

Корпоративная газета «Парилка» как инструмент формирования имиджа общественной организации

Факультет гуманитарного образования Омского Государственного Технического Университета (ФГО ОмГТУ) был образован в 1993 г. Он заложил давние традиции инноваций на почте студенческого самоуправления. Особенно ярко они представлены на специальности «связи с общественностью». Одним из примеров служит деятельность студенческой общественной организации «ПаРи». (За пять лет активистами организации было реализовано свыше 50 социально значимых проектов. Члены «ПаРи» – победители региональных туров Всероссийского конкурса студенческих работ в области развития связей с общественностью «Хрустальный апельсин» в 2002, 2003 гг.) В январе 2005 г. на ФГО появилось Агентство социальных коммуникаций, состоящее из студентов старших курсов специальности «связи с общественностью», которое призвано формировать позитивный имидж факультета.

В мае 2004 г. на Общем собрании общественной организации «ПаРи» было решено выпускать ежемесячное корпоративное издание «Парилка». Инициативу поддержал деканат Факультета гуманитарного образования ОмГТУ. После утверждения состава редакционной коллегии (шеф-редактор, главный редактор, корректор, штат журналистов, художественное оформление) в июне состоялся выход пилотного номера. С началом нового учебного года издание стало ежемесячным. Газета распространяется бесплатно среди студентов ФГО. На сегодняшний день вышло шесть номеров газеты.

Функции газеты.

1. Информационная. Главная цель – информирование студентов, преподавателей и администрацию ОмГТУ о деятельности общественной организации «ПаРи». В газете регулярно публикуются новости из мира PR, эксклюзивные интервью с PR-специалистами (последнее интервью с Алексеем Петровичем Ситниковым, президентом КГ «ИМИДЖ-Контакт») и другая интересная информация.
2. Имиджевая. «Парилка» – инструмент поддержания имиджа организации «ПаРи».
3. Профессиональная. Издание является площадкой для реализации творческой активности студентов, а также для закрепления профессиональных навыков.

Целевые аудитории.

- Студенты специальности «связи с общественностью» (1-5 курс);

- Студенты других специальностей ФГО;
- Преподаватели Факультета гуманитарного образования (ФГО) ОмГТУ;
- Администрация ОмГТУ.

Модель газеты.

Название колонки/рубрики	Описание
Первая полоса	Колонка редактора и анонс материалов в виде изображений, публикация изображения/фотографии определяет тему номера
«Предбанник»	Текущие новости общественной организации «ПаРи», обзоры проведенных мероприятий, публикация фотографий
«100° по Цельсию»	Публикация материалов от студентов других специальностей, нововведения на факультете, официальная хроника
«Горячая компания»	Интервью с практикующими PR-специалистами
«PR-котел»	Поздравления именинников, награждения, новости РАССО, обзоры рынка по связям с общественностью, новости с биржи труда и другая полезная информация
«За околицей»	Обзор российского и мирового PR с учетом молодежной аудитории
«Не парься»	Условное название – «В помощь студенту». Здесь публикуются обзоры литературы по связям с общественностью, статьи касаемые книг и журнальных статей по PR, обзоры профессиональных интернет-сайтов
«С легким пиаром»	Развлекательная информация, авторские сочинения членов организации, анонсы городских молодежных мероприятий, куда можно пойти отдохнуть студенту

Обратная связь с аудиторией.

- «Мгновенная» – выяснение мнения студентов сразу же после прочтения газеты или отдельных материалов внутри групп;

- Тестирующая – качественная оценка газеты, проведенная в ходе дискуссий студентов старших курсов;
- Экспертная – привлечение экспертов из числа преподавателей для оценки деятельности редакции и оценки газеты;

Результаты деятельности редколлегии:

1. «Парилка» является площадкой для реализации творческих способностей, получения журналистских навыков у студентов разных специальностей ФГО ОмГТУ.
2. «Парилка» представляет собой корпоративное издание общественной организации «ПаРи». Успешно преодолен «информационный вакуум», который существовал в течение нескольких лет между студентами ФГО и организацией.
3. «Парилка» – прообраз первого профессионального издания в регионе (Омской области). В дальнейшем газета может перейти в омское профессиональное издание специалистов по связям с общественностью и иных смежных профессий.
4. «Парилка» стала дипломантом Уральской премии за достижения в сфере связей с общественностью «Белое крыло» в 2004 г.

PR в изменяющемся мире: региональный аспект: сборник статей/ под ред. М.В.Гундарина. – Барнаул: Изд-во Алт. Ун-та, 2006. – Вып. 4.