

ВЫСШАЯ ПАРТИЙНАЯ ШКОЛА при ЦК ВКП(б)

Курс журналистики

И. Л. ВЕРХОВЦЕВ

# ОСВЕЩЕНИЕ В ГАЗЕТЕ ВОПРОСОВ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТРАНСПОРТА

Стенограмма лекции, прочитанной  
в Высшей партийной школе  
при ЦК ВКП(б)



## ОСВЕЩЕНИЕ В ГАЗЕТЕ ВОПРОСОВ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТРАНСПОРТА

Работа отделов промышленности и транспорта в газетах определяется в настоящее время задачами послевоенного пятилетнего плана, на выполнение которого советский народ под руководством партии Ленина—Сталина мобилизует все свои силы, всю свою энергию.

Под знаменем всенародного социалистического соревнования за досрочное выполнение послевоенной пятилетки проходит сейчас общественно-политическая и хозяйственная жизнь Советского Союза.

На чем в первую очередь должен сосредоточить свое внимание отдел газеты, призванный освещать работу промышленности, транспорта, строительства? XVIII Всесоюзная конференция ВКП(б) указала, что «...в нашей промышленности и на транспорте не должно быть отстающих предприятий. Все заводы, фабрики, железные дороги обязаны выполнить план». Путь к выполнению этой задачи— всемерное развертывание социалистического соревнования, которое, как указывал товарищ Сталин, «есть коммунистический метод строительства на основе максимальной активности миллионов масс трудящихся». Соревнование приняло в наши дни невиданные масштабы. Такого политического и трудового подъема, свидетелями которого мы являемся в настоящее время, страна еще не знала. В соревновании участвуют десятки миллионов рабочих, мастеров, техников, инженеров, служащих. Многие тысячи рабочих берут на себя личные обязательства по досрочному выполнению годовых планов и пятилетних заданий в целом. Задача газеты в том прежде всего и состоит, чтобы способствовать росту рядов соревнующихся, показывать опыт работы передовиков соревнования, пропагандировать лучшие формы и методы борьбы за досрочное выполнение послевоенной пятилетки.

Обеспечить выполнение плана—это значит выполнить годовой, квартальный и месячный планы по выработке продукции не в среднем, а равномерно, по заранее разработанному графику производства готовой продукции. Это значит выполнять план не только в среднем по той или иной отрасли промышленности, а по каждому предприятию в отдельности, в каждом цехе, в каждой бригаде, на каждой станке и в каждой смене. Это значит также выполнять план не только по количественным, но обязательно и по качествен-

ным показателям, комплектно, по ассортименту, с соблюдением установленных стандартов и по установленной себестоимости.

Известно, какое огромное значение для выполнения плана имеет график. Именно работа по графику помогла промышленности Ленинграда и других городов досрочно завершить выполнение программы в прошлом году. Однако есть еще немало и таких предприятий, где график не в почете, где допускаются отступления от него. Здесь рождаются штурмовщина, авралы, пресловутые ДПД—дни повышенной добычи на шахтах и т. д.

Газета обязана предупреждать такого рода явления, критиковать работу предприятий, допускающих такие методы работы, если даже они имеют место на заводах, справляющихся в конце месяца с заданием. Как только газета узнает о том, что предприятие, закончив, скажем, январскую программу, ослабило темпы в первых числах февраля, она должна разобраться в причинах этого явления и в передовой статье или в отдельной корреспонденции напомнить дирекции, партийной организации указание партии о том, что план должен выполняться равномерно, без рывков и раскачки.

Газета публикует статью, сообщающую о том, что завод выполнил месячное задание. Однако далеко не всегда мы находим в ней анализ работы данного предприятия, из которого можно было бы узнать, все ли цехи, бригады, смены справились со своими заданиями, полностью ли было использовано оборудование, много ли отстающих рабочих, не было ли простаивавших станков. А эти данные очень важны. Нельзя мириться с тем, что на заводе—пусть он и выполнил план—имеется один или даже больше цехов, которые плохо работают. И если газета тщательно и компетентно разбирается в этих вопросах, она сделает полезное дело, поможет данному производственному коллективу увеличить выпуск продукции.

Партия всегда придавала огромное значение вопросам качества, ассортимента, себестоимости продукции. Эти вопросы должны стоять в центре внимания газеты. Если завод отгрузил некомплектное оборудование, газета должна немедленно вмешаться, разъяснить, какой ущерб этим нанесен, как это отразится на работе того предприятия, которому предназначается оборудование.

Сотни предприятий готовят запасные части к тракторам. Нетрудно себе представить положение машинно-тракторной станции, которая получит недоброкачественные детали. Установив такой факт, газета обязана дать ему политическую оценку, ибо срыв ремонта тракторов неминуемо отрицательно отразится на весенней посевной или иной сельскохозяйственной кампании, на борьбе, которую колхозы и совхозы ведут под руководством партии за высокий урожай.

Или такой пример. Партия и правительство приняли историческое постановление об отмене карточной системы и проведении денежной реформы. Поставлена задача—всемерно расширить товарооборот в стране, чтобы еще выше поднять экономическое могуще-

ство государства и материальное благосостояние трудящихся. Спрос на товары широкого потребления резко возрос, но вместе с тем выросла и требовательность потребителей, которые хотят получить на полноценный советский рубль хорошую продукцию в разнообразном ассортименте. Однако имеется еще немало фабрик и заводов, которые дают населению изделия с дефектами. Поступают также жалобы на ограниченный ассортимент товаров широкого потребления. Есть, скажем, обувные фабрики, которые упорно изготавливают только полуботинки, хотя потребители предъявляют спрос и на ботинки. Есть предприятия, которые забывают, что при составлении производственного плана они обязаны учитывать сезонность товара; например, в феврале цехи заняты выпуском зимних пальто, хотя в это время надо уже готовить продукцию к весенне-летнему сезону.

И в данном случае, когда речь идет о погоне за количественными показателями в ущерб качеству, газета должна подойти к этому явлению с политической точки зрения. В самом деле, если предприятие, скажем обувное, производит плохую обувь или обувь устаревшего фасона, то, разумеется, она залежится на фабричном складе. Именно по этой причине на ряде фабрик—обувных, швейных—продукция не сбывается, от нее торгующие организации отказываются. Борьба за наилучшее удовлетворение нужд трудящихся, за повышение материального уровня их жизни замедляется. Следовательно, по вине бракоделов, по вине людей, забывающих о государственных интересах, товарооборот не разворачивается в той мере, как это намечено планом.

Вопросы качества не должны сходить со страниц газеты. Кстати, газеты почему-то забывают об Указе Президиума Верховного Совета СССР от 10 июля 1940 г., квалифицирующем выпуск недоброкачественной продукции как противогосударственное преступление, сурово караемое законом.

Решения XVIII Всесоюзной конференции ВКП(б), указывающие конкретный путь борьбы за выполнение плана, приобретают особенное значение сейчас, когда тысячи производственных коллективов, следуя примеру ленинградцев, обязались закончить свои пятилетние планы досрочно. Такая ответственная задача диктует каждому предприятию необходимость особенно тщательно разработать план организационно-технических мероприятий, которые в своей совокупности обеспечивают успешное выполнение обязательств, принятых участниками социалистического соревнования. Эти мероприятия должны быть в центре внимания отдела промышленности и транспорта, их надо широко популяризировать и периодически возвращаться к ним, чтобы установить, как они осуществляются.

Возьмем, например, уголь, который является «хлебом» промышленности. В 1950 г. добыча угля в Советском Союзе должна быть увеличена на 51 проц. по сравнению с довоенным уровнем. Это будет огромный скачок вперед. Какие мероприятия намечаются для расширения добычи? Увеличение действующей линии забоев, уско-

рение подготовительных работ, значительное повышение производительности труда, механизация процессов добычи, навалки и вывозки угля, лучшее использование имеющихся механизмов, широкое распространение стахановских методов труда, подготовка кадров, строительство жилищ для шахтеров, забота об их культурно-бытовом обслуживании—вот, примерно, программа действий шахтных организаций, борющихся за непрерывный рост добычи угля. Эта программа подсказывает отделу промышленности и транспорта, какие вопросы должны освещаться в газете.

В нашей печати, на партийных собраниях, производственных совещаниях все чаще и чаще раздаются призывы мобилизовать и целесообразно использовать резервы производства. Рабочий класс СССР политически и технически вырос; наши мастера, инженеры, техники приобрели огромный опыт. Советские люди, воспитанные большевистской партией, не довольствуются достигнутыми результатами и уже не удовлетворяются тем, что они выполняют государственные задания. Они сами, по своей инициативе хотят превзойти эти задания. А для этого надо использовать все внутренние возможности, пустить в ход все неиспользованные резервы, которых еще много на каждом предприятии. В свою очередь газета на основе тщательного знакомства с деятельностью одного или нескольких передовых заводов, где хорошо организована мобилизация внутренних резервов, должна подсказать всем другим предприятиям средства борьбы за досрочное выполнение плана.

Для газет, освещающих работу металлургических заводов, основными вопросами резервов производства являются внедрение новой техники, оснащение металлургических агрегатов автоматикой, механизация трудовых процессов, строгое соблюдение технологической дисциплины, повышение производительности труда.

Для газеты нефтяного района основные вопросы—применение новой техники, внедрение вторичных методов эксплуатации, максимальное использование действующих скважин, подготовка новых нефтеносных площадей, увеличение объема разведочного бурения.

Каждая отрасль промышленности имеет свою специфику, которую работники газеты должны хорошо знать. Но есть вопросы, общие для всей промышленности, транспорта, строительства.

Одним из таких важнейших вопросов является механизация процессов труда, новая и решающая сила, «...без которой невозможно выдержать ни наших темпов, ни новых масштабов производства» (Сталин). И действительно, нет такой отрасли промышленности, в которой при определении организационно-технических мероприятий нельзя было бы предусмотреть и дальнейшую механизацию процессов труда.

Газета должна убедительно разъяснять с цифрами и фактами в руках, какие огромные преимущества имеет механизация труда перед ручным трудом. Если речь идет, скажем, об угольной промышленности, то полезно напомнить, что при ручном труде один

забой давал в сутки 20—30 тонн угля, а сейчас механизированная лава с врубовой машиной и конвейером дает 150 тонн и больше угля в сутки. Если статья посвящена механизации работ на строительной площадке, то газете следует не вообще призывать строителей пользоваться, скажем экскаваторами, а указать, что экскаватор с емкостью ковша в 3 кубометра заменяет 300 землекопов, а с емкостью в 30 кубометров—3 тыс. человек. Одна врубовая машина выполняет работу 20 зарубщиков. Одна электропила заменяет 10 ручных пилщиков. Вот таким, примерно, фактами должна оперировать газета, агитируя за механизацию трудоемких отраслей промышленности.

В послевоенной пятилетке вопросам механизации труда придается исключительное значение. «Можно без преувеличения сказать,—подчеркнул секретарь ЦК ВКП(б) тов. М. А. Сулов в докладе на торжественно-траурном заседании, посвященном XXIV годовщине со дня смерти В. И. Ленина, — что в быстрых темпах механизации процессов труда заключается одно из главных условий выполнения послевоенной пятилетки в четыре года». Различные отрасли промышленности, в частности угольная и лесная промышленность, черная металлургия, стройки будут оснащаться все большим и большим количеством механизмов. Лесная промышленность, например, получит за пятилетку около 16,5 тыс. специальных трелевочных тракторов, 60 тыс. электропил, до 10 тыс. специальных лебедек для погрузо-разгрузочных работ, несколько тысяч передвижных электростанций и др.

Но механизмы только в том случае дадут должный эффект, если они будут использованы полностью, умело,—вот об этом-то и должна систематически напоминать своим читателям—работникам промышленности—газета. В том-то и беда, что часто механизмов достаточно, а ручной труд не вытеснен. Скажем, такая крупная стройка, как «Азовстальстрой», выполнила план прошлого года меньше чем на три четверти; сроки ввода в строй блюминга и рельсобалочного стана были сорваны. А почему? В основном из-за того, что самоходные краны, бетономешалки, бульдозеры, растворомешалки были использованы на стройке совершенно неудовлетворительно.

Такого рода факты дают газете повод для критического выступления, причем выступить она должна, конечно, не в конце года, а как только установит, что механизмы больше простаивают, чем работают. Почему механизмы простаивают? Потому ли, что прикрепленные к ним рабочие еще не обладают достаточным опытом, или потому, что руководители данного предприятия равнодушны к механизации? В этих вопросах работникам газеты надо серьезно разобраться, чтобы взять правильный прицел.

Снижение себестоимости продукции, борьба за экономию, бережливость, против расточительства—очень важные вопросы, которые постоянно должны быть в центре внимания отдела промышленности и транспорта газеты. Это один из крупнейших внутренних резервов, к сожалению, ис-

пользуемый еще в весьма недостаточной мере. Не может предприятие перейти на рентабельную работу, если в его цехах не ведется или плохо ведется борьба за экономию сырья, материалов, топлива, электроэнергии. Вот почему, когда газета хочет показать опыт завода, который отказался от государственной дотации, важно выяснить, в какой мере весь коллектив предприятия участвует в этом деле. Ибо как бы ни были хороши намерения директора, решившего сделать свое предприятие прибыльным, его усилия не увенчаются значительным успехом, если каждый рабочий не будет вовлечен в борьбу за максимальную бережливость.

И здесь газета опять должна выступать не в декларативной форме, а с убедительными фактами. Скажем, некоторые газеты, агитируя за экономию, сообщают читателям, что дает снижение себестоимости на один процент. Не только в масштабе всего нашего государства, но даже в масштабе одной области, одного края экономия в один процент составляет весьма крупную сумму. Газета «Рабочий край», например, подсчитала, что только один процент снижения себестоимости по текстильной промышленности Ивановской области сэкономит государству 56 млн. руб., на которые можно построить 180 многоквартирных домов. Несомненно, этот подсчет скажет текстильщику гораздо больше, чем многострочная статья. Другие газеты напоминают своим читателям, что в 1947 г. экономия от снижения затрат только на один процент по промышленным предприятиям союзного и республиканского подчинения по всему СССР составила около 1 млрд. 800 млн. рублей.

Такого рода подсчеты полезны и в тех случаях, когда газета пишет об экономии сырья или топлива. «Комсомольская правда», например, в одной из подборок, посвященных борьбе против расточительства, приводит такой весьма убедительный факт: три молодежные бригады 1-го мартеновского цеха московского завода «Серп и молот» сэкономили за месяц 60,7 тонны мазута, что позволило дополнительно выплавить 350 тонн высококачественной стали. Подсчет сделан даже не в масштабе цеха или предприятия, но сам факт, яркий и убедительный, многое скажет читателю, воздействует на него и, несомненно, будет способствовать бережливому отношению, экономному расходованию материалов.

Есть еще одна тема, общая для всех отраслей промышленности и для транспорта. Это подготовка новой рабочей силы в учебных заведениях государственных трудовых резервов, техническое обучение рабочих на самом производстве и повышение их квалификации в стахановских школах, на краткосрочных курсах и т. д. Только за 1947 год в школах и училищах Министерства трудовых резервов подготовлено около 800 тыс. молодых рабочих различных специальностей, в два раза больше, чем в 1946 году. В нынешнем году предстоит подготовить 1100 тыс. рабочих. Законом о пятилетнем плане намечено обучить в системе государ-



ственных трудовых резервов за 1946—1950 гг. 4,5 млн. человек, обеспечить техническое обучение 7,7 млн. рабочих и повышение квалификации 13,9 млн. рабочих.

Уже одни эти цифры говорят о размахе предстоящей работы. Но дело не только в цифрах. Школы ФЗО, ремесленные и железнодорожные училища должны готовить квалифицированных рабочих, политически сознательных, преданных делу партии Ленина—Сталина. Это почетная, ответственная задача. Все зависит от того, как поставлена в школе массово-политическая работа, как организовано обучение молодежи, насколько теория увязана с практикой, приобретают ли учащиеся производственные навыки и т. д. А часто ли эти вопросы поднимаются в газете? Обычно об учебных заведениях трудовых резервов газеты вспоминают в дни очередного призыва молодежи. Сообщают, сколько дней продлится призыв, какое количество молодежи будет призвано, и на этом газета считает свою роль выполненной. В лучшем случае она еще раз вернется к этой теме, когда выяснится, что призыв проходит неудовлетворительно.

А между тем призыв—это только часть дела. Известны ведь случаи, когда часть молодежи, призванной в школы ФЗО, ремесленные и железнодорожные училища, самовольно возвращалась домой. Значит, не создали учащимся в школе необходимых условий, не пробудили в них интереса к будущей профессии, не окружили той заботой, к которой подросток привык в родительском доме. Эта тема должна заинтересовать газету.

Допустим, в школе не было случаев самовольного ухода учащихся. Но это не снимает с газеты обязанности заниматься вопросами учебы молодежи, ибо далеко не всегда окончившие школы трудовых резервов юноши и девушки, поступив на предприятие, способны справиться даже со скромными производственными заданиями. Выходит, что школа выпустила недоучек, что зря затрачено время, труд, государственные средства.

Если выпускники школ оказывались недостаточно подготовленными, газеты освещали такие факты. Но это запоздалая информация. Не лучше ли отделу промышленности и транспорта периодически освещать ход подготовки молодежи, когда она еще обучается в школе, когда можно многое исправить, улучшить в учебной практике, добиться, чтобы выпускники, принятые на завод, затрачивали на освоение станка минимум времени, и их приход в цех сразу сказывался на повышении выпуска продукции?

Итак, подготовка новой рабочей силы, техническое обучение рабочих на самом производстве и повышение их квалификации—эти вопросы должны быть в центре внимания отдела промышленности и транспорта газеты, так как они имеют самое непосредственное отношение к борьбе за расширенное социалистическое воспроизводство.

---

## ОРГАНИЗАЦИЯ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТРАНСПОРТА

Как должна быть организована работа отдела промышленности и транспорта в газете, каковы формы, которыми он может пользоваться для освещения тех или иных вопросов?

Если бы в отделе промышленности и транспорта областной, краевой, республиканской газеты работало несколько сотрудников, то можно было бы так распределить между ними обязанности. Скажем, один сотрудник ведет вопросы топлива, другой—вопросы текстильной, легкой и местной промышленности, третий—вопросы железнодорожного, водного и автомобильного транспорта, четвертый—вопросы товарооборота, потребительской и промысловой кооперации и т. д. Но, как правило, в отделе промышленности и транспорта областной газеты работают всего 1—2 человека. Вот почему особенно важно создать вокруг отдела крепкий актив рабочих, партийных работников, хозяйственников, командиров производства, инженеров, стахановцев.

Постоянная, живая связь с работниками промышленности, транспорта, строительства—залог действенной работы газеты. Сколько бы ни было предприятий в городе или в области, все равно отдел промышленности и транспорта должен на каждом из них, в крайнем случае на наиболее значительных из них, иметь своих активистов. Трудно, конечно, да и невозможно одному сотруднику ежедневно бывать на всех заводах. Вот тут-то и выручают активисты газеты, ее друзья. Они позвонят или напишут в редакцию, сообщат о заводских новостях, дадут, таким образом, возможность газете всегда быть в курсе дела.

Актив для газеты—ценнейший капитал. Как бы ни был сотрудник газеты хорошо информирован, он, конечно, не может считать себя знатоком вопроса в такой мере, как знают его практики—хозяйственники, партийные работники, стахановцы, инженеры. Поэтому правильно поступают те газеты, которые время от времени организуют в редакции совещания актива.

Как известно, руководители девяти московских заводов обратились к товарищу Сталину с письмом, в котором сообщалось об отказе от государственной дотации и обязательстве работать рентабельно. Это очень важное решение. На призыв москвичей откликнулись директора многих предприятий других городов. И хорошо поступили отделы промышленности и транспорта тех газет, которые созвали группы хозяйственников, поставив на обсуж-

дение вопрос о том, как директор завода намерен организовать работу, чтобы добиться рентабельности. Обмен мнениями помог, во-первых, наметить путь, по которому можно добиться безубыточной работы, и, во-вторых, устранить причины, мешавшие тому или иному заводу работать рентабельно. Советские подсказали редакции, на чем следует сконцентрировать внимание при освещении вопроса, поднятого москвичами.

Или возьмем такой пример. После проведения денежной реформы и отмены карточной системы произошли большие перемены в промышленности, на транспорте. Заметно поднялась производительность труда, сократилась текучесть рабочей силы, увеличился приток новых рабочих. В общих чертах это, разумеется, известно работникам газеты, связанным с предприятиями. Но детали от них ускользают. Вместе с тем работа в новых условиях предъявляет хозяйственным, партийным и профсоюзным организациям и новые требования. В чем они заключаются? На этот вопрос редакция получает ясный ответ, посоветовавшись с активом. В процессе такой беседы, организованной в редакции или на самом заводе, возникают десятки волнующих тем, которые с большой пользой для дела могут и должны быть освещены на страницах газеты.

Партия нацеливает работников промышленности—государственной, кооперативной, местной—на непрерывное расширение выпуска товаров для трудящихся. Но, как мы уже указывали, эта продукция далеко еще не удовлетворяет потребителей. Обувщики жалуются на кожевников, швейники—на текстильщиков, текстильщики—на химиков, а торговые работники—на всех вместе. Хорошо поступит редакция той местной газеты, которая устроит своего рода «очную ставку»—созвет представителей различных отраслей промышленности вместе с работниками прилавка, вместе с потребителями. Вот на таком совещании и выяснится, кто в чем виноват и что необходимо предпринять для того, чтобы не ущемлять интересов потребителей, чтобы товароборот рос изо дня в день.

Подобного рода встречи с активом дают материал для плана отдела—декадного, месячного, трехмесячного. А такой план крайне необходим. Конечно, бывают случаи, когда нужно дать не предусмотренную планом статью или подборку в связи, скажем, с опубликованием постановления партии или правительства. Но отдел промышленности и транспорта, как правило, имеет возможность заблаговременно подготовиться к выступлению. А такая подготовка должна вестись по разработанному плану. Работники отдела намечаются темы, на основе которых заведующий составляет общий план и представляет его на утверждение редактору. При этом точно указывается, кто отвечает за тот или иной материал и когда материал в законченном, хорошо отредактированном виде должен быть представлен. При составлении плана необходимо учесть также предложения соборов, обязанных периодически информировать редакцию о темах, над которыми они будут работать.

Борьба за досрочное выполнение заданий послевоенного пятилетнего плана проходит под знаком социалистического соревнования. Естественно, что вопросы соревнования должны занимать в газете почетное место.

Как освещать эти вопросы?

Возьмем конкретный пример. Недавно ивановские текстильщики обратились к товарищу Сталину с письмом, в котором обзываются досрочно закончить программу 1948 г.—выработать сверх плана большое количество тканей, снизить себестоимость продукции на 80 млн. руб., бережно и экономно расходовать хлопок, пряжу, электроэнергию, добиваться рентабельной работы каждого предприятия.

Как и следовало ожидать, на письмо ивановцев быстро откликнулись текстильщики других районов нашей страны. Как должны газеты этих районов освещать этот новый подъем соревнования?

Прежде всего необходимо в течение нескольких дней помещать конкретные обязательства производственных коллективов, подхвативших почин ивановцев. Одновременно с этим следует начать популяризацию передового опыта: как то или иное предприятие намерено осуществлять свои обязательства, как будет вестись борьба за экономию сырья, материалов, топлива, какие организационно-технические мероприятия будут проводиться в жизнь, какие изменения произошли в массово-политической работе и т. д.

Очень хорошо сделает газета, если будет сравнивать работу двух фабрик—передовой и отстающей, находящихся в одинаковых условиях. Полезно также ежедневно публиковать сводку, показывающую (в процентах) итоги работы каждого предприятия за вчерашний день. Таким образом, газета будет систематически проверять, как выполняются обязательства, взятые на себя участниками соревнования.

Некоторые газеты печатают рассказы отдельных рабочих, мастеров, начальников цехов о работе, скажем, за месяц. Такого рода отчеты дают хорошие результаты, ибо они в своеобразной форме способствуют распространению положительного опыта. Вместе с тем газета должна широко пользоваться оружием критики, вскрывая те недочеты и неполадки, которые отрицательно влияют на ход соревнования.

До войны многие газеты помещали на первой полосе портреты передовиков производства. Надо и сейчас возобновить эту практику, сопровождая портреты расширенной подписью, рассказывающей об успехах данного товарища.

Устраиваемые в различных городах «стахановские вторники», «стахановские пятницы», на которых стахановцы делятся своим опытом, также являются одной из действенных форм освещения в газете вопросов соревнования. Нужно только, чтобы отделы промышленности и транспорта заботились о хорошей организации таких встреч: во-время публиковать извещения о них, прив-

лекать высококвалифицированных консультантов, связываться с местными партийными и профсоюзными организациями, чтобы на встречах присутствовало больше народа,—словом, принимать все меры к тому, чтобы встреча передовиков производства с другими рабочими прошла как можно удачнее. Отчет о самой встрече должен быть подан в живой, увлекательной форме, быть, действительно, поучительным. Тем самым газета выполнит одну из своих важнейших функций — популяризацию передового опыта.

Каковы постоянные формы подачи материала отдела промышленности и транспорта? Самые различные: передовая статья, полосу, подборка, очерк, корреспонденция, статья, экономический обзор, комментарии к оперативной сводке, статья в порядке обсуждения, фельетон, информация, фотоиллюстрация.

Прежде чем перейти к разбору того, как надо работать над материалом, напомним важное замечание, сделанное в свое время В. И. Лениным по поводу газеты «Экономическая жизнь»:

«Газета дает массу ценнейшего, в частности статистического материала о нашей экономике. Но материал этот страдает двумя недостатками: он случаен, неполон, несистематичен и затем необработан, не анализирован»<sup>1</sup>.

Из этого замечания Ленина следует вывод, что работник газеты, автор статьи, должен глубоко осмыслить данные, которыми он располагает, проанализировать факты, цифры—словом, всесторонне изучить вопрос, затрагиваемый в материале, предназначенном для публикации в газете. Только при этом условии материал будет убедительным, поучительным, действенным.

Если эти требования предъявляются к любому газетному материалу, то тем более они обязательны для передовой статьи на экономическую тему.

Журналист, приступающий к работе над передовой статьей, должен знать все указания партии и правительства по вопросу, которому посвящается статья. Автор передовой статьи должен быть в курсе всех установок по данному вопросу, должен знать все самые последние по срокам решения. Без этого газета не будет гарантирована от ошибочных выступлений.

Готовясь написать передовую, сотрудник газеты должен проконсультироваться с людьми, вполне компетентными в данном вопросе. Скажем, если нужно писать передовую о работе местных швейных фабрик, раньше всего надо обстоятельно и серьезно познакомиться с положением на самих фабриках, побеседовать с директором предприятия или его заместителями. Однако довольствоваться этим нельзя. Часто руководители предприятий в беседе с работником газеты признаются, что выпускаемая ими продукция по качеству и ассортименту оставляет желать лучшего, она не получила еще признания у потребителей, но... И тут следует ряд на первый взгляд вполне убедительных претензий к текстильщикам, которые-де шлют плохие ткани, на главк, который планирует, не

<sup>1</sup> Сборник «Большевистская печать» за 1940 г., стр. 249.

учитывая запросов населения, на коммунальный отдел горсовета, лимитирующий отпуск электроэнергии, и т. д. и т. п.

Работник завода не голословен, он подтверждает свои жалобы документами. И все же журналист поступит неосмотрительно, если он напишет передовую, основываясь только на данных беседы с руководителями фабрики. Надо поговорить еще с представителями торгующих организаций, познакомиться с письмами, поступающими в редакцию,—нет ли в них жалоб на качество швейных изделий. И, разумеется, совершенно обязательно автору передовой знать материал, которым располагают по этому вопросу руководящие организации.

В результате такого всестороннего знакомства не исключено, что жалобы директора фабрики окажутся неосновательными. Может оказаться, что дело вовсе не в плохом качестве ткани, а всему виной—небрежность, недобросовестная работа самих швейников.

Некоторые товарищи считают, будто передовая статья на экономическую тему не может быть живой, эмоциональной. Это, конечно, ошибочное мнение; оно опровергается многими примерами из практики центральных и местных газет. Дело не в теме, а в умении автора придать статье политически острый, страстный, боевой тон, найти удачный литературный образ, использовать новую интересную цитату: Выше мы уже говорили о механизации процессов труда. Много передовых написано на эту тему, но немногие газеты вспомнили слова В. М. Молотова: «Прошло время, когда работали под «Дубинушку». Конечно, «Дубинушка»—песня хорошая. Хорошая песня и «Эй, ухнем». Но каждому овощу свое время. В наш век, век машин и высокой техники... надо шире и эффективнее внедрять новую технику во все отрасли нашего народного хозяйства».

Заканчивая рассмотрение вопроса о передовой статье, необходимо сделать одно предупреждение. В практике работы нередко бывает, что передовая статья, как и другой материал, может по различным причинам быть отложена на день, два, а то и больше. Сдал, допустим, сотрудник передовую об отставании какого-нибудь завода. В день, когда автор собирал материал, факты сохраняли свою силу. Но вполне возможно, что завод, несколько дней назад не выполнявший задания, сегодня выправил положение и уже не заслуживает критики. Вот почему в тех случаях, когда публикация передовой статьи задержалась, необходимо проверить, не изменилось ли положение на том участке, о работе которого говорится в передовой.

Большим событием для любого отдела газеты является подготовка целевой полосы. Такая полоса обычно посвящается важному для данной области или города событию. Скажем, пущено новое или восстановленное предприятие, или досрочно выполнен план промышленностью района, города, края, республики, или награждена орденами большая группа работников про-

мышленности, сельского хозяйства, культуры и т. д. Газета может выступить с полосой и для популяризации передового опыта и для постановки нового вопроса, имеющего важное значение в борьбе за повышение производительности труда, снижение себестоимости и т. д.

Трудно, разумеется, определить круг вопросов, заслуживающих того, чтобы их освещению было предоставлено такое солидное место в газете, как целая полоса. В каждом отдельном случае редакция должна сама решать, в какой форме целесообразно ей выступить по тому или иному вопросу.

Полоса должна быть целеустремленной, чтобы, ознакомившись с ней, читатель сразу усвоил, к чему его призывает газета. Когда в такой, если можно так выразиться, «целевой» полосе одна статья будет трактовать об использовании механизмов в лесном хозяйстве, другая—об общественном питании на каком-нибудь местном предприятии, третья—о снабжении школ топливом и т. д.—и вся эта «крошка» будет подана под какой-нибудь за волосы притянутой «шапкой», то такая полоса не нужна. Лучше каждую из этих статей опубликовать в разных номерах газеты.

Это, конечно, не значит, что в полосу обязательно должен быть включен материал, имеющий отношение только к одному предприятию. Взята, допустим, тема «Борьба за рентабельную работу промышленности». Газета ставит перед собой цель—разъяснить, каким образом следует мобилизовать внутренние ресурсы, чтобы добиться безубыточной работы. Это можно показать на примере одного завода, и тогда газета расскажет об опыте предприятия в целом и отдельных его звеньев—цехов, участков, бригад. Но можно осветить опыт перехода на рентабельную работу и по-другому: на примере трех-четырех заводов. Каждый материал будет отвечать на один и тот же вопрос—каким образом можно работать без государственной дотации. В этом случае и «шапка», объединяющая материалы, не будет искусственной.

Не приходится доказывать, что к составлению плана полосы нужно подходить очень серьезно. Выбрав тему, отдел промышленности и транспорта должен точно установить, в какой форме целесообразнее ее раскрыть, кого привлечь в качестве авторов, как оформить полосу, начиная от «шапки» и кончая заголовками заметок. Если авторами выступают активисты,—а к этому надо всегда стремиться,—то сотрудники отдела обязаны предварительно объяснить им, чего ждет от них газета, на чем им следует сосредоточить внимание и т. д.

Познакомимся с несколькими газетами, выступившими с полосами. Газета «Марийская правда» опубликовала полосу под шапкой «Марийские бумажники в борьбе за пятилетку в четыре года». В полосе пять материалов, авторами которых являются директор комбината, главный механик, начальники смен и рабочих. Соотношение более или менее правильное, но статьи можно было бы без ущерба для дела сократить и предоставить место высказываниям еще двух-трех рабочих. В статьях чрезмерно много цифр,

затрудняющих чтение. Заголовки носят чересчур общий характер: «Дали слово—выполним», «Добьемся новых побед», «Инженеры и техники—новаторы». Единственное фото группы стахановцев не оживляет внешности полосы.

Другой пример — полоса в газете «Челябинский рабочий». Она посвящена успехам комсомольско-молодежной бригады слесарей-сборщиков Михаила Зайцева, выполнившей за два года пятилетки свыше семи годовых норм. «Они обогнали время», — гласит «шапка», и читатель сразу догадывается, о чем идет речь. Помимо директора завода, газета предоставила слово пяти рабочим, рассказавшим о своем опыте. В полосы включены и очерк, и фотографии стахановцев, и диаграмма, показывающая путь стахановских побед, и «лицевой счет» бригадира тов. Зайцева.

Таковы две полосы в двух газетах. Объем полос — одинаковый, но одна газета — «Челябинский рабочий» — удачно, инициативно использовала газетный лист, а другая — «Марийская правда» — проявила мало инициативы. Выше мы уже назвали несколько заголовков из полосы «Марийской правды». В отличие от этих ничего не говорящих заголовков заголовки в «Челябинском рабочем» содержательны, конкретны: «На учете каждая минута», «Крепкая товарищеская помощь», «Пятилетняя норма перевыполнена» и т. д. Именно такими и должны быть заголовки — короткими, ясными, четкими, схватывающими основную мысль статьи.

Мы привели эти два примера не случайно. Есть журналисты, которые пытаются объяснить неудачные полосы тем, что им-де негде было развернуться, места нехватило, чтобы «дать простор» их инициативе. Это неосновательное объяснение. Как мы уже говорили, формат областных газет, как правило, одинаков. Почему же в одних случаях полосы политически насыщены, богаты содержанием, вызывают горячие отклики, а в других случаях они проходят бесследно? Все зависит от того, как работники газеты, в данном случае работники отдела промышленности и транспорта, приготавливают полосу, насколько инициативно они отнесутся к работе над материалом, сумеют сделать полосу интересной, избежать штампа и умелой подачей материала заинтересовать читателя. Вот перед нами газета «Тамбовская правда». В одном из номеров газеты — целевая полоса о работе завода «Революционный труд». Материал полосы в общем подобран умело, но «шапка», пожалуй, может отпугнуть читателя: «По примеру ревтрудовцев выполнить досрочно обязательства в соревновании!». «Ревтрудовцы» — что это за слово?!

Некоторые газеты, публикуя полосы о работе промышленности и транспорта, пишут обо всем, что касается того или иного предприятия (производительность труда, снижение себестоимости, качество продукции и т. д.), но почему-то часто умалчивают о партийной работе на заводе, в цехе. Это неправильно. Известно, что коммунистам принадлежит авангардная роль на производстве, что они являются вожаками соревнования и т. д. Как же



можно в газете обходить молчанием работу заводской партийной организации?

Требования, предъявляемые к целевой полосе, относятся и к подборке. И здесь нужны целеустремленность, умение в сжатой форме раскрыть большую тему. Качество подборки также зависит не от места, отведенного для нее в газете, а от мастерства и инициативы журналиста. Проиллюстрируем эту мысль на двух примерах.

Газета «Дагестанская правда» отводит полные четыре колонки подборке «Мобилизовать все силы на выполнение плана лесозаготовок!». «Шапка» говорит о задаче, которую газета перед собой поставила. Но как она эту задачу решает? Слово «выполнение», уже раз примененное в «шапке», попало еще в два заголовка. Заметки очень поверхностно рассказывают об опыте квалифицированных лесорубов, написаны трафаретно, скучно. Не стоило отводить столько места в газете на публикацию такого материала.

А вот газета «Советская Сибирь» в рамках, почти в четыре раза меньших, чем в «Дагестанской правде», печатает интересный, поучительный рассказ об успехах завода сельскохозяйственного машиностроения Дзержинского района. Пять заметок, в среднем по 25 строк каждая, дают правильное представление не только о том, что достигнуто на заводе, но и как достигнуто. Из числа передовиков завода газета умело отобрала представителей ведущих профессий, которые и поделились своим опытом на страницах «Советской Сибири». В данном случае подборка сделана со знанием дела: видно, что сотрудники отдела промышленности и транспорта газеты проявили инициативу и со вниманием отнеслись к работе.

Редко встречается в газете экономический обзор. Между тем интерес к такого рода материалам чрезвычайно велик, ибо советские люди внимательно следят за развитием нашей экономики. Обзор может быть посвящен одной отрасли промышленности данной области или края или всей промышленности в целом. Обзорная итоговая работа за месяц или квартал, автор должен сравнить их с соответствующими периодами прошлого года или с довоенным периодом, сообщить, что нового в практике, формах и методах социалистического соревнования, каковы перспективы развития промышленности на ближайшее время и т. д. и т. п.

Значительный интерес могут представлять проблемные статьи по отдельным вопросам работы промышленности и транспорта. Один автор, например, предлагает лучше использовать местные топливные ресурсы; другой, вооруженный точными подсчетами, вносит предложение ликвидировать встречные перевозки; третий считает, что пора расширить права директора предприятия. Много таких тем, пусть порой и дискуссионных, возникает в процессе работы. Если предложения исходят от компетентных людей, если они представляют практический интерес, газета может им предоставить место, указав в некоторых случаях, что статьи печатаются в порядке обсуждения.

Газеты часто публикуют оперативные сводки, например о ходе заготовки и вывозки леса, о выполнении производственных планов и т. д. Но печатание таких сводок только тогда будет оправдано, если, во-первых, сводки не будут перегружены цифрами, а во-вторых, если цифры будут прокомментированы. Вот, например, газета «Великолукская правда». Печатаемые ею сводки о ходе лесозаготовок напоминают бухгалтерский отчет: в них много граф — «вывезено», «подвезено», «заготовлено», «пеших», «конных»... Где уж тут разобраться человеку, мало осведомленному в технике счетоводства? Но, увлекшись обилием цифр, газета забыла даже о том, что сводка нуждается хотя бы в коротких комментариях. И выходит, что газета выступает формально. Места в газете сводка занимает много, а пользы от нее мало.

Некоторые газеты периодически отводят место для разделов: «Трибуна стахановца» или «Заочное совещание стахановцев». По почину центральной газеты «Труд», на местах также практикуются «стахановские вторники», «стахановские пятницы». Все это полезные начинания, ибо они дают газете возможность популяризировать передовой опыт и, несомненно, имеют мобилизующее значение.

Архангельская газета «Правда Севера» ввела рубрику «Блокуют агитатора». В одном из номеров под этой рубрикой напечатана статья, разъясняющая архангельским лесорубам, как используется заготавливаемый ими лес. Оказывается, что наиболее крупным и постоянным потребителем леса Архангельской области является Люберецкий завод сельскохозяйственного машиностроения. А завод этот в числе прочих машин освоил производство «северных комбайнов», нашедших широкое применение в северных областях Советского Союза, в том числе и в Архангельской области. Форму агитации, практикуемую газетой «Правда Севера», надо признать удачной.

Ивановская газета «Рабочий край» регулярно печатает материалы под рубрикой «Отвечаем на вопросы читателей». Один из читателей, например, обратился в редакцию с письмом, в котором жалуется на ограниченный ассортимент хлопчатобумажных тканей, поступающих в магазины с ивановских фабрик. Газета переслала это письмо главку. Главный инженер главка сообщил, что именно предпринимается для расширения ассортимента изделий на текстильных предприятиях.

Можно назвать еще десятки форм подачи материалов по вопросам промышленности и транспорта. Многие из них заслуживают внимания, но ими, разумеется, нельзя ограничиться. Газета обычно призывает работников промышленности, транспорта, строительства к тому, что надо постоянно совершенствовать технологию, растить новаторов, рационализаторов, не топтаться на месте, непрерывно двигаться вперед.

Такое же требование предъявляется и к журналистам, в том числе и к работникам отдела промышленности и транспорта—одного из ведущих отделов газеты. Больше инициативы, выдумки, чтобы каждый газетный материал, будь то подвальная статья или десятистрочная заметка, запоминался читателем, помогал ему лучше, производительнее работать, активнее бороться за досрочное выполнение плана послевоенной сталинской пятилетки.

---

**Отв. редактор С. Б. СУТОЦКИЙ.**

---

А 06243    Подп. к печ. 7.7.48    Заказ 965    Объем 1¼ п. л.    Тираж 35.000

---

Типография Высшей партийной школы при ЦК ВКП(б). Москва, ул. Чехова, 6.



**Цена 40 коп.**