

**АКТУАЛЬНАЯ ПОВЕСТКА ДНЯ
В КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЯХ ЖЕЛЕЗНЫХ ДОРОГ
(на примере газет «Железнодорожник Белоруссии»
и «Московский железнодорожник»)**

М. А. Самоварова

*Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского,
ул. Большая Покровская, 37, 603000, г. Нижний Новгород, Россия,
Maria-tyazhelova@yandex.ru*

В статье рассматривается актуальная повестка дня в корпоративных изданиях. Цель исследования – провести сравнительный анализ тематической и жанровой структуры корпоративных газет железных дорог России и Беларуси. Автор рассматривает особенности содержательных моделей корпоративных изданий железных дорог, старается выявить их достоинства и недостатки.

Ключевые слова: актуальная повестка дня; корпоративные СМИ; железнодорожные газеты; транспортные издания.

**ACTUAL AGENDA
IN RAILWAY CORPORATE PUBLICATIONS
(on the example of newspapers «Zheleznodorozhnik Belorussii»
and «Moskovskiy zheleznodorozhnik»)**

M. A. Samovarova

*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,
37, Bolshaya Pokrovskaya Str., 603000, Nizhny Novgorod, Russia
Corresponding author: M. A. Samovarova (Maria-tyazhelova@yandex.ru)*

The article considers the actual agenda in corporate media. The purpose of the study is to analyze and compare the thematic and genre structure of railway corporate newspapers of the railways of Russia and Belarus. The author examines the features of meaningful models of railway corporate newspapers, tries to identify their advantages and disadvantages.

Key words: actual agenda; corporate media; railway corporate newspapers.

Повестка дня в корпоративных изданиях зачастую сильно отличается от повестки некорпоративной прессы. Это связано с целевым назначением корпоративных медиа, поскольку они служат интересам корпораций и не стремятся привлекать аудиторию обсуждением горячих тем.

Сравнение повесток в прессе одготипных компаний, расположенных в разных странах, позволит выявить особенности содержательной модели транспортных изданий, в частности железнодорожных газет.

Цель исследования – провести сравнительный анализ тематической и жанровой структуры корпоративных газет железных дорог Российской Федерации и Республики Беларусь на примере изданий «Железнодорожник Белоруссии» и «Московский железнодорожник». Хронологические рамки исследования – март 2022 года.

Газета «Железнодорожник Белоруссии» (далее «ЖБ») является внутрикорпоративным изданием государственного объединения «Белорусская железная дорога». Газета выходит по средам и субботам на русском и белорусском языках тиражом более 28 тыс. экз. Объем издания составляет от 8 до 16 полос формата А3.

«Московский железнодорожник» (далее «МЖ») – внутрикорпоративная газета Московской железной дороги – филиала ОАО «РЖД». Издание распространяется вместе с газетой «Гудок»: со вторника по четверг в объеме одной полосы формата А2 и в пятницу в виде вкладки объемом от 4 до 12 полос формата А3. Тираж составляет более 30 тыс. экз.

В ходе работы в 8 номерах «ЖБ» было выявлено 200 публикаций, а в 17 выпусках «МЖ» – 99. Все публикации были поделены по тематическим категориям, которые представлены в диаграмме 1.

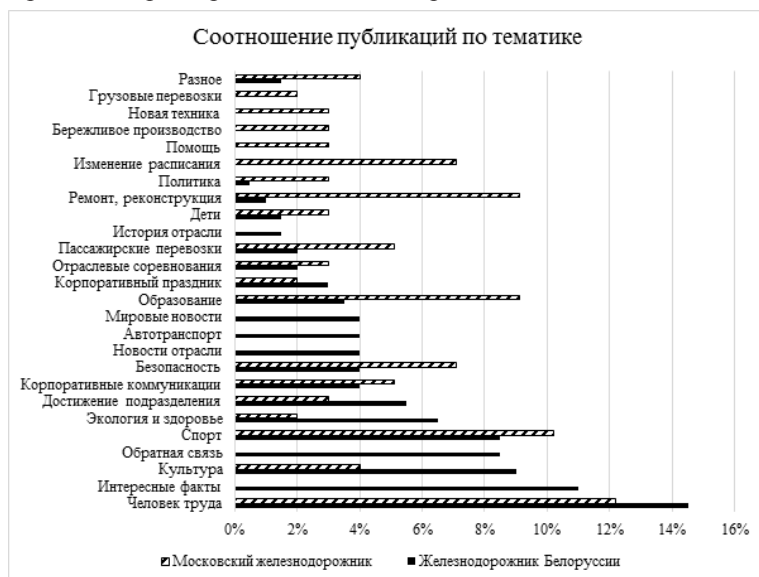


Диаграмма 1

Соотношение публикаций по жанрам отражено в диаграмме 2.



Диаграмма 2

Исходя из данных, представленных в диаграммах, мы можем сделать вывод, что в повестках исследуемых газет много общего: большое внимание уделяется рассказам о выдающихся сотрудниках компании, спортивным соревнованиям, отчетам о решениях руководства и безопасности на транспорте.

В то же время есть и отличия, которые могут быть обусловлены как традициями, установившимися внутри редакций газет, так и запросами аудитории и требованиями учредителей. В частности, в «МоЖ» больше внимания уделяется отраслевой тематике, которая составляет 40 % от общего числа публикаций: описание новой техники, реконструкция объектов, статистика по грузовым и пассажирским перевозкам и т. д. В «ЖБ» публикуется больше материалов развлекательного характера (52 % от общего количества публикаций): приуроченные к дате интересные исторические факты, мировые новости и новости внутри страны, – а также есть нежурналистские материалы из категории «Обратная связь» (8,5 %): поздравления от коллег и сообщения об умерших сотрудниках.

Оба издания не освещают чрезвычайные происшествия на железнодорожном транспорте. В «МоЖ» ни в феврале, ни в марте не было упоминаний о сходе вагонов на станции Люблино-Сортировочное, который произошел 3 февраля 2022 года [1]. «ЖБ» не освещал попытки терактов на железной дороге, в частности факты уничтожения сигнального оборудования и блокирования железнодорожных путей [2].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что оба издания замалчивают информацию о кризисных ситуациях, а значит, придерживаются манипулятивной коммуникативной стратегии в подаче информации. Это подтверждает мнение исследователей о коммуникативных стратегиях внутрикорпоративной прессы. [3, с. 68]

Что касается жанровой структуры публикаций, нужно сказать, что в исследуемых газетах преобладают информационные жанры – около 80 %. Художественно-публицистических материалов – 18 % в «ЖБ» и 12 % в «МоЖ», аналитических – 2,5 % в «ЖБ» и 1 % в «МоЖ». В целом жанровая палитра довольно бедная. В «ЖБ», например, не было выявлено ни одного интервью за исследуемый период, а в «МоЖ» был всего один репортаж и одна аналитическая статья.

Говоря об «идеальной» модели внутрикорпоративного издания, стоит отметить, что выявить черты, которые подходили бы всем ньюслеттерам производственных компаний, не представляется возможным. Для каждого корпоративного издания необходим индивидуальный подход, обусловленный задачами, которые ставит перед изданием учредитель, запросами аудитории и возможностями редакции, а также обстановкой внутри и вокруг компании.

Библиографические ссылки

1. Установлены личности пострадавших при крушении товарного поезда в Москве // Новостной портал Московский комсомолец [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mk.ru/incident/2022/02/03/ustanovleny-lichnosti-postradavshikh-pri-krushenii-tovarnogo-poezda-v-moskve.html> (дата обращения: 14.04.2022).
2. В Белоруссии задержали мужчину, планировавшего теракт // РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20220322/belorussiya-1779387697.html> (дата обращения: 14.04.2022).
3. Мурзин Д. А. Феномен корпоративной прессы. М.: Изд. дом «Хроникер», 2005. 192 с.