

УДК 070

DOI: 10.26456/vtfilol/2022.1.228

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОГО ИЗДАНИЯ «ВЕДОМОСТИ УИС»

К. В. Проскурникова

Тверской государственной университет, г. Тверь

В статье рассматривается корпоративная пресса федеральной службы исполнения наказания. Изучая читательские адреса и основное назначение такого вида прессы, автор видит значимость и потенциал таких изданий. Проведенный контент-анализ издания «Ведомости УИС» позволяет сделать выводы, что материалы, издаваемые в журнале, имеют определенный вектор, рассчитанный на конкретную сферу научных и профессиональных интересов.

Ключевые слова: корпоративная пресса, многотиражные газеты, пенитенциарная система, осужденные, клиентское издание, связи с общественностью, отраслевой журнал.

В настоящее время корпорации эффективно взаимодействуют с аудиторией через каналы, которые сами и формируют. Корпоративная пресса организована, управляется и наполняется самой корпорацией, созавшей ее. Корпоративные медиа играют важную роль в создании образа в СМИ той или иной организации [1; 2; 6]. Таким образом обеспечивается информационная прозрачность непосредственной деятельности корпорации. В настоящее время, когда новостная информация поступает конечному потребителю в считанные минуты, посредством информационных технологий, корпоративная пресса является необходимостью, особенно для государственных структур в информационном обществе, чтобы высказать свою точку зрения по актуальным вопросам [3].

Стоит остановиться на функциях, которые характерны для корпоративного издания.

Информационная функция стоит на первом месте в корпоративной прессе. Внутренняя коммуникация служит для информирования сотрудников о том, что происходит в организации и вокруг. Также важна идеологическая функция. Кроме практической пользы, информационная насыщенность создает условия для формирования командного духа. Имиджевая функция занимает важное место. Корпоративное издание читают не только сотрудники организации – часто, чтобы сформировать мнение об определенной структуре, е сторонние лица (это могут быть пар-

© Проскурникова К. В., 2022

тнеры, члены семей работников и др.) интересуются подобными изданиями [1]. Кроме того, необходимо помнить, что повышение лояльности целевой аудитории является одной из главных задач корпоративной прессы.

Рассматривая вопрос читательской аудитории корпоративных СМИ, как правило выделяют: внутрикорпоративные – издания для сотрудников; партнерские – издания для представителей организаций, взаимодействующих с корпорацией; клиентские – издания для потребителей [6].

В соответствии с этой классификацией можно привести примеры корпоративных СМИ в уголовно-исполнительной системе России. Внутрикорпоративным изданием является журнал «Преступление и наказание», так как он ориентирован в основном на обмен опытом в работе сотрудников разных служб ведомства. К партнерскому изданию (на стыке с внутрикорпоративным) можно отнести научный журнал «Ведомости УИС» [5], поскольку в нем отражаются научные изыскания сотрудников ведомства и результаты их взаимодействия со сторонними организациями. Большую работу по изданию корпоративных СМИ ведут и образовательные учреждения ФСИН России, они выпускают журналы, сборники, приглашая к сотрудничеству другие ведомства, организации как российские, так и зарубежные. Клиентским изданием является газета «Казенный дом», в ней публикуются материалы о быте, работе спецконтингента. Например, в газете есть рубрика, которая дает возможность заключенным завести новые знакомства. Таким образом, сами осужденные, их родственники и другие заинтересованные лица являются конечными потребителями этого издания.

Для анализа ежемесячного ведомственного журнала «Ведомости УИС» были взяты номера за 2021 год. Журнал включен в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, по научным специальностям и соответствующим им отраслям науки: 12.00.08 – Уголовное право и криминология; уголовно-исполнительное право (юридические науки); 12.00.12 – Криминалистика; судебно-экспертная деятельность; оперативно-розыскная деятельность (юридические науки); 13.00.01 – Общая педагогика, история педагогики и образования (педагогические науки); 19.00.06 – Юридическая психология (психологические науки)» [5]. Обложка каждого номера полихромная, с фотографией высокого качества, связанная с главной темой, в каждом из 12 номеров журнала по 80 страниц. Содержание имеет научную направленность. Сегментированная структура помогает быстро ориентироваться, в журнале присутствуют постоянные разделы и рубрики, страницы издания

черно-белые, тем не менее публикации сопровождают графические элементы и иллюстрации. Проанализировав несколько выпусков журнала, можно сделать вывод, что не все разделы являются постоянными. Чаще всего в выпусках присутствуют разделы «Ведомственное образование и наука», «Организация служебной деятельности» и постоянный раздел – научный. Исследования в издании основаны в том числе на статистических данных, ведомственных и не только. Содержание статей в основном посвящено вопросам, связанным с федеральной службой, что характерно для корпоративной прессы.

В каждом номере было подсчитано количество слов, обозначающих название ведомства и самой системы. Общее количество символов в каждом выпуске варьировалось от 25 до 27 тысяч знаков, а количество слов около 30 тысяч. В текстах каждого номера встречались «ФСИН», «уголовно-исполнительной», в некоторых номерах журнала фигурировали аббревиатуры «FSIN» и «УИС». Ниже в таблице можно увидеть, что в количество упоминаний ключевых слов их число от номера к номеру примерно одинаково, но в некоторых выпусках журнала процент упоминаний возрастает. Нужно отметить, что ключевые слова, обозначающие название ведомства, в основном занимают место в десятке стержневых слов каждого выпуска.

Таблица 1

Номер журнала «Ведомости УИС»	Слово	Количество упоминаний	Релевантность, то насколько слово отражает текст	% в ядре (среди значимых слов)	% в тексте
№ 1, 2021	фсин	78	3,07	0,3%	0,2%
	уголовно-исполнительной	71	2,80	0,3%	0,2%
№ 2, 2021	фсин	99	4,22	0,4%	0,3%
	уголовно-исполнительной	62	2,64	0,3%	0,2%
№ 3, 2021	фсин	141	5,05	0,6%	0,5%
	уголовно-исполнительной	78	2,79	0,3%	0,2%
№ 4, 2021	фсин	82	3,25	0,4%	0,2%
	уголовно-исполнительной	70	2,77	0,3%	0,2%
	фсин	69	2,73	0,3%	0,2%

№ 5, 2021	фсин	167	6,64	0,9%	0,6%
	уголовно-исполнительной	72	2,86	0,4%	0,3%
№ 6, 2021	фсин	134	4,71	0,6%	0,4%
	уголовно-исполнительной	74	2,60	0,3%	0,2%
№ 7, 2021	фсин	83	2,93	0,4%	0,2%
	уголовно-исполнительной	61	2,15	0,2%	0,2%
№ 8, 2021	фсин	121	4,39	0,6%	0,4%
	уголовно-исполнительной	68	2,46	0,3%	0,2%
№ 9, 2021	фсин	92	3,63	0,4%	0,3%
	уголовно-исполнительной	55	2,17	0,2%	0,2%
№ 10, 2021	уголовно-исполнительной	82	2,95	0,3%	0,2%
	фсин	76	2,73	0,3%	0,2%
№ 11, 2021	уголовно-исполнительной	109	3,80	0,5%	0,3%
	фсин	84	2,93	0,3%	0,2%
№ 12, 2021	уис	126	4,41	0,5%	0,4%
	фсин	114	3,99	0,5%	0,3%
	уголовно-исполнительной	91	3,18	0,4%	0,3%

Корпоративная пресса является принадлежностью компаний, предприятий, государственных структур, для которых их издание является способом решения собственных задач, часто не связанных с деятельностью в сфере массовых коммуникаций. В таких медиа можно узнать, как в системе появляются новшества, в том числе формируется их правильное восприятие сотрудниками [4].

Важен момент, что журнал «Ведомости УИС» включен в «Перечень рецензируемых научных изданий...», в которых должны быть опубликованы основные результаты научных поисков сотрудников ведомства. Это свидетельствует о глубине научных изысканий сотрудников. Журнал дает возможность установления коммуникативных связей с чита-

тельской аудиторией, может способствовать оптимизации определенных внутренних процессов ведомства.

Специальности научного раздела соответствуют непосредственно основной деятельности ведомства, среди них уголовное право и криминология; уголовно-исполнительное право (юридические науки); криминалистика; судебно-экспертная деятельность; оперативно-розыскная деятельность (юридические науки); общая педагогика, история педагогики и образования (педагогические науки); юридическая психология (психологические науки). Содержательная модель журнала главным образом определяется требованиями аудитории, для которой она создается. Собственно, с учетом круга интересов аудитории и складывается определенный стиль подачи и тематика материала.

Структура и стиль корпоративного издания предполагает ключевые тематические направления, требования к стилю, языку, подразумевает систему разделов и четкую структуру СМИ.

Проведенный контент-анализ позволяет сделать выводы, что материалы, издаваемые в журнале, имеют определенный вектор, рассчитанный на конкретную сферу научных и профессиональных интересов. Большая часть статей журнала имеют фактографическую и положительную направленность. При этом стоит отметить, что доля проблемных материалов в издании незначительна, что, на наш взгляд, является одной из характерных черт корпоративной журналистики. В целом журнал отражает интересы определенного круга читателей и не претендует на внимание массовой аудитории наряду с так называемыми традиционными СМИ.

Список литературы

1. Кривоносов А. Д. Корпоративная пресса на Западе: история и типология // *PR-диалог*. 2002. № 3. С. 5–6.
2. Мурзин Д. А. Новые корпоративные стратегии коммуникаций в современной России // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2004. № 3. С. 55–67.
3. Мурзин Д. А. Феномен корпоративной прессы. Москва: Хроникер, 2005. 192 с.
4. Мурзин Д. А. Корпоративная пресса: современные типологические концепции: дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10; Московский госуниверситет им. М. В. Ломоносова. Москва, 2007. 188 с.
5. Официальный сайт ФКУ Объединенная редакция ФСИН России / Архив журнала «Ведомости УИС» за 2021 год [Электронный ресурс]. URL: <https://or.fsin.gov.ru/vedomosti/vedomosti-ugolovno-ispolnitelnoy-sistemy-2021.php> (дата обращения: 13.12.2021).
6. Петропавловская Ю. А. Корпоративные издания как разновидность медиа: выход на массовую аудиторию // *Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика*. 2015. № 5. С. 3–20.

CONTENT ANALYSIS OF THE CORPORATE PUBLICATION “VEDOMOSTI UIS”

K. V. Proskurnikova

Tver State University, Tver

The article deals with the corporate press of the federal penitentiary service. Considering the readers' addresses and the main purpose of this type of press, the author sees the significance and potential of such publications. The content analysis of the Vedomosti UIS publication allows us to conclude that the materials published in the journal have a certain vector, designed for a specific area of scientific and professional interests.

Keywords: *corporate media, large-circulation newspapers, penitentiary system, convicts, client edition, public relations, industry magazine.*

Об авторе:

ПРОСКУРНИКОВА Кристина Владимировна – аспирант кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: kristina_prosk@mail.ru

About the author:

PROSKURNIKOVA Kristina Vladimirovna – Postgraduate Student at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabova str., 33), e-mail: kristina_prosk@mail.ru.