

Секция «Журналистика»

Информационная безопасность корпоративного СМИ градообразующего предприятия (на примере газеты "Нефть Приобья" ОАО "Сургутнефтегаз")

Кряжева Надежда Михайловна

Студент

Сургутский государственный педагогический университет, Филологический

факультет, Сургут, Россия

E-mail: nadenka-kryashka@mail.ru

Значение фактора корпоративной культуры существенно возрастает в связи с новыми процессами, происходящими в современном обществе. Информатизация российского бизнеса, интернетизация многих сфер предпринимательской и промышленной деятельности, внедрение компьютерных технологий управления выдвигают на первый план проблемы информационной безопасности предприятий. Создают необходимость адаптации традиционной профессиональной и корпоративной культуры к новой информационной ситуации, поэтому неотъемлемой частью корпоративной культуры российских предприятий становится стратегия информационной безопасности. [2] Важно понять информационную безопасность не просто как абстрактное понятие, а подойти к ее изучению более конкретно. Безопасность по отношению к самой корпорации, к региону (в нашем случае это ресурсная территория), к промышленной отрасли в целом, и, конечно, к обществу. Проведенный среди руководителей 500 крупнейших корпораций мира опрос показал, что основными целями издания корпоративных СМИ опрошенные считают удержание имеющихся клиентов, управление имиджем компании, увеличение продаж, лоббирование и мотивацию сотрудников [3] При этом ни один из руководителей не отметил информационную опасность, ведь создавая собственное корпоративное СМИ, информационное пространство расширяется, а значит, появляется угроза утечки важных сведений, которые не подлежат обнародованию. Если отдельным небольшим предприятиям зачастую невозможно обойтись без корпоративных СМИ, что уж говорить о финансово-промышленных группах и других крупных корпорациях, объединяющих сразу несколько (иногда десятки или даже сотни) организаций! Одним из таких является открытое акционерное общество «Сургутнефтегаз». Это одно из крупнейших предприятий нефтяной отрасли России. На его долю приходится около 13% в стране и 25% компаниями России. География предприятия одна из крупнейших в мире, она распространяется от границы Казахстана до Северного Ледовитого океана, от Запада до Востока Сибири. «Нефть Приобья» - еженедельная корпоративная газета Сургутнефтегаза. Уже в 1987 году, когда она создавалась, вопросы безопасности стояли на первом месте, потому что работы ведутся в стратегических районах России. О заботе информационной безопасности говорят те факты, что корреспонденты скрывали экономические параметры, не писали о производительности труда, о дебете скважин, об участии иностранцев в промышленной деятельности, стоял жесткий запрет на подобную информацию. Журналисты знали, что говорить можно, а что нельзя, работала цензура, которая в какой-то степени создавала информационную безопасность. Сегодня, когда цензуры нет, обо всем этом можно говорить открыто, однако повысился уровень ответственности самого журналиста, ему необходимо видеть ту информационную границу, через которую нельзя переступать. Сегодня в объединении трудятся более 120

тысяч специалистов разного профиля. Целый город! Иногда даже небольшая область. Это люди разных национальностей, религиозных, политических взглядов, традиций. В связи с этим редакционная политика должна прочно базироваться на идее и практике идеологического и культурного плюрализма. Поэтому одной из составляющих редакционной политики должна быть толерантность - терпимость, притом благожелательная, к взглядам других, признаваемых равноправными в силу равенства социальных сил, их выражающих и защищающих. Несколько материалов, которые вышли в газете в период острых дискуссий на тему национального вопроса в России: «Этот счастливый тринадцатый рекорд»: материал о Курбане Камилове, мастер бригады, которая установила рекорд в 100 тысяч метров проходки горных пород. Мастер приехал из г. Грозный в 1997 году, уже более 20 лет трудится в Сургутнефтегазе. («Нефть Приобья») «Укрощение строптивой, или первый рекорд на новом станке», статья о Рустаме Зарипове, в Сургуте с 1995 года приехал из Дагестана. («Нефть Приобья») «Полет творческой мысли Камиля Хаирова» - материал о ведущем инженер-инженере НГДУ «Быстринскнефть», который приехал осваивать север в 1965 из Таджикистана. («Нефть Приобья»). Во всех материалах прослеживается подтекст, что, несмотря на то, что в городе и стране обсуждаются конфликты на национальной почве (после стрельбы на свадьбе в центре столицы и так далее), журналисты рассказывают о людях, которые давно приехали в Сургут, уже многие годы прославляют север. Попытка снизить напряженность, которая образовалась в городских СМИ. Исследователи проводят параллель между деятельностью многих редакторов корпоративных СМИ и деятельностью редакторов советских времен. Те тоже были избавлены от «головной боли» по зарабатыванию денег и могли целиком сосредоточиться на решении творческих задач. Имея в виду то, что с одной стороны на них «давит» начальство, требуя проведения через корпоративное СМИ «своей линии», отстаивания определенных ценностей и взглядов, с другой стороны – читатели, которые хотят, чтобы издание было интересным и правдивым, а в противном случае отказываются его читать. Необходимо настоящее мастерство, чтобы суметь удовлетворить запросы, как тех, так и других. Очень важно давать прозрачные материалы, поддерживая информационный баланс. Материалы корпоративных СМИ носят очень важный характер и непосредственно влияют на развитие производства. Например, приказы, распоряжения генерального директора, материалы о новых критериях определения размера заработной платы, сообщения о проведении аттестации персонала или конкурса «лучший по профессии» с опубликованием задач, условий, этапов и т.д. Ошибки в публикациях такого рода могут привести к сбоям в производственном процессе, вызвать растерянность и психологическую напряженность среди сотрудников. В связи с этим ответственность журналиста корпоративного СМИ перед фактом повышается. Проблема информационной безопасности корпоративного СМИ была и остается одной из актуальных в городе. Сургутская организация журналистов совместно с объединением разработали проект «Школа промышленного журналиста», в рамках которого будут готовить журналистские кадры для работы на промышленном предприятии. Эта одна из первых попыток решить проблему информационной безопасности корпоративных СМИ градообразующих предприятий. Сегодня главным регулирующим документом в этой сфере является Доктрина информационной безопасности. Однако в ней рассматриваются далеко не все отрасли, вопрос еще мало изучен. С каждым годом корпоративных СМИ становится все больше, а это значит, что информационная угроза

растет.

Литература

1. Галатенко В.А. «Стандарты информационной безопасности». 2004г.
2. Мануйлов И.Н. «Корпоративная безопасность фирмы, как компонент корпоративной культуры» - М., 2003.
3. Чемякин Юрий Владимирович. Корпоративные сми: секреты эффективности. Екатеринбург: Издательский дом «Дискурс Пи», 2006