

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 их роли, как эффективного инструмента современного менеджмента, посредством которого выполняются многие важные задачи: информирование рядовых сотрудников предприятия или организации о политике руководства, создание положительного имиджа предприятия, формирование корпоративной культуры и др.

Руководство предприятия или акционерной компании ставит первоочередные задачи перед корпоративными изданиями, учредителями которых выступает. Эти задачи определяют основные направления творческой политики, которую коллективы редакций будут осуществлять для привлечения потребителей своего информационного товара. Некоторые издания и их учредители разделяют читательскую аудиторию на четкие сегменты, например, коллектив предприятия, потребители его продукции, потенциальные партнеры по бизнесу. И здесь мы можем говорить о корпоративных газетах как о специализированной части всех СМИ. Темы, поднимаемые на страницах таких изданий для различных аудиторий, и отличаются в соответствии со сферой приложения данных интересов. Подавляющее большинство многотиражных газет Беларуси – это внутрикорпоративные издания, читательская аудитория которых очень конкретна (локальна), как конкретен (локален) и 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. Влияет это и на тот факт, что от экономического развития и социальной политики градообразующего предприятия зависит развитие района или города. Кроме того, многие заводчане проживают на территории данного района города, а работа служб районной администрации тесно переплетается с взаимными социальными и экономическими интересами и задачами завода. В связи с этим в Беларуси существует практика «расширения границ» или зоны влияния корпоративных изданий.

Примером такой газеты в информационном пространстве Беларуси является массово-политическая газета «Беларус-МТЗ обозрение». Благодаря политике, проводимой изданием с потребителем информационного товара, профессионализму команды редакции, формату и периодичности, стало возможным расширить и читательскую аудиторию, и саму тематику издания. Редакция освещает все важнейшие общественно-политические события в стране и в столице, играет позитивную роль в общественной жизни Партизанского района Минска, формируя у его жителей и работников трудовых коллективов положительный имидж нашего государства. На страницах газеты регулярно публикуются материалы, рассказывающие о деятельности депутатов различного уровня, представляющих район. Активно участвовала газета «Беларус-МТЗ обозрение» в подготовке и проведении выборов, посвятив специальные выпуски этому знаменательному событию. Были опубликованы репортажи об организации работы избирательных участков и районной избирательной комиссии, интервью с ее председателем, брифинги горожан «Почему я иду на выборы?» и другие материалы.

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 9550 экземпляров (индивидуальная и ведомственная подписка). К слову, на газету «Беларус-МТЗ обозрение» можно подписаться в любом почтовом отделении Республики Беларусь.

Чуть больше десяти лет назад цифры тиража были другими. Газета, замкнувшись на внутризаводских новостях, начала терять читателя. Подписка менее двух тысяч экземпляров стала для коллектива редакции критической точкой читательского доверия. Остро встал 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 почти всех 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 подавляющее большинство подписчиков в тот момент (да и теперь) выписывали только одно издание. Ответ на вопрос, как стать этим единственно необходимым, и был бы решением проблемы. Четкая маркетинговая политика редакции, 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 или специалистом по PR-технологиям, 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 проекты и 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 специализированных полосах «Беларусь в цифрах и фактах», «Панорама» и «Дорогая моя столица» 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 поднимаются вопросы социальной политики государства. Блиц-опросы минчан и гостей столицы дают возможность выяснить их позицию по многим злободневным вопросам.

Подписчики газеты, а также наши читатели могут ознакомиться с работой служб милиции, Госавтоинспекции, прокуратуры, жилищно-коммунального и автодорожного хозяйств и т. д. Ни одно событие в культурной жизни Минского тракторного завода и Партизанского района не прошло без масштабной 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 нетерпе-

нием 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 и корпоративной культуры. «Актуалии», «Экономика», «Наши интервью», «Консультация специалиста», «Экономический обзор», «Дорогая моя столица», «Статистика», «Финансы», «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», «Визиты», «Качество», «Внешекономическая деятельность», «Эффективность производства», «Наша марка», «Актуальное интервью», «Выставки», «Награды», «Проблемы», «Вести из подразделений», «Опыт», «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 «Семья», «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», «Культура», «Проба пера», «Туризм» и др.

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

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

- «Правопорядок» с РУВД Партизанского района, в рамках которого в 2009 г. вместе с жителями Партизанского района столицы определяли лучшего участкового инспектора, в 2010 – лучшего инспектора по делам несовершеннолетних, в 2011 – лучшего инспектора ГАИ, в 2012 – лучшего инспектора службы по гражданству и миграции. Голосование проходит по телефону, на сайте газеты и письмами;

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

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

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 рубрики «Спрашивайте – отвечаем», «Читатели интересуются», «Официальный ответ», «Вопрос – ответ», «Консультация специалиста».

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. Поэто-

му 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.

С момента своего создания и выхода первого номера 14 июня 1947 года и по настоящее время газета в гуще дел многотысячного коллектива белорусских тракторостроителей. Первым адресом редакции стала производственная площадка Минского тракторного завода. Этот исторический факт еще одно доказательство того, какое значение всегда придавалось и придается информированию коллектива, воспитательной функции газеты. За профессионализм, развитие корпоративной прессы Беларуси, за победы в различного уровня конкурсах газета «Трактор» (1947 – 31 декабря 1990 г.), «Белорусский тракторостроитель» (с 1 января 1991 – 2005 г.), а с 2005 года «Беларус–МТЗ обозрение» награждена более чем 120 почетными грамотами и дипломами, главными из которых являются Почетные грамоты Верховного Совета БССР, Совета Министров Республики Беларусь, Министерства информации, Министерства промышленности, Министерства Внутренних дел, спорта и туризма, Союза журналистов, Федерации профсоюзов Беларуси, Республиканского Совета профсоюза автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения, Минского городского исполкома, администрации Партизанского района и другие. Газета «Беларус–МТЗ обозрение» стала обладателем «Золотой Литеры» как победитель первого Национального конкурса СМИ в Беларуси в номинации «Лучшая многотиражная газета». Газета занесена в районную книгу «Созвездие талантов». Активно участвует и награждена дипломами международной выставки «СМИ в Беларуси». В 2009 году газета участвовала в творческом конкурсе, объявленном Министерством внутренних дел Республики Беларусь, и получила диплом в номинации «За тесное и плодотворное сотрудничество» – единственная из газет, издающихся в городе Минске.

Один из учредителей газеты – профком Минского тракторного завода. Тесная взаимосвязь между газетой и профкомом вылилась в плодотворное сотрудничество на страницах газеты под рубрикой «Профсоюзная жизнь». Специальная страница под таким названием выходит еженедельно и пользуется популярностью среди членов профсоюза. Для того, чтобы выделить ее из других, разработано специальное графическое оформление, близкое к плакатному.

Одно из перспективных направлений деятельности – развитие интернет-версии издания (www.belarus-mtz.by), созданной в расчете на молодежную среду и активную читательскую аудиторию в возрасте от 20 до 40 лет.

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. Корпоративная газета «Беларус-МТЗ обозрение», став массово-политическим изданием, четко позиционирует себя на рынке и строит в соответствии с этим свои творческие планы.

Виктория ПОКИДОВА

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет*

Вузовская печать (на примере «AlmaMater» МГЛУ)

Вузовская печать сегодня – один из перспективных секторов развития СМИ, который в последнее время становится объектом научного и профессионального осмысления. Исследователи выделяют ряд основных задач корпоративной вузовской периодики, среди которых пропаганда научных достижений аспирантов, докторантов, преподавателей; формирование на-