

ИСТОРИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СМИ ПАО «ГМК «НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ»: ОТ КОРПОРАТИВНЫХ К ЛОЯЛЬНЫМ

Серга Эльвира Николаевна

магистрант, Мурманский арктический государственный университет, РФ, г. Мурманск

Иванищева Ольга Николаевна

научный руководитель, д-р филол. наук, Мурманский арктический государственный университет, РФ, г. Мурманск

Аннотация. В статье представлена история корпоративных СМИ ПАО «ГМК «Норильский никель» с момента их появления и до их трансформации в специфическую форму СМИ, лояльную компании.

Ключевые слова: корпоративные СМИ, лояльность СМИ, Норникель.

Цель статьи – представить характеристику редакционной политики корпоративных СМИ компании «Норникеля». **Актуальность** темы обусловлена происходящими изменениями в отрасли корпоративных СМИ, постепенно теряющих статус «корпоративные».

Новизна работы заключается в описании причин процесса трансформации не представленных ранее в литературе корпоративных СМИ компании «Норникель».

Методами исследования в статье являются описание, сравнение, обобщение.

«Норильский никель» - публичное акционерное общество, лидер горно-металлургической промышленности России, крупнейший в мире производитель высокосортного никеля и палладия. Компания возникла в 1935 г. со строительства на Таймыре горно-металлургического комплекса, входившего на тот момент в структуру НКВД СССР. В настоящее время у ПАО «ГМК «Норильский никель» единственный собственник и бенефициар, он же президент компании – Владимир Потанин. На разных этапах развития предприятие в разной степени нуждалось в распространении специализированной отраслевой информации о производственной деятельности компании. Вначале эти функции выполняли уже существовавшие на момент появления и промышленного расцвета предприятия местные газеты: «Советский Таймыр» - в Красноярском крае, «Полярная правда» - в Мурманской области. Собственные печатные издания начали создаваться в 1960 гг. Но пик расцвета корпоративных изданий «Норникеля» пришелся на 1990-е и 2000-е гг.

Корпоративное издание – это инструмент корпоративных коммуникаций. И оно подчинено целям, которые ставит перед ним корпорация, а не редакция [3, с. 1-2]. Корпоративные медиа ресурсы в 1990-е и 2000-е гг. появились практически у каждой крупной компании в России. Д. А. Мурзин считает, что корпоративные СМИ являются подвидом специализированной деловой прессы и обладают всеми признаками СМИ [4, с. 126].

У ГМК «Норильский никель» в период с 1995 по 2004 гг. появилось 11 собственных корпоративных изданий. Все они работали на общую стратегию компании, но имели авторитет и влияние вне корпорации, поскольку потенциальной аудиторией корпоративных изданий довольно быстро стал не только персонал компании, но и население моногородов.

А.Ю. Горчева утверждает, что «одна из концептуальных задач редакций – сделать корпоративные СМИ более современными, правдивыми, прибыльными (но это не главное) и ответственными» [2, с. 9]

Единый курс на лидерство вместе с компанией взяли и корпоративные СМИ «Норникеля».

Корпоративные СМИ «Норникеля» в Мурманской области

8 апреля 1967 г. в г. Заполярном Мурманской области впервые вышла в свет газета «Горняк Заполярья» (издавалась до 2002 г). Её учредителем стал комбинат «Печенганикель», который позже вошел в группу компаний «Норильского никеля», а вновь созданное предприятие «Кольская ГМК» учредило свою газету «Кольский никель», которая издавалась с 12 сентября 2002 г. тиражом 5 тыс. экземпляров еженедельно. В 2013 году ей на смену пришло интернет-издание Kn51.

В 1998 году «Норникель» приобрел в Мурманске Телеканал «ТВ-21» (ООО «Северо-западное вещание»). На тот момент это был первый в регионе негосударственный телеканал, освещавший события в экономической, политической и социальной сферах. После приобретения статуса «корпоративного СМИ», телеканал скорректировал редакционную политику. В новостях чаще стали выходить материалы, подробно рассказывающие о горно-металлургическом производстве в городах присутствия Компании (Мончегорск, Заполярный, Никель). А с начала 2000-х гг. примерно треть производимого контента «ТВ-21» была сфокусирована на деятельности компании-собственника. Кроме стандартных новостных программ, в эфир начали выходить программы корпоративной направленности: «Дежурный по Печенге», «Дежурный по Мончегорску», «Деловая среда», «NNовости» и цикл программ «Заповедник», произведённых по заказу «Норникеля». В штате «ТВ-21» было сформировано особое подразделение – редакция региональных проектов. Продолжая стремительно развиваться, в 2011 г. телеканал «ТВ-21» стал обладателем высшей награды в области телевидения «ТЭФИ-Регион».

В 2012 г. произошло слияние ООО «Северо-западное вещание» (Телеканал ТВ-21) с ООО «Спутник», ещё одним медиа ресурсом «Норникеля», в который на тот момент входили: кабельные сети, радио «Европа Плюс. Мончегорск» и газета «Кольский никель».

В 2016 г. ООО «Северо-западное вещание» открыло еще один телеканал – круглосуточный самопрограммируемый «ТВ21+». В 2017 г. он стал обязательным региональным общедоступным телеканалом, выиграв федеральный конкурс, объявленный Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ. В настоящее время «ТВ21+» занимает 21-ю кнопку во всех кабельных сетях региона. Охват 100% Мурманской области.

Корпоративные СМИ «Норникеля» в Красноярском крае

11 октября 1995 г. в Норильске вышел в свет первый номер газеты «Заполярный вестник». Это была первая полноценная корпоративная газета, её учредителем стал Заполярный филиал ГМК «Норильский никель». С 2007 г. издание вошло в состав холдинга ООО «Медиа Платформа», которое было создано в 2004 г. для консолидации медиа активов, принадлежащих ГМК «Норильский никель».

В 2007 г. в сети Интернет появились первые новости корпоративного информационного агентства «Таймырский Телеграф». В 2014 г. агентство получило новую лицензию как сетевое издание. Этот информационный ресурс действует до сих пор. А вот газета «Заполярный вестник» постепенно сдала позиции. С июля 2013 г. «Заполярный вестник» стал еженедельником на 12 полосах, с января 2019 г. – ежемесячным изданием, а 24 июня 2019 г. вышел в свет последний номер корпоративной газеты.

В мае 1998 г. «Норникель» запускает в Норильске свой телеканал «Северный город». Главной для телеканала стала информационная программа «НПР: новости, подробности, репортажи». Первым главным редактором телеканала «Северный город» стал Игорь Астапов, экс-директор Норильской ГТРК. Позже, в 2013 г., он возглавил еще один корпоративный телеканал «Норникеля» - «7й канал» в Красноярске (ООО «Телесфера»), приобретённый в 1999 г. Оба эти

канала были сетевыми партнерами федерального канала «РЕН ТВ».

С 2002 г. в Москве «Норникель» начал издаваться корпоративный журнал «Норильский никель», который стал победителем престижного конкурса в области связей с общественностью PROBA - IPRA GWA 2004 в номинации "Корпоративное издание года" [6].

В 2013 г. в ГМК «Норильский никель» сменилось управление, и было принято решение закрыть проект как непрофильный актив. В июне вышел последний номер журнала. Однако потребность в информировании персонала компании не исчезла. В связи с этим постановили создать закрытый корпоративный ресурс для внутреннего пользования – ИНТРАНЕТ.

В связи с законом [5] медиа активы «Норникеля» подверглись реформированию и частично расформированию. К 2016 г. у каждого из входивших в группу компании СМИ появился свой новый учредитель. Из 11 корпоративных СМИ «Норникеля» 6 прекратили свою деятельность. Остальные выбрали политику лояльности к экс-учредителю.

В результате таких изменений, вызванных внешними и внутренними причинами, появился специфический тип корпоративных СМИ – лояльные компании (см. о лояльности: [1, с. 47]). Крупным предприятиям компании после реструктуризации было удобно, имея «под рукой» уже опытный персонал СМИ, размещать свою информацию в лояльных корпоративных изданиях. Такой подход давал выгодный экономический и идеологический эффект.

Список литературы:

1. Василенко С. В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. 2-е изд. [Электронный ресурс]. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. 105 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/5971.html>. ЭБС «IPRbooks»
2. Горчева А. Ю. Корпоративная журналистика. М.: Вест-Консалтинг, 2008. 220 с.
3. Играев Б. А. Корпоративные издания: типологические и профильные особенности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2011. № 3. С. 192-201.
4. Мурзин Д. А. Феномен корпоративной прессы. М.: Изд-во дома «Хроникер», 2005. 192 с.
5. Федеральный закон от 14.10.2014 N 305-ФЗ «О внесении изменений в Закон РФ «О средствах массовой информации». URL: <https://baza.np.ru/gd-rf-zakon-n305-fz-ot14102014-h2379097/>
6. <https://www.metalinfo.ru/ru/news/20866>
7. Официальный сайт ПАО «ГМК «Норильский никель» URL: <http://www.nornickel.ru/>
8. Официальный сайт СИ «Таймырский телеграф» URL: <http://www.ttelegraf.ru/>