

**РАЗВИТИЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ БАЗЫ ГАЗЕТ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ
ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ 1940-х – НАЧАЛЕ 1960-х ГОДОВ**

Статья посвящена работе управленческих институтов (центральных и местных) советского государства по восстановлению и развитию полиграфической базы газет Западной Сибири. Местная пресса была частью сформировавшейся в 50-е гг. XX в. системы средств массовой информации СССР.

Ключевые слова: газета, государственное управление, полиграфия, система средств массовой информации.

Тема взаимоотношений власти и прессы непреходяще актуальна, многомерна и многогранна. В советский период многие исторические исследования, посвященные данной проблематике, показывали только «значительность достижений» в сфере управления газетной периодикой, а в постсоветский – их внимание акцентируется на проявлениях в этой сфере диктата, авторитаризма и тоталитаризма [Козлов, 1978; Овсепян, 1999]. Современная политическая действительность в России пока еще сохраняет черты авторитарно-бюрократического режима, хотя и с формальными атрибутами демократии [Матузов, Малько, 2003. С. 84–85]. Причем власть и в СССР, и в современной России стремилась и стремится в той или иной степени контролировать деятельность СМИ. При советской власти весь газетный издательский комплекс безраздельно был государственной, т. е. партийной собственностью. В постсоветский период полиграфия сменила собственника.

В отношении содержания термина «власть» большинство специалистов сходятся в том, что это «возможность осуществлять влияние, руководство, управление, посредством определенного комплекса инструментов, среди которых право, насилие, авторитет и др. Власть – необходимый элемент любой общественной системы, но естественно, в каждой из них она имеет свои определенные черты. Эти черты определя-

ются историческими, политическими, экономическими, правовыми, моральными, субъективными причинами» [Сизов, 2001. С. 3].

Исследователи газетного строительства нередко не уделяют внимания издательско-полиграфической базе прессы. Между тем полиграфическая промышленность – понятие технологическое, отраслевой рынок – экономическое, учитывающее присутствие заказчика (покупателя) и его влияние на организацию и производство печатной продукции.

Все эти вопросы имеют весьма принципиальное значение. Их недооценка в последнее время привела к потере полиграфической промышленностью самостоятельного статуса в государственной статистике, отнесению ее к виду деятельности совместно с издательствами, производством аудиовизуальных средств и целлюлозно-бумажной промышленностью. Такое нововведение, а также отсутствие отраслевой статистики оказывают крайне негативное воздействие на все управленческие, прогнозные и бизнес-системы в отрасли.

Надо заметить, что за почти 80-летний период советского государства комплексного исследования рассматриваемой отрасли не было, кроме ее некоторых технических аспектов [Яблоков, 1971]. В постсоветской России в 2007 г. был осуществлен первый масштабный мониторинг полиграфии стра-

ны по заданию Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Уточнение состава отрасли и ее производственного потенциала дало ошеломляющие результаты. Так, уже в начале 2009 г. полиграфическая отрасль страны насчитывала 16 тыс. полиграфических предприятий различной производственной мощности и специализации, на которых занято около 320 тыс. работающих. Институциональная структура отрасли характеризуется следующими данными: предприятия государственной и муниципальной форм собственности составляют 10 %, частные – 90 %. Сегодня полиграфия обеспечивает постоянный выпуск 14 тыс. наименований газет. Для сравнения: в Китае издается чуть более 8 тыс. газет, а в США – менее 2 тыс. Общий тираж российских газет в 2008 г. составил 7,8 млрд экз. Из этого количества 2,7 млрд экземпляров приходится на долю общероссийских газет, 2,6 млрд – на долю региональных (областных, краевых, республиканских) и 2,5 млрд – на долю местных (районных, городских) газет. При этом одна типография в России приходится на 19,6 тыс. жителей, тогда как в США – на 5 тыс., а в Германии – на 6,2 тыс. [Российский рынок..., 2009. С. 4–35].

С учетом отмеченного масштаба отрасли, представляет интерес опыт ее развития в период «позднего сталинизма» и затем «хрущевской оттепели». После принятия на XVI съезде ВКП(б) (1930 г.) специального решения о создании новой отрасли – полиграфического машиностроения, в 1931–1940 гг. на ее предприятиях было выпущено 25 тыс. печатных машин и станков. В 1934 г. в стране было уже 2 500 типографий, печатавших 6,5 тыс. наименований газет с разовым тиражом более 30 млн экз. Однако за годы Великой Отечественной войны произошло сокращение продукции газетно-издательского комплекса примерно на 10 % [Яблоков, 1971. С. 9–11].

Координирующе-контрольные функции с точки зрения профессионально-издательской деятельности (финансы и экономика, технологии и материалы, система подготовки кадров специалистов и т. п.) с 1930 по 1949 г. осуществляло Объединение государственных издательств (ОГИЗ РСФСР), которое затем было реорганизовано в Главполиграфиздат при Совете Министров СССР. В 1952 г. он был разделен на три главка и

передан в ведение Министерства культуры СССР, а в мае 1959 г. в составе Минкульта был создан Главиздат. В 1963 г. новая реорганизация привела к созданию Госкомитета по печати при Совмине СССР, подразделения которого действовали и на местах [Богданов, Вяземский. 1971. С. 113–115].

Анализ постановлений и решений центральных и местных партийных, а также советских и хозяйственных органов позволяет констатировать, что руководство с их стороны рассматриваемой отраслью было регулярным и системным, несмотря на распространенность директивно-бюрократического стиля. Так, только ЦК ВКП(б) / КПСС за рассматриваемый период приняли более 70 директивных документов по периодическим изданиям

В деле восстановления, укрепления и развития полиграфической базы западно-сибирской печати особо важную роль в первые послевоенные годы, например, сыграли постановления ЦК ВКП(б) «Об улучшении качества и увеличении объема республиканских, краевых и областных газет» (20 июля 1945 г.), «О мерах по улучшению областных газет “Молот” (Ростов-на-Дону), “Волжская коммуна” (Куйбышев) и “Курская правда”» (30 июля 1946 г.), «О работе ОГИЗа РСФСР» (5 октября 1946 г.), «О мерах по устранению крупных недостатков в работе Главполиграфиздата» (20 апреля 1950 г.) и др. В этих документах отмечались устаревшая и обветшавшая материально-техническая база, низкая квалификация персонала [КПСС о средствах..., 1979. С. 189–261]. Между тем сложные задачи восстановления и дальнейшего развития народного хозяйства после войны требовали повышения роли прессы как средства идеологической мобилизации.

Главными векторами работы в сфере полиграфии руководящие инстанции определили: восстановление, укрепление и развитие материально-технической базы газет, прежде всего полиграфии; создание на этой основе новых печатных органов; повышение качества полиграфического исполнения газет, снижение сроков печати.

В 1946 г. в Западной Сибири (Алтайском крае, Кемеровской, Новосибирской, Омской, Томской и Тюменской областях) выходило почти 300 областных, городских, районных и многотиражных газет. Уже в течение 1946 г. все обкомы партии, советские и хозяйствен-

ные органы региона создали бригады и комиссии по проверке состояния типографий, проанализировали их отчеты и утвердили планы работы по оказанию помощи типографиям. Например, резолюция бюро Кемеровского обкома партии от 24 сентября 1946 г. «О мероприятиях по улучшению работы городских и районных газет и усилению руководства ими» обязывала областное Управление полиграфии «оказывать полиграфическим предприятиям непосредственную, оперативную практическую помощь на местах по техническому улучшению газет»¹.

За 1947–1948 гг. типографии Алтайского края получили 44 плоскочечатные и тигельные машины, 28 машин другого типа и более 40 т шрифтов. В последующие годы ими была получена еще 31 печатная машина. На пленуме Алтайского крайкома профсоюза работников полиграфии и печати (в мае 1951 г.) отмечалось, что за четыре года в Алтайский край завезено оборудования на 2 млн 347 тыс. руб. Такого количества машин не поступало за все время существования края.

Полиграфия Новосибирской области с 1946 по 1950 г. получила 60 печатных машин. Почти полностью обновилась техническая база типографий Омской области, получившей оборудования на 6 млн 300 тыс. рублей. Значительно вырос технический потенциал полиграфии Томской, Тюменской и Кемеровской областей. В целом же за 1946–1950 гг. машинный парк полиграфических предприятий Западной Сибири вырос почти вдвое. Почти 80 % оборудования, установленного на полиграфических предприятиях, было отечественного производства².

Достижения отмечались и в подготовке кадров полиграфистов. В том же Алтайском крае за послевоенные пять лет количество работников типографий увеличилось на 1,5 тыс. чел. (т. е. почти вдвое), достигнув к 1950 г. численности 4,5 тыс. специалистов.

За послевоенное пятилетие число областных, городских и районных газет выросло в рассматриваемом регионе с 237 в 1946 г. до 248 в 1950 г., а многотиражных соответственно – с 49 до 81. В 1950 г. был возоб-

новлен выпуск молодежных газет – «Комсомолец Кузбасса» (Кемерово), «Большевицкая смена» (Новосибирск), «Молодой большевик» (Омск), «Сталинская смена» (Барнаул). Общий тираж региональной печати (областных, городских, районных и многотиражных газет) вырос с 575 тыс. экз. в 1946 г. до более 1,0 млн экз. в 1955 г. Например, тиражи областных органов прессы – «Алтайская правда», «Советская Сибирь», «Омская правда», «Красное Знамя», «Кузбасс» за пятилетку увеличились вдвое – с 40–60 до 80–90 тыс. экз. «Тюменская правда» выходила тиражом в 30 тыс. экз. Рост газетной продукции характеризовался и повышением периодичности многих западно-сибирских изданий: в 1953 г. шесть раз в неделю выходило 5 газет, пять раз – 6 газет, два-четыре раза – 206 газет, раз в неделю – 6 газет. Вырос и объем (газетная площадь): если в 1946 г. на четырех полосах половинного формата «Правды» издавалось около 7 % газет Западной Сибири, то в середине 1950-х гг. их число выросло вдвое. Значительно улучшилось качество полиграфического исполнения газет [Семёнов, 2006. С. 135–136].

Новое партийно-государственное руководство во главе с Н. С. Хрущевым дало определенный импульс общественного обновления. Хотя период «оттепели» был краток, в деле развития газетной полиграфии он оставил свой отпечаток. Тем более что начавшаяся в мире эра НТР также диктовала свои правила. Именно в эти годы происходит окончательное формирование системы средств массовой информации (СМИ). Радио становится многопрограммным, появляются первая круглосуточная информационно-музыкальная программа «Маяк», молодежная программа «Юность». У населения было 26 млн радиоприемников. Широкое распространение транзисторных радиоприемников позволило вовлечь 85 % территории страны в зону возможного приема всесоюзных программ радио. Началось радиовещание на зарубежные страны. В феврале 1956 г. начала функционировать вторая программа Центрального телевидения. К началу 1960-х гг. 4 млн телевизоров собирали телеаудиторию в десятки миллионов человек. В этот период существенно обновляется структура прессы, возникает ряд новых всесоюзных газет – «Промышленно-экономическая газета», «Социали-

¹ РГАСПИ. Ф. 17. Оп. 46. Д. 1780. Л. 74–75.

² ГАРФ. Ф. 5525. Оп. 21. Д. 27. Л. 6; Д. 462. Л. 5; Д. 406. Л. 100.

стическая индустрия», «Московские новости», «Советская Россия» и др. Растет и число журналов: в 1960 г. их насчитывается уже около 4 тыс. наименований с годовым тиражом свыше 770 млн экз. Таким образом, оформление сети СМИ со второй половины 50-х – в начале 60-х гг. можно считать началом формирования информационного общества в нашей стране, характерной чертой эры научно-технической революции.

Выпуск газет в СССР вырос с 44,3 млн экз. в 1953 г. до 89,1 млн экз. в 1964 г. Если оценивать выпуск всех видов печатной продукции (в % к листажу), газетное производство опережало выпуск журналов и прочей печатной продукции с 1955 по 1965 г. в 3–8 раз. Прирост составлял 5 % на каждые пять лет. Что касается Западно-Сибирского региона, то здесь увеличение количества изданий (наименований) газет за 1953–1964 гг. не произошло. Оно практически осталось неизменным.

Характерной особенностью издания газет в этот период являлся непрерывный рост тиражей – разовых и годовых. Общеизвестно, что разовый тираж характеризовал массовость газет и степень охвата ими читателей. Годовой тираж определяет объем газетной продукции. Например, если в 1954 г. разовый тираж газет в Омской области составлял 184 тыс. экз., то уже в 1958 г. – 238, в 1961 г. – 273, а в 1964 г. – 262 тыс. экз. Годовой тираж, в свою очередь, вырос с 42 748 тыс. экз. в 1954 г. до 60 988 тыс. экз. – в 1964 г. Подобная тенденция наблюдалась и в других областях региона и всей страны [Яблоков. 1971. С. 10–12; Сизов. 2001. С. 97].

За 1945–1955 гг. в СССР было организовано 11 пунктов для выпуска московских газет, а за последующие 10 лет – еще 16 пунктов. На такой основе был организован выпуск газет «Правда», «Комсомольская правда», «Советская Россия», «Сельская жизнь», «Социалистическая индустрия» в Новосибирске, Барнауле, Кемерово общим тиражом примерно 500–600 тыс. экз. К середине-концу 1960-х гг. более 50–75 % тиража «Правды» печаталось на местных пунктах.

В конечном счете, если в 1945–1950 гг. в Западной Сибири остро стояла проблема удовлетворения потребностей населения в газетной продукции, а распределение лимитов на центральные и местные издания строго контролировалось руководством областей, городов и районов, то уже в 1956–1960 гг. по-

ложение значительно улучшилось. В 1960 г. на душу населения приходилось 32 экз. комплекта газет – почти в 2 раза больше в сравнении с 1945 г. [Яблоков, 1971. С. 15, 19–20].

Большие вложения в газетный полиграфический комплекс и относительно медленная возвратность финансов (примерно за 4–5 лет на каждый вложенный рубль) в этот период выдвигали на первый план повышение экономической эффективности данной отрасли. Партийное руководство требовало устранения излишних издержек и потерь, а также выбора наиболее выгодных и экономичных решений, прироста продукции на каждый затраченный рубль капиталовложений, сокращение сроков окупаемости этих вложений.

Решению названных задач способствовала разработка новых типов полиграфического оборудования (ролевых печатных машин, фототелеграфной машины Газета-1 и др.), новых технологий (автоматизированных систем управления полиграфическим производством, высокой офсетной печати и др.). Шла разработка и моделей планово-финансовой, экономической деятельности полиграфических предприятий разного типа (центральных, городских и районных). Но реально эти решения внедряться начали после 1965 г.

Учитывая историческую ограниченность тогдашней политической системы, надо видеть ее перспективные, удачные управленческие решения в поиске внутренних резервов. Более чем 12-тысячный отряд западно-сибирских полиграфистов за послевоенное двадцатилетие выполнил перед собственным народом и государством миссию по обеспечению программ восстановления и дальнейшего развития страны.

Список литературы

Богданов Н. Г., Вяземский Б. А. Справочник журналиста. Л., 1971. 687 с.

Козлов В. Н. КПСС – организатор и руководитель массовой партийно-советской печати. Л., 1978. 167 с.

КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М., 1979. 590 с.

Матузов Н. И., Малько А. В. Теория государства и права: Учеб. пособие. М., 2003.

Овсеян Р. П. История новейшей отечественной журналистики / Под ред. Я. Засурского. М., 1999. 304 с.

Российский рынок полиграфических работ. Состояние, тенденции и перспективы развития. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Доклад. М., 2009.

Семёнов Е. Ф. Газеты Западной Сибири и политический режим в послевоенные годы (1945–1955) // Общественно-политическая жизнь Сибири: XX век: Межвуз. сб. науч. тр. Новосибирск, 2006. Вып. 7. С. 138–145.

Сизов С. Г. Интеллигенция и власть в советском обществе в 1946–1964 гг. (На материалах Западной Сибири). Монография: В 2 ч. Омск, 2001. Ч. 2.

Яблоков М. Н. Газета и расстояния. М., 1971. 150 с.

Материал поступил в редколлегию 25.10.2009

E. F. Semenov

FROM HISTORY OF RECONSTRUCTION AND DEVELOPMENT OF POLYGRAPHIC FACILITIES OF NEWSPAPERS IN THE WEST SIBERIA DURING SECOND HALF OF 1940^s – FIRST HALF OF 1960^s

The article elaborates on the activities of the central and local Soviet Administrations aimed at recovery and development, that constituted an important part of the mass media system formed in the USSR in 1950^s.

Keywords: newspaper, establishment, polygraphic, mass media system.