

Wstęp


Gdy w 2002 roku kończyliśmy z Iwoną Handschuh pierwszą w Polsce książkę poświęconą biuletynom firmowym „Biuletyn firmowy. Praktyczny poradnik redaktora”, nie przypuszczaliśmy, że będzie się ona cieszyć tak dużym – jak na specjalistyczną publikację – zainteresowaniem. Była to nie tylko pierwsza publikacja tego typu w Polsce, ale również jedyna, która tak szczegółowo skupiała się na tym narzędziu komunikacji.

Biuletyn firmowy, określane często również jako:

- gazetka,
- magazyn firmowy,
- magazyn korporacyjny,
- newsletter,
- periodyk,
- pismo,
- publikacja firmowa,
- wydawnictwo firmowe,

stał się bowiem ważnym elementem komunikacji bardzo wielu firm, świadomych wagi komunikacji wykorzystującej rzetelną, pogłębioną i wieloaspektową informację. Najczęściej firm dużych czy średnich, uzupełniających biuletynem komunikację wewnętrzną lub też małych firm, których intencją jest informowanie grupy partnerów lub klientów o wydarzeniach związanych ze swoją działalnością. Z roku na rok ta tendencja na rynku polskim się umacnia.

Biuletyn firmowy stał się też tematem wielu artykułów poradnikowych, problemowych, (jak dotychczas największa ich baza znajduje się na stronie www.agape.com.pl) czy studiów przypadku, przedmiotem rywalizacji firm wydających publikacje tego typu w Konkursie Biuletynów Firmowych (od 2001 r.), wielu konferencji branżowych, szkoleń, dwóch poradników „Krótki kurs dziennikarstwa” (dwie edycje – 2001 r. i 2004 r.) i „Krótki kurs redagowania” (2004 r.), wydanych przez Agape, prac licencjackich czy dyplomowych studentów na kierunkach związanych z szeroko pojętą komunikacją zarówno na uczelniach państwowych, jak i prywatnych. Zaczął być po prostu ważny.



Biuletyn firmowy stał się ważny, tym bardziej istotna stała się wiedza, jak go tworzyć, jak przygotowywać merytoryczną część magazynu, organizować wszystkie prace z tym związane, a także jak profesjonalnie przygotowywać do druku, wydawać i dystrybuować pismo firmowe. Wiedza mało dotychczas znana, a – ze względu na coraz częstsze wykorzystywanie tego narzędzia w komunikacji firmowej – bardzo potrzebna.

Dlatego postanowiłem napisać kolejną książkę, która w kompleksowy sposób pokaże wszystkie najważniejsze etapy przygotowania biuletynu firmowego i przedstawi najważniejsze zasady, którymi należy się kierować w pracach nad jego wydaniem. Przygotowałem tę książkę, by móc podzielić się wiedzą ze wszystkimi, którzy o biuletynie chcieliby dowiedzieć się jak najwięcej, korzystać z możliwości, jakie daje dobrze wykonana gazeta firmowa, a dotychczas nie mieli takiej możliwości.

Jedną z podstawowych i najbardziej naturalnych form komunikacji międzyludzkiej jest rozmowa. Rozmowa wykorzystuje te mechanizmy językowe, które powodują, że treść jest dużo łatwiejsza do zrozumienia i przyswojenia przez odbiorcę niż np. wykład akademicki czy tekst napisany skomplikowanym językiem. Wykorzystując tę podstawową prawdę o języku i jego percepcji, zdecydowałem, że książka będzie miała właśnie charakter rozmowy.

Publikacja zawiera 285 pytań zebranych na podstawie wieloletnich doświadczeń w pracy nad tworzeniem biuletynów firmowych, zadawanych przez moich klientów, studentów, uczestników szkoleń, a także wszystkich tych, którym miałem przyjemność doradzać oraz moje odpowiedzi na nie.

Materiał zaprezentowany w książce został podzielony tematycznie na cztery obszary i chronologicznie ułożony tak, jakbyśmy, zaczynając lekturę od pierwszych pytań na str. 15, zaczęli pracę nad pierwszym numerem biuletynu, a kończąc czytanie na str. 136, mieli już gotowy biuletyn i cieszyli się z jego wydania albo – jak kto woli – początek książki był rozpoczęciem spotkania np. przy kawie dwóch osób, z których jedna chce się dowiedzieć jak tworzyć biuletyn, a druga udziela jej odpowiedzi, a koniec książki zwieńczeniem tego spotkania. Każdy pewnie będzie miał trochę inne skojarzenia...



Prace nad książką trwały ponad 2 lata, pierwszy jej szkic powstał w lutym 2005 roku. Przy powstaniu publikacji pracowało wiele osób. Dziękuję im za współpracę. Mam nadzieję, że ten dwuletni wysiłek się opłaci, a efekt końcowy zostanie osiągnięty – książka ta przyniesie Państwu wiele korzyści, a zwłaszcza przyczyni się do powstania wspólniałyh biuletynów, które docenią ich odbiorcy.

Życzę miłej lektury!

Tomasz Kościelny