

вам. А між іншым шматтыражная прэса, з'яўляючыся органам адміністрацыі, прафсаюзаў і іншых грамадскіх арганізацый, мае цікавую гісторыю, адыгрывае вялікую ролю ў арганізацыі саборніцтва ў працоўных калектывах, укараненні новай тэхнікі і тэхналогіі, прапагандзе перадавога вопыту, у маральным, патрыятычным, інтэрнацыянальным выхаванні.

Першыя шматтыражкі з'явіліся ў СССР у 30-я гг. мінулага стагоддзя, у іх ліку – «Беларускі ўніверсітэт» (1923), «Советский студент» (Беларуская сельгасакадэмія, Горкі, 1929), «Бумажнік» (Добрушскі цэлюлозна-папяровы камбінат) і «Сцяг індустрыялізацыі» (Віцебская швейная фабрыка, 1930). У 1932 г. у БССР выходзіла 106 фабрычна-заводскіх газет. У час Вялікай Айчыннай вайны шматтыражныя газеты не выдаваліся, іх выпуск быў адноўлены толькі ў пачатку 50-х гадоў. У ліку такіх былі «Трактар» (Мінскі трактарны завод) і «Автозаводец» (Мінскі аўтамабільны завод, 1947 г.).

«Наш друк пачынаецца знізу, ад сценгазет», – пісаў М. Горкі, якога А. Луначарскі называў адным з найвыдатнейшых рабкораў. Гэтыя словы можна з поўнай падставай аднесці і да карпаратыўнай прэсы, якая паклала пачатак многім буйным газетам, выхавала шмат знакамітых журналістаў, пісьменнікаў. У ліку такіх выданняў «Автозаводец», «Сельмашевец», «Салігорскі калійшчык», «Беларус – МТЗ обозрение». Гэтыя і многія іншыя газеты не ўступаюць па сваіх тыражах, якасці апублікаваных матэрыялаў многім раённым, гарадскім і нават абласным газетам. Прыкладам творчай, мэтанакіраванай работы па асвятленні шматграннага жыцця дзесяткаў прадпрыемстваў, якія ўваходзяць у склад шматтысячнага калектыву трактарабудаўнікоў Беларусі, можа служыць газета гэтага аб'яднання, якая прайшла шлях ад звычайнай шматтыражкі да масава-палітычнай, вытворча-практычнай газеты. Выходзіць яна тры разы на тыдзень тыражом 5,5 тыс. экзэмпляраў на рускай і беларускай мовах. Асобныя выпускі, прысвечаныя важным датам у жыцці краіны, калектыву, дасягаюць тыражоў 20–25 тыс. экзэмпляраў. Газета неаднаразова выходзіла пераможцай шматлікіх конкурсаў, удастоена найвышэйшай журналісцкай узнагароды «Залатая Літара». Вопыт гэтага калектыву можа быць узяты на ўзбраенне журналістамі іншых карпаратыўных газет, стаць прадметам вывучэння навукоўцамі, якія займаюцца падрыхтоўкай і перападрыхтоўкай журналісцкіх кадраў, Беларускім саюзам журналістаў.

Вырашэнню гэтых праблем можа пасадзейнічаць прыкладны план-праспект спекурса «Карпаратыўныя выданні як інструмент бізнес-камунікацыі», распрацаваны на кафедры перыядычнага друку Белдзяржуніверсітэта:

1. Карпаратыўная прэса і яе месца ў сістэме СМІ.
2. Гісторыя і асноўныя этапы станаўлення карпаратыўнай прэсы Беларусі.
3. Тыпалогія карпаратыўных выданняў.
4. Карпаратыўныя выданні як інструмент РБ.
5. Прынцыпы і функцыі карпаратыўнай прэсы.
6. Рэдакцыя карпаратыўнай вытворчай газеты, яе састаў, карэспандэнцкая сетка. Крыніцы паступлення інфармацыі. Асноўныя дакументы, якія рэгламентуюць дзейнасць выдання.
7. Структура рэдакцыі.
8. Аўдыторыя карпаратыўнага выдання.
9. Свабода інфармацыі ў карпаратыўнай газеце.
10. Эфектыўнасць карпаратыўнага выдання.
11. Праблемы бізнес-мадэлявання газеты: яе кантэнт, дызайн і г. д.
12. Эканамічная база карпаратыўнай вытворчай газеты. Фінансавая база. Бюджэт рэдакцыі. Крыніцы паступлення сродкаў. Датаванне.
13. Спосабы распаўсюджвання газеты. Арганізацыя рознічнага продажу. Падпіска. Газетныя вітрыны.
14. Як пісаць у шматтыражку?
15. Асноўная праблематыка карпаратыўнага выдання.
16. Герой карпаратыўнай газеты: хто ён?

Оксана Корчагина

Луганский национальный университет им. Т. Шевченко (Украина)

ЗРИТЕЛЬНО-СМЫСЛОВАЯ ОРИЕНТАЦИЯ ТЕКСТА НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТ ВОРОШИЛОВАГРАДСКОЙ (ЛУГАНСКОЙ) ОБЛАСТИ 30–50-х гг. XX века

Газетная периодика Ворошиловградской области 30–50-х годов XX века была составной частью системы прессы СССР и функционировала в соответствии с ее законами и требованиями. Задача, поставленная В. Лениным, превратить прессу «в орудие экономического перевоспитания массы, в орудие ознакомления массы с тем, как надо налаживать труд по-новому» [2, с. 149], порождала другую задачу: дать новому содержанию газет новое графическое выражение, новый внешний облик. Первые исследования советской печати, проведенные П. Керженцевым, доказали, что «новая пресса должна выработать и свою специальную форму, осо-

бый характер, ввести иные отделы, установить другую систему переработки и расположения материалов и т. д.» [1, с. 19].

Примечателен в этом отношении циркуляр ЦК партии от 4 апреля 1921 г. «О программе местной газеты». В нем говорилось: «Основное требование верстки нашей массовой газеты состоит в том, чтобы читатель с наибольшей легкостью мог разобраться во всем предлагаемом газетой материале. Для этого необходимы: систематический и привычный для читателя подбор, расположение материала по знакомым читателю отделам без излишней сложности и пестроты, выделение и умеренное подчеркивание сути содержания каждой заметки и статьи путем вводящего заголовка или подзаголовка» [3, с. 70].

Анализируя газеты Ворошиловградской области указанного периода, остановимся на основной форме зрительно-смысловой ориентации – заглавном комплексе, т. е. рассмотрим взаимосвязь заголовков, рубрик и «шапок». Его задача – помочь читателю быстро сориентироваться в содержании номера, а также оказать влияние на выработку читательских установок. Аппарат зрительно-смысловой ориентации газеты раскрывает суть сообщения, оставляя за текстом право полностью информировать читателя о событии, явлении. Элементы ориентации не подменяют тексты, а сопровождают их, помогая читателю разобраться как в общей информационной схеме номера, так и в характере отдельных материалов.

На первый план по роли в номере выходят совокупности материалов – «шапки» и рубрики. Охватывая более широкий круг сообщений, они подчиняют себе заголовки, требующие «тематического» подкрепления, дают информацию больше общего плана. Например, под «шапкой» «Завтра – снова в школу» в газете «Комсомольское племя» от 12 января 1939 года напечатано 11 разных по жанрам публикаций: статья «Каникулы кончились», письмо «Мои любимцы», рассказ «Решенная задача», стих «Зимняя песня» и т. д. Под рубрикой «По нашему району» («Путь Октября» от 1 сентября 1949 года) опубликованы шесть журналистских материалов с такими заголовками: «Помощь шефов колхозу», «Радиофикация и телефонизация в районе», «Стахановцы-ремонтники Верхне-Тепловской МТС» и т. д. Это примеры удачного слияния заголовков с «шапками» и рубриками.

«Шапка» живет лишь в одном номере, рубрика же повторяется. В «шапке» заложена мысль, которая вырастает из данных сообщений, а в рубрике обобщение идет «сверху» – от содержания газеты вообще.

Однако можно привести и пример, когда рубрика дополняется, уточняется заголовком: рубрика «За границей», заголовок – «На фронтах Испания» («Социалистическое наступление» от 8 июня 1938 года); рубрика

«Критика и библиография», заголовок – «Новый сборник стихов В. Гореина» («Сталинский забой» от 28 мая 1950 года).

«Шапки» и рубрики настолько тесно связаны, что иногда удачная шапка становится рубрикой, т. е. повторяется из номера в номер.

Четкую пространственную организацию номера обеспечивает систематизация материалов по разделам. И здесь надо отдать предпочтение тематической классификации. Во многих газетах Ворошиловградской области 30–50-х годов XX века («Ворошиловградская правда», «Вперед», «Путь Серго», «Коллективист») практиковался метод постраничного размещения отделов с вынесением рубрики вверх. Применяется также и частичное (вертикальное) распределение полос. Распространенным был метод смешанной организации номера: при сохранении постоянного места за важнейшими и частыми разделами другие размещались произвольно.

Нами рассмотрены принципы систематизации материалов номера по тематике и адресности информации. Она позволяет представить номер как единое смысловое целое, создает предпосылки для четкой смысловой организации полос в пространстве. А это в свою очередь обуславливает наиболее рациональную зрительную организацию номера. Таким образом, можно сделать вывод: тематическая определенность аппарата зрительно-смысловой ориентации – первое и важнейшее условие общения газеты с читателем.

1. Керженцев, П. М. Газета. Организация и техника газетного дела / П. М. Керженцев. – М.: Красная новь, 1924. – 165 с.

2. Ленин, В. И. Полн. собр. соч. / В. И. Ленин. – Т. 36. – М.: Изд-во полит. лит-ры, 1967. – 792 с.

3. О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении: сборник документов и материалов. – М., 1972. – 560 с.

Татьяна Мейкшане

Академия управления при Президенте Республики Беларусь

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ

Результаты сравнительного анализа региональной прессы Беларуси, Украины, России позволяют сделать вывод, что мониторинговый тип исследования наиболее адекватен поставленной цели, т. к. позволяет отслеживать происходящие процессы и явления, осуществлять прогноз на основе на-