І. В. Клименко
кандидат історичних наук
Національна бібліотека України
імені В. І. Вернадського
м. Київ

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ТА ВНУТРІШНЬОЇ СТРУКТУРИ УКРАЇНСЬКИХ ЧАСОПИСІВ КІНЦЯ XIX – ПОЧАТКУ XX ст.

Активізація соціально-культурного руху в Україні наприкінці XIX – на початку XX ст. стимулювала українське відродження в усіх сферах політичного, громадського, культурного та наукового життя. Національні переконання українців формувалися через мережу культурно-освітніх, громадсько-політичних організацій і товариств, а також завдяки пресі, розвиток якої співпадав з еволюцією громадського життя.

Українська преса мала в основному місцевий, регіональний характер і була недостатньо матеріально і професійно забезпеченою. Лише деяким періодичним виданням вдалося всупереч перешкодам і труднощам набути загальноукраїнського значення, зокрема "Киевской Старине", "Раді" та "Літературно-Науковому Вістнику". Різний статус територій України, які перебували під владою інших країн, визначав специфіку розвитку української періодики в умовах сильніших або слабших утисків і заборон[1].

Часописи були не тільки чинниками, які творили громадську думку, але й підприємствами з відповідним економічним характером. Як підприємство, окремо взятий часопис мав певну усталену структуру: редакцію, технічне забезпечення, фінансові органи. Його діяльність складалася з широкого спектра видів організаційно-редакційної роботи, починаючи від розробки концепції видання, організації, планування, роботи власне редакції до випуску видання. Процес створення часопису здійснювався професійними журналістами або дописувачами-аматорами, господарськими і технічними співробітниками. Матеріальне забезпечення і ведення справ, як правило,

© І. В. Клименко, 2004

покладалися на видавця часопису (іноді видавець часопису одночасно був і його редактором)[2].

Випуск щоденної газети вносив свою специфіку в зміст видання. Акценти традиційних аналітичних матеріалів перемістилися на хронікально-документальні жанри, які поступово ставали пріоритетними і згодом почали займати постійне місце на першій сторінці. Загальна схема розподілу матеріалу в щоденній газеті складалася з кількох головних відділів. Найважливішим з них був відділ політики у всіх її аспектах: зовнішньому, внутрішньому, місцевому, муніципальному, соціальному, економічному, регіональному. Важливим відділом у кожному часописі була економіка, що висвітлювала фінансові і суспільні справи. Хроніка як відділ виконувала функції своєрідного літопису щоденного життя. Також був великий розділ, що висвітлював питання культури, науки, літератури, мистецтва, театру, бібліографії. Крім цих основних, існував ряд спеціальних рубрик, зокрема судова, спортивна тощо.

Для всіх відділів і рубрик часопису основною типовою формою вислову була стаття та повідомлення. Усі інші форми були похідними від них. Не мало значення, яким було їхнє технічне походження: телеграма чи лист, – редакція залежно від змісту надавала їм форми статті або повідомлення. Виходячи з того, що саме статті властиві широкі узагальнення, глибокий аналіз фактів, явищ, публікації, цей жанр широко використовувався для аналізу суспільно-культурних умов в Україні. Про намагання періодичних видань всебічно відтворити життя українців, їхні настрої, прагнення, погляди свідчать редакційні передові статті стосовно пробудження національної свідомості та права вільно використовувати українську мову, про суспільно-політичну ситуацію в Україні. За допомогою статті автор висловлював власну думку з приводу якоїсь події, що мала загальнодержавне, національне або міжнародне значення. Стаття, у якій висвітлювалися подія чи явище, що заслуговували на особливу увагу, вміщувалася на першій сторінці газети і друкувалася як передова або вступна. Вступна стаття, як правило, відображала спрямування часопису і була барометром громадської думки. Політична рубрика складалася з кореспонденцій власних та спеціальних кореспондентів, звітів про політичні і громадські заходи, наприклад, з парламенту, з життя партій та ін.

Хроніка була, без сумніву, найстарішою формою газетної справи. Присвячена подіям, явищам, фактам і справам внутрішнього

характеру, вона отримувала свій матеріал з громадського життя в усіх його найрізноманітніших проявах. Хроніка у різних періодичних виданнях розподілялася на хроніку мистецтва, літератури, науки тощо. І, залежно від свого характеру, вона була політичною, громадською, місцевою, кримінальною, культурною тощо.

Відділ культури у періодичній пресі того часу, як правило, обіймав широке коло питань: окремими рубриками в ньому були наука, література, мистецтво, театр, музика, огляд відповідних журналів та нових видань з цієї проблематики. Найбільш поширеними жанрами у цьому відділі були нотатки, стаття, хроніка, коротенькі оповідання чи новели.

Фейлетон, який раніше друкувався окремим аркушем, з часом увійшов у структуру часопису, як органічна його частина. Фейлетоном вважався яскраво виражений літературно-публіцистичний твір сатирично-гумористичного характеру, що писався на певну сучасну актуальну тему. Зміст фейлетонів, як правило, був аполітичний, через що на сторінках щоденної преси він реально слугував культурним справам. Характерно, що фейлетон мав не тільки цікавий зміст, але й легкий, оригінальний стиль, що був дуже близький до літературного стилю, проте більш індивідуалізований.

У літературній рубриці періодичних видань вміщувалися рецензії на нові твори, повідомлення про літературні заходи. У цьому відділі містилася також бібліографія, яка велася систематично і постійно інформувала читача про всі новинки в культурній сфері, виступаючи в ролі фахового порадника. Бібліографія також використовувалася для реклами видавництв, які у періодичних виданнях пропагували свої публікації.

Критичне оцінювання культурних явищ вимагало справжніх фахівців своєї справи: як правило, такими критиками у періодичних виданнях були люди широкої ерудиції, здатні до глибокого аналізу подій та реалій.

Відділ економіки був одним з найпопулярніших у часописах. Читач був зацікавлений у постійній систематичній інформації про різні господарські установи та підприємства. У зв'язку з цим щоденна преса започаткувала відповідні рубрики економічного характеру, наприклад, стосовно курсів та руху акцій тощо. Поряд з поточною інформацією, що знайомила читача із фактами господарського життя, у щоденній пресі почали з'являтися й теоретичні статті на такі економічні теми, як промисловість, торгівля, фінанси,

державне та муніципальне господарство. З другого боку, редакції часописів самі були до певної міри торговельно-промисловими підприємствами, для яких економічний і фінансовий моменти були пріоритетними. Рекламна діяльність, що була одним з джерел грошового забезпечення редакцій, вимагала уважного ставлення до справ господарського характеру. Основними жанрами економічного відділу були повідомлення, статті, невеликі нотатки. Характерними для цього відділу були також цифрові таблиці та графіки.

Отже, на політичному, культурному та економічному відділах трималася структура кожного часопису. Інші рубрики мали більше спеціалізований характер, наприклад, судова та спортивна хроніки, жіночий і дитячий куточок, розділи медичний, філателістичний, кулінарний тощо. Найважливішою серед спеціальних була судова, чи кримінальна, рубрика, що була постійною у кожному щоденному часописі.

Для збільшення тиражу часописів відкривалися нові рубрики, наприклад, дуже виправдовувала себе з комерційного боку рубрика моди. Мода, яка постійно змінюється, є актуальним явищем громадського життя. З модою були безпосередньо пов'язані мануфактурна промисловость та швейне виробництво, які використовували пресу з рекламною метою. Вміщення реклами в часописах досить високо оплачувалося, отримані від реклами кошти були відчутним надходженням до редакційної каси, тому у всіх, без винятку, періодичних виданнях функціонував професійно поставлений рекламний відділ.

Різноманітна за своїм стилем верстка, виразні шрифти й уміння ув'язати їх зі смисловими акцентами, газетна графіка, оперативність подачі оголошень, текстова вичерпність, широка географія – все це забезпечувало редакціям високу ефективність і популярність серед читачів.

Для збільшення кількості передплатників в умовах гострої конкуренції часописи повинні були чітко слідкувати за читацькими запитами. Для цього переважна більшість редакцій започатковувала спеціальну рубрику – поштову скриньку, до якої адресували свої дописи передплатники. На кожен такий запит обов'язково давалася відповідь. Дбаючи про інтереси своїх читачів та передплатників, кожний часопис мав ще кілька спеціальних рубрик, завданням яких було надання різних фахових порад. Такі рубрики були досить популярними і, без сумніву, сприяли розповсюдженню часопису.

Стосунки між редакцією і читачем у часописі фіксувалися в спеціальній рубриці "Листування з читачами". Ця рубрика давала змогу кожному передплатникові висловити свою думку з приводу того, що його цікавить, з чим він погоджується, або, навпаки, не погоджується.

Слід зазначити, що періодичні видання завжди мали характерну для часописів мову: вона була конкретна, стисла і реальна. Речення були короткими, стиль публікацій пристосовувався до висвітлюваної теми. Кожна рубрика мала свої мовні особливості: так, політичний текст писався конкретною мовою, а в економічному переважали спеціальні терміни з обов'язковим поясненням їхнього значення. Редактори часописів добре усвідомлювали необхідність чіткості у мові часопису, зрозумілість її не лише для інтелігенції, але й для сільського населення. Мова повідомлень, хроніки, звітів, статтей була конкретною і ясною, а мова фейлетонів, новел – вишукано літературною. Кожне видання мало свій напрям і, відповідно, притаманний лише йому стиль, який постійно змінювався залежно від характеру часопису: громадського, політичного, історичного, мистецького та ін.

За організацію та послідовність виконання редакційних процесів відповідала адміністрація видання. Вона підпорядковувалася видавцеві і займалася справами редакції. Адміністрація редакції складалася з усталених відділів: загального, експедиції, повідомлень, бухгалтерського і каси. Загальний відділ редакції складав умови з друкарнею, виробниками паперу та іншими установами, які постачали друкарні матеріали, необхідні для видання часопису. Цей відділ укладав також договори з усіма співробітниками редакції, здійснював листування з приватними особами та офіційними установами.

Екпедиційний відділ надсилав часописи абонентам (при цьому редакція користувалася зниженим тарифом) і упорядковував його продаж уроздріб. Для роздрібного продажу періодичних видань екпедиція використовувала кіоски для продажу преси та кур'єрів, які займалися продажем часописів на вулиці чи розносили його передплатникам. Продавці та кур'єри, як правило, отримували постійну щомісячну платню і, крім того, певний відсоток від кожного проданого примірника.

Відділ повідомлень приймав усі надіслані до редакції матеріали і слідкував за їхнім постійним поповненням.

Бухгалтерський відділ здійснював та контролював усі надходження та витрати – як матеріальні, так і грошові. Каса приймала гроші і проводила, за розпорядженням редактора, грошові витрати.

Спеціальний підрозділ займався визначенням кола друкарень, які задовольняли б часопис наявністю необхідного обладнання та доступними розцінками на послуги. Деякі відомі та популярні редакції мали власні книгарні, це, зокрема, – "Киевская Старина" та "Літературно-Науковий Вістник".

Головними прибутковими статтями періодичних видань були: по-перше – передплата, по-друге – прибутки за продаж окремих примірників, по-третє – надходження за рекламу та різні повідомлення.

Так, наприклад, прибутки за публікацію повідомлень іноді були більшими, ніж з передплати та комісійного продажу, що іноді дозволяло навіть зменшувати ціну на часопис. А, відповідно, навіть незначне зниження ціни, безумовно, сприяло збільшенню його тиражу, що, в свою чергу, впливало на збільшення надходження за повідомлення. Перевага у вміщенні реклами та повідомлень надавалася періодичним виданням.

Головними витратами редакцій часописів були: папір і друк, експедиція, гонорар редакції та її співробітникам, виплати кредитів. Висока ціна на папір наприкінці XIX – на початку XX ст. віднімала у видань з великим тиражем більшу частину прибутку. Тому деякі часописи намагалися мати свою власну друкарню для того, щоб вона друкуваля не лише власну продукцію, а й обслуговувала інших замовників, що приносило додаткові кошти. Слід зазначити, що українські періодичні видання вказаного періоду закладали до своїх видатків й такі "особливі" позиції, як щомісячні хабарі цензорам та виплата численних штрафів, накладених на видання цензурним комітетом та посадовцями.

Новаторський характер редакційно-видавничої діяльності вже тоді грунтувався на наукових принципах. Кожне видання повинне було мати чітко виражену індивідуальність, власну ідейно-естетичну програму, систему принципів, виконання яких дало б змогу реалізувати мету цього конкретного видання. Основою редакторської діяльності була принциповість, правдивість, об'єктивність, колегіальність, чітка організація і плановість роботи, уважне ставлення до творчої манери кожного автора тощо. Небайдужість видавців до долі розповсюдження видання і конкретного читацького призначення

складалася з багатьох чинників: наприклад, у часописі, призначеному для інтелігенції, дозволялося вживання цитат, іншомовних слів і термінів, адже редакція знала, що читачі оцінять надання їм свободи у сприйнятті чи несприйнятті висновків, яких дотримувався часопис; видання, призначене для торгово-промислового контингенту пропонувало статті з більш стислим викладом з огляду на те, що їхні читачі мають небагато часу для читання часопису; газета чи журнал, призначені для широких верств населення, намагалися уникати іншомовних слів, користувалися знайомими аналогами, народними приказками.

В умовах царської цензури багато журналістів змушені були приховувати свої прізвища криптонімами чи псевдонімами. Навіть Головне Управління в справах друку, за винятком міністра, не мало права вимагати розкриття псевдоніма.

Заборона українського друкованого слова, цензурні обмеження та утиски, що супроводжувалися переслідуванням усіх проявів українського політичного й культурного життя, – такими були умови, в яких розвивалася вітчизняна періодика.

[1] *Коновець О.Ф.* Просвітницький рух в Україні (XIX – перша третина XX ст).– К., 1992.– С. 5.

[2] Карбоване слово на скрижалях історії // Українські часописи Львова 1848–1939 рр. : Іст.-бібіліогр. дослідження.– Л., 2001.– Т. 1: 1848–1900 рр.– С. 7–14.