

ГАЗЕТА «КАЛІЙШЧЫК САЛІГОРСКА» – КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ ОАО «БЕЛАРУСЬКАЛИЙ»

О. С. Семашко

*Открытое акционерное общество «Беларуськалий»,
ул. Коржа, 5, 223710, г. Солигорск, Республика Беларусь,
o.semashko@kali.by, olaleo7@mail.ru*

В статье рассматриваются особенности корпоративного издания ОАО «Беларуськалий» «Калійшчык Салігорска».

Ключевые слова: корпоративное издание; «Беларуськалий»; «Калійшчык Салігорска».

THE NEWSPAPER «KALIYSHCHYK SALIGORSKA» AS A CORPORATE EDITION OF THE OPEN JOINT STOCK COMPANY «BELARUSKALI»

O. S. Semashko

*Open Joint Stock Company «Belaruskali»,
5, Korzha Str., 223710, Soligorsk, Republic of Belarus
Corresponding author: O. S. Semashko (o.semashko@kali.by, olaleo7@mail.ru)*

The article considers the features of the corporate edition «Kaliyshchych Saligorska» published by the Open Joint Stock Company «Belaruskali».

Key words: corporate edition; «Belaruskali»; «Kaliyshchych Saligorska».

Использование возможностей корпоративной прессы способно привести к достижению стратегических целей организации и повысить эффективность ее деятельности. Также корпоративное издание формирует информационное пространство организации.

В 1949 г. в Беларуси впервые было установлено наличие промышленных горизонтов калийных солей. В 1958 г. было начато бурение скважин на шахтных стволах Первого Солигорского калийного комбината.

Необходимость наличия органа, который бы способствовал распространению информации и консолидировал людей, съехавшихся на Всесоюзную ударную комсомольскую стройку изо всех уголков страны, возникла с первых дней зарождения промышленного комбината и вместе с ним нового на-

селенного пункта. Так, 7 ноября 1959 года вышел первый номер печатного издания «За коммунистический труд», выпуск которого осуществляла редколлегия в лице единственного ее представителя Михася Тычины. Двухполосная газета (учредитель – партком, стройком, дирекции Солигорского калийного комбината и стройтреста № 3) выходила тогда трехтысячным тиражом один раз в неделю. Затем дважды – сначала по средам и субботам, а затем по вторникам и пятницам, как сообщалось в номере от 14 июля 1967 года, «в связи с переходом строительных организаций и предприятий Солигорска на пятидневную рабочую неделю». Тираж в 2500 экземпляров печатался в Слуцкой типографии, а с появлением в городе ее филиала – в Солигорске.

Газета сообщала новости комсомольской стройки и рассказывала об успехах шахтопроходчиков, публиковала решения пленумов ЦК КПСС, достижения трудовых пятилеток, итоги соцсоревнований, снимки передовиков и творческие иллюстрации по случаю праздников, размещала положения различных мероприятий, инструкции, творчество читателей и многое другое. Частыми были материалы о войне и ее героях, о тех, чьими именами называли улицы растущего города. Также были письма читателей, афиша кинотеатра, книжные новинки. Под регулярной рубрикой «Пожалуйста соли» размещались сатирические и юмористические публикации, на литературной странице – стихи и фрагменты прозаических произведений. Рубрика «Мы с ними соревнуемся» сообщала о производственных успехах коллег с Березниковского калийного, Калушского химико-металлургического и других комбинатов, а ряд публикаций заочной школы сетевого планирования и управления содержал обучающие материалы.

На производственных площадках в то же время существовали свои стенгазеты («Энергетик», «Обогатитель», «Горняк Белоруссии», «Фабричный вестник») с традиционными рубриками о цеховых достижениях, снимками передовиков и критическими юморесками.

Передовица майского выпуска 1966 г. сообщала: «Назрела необходимость решить вопрос о распространении многотиражки через «Союзпечать». В условиях Солигорска распространение ее на общественных началах не удовлетворяет рабочие коллективы». С ростом производственных мощностей и запуском новых цехов потребовались изменения и в информационном поле. Было принято решение разделить печатные органы строительной и промышленной организаций, и вместо газеты «За коммунистический труд» начали издаваться «Строитель Солигорска» и «Калийщик Солигорска». Учредителем последней партком, профком, комитет комсомола и дирекция ордена Трудового Красного Знамени производственного объединения «Бело-

рускалий» калийного комбината. Первый номер нового печатного издания увидел свет 1 января 1974 года. К концу первого года выхода тираж газеты трудового коллектива приблизился к 6 000 экземпляров. Первую редакцию производственного издания возглавил опытный редактор, бывший шахтер-донбассовец Георгий Степанович Дубовский. «Газета быстро росла и мужала. Вскоре она стала выходить на двенадцати полосах, едва ли не первой «толстушкой»-еженедельником бывшего Союза. Рос авторитет издания» [2, с. 267]. Газета стала значимым информационным каналом для территориально отдаленных цехов предприятия и их многочисленных коллективов.

За почти пять десятилетий существования издания пересматривались не только график выхода и объем, графическое исполнение и язык наименования – менялась содержательная часть. Она зависела как от тенденций времени и исторических предпосылок, так и от локальной потребности самого предприятия и редакционной политики. Контент-анализ изданий, выпускавшихся в 1974–2021 гг., позволяет различать по тематической направленности, а также жанровой структуре как минимум два периода. С 1974 по 1991 г. газета успешно справлялась с главной задачей производственной многотиражной советской прессы: транслировала основные решения партии, организовывала и мотивировала коллектив на результативный труд, сообщала о планах и достижениях очередной пятилетки, а также оглашала обязательства, взятые на себя производственными подразделениями предприятия-учредителя. Газета обращалась к широкой аудитории читателей – работникам калийных комбинатов, шахтостроителям, обслуживающим организациям, участникам строительства новых объектов, жителям молодого города.

В первые десятилетия выхода «Калийщика Солигорска» (до 1992 г. у издания было русскоязычное название) значительное место в номере занимали сведения о состоянии производства: выдаче руды, выпуске удобрений, а также организации новых производств. На полосах не просто соседствовали сведения о передовых достижениях, идеологическая пропаганда и информация о различных мероприятиях – читатель мог выступить с предложением или обоснованной критикой и получить отклик на проблемную ситуацию. Газета всегда была каналом связи «без помех» между производственниками и представителями руководства, в том числе партийного, служила площадкой решения различных вопросов. На ее страницах отчитывались о решении поднятых в публикациях проблем администрация объединения и различные службы. Вопросам городского масштаба и бытового обслуживания газета уделяла большое внимание. Частота выходов свежих номеров (дважды в неделю) обеспечивала оперативность обмена актуальной информацией.

Возникновение института общественных связей в республике во второй половине 1990-х способствовало появлению интереса к понятию «корпоративная культура». В формировании корпоративной культуры особая роль отведена внутренней прессе, призванной влиять на отношение аудитории в соответствии с видением учредителя. В 2000-х годах обновленный «Калійшчык Салігорска» более отчетливо использует приемы коммуникации, ориентированные на конкретного читателя-работника. Материалы чаще подаются не в виде отчетов и документов, а в форме интервью с руководителями или в качестве комментария. Каждый может стать героем публикации. Много информации, ориентированной на консолидацию коллектива, социальной направленности.

Сегодня ОАО «Беларуськалий» – многопрофильная компания с собственной сырьевой базой, развитой производственной и социальной инфраструктурой, мощным технологическим и кадровым потенциалом. В составе предприятия – пять территориально разрозненных рудоуправлений, относящихся к основному производству по добыче руды и производству калийных удобрений, вспомогательные структурные подразделения, а также подразделения социального и культурно-бытового назначения.

Ядро аудитории корпоративной газеты составляют сотрудники ОАО «Беларуськалий», работники дочерних предприятий и химических производств. По данным отдела информационно-идеологической работы ОАО «Беларуськалий» около 75 % почти 18-тысячного коллектива – рабочие. Более 65 % составляют мужчины. Пятая часть – молодежь в возрасте до 31 года. Вторичная аудитория издания включает семьи работников, коллективы организаций-партнеров, а также выпускников профильных учреждений образования, всех, заинтересованных в трудоустройстве, жителей Солигорска в целом. Таким образом, формируя содержание с учетом интересов широкого круга читателей, типологически издание приближается к смешанному типу корпоративной прессы.

Библиографические ссылки

1. Беларуськалий: События и люди / Сост. Е. И. Бондарев. Минск: Тэхналогія, 2004. 287 с.