

# ПОБЕДА «СУХОГО ЗАКОНА»

18 января 2013 года в Екатеринбурге были подведены итоги Первого областного конкурса корпоративной прессы «ОБЛИК-2012».

Организаторами мероприятия выступили «Российская газета», еженедельник «Аргументы и Факты Урал», Гильдия издателей периодической печати УрФО, Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Беллинского, департамент «Факультет журналистики» Уральского Федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

Корпоративная пресса – важная и активно развивающаяся часть современной системы СМИ Свердловской области и России в целом. На Среднем Урале выходят сотни разнообразных корпоративных изданий. Их выпускают транспортные, финансовые и производственные компании, предприятия индустрии красоты, учреждения культуры и т.д.

Качественные корпоративные медиа, являясь эффективным инструментом управления, способствуют развитию своих организаций-учредителей, помогают решать стоящие перед ними задачи, устанавливать и поддерживать коммуникации с разными группами общественности.

Конкурс «ОБЛИК», а также приуроченные к подведению его итогов выставка корпоративной прессы и круглый стол, планирующий выход печатного сборника со статьями участников конкурса призваны способствовать решению проблем, имеющихся в сфере корпоративной прессы, и дальнейшему ее успешному развитию. Среди целей конкурса «ОБЛИК-2012» – содействие обмену знаниями и опытом между редакторами и сотрудниками разных корпоративных СМИ, между практиками и исследователями, знакомство студентов Уральского Федерального университета с современным опытом в сфере издания корпоративных СМИ.

«Конкурс называется «ОБЛИК» не только потому, что он Областной и призван выявить Лучшие Издания Корпораций. Но и потому, что корпоративная пресса имеет прямое отношение к имиджу компаний-учредителей, к тому представлению, которое складывается о них в обществе, иными словами – к их ОБЛИКУ. А от того, каков будет этот облик в глазах сотрудников, партнеров, потенциальных клиентов, инвесторов и т.д., во многом зависит развитие этих компаний. Скучные, «сухие», плохо оформленные издания вызывают неприятные чувства (не только к самим себе, но и к своим компаниям-учредителям), а яркие, качественные вызывают интерес и симпатию», – сказал член жюри и один из активных



организаторов конкурса – доцент департамента «Факультет журналистики» ИГНИ УрФУ Юрий Чемякин.

В девяти номинациях конкурса приняли участие издания крупнейших промышленных предприятий (таких, как ОАО «Уралмашзавод», ОАО «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод», ОАО «Уралэлектромедь», Северский трубный завод), транспортных предприятий (Свердловское отделение РЖД) и других компаний.

В номинации «Издания для деловых партнеров и клиентов» победителем был признан журнал «Сухой закон». Особо было отмечено его удачное название, о чем весьма эмоционально заявил председатель конкурсной комиссии, директор департамента «Факультет журналистики» ИГНИ УрФУ Борис Лозовский. Как выяснилось, «Сухой закон» так «зацепил» членов жюри, что в ходе работы комиссии они достаточно глубоко «прониклись» материалами системы Пенетрон. Во время неформальной части мероприятия Юрий Чемякин вдохновенно объяснял многочисленным слушателям тонкость и точность названия журнала: «Понимаете, они пишут о проникающей гидроизоляции... Конструкции надо защитить от воды – вот вам и «Сухой закон»!»