Людміла Сінькова

КАРПАРАТЫЎНАЯ КУЛЬТУРА Ў ВЫДАННЯХ УНІВЕРСІТЭЦКАЙ КАФЕДРЫ

Установы адукацыі Рэспублікі Беларусь безумоўна генерыруюць сваю карпаратыўную культуру. Напрыклад, Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, што мае статус класічнага (ды мае, як любая карпарацыя, дакладную арганізацыйную структуру, сістэму субардынацыі і кіравання – са сваімі механізмамі кантролю), вылучаецца найперш яснай інтэлектуальнай канцэпцыяй свайго прызначэння, сваёй мэты і задач. Яны адлюстроўваюцца ў сімвалах БДУ, уключна з элементамі адметнага карпаратыўнага стылю (герб, гімн, лагатып, фірменныя колеры і інш.).

Адукацыйная і выхаваўчая місія БДУ, універсітэцкія духоўна-нацыянальныя каштоўнасці выдатна транслююцца ў гербавых выявах залатога ліста папараці і срэбнага свячэння-арэолу – кветкі папараці – на блакітным «акадэмічным» фоне. Гэтыя элементы ў пэўных варыяцыях найчасцей паўтараюцца ва ўсёй карпаратыўнай сімволіцы ўніверсітэта. Карпаратыўная культура БДУ, аднак, не вычэрпваецца наяўнасцю названых вышэй атрыбутаў. Вядома, што найважнейшую ролю тут адыгрываюць, поруч з мноствам розных рэалій, яшчэ і рытуалы ў грамадскім жыцці падраздзяленняў універсітэта: як святочныя, так і штодзённыя мадэлі паводзін, прафесійнай дзейнасці яго супрацоўнікаў і студэнтаў, а таксама тое, што называюць карпаратыўнай міфалогіяй. Гэта розныя цікавосткі, гісторыя БДУ ў адмысловых інтэрпрэтацыях – слаўная і выбітная, як легендарная, так і анекдатычная, як даўняя, так і народжаная кожным толькі што пражытым днём.

Фіксацыі такой гісторыі спрыяе агульнапрынятая традыцыя: падраздзяленні карпарацыі – найперш кафедры ў БДУ – друкуюць уласныя перыядычныя выданні. Яны вельмі адрозныя па сваім статусе: ад навуковых, рэцэнзуемых выданняў з міжнароднымі грыфамі, з адпаведнай рассылкай і дубліраваннем у сеціве, да жартоўных, падрыхтаваных для святкавання юбілейных дат у жыцці кафедры, значных падзей ці асабістых поспехаў аднаго з членаў выкладчыцкага або студэнцкага калектыву, дзеля студэнцкіх «капуснікаў». Калектывы кафедр на гуманітарна арыентаваных факультэтах найчасцей спрыяюць таксама літаратурна-мастацкім лакальным выданням, заахвочваючы творчую дзейнасць адоранай моладзі.

Напрыклад, самыя разнастайныя па статусе выданні пабачылі свет на кафедры беларускай літаратуры ХХ стагоддзя філалагічнага факультэта БДУ. Як асобная структурная адзінка кафедра існавала з 1993 г. па кастрычнік 2004 г. (першы загадчык – член-карэспандэнт НАН Беларусі прафесар А.А. Лойка);

папярэднічалі ёй кафедра беларускай літаратуры (1956–1993) і кафедра беларускай мовы і літаратуры (1943–1953); наступнічала – кафедра беларускай літаратуры і культуры (2004 – чэрвень 2016).

Важнай пазнакай моцнай, аўтарытэтнай карпаратыўнай супольнасці для акадэмічнай кафедры з'яўляецца правядзенне сіламі ўласнага калектыву навуковых канферэнцый – з выніковым выданнем зборнікаў навуковых артыкулаў, матэрыялаў або тэзісаў па прадстаўленых дакладах. Кафедрай беларускай літаратуры ХХ стагоддзя такія канферэнцыі праводзіліся і адпаведныя зборнікі выдаваліся. Напрыклад, «Да 100-годдзя Уладзіміра Дубоўкі, Уладзіміра Жылкі, Кузьмы Чорнага: зборнік навуковых артыкулаў / рэдкал.: А.І. Бельскі, В.А. Максімовіч, П.І. Навуменка, А.А. Пашкевіч і інш.; пад агульнай рэд. Л.Д. Сіньковай. – Мінск: БДУ, 2001. – 350 с.»; «Да 80-годдзя народнага пісьменніка Беларусі Васіля Быкава: зборнік навуковых артыкулаў / рэдкал.: Л.В. Алейнік, З.І. Бадзевіч, У.В. Рагойша; пад аг. рэд. Л.Д. Сіньковай. – Мінск, 2005. – 275 с.».

Існуе таксама даўняя акадэмічная традыцыя выданняў, якія можна назваць карпаратыўнымі штогоднікамі: гэта штогадовыя ўласна-кафедральныя зборнікі навуковых тэкстаў. На філалагічным факультэце БДУ яны маюць самыя розныя назвы: «Працы кафедры гісторыі беларускае літаратуры Белдзяржуніверсітэта», «Научные труды кафедры русской литературы БГУ», «Міфалогія – фальклор – літаратура: праблемы паэтыкі» (2-х кафедр: тэорыі літаратуры ды беларускай літаратуры і культуры), «Актуальные проблемы исследования англоязычных литератур» (кафедры замежнай літаратуры філалагічнага факультэта), інш. Штогоднік кафедры беларускай літаратуры ХХ стагоддзя называўся «Беларускае літаратуразнаўства», выдаваўся з 2002 па 2012 г. уключна, з 2004 г. выходзіў як навукова-метадычны альманах, з 2007-га – навукова-метадычны зборнік, з № 8 (2010) меў спецыяльны шыфр ISSN № 1995–1876. Яго рассылка ажыццяўлялася, але ў сеціве ён не размяшчаўся. У рэдакцыйную раду ўваходзілі не толькі члены кафедры (А. Лойка, Д. Бугаёў, А. Бельскі, А. Верабей, В. Максімовіч, П. Навуменка, А. Пашкевіч, У. Рагойша, Л. Сінькова), але і калегі з іншых кафедр БДУ, з Гродна і Гомеля, з НАН Беларусі (В. Рагойша, М. Хаўстовіч, Т. Шамякіна; І. Жук, І. Штэйнер; У. Гніламёдаў, М. Мушынскі, М. Тычына); таксама дэкан факультэта Л. Мурына, а яшчэ – такія аўтарытэтныя замежныя вучоныя, зацікаўленыя беларушчынай, як Г. Аўэрсвальд (Германія), А. Баршчэўскі (Польшча), Я. Чыквін (Польшча), Г. Бідэр (Аўстрыя), А. Макмілін (Вялікабрытанія), С. Нарбутас (Літва). Актыўна працавалі ў рэдкалегіі маладыя навукоўцы кафедры А. Бязлепкіна (Чарнякевіч), Ф. Драбеня, В. Міцкевіч, А. Дарагакупец-

Навіцкая, А. Шышко. У пілотным нумары «Беларускага літаратуразнаўства», у звароце да чытача, адзначалася: «Наш новы часопіс з міжнародным статусам мае на мэце забяспечыць навуковай трыбунай як вядомых літаратуразнацаў-беларусістаў, так і пачынаючых. Усе матэрыялы часопіса рэцэнзуюцца. Пры рэдагаванні бярэцца пад увагу аўтарская рэдакцыя тэкстаў – а не гіпатэтычная задача ўніфікацыі ў межах выдання. Мы не абмяжоўваем таксама і жанравы дыяпазон для працы сваіх аўтараў: і літаратурная крытыка, і эсэістыка, і метадычныя распрацоўкі па літаратуры, і фалькларыстыка, як і ўласна літаратуразнаўства будуць мець сваё законнае месца на старонках часопіса» [1, с. 2]. Вопыт рэдкалегіі «Беларускага літаратуразнаўства» паказаў, што асаблівую значнасць часопіс набыў для маладых навукоўцаў: аспірантаў, магістрантаў, удзельнікаў спецсемінараў літаратуразнаўчых кафедр БДУ. Гэтая катэгорыя аўтараў была найбольш зацікаўленай у магчымасці надрукавацца ў статусным навуковым выданні поруч з артыкуламі старэйшых калег, дактароў і кандыдатаў навук. Як вядома, доступ моладзі, асабліва студэнтаў, да публікацыі ў аўтарытэтных зборніках звычайна абмежаваны. Інакшая сітуацыя з саліднымі аўтарамі. Іх падтрымка была менавіта, у першую чаргу, выяўленнем карпаратыўнага духу; іх артыкулы паводле ўсіх нарматыўных патрабаванняў – узорам для пачаткоўцаў.

Трэба сказаць, што з цягам часу пытанне «дзе надрукавацца?» увогуле страціла былую вастрыню. Колькасць спецыялізаваных перыядычных выданняў (асабліва навуковых зборнікаў) павялічылася, рэдагаванне матэрыялаў у іх зрабілася ў цэлым менш патрабавальным, усё часцей абмяжоўваецца аўтарскай рэдакцыяй. Шмат магчымасцей адкрываюць і тыя літаратуразнаўчыя навуковыя рубрыкі, што замацаваліся ў такіх, напрыклад, часопісах з больш шырокай адрасацыяй, як «Роднае слова», «Полымя», інш.; умацаваліся сувязі з замежнымі ўніверсітэцкімі цэнтрамі беларусістыкі (найперш у Беластоку, Варшаве, Любліне, Ольдэнбургу). Такая дынаміка ў навуковым друку (разам са складанасцямі матэрыяльнага парадку) прывяла да таго, што практыка выпуску кафедральнага штогодніка «Беларускае літаратуразнаўства» перапынілася.

Пакінулі свой след у кафедральнай гісторыі і такія карпаратыўныя выданні, як «Навукоўцы кафедры беларускай літаратуры ХХ стагоддзя БДУ: Кароткі бібліягр. даведнік / Рэдкал.: А.І. Бельскі, Д.Я. Бугаёў, В.В. Казлова і інш.; Уклад. А.І. Бельскі. – Мінск: БДУ, 1999. – 99 с.» (з раздзеламі пра гісторыю кафедры); «Смяяцца не грэх: Зб. гумару / Уклад. А.І. Бельскі. – Мінск: БДУ, 2002. – 184 с.» (публікацыя анекдатычных памылак абітурыентаў і студэнтаў, кафедральных жартаў, гумарыстычных показак, жартоўных

віншаванняў і інш., сабраных супрацоўнікамі кафедры); «Імёнаў светлае аблічча: Арт., успаміны / Уклад. А.І. Бельскі. – Мінск: БДУ, 2002. – 216 с.» (зборнік матэрыялаў пра былых калег, якіх ужо няма сярод жывых, створаны супрацоўнікамі кафедры).

Перыядычным карпаратыўным выданнем кафедры беларускай літаратуры XX стагоддзя быў таксама літаратурны альманах для студэнтаў «Скрыпторый». Выходзіў з 2002 па 2006 г. Як адзначыў у прадмове да «Скрыпторыя-1» яго ўкладальнік Алесь Пашкевіч, гэтае выданне працягвала традыцыю, закладзеную яшчэ ў шасцідзясятыя гады на філалагічным факультэце БДУ сябрамі літаратурнага аб'яднання «Узлёт», «дзе з лёгкай рукі паэта-прафесара Алега Лойкі дэбютавалі сёння ўжо народны паэт Беларусі Рыгор Барадулін, лаўрэаты Дзяржаўных прэмій і вядомыя творцы: Генадзь Бураўкін, Васіль Зуёнак, Алесь Разанаў, Сярей Законнікаў, Юрка Голуб, Казімір Камейша, Мікола Мятліцкі, Уладзімір Ягоўдзік, Алесь Пісьмянкоў і іншыя» [2, с. 3]. «Узлётаўцы» друкаваліся ў зборніках літаб'яднання: «Падарунак» (1958), «Вясновая рунь» (1961), «Узлёт» (1965), «Натхненне» (1967), «Універсітэт паэтычны» (1971), «Вёсны» (1977) і інш. [2, с. 3]. З 2002 г. выпускі «Скрыпторыя» курыраваў і ўкладаў А. Пашкевіч, у 2006 г. – У. Рагойша. Карэктура і камп'ютарны набор выконваліся аспірантамі і лабарантамі кафедры: А. Бязлепкінай, А. Дарагакупец, Ф. Драбенем, В. Міцкевіч, І. Мураўёвай. У «Скрыпторыі» друкаваліся такія вядомыя сёння творцы, як Віктар Жыбуль, Вера Бурлак, Маргарыта Прохар, Віка Трэнас і інш. Важна, што прэзентацыя кожнага выпуску «Скрыпторыя» адбывалася штогод у Вязынцы, на радзіме Янкі Купалы – як своеасаблівы карпаратыўны рытуал: з чытаннем вершаў ля вогнішча, са спевамі пад гітару ў сяброўскім хаўрусе, на «гары Парнас» – адным з маляўнічых пагоркаў за тэрыторыяй купалаўскага музея (які абавязкова наведваўся), з фотасправаздачай на факультэце. Па-свойму працягваюць традыцыю «Узлёту» і суполка «Альтанка» (кафедра гісторыі беларускай літаратуры, І.Э. Багдановіч), і інтэрнэт-альманах «Дзьмухавец» (кафедра тэорыі літаратуры, Р.М. Кавалёва, М. Латышкевіч і інш.).

Калі гаварыць пра рэзананс кафедральных спраў, аформлены з досціпам і гумарам у студэнцкім карпаратыўным інтэрнэт-выданні (маецца на ўвазе найперш прэзентацыя дысцыплін і выкладчыкаў розных кафедр філалагічнага факультэта БДУ), то тут характэрным трэба назваць «ALMAHAX "Подвиг филолога"», які выходзіў з 2006 па 2009 г. раз на семестр – пасля кожнай сесіі (галоўны рэдактар – Сяргей Бародзіч).

Відавочна, што развіццё карпаратыўнай акадэмічнай культуры – гэта неабходны, жыццядайны, вельмі рознаўзроўневы і дынамічны працэс, які наймоцна звязаны з друкаванымі СМІ.

Літаратура

1. Беларускае літаратуразнаўства: навукова-метадычны часопіс Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта / гал. рэд. Л.Д. Сінькова. – № 1, студзень-жнівень 2002. – Мінск: БДУ, 2002. – 108 с.
2. Скрыпторый: Літаратурны альманах філалагічнага факультэта БДУ. – Мінск: БДУ, 2002. – 156 с.

Дмитрий Синявский

E-MAIL РАССЫЛКА КАК СРЕДСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ГАЗЕТЫ

Тиражей корпоративных газет, как правило, недостаточно для охвата целевой аудитории – сотрудников организации. Например, газета Белорусского государственного университета «Універсітэт» выходит тиражом 1000 экз. при количестве сотрудников университета более 8000 и обучающихся более 45 000; газета «Энергетика Беларуси» ГПО «Белэнерго» выходит тиражом 9150 экз. при количестве сотрудников объединения более 65 000, газета «Автозаводец» холдинга «БелАвтоМАЗ» выходит тиражом 5 400 экз. при количестве сотрудников холдинга более 22 000.

При развитой филиальной сети иногда возникают проблемы логистического характера, когда стопки газет доставляются в филиал, но не получают дальнейшего распространения среди читателей. Сайты газет и страницы в социальных сетях помогают охватить большую аудиторию, но анонсы материалов неэффективны при сложностях с доступом к печатной версии газеты.

Финансирование корпоративных газет чаще всего происходит за счет учредителя, читателю издание достается бесплатно. Учредители заинтересованы в максимальном достижении задач корпоративных СМИ: сплочении коллектива, мотивации работников, формировании положительного имиджа компании, при этом расходы на печать и доставку газеты стремятся сократить, что приводит к уменьшению тиражей. Редакции дополнительно могут зарабатывать на рекламе, но при небольших тиражах и проблемах распространения рекламодатели не уверены в эффективности своих объявлений.

Большим преимуществом корпоративных газет перед всеми остальными является точное знание своей аудитории. В управлениях кадров компаний есть сведения о каждом работнике. Можно собрать адреса электронной почты сотрудников для подписки на газету.

E-mail рассылка газеты **каждому сотруднику** компании позволит редакции в разы увеличить читательскую аудиторию издания при небольших дополнительных затратах.