.

Частина І

Як?

Розділ 1

Тайм-менеджмент

Соцмережі

Електронна пошта

Телефонні розмови

Зустрічі й наради

Робота з інформацією

1. Першу зустріч призначайте раніше

Це дасть можливість енергійно розпочати день, а вдалий початок — запорука не менш вдалого продовження.

Якщо перша робоча зустріч — лише о 10-й чи, тим більше, об 11-й годині — цілком можливо, що в її очікуванні ви не займатиметесь нічим серйозним: довше збиратиметесь на роботу, багаторазово перевірятимете пошту й гортатимете стрічки соцмереж. Навіть якщо ви рівно о 9-й будете на робочому місці, проміжок з 9.00 до 9.45, коли потрібно буде виїхати на зустріч, імовірно, не буде зайнятий нічим серйозним. Якщо їхатимете на зустріч відразу з дому — тим більше. Підсвідомість підказуватиме: все одно мій робочий день стартує лише о 10-й, а зараз — це так, підготовка.

Натомість, якщо перша зустріч відбудеться о 8.00 чи 8.30 — продовження дня однозначно буде продуктивнішим, бо ви із самого ранку задали ритм і перемістились із «побутової» в «робочу» площину. А перемикатись з одного завдання на інше в межах однієї площини легше, ніж робити це між двома різними площинами.

2. Придумайте назву для свого дня

Чому б не називати свої робочі дні днями, присвяченими чомусь важливому для вас? Приміром, День зустрічей з клієнтами, День розрахунків, День інтерв'ю, День роботи над текстами. Таким чином, ви самі на початку дня задаєте собі головний напрям роботи.

В автора проекту «Жити интересно» Армена Петросяна зустрічав «уважний вівторок», «рішучий четвер» чи «проривну п'ятницю», які він призначає собі в соцмережах. У нашому випадку не обов'язково оголошувати про це всім підписникам, головне — визначитись для себе. Наприклад, сьогодні — День «підтягування хвостів». Чи День розмов, які відкладав.

«Іду перемагати» — така думка, коли йдете на роботу, дасть для налаштування на продуктивний день більше, ніж пережовування в думках учорашніх пліток і образ.

«День коментарів у Фейсбуці», «День чистки списку друзів», «День репостів» — чи не соромно буде за такі назви?

«Як корабель ви назвете — так він і попливе». Коротка назва дня може допомогти втримати головне у центрі уваги. Як і наступна порада.

3. Визначаєте для себе Головну справу дня

Це дозволить утримувати фокус на пріоритетах упродовж усього робочого дня.

Головних справ дня може бути одна-дві. Приміром, одна — до обіду й одна — після. Дрібніші завдання, вирішення яких потребує не більше 15 хвилин, можна не фіксувати. (Їхня фіксація може бути потрібна для моніторингу робочого часу, коли стоїть завдання з'ясувати, на що ж витрачаються дорогоцінні години, але зараз мова не про це).

Приміром, сьогодні, 25 липня 2018 року, мої Головні справи дня — це робота над текстом першого розділу книги «Ефективність» і перевірка робіт учасників дистанційного курсу «Школа універсального журналіста». Все інше, що робив упродовж дня, — дрібні завдання тривалістю 5-15 хвилин: кудись зателефонувати, відправити електронного листа, перелити якийсь текст, з кимось щось обговорити.

Головна справа дня — це те, про що ми зможемо ввечері розповісти сім'ї, коли нас запитують: «Чим займався, як пройшов день?». Можна порівняти себе з Президентом чи іншим високопосадовцем, на сайті якого щодня зазвичай вміщується одне чи декілька повідомлень про те, чим він упродовж дня займався.

«Поточна робота» — це не Головна справа дня. Бо її теж можна і варто конкретизувати. «Наповнював сайт» — це вже справа. «Проводив співбесіди» — аналогічно.

Головну справу (чи справи) дня варто визначити для себе вранці — а потім контролювати впродовж дня, чи дотримуємось визначеного напрямку. Відволікатись — можна і варто, але слід тримати в голові основне. Те, про що ми розповімо увечері. Якщо не близьким, то самому собі.

Не обманювати себе з Головною справою дня може допомогти практика розповідати про неї дитині. Погодьтеся, «Сьогодні тато домовлявся з іншими дядями про зйомку фільму» звучить переконливіше, ніж «Тато сперечався з іншими дядями про те, чи вдало виступив ще один дядя на змаганнях з боксу»...

4. Наведіть годинник на кілька хвилин уперед — власний або чужий

Варто це зробити саме там, де ризик запізнитись — найбільший. Приміром, на кухні, якщо знаєте, що можете «зависнути» там уранці, переглядаючи ранкове телешоу. Або в кабінеті, де верстається і відправляється до друкарні газета. Або у гримерці телеканалу, де гостей готують до ефіру.

Залишиться кілька вільних хвилин — ви знайдете, чим їх зайняти.

Якщо ж ви знаєте за собою звичку постійно запізнюватись — наведіть на кілька хвилин уперед власний годинник. І подумайте про те, що в більшості випадків прийти на кілька хвилин раніше — набагато краще, ніж запізнитися бодай на хвилину.

А якщо вам періодично доводиться ставити під загрозу власну репутацію через чужу непунктуальність (ви організовуєте зустрічі людей, на які одна сторона постійно запізнюється) — наведіть наперед не власний годинник, а чужий.

Маю на увазі годинник, звісно, образно. Просто повідомте тому, хто постійно запізнюється, що зустріч почнеться на 15 хвилин раніше, ніж реально обумовлено.

Приміром, ви організовуєте для свого керівника фотосесію. Фотограф — ваш давній знайомий, і ви чудово знаєте, що як би ви не попереджали його про пунктуальність шефа, майстер світлин усе одно запізниться на 10-15 хвилин. Не треба на нього сваритись чи вчергове просити бути пунктуальним. Просто з керівником домовтеся на 14.00, а фотографу призначте час 13.45. Якщо він здивується, так і скажіть: «Ти ж знаєш, як мій шеф любить пунктуальність. Так що просив не запізнюватися». Фотограф вам повірить і все одно запізниться. Але цього разу — в межах «часового люфту», який ви заклали. І є шанс, що цього разу фотосесія розпочнеться рівно о 14.00, і керівник нічого не помітить.

Економиш час — економиш гроші. Виграєш у часі — виграєш у грошах. Втратив час — втрачаєш у грошах. Ось так і виглядає взаємозв'язок, виражений формулою «час — це гроші».

За покупку, здійснену в останній момент, часто доводиться переплачувати. Або тому, що не було можливості порівняти ціни й довелося скористатися першою-ліпшою пропозицією. Або тому, що в місці, де ви згадали про необхідність щось купити, завбачливо встановлена торговельна націнка для «пізніх пташок» (приміром, у кіоску на пероні вокзалу). А скільки випадків, коли, запізнюючись на важливу зустріч чи нараду, доводиться брати таксі не тому, що вирішили проїхатись комфортніше, ніж у громадському транспорті, а тому, що просто не встигаєте, а ціна запізнення — більша, ніж вартість поїздки?.. Хоча в останньому випадку ви, ймовірно, могли спрацювати і «в плюс». Але суть питання залишається.

«Це вам дорого обійшлося?» — запитали в одному з інтерв'ю найвідомішого бізнес-тренера на пострадянському просторі Радислава Гандапаса. (Він розповідав про невдалий бізнес-проект). «Дев'ять з половиною років», — відповів бізнес-тренер. І я пригадав з книжок, що колись і відстань між населеними пунктами вимірювали саме в часі. Приміром, від пункту А до пункту В їхати далеко — цілий тиждень...

5. Зробіть час конкурентною перевагою

Пораду почув в одному з виступів найвідомішого на пострадянському просторі фахівця з тайм-менеджменту Гліба Архангельського. Тобто всі виконують цю роботу за тиждень — а ви за добу. Якщо, звісно, маєте змогу. І тоді іншим нагадуватимуть про дедлайн, а ви, навпаки, проситимете замовника прийняти вашу роботу ВЖЕ. Є імовірність, що за умови постійного використання цього прийому певні клієнти надаватимуть перевагу саме вам з огляду на вражаючі терміни виконання роботи.

Отже, якщо можете зробити щось дуже швидко — зробіть і приємно здивуйте співрозмовника. Наприклад, журналіст просить вас написати коментар для статті. Або узгодити текст інтерв'ю. Погодьтеся, підготовка коментаря з 3-4 речень може зайняти кілька хвилин. Навіщо ж відкладати це, обіцяючи співрозмовнику «Ввечері цим займусь... А краще — у вихідні...» А вичитати інтерв'ю, яке з вами підготували, — це справа 5-10 хвилин. (Ви ж знаєте, що говорили, а де вас зрозуміли не зовсім правильно).

По суті, йдеться про «правило трьох хвилин»: якщо можна зробити щось за три хвилини — зробіть і забудьте. Головній справі дня це не заважатиме — трихвилинні проміжки ми, як уже домовились, до уваги не беремо.

Де брати час для подібних миттєвих реакцій, що приємно дивуватимуть наших контрагентів? Як варіант — використовувати «обрізки часу»: ті проміжки, які не зайняті активною діяльністю, але яких не уникнути. Час у дорозі взагалі й в автомобільних заторах зокрема, очікування в приймальнях, черги біля каси супермаркету тощо.

Або не покритикуйте у Фейсбуці чийсь пост. Зекономите нерви й витраєте час.

6. Коли щось робите — робіть щось одне

Коли набираєте текст, який не потребує постійного підглядання в Інтернет, — закрийте всі вікна у браузері. Спілкуючись телефоном, слухайте відповіді співрозмовника, а не паралельно вчитуйте на моніторі власний текст. А коли вчитуєте текст — надягніть навушники й не відволікайтесь на жарти колег. Так виконаєте роботу якісніше. Так повніше поринете в тему. Так застрахуєте себе від помилок.

Можна довго розмірковувати про «багатоекранність» як сучасний тренд медіа-споживання й багатозадачність як ознаку сучасної зайнятої людини, але я все одно впевнений: найкращий варіант — це «один проміжок часу — одна справа».

Вам приємно, коли розповідаєте комусь телефоном важливі для вас речі, а співрозмовник періодично перепитує: «Що-що?». Думаю, навряд чи. Скоріше за все, причиною тут не проблеми зі зв'язком, а проблеми з уважністю вашого співрозмовника.

Коли я чую таке «Що-що?» після кожного абзацу чиеїсь телефонної розмови — розумію, що чесно подібне перепитування мало б звучати так: «Що-що? Повтори ще раз, бо я все одно тебе не слухаю — підпилюю нігті й паралельно розкладаю на комп'ютері пасьянс».

«Всьому свій час і своє місце під сонцем» — фраза з Екклесіаста у проекції на сучасний офіс може означати: взялися писати — пишіть, зробили паузу, аби пожартувати з колегами — пожартуйте, потрібно зателефонувати — зателефонуйте. Усе послідовно, а не одночасно. Тоді менше буде помилок у тексті, перепитувань у розмові й незадоволених обличч колег, жарт яких ви слухали неухважно.

А пити чай чи каву в паузах між виконанням завдань краще не за робочим столом, а на вулиці чи на офісній кухні — зміна обстановки, рух і свіже повітря повноцінніше перемкнуть увагу. При цьому, знову ж таки, чаювання — це одне завдання, а редагування тексту — зовсім інше, й виконувати їх краще не одночасно, а послідовно. Більше задоволення від смаку, менше помилок у файлі.

Навіть у публічному виступі, коли переходите до іншої теми чи іншого повороту розмови, варто змінити позу. Приміром, встати, коли починаєте говорити про конкретні дії. Або перейти з лівого краю сцени на правий, коли ілюструєте інший погляд на проблему.

Що вже говорити про чергування «праця — відпочинок» у межах офісу! Чаювання в іншій позі, в іншому місці, ніж робота — це «просторовий маркер»: зараз — час для перерви. Для праці у нас є інша локація.

Потрібно швидко зосередитися на одній справі і ніяк не вдається? Засіб «екстреної допомоги» — позбавити себе доступу до Інтернету, вийнявши з ноутбука штекер, що забезпечує доступ до Мережі. І вимкнути смартфон.

7. Переглядайте записники, проекти і списки справ за той самий час 1-3 роки тому — з частиною їх можна здійснити «творчий акт»

Багато завдань, які вирішуємо, «прив'язані» до конкретних дат або сезонності. Тому я практикую переглядати записи у щоденнику або смартфоні за цей самий день рік чи декілька років тому з радіусом огляду в місяць. Можна «виловити» ідеї на найближчий час.

Приміром, сьогодні, коли пишу ці рядки, — 25 липня 2018 року. Переглядаю у планувальнику смартфона список справ, які планував на період з 25 червня до 25 серпня 2017 року. І бачу, що, приміром, на початку серпня минулого року домовлявся про участь у конференції, яка традиційно відбувається в середині жовтня. Ось і перша ідея — не пропустити цьогорічну реєстрацію.

Можна просто подивитися, з ким спілкувалися в аналогічний період минулого року. Можливо, минулорічні «слабкі контакти», тобто ті, кого знаєте, але з ким спілкуєтесь мало і нерегулярно — і приводів особливих немає, і бажання, і потреби — наштовхнуть на ідеї, які можна реалізувати цьогоріч.

Якщо вам доводиться періодично готувати проекти, подавати звіти чи пропозиції, перегляд аналогічних файлів за минулий чи попередні роки може як мінімум збагатити вас ідеями, а цілком імовірно — дати текстову основу для цьогорічного файлу. Можливо, підготовка пропозицій за нинішній рік узагалі обмежиться зміною дати на минулорічному файлі.

Колись саме таким чином «Пропозиції щодо висвітлення виборів-2006» згодом перетворились у мене на аналогічний файл із цифрами «2007» наприкінці. А за рік — і «2008». А перелік ідей для відзначення 20-річчя Видавничого дому «ОГО» у 2012-му актуалізувався напередодні 25-річчя редакції у 2017-му.

Звідси — ще одна порада: зберігати в окремій папці документи, в яких відчуваєте потенціал повторного використання.

«Є два минулих: минуле, яке було і яке зникло, і минуле, яке і зараз для нас є складовою нашого теперішнього. Друге минуле, що існує в пам'яті теперішнього, є вже зовсім іншим минулим, минулим перетво-

реним..., відносно нього ми вже здійснили творчий акт і воно увійшло до складу нашого теперішнього», — писав М.Бердяєв [26].

Порада регулярно здійснювати «творчий акт» із документами минулого особливо корисна для тих, хто працює над грантовими проектами. Адже теми більшості заявок на фінансування залишаються актуальними роками, й вкрай нераціонально щоразу починати писати проект з чистого аркуша. Актуалізація колись складеної заявки на «вічнозелену» тему може зайняти кілька годин — на противагу кільком дням, а часом і тижням, які підуть на створення нового інтелектуального продукту «з нуля».

8. Обробляйте вхідну інформацію тоді, коли зручно вам, а не тоді, коли вона надходить

Оперативно реагуйте лише на повідомлення від тих, кого любите, або тих, хто приносить гроші (керівник, клієнти, партнери). На інші — лише у зручний вам час.

«Якомога більшу кількість комунікаційних потоків слід обробляти в асинхронному (а не синхронному) режимі», — радить М.Дорофєєв [13, с. 145]. Простіше кажучи, спочатку розставте власні пріоритети — а потім вже дивіться, в які часові проміжки можна включити реагування на вхідну інформацію.

Перше, з чого варто почати перехід на асинхронне реагування, — це відключення всіх можливих сповіщень, як звукових, так і текстових, які приходять на смартфон. А також — відписка від усіх розсилок, які не відкриваєте або інформацію з яких за останній рік жодного разу не використали.

«Відключіть сповіщення від новинних ресурсів. Вони лише відволікають і створюють відчуття параної, ніби щось відбувається, а ви не в курсі. Якщо щось справді вагоме станеться, ви про це точно дізнаєтесь» [36].

Далі — формування звички не хапатися за телефон відразу, коли чуєте дзвінок. Для відповідей на нетермінові дзвінки можна встановити фіксований час — приміром, щодня з 17-ї до 18-ї години. Або нефіксований — той відрізок часу, коли ви вимушено обмежені у виборі виду діяльності і при цьому «маєте вільні вуха». Наприклад, час у дорозі й час в очікуванні когось/чогось.

Ще один варіант — встановити не час, а скільки разів упродовж доби ви реагуєте на нетермінову вхідну інформацію. Зручно, якщо фіксований час встановити важко (приміром, ви не працюєте постійно в офісі, не маєте 8-годинного робочого дня, а справи впродовж дня у вас — доволі різноманітні й непередбачувані). Натомість вхідні інформаційні потоки — значні.

Можна також реагувати на нетермінові листи і дзвінки у проміжку між двома великими справами, як радить О.Амзін [1]. Наприклад, між Головними справами дня.

Те саме — з електронними листами і повідомленнями у месенджер: можна реагувати на них не відразу, а залежно від пріоритетності. Приміром, відразу реагувати на вхідну інформацію від рідних, близьких, керівника і контрагентів, з якими вас пов'язують товарно-грошові домовленості. А на демотиватор чи анекдот, який колега скинув у месенджер, чи розсилки прес-служб — тоді, коли з'явиться час і бажання.

Це зовсім різні речі — прохання проголосувати за когось на сайті конкурсу «Міс Галактика» і прохання допомогти врятувати життя знайомій вам людині (або прохання допомогти врятувати життя незнайомій людині, поширене людиною, якій ви довіряєте). Людське життя важливіше за перемогу на конкурсі краси. Особливо, якщо для голосування за красуню потрібно перейти за посиланням, зареєструватись на сайті, зайти у фотогалерею, знайти фото № 999 і залишити позитивний коментар обсягом не менше 300 знаків. На такі прохання я зазвичай відповідаю ОК, щоб не образити людину, але ціную свій час і нікуди не переходжу й не голосую.

Так само роблю із дзвінками від організаторів малоцікавих мені подій, які телефонують, щоб запросити туди журналіста. Відразу ввічливо відповідаю: надішліть анонс на редакційну електронну адресу — хтось із журналістів зреагує.

Висновок: «першими слід виконувати завдання, які гарантовано приносять гроші або вільний час» [1, с. 155].

Автор книги Віталій Голубєв — головний редактор Видавничого дому «ОГО», викладач кафедри журналістики Національного університету «Острозька академія», секретар Національної спілки журналістів України, керівник Школи універсального журналіста



У журналістиці — 22 роки. Пройшов шлях від кореспондента до головного редактора.

Медіа-тренер, спікер професійних медіа-форумів, автор публікацій з питань журналістики та медіа-освіти на професійних інтернет-ресурсах. Учасник більш ніж 10 грантових проєктів.

Переможець творчого конкурсу Національної спілки журналістів України у номінації «Журналіст року» (серед обласних і регіональних видань) у 2016 році.

Переможець Другого всеукраїнського професійного конкурсу преси у номінації «Краща передплатна кампанія» (2003), організованого Українською асоціацією видавців періодичної преси (нова назва — Українська асоціація медіа-бізнесу).

Автор трьох книг: «Школа універсального журналіста» (2009, друге видання — 2010), «Універсальна журналістика» (2016, друге видання — 2017) та «Лайфхак для журналіста» (2017, друге видання — 2018).

Член пре-журі (2016, 2017) та журі (2015) Конкурсу професійної журналістики «Чесць професії».

Керівник всеукраїнського конкурсу учнівських творчих робіт «Я — журналіст!», який проводиться з 2009 року.

Співпраця:



+38 050 339 39 85
+38 098 500 47 60



vg2001@ukr.net



facebook.com/golubev2305



instagram.com/golubev2305