

ИКТ В РАБОТЕ КОРПОРАТИВНОГО ИЗДАНИЯ

(журнал "Сфера детства" Пермского филиала Российского детского фонда)

ПУСТОВАЛОВ А. В.

Источник: Пустовалов А. В. ИКТ в работе корпоративного издания (журнал "Сфера детства" пермского филиала Российского детского фонда) // Корпоративные СМИ: история, теория, практика. Сборник статей. Ред.-сост. Л. Д. Иванова, Ю. В. Чемякин. Екатеринбург: Уральский федеральный институт, 2019. 198 с. С. 76–80.

Информационно-коммуникационные технологии чем дальше, тем больше становятся значимой силой, положительно влияющей на разные сферы жизни. Это утверждение в журналистской практике становится всё менее абстрактным, приобретая конкретные формы воплощения на различных стадиях журналистского процесса.

На примере работы журнала "Сфера детства" покажем, как от давно привычной работы с материальными носителями (фотографиями, характеристиками, записями семейных портфолио, и пр.) редакция перешла к виртуально-цифровым формам. Это уменьшило значимость такого физического фактора как расстояние, и на каждом из этапов позволило сделать труд более активным и производительным.

Короткая справка: журнал "Сфера детства" существует с 2007 г. в качестве издания Пермского краевого отделения Российского детского фонда и некоммерческого фонда "Поможем детям!" (<http://defond.perm.ru/>). Как сказано в аннотации на сайте фонда, журнал освещает проблемы детей региона, опыт работы территорий края, учреждений по использованию новых технологий, направленных на улучшение положения детей. На сегодняшний день выпущено 24 номера; периодичность журнала – 4 номера в год.

Как к наиболее удачному прецеденту, обратимся к номерам журнала, посвящённым ежегодным краевым конкурсам по замещающим и многодетным семьям (каждый из регионов края выбирал лучшую семью в данной номинации, а затем они встречались на конкурсе в Перми для определения лидеров в различных номинациях).

1. Получение первичной информации. В прежнем варианте работы исходный материал зачастую поступал в редакцию для последующей обработки на физических носителях – бумаге, фотографиях, альбомах, и т.д. Работать с ними приходилось прямо в редакции, т.е. требовалось физическое присутствие сотрудников – обычно фрилансеров, живших в разных концах города. Обеспечить это было непросто, поскольку они обычно имели вторые и даже третьи работы, семейные и иные хлопоты, и пр. Сбор их в определённое время в редакции для распределения материалов и заданий представлял немалую организационную трудность, и вряд ли это можно было делать часто, с учётом их занятости.

Оптимальной формой труда в этом случае могла стать именно дистанционная работа – на дому, а также порой на их основных рабочих местах, когда выдавалось свободное время, которое можно было посвятить журналистскому участию в той сфере, которая им была близка и приятна – сфере детской. Нужно добавить, что журналисты подбирались именно с таким расчётом – чтобы могли трудиться за минимальную оплату, но – вдохновенно, с большой отдачей. Поэтому обычно это были девушки с журналистским образованием и детьми, либо как

минимум – мечтающие о таковых. У них с самого начала имелись душевные силы и запас мыслей в данной сфере, которые они могли изложить в журнале. Мне, как выпускающему редактору, представлялась важной такая готовность – за недорого писать много и хорошо, поэтому хотелось создать им оптимальные условия труда.

И именно в последнее время это стало удаваться – отчасти потому, что в лучшую сторону изменилась форма подачи материала тех структур, от которых мы информационно зависели (прежде всего пермское министерство соцразвития, со всеми его краевыми структурами), а также потому что стали более коммуникационно обеспеченными те семьи в разных частях края, к которым мы обращались за прояснением тех или иных вопросов: у них стала появляться возможность подключиться к интернету и передать материалы в электронном виде; кроме того, они почти все являлись абонентами тех или иных операторов мобильной связи.

Изменения в работе министерства соцразвития мы ощутили совсем недавно. В прошедшем году министерство стало принимать у территориальных управлений материалы на конкурсы (заявки, характеристики, фотографии, пр.) не в привычном бумажном, а в электронном виде. И получая материалы таким образом, я наконец смог передавать их своим сотрудницам дистанционно, физически не встречаясь с ними. Кроме значительной экономии времени и сил, это позволило побережь их здоровье, здоровье молодых мам: номера по многодетным и замещающим семьям создавались в период сильных морозов (ноябрь – декабрь), и при прежнем способе передачи материалов риск был немалый.

2. Распределение материалов. Изначально, как было уже сказано, материалы приходилось раздавать на бумаге при неизбежном физическом контакте (только в качестве исключительной меры практиковалось их сканирование, распознавание и отсылка по e-mail, что тоже требовало интеллектуальных затрат). Поскольку выбор сотрудниц осуществлялся не по принципу близости к редакции, а по принципу преданности идее, жить они могли на расстоянии часа и более от редакции на общественном транспорте.

Теперь от них на этой стадии требовалось лишь наличие компьютера и подключения к интернету; понятно, что отправленные мной материалы они получали в течение считанных секунд, когда как в прошлом варианте они тратили порой по несколько лучших часов дня на дорогу-доставку.

При изменении формы информации с бумажной на электронную и я сам, как выпускающий редактор, поменял способ труда. Почти не появляясь в редакции, я работал дома: минимально редактировал исходные материалы, рассылал своим сотрудницам, учитывая их территориальные, этнические, эстетические и прочие предпочтения.

3. Работа над публикациями. ИКТ-методы пригодились и тут. Поступавшие материалы во многих случаях были довольно скудными, поэтому мне приходилось запрашивать с министерства или соответствующих краевых территориальных управлений телефоны тех семей, по которым нужно было что-то прояснить, и дальше пересылать их моим сотрудницам. Понятно, что такой способ получения

информации, как интервью по телефону, практиковался давно, и на этот раз – тоже. Но в нынешнем случае мы попробовали его дополнить.

Так, для того, чтобы сэкономить время, мы стали предварительно рассылать интересующей семье вопросы по SMS, благо выяснилось, что край уже неплохо охвачен операторами мобильной связи – МТС, Билайн, Мегафон, Ростелеком, и т.д., предоставлявшими возможность подобных услуг. Обычно вопросы занимали несколько SMS-ок, и здесь нам помогали сервисы их бесплатной рассылки (например, мы обращались к сервису регионального портала *PRM.RU* (<https://sms.prm.ru/>), работающему достаточно стабильно и позволявшему отправлять сообщения по 140 символов). Получив их, представители семьи уже были готовы общаться по интересующим темам, заранее обдумав свои ответы.

Если из предварительного телефонного разговора выяснялось, что семья имеет компьютер, подключённый к интернету, и электронную почту, то коммуникация ещё облегчалась. Нужно было только выяснить точный e-mail семьи; по телефону бывает трудно разобрать звучание букв адреса. Был специально заведён e-mail, который должен был звучать кратко и узнаваемо – *sfd@59.ru* (первая часть адреса должна была напомнить название журнала – "Сфера детства"); я озвучивал его в телефонной беседе или высылал его адресату по SMS. После получения ответа от семьи высылались вопросы, а затем – получались ответы на них. В некоторых случаях ответы представляли собой вполне связный текст: формулировка и перечень вопросов на это и рассчитывалась. После литературно-стилистической обработки и дополнения он становился весьма неплохим журналистским текстом, в котором удавалось сохранить живое впечатление от семьи, от её радостей и проблем, ведь к его созданию приложили руки и сами её представители.

Электронная почта также выручала, когда от министерства мы поучали недостаточно качественные для многокрасочного иллюстрированного журнала фотографии. В этом случае мы также обращались по телефону непосредственно к семье и просили выслать фотографии получше, которые соответствовали бы требованиям дизайнера журнала.

Обычно в таких случаях удавалось получить адекватный отклик: семья либо пересылала существующие электронные снимки, либо находила возможность отсканировать бумажные фотографии, а потом переслать полученное изображение по e-mail.

Бывали, безусловно, осечки или непредвиденные трудности, когда семья не имела интернета или когда чиновник какого-нибудь территориального управления упорно отказывался дать информацию по электронной почте, поскольку не умел ей пользоваться и настаивал на передаче по факсу (которым дома я не располагал). Одним из таких трагикомических моментов было, когда один из чиновников, не зная адреса своей рабочей электронной почты, просил выслать вначале мой e-mail (повторяю, довольно короткий и простой) по факсу.

Финалом данного этапа было получение от моих сотрудниц созданных материалов, их стилистическая и грамматическая правка, создание плана

публикаций, а затем – отправка по электронной почте плана, всех публикаций и фотографий семей дизайнеру.

4. Работа над макетом номера. После того как дизайнер начерно сверстает номер, он так же по электронной почте в *pdf* отправляется корректору для правки грамматики и стилистики (попутно критически отсматривается также внешний вид каждой из полос). После чего я, выпускающий редактор, учитываю предложенные коррективы и снова отправляю уже окончательный вариант текста дизайнеру. Тот доделывает номер и отправляет в типографию на печать.

И здесь эти стадии позволила ускорить компьютерная коммуникация: дизайнер, корректор и выпускающий редактор могут не видеть друг друга, физически не пересекаться. Для сравнительно небольшого корпоративного издания такой рабочий процесс, облегчаемый на каждой из стадий возможностями ИКТ-коммуникации, весьма выгоден.

5. Представление номера журналистам. Примечательно, что журналисты – сотрудницы издания также могут видеть свой конечный продукт и оценивать результаты своего труда прежде всего в электронном виде. Это связано порой с отсроченностью второго, основного тиража номера; экземпляры первого, дорогостоящего тиража, раздаются немногим: семьям – победительницам конкурса и членам комиссии. Поэтому сотрудницы знакомятся с номером по его окончательному электронному варианту, который дизайнер отправляет мне, а я – тем, кто трудился над публикациями номера. Печатная версия, которая становится доступной порой через несколько недель, может просто до них не дойти: возможность получения авторского экземпляра уже теряет свою соблазнительность и привлекательность под напором новых дел и забот, вопрос теряет актуальность. Однако оставшийся в почте электронный вариант номера не истреплется и не пропадёт после предъявления всем интересующимся.

6. Оплата труда журналистов. Понятно, что конец работы венчается приятным для участников моментом – получением гонорара. Если в прошлые разы я, получив деньги за номер и высчитав полагающуюся каждому сумму, обзванивал журналистов, встречался с каждым и передавал деньги из рук в руки, то в этом году, вдохновившись всеми иными достижениями электронной коммуникации, я и здесь облегчил и убыстрил процесс. Гонорары журналистам – сейчас многие банки предоставляют возможность перевода через свой личный интернет-кабинет – я пересылал через "Сбербанк онлайн". В некоторых случаях, особенно когда сумма не очень большая, кто-то из журналистов просит положить её на счёт своего телефона – благо все их номера были известны и процесс пополнения счёта с онлайн-банковского аккаунта не особо сложен.

Результат налицо: если в прошлый раз с каждым сотрудником нужно было договариваться и встречаться отдельно и процесс доставки гонорара занял несколько дней, сейчас то же самое можно было уместить в один день – с учётом того, что не всегда удаётся дозвониться и договориться с первого раза. Но отработанный алгоритм пригодится и дальше: поскольку я записал номера банковских карт своих сотрудниц, в следующий раз достаточно будет пары минут, чтобы они получили деньги за свой труд.

Выводы очевидны: использование информационно-коммуникационных технологий в работе корпоративного издания (что немаловажно – издания со скромным бюджетом) позволяют экономить материальные и физические ресурсы журналистов. В условиях лимита времени, ресурсов и сил стоит оценить эти новопоявившиеся возможности.

Нужно добавить, что освоение этих технологий не является чем-то сложным, они рассчитаны на вполне среднего пользователя. Вопрос их осваивания – зачастую вопрос желания, мотивации руководителя, а нужные методы порой могут подсказать сами его сотрудники. Думается, что знание ИКТ-технологий, умение их применять, облегчая тем самым труд сотрудников, – не просто его хороший тон для руководителя, а дань уважения этому труду.

Вместе с тем, как выясняется, оказывается как никогда актуальным вопрос компьютерной грамотности чиновника госструктуры, от которого сегодня зависит не просто скорость, а сама возможность получения нужной информации. Наличие компьютерной грамотности для людей подобного статуса на нынешний день – не прихоть и не дань моде, а диктуемая временем необходимость.