

5. Можливості Twitter для журналістів. Онлайн-посібник для журналістів з Twitter / автори: Ігор Западєнко, Віталій Мороз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://civic.kmu.gov.ua/civic/doccatalog/document?id=130460>. – Дата доступу: 13.04.2011.

Алиция ПИНЮТА

Газета «Беларус-МТЗ обозрение»

КОРПОРАТИВНАЯ ГАЗЕТА – МАССОВО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

Сегодня корпоративные или многотиражные издания есть не только на каждом крупном предприятии Беларуси, но и на более мелких, динамично развивающихся. Происходит осознание того, что печатное слово – эффективный инструмент современного менеджмента, посредством которого выполняются многие важные задачи: информирование рядовых сотрудников предприятия или организации о политике руководства, создание положительного имиджа предприятия, формирование корпоративной культуры, привлечение новых клиентов, укрепление позиций на рынках и др.

Корпоративные СМИ можно с полным основанием считать особым видом специализированной прессы. Каждое предприятие или компания выделяет первоочередные задачи для корпоративных изданий, учредителями которых выступает. В соответствии с задачами выстраивают свою творческую политику коллективы редакций. А от нее напрямую зависит и читательская аудитория газет. Некоторые издания и их учредители проповедают четкую сегментацию аудитории, например, коллектив предприятия, потребители его продукции, партнеры по бизнесу. Понятно, что насколько разнятся по интересам и потребностям друг от друга конкретные аудитории, настолько разнообразны и темы, поднимаемые на страницах специализированных корпоративных изданий. Подавляющее большин-

ство многотиражных газет Беларуси – это внутрикорпоративные издания, читательская аудитория которых очень конкретна (локальна), так же как и конкретен (локален) круг тем, поднимаемых на их страницах. Но есть и такие газеты, которые предпочитают работать с более широкой читательской аудиторией. Это касается, прежде всего, изданий, учредителями которых выступают градообразующие предприятия, например, такие, как Минский тракторный завод. Для нашей республики «расширение границ» корпоративного издания за «территорию» предприятия не является обычной практикой, и тем не менее таких газет немало. Их работа строится по принципу региональной или местной газеты. Прежде всего потому, что от развития и достижений в работе градообразующего предприятия зависит и развитие района или города. Кроме того, многие заводчане проживают на территории данного региона, а работа его служб тесно переплетается с взаимными социальными интересами и задачами завода. Зачастую редакции таких универсальных газет становятся базовыми районными и решают более масштабные задачи.

Примером такой газеты в информационном пространстве Беларуси является массово-политическая газета «Беларус-МТЗ обозрение». Какие бы цели ни ставило перед собой издание и какой бы содержательной направленности ни придерживалось, так или иначе оно позиционирует себя на рынке: территориально, экономически, с точки зрения гражданской позиции, воспитания духовных ценностей и т. д. Таким образом создается определенная сфера или зона влияния, формируется своя читательская аудитория.

Решение производственно-технических, социально-экономических и других проблем во многом зависит от того, что работники коллективов знают о стратегии и тактике руководства конкретного предприятия, администраций района и города, решениях высших политических институтов государства на ближайшее время и перспективу, как понимают свою роль в общем производственном процессе. Люди хотят и должны знать не

только о том, что предстоит сделать им, но и о том, как работают другие звенья производства, какова эффективность коллективного труда.

Информирование о жизни и деятельности многотысячного коллектива белорусских тракторостроителей возложено на газету «Беларус-МТЗ обозрение». Учредителями газеты являются ПО «МТЗ» и профком ПО «МТЗ». Учреждение «Редакция газеты «Беларус-МТЗ обозрение» является некоммерческой организацией. Газета выходит форматом А3 на 8 и 16 (субботний выпуск) полосах 2 раза в неделю на русском и белорусском языках, тиражом 9100 экземпляров.

Чуть больше десяти лет назад цифры тиража были другими. Газета, замкнувшись на внутривзаводских новостях, начала терять читателя. Подписка менее двух тысяч экземпляров стала для коллектива редакции критической точкой читательского доверия. Встал остро вопрос: как вернуть доверие и авторитет и расширить территорию информационного воздействия, а, значит, увеличить тираж. Самый простой способ – вовлечь читателя в создание газеты. Но он оказался и очень сложным. Для подавляющего большинства читателей была интересна информация не только о предприятии, но и о том, что происходит в районе, городе и республике. Необходимо было учитывать и тот факт, что большинство подписчиков в тот момент (да и теперь) выписывали только одно издание. Ответ на вопрос, как стать этим единственно необходимым, и становился решением проблемы. Четкая редакционная политика, профессионализм творческих работников и всего коллектива постепенно содействовали тому, что мы стали не только возвращать своих читателей, которые однажды разочаровавшись в газете, перестали ее выписывать, но у нашего издания стали появляться новые читатели и подписчики. Немаловажную роль сыграло и разумное, рациональное соблюдение интересов учредителей газеты «Беларус-МТЗ обозрение», читателей и подписчиков.

По сути газета становилась информатором, рекламным агентом, воспитателем и... компетентным собеседником.

Формы работы были выбраны самые разнообразные: прямые линии с руководителями, главными специалистами аппарата районной и городской администрации, министерств и ведомств, совместные рейды, акции, социологические опросы, «круглые столы». Четкая рубрикация, введение специализированных полос и специальных выпусков, а также использование многообразных жанров от короткой информации до аналитической статьи сразу привлекли внимание читателей. Так, например, на специализированной полосе «Беларусь в цифрах и фактах» публикуются актуальные интервью с руководителями министерств и ведомств, организаций и учреждений, статистические данные о работе промышленного, агропромышленного, научного комплексов народного хозяйства, здравоохранения, образования. В аналитических корреспонденциях поднимались вопросы социальной политики государства. Блиц-опросы минчан и гостей столицы дают возможность выяснить их позицию.

Подписчики газеты, а также наши читатели могут ознакомиться с работой служб милиции, ГАИ, гражданской обороны, ОСВОДа, Мингаза, ЖРЭО, ЖЭСов, «Автодора» и т. д. Ни одно событие в культурной жизни Минского тракторного завода и Партизанского района не прошло без информационной поддержки газеты «Беларус-МТЗ обозрение». Информации, анонсы, афиши, заметки, статьи, репортажи, «плакаты», «пригласительные билеты», интервью — далеко не полный перечень жанров, в которых поднимаются актуальные вопросы, рассказывается о деятелях культуры. С нетерпением ждут читатели и встреч со знаменитыми артистами белорусской и российской эстрады и их начинающими коллегами в специальных выпусках «Звездного блокнота».

Газета не только оперативно освещает общественно-политическую, социально-экономическую, культурную и духовную жизнь, но и участвует в исследовании проблем социально-экономической деятельности, анализирует отрицательные моменты развития коллективов, пропагандирует достижения,

что содействует консолидации работников на достижение поставленных задач, укреплению морально-психологического микроклимата. «Актуалии», «Экономика», «Наши интервью», «Консультация специалиста», «Экономический обзор», «Беларусь в цифрах и фактах», «Статистика», «Финансы», «Цифры минувшего месяца», «Комментарий специалиста», «Пресс-конференции» – вот только неполный перечень тематических полос и рубрик, по данным вопросам.

60 % материалов – это тематика, касающаяся ПО «МТЗ», поставщиков, потребителей, филиалов, дочерних предприятий, 40 – наша повседневная жизнь во всех ее проявлениях.

Помимо материалов под рубриками «Производство», «Актуалии», «Новая техника», «Новое подразделение», «Качество», «Внешнеэкономические связи», «Эффективность производства», «Финансы», «Наша марка», «Актуальное интервью», «Цифры минувшего месяца», «Визиты», «Выставки», «Награды», «Проблемы», «Вести из подразделений», «Опыт», «Как снижаем себестоимость», «Конкурсы», «Испытания», «Статистика», «Заметки с совещания», «Предприятия ПО «МТЗ», «Поставщики» и т. д., освещающих производственные и финансовые стороны жизнедеятельности предприятия, на страницах газеты широко публикуются и материалы о других сторонах нашей жизни. Они представлены на специализированных страницах «Зеленый дом», «Семья», «Алкометр», «Дорогая моя столица», «Нашчадкі», «Мы молодые», «Потребитель», «Социум», «Архив», «Дочерние предприятия», «Страницы истории», «Без грифа секретно», «Литературная страница», «Правопорядок», «Уроки истории», «В саду и огороде», «Медицина в вопросах и ответах», «Звездный блокнот», «Наука и технологии», «Проба пера», «Туризм» и других.

Но особой страницей в деятельности редакции стала общественно-организационная работа. Сегодня газета ведет несколько совместных проектов:

– с Советом ветеранов войны Партизанского района «Беларусь родная помнит вас» о ветеранах войны;

– с РУВД Партизанского района «Правопорядок», в рамках которого в 2009 году вместе с жителями Партизанского района столицы определяли лучшего участкового инспектора, а в 2010 – лучшего инспектора по делам несовершеннолетних, в 2011 – лучшего инспектора ГАИ. Голосование проходит по телефону, на сайте газеты, лично и письмами;

– с координационным Советом общественных организаций Партизанского района «Солдаты победы», завершающим этапом которого станет публикация книги «Мы – патриоты»;

– с Институтом журналистики и выставочным предприятием «Экспофорум» «Моя строка в истории моей страны», главный девиз которого: «За нравственность в журналистике».

Проведение этих проектов – это возможность проявить гражданскую позицию, человеческий характер и реализовать творческие планы во благо читателей и самих журналистов.

Без обратной связи, без читательских писем и звонков, без вопросов и предложений невозможны взаимосвязь и взаимопонимание. Именно для этого и есть в газете специальная страница «Читатель – газета – читатель», где читатель размышляет, предлагает, советует, спрашивает, критикует, интересуется и т. д. Мы дорожим этой тесной налаженной связью, потому что она своеобразный индикатор доверия к газете. Кроме того, на страницах нашего издания есть рубрика «Спрашивайте – отвечаем», «Читатели интересуются», «Официальный ответ», «Вопрос – ответ», «Консультация специалиста». На вопросы читателей отвечали медицинские работники, сотрудники ЖРЭО, руководители администрации Партизанского района и ПО «МТЗ», юрист профкома, председатель Совета ветеранов, зам. директора КУП «Минтранс», представители различных министерств и ведомств, другие специалисты.

Самая хорошая информация в газете – приносящая читателю пользу. В то же время для нас всегда важно знать, что больше всего интересует нашего читателя в данный период. Поэтому редакция открыта для сотрудничества. Журналисты всегда готовы внимательно изучать читательскую почту, выслушивать

телефонные звонки. Привлекаем к сотрудничеству с газетой ведущих специалистов МТЗ, района, города, министерств и ведомств, чтобы с их помощью найти ответы на разнообразные вопросы читателей.

У корпоративной прессы в информационном пространстве Беларуси своя ниша. Выходя за ее границы, журналисты корпоративного издания должны понимать, что только высококачественный в профессиональном плане продукт сможет составить достойную конкуренцию другим. Газета «Беларус-МТЗ обозрение», став массово-политическим изданием, четко позиционирует себя на рынке и строит в соответствии с этим свои творческие планы.

Валентина БЕЛЯКОВА

Национальная киностудия «Беларусьфильм»

ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН

Отличительной чертой современной региональной прессы является динамичное функционирование в условиях глобализации, что обуславливает значимый теоретический и прикладной интерес к ней, привлекает внимание научной, исследовательской, управленческой элиты. Региональная пресса становится объектом и предметом повышенного интереса и в типологии современной теории и методологии журналистики, представляющей важный раздел научного профессионального знания. Данный тип прессы и прежде входил в число востребованного сегмента медиасферы, но не претендовал на центральное место в жизни общества и профессиональном творчестве журналистов. Что изменило ситуацию на медийном поле: качественная трансформация региональной прессы или ослабление центральных изданий СМИ?