



Сеть пунктов децентрализованного печатания центральных газет: история, перспективы развития

В.В. ШЕЛИХОВ,

заслуженный работник связи Российской Федерации, действительный государственный советник Российской Федерации 2-го класса

В номере “Российской газеты” за 26 мая 2023 г. напечатана очень интересная заметка “Газеты увидели свет”, в которой рассказывается об итогах заседания Комиссии Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по информационной политике и взаимодействию со СМИ, рассмотревшей вопрос поддержки печатных СМИ. Тема автору очень знакома, тем более что итогом заседания стало создание рабочей группы по разработке программы поддержки печатных СМИ. Руководитель Комиссии Совета Федерации А. Пушков считает задачу сохранения газет и журналов политической, и я с ним полностью согласен.

Статья напомнила события 1986 — 1987 гг. Об этом периоде жизни я немного рассказал в интервью журналу “Вестник связи” (№ 10 за 2017 г.). Еще раз напомню про те события.

В 1986 — 1991 гг. в стране во всю шли перемены, в ходу были хлесткие лозунги “Перестройка, ускорение, гласность”. Вот под эту гласность и стали в средствах массовой информации публиковаться произведения, которые авторы ранее писали “в стол”, не надеясь на их выход в свет. Соответственно, тиражи СМИ стали расти как на дрожжах.

Приведу среднемесячные тиражи некоторых газет в 1990 г.: “Аргументы и факты” — 20,2 млн экз., “Труд” — 19,9 млн экз., “Комсомольская правда”

— 16,4 млн экз., “Пионерская правда” — 9,5 млн экз., “Правда” — 9,2 млн экз., “Известия” — 8,9 млн экз., “Сельская жизнь” — 6,5 млн экз., “Литературная газета” — 6,1 млн экз. А перед почтой ставилась задача по доставке возросших тиражей газет до 8 час. утра. При этом материально-техническая база почтовой связи сильно отставала от потребностей населения и государственных органов. Тому были свои причины: в общем объеме доходов Минсвязи СССР почта давала треть, а на ее развитие направлялось не более 3 % финансовых средств, поскольку ключевым направлением инвестиций в соответствии с “Основными направлениями экономического и социального развития СССР на 1981 — 1985 годы и на период до 1990 года”, принятыми на XXVI съезде КПСС, стала местная и магистральная телефонная сеть. Перед Минсвязи СССР на пятилетие была поставлена задача по увеличению протяженности междугородних телефонных каналов в 1,8 раза, количества телефонов в 1,3 раза, в том числе у населения в 1,4 раза.

В то же время доставке газет и журналов в СССР уделялось самое пристальное внимание, потому что через печатные СМИ до населения доводилась актуальная информация о политической и экономической ситуации в стране и за рубежом, велась воспитательная и просветительная работа. Почтальоны при этом выступали в качестве агитаторов и пропагандистов. Не секрет, что в сельской местности и в малых городах наибольшие подписные тиражи имели те издания, которые читал сам почтальон.

В центральный аппарат Министерства связи СССР я вышел на работу 19 февраля 1986 г. и застал на своем новом рабочем месте в отделе контейнерных перевозок почты и вагонного хозяйства Главного управления почтовой связи (далее — ГУПС) только начальника отдела Сорокина Анатолия Леонидовича. Остальные работники отдела разлетелись по командировкам, потому что 11 февраля в газете “Правда” была опубликована статья Мирослава Бужкевича “Тиражи и подписчики”, в которой приведены примеры неудовлетворительной доставки центральных газет. Еще после этого целый месяц Минсвязи СССР направляло в различные инстанции письма с сообщениями о принятых мерах.

Здесь следует отметить, что причиной несвоевременной доставки могли быть самые различные сбои в длинной технологической цепочке от редакции до подписчика. Редакция ждала важный материал и поздно подписала номер к печати, произошел сбой на фототелеграфной линии и фотополосы надо было передать повторно, в типографии сломалась печатная машина и ее ремонтировали, отменен рейс самолета или опоздал с прибытием поезд, в газетной пачке не хватило экземпляров и т. д. А все претензии вываливались на почтальона, который был завершающим звеном в технологической цепочке и непосредственно контактировал с подписчиками.

**Статью целиком читайте
в бумажной версии журнала**