

Научная статья  
УДК 93/94: 070.48  
doi: 10.17223/26188422/15/7

## **От стенной до смотровой газеты: зарождение заводской печати в 1920-е гг. в Сибири (на примере смотровой газеты Алтметаллзавода «На смотру»)**

**Наталья Викторовна Теплякова<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия,  
natapisma7@gmail.com*

**Аннотация.** В статье рассматривается история зарождения первых заводских газет в Сибири. Выстраивается хронология стенных газет учреждений и предприятий Барнаула в 1920-е гг. Также описывается особый тип заводского издания этого периода – смотровая газета. На примере издания «На смотру» – смотровой газеты Алтметаллзавода – даются определение и отличительные черты таких газет, анализируется, как они повлияли на формирование заводских многотиражек.

**Ключевые слова:** смотровая газета, заводская газета, стенная газета, заводская многотиражка, корпоративное издание, история печати

**Для цитирования:** Теплякова Н. В. От стенной до смотровой газеты: зарождение заводской печати в 1920-е гг. в Сибири (на примере смотровой газеты Алтметаллзавода «На смотру») // Вопросы журналистики. 2024. № 15. С. 103–115. doi: 10.17223/26188422/15/7

Original article  
doi: 10.17223/26188422/15/7

## **From a wall newspaper to a review newspaper: The origin of factory periodicals in the 1920s (on the example of the Altmetallzavod newspaper *Na Smotru*)**

**Nataliya V. Teplyakova<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> *Altai State University, Barnaul, Russian Federation, natapisma7@gmail.com*

**Abstract.** The article investigates the history of the first factory periodicals in the Siberian region. It gives the chronology of wall newspapers of Barnaul institutions

and enterprises in the 1920s, describes a special type of factory periodicals of the early 20th century – a review newspaper, which played an important role in the formation of the factory's large-circulation newspapers. This type of edition is not much studied by researchers, although such newspapers were widely distributed in the late 1920s in the USSR. On the example of the edition *Na Smotru* [On Review] – the review newspaper of the Altmetallzavod, the definition and distinctive features of such newspapers are given, and their influence is revealed on the formation of factory large-circulation newspapers, which were widespread in the middle of the 20th century. The author suggests using the review edition model as an option for high-quality outsourcing journalism. Based on a systematic methodological approach developed in Russian theory of mass media, the author identifies the structural, functional, and genre features of the review newspaper: printing and circulation, regularity of publication, numbering, indication of authors and editor, narrow subject matter (the review newspaper described one specific enterprise). The main genres of the review newspaper are an editorial, correspondence, a letter to the newspaper, a report. The analysis shows how popular the review newspaper was in the 1920s, the interest in the printed edition was much higher than in its predecessor, the wall newspaper. There was a special response to the critical remarks of the review newspaper, the newspaper was really effective. It was the review newspaper, which was edited not only by the team, but also under the patronage of professional journalists, that was able to consolidate interest in the factory periodicals. Therefore, the review newspaper can be considered the ancestor of the factory large-circulation newspapers. The methods of field work at the enterprise, which journalists used to create a review newspaper 100 years ago, could be relevant today, when, due to import substitution and strengthening of the country's technological sovereignty, factories are developing again. They, due to the crisis, failed to maintain their large-circulation periodicals in the 1990s and 2000s. Now, such enterprises would like to issue their newspapers again.

**Keywords:** review newspaper, factory newspaper, wall newspaper, factory's large-circulation newspaper, corporate edition, history of printed media

**For citation:** Teplyakova, N. V. (2024) From a wall newspaper to a review newspaper: The origin of factory periodicals in the 1920s (on the example of the Altmetallzavod newspaper *Na Smotru*). *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 15. pp. 103–115. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/15/7

В связи с активным импортозамещением, государственной переориентацией на отечественное производство, а следовательно, развитием промышленности, многие предприятия возрождаются и наращивают производство. Появляется необходимость расширения штата и поднятия престижа рабочих профессий. В советское время с этой идеологической задачей справлялась пресса, в том числе и заводские издания. И сегодня многие предприятия задумываются о том, чтобы возро-

дить многотиражки. Интерес к исследованию опыта советской заводской печати находит отражение во многих работах отечественных исследователей печатных СМИ. По данным научной электронной библиотеки eLibrary.ru, по теме «Заводская газета» с 2020 по 2024 г. опубликовано 40 материалов. Причем авторы рассматривают различные аспекты данной темы [1–4]. Однако история заводской печати в Сибирском крае малоизучена. Одна из причин – утерянный эмпирический материал, в частности, на большинстве заводских предприятий не сохранились подшивки газет. В данной статье автор ставит следующую исследовательскую цель: найти и изучить редкий сохранившийся в архивных фондах и личных архивах ветеранов заводов материал, связанный с корпоративной периодикой, прежде всего заводской.

В 1925 г. в Барнауле работали две типографии (типография Губисполкома на улице Короленко, 87, и типография Сибкрайиздата на улице Республики, 42). Всего в городе выходило шесть периодических печатных изданий: одна ежедневная газета «Красный Алтай» тиражом 3 500 экземпляров, одна еженедельная газета «Молодежь Алтая» тиражом 2 750 экземпляров, два раза в месяц журнал «Алтайский кооператор» тиражом 1 000 экземпляров, еженедельно «Бюллетень Барнаульской товарной биржи» тиражом 125 экземпляров, ежемесячно «Бюллетень Губ. Стат. бюро» тиражом 350 экземпляров и ежемесячно газета «Печатник Алтая» тиражом 300 экземпляров. Причем конторы редакций находились по одному адресу (улица Короленко, 87) – по факту все эти издания выходили на базе единственной ежедневной газеты «Красный Алтай», которая с таким названием издавалась с 1920 г., а ранее называлась «Голос труда» (с 1917 по 1919 г.) [5]. Все барнаульские печатные периодические издания середины 20-х гг. XX в. можно отнести к массовым, рассчитанным на широкого читателя. Даже еженедельный «Бюллетень Барнаульской товарной биржи» тиражом всего 125 экземпляров можно только условно назвать «низовой печатью», так как здесь печатались, в основном, тарифы на услуги и цены товаров, а эта информация была рассчитана на широкую целевую аудиторию.

Как следует из отчета об итогах V Всесоюзного съезда работников печати (он состоялся в мае 1925 г. в Москве), в системе советской печати появилось новое звено – массовая стенная газета, родившаяся одновременно с организацией рабселькоров [6. 1925. № 13]. Стенные газеты стали появляться и на фабриках и заводах Барнаула. Они были предшественниками заводских многотиражных изданий. Одной из

первых стенных газет Алтайской губернии стала стенная газета «Революционная молодежь» барнаульской школы Коминтерна. Ее первый номер увидел свет в 1922 г. В 1924 г. о двухлетию этого издания рассказала газета «Молодежь Алтая»: «Стенная газета “Революционная молодежь” – одна из старейших комсомольских стенгазет по губернии. “Рев. мол.” прошла длительный и опасный путь. Среди интеллигентской атмосферы “Рев. мол.” работала и воспитала школьную молодежь в коммунистическом духе» [7. 1924. № 47]. В январе 1924 г. стенная газета вышла у барнаульского завода «Молот и серп». В июле 1924 г. газета «Молодежь Алтая» провела конкурс стенных газет, где приняли участие девять изданий: «Комсомольское горно», «Путь ленинца» – стенная газета ячейки поселка Семеновка, «Искра» – барнаульский детдом № 1, «Эхо» – Хмелевская ячейка РКСМ, «Революционная молодежь» – ячейка барнаульской школы Коминтерна, «Огонек» – Стуковская ячейка Барнаульского уезда, «Юный металлист» – ячейка завода «Серп и молот», стенная газета ячейки села Пospelиха, стенная газета ячейки Конзавода [7. 1924. № 34].

Все эти стенные издания и стали первыми в только формирующейся системе заводских изданий Алтайской губернии. Писали в стенные газеты рабкоры – грамотные сотрудники завода, фабрики, ячейки, школы – в зависимости от того учреждения, где и выходила газета. Нередко авторами стенной газеты вообще становились школьники, которых привлекала партийная ячейка. Стенная газета была чаще рукописной, она имела форму плаката, который развешивался на видном месте. Иногда стенная газета печаталась в типографии, но небольшим количеством экземпляров, так что и печатную версию все равно вешали как плакат в красном уголке.

Так как в стенных газетах не работали журналисты, это был в большей степени «продукт самодетельности»: газету создавали активисты по собственному желанию или по призыву власти. Поэтому и качество этих газет-плакатов вызывало много вопросов и было далеко от печатных газет. Вот, например, критика на качество стенной газеты «Кожевник» (Барнаульский кожевенный завод) в газете «Молодежь Алтая» за 1924 г.: «Газета слаба. Передовая о горконференции расплывчата – чрезвычайно бледно написана, решения не поставлены в плоскость конкретного проведения. Статьи страдают общим недостатком – длинные, голые фразы ни уму ни сердцу. Отдел “За красной гранью”

необходимо выбросить, незачем заниматься перепечатками из “Молодежи Алтая”. Отдел “Наука и техника” зря место занимает, если у редакции было уж такое пылкое желание сообщить насчет подземной мины, можно было тремя строками, а не писать солидную по размерам статью. В хронике нужно изжить суконный язык, такого-то числа, в столько-то вечера – к чему? Газета должна быть задорна, остроумна, она не милицкий протокол. Из пишущей братвы необходимо организовать газетный кружок, заняться техникой писания, совместным выводом на правильную дорогу газеты» [7. 1924. № 36].

Еще одна критическая заметка о качестве другой стенной газеты – «Эхо» (органа Хмелевской организации РКСМ): «К отрицательной стороне газеты надо отнести заголовок, исполненный из рук вон скверно, а кажись хмелевцы, при желании, могли бы лучше нарисовать, да надо его и сократить, а то он одну треть всей газеты занимает. В заключение: в газете надо исправить зверский язык статей, сделать их политически грамотными, привлечь агронома, если он есть, или человека, знакомого с сельским хозяйством и завести отдел “Помощь хлеборобу”» [7. 1924. № 32].

Редакция еженедельной газеты «Молодежь Алтая» курировала стенные газеты. Проводила соревнования среди таких газет, регулярно на своих страницах публиковала поучительные материалы, какой должна быть стенная газета: «Чем она должна быть. Рупором, через который ячейка кричит об очередных задачах, очередной работе. Другом, учителем, должна советовать, как быть в тех или иных случаях, расширять кругозор. Борцом за новый быт. Барометром настроения масс – коллективным организатором. Бичом для лодырей, лентяев, проливать свет на темные стороны – трубить о ненормальностях. Для этого нужно, чтобы газета была яркой, бросалась в глаза – приковывала к себе внимание (иллюстрации, карикатуры, интересное содержание – на злобу дня). Стенная газета в момент появления на стене – центр внимания, место сбора, тема разговора. Не заполнять всю газету статьями премированных борзописцев, а привлечь, втянуть в газету, заставить ее полюбить рядовых членов ячейки, рабочих завода. Когда в газету будут писать все – газета станет интересной, живой, массовой. Из пишущих создать газетный кружок, который, коллективно обсуждая, исправляя – издавал бы газету. О чем пишет газета. Материал должен быть животрепещущий, отвечать на вопросы жизни – дня (почему подорожал хлеб?). Гвоздь газеты – материал завода, школы, села – одним

словом, по месту издания газеты – здесь и работа ячейки, жизнь подшефного села, воен. части, завода. Можно время от времени давать короткие статьи на общеполитические темы, но заниматься регулярно высокой политикой, помещая длинные рассуждения о мировой революции, не стоит. Для этого есть “Красный Алтай”, “Молодежь Алтая”. Передовая должна быть о волнующем вопросе местной жизни: выборы в сельсовет, новые задачи школ, самоуправления, поднятие производства. И главное. Газета пишется понятным каждому языком» [7. 1925. № 2].

«Молодежь Алтая» также писала о задачах стенных газет: «Стенная газета должна вырабатывать комсомольцев производственников, должна возбуждать интерес к производству, должна приучать к серьезному отношению комсомольцев к тому производству, где они работают. Кроме этого, стенная газета это – школа для юнкора. Через стенгазету комсомолец должен приучиться читать и писать в большую печатную газету» [7. 1925. № 2].

По своим задачам – настрой коллектива, обсуждение тем, волнующих коллектив, вскрытие проблем, критика (в одной из публикаций газеты «Молодежь Алтая» за 1924 г. встречается определение стенной газета как «пинцета, который вскрывает гнойники нашей жизни») – стенные газеты, безусловно, могут претендовать на роль прародительниц заводских многотиражек, расцвет которых придется на 30-е гг. XX в. Но важно понимать, что какие бы высокие цели стенная газета перед собой ни ставила, как бы громко о них ни заявляла, сам продукт (т.е. стенная газета) еще очень далек от заводской многотиражки. В стенных газетах не было постоянного редактора и постоянных авторов, публикации готовили люди, зачастую не имеющие даже малейшего представления о журналистике, о газетных жанрах, о корректорской и редакторской работе. На наш взгляд, стенная газета – это только самая первая ступень на пути зарождения заводской многотиражки. Несмотря на то, что стенные газеты в 1920-е гг. были явлением массовым, выпускались почти на каждом предприятии (часто каждый цех завода или фабрики готовил свою стенную газету, и на одном предприятии выходило от одной до десяти стенных газет), они не вызывали большого интереса у рабочих, не выполняли качественно информационную функцию, не поднимали в полной мере вопросы производства и т.д. Вот пример, как о стенных газетах говорят сами рабочие Алтметаллзавода, где в 1920-е гг. выходило сразу несколько стенных изданий («Молот», «Паяльщик», «Водосвет»): «Наша стенгазета “Молот” висит

как тряпка, – говорят про нее рабочие. Никто ей не интересуется, хотя она и отражает кое-какие недостатки завода. В стенгазете имеется масса недостатков. Выходит она неаккуратно, пишут в газету, по выражению одного члена редколлегии, преимущественно “штатные” рабкоры. Редколлегии всех трех стенгазет даже не смогли сколотить вокруг себя хороший крепкий актив рабкоров» [8. 1930. № 8].

Большую роль в формировании заводской многотиражной газеты сыграл другой вид издания – смотровая газета, который малоизучен исследователями, и даже сам термин «смотровая газета» редко встречается в книгах и учебниках по истории советской журналистики. Хотя сами такие газеты были распространены в конце 1920-х гг. в СССР. Смотровая газета – это издание, которое для завода или фабрики готовила к выпуску редакция крупной центральной, областной или городской газеты. Ключевой момент: смотровую газету готовили именно опытные журналисты, они организовывали на предприятии корпункт и проводили смотр – выясняли, чем живет завод, какие есть успехи, какие проблемы, работали с авторами стенных газет, редактировали их публикации, предлагали темы.

И. В. Кузнецов в учебнике «История отечественной журналистики» приводит в пример газету «Правда», которая придала широкий размах общественным смотрам, начав в декабре 1928 г. всесоюзный смотр производственных совещаний в промышленности и на транспорте. Многие многотиражные окружные, областные, губернские, республиканские и даже центральные газеты активно включились в проведение смотра [9]. Смотры стали массовой газетной кампанией. В газете «Правда» ко Дню печати 1929 г. сообщается: «Смотровая волна прокатилась по всей стране. Не осталось почти ни одного района, где не был организован смотр. Заводы, фабрики, рудники, мастерские, депо и другие предприятия участвовали в смотрах» [10. 1929. № 101].

В смотровую газетную кампанию активно включилась ежедневная газета «Красный Алтай». Редакция сформировала несколько выездных бригад, которые готовили к выпуску смотровые газеты на крупных предприятиях. Так, например, удалось найти сведения о выходе таких смотровых газет: «На смотре» – смотровая газета Алтметаллзавода, «На смотре» – смотровая газета пимзавода «Сибтекстильтреста» Барнаула, «Цех за цехом» – смотровая газета Барнаульского кожзавода № 2. В архивах сохранились 10 номеров газеты «На смотре» – смотровой газеты Алтметаллзавода, смотровых газет других предприятий

пока найти не удалось, хотя упоминание о них встречается в газете «Красный Алтай».

Подчеркнем: смотровая газета была не разовой акцией с единичным выпуском, а выходила примерно раз в неделю на протяжении около трех месяцев. Так, газета «На смотру» Алтметаллзавода выходила с декабря 1929 по март 1930 г. (10 номеров). Причем это была газета многостраничная, в зависимости от номера от 4 до 8 страниц. Все номера данной газеты хорошо сверстаны, оформлены по канонам профессионального издания: в «шапке» газеты имеется название, присутствуют нумерация, заголовки, фотографии, рисунки, карикатуры, имелись рубрики, подписи под публикациями. Качество материалов тоже было на хорошем профессиональном уровне. Это уже были полноценные газеты, которые заметно отличались от плакатных стенных изданий.

В первом номере газеты «На смотру» Алтметаллзавода описана и цель таких смотровых газет: заставить считаться с газетой. Автор сетует, что за последнее время стенную газету рабочие почти не читают: «За время смотра надо заставить считаться с газетой все заводские организации, надо пробить бюрократические лбы рабкоровским пером» [8. 1929. № 1]. Также сообщается, что выездная редакция газеты «На смотру» помещается в комнате секретаря партийной ячейки Алтметаллзавода. Материалы и темы для газеты можно передавать лично уполномоченному «Красного Алтая» товарищу Халтурину и редактору стенной газеты товарищу Дорошову, а также опускать во все развешенные по цехам специальные ящики. При том, что штат Алтметаллзавода составлял, по данным газеты, в 1929 г. 230 человек, первый номер газеты «На смотру» вышел тиражом 350 экземпляров, а последний выпуск – тиражом 800 экземпляров. Можно предположить, что газету активно читали не только на предприятии, но и семьи заводчан.

Опираясь на системный методологический подход, разработанный в отечественной теории СМИ, предлагаем выявить структурно-функциональные и жанровые признаки смотровой газеты на примере издания «На смотру» – смотровой газеты Алтметаллзавода. В качестве основной модели типовой газеты советского времени возьмем модель, которую описал Л. Е. Кройчик: «Жанры советской прессы были поделены на три большие группы: информационные – заметка, интервью, репортаж, отчет; аналитические – статья, корреспонденция, письмо, обзор печати, обозрение, рецензия; художественно-публицистические – очерк, фельетон, памфлет. Внутри этой схемы – своя иерархия:

передовая статья – “флаг номера”, без нее газета не выходила, фельетон – “король жанров”, корреспонденция – “кусочек жизни” и т.д. У каждого жанра – свое место на газетной полосе, своя регулярность появления: очерк – в подвале второй-третьей полос, к празднику, международное обозрение – еженедельно, экономическое – раз в месяц, обзор печати – ежемесячно, рецензия – один-два раза в месяц на последней полосе. Политическая информация на первой полосе, экономическая – на второй, международная – на третьей, культурно-спортивная – на четвертой» [11].

По такому же принципу строилась и смотровая газета: обязательно на первой полосе была передовая статья с партийным контекстом, которая задавала основную тему номера: «Смотр начался. Шире развернем творческую самокритику», «Горячий привет передовикам социалистического соревнования», «Социалистическим соревнованием и ударной работой выполним планы второго года пятилетки», «Даешь революционный темп работы», «Примеру слесаря Рылова должны последовать все рабочие» и т.д. Большую часть публикаций составляли корреспонденции, через которые газета рассказывала, как работают разные цеха и подразделения завода, какие вопросы обсуждают работники на партийных собраниях и т.д. Многие заметки рабкоров сопровождаются комментарием редакции газеты, что усиливает внимание к поднимаемому вопросу. Точно так же в ежедневных советских газетах публиковались редакционные комментарии к письмам читателей.

Рассмотрим первый выпуск газеты «На смотру» Алтметаллзавода от 29 декабря 1929 г. На шести полосах газеты вышло 17 материалов, два объявления, два рисунка, одна карикатура. Большинство публикаций носят анонимный характер и подписаны так: Х, Инженер, Зер, Беспартийный, Присутствующий, Ударник, Коммунист, Близкий, Токарь, Заводской, Р-к и т.д. Несколько статей подписаны конкретными людьми или подразделениями: Окружное бюро профсоюзов, Дорошев, Н. Соловьев. На первой полосе газеты присутствует приветствие заводчанам-металлистам от Окружной контрольной комиссии ВКП(б), здесь же размещен проблемный материал «Да, завод серьезно болен», написанный от имени рабочего, но видно, что текст готовил профессиональный журналист, автор умело использует конкретные цифры и факты: «За последнее время в окружной газете “Красный Алтай” немало писалось о беспорядках на нашем Алтметаллзаводе. Газета сигнализировала

о нездоровых сторонах производства. Однако несмотря на это, со стороны административно-технического персонала не было обращено достаточно внимания на все то, о чем писала газета. Результаты не замедлили сказаться – декабрь месяц дает нам самые неутешительные итоги. По литейному цеху брак, по отдельным отраслям работы, например, по производству котлов, возрастает до 29 % против 13,3 %, имеющих на 1 октября. Работая на заводе, приходится убеждаться в том, что до сего времени здесь царит мягкотелость, отсутствие твердой линии в управлении, что, в свою очередь, влечет игнорирование распоряжений администрации со стороны рабочих».

На второй полосе газеты публикации на тему, зачем нужен смотр, как он поможет заводу улучшить производственные показатели. Но и здесь не обходится без критики. Публикуя беседу с секретарем партийной ячейки товарищем Резниченко, редакция делает свой комментарий относительно его персоны: «Невольно обращает на себя внимание то весьма интересное обстоятельство, что секретарь партийной ячейки товарищ Резниченко, говоря о недостатках всех организаций, словом не обмолвился о недостатках руководства со стороны партийной ячейки. А ведь ответственность за все недочеты на заводе в конечном счете лежит на партийной ячейке, не сумевшей ни рабочих организовать, ни администрацией и профсоюзом правильно руководить. Товарищ Резниченко “забыл” о своих ошибках не случайно. В этом выражается вся линия ячейки, зажимавшей самокритику на заводе».

На третьей полосе кипит не меньшая дискуссия. Один из заводчан анонимно рассказывает о том, что клуб для завода обещали построить давно, но дело стопорится. Другой же металлист выступает с критикой и указывает на истинные причины, почему клуб не строится: «Дело был так. Призывает секретарь партийной ячейки товарищ Резниченко еще прежнего председателя завкома и говорит ему: – Строй клуб! Предзавкома начинает возражать: – Денег нет, да не справимся мы с этим делом! Сказано тебе строй и кончено. А то мы тебя взгреем по девятую пятницу. И начал завком строить, хотя большинство членов завкома против этого и возражали. Вбухали 700 рублей, израсходовались до нитки, а клуб не построен».

На четвертой и пятых полосах также поучительные критические публикации о руководителях и рабочих завода. На последней полосе обсуждается животрепещущая тема – можно ли выдавать рабочему аванс. А также публикуются отзывы о смотре заводчан.

При изучении выпусков смотровой газеты можно выделить и отличие от типичных печатных изданий: в них практически не встречаются художественно-публицистические жанры. Основными структурно-функциональными и жанровыми признаками смотровой газеты являются:

- печать и тираж (смотровая газета издавалась типографским способом и имела тираж от 300 до 1 000 экземпляров);
- регулярность выхода, нумерация, указание авторов и редактора;
- узкая тематика (смотровая газета описывала одно конкретное предприятие);
- в смотровых газетах отчетливо выражена агитаторская и организаторская функции (газета агитировала за повышение показателей производства, организовывала мероприятия, в том числе сам смотр, собрания, соревнования цехов и т.д.);
- основными жанрами смотровой газеты являются передовая статья, корреспонденция, письмо в номер, отчет.

Смотровая кампания показала, насколько востребованной может быть даже заводская газета, интерес именно к печатному изданию был намного выше, чем к стенному. На критические замечания смотровой газеты была особая реакция, с газетой действительно стали считаться. Именно смотровая газета, которая готовилась не только силами коллектива, а под шефством опытных журналистов, смогла закрепить интерес к заводскому изданию, поэтому смотровую газету можно считать родоначальником заводской многотиражки. Методы выездной работы на предприятии, который использовали журналисты «Красного Алтая» 100 лет назад, могли бы быть актуальны и сегодня, когда в связи с импортозамещением и укреплением технологического суверенитета страны вновь развиваются заводы, которые из-за кризиса не сумели сохранить свои многотиражки в 1990-е и 2000-е гг. Сейчас таким предприятиям хочется вновь запустить свою корпоративную газету, но они не знают, с чего начать. Использование выездной бригады действующей газеты, привлечение профессиональных журналистов для обучения местной редакции смогло бы решить данный вопрос.

#### **Список источников**

1. Чернова Н. В., Макарова Н. Н. Стенная печать в контексте развития смеховых практик на Магнитогорском металлургическом комбинате в 1930-е гг. // Общество: философия, история, культура. 2022. № 6 (98). С. 182–186.

2. Двужилов В. И., Березина Н. Н. Образовательная и воспитательная функции корпоративных СМИ крупных региональных предприятий в историческом контексте // Журналистика в глобальном мире : материалы IV Международной студенческой научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 1 марта 2022 г. Т. 4. Ростов-н/Д : АкадемЛит (Издатель ИП Ковтун С. А.), 2022. С. 125–128.

3. Витковская Н. Г. Тенденции развития корпоративных СМИ: от многотиражек до конвергентных корпоративных медиа // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2017. Т. 1, № 2. С. 117–124.

4. Стаина О. А. Театральная жизнь уралмашевцев на страницах заводской газеты в период с 1934 по 1939 год // Технологос. 2022. № 4. С. 100–116.

5. Вся Сибирь, со включением Уральской области : Справочная и адресная книга на 1925/6 г. : С прил. карты Азиатск. части СССР и план. городов: Ново-Николаевска, Омска, Томска, Барнаула, Красноярска, Иркутска, Читы, Благовещенска, Владивостока и Свердловска. М. : Известия ЦИК СССР и ВЦИК, 1925. 606, [1], XLVIII с.

6. Коммунистическая ячейка : орган Алтайского губернского комитета РКП(б). Барнаул, 1925.

7. Молодежь Алтая : орган Алтайских сельского и промышленного крайкомов ВЛКСМ. Барнаул, 1924–1925.

8. На смотру : смотровая газета Алтметаллзавода. Выпускается под редакцией выездной бригады «Красного Алтая». Барнаул, 1929–1930.

9. Кузнецов И. В. История отечественной журналистики (1917–2000) : учеб. комплект : учеб. пособие по специальности 02.14.00 – Журналистика; Хрестоматия. М. : Флинта : Наука, 2002. 638 с.

10. Правда. М., 1929.

11. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для студентов высших учебных заведений / Л. Е. Кройчик, С. М. Виноградова, Г. В. Лазутина [и др.]. СПб. : Общество «Знание», 2000. 280 с.

## References

1. Chernova, N.V. & Makarova, N.N. (2022) Stennaya pechat' v kontekste razvitiya smekhovyykh praktik na Magnitogorskom metallurgicheskom kombinatе v 1930-e gg. [Wall printing in the context of the development of laughter practices at the Magnitogorsk Iron and Steel Works in the 1930s]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*. 6 (98). pp. 182–186.

2. Dvuzhilov, V.I. & Berezina, N.N. (2022) [Educational and upbringing functions of corporate media of large regional enterprises in a historical context]. *Zhurnalistika v global'nom mire* [Journalism in the global world]. Proceedings of the IV International Student Conference. Rostov-on-Don. March 1, 2022. Vol. 4. Rostov-on-Don: AkademLit (Izdatel' IP Kovtun S. A.), pp. 125–128. (In Russian).

3. Vitkovskaya, N.G. (2017) Tendentsii razvitiya korporativnykh SMI: ot mnogotirazhek do konvergentnykh korporativnykh media [Trends in the Development of Corporate Media: from Large-Circulation Newspapers to Convergent Corporate Media]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva*. 1 (2). pp. 117–124.

4. Staina, O.A. (2022) *Teatral'naya zhizn' uralmashevtsev na stranitsakh zavodskoy gazety v period s 1934 po 1939 god* [Theatrical Life of Uralmash Residents on the Pages of the Factory Newspaper from 1934 to 1939]. *Tekhnologos*. 4. pp. 100–116.

5. Anon. (1925) *Vsya Sibir', so vklyucheniem Ural'skoy oblasti: Spravochnaya i adresnaya kniga na 1925/6 g.: S pril. karty Aziatsk. chasti SSSR i plan.gorodov: Novo-Nikolaevska, Omska, Tomska, Barnaula, Krasnoyarska, Irkutsk, Chity, Blagoveshchenska, Vladivostoka i Sverdlovska* [All of Siberia, including the Ural Region: Reference and Address Book for 1925/6: With Appended Asian Maps. parts of the USSR and planned cities: Novo-Nikolaevsk, Omsk, Tomsk, Barnaul, Krasnoyarsk, Irkutsk, Chita, Blagoveshchensk, Vladivostok and Sverdlovsk]. Moscow: Izvestiya TsIK SSSR i VTsIK.

6. *Kommunisticheskaya yacheyka: organ Altayskogo gubernskogo komiteta RKP(b)* [Kommunisticheskaya yacheyka: agency of the Altai provincial committee of the RCP(b)]. (1925) Barnaul.

7. *Molodezh' Altaya: organ Altayskikh sel'skogo i promyshlennogo kraykomov VLKSM* [Molodezh' Altaya: organ of the Altai rural and industrial regional committees of the All-Union Leninist Young Communist League]. (1924–1925) Barnaul.

8. *Na smotru: smotrovaya gazeta Altmetallzavoda. Vypuskaetsya pod redaktsiey vyezdnoy brigady "Krasnogo Altaya"* [Na Smotru: Review newspaper of the Altmetallzavod. Published under the editorship of the visiting brigade of "Red Altai"]. (1929–1930). Barnaul.

9. Kuznetsov, I.V. (2002) *Istoriya otechestvennoy zhurnalistiki (1917–2000): Ucheb. komplekt: Ucheb. posobie po spetsial'nosti 02.14.00 – Zhurnalistika; Khrestomatiya* [History of Russian Journalism (1917–2000): Textbook for the specialty 02.14.00 – Journalism; Reader]. Moscow: Flinta: Nauka.

10. *Pravda*. (1929) Moscow.

11. Kroychik, L.E. et al. (2000) *Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista* [Fundamentals of Creative Activity of a Journalist]. St. Petersburg: Obshchestvo "Znanie".

#### **Информация об авторе:**

**Теплякова Н. В.** – аспирант, начальник управления информации и медиакоммуникаций Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия). E-mail: natapisma7@gmail.com

**Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.**

#### **Information about the author:**

**N. V. Teplyakova**, postgraduate student, head of the department, Altai State University (Barnaul, Russian Federation). E-mail: natapisma7@gmail.com

**The author declares no conflicts of interests.**

*Статья поступила в редакцию 21.05.2024;  
одобрена после рецензирования 19.06.2024; принята к публикации 26.06.2024.*

*The article was submitted 21.05.2024;  
approved after reviewing 19.06.2024; accepted for publication 26.06.2024.*