**Сән журналисті мамандығының журналистика саласындағы басқа мамандықтардан айырмашылығы неде?**

 Сән-эмоциялар мен сұлулықтың жарқын әлемі. Қызықты болу үшін эмоционалды болу керек. Құрғақ және скучно мәтіндерді ұмытыңыз, адамдардың сезімдерін, армандарын қозғауды, олардың эмоцияларымен ойнауды және өздерін сұлулыққа батырғысы келетіндігін біліңіз.

 Сән журналистикасының ұзақ және жарқын тарихы бар. 1672 жылы әлем алғашқы сән журналын көрді. Бұл Францияда, Леоне қаласында болды. Журналды Людовиктің өзі оқыды және ол Меркурий деп аталды. Оны жасаушы және журналист Жан Донно де Визе бірегей тауашаны – сән журналистикасын жасады, ол көрермендерге бұрын болмаған нәрсені берді. Әдемі жарқын мәтіндер, иллюстрациялар, киім сипаттамалары. Содан бері сән туралы жазу әдеттегідей, сондықтан мәтін тыныс алады және сұлулықтың атмосфералық әрекетіне енеді.

 Сән журналистіне қажет тағы бір қасиет-бұл адамдарды түсіну қабілеті, осы саланың маманы жақсы психолог болуы керек, ол туралы жазатындарды да, әдемі сурет жасайтындарды да түсінуді үйренуі керек.

 Жақсы сән журналисті өзінің мақаласымен брендті өлтіруі мүмкін және сатылымды арттыра отырып, аспанға көтеріле алады. Зергерлік кәсіпкердің әзілін безендірген журналистердің арқасында бәрін қалай жоғалтқаны туралы өте танымал британдық оқиға бар.

 Кәсіпкер Джеральд Ратнер-Ұлыбритания үшін көрнекті тұлға. 1980 жылдарға дейін зергерлік бұйымдарды тек жоғары өркендеген британдықтар ғана ала алады, ал Ратнер 1984 жылы ratners Group отбасылық зергерлік фирмасын мұра етіп алып, кедей клиенттерге бәс тігіп, арзан зергерлік бұйымдармен сауда жасай бастады. Бұл бизнес стратегиясы сәтті болды, Ратнер желіні 120-дан 2000 дүкенге дейін кеңейтті және 1990 жылдардың басында британдық зергерлік нарықтың жартысынан көбін иеленді.

 1991 жылы, компания шыңында болған кезде, Ратнер Британдық директорлар институтында сөз сөйлеуге шақырылды. Кәсіпкерден бизнесте осындай жетістікке қалай қол жеткізгенін айтуды сұрады. Сіріңке алдында ратнерге көпшілік алдында сөйлеу жөніндегі кеңесші келіп, бастыққа аудиторияға бірнеше әзіл айтуға кеңес берді. "Адамдар сіздің әзілдеріңізді жақсы көреді", - деді ол. Ратнер кеңесті ұстанды, бірақ журналист өз мақаласында оның сөздерін безендіріп, "адамдар:" сіз өз тауарларыңызды осындай төмен бағамен қалай сата аласыз?"Мен жауап беремін:"өйткені мұның бәрі мүлдем ақымақтық".

 Бірнеше күннің ішінде Ratners Group акциялары 500 миллион фунтқа түсіп, 1991 жылдың аяғында құлдырау 80% - ға жетті. Клиенттер желі дүкендеріне баруды тоқтатты. Компания жүздеген сауда нүктелерін жауып, мыңдаған қызметкерлерді жұмыстан шығарды. Ал 1992 жылдың қарашасында ратнердің өзі де жұмысынан айырылды - Директорлар кеңесі одан Ratners Group басшысының креслосынан кетуін сұрады. Осыдан кейін кәсіпкер Банк алдындағы қарыздарын төлеу үшін компаниядағы өз үлесін сатты және ештеңе қалмады.

 Журналистердің брендтерге қалай көмектескені туралы әңгімелер көп. Бір Анна Винтур-сән журналистикасы әлеміндегі аңызға айналған тұлға (егер бұл атау Сіз үшін жаңа болса, Мен бәрін тастап, дәл қазір оның кім екенін, әйгілі екенін және қандай фильмнің прототипіне айналғанын білуді ұсынамын).

1993 жылы Винтур және оның әріптесі дизайнер Джон Галлианоға қиын өмір кезеңі болған кезде демеушілер тапты. Винтур ханым LVMH конгломератының иесі Галлиано Бернард Арноға кеңес берді және ол дизайнерді алдымен Givenchy-ге, содан кейін Christian Dior-ға шақырды.

 Айтпақшы, Анна Винтур мен американдық Vogue журналының материалдарын оқуға кеңес берер едім. Редактордың өзі сән журналисті қатал, бірақ әділ болуды үйренуі керек және ең бастысы оқырмандарды сиқырлы сән әлеміне жеткізе білуі керек деген мысал.

 **Сән журналисті қандай қиындықтарды күтуі керек?**

 Біріншіден, сіз бәсекелестікке дайын болуыңыз керек. Сән әлемі өте өзгермелі-бір топтаманың шығуына уақыт болмады, екіншісі бірден пайда болды. Табысты сән журналисті болу-бұл ағынмен жүру, ең кішкентай өзгерістерді бірден қабылдау және трендтерді сезіну.

 Мен сән журналисі сән апталығына қатысуы керек деп айттым. Әрине, бұл іс-шараларға қатысу әрдайым мүмкін емес, өйткені алыстан елордаға келу оңай емес. Бірақ жақын аймақта өтетін, жетуге болатын жерлерге бару міндетті болып табылады. Шалғай жерлерге келетін болсақ, сән апталарының барлығы дерлік онлайн режимінде көрсетіледі, осылайша Сіз Нақты уақыттағы шоуларды көре аласыз, дереу сипаттай аласыз және оқиға туралы бірінші болып айта аласыз. Жұмыс, былайша айтқанда, алда. Әсер етуші болу = бірінші болу.

Біз, әрине, өз басылымымызда тез жұмыс істемейміз. Бірақ беделді БАҚ ретінде біз кем дегенде үш күн, ең көбі екі апта кешіктіре аламыз. Біз сарапшылар мен аналитиканы тарта отырып, жинақтың егжей-тегжейлі сипаттамасын беру арқылы ұтамыз. Рас, материалды дәл осы жерде және қазір тікелей эфирде беру керек. Мен әдетте шоуда отырамын және өз ойларымды диктофонға көргендеріме жазамын. Модель, ол немен жүреді, қалай жүреді, модель подиумда қалай көрінеді, киім модельде қалай көрінеді, қандай аксессуарлар, комбинациялар, аяқ киім. Ойға келген кез келген ой. Сонымен қатар, мен суретке түсемін.

 Мен сондай-ақ әртүрлі принтер ресурстарын пайдаланамын, онда сіз өз коллекцияларыңызды жинай аласыз, сонымен қатар басқа адамдар тақталарына жазылу арқылы қандай коллекцияларды жинайтынын көре аласыз. Әр түрлі брендтер кейде дизайнерлер, егер олар ақылы қол жетімділікті төлеген болса, алты айда, үш жылда не тренд болатынын алдын-ала білуі мүмкін. Әрбір бренд трендті сатып алады, бұл көптеген жылдар бойы сәнге деген көзқарас.

 Басқа сән оқиғаларына келетін болсақ, әр түрлі брендтерден сыйлықтар алатын әсер етушілерге жазылу маңызды. Сәулет пен дизайнға да қатысты, тақырыпты жақсы ұсынатын интерьер дизайнерлерінің арналарына жазылу маңызды, олар тек өз жұмыстары туралы ғана емес, жалпы бағыт туралы да, трендтер туралы да айтады. Әрине, сіз профильдік журналдарды қадағалауыңыз керек.

 Біз журналдарды қадағалайтын сұлулық индустриясына да қатысты, брендтермен тікелей байланысты трендтер және жақын арада қандай компания шығаратынын алдын ала білетін адамдар. Оларға ақпарат, жаңалықтар жіберіліп, шолулар жарияланады. Бақытымызға орай, сұлулық индустриясында жұмыс тез жүреді және ақпаратты табу қиын болмайды, керісінше, міндет-сапалы жеткізілімді орташадан сүзу.

 Көптеген журналистер брендтердің өкілдері, блогерлер, соның ішінде саяхат блогерлері (саяхат туралы жазу) және сәулет, сән, жергілікті дәмдерді сипаттайтын әртүрлі елдерге, қалаларға саяхат жасайды. Яғни, журналист тек жазып қана қоймай, толыққанды мазмұн жасай отырып, сурет пен бейне арқылы өз көзқарасын көрсете алады. Содан кейін ол қазірдің өзінде ерекше маман болып саналады.

 Екіншіден, сіз шабуылға дайын болуыңыз керек. Сән индустриясында көптеген адамдар өздерінің қыңырлығы мен амбициясы бар шығармашылық тұлғалар. Журналист оларға жұмсақ, мұқият және сезімтал болуды үйренуі керек. Дизайнерлерге, стилистерге, модельдерге өздерін патша сияқты сезінуге мүмкіндік беріңіз, содан кейін әр журналистке өте қажет ақпарат алуға болады. Достық қарым-қатынаста болыңыз, дауласпаңыз, бірақ оның қадір-қасиетін жоғалтпаңыз. Мұнда эмоционалды интеллектпен жұмыс көмекке келеді.

 Біздің мамандығымызда шабуылдар да бар, әсіресе сіз баспасөз еркінде болсаңыз және сұрақтарыңызды қою үшін ыңғайлы позицияны ұстанғыңыз келсе. Әдетте, кейбір жұлдыздар дайындалу үшін сұрақтарды алдын-ала жіберуді сұрайды, ал сіз ыңғайсыз сұрақ қойғанда, орынсыз, мүмкін олардың көзқарасы бойынша немесе сіз олардан толық жауап алу үшін тақырыпқа тереңірек үңілгіңіз келсе, сіз агрессивті реакцияны немесе тіпті дөрекілікті кездестіре аласыз.

Тәжірибеде мені мүлдем елемейтін жағдай болды, бірақ жауап ретінде агрессияны көрсету мүмкін емес. "Сұрақты қайталай аламын ба?"немесе адамның сізге көбірек орналасуы үшін парафразаны ұсыныңыз.

 Рас, кейде абсурдқа жетеді. Мен Виджей болып жұмыс істегенімде, адамдар камерадан қашып кетті, ал сен тіпті аузыңды ашуға үлгермедің. Бұл да кездеседі. Әдетте, сән апталарында адамдар баспасөзбен сөйлесуге көбірек бейім, өйткені олар үшін өздерін көрсету, өздері туралы, бейнелер, коллекциялар туралы айту маңызды.

 Журналистке қатысты агрессивті мінез – құлықтың ең экстремалды мысалы ретінде конференцияда журналистке ұрысқан Филипп Киркоров болды. Қызғылт блузка оқиғасы. Жағдай даулы болды деп бірден ескертемін. Әрине, мен қазір поп-эстрада патшасын қорғамаймын, оның мінез-құлқы қолайсыз болды, бірақ журналистің өзі де өзін кәсіби емес ұстады. Мен осы сұхбатты көруге кеңес беремін, онда менің ойымша, журналистің мінез-құлқында бәрі "мүмкін емес". Дресс-кодтан және сұхбатқа дайындықтан бастап, қарым-қатынас тәсіліне дейін.

 Шоу-бизнестегідей өте агрессивті әрекет ететін сәнде мұндай оқиғалар сирек кездеседі. Дизайнерлер мен олардың PR – лары үшін сән немесе архитектураны зерттейтін шығармашылық журналистпен байланыста болу өте маңызды, мұндай журналистер үлкен қазына болып табылады. Әдетте шығармашылық адамдар жағымды, олармен сөйлесу қызықты.

Менің тәжірибемде тек елемеу болды. Бұл орын алған кезде ұят, өйткені сұрақтарға жауаптар шынымен жақсы және қызықты болуы мүмкін, бірақ өкінішке орай, мұндай жағдай орын алады. Жалпы, адам барлық сұрақтарға мүмкіндігінше жауап беруге тырысады, өйткені егер ол туралы көптеген басылымдар жазса, егер ол көптеген сұрақтарға жақсы жауап берсе, онда бұл қызықты, сапалы мақалалар болатынын түсінеді. Егер адам елемей бастаса, онда жарияланбай, атақ-даңқсыз қалуға үлкен мүмкіндік бар.

 Менде адамдарды қара тізімге енгізген нәрсе болды басылымдар жағымсыз қылықтар үшін. Мен бұл тізімдегі адамдар, брендтер болашақта бізде жариялануы мүмкін екенін жоққа шығармаймын, бірақ енді тегін негізде емес және кем дегенде екі еселенген тариф бойынша ғана. Қалай болғанда да, бренд айырбастау туралы мақаланы алғысы келді, біз оны шығардық және олар өз міндеттерін орындамады. Әрине, мұндай адамдарға кіру тек біздің басылымға ғана емес, жабық. Сондықтан тағы да қайталаймын: этикет және іскерлік этика.

 Бірақ этикеттің қарапайым бұзылуы мен фактілерді білмеу жанжалды жағдайға қалай әкелгенінің мысалы. Жақында сән апталығында YouTube арнасы өтіп бара жатқан адамдардан "олар не киді"тақырыбында сұхбат алды. Менде ресейлік брендтер болды, бірақ толығымен емес, киімнен бір нәрсе-шетелдік ноу-ней. Сұхбат берушілер маған әдемі көрінгенімді мақтады, сөйлесті, біз киімді талқыладық. Материалды жариялау кезінде мен сән апталығына толығымен ресейлік брендтердің киімінде емес екенім туралы өте жағымсыз және жағымсыз пікірлер айтылды. Мен отандық өндірушілерді қолдамаймын және т.б.

 Бұл хайптың қарапайым әрекеті және жалпы саланы білмеу болды, бұл менің тарапымнан ғана емес, өз жағына теріс әсер етті. Бұған жауап ретінде мен олардың жергілікті өндіріс үшін қуанғаны өте жақсы деп жаздым, тек мен-сән басылымының бас редакторымын және Ресейдегі көптеген бұқаралық ақпарат құралдарына қарағанда ресейлік сән индустриясын жариялаймын. Бұл менің тек ресейлік брендтерді киюім керек дегенді білдірмейді. Өйткені, біріншіден, маған бәрі ұнай бермейді. Екіншіден, бұл менің жеке таңдауым – не және қалай киіну керек. Бұл жерде Мен не және қалай кию керек екендігі туралы түсініктеме беру орынсыз, әсіресе танымал нарық сарапшысынан емес, оның пікірі мен үшін маңызды емес.

 Бұл журналистің адамға не кию керек, қалай көріну керек, не айту керек және т.б. туралы кеңестер мен түсініктемелер беруге құқығы жоқ екендігінің айқын мысалы. Сұхбат, түсініктеме алған кезде біз мүмкіндігінше сыпайы болуымыз керек және әрқашан күлімсіреп және "сіз"деген іскерлік көзқарасқа ие болуымыз керек. Менің редакциямда дәл осындай ережелер бар. Және басқаша емес. Тіпті команда ішінде. Егер мен бөлімдегі бөлшектеуге қосылсам, онда бәрі қазір қиғаштармен ұшып бара жатқанын түсінеді, бірақ әрқашан нәзік, сыпайы, сондықтан адам түсінеді, ол қателесіп, барып, өз жұмысын сапалы орындайды.

 Мұнда Мен Дейл Карнегидің "Достарды қалай жеңуге және адамдарға әсер етуге болады"кітабын оқуды ұсынамын. Егер сіз журналист болсаңыз, іскерлік қарым-қатынас этикасын білуіңіз керек. Менің жеке тәжірибеден өтушілерім болды, олар жұмыстағы сындарлы ескертулерге өте теріс жауап берді, бірақ олар ұзақ уақытқа созылмады.

Сонымен, батыл болудан, жаңа нәрселерді сынап көруден және тәжірибе жасаудан қорқудың қажеті жоқ. Сән әлемі-эксперимент әлемі. Мұнда үнемі бірдеңе ойлап тапқан адам аман қалады. Бір орында тұрмаңыз, ойыңызды батпаққа айналдырмаңыз, өмірмен бірге өзгеріңіз.