

Влияние Интернета на оперативность корпоративного СМИ

Юсупова Ирина Ришатовна

Студент (бакалавр)

Мурманский государственный гуманитарный университет, Мурманская область, Россия

E-mail: ir-yus@mail.ru

«Интернет своим появлением вызвал трансформацию медийной системы, отток аудитории не только от печатных, но и от таких электронных массмедиа, как радио и телевидение» [1]. Традиционные СМИ вынуждены были выживать в условиях интернетизации, чтобы не потерять своего читателя, и переориентировали свой формат в интернет. «Первоначальное соперничество с Сетью переросло со временем в выгодный альянс. При условии, что сетевая версия обладает простой и логичной навигацией, мультимедийными возможностями и сервисами обратной связи, изданию гарантирован успех и высокий рейтинг пользователей» [2].

Свою историю корпоративная газета Мурманского морского пароходства «Арктическая звезда» ведет с 9 июня 1932 года. Издание выходит один раз в месяц форматом А3, на 8 полосах, тиражом 1000 экземпляров. «Арктическая звезда» для нескольких поколений моряков компании всегда была средством донесения актуальных новостей.

С 2010 года газета «Арктическая звезда» в электронном виде в формате PDF размещается на сайте ОАО «Мурманское морское пароходство» в разделе пресс-центр (URL: <http://msco.ru/ru/pressroom/newspaper>). Безусловно, распространение издания в электронном формате отчасти решило вопрос с доступностью информации, сократило время для доставки читателю, особенно иногороднему. Однако веб-версия «Арктической звезды» остается ежемесячным изданием, а значит, также поставляет информацию своей читательской аудитории только раз в месяц.

Социальные медиа давно и прочно зарекомендовали себя как самый оперативный источник информации. В этой связи редакцией «Арктической звезды» в 2015 году были созданы интернет-страницы газеты (аккаунты) в социальных сетях, на двух самых популярных в России ресурсах - Facebook и Вконтакте [3] [4].

Поскольку «Арктическая звезда» - корпоративное издание, которое является основным инструментом внутреннего PR, формирующим положительный имидж компании среди работников, укрепляющим командный дух и объединяющим коллектив, а также основным средством донесения важной производственной информации от руководства до работников, первая возможность, которая представилась журналистам редакции, - это молниеносное распространение необходимых сведений среди сотрудников компании.

Редакция газеты «Арктическая звезда», решая вопросы с оперативностью и дальнейшей популяризацией издания, поиском новых читателей, стремится выкладывать в сеть отличный от оффлайновой версии контент. Это и поздравления сотрудников с юбилейными датами, заметки об участии представителей пароходства в каких-либо мероприятиях, появляющиеся в сети прямо с мероприятия в реальный момент времени. Кроме того, на страницах газеты в соцсетях размещаются, исторические материалы о памятных датах, опросы сотрудников о том или ином актуальном событии и многое другое. Социальные сети не только способствуют быстрому распространению сведений среди сотрудников, новости в соцсетях оперативно решают вопросы внешнего PR. К примеру, периодически в аккаунтах распространяются сведения касательно вакантных должностей в компании, это делается также для привлечения внимания к газете новых подписчиков. Большая часть выложенных в сеть материалов не публикуется повторно в ежемесячном бумажном изда-

нии и на сайте компании.

Редакция издания озабочена вопросом привлечения в ряды читательской аудитории молодежи, которая считает печатную версию газеты чем-то вроде «газеты для пенсионеров». Аккаунты в соцсетях позволяют «Арктической звезде» рушить это негативное мнение и улучшать собственный имидж в этом направлении.

Развитие новых технологий массового информирования не столько представляет угрозу для существования корпоративных СМИ как социального института, сколько расширяет реализацию их функций. Печатные СМИ интегрируют в новую технологическую реальность. Это не негативный процесс, новые технологии позволяют СМИ выходить на принципиально иной уровень взаимодействия с аудиторией.

Источники и литература

- 1) 1. Никитенко А.А. Основы медиажурналистики [Электронный ресурс] / А.А. Никитенко - Электрон. текстовые дан. – Новосибирск: НГТУ, 2012. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php> (дата обращения: 20.12.2015)
- 2) 2. Подставко Е.Н. Классификация сетевых изданий Рунета [Электронный ресурс] / Научная электронная библиотека «Киберленинка». 2011. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsii-setevyih-izdaniy-runeta> (дата обращения: 20.12.2015)
- 3) 3. Новости газеты «Арктическая звезда» в социальной сети Вконтакте. Режим доступа: <https://vk.com/public85460161> (дата обращения: 20.12.2015)
- 4) 4. Новости газеты «Арктическая звезда» в социальной сети Facebook. Режим доступа: <https://www.facebook.com/Газета-Арктическая-звезда-895950073792495> (дата обращения: 20.12.2015)