УДК 070(470)

А. Л. Посадсков

Государственная публичная
научно-техническая библиотека СО РАН
ул. Восход, 15, Новосибирск, 630200, Россия
E-mail: knigoved@spsl.nsc.ru

КОРПОРАТИВНАЯ ПРЕССА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ФЕНОМЕН И КАЗУСЫ

Исследуется история выпуска в России корпоративных газет и журналов в 90-е гг. XX в. – первом десятилетии XXI в. Приводится авторская периодизация данного процесса. Изучены основные категории, черты и характеристики прессы, издаваемой промышленными, финансовыми, торговыми и аграрными предприятиями страны. Определяется социокультурная роль корпоративных изданий.

Ключевые слова: периодическая печать, корпоративные издания, многотиражки, журналистика, социокультурное развитие.

Изучая корпоративную прессу современной России, исследователь прежде всего сталкивается с неразработанностью вопросов терминологии и классификации изданий. Авторы большинства учебников по базовому курсу теории и истории журналистики никак не комментируют сложившееся сегодня разграничение периодических изданий, не ставят задачу обоснования их типологии [Ворошилов, 2002; Инджиев, 2007; Прохоров, 2007; Свитыч, 2006]. Не существует и понятийного оформления или хотя бы прикладного толкования терминов «корпоративная печать», «корпоративное издательство». В «Журналистском словаре» Э. П. Кессарийского нашлось место для разъяснения таких понятий, как «лажа», «кочка зрения» и проч. [2002. С. 119–120, 126], но не для такого явления, как корпоративные издания или корпоративная журналистика.

Ситуация неопределенности понятий сама по себе порождает много вопросов. Термин «корпоративная пресса» появился в США и Европе в послевоенные годы, а в Россию пришел в начале 1990-х гг. вместе с другими словами из лексикона крупного бизнеса. За границей этим термином обозначают официальные издания предприятий, коммерческих структур и организаций. Однако в России еще с 1930-х гг. существовали и существуют тысячи «многотиражек» – газет отдельных предприятий, вузов и НИИ. Может ли эта пресса, «перелицевавшись» в условиях рыночной экономики (когда, например, вместо газеты «За советский алюминий» выходит «Сибирский алюминий»), как наследие советского прошлого, считаться полноценным корпоративным изданием? Может ли вообще считаться корпоративной газета любого (в том числе небольшого) предприятия, или это – удел промышленных гигантов, крупных акционерных обществ, в которых акционеры (мелкие и крупные) составляют *корпорацию*, т. е. сообщество граждан, связанных единством производственных интересов?

Некоторые объяснения по этому поводу содержатся в учебнике С. Г. Корконосенко – единственном из общедоступных учебных изданий, в котором уделено первостепенное внимание вопросам типологии и классификации прессы [2009. С. 95–114]. Автор выделяет в типологии еще советской печати «газеты предприятий», ведущие свое начало с эпохи первых пятилеток, и пишет, что это «начинание оказалось настолько успешным для управления производством и поддержания духа коллективизма, что уже в 1930-е гг. опыт выпуска “многотиражек”

© А. Л. Посадсков, 2012

переняли частнокапиталистические компании за рубежом… В свою очередь, наши организации в последние десятилетия активно осваивают зарубежную практику корпоративных изданий, которые, правда, следовало бы рассматривать в качестве не столько журналистики, сколько управления персоналом и PR» [Корконосенко, 2009. С. 99].

Автор учебника, на наш взгляд, наиболее точно расставил акценты в понимании вопроса. Нужно осознать, что в периодической печати постсоветской России произошла *конвергенция* приемов и облика западной корпоративной прессы и нашей старой производственной журналистики. Разумеется, российская заводская пресса сегодня взяла на вооружение идеологию своих зарубежных коллег, т. е. идеологию бизнеса. Но многие приемы работы и тематические «ходы» журналистов (такие как оптимистические интервью руководителей предприятий, экономические выкладки, производственная пропаганда, «доска почета» с биографиями лучших работников, постоянная информация об улучшениях в жизни коллектива), будучи заимствованными от нас на Запад, а затем вернувшиеся к нам, остались неизменным стержнем таких изданий. По сути, современные корпоративные газеты и журналы России представляют собой симбиоз двух типов периодических изданий.

По нашему мнению, российская корпоративная пресса – это емкое и растяжимое понятие. И конечно, оно включает в себя все периодические (в том числе рекламные и научно-технические) издания отдельных промышленных, торговых и сельскохозяйственных предприятий. Но вот газеты вузов и НИИ, по-видимому, нельзя причислить к современной корпоративной прессе, хотя по советской традиции они тоже принадлежат к категории «многотиражек». Это, скорее, ведомственная пресса, существующая на бюджетные деньги учреждений и государственных учебных заведений. Линией размежевания здесь является целевое назначение прессы: для корпоративных изданий основной целью является содействие своему предприятию в извлечении прибыли; для газет и журналов вузов и НИИ вопрос о прибыли не существует, их основное назначение – быть информатором и идеологом творческого коллектива.

Таким образом, автор данной статьи выступает за расширительное толкование термина «корпоративное издание». Не покушаясь на точное осмысление понятия «корпоративная пресса», попытаемся очертить лишь некоторые контуры.

Итак, корпоративная пресса – это периодические печатные или электронные издания производственных, финансовых, сельскохозяйственных и торговых предприятий, выпускаемые с целью внутренней информации и организации деятельности данных предприятий, а также создания их привлекательного образа среди потребителей.

Несмотря на «гибридные» истоки, российская корпоративная печать представляет собой яркий и самостоятельный феномен современной журналистики. Без такого пестрого, темпераментного и по-своему интересного сообщества журналов и газет издательская жизнь России была бы намного беднее. Постараемся показать читателю некоторые лики этого многоцветного явления.

В соответствии с названиями и содержанием корпоративные издания могут быть расклассифицированы на более или менее традиционные. Классической является ситуация, когда название журнала или газеты повторяет название фирмы. Так позиционируют себя в жанре производственной прессы издания наиболее крупных или известных корпораций. Выходят цветные глянцевые журналы «Газпром» [1], «Интеррос» [2], «Связьинвест» [3], «Росбанк» [4], «Unitile» [5], «Почта России» [6], газета «Госстрах» [7], а также журнал «Планета Bunge» [8], газеты «Время

---

[1] Газпром: корпоративный журнал ООО «Газпром». Ежемесячно издается с января 2004 г. Средний тираж 10 тыс. экз.

[2] Интеррос: [Журнал группы компаний «Интеррос»]. Издается с 1997 г. Ежемесячно. Тираж не указан.

[3] Связьинвест: корпоративное издание. Издается с апреля 2002 г. Ежемесячно. Тираж 9 500 экз.

[4] Росбанк: [Журнал ООО АКБ «Росбанк»]. Издается с февр. 2002 г. Ежемесячно. Тираж 15 тыс. экз.

[5] Unitile: корпоративное издание холдинга «Юнитайл». Издается с окт. 2008 г. Ежемесячно. Тираж 2 700 экз.

[6] Почта России: ежемесячный корпоративный журнал. Издается с 2002 г. Тираж 40 тыс. экз.

[7] Госстрах: корпоративная газета Российской государственной страховой компании. Издается с ноября 1999 г. Ежемесячно. Тираж 36 тыс. экз.

[8] Планета Bunge: внутрикорпоративное издание компании «Bunge». Издается с 2008 г. Ежеквартально. Тираж 850 экз.

СГМ» [9], «Вестник РУСАЛа» [10], «Ведомости ИНКОМ-недвижимость» [11] и др. Среди них имеется несколько сибирских изданий: «Мир ВТ» – корпорации «Восточная техника» [12], «Conquest News» – сети ресторанов «Conqest Group» [13] и др. Материалы в этой прессе подаются традиционно – без изысков, без лишней выдумки.

Следующая категория корпоративных изданий – это те журналы и газеты, которые содержат в названии, оформлении и отчасти в содержании некоторые элементы творческой фантазии, что делает их более интересными для читателей. Из недр корпорации «Русал» вышел «Наш журн*Al*» [14], журнал ВТБ называется «Энергия успеха» [15], газета МДМ Банка – «Хорошие новости» [16]. Журнал энергетической Межрегиональной сетевой компании Центра и Приволжья получил наименование «Светлая жизнь» [17], ИНКОМ-недвижимости – «Дом ИНКОМ» [18], Татнефти – «Нефть и жизнь» [19], Транснефти – «Нефтяная магистраль» [20], газета ЛУКОЙЛа – «Нефтяные ведомости» [21]. Среди изданий, отличающихся оригинальным дизайном, можно выделить журнал компании «Консультант плюс» под названием «Наша сеть» [22], журнал компании «News Outdoor Russia» – «Наш формат» [23]. Вписывается, в целом, в этот круг и цветная глянцевая газета «Наша жизнь», принадлежащая сибирской торговой компании «Холидей» и ее дочерним фирмам «Фабрика-кухня» и «Кора» [24].

Наконец, феномен корпоративной прессы содержит в себе большую категорию популярных массовых изданий, выпускаемых с целью широкого пиара и рекламы услуг корпорации. Такие газеты и журналы еще меньше скованы канонами корпоративной прессы, они могут предоставлять на своих страницах массу досуговой и развлекательной информации – анекдотов, карикатур, кроссвордов и т. п. Популярные газеты о здоровье любят выпускать крупные платные медицинские центры. «РусБанк» издает полуразвлекательную «Азбуку» с подзаголовком: «газета бесплатных советов» [25], ООО «СпортАкадемПосылторг» еще некоторое время назад выпускало цветной журнал «Крыша мира» с самым разнообразным популярным содержанием и неизменной рекламой своего предприятия [26].

Существуют примеры российских изданий, выпускаемых иностранными фирмами и корпорациями. Согласно Закону Россий-

[9] Время СГМ: корпоративная газета ООО «Стройгазмонтаж». Издается с марта 2011 г. Выходит один раз в два месяца. Тираж 5 тыс. экз.

[10] Вестник РУСАЛа: корпоративная газета ЗАО «РУСАЛ Глобал Менеджмент, Б. В.». Издается с 2001 г. Выходит дважды в месяц. Тираж 2 300 экз.

[11] Ведомости ИНКОМ-недвижимости: газета корпорации «ИНКОМ-недвижимость». Издается с ноября 2001 г. Ежемесячно. Средний тираж 6 тыс. экз.

[12] Мир ВТ / VT World: корпоративный журнал ООО «Восточная техника». Издается в Новосибирске с 2005 г. Выходит один раз в два месяца. Тираж 300 экз.

[13] Conquest News: корпоративное издание [компании «Conquest Group»]. Издается в Новосибирске с апреля 2006 г. Выходит нерегулярно. Тираж 4 тыс. экземпляров.

[14] Наш журн*Al*: как управлять успешной компанией: ежеквартальное приложение к корпоративной газете «Вестник РУСАЛа». Издается с 2005 г. Тираж 12 тыс. экз.

[15] Энергия успеха: корпоративный журнал [ОАО «Внешторгбанк»]. Издается с февраля 2006 г. Выходит один раз в два месяца. Тираж 5 тыс. экз.

[16] Хорошие новости: ежемесячная корпоративная газета МДМ-Банка. Издается в Новосибирске с 2009 г. Общий тираж 120 тыс. экз.

[17] Светлая жизнь: корпоративный журнал ООО «МРСК Центра и Приволжья». Издается в Нижнем Новгороде с дек. 2008 г. Ежеквартально. Тираж 1 700 экземпляров.

[18] Дом ИНКОМ: [журнал Корпорации «ИНКОМ-недвижимость»]. Издается с окт. 2001 г. Ежемесячно. Тираж 1 тыс. экз.

[19] Нефть и жизнь: [журнал ОАО «Татнефть»]. Издается с 2002 г. Ежемесячно Тираж 3 тыс. экз.

[20] Нефтяная магистраль: печатный орган ОАО «Уралсибнефтепровод». Издается в Уфе с 2008 г. Ежемесячно. Тираж 999 экз.

[21] Нефтяные ведомости: корпоративное издание «ЛУКОЙЛ Оверсиз Холдинг Лтд». Издается с 2003 г. Выходит один раз в две недели. Имеет электронную версию на англ. яз. Тираж 1 500 экз.

[22] Наша сеть: ежеквартальный журнал для тех, кто работает в сети Консультантплюс. Издается с февраля 2003 г. Тираж 4 100 экз. Девиз: «Превратим страну советов в страну консультантов!»

[23] Наш формат: корпоративная газета [компании «News Outdoor Russia»]. Издается с 2007 г. Ежемесячно. Тираж не указан.

[24] Наша жизнь: корпоративная газета [компании «Холидей» / «Фабрика-кухня» / «Кора»]. Издается в Новосибирске с янв. 2011 г. Ежемесячно. Тираж не указан.

[25] Азбука: газета бесплатных советов. Учредитель ОАО «Русь-Банк». Издается с июля 2007 г. Ежеквартально. Общий тираж 139 тыс. экз.

[26] Крыша мира: [журнал]. Учредитель и издатель ООО «СпортАкадемПосылторг». Издается с октября 1999 г. Ежемесячно. Тираж 7 тыс. экз.

ской Федерации о СМИ (1991 г.) иностранная организация не может выступать единоличным учредителем российского печатного издания. Но этот барьер легко преодолим. Организуя в России свой филиал или вступая в кооперацию с российской фирмой, иностранные предприятия без труда доносят свое слово (и рекламу) до российских потребителей.

Стали появляться и совместные издания нескольких корпораций, примером чему может служить газета «Вестник альянса» – газета сразу пяти банков («Южный регион», «Ростовский Промстройбанк», «Восточный экспресс», УРСА-Банк и Эталон-Банк) [27]. Изяществом отличается совместный журнал нефтяных и газовых компаний «Международный нефтегазовый клуб в Гостином дворе» [28].

Кроме издания собственных корпоративных журналов и газет, некоторые компании, не создавая издательских проектов, финансируют выпуск изданий, профильных их производственной деятельности, и используют такую прессу как рекламную площадку. Так поступает, в частности, телекоммуникационная компания Восточной Сибири «БайкалВестКом», поддерживая издания журнала «Лига-V» и заполняя его своими публикациями [29].

Таков феномен корпоративной прессы – мощного динамичного потока современной издательской продукции России. Но ни один феномен не обходится без казусов, высвечивающих иные грани его истории.

В нашем случае первый казус состоял в самом процессе формирования современной российской корпоративной журналистики. Вопреки теории первые корпоративные журналы в России стали создавать не гиганты индустрии, а небольшие нестабильные фирмы, остро нуждавшиеся к середине 1990-х гг. в формировании собственной пиар-среды, которая могла бы компенсировать их статус аутсайдеров бизнеса. Первым периодом генезиса корпоративной прессы России можно считать 1992–1998 гг. (до августовского дефолта 1998 г.). Тогда появились начальные, еще очень несовершенные опыты корпоративной журналистики, такие как журнал «Рэт инфо» научно-коммерческой фирмы «Рэт» В. А. Рыльникова, специализирующейся на дезинфекции, дезинсекции и дератизации [30]. Создатели журнала поместили в его логотипе изображение этой самой Rat, т. е. крысы (законы пиар-изящества усваивались не сразу).

Отличительной особенностью некоторых корпоративных изданий этой поры была их (соответствовавшая эпохе) политизация. Журналы зачастую претендовали на роль общественно-политических органов прессы. Типичный пример такого издания – журнал «Бизнес и политика», выпускавшийся с декабря 1994 г. фирмой «Анкил» [31]. Фирма специализировалась в области страхового бизнеса (обеспечение страховых компаний пакетами документов для регистрации и лицензирования, программными продуктами, страховое брокерство, информационное сопровождение и т. п.). Предполагалось, что в журнале будут публиковаться балансы и отчеты банков, инвестиционных фондов и страховых компаний, но с первого же номера верх взяла «политика» в виде анализа текущей ситуации в российской власти, войны в Чечне и т. п. Иной (противоположный) пример мимикрии заурядного производственного листка под политическое издание являет собой газета частной компании И. М. Кузнецова «Русь» [32]. Логотип газеты с крупными красными буквами «Русь», выведенными старославянской вязью, с гербами и статьями главного редактора («Над распятой Россией» и т. п.), должен был придать изданию облик национально-патриотической прессы (типаж которой к тому времени

[27] Вестник альянса: ежеквартальная корпоративная газета [альянса Банк «Южный регион», «РостПромстройбанк», Банк «Восточный экспресс», УРСА-банк, Эталон-банк]. Издается в Новосибирске с марта 2007 г. Учредитель УРСА-банк. Общий тираж 116 тыс. экз.

[28] Международный нефтегазовый клуб в Гостином дворе: [журнал с участием 16 компаний]. Издается с 2003 г. Ежемесячно. Тираж не указан.

[29] Лига-V: [журнал; выходит при поддержке компании «БайкалВестКом»]. Учредитель: ООО «ВИП-Компани». Выходит в Иркутске с августа. 2001 г. Ежемесячно. Тираж 10 500 экз.

[30] Рэт инфо: издание научно-коммерческой фирмы «Рэт» В. А. Рыльникова. Издается с сент. 1992 г. Выходило один раз в два месяца. Тираж не указывался. После 1996 г. сведений о выпуске нет.

[31] Бизнес и политика: [журнал]. Издатель: фирма «Анкил». Издается с декабря 1994 г. Ежемесячно. Тираж 5 тыс. экз. После 1998 г. сведений о выпуске нет.

[32] Русь: газета Компании [И. М.] Кузнецова «Русь». Издается в г. Геленджике Краснодарского края с 1995 г. Ежемесячно. Тираж 1 500 экз. После 1997 г. сведений о выпуске нет.

уже сформировался). Но содержание газеты представляло собой стандартный набор пиар-штампов и рекламы.

Тогда же, в первой половине 1990-х гг., начали выходить издания, принадлежавшие шарлатанским и жульническим компаниям, в частности «финансовым пирамидам», а также фирмам, специализирующимся на азартных играх. В 1995–1996 гг. «Товарищество А4» издавало массовым тиражом журнал «Баловень судьбы» для участников телевизионной игры «Сокровища пирамиды» [33]. Прямо в журнале печатались купоны для участия в конкурсе «Госпожа удача» и других мероприятиях, проводимых фирмой.

Следующий период в жизни российской корпоративной прессы охватывает, по нашему мнению, условно 1999–2004 гг. В это время вкус к корпоративной журналистике появился у некоторых крупных, финансово состоятельных предприятий. Одним из первых изданий корпораций-монополистов стал основанный в конце XX в. журнал «NN – Норильский Никель», принадлежащий одноименному гиганту российской промышленности. Интересно, что в некоторые номера журнала тогда вкладывались цветные плакаты (постеры) в формате А2, посвященные воспитанию у работников компании этнической толерантности, направленные против разжигания национальной розни на производстве и в быту. В 1999–2003 гг. развивалась достаточно активная издательская (и не только газетно-журнальная) деятельность нефтяной компании «ЮКОС». К середине «нулевых» годов своей корпоративной прессой обзавелись уже многие нефтяные и газовые монополисты.

Примерно с 2005 г. начался следующий, современный период в развитии российской корпоративной журналистики, когда иметь собственную корпоративную газету или журнал для солидного предприятия становилось обязательным. Ежегодно появляются сотни новых изданий, сеть которых покрывает всю страну. Крупнейшие корпорации создают большие собственные издательства, иногда в форме отдельных ЗАО, специально для выпуска корпоративных фирменных изданий (не следует путать их с ЗАО, занимающимися всеми медиаактивами монополий, такими как «Газпром-медиа» или информационный холдинг финансово-промышленной группы «Интеррос»). Издательство «Газойл-пресс», принадлежащее ОАО «Газпром», сегодня выпускает, например, книги на производственно-технические темы (в том числе продукцию Корпоративного института ОАО «Газпром», а также серию книг «Обзорная информация»), ежемесячный журнал «Газовая промышленность», англоязычный ежеквартальный дайджест «Gas Industry of Russia», художественно-публицистический альманах «Литературный факел», авторами которого являются самодеятельные поэты и прозаики, работающие в системе «Газпром» по всей стране [34], ежеквартальный литературно-художественный журнал «Автограф» (с участием тех же авторов), учебники и учебные пособия, рекламные буклеты и проспекты, фирменные календари.

Свои издания выпускают на местах дочерние предприятия «Газпрома»: газета «Буровик Газпрома» издается, например, в Белгороде ООО «Бургаз», такие же филиалы открыло в некоторых регионах издательство компании «ЛУКОЙЛ». Наиболее революционным шагом в этом направлении стала организация издательства «ЛУКОЙЛ – Нарьян-Мар» в столице Ненецкого АО, где до 2000 г. выпускалась только окружная газета (книги издательства печатаются в типографии соседнего Архангельска).

Казусом в современной ситуации развития корпоративных изданий России является наличие среди них большого количества журналов и газет, принадлежащих различным сетевым компаниям, поставляющим на российских рынок БАДы и другую продукцию, предназначенную якобы для здоровья граждан. «Сетевики» особенно остро нуждаются в пиаре. В массовом воздействии на потенциальных пациентов и адептов заключаются все их механизмы добывания прибыли. Красочные журналы с популяризацией своей деятельности в целях вербовки новых сотрудников и потребителей издают

[33] Баловень судьбы: иллюстрированный журнал для оптимистов. Учредитель ТОО «А 4». Издается с февраля 1995 г. Ежемесячно. Тираж 100 тыс. экз. После 1996 г. сведений о выпуске нет.

[34] Литературный факел: художественно-публицистический альманах [Издательства «Газойл-пресс»]. Издается с 2004 г. В попечительный совет входят руководители восьми дочерних компаний ОАО «Газпром». Выходит 2 раза в год. Тираж 1 750 экз.

Корпорация «Дэнас МС» [35], Компания «АРГО» [36], китайская Корпорация «Тяньши – Россия» [37], фирмы «Vision» [38], ЦИИНС [39], «4 Life» [40], «Ли Вест» [41], «Мирра-М» [42] и др. С обложек журналов улыбаются преуспевающие дистрибьюторы компаний, заверяя потенциальных рекрутов в быстроте и надежности обогащения за счет вовлечения в сеть все новых и новых участников. Кроме журналов, «сетевики» издают методическую литературу, в которой рассказывают, как нужно организовывать ячейки распространения квазилекарств, влиять на психику потребителей, рекламировать чудодейственные свойства товара и т. д.

История корпоративной прессы в России, по существу, только начинается. Феномен, порожденный социально-экономической, политической и культурной трансформацией страны, еще проявится в будущем многими аспектами, событиями и штрихами в общей картине развития национального издательского процесса.

[35] Дэнас МС: [журнал Корпорации «Дэнас МС»]. Издается в Екатеринбурге с янв. 2005 г. Ежемесячно. Тираж 5 тыс. экз.

[36] Вестник АРГО: периодическое издание в помощь консультантам Компании АРГО. Издается в Новосибирске с окт. 2000 г. Выходит 1 раз в 2 месяца. Тираж 2 500 экз.; Здоровье и успех для всех!: газета пресс-клуба АРГО. Издается с 2007 г. Периодичность выхода не установлена. Тираж 999 экз.; Компания АРГО: в помощь консультанту: [информ. пакет]. Издается в Новосибирске с 2000 г. Выходит нерегулярно. Тираж 10 тыс. экз.

[37] Тяньши – Россия: [газета Российского управления Евроазиатского региона Корпорации «Тяньши»]. Издается с 2006 г. Ежемесячно. Тираж 20 тыс. экз.

[38] Планета людей: Ежемесячный журнал Vision International People Group. Издается с 2005 г. Тираж 3 700 экз. Печатается в Финляндии.

[39] 5 слагаемых успеха: информационный журнал ЦИИНС. Издается с апреля 2008 г. Выходит 1 раз в 2 месяца. Тираж 5 тыс. экз.

[40] Summit: журнал для дистрибьюторов 4 Life. Издается с 2008 г. Выходит 1 раз в 2 месяца. Тираж не указан.

[41] Вестник Ли Вест: [газета Компании «Ли Вест»]. Издается с 2006 г. Периодичность и тираж не указаны.

[42] Мирра люкс: информ. бюлл. [ЗАО «Мирра-М»]. Издается с октября 1998 г. Выходит нерегулярно. Тираж 10 тыс. экз.

Список литературы

Ворошилов В. В. Журналистика: Учебник / Санкт-Петербур. ун-т. Факультет журналистики. 4-е изд. СПб., 2002.

Инджиев А. А. Универсальный справочник начинающего журналиста. Ростов н/Д., 2007.

Кессарийский Э. П. Журналистский словарь. 2-е изд., дораб. и доп. Ниж. Новгород, 2002.

Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов по направлению и специальности «Журналистика». 2-е изд., перераб. и доп. М., 2009.

Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник для вузов. 7-е изд., испр. и доп. М., 2007.

Свитыч Л. Г. Введение в специальность. Профессия: журналист: Учеб. пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М., 2006.

Материал поступил в редколлегию 25.01.2012

A. L. Posadskov

CORPORATE PRESS IN MODERN RUSSIA: THE PHENOMENON AND CASES

The history of publishing corporate newspapers and magazines in the nineties of the XX century – the first decade of the XXI century is investigated. The author divides the time into periods. Defined are the main categories, features and characteristics of the press, published by the country's industrial, financial, commercial and agricultural companies. The social and cultural roles of corporate periodicals are identified.

Keywords: periodicals, corporate press, factory newspapers, social and cultural development.