ПОДПИСКА-98

ЛЬГОТЫ

Их имеют все, а пенсионеры – особые

Наши читатели, очевидно, заметили, что стоимость подписки на «Магнитогорский металл», выходящий три (!) раза в неделю, – самая низкая в нашем городе. Все дело в том, что большую часть расходов по выпуску газеты берет на себя учредитель — ОАО «ММК», что еще раз подтверждает не только его финансовые возможности, но и желание руководства комбината полнее информировать трудящихся ММК и всех горожан о производственно-экономической и социальной деятельности акционерного общества и решениях, принимаемых органами управления.

Почти 400 млн рублей ежегодно перечисляет ММК в городскую типографию за печатание газеты. Расходы приличные, как и затраты на содержание редакции, приобретение газетной бумаги. В других редакциях они покрываются за счет подписчиков. Следовательно, читатель «ММ» находится в привилегированном положении — фактически он платит только за доставку газеты.

Особое отношение у наших учредителей к читателям старшего поколения: по решению генерального директора ОАО «ММК» В. Рашникова семь тысяч ветеранов комбината будут получать «ММ» бесплатно. В прошлом году такой льготой пользовались пять тысяч пенсионеров.

И еще одна льгота: все подписчики нашей газеты по предъявлению квитанций могут поместить свое объявление о купле-продаже бесплатно.

ЛОТЕРЕЯ

Кому мягкий уголок, а кому ужин. И – бесплатно

Сюрпризов для подписчиков «ММ» на этот раз наша редакция подготовила немало. Но, пожалуй, «самый-самый» — лотерея. В ней будут разыграны мягкий уголок стоимостью около 4 млн рублей, большой ковер, электробытовые товары, наборы посуды, сервизы и... ужин на шесть персон в престижном ресторане «Магнитка». Так что ловите миг удачи.

Заплатив за годовой комплект нашей газеты всего 39 тысяч рублей, вы можете рассчитывать на то, что станете и обладателем выигрыша.

Определит победителей лотереи наш компьютер, куда будут внесены номера, присвоенные квитанциям у нас в редакции. Поэтому все желающие поучаствовать в лотерее «ММ» должны зарегистрировать подписные квитанции на 1998 год (или его первое полугодие) в нашем специальном журнале учета. Лучше принести квитанцию к нам, на Кирова, 97 (гостиница «Азия», 2 этаж), но можно выслать по почте ее ксерокопию. А розыгрыш состоится в декабре, когда будут подведены итоги подписной кампании.

КОНКУРСЫ

Ждем и надеемся

Редколлегия «ММ» решила за время подписной кампании провести два конкурса: среди общественных распространителей и среди читателей газеты. Как и прежде, для лучших распространителей, занимающихся подпиской в цехах ММК, отделениях связи и киосках «Роспечати», учреждено три первых премии.

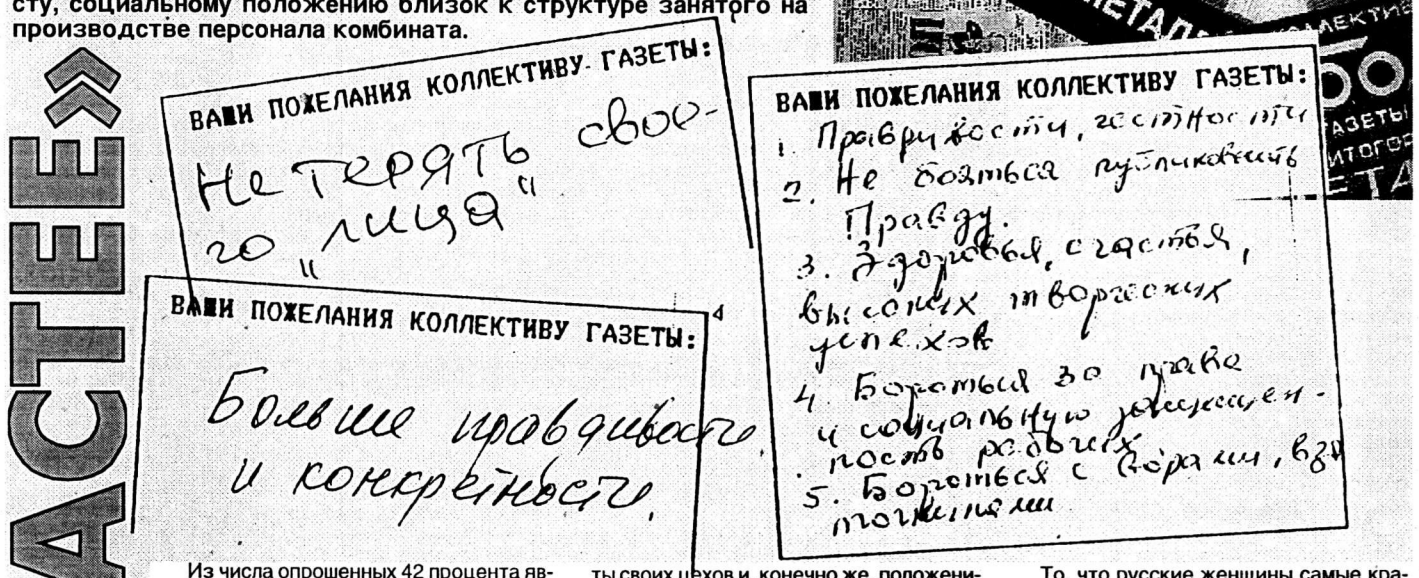
А вот конкурс среди читателей под названием «История одной фотографии» проводится впервые. В нем может принять участие каждый, у кого в семейном альбоме есть интересная фотография по любой тематике: история города, комбината, работа , отдых, путешествие – и не менее интересный рассказ-текстовка к ней. Лучшие фотографии редакция опубликует на страницах газеты, победителям в конце года будут вручены призы. Ну а тех, кто затрудняется написать текст, ждем с фотоснимком в редакции — журналисты вам помогут.

В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ

ЧЕГО ХОТЯТ ЧИТАТЕЛИ?

В августе, в преддверии подписной кампании, социологи управления информации и общественных связей ОАО «ММК» провели опрос 424 трудящихся, чтобы выяснить их мнения о газете «Магнитогорский металл».

В большинстве случаев анкеты были заполнены мужчинами (84 процента). Три четверти — рабочие, 20 процентов — ИТР, 2 процента — руководители. Две трети опрошенных – в возрасте от 31 года до 50 лет, 15 процентов — до 25 лет, 14 процентов — старше 50 лет. Опрос проводился в локомотивном цехе, ЛПЦ-3, ЛПЦ-8, ЛПЦ-10, КИПиА, ККЦ. Состав опрошенных по полу, возрасту, социальному положению близок к структуре занятого на производстве персонала комбината.



«НАДО БЫТЬ ЗУБАСТЕЕ»

Из числа опрошенных 42 процента являются в данный момент подписчиками газеты «ММ», 57 процентов — нет. Тем не менее, 20 процентов могут ознакомиться с ней по месту работы, 38 процентов металлургов берут газету у соседей, знакомых или покупают иногда в киосках. И только 13 процентов указали, что не имеют возможности просматривать газету хотя бы время от времени, быть может, не желают.

Цифры свидетельствуют, что даже те, кто не оформил подписку на газету, имеют представление о ней, интересуются ею.

В анкете мы попытались выяснить, по каким причинам, в таком случае, часть трудящихся не оформила подписку на заводскую газету. Четверть из них оформила подписку на другую городскую газету. У 18 процентов корреспонденция часто пропадает из почтовых ящиков. 12 процентов посетовали на то, что не была организована подписка в счет зарплаты в цехе. Причем, в основном по этой причине не подписались работники в возрасте 26-30 лет. На ненадежность своих почтовых ящиков сетовали в основном люди до 40 лет. Похоже, читатели более зрелого возраста с этой проблемой как-то справляются. Материальные трудности явились препятствием в основном для молодежи до 25 лет. Это и понятно: зарплата у них пока меньше, а потребностей другого порядка — больше.

Основная часть исследования была посвящена анализу содержательной стороны издания. Из полученных данных видно, что газета нравится читателям тем, что информирует о важных событиях на ММК (60 процентов). Во-вторых, тем, что в газете публикуется недельная программа ТВ (35 процентов). Читателям импонирует как многосторонняя информация о событиях в городе, стране, так и невысокая стоимость подписки (24 процента).

Далее респондентам предлагалось обозначить темы, которые должны освещаться в «ММ» в первую очередь.

Главный интерес представляет экономическое положение комбината — эту проблематику выделили 66 процентов опрошенных. Очевидно за этим кроется выявленная предыдущими социологическими исследованиями обеспокоенность трудящихся перспективами работы своих цехов и, конечно же, положением с заработной платой. На втором месте — тема социальной защиты работников ММК — 53 процента. В этой связи им хотелось бы регулярнее слышать голос профсоюза металлургов и других, работающих в этом направлении подразделений.

По мнению опрошенных, отличают заводскую газету от других изданий как темы, рассказывающие читателям о работе управлений ОАО — 37 процентов, так и материалы, посвященные жизни коллективов отдельных цехов — 25 процентов. Невысока доля пожеланий публиковать материалы о передовых работниках и результатах трудового соперничества — 8 процентов.

Анкетируемым был предложен более расширенный вопрос о том, что еще необходимо освещать в газете. Проранжируем полученные результаты:

— очень многие хотели бы узнавать из газеты городские новости — 47 процентов;

— зафиксирована «слабость» металлургов к юмору — 44 процента;

— быть в курсе состояния преступности в городе — 38 процентов;

— советы садоводам, автолюбителям и прогноз погоды набрали одинаковое количество голосов — по 31 проценту. Хотя проблемами своего «авто» интересуются мужчины, но и для части женщин это оказалось актуально. В отношении дел садовых — картина противоположная;

— публикации о здоровье и экологии небезынтересны для 30 процентов респондентов;

— спортивные обозрения набирают свой высокий рейтинг за счет мужской читающей аудитории — 26 процентов, тогда как культурная жизнь и творчество местных авторов — для аудитории женской — 12 процентов;

— вопросы семейной жизни и воспитания детей, «уголок потребителя» и обзор центральной прессы — 20-21 процент.

В общем массиве предложенных тем не очень читатели жаловали рекламу и объявления — 17 процентов. Отношение к этому роду материалов противоречиво: кого-то раздражает, для других, в определенные моменты жизни, — насущная необходимость.

То, что русские женщины самые красивые, — было известно давно. То, что они самые умные и читающие, что забота о «хлебе насущном» не снижает их интеллектуальных запросов, — подтвердило наше исследование. Как выяснилось, женская аудитория активнее интересуется всеми сторонами и проявлениями жизни, ее отражением на страницах печати.

Почти половина из числа опрошенных — 48 процентов — собираются подписаться на «ММ» на будущий год, 24 процента — не будут. Каждый четвертый — в числе тех, кто еще не принял решения.

Металлургам предлагалось высказать свое мнение о периодичности выхода газеты «ММ». Давно дискутируется вопрос об экономичном по оплате за доставку выходе газеты только в субботу на 16-ти страницах. Казалось бы, и подписчику удобнее «уследить» за почтой один раз в неделю. И все же опрос показал: лишь 16 процентов опрошенных выбрали вариант выхода газеты только в субботу на 16-ти страницах. Подавляющее большинство респондентов — 63 процента — приверженцы старой схемы доставки — три раза в неделю. Это говорит и о том, что у каждого из нас свежий номер газеты вызывает предвкушение приятных минут.

Для читателя важнее суть публикуемых статей, скорее запоминаются их названия, нежели фамилии авторов — таков социальный закон. Мало кто из опрошенных смог обозначить фамилии авторов, чьи статьи представляли для них наибольший интерес. И все же среди журналистов «ММ» у читателей есть спрос на Р. Дышаленкову, А. Павлова, В. Минуллину, В. Рыбаченко, Н. Баринову, Г. Погорельцева.

Много добрых слов, словно старым друзьям, обращены коллективу газеты от респондентов в заключительной части нашего опросника. Наиболее «критические умы» из числа наших трудящихся пожелали то, что можно объединить одной фразой: «Газета должна быть «зубастее».

Л. САЖНЕВА,
социолог управления информации и общественных связей ОАО «ММК».

«СКМ» — подписчикам «Магнитогорского металла»

Сообщение страховой компании «СКМ» о льготах подписчикам нашей газеты заинтересовало читателей. Они попросили подробнее проинформировать о полисе на бесплатное лекарственное обслуживание.

Мы связались с главным специалистом по страхованию компании «СКМ» О. М. ШАФИКОВОЙ.

— С заводской газетой металлургов у нас давние дружеские связи, — сказала Ольга Михайловна. — Ежегодно во время подписной кампании мы предоставляем подписчикам «Металла» ряд льгот по страхованию. Это 50-процентная скидка при покупке полиса на страхование домашнего имущества, квартиры или садового домика, скидка на 25 процентов при страховании членов семьи от несчастного случая, 15-процентная скидка при страховании автотранспорта...

В этом году мы ввели новый вид льготных услуг. Первые десять подписчиков газеты «Магнитогорский металл», обратившиеся в страховую компанию «СКМ», получат страховой полис Добровольного медицинского страхования, дающий право на бесплатное приобретение лекарств в нашей аптеке на сумму 50 тысяч рублей. Кстати, медицинские препараты в аптеке страховой компании «СКМ» дешевле, чем во многих других аптеках.

Ждем вас по адресу Грязнова, 33/1. Наши специалисты готовы ответить на любой ваш вопрос по телефонам: 21-14-13, 21-21-22, 20-17-17.