

Проф. Степан Сірополко

ОСНОВИ ЖУРНАЛІЗМУ

(Частина друга)

Курс лекцій

УТГІ

1946

В 4760

Регенсбург

Проф. Степан Сірополко

ОСНОВИ ЖУРНАЛІЗМУ

(Частина друга)

Курс лекцій

Дубинський
0.10.46

УТГІ



1946

Регенсбург

Handwritten text at the top left corner, possibly a date or reference number.

Всі права застережені

Copyright by Ukrainian Technical Husbandry Institute
in Regensburg



Лекція перша.

ПРЕСА І СУСПІЛЬНА ДУМКА.

Завдання публіцистики. Як виникає суспільна думка. Роль преси в організації суспільної думки. Хто є справжній публіцист. Брукова преса і боротьба з нею.

Як уже згадувалося в 8-ій лекції курсу О. І. Бочковського "Основи журналізму", пресу можна поділити на інформаційну і опініотворчу. Це не значить, що інформаційна преса обмежується лише тим, що подає голі звістки про події: майже кожна інформаційна звістка містить у собі моральну або громадську оцінку самої події. Згаданий поділ преси слід розуміти так, що опініотворча преса має своїм спеціальним завданням, крім подання звісток, всебічно освітлювати й в'яснювати події суспільного життя з метою створення суспільної думки, щоб тим самим впливати на хід суспільного життя.

Опініотворча преса повинна мати в складі своїх співробітників не тільки журналістів, що мають своїм завданням добувати оригінальні звістки про події та подавати їх своєчасно читачам в живій і цікавій формі, але також журналістів - публіцистів, що мають своїм завданням діяти на анонімну масу читачів та скеровувати волю їх у певному - наперед визначеному напрямі. Публіцист - це журналіст, що прямує до того, щоб дати читачеві та провести до його свідомости ясні і точні формули чергових громадсько-політичних завдань даного часу. Публіцист не обмежує своєї журналістичної діяльності обговоренням лише некучих питань біжучого дня, але презирає і в глибину ріжнманітних і насчислених прсявів фізичного і духового життя суспільства.

Отож публіцистика має діло не тільки з існуючими формами суспільного життя - правними, економічними, державними і т. і., але й з питаннями літератури, моралі, філософії, мистецтва і науки, оскільки ті питання стоять у звязку з сучасними суспільними настроями, течіями, поглядами, переконаннями.

Суспільна думка, одним з чинників якої є опініотворча преса, являє собою громадську с и л у, а не громадську в л а д у, проте суспільна думка стає міцною зброєю людської спільноти не тільки для самозбереження спільноти, але й для того, щоб розвинути чинність спільноти в напрямі, який веде до поступу як поодинокі людини, так і цілого суспільства.

Англійський політичний діяч і історик James Bryce /Джемо Брайс, 1838-1922/ в своїй класичній праці "The American Commonwealth"¹ /в 3-х томах, 1888 р./ на цікавому прикладі докладно зясовує, як природним шляхом виникає та розвивається суспільна думка:

Ділова людина за сніданком читає часопис, де подано інформації про події минулого дня. Відтіль читач дізнається, що кн. Бісмарк оголосив про свій намір охоронити німецькі промисловість протекційною системою, або що Генрі Джордж /прихильник і пропагатор націоналізації землі помер 1897 р./ є обраний на мера міста Нью Йорку. Обидві ті вістки викликають в умі читача більш або менш сильну похвалу чи осуд, в залежності від того, як читач раніше ставився до протекційної системи та до Генрі Джорджа, - прихильно чи ворожо, - а також, зрозуміла річ,

Названу працю перекладено майже на всі європейські мови; в німецькій мові переклад має назву "Amerika als Staat und Gesellschaft" 2 томи, 1924 р.; в російській мові переклад має назву "Американская республика".

в залежності від того, в якій мірі ті вістки зачепляють власні інтереси читача. Крім того ті вістки примушують читача вичікувати деяких дальших наслідків. Але ні почуття, ні очікування не ґрунтуються на розважних міркуваннях /для таких міркувань у ділової людини не вистачило б часу за сніданком/. Це ніщо інше, як хвиливі вражіння. Ділова людина переходить до читання вступної /передової/ статті часопису. Почуття читача або його очікування зміцнюються чи слабшають в залежності від того, чи погоджується він з автором статті, чи ні. Після того наш читач їде залізницею до міста, розмовляє у вагоні з знайомими і помічає, що одні з них поділяють те попереднє вражіння, яке винис він від читання свого часопису, а інші не поділяють. В своїому бюро він розмовляє зі своїм товаришем та проглядає інші часописи, так що в кінці дня у нього починає складатися остаточна думка в користь чи не в користь декларації кн. Бісмарка та обрання Г. Джорджа нью-йорським мером. Тим часом такий самий процес відбувається в умах інших людей і особливо в умах журналістів, які хочуть бути виразниками думки громадянства. Вечірні часописи подають ^{уже} відруки ранішніх часописів на згадані дві події та висловлюють більш певні думки щодо очікуваних наслідків. Другого дня головні часописи політичних партій друкують статті з більш виразними похвалами чи осудами та з більш певною вказівкою на наслідки. Думки звичайних громадян починають згущатися, так мовити, в тверду масу. Це є другий ступінь в розвитку суспільної думки. І люди, і часописи, які схвалюють політику кн. Бісмарка обрання Г. Джорджа, покликаються на різні аргументи, знаходячи тут однодумців і противників. Суперечки приводять до того, що кожна з двох сторін відмовляється від деяких аргументів, що виявилися не досить певними, переконується в ґрунтовності інших аргументів і, накінець, приймає те чи інше рішення. Це є третій ступінь розвитку суспільної думки. Четвертий ступінь досягається тоді, коли доводиться діяти на основі того переконання, яке склалося. Підчас голосування при політичних чи інших виборах кожний громадянин підтримує свою партію, затлумлюючи свої особисті сумніви і антипатії. Прихилити людей до однодушного подання голосів це те саме, що проволонти каток по каміннях тількищо промощеного шляху: нерівності зглажуються, і все дістає рівний і навіть одноставний вигляд, якого раніш не було. Після того, як громадянин подає свій голос, він уже є зв'язаний у дальшій чинності: його власні інтереси примушують його відстоювати у майбутньому ту думку, якій він старався дати перевагу.

З поданого тут списку процесу, як повстає суспільна думка, видно, що часопис є лише одним з багатьох чинників організації суспільної думки: поруч в часописом стоять такі чинники, як соціальне положення тої чи іншої особи, її освіта чи світогляд, погляди товаришів, знайомих, провідників партій, - взагалі те оточення, в якому перебуває дана особа. До всіх тут згаданих чинників за останній час долучилися ще й такі важливі чинники створення суспільної думки, як фільм і радіо.

Досі нема єдиної думки про те, оскільки значна роль в організації суспільної думки припадає власне пресі.

Одні соціологи й публіцисти додержуються тієї думки, що часописи творять майже з нічого великих людей і, навпаки, нищать славу визанчних вождів, вирішують справи війни і миру, рішають вислід виборів, диктують закони і т. п. Так, напр., англійський політичний діяч G. L. Burton у своїй статті "Veřejné mínění v Anglii" /"Суспільна думка в Англії, - Masarykův list" ч. 10, 1936 р./ та в статті "Tisk a jeho vliv na veřejné mínění v Anglii". /Преса і

її вплив на суспільну думку в Англії", - "Masaryk^{ov} lid" ч. 2, 1937 р./ твердить, що в багатьох випадках, напр., в справі виборчого права жінок переважаюча суспільна думка перемогла сильний спротив влади. Не рідко бувало, - каже він, - що перебіг історії і політична лінія змінювалися, і деколи в значній мірі, лише завдяки декільком рядкам в "листі до редакції" часопису "The Times" згід з політичного діяча чи економіста. Багато людей подібними листами до редакції того часопису були ініціаторами важливих реформ у різних галузях суспільного життя. Такі листи, - за висловом G. L. Burton'a - є вентилятори суспільної думки і часто навіть голосом Англії, втіленим у друкарській чорній фарбі.

Велику роль преси, як чинника в організації суспільної думки, визнають не лише демократії, - що є природно, бо демократія, за щасливим висловом Т. Г. Масарика, є дискусія, - але ті, хто засадничо відкидають владу партій і взагалі демократичний принцип. Про важливе значення преси щодо організації суспільної думки свідчить той факт, що пресу в очах всього людства піднесено до рангу "сьомої великодержави".

Проте, на думку деяких соціологів і публіцистів, старанне дослідження фактів вказує, що теорія про великий вплив часописів і взагалі пропаганди є спірна. Так, відомий соціолог П. Сорокін, професор Гарвардського університету в Кембріджі /в Сполучених Державах Америки/ в своїй праці "Contemporary Sociological Theories" /в чеському перекладі - "Sociologické nauky přítomnosti", Прага, 1936 р./ зауважує: "Наколиб та теорія /про великий вплив преси на створення суспільної думки/ була правдива, то могли б чекати, що в Советській Росії, де протягом декількох останніх років преса і всі інформації були абсолютно монополізовані комуністами, які напоювали нарізд виключно тим, що йому хотіли дати, комуністична ідеологія була б популярна без винятку. В дійсності та ідеологія серед російського громадянства є, правдоподібно, більше, а вже з певністю можна сказати - не менше дискредитована, ніж в інших землях. Цей факт насочно заперечує згадану теорію. Дослідження G. Lundberg'a /"The Newspaper and Public Opinion" в "Social Forces", червень 1926 р./ приводить до такого самого висновку. Г. Ландберг порівнює ставлення деяких часописів до певних важливих політичних питань - до префекту призначення міського директора (city-manager), до президентських виборів і т. д. Якби гіпотеза про вплив часописів на чинність їхніх читачів була правдива, то мусіли б очікувати, що буде тісна кореляція /залежність/ між ставленням часописів і чинністю їхніх постійних читачів. В дійсності Ландбергове дослідження не встановило значної кореляції. Часопис "The Times" енергійно виоловився проти міських директорів, а читачі того часопису голосували так: 42% за і 52% проти того проекту. Часопис "The Post-Intelligence" і "The Star" були за той проект. З читачів "Post'u" голосувало 50%, а з читачів "Star'u" голосувало лише 35% в згоді зі становищем часописів у тій справі. Подібні вислідні є при дослідженні інших політичних питань.

Проти твердження, що пануюча суспільна думка в Англії визначає напрям законодавства, особливо ясно вказує А. Dicey /"Law and Public Opinion in England", 1925/, говорячи, що суспільна думка сама "виростає з бігу обставин" і є наперед визначена "зовнішніми, - можна сказати, - випадковими умовами". Це, а також факти, які він приводить, вказують ясно, що суспільна думка сама є якимсь видом вітряного прапорця, що вертиться зі зміною вітру, але сам прапорець на пряму вітру не міняє. Дослідження Ландберга і йому подібні свід-

чать проти теорії про виключний вплив часописів і пропаганди, як чинників, що визначають поведження людей і перебіг соціальних процесів... Всіх цих зауважень справді вистачить для того, щоб признати, що ми ще мало знаємо про дійсний соціальний вплив пропаганди, часописів, ідей і "суспільної думки" в їхній чистій формі. Здається, - так закінчує П. Сорокін розділ про суспільну думку і пропаганду в згаданій вище своїй праці, - що правда є десь посередині між тими, які вірять у всемогутність тільки згаданих чинників у їхній об'єктивізованій формі, і тими, хто заперечує їхнє діяння. Однак і цей виновок мусить бут ще доказаний".

Як би там не було, не можна заперечувати впливу часописів, як о д н о г о з чинників, на створення суспільної думки. Історія української журналістики яскраво свідчить про те, що завдяки також українській пресі поширювалася серед української аморфної маси національна свідомість, в наслідок чого і могла повстати на наших очах з української аморфної маси українська нація.

Для ілюстрації впливу українського часопису на читачів наведу тут уривок з "Щоденника" Євгена Чикаленка, видавця першого в царській Росії українського щоденника "Рада". 1913 р. Є. Чикаленко у вагоні по дорозі до Катеринославу зустрівся з О. Ф. Комаровим /Степовиком/, автором українських популярних книжечок, і вони розмовляли про всякі українські справи. Провідник вагону частенько проходив коло них, і очевидно, прислухався до їх розмови. Чуючи скарги О. Комарова, що місто Олександрівськ страшенно зросійшилося, що тепер рідко хто говорить по-українському, провідник вагону звернувся до Є. Чикаленка, не знаючи, хто він є: "Ваш товариш каже, що колись усі в Олександрівську говорили своєю мовою, а тепер рідко хто. А хіба він не знає, що тоді говорили своєю мовою, бо іншої не знали, вони були темні, а тепер оті кілька душ, що говорять по своєму, то вони вже говорять свідомо, а один свідомий вартніший за тисячі темних. Коли настане час, що можна буде говорити не боячись, то з отих свідомих одиниць наростуть тисячі свідомих". Коли кондуктор довідався хто я, - пише Є. Чикаленко, - то кинувся цілувати мені руки і дякувати за те, що я видаю "Раду", яка проливає свідомість скрізь серед темного люду...

З часів революції 1905 і 1917 рр. кількість українських часописів значно зросла. Зросла також і наша публіцистика, що насамперед покликана організувати суспільну думку. На жал наша публіцистика, як справедливо висловився 10 років тому акад. С. Смаль-Стоцький у ювілейному числі "Діла" /ч. 9, 1930 р./ "здебільшого є відблиском чужої публіцистики". "Вона, - так писав він у тій статті, - не витворила ще типу своєї, української газети, яка по своєму заспокоювала б усі потреби народнього духу, будила власну самостійну думку і самодіяльність, кристалізувала елементи свого життя, обіймала всі інтереси духового, матеріяльного, морального, суспільного і політичного життя, систематично і пляново зводила народню думку в один осередок, гуртувала всі духові, моральні і матеріяльні сили народні, безперестанно будила й удержувала у живій чинності сумління індивідуальне і народнє. Це все вимагає дуже інтенсивної праці, глибокого роздумування".

Українська преса і до сьогодні відчуває брак справжніх публіцистів.

Справжній публіцист має відповідати не лише тим вимогам, які ставляються до журналістів узагалі /про ті вимоги мова буде далі/, але й спеціальним: публіцист мусить вміти не тільки ясно висловлювати свої думки, але й захопити ними читача. Тут не помо-

жуть публіцистові ні нанизування красних слів і речень, ні навіть найкращі думки, якщо за ними не вудчується щирість самого автора. А головне, публіцист мусить мати світогляд, як дороговказ у справах політично-господарського і культурного життя, бо тільки тоді він зможе бути інструктором для читачів у тих справах.

Щоб впливати на широку масу читачів, публіцист мусить додержуватись певних метод пропаганди, а також добре розуміти психологію маси.

В багатій літературі, присвяченій питанням пропаганди, що в останнім часі вирісла в цілу науку, яка особливо плекається в Німеччині та викладається там на журналістичних факультетах і курсах, знаходимо цікаві поради для публіцистів.

Щоб досягнути своєї мети, публіцист має бути витривалим, себто, не досить того, щоб висловити якусь думку один раз, але треба на різні способи повертатись до тої думки при кожній нагоді та повторювати її, щоб вона цілковито увійшла до підсвідомости читача. Однак витривалість в повторюванні думки не сміє набирати характеру настирливости. Щодо форми вислову думки, що її бажано прищепити читачеві, то рішуче слід відкинути форму казання: де бракує хисту чи іншу ідею зформулювати живо й дотепно, там родиться відразливе, повчаче, сухе і нежиттєве патякання. Як справедливо каже чеський публіцист Павел Айзнер, "справді є тяжкою хибкою дезертації, що свої моральні ідеали і цілі часто-густо подає на зразок часописних передовиць або трактатів, від яких читачі, зрозуміла річ, стрімголов тікають. "Правда переможе", - це вірно, - але якщо вона не має перемогти аж після астрономічних часів, то до тої втішної правди не сміє запалювати темперамент, нагрів якого стоїть нарівні 15 ступнів нижче нуля". (Pavel Eisner. Noviny a narod. "Sin", ч. 9, 1936/.

Щодо психології маси /натовпу/, то публіцист мусить рахуватись з тим, що просторово розпоршені читачі в деяких випадках можуть підлягати тим законам, які діють на масу, що скупчується в одному місці. Італійський учений Scipio Sighele на початку 90-х років минулого століття поклав основи психології натовпу. У висліді своїх досліджень С. Сігеле прийшов до таких двох головних висновків: 1. - в натовпі повстає підупад інтелектуального і морального рівня, себто, душевний рівень людей, що творять натовп, завжди є нижчий в порівнянні з душевним рівнем пересічної одиниці з того натовпу; 2. - афекти в натовпі збільшуються, так що те чи інше почуття стає тим сильнішим, чим більший є натовп.

Французький учений Gustav Le Bon у своїй праці "La psychologie des foules" /Париж, 1895 р./ вказує, що індивідуум в натовпі дозволяє повстати в собі інстинктам, що їх інакше зумів би стримати, та що піддається психічній заразі, так що в натовпі зникає свідомість індивідуальності людини, яка стає автоматом без власної волі.

Кожний часопис звичайно встановлює свій програм, що визначає ті ідеї і цілі, які відстоюватиме на своїх сторінках. Відповідно до того програму й гуртує редакція навколо себе співробітників часопису. Програм часопису, оскільки він здійснюється в практиці, стає тою певною ознакою, що дозволяє нам ділити пресу на добру й шкідливу.

Уже в курсі О. І. Бочковського - "Основи журналізму" була згадка про т. зв. бульварну або брукову пресу /в Англії та Сполучених Державах Америки вона зветься жовтою пресою/, що ставить своїм завданням постачати читачам незвичайні сенсації з великою домішкою химерних вигадок та навмисного подражнення нездорових інстинктів читача.

Боротьба з бруковою пресою стає актуальним питанням в багатьох державах.

Проекти повести боротьбу з бруковою пресою шляхом обмеження свободи друку навряд чи досягнуть своєї мети, бо видавці брукової преси зуміють обійти закони, тоді як обмеження свободи друку в більшій мірі негативно відібеться на добрій пресі. Більше успіху в боротьбі з бруковою пресою обіцяють такі засоби, як притягнення школи до праці ознайомлення учнів про значення преси і її функції, а, головне, - виступ самих журналістів на боротьбу з бруковою пресою. Так, на зборах 10.IV.1936 р. англійська професійна організація журналістів (National Union of Journalists), між іншим, обговорювала питання про те, що сенсаційна преса охоче друкує на своїх сторінках справи, які стосуються інтимних сторін життя поодиноких осіб. Організація журналістів ухвалила резолюцію, що вона виступить на охорону кожного зі своїх членів, який відмовиться в таких випадках від виконання наказу своїх підприємців, бо журналісти мусять добиватися права голосу при вирішенні справ, що торкаються їхнього фаху.

Історія української журналістики може похвалитися тим, що лише епізодично появлялися українські часописи, що їх можна було б віднести до категорії брукової преси /з нашого огляду відкидаємо пресу Сов. України/. Були також періоди, коли одинцем виринав на світ Божий український часопис, що мав служити чужим інтересам /такі часописи мали у нас назву "хрунівських" часописів/, але назагал українська преса совісно виконувала і виконує своє завдання.

Запити.

1. Які є погляди щодо впливу на суспільну думку?
2. Які є основні думки внаслідок Сігеле і Ле Бона щодо психології натовпу?
3. Що таке є брукова преса і як боротися з нею?

Лекція друга.

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ПРЕСИ.

Часописні концерни в різних країнах. Додатні і відємні риси комерціалізації преси.

Ріжні винаходи як у друкарстві, так і в техніці передачі звісток для часописів /телеграф, телефон, а згодом радіо/ сприяли появі в багатьох країнах великих часописів, що змагалися головне до одної мети - подолати за всяку ціну конкурентів, щоб досягти якнайбільшого накладу своїх часописів. Більший тираж часописів обіцяє видавцям їх не тільки більший прибуток від продажу часописів, але й збільшений приплив інсератів для вміщення в їхніх часописах, а це є найважливіший елемент загального зиску часописного підприємства.

Для досягнення тої мети сильніший противник скуповує часописи тих видавців, що не в стані видержати з ним конкуренцію, або старається підірвати конкуренцію заснованням нового чи цілої низки нових часописів. Так виникають часописні концерни, себто, сполука декількох часописів в руках одної особи чи окремого товариства.

Концерн, зрозуміла річ, потребує великого капіталу як для того, щоб скуповувати конкурентні часописи, так і для ведення самої видавничої справи, що вимагає для фінансового успіху концерну якнайкращого забезпечення часописів фаховими силами і модерною технікою. Потрібні для часописного концерну кошти звичайно добуваються двома способами: або концерн чи його основник запрошує до спілки певних капіталістів, або утворює для того акційне товариство. До речі скажу тут, що в Англії часописні концерни знаходяться переважно в руках декількох споріднених між собою осіб, тоді як в Америці випускають акції і облігації поза межі тісного гуртка споріднених осіб.

Комерціалізація преси досягла тепер найбільшого розвитку в Англії та Америці, а тому дозволяю собі зупинитися тут більш докладно на цих двох землях, використовуючи для того переважно матеріал з-під пера журналіста, що їздив до тих земель з метою вистудіювати тамошню пресу з боку редакційного, технічного і комерційного.

/Див. Jaroslav Kouzelka. Anglosasky tisk. Прага, 1935. 131 стор./

З числа англійських часописних концернів наймогутніші є такі:

I. Концерн трьох братів Berry і лорда Camrose. Редина Berry бере велику участь у вугляній, залізній і сталевій промисловості та в різних фінансових підприємствах. Старший брат Henry Berry /помер р. 1928/ був членом 30-х промислових підприємств. Головним органом того концерну є лондонський часопис "Daily Telegraph". 1937 р. лорд Camrose придбав старий англійський часопис "Morning Post" /почав виходити р. 1772/. Ще р. 1928 "Daily Telegraph" мав тираж 84.600 примірників, а тепер доходить до одного міль. примірників. Ціна "Daily Telegraph" раніш була 2 пенси, але від 1930 р. ціну його зменшено до 1 пенні. Зниження ціни концерн ризикував понести втрату біля 60 тисяч фунтів стерлінгів річно, однаком протягом декількох місяців наклад "Daily Telegraph" подвоївся, а дальший зріст його тиражу почав приносити концерну великі зиски.

2. Концерн Rothermere, що його заложив Alfred Harmsworth, пізніший лорд Northcliffe /помер 1922 р./, 1896 р. він заснував часопис "Daily Mail", який став одразу зразковим часописом щодо багатства і свіжості інформацій, а, головне, умілого розміщення матеріалу, що давало можливість читачеві швидко орієнтуватися в тому матеріалі. Тепер "Daily Mail" має тираж біля 2-х мільйонів примірників денно. 1907 р. лорд Норткліф придбав один з старіших лондонських часописів, а саме "Times" /почав виходити 1785 р./, редактором якого був потім славнозвісний журналіст Генрі Вікгем Стід, що про нього не раз уже була згадка в курсі О. Бочковського. Лорд Норткліф був власником не лише декількох лондонських часописів, але й власником паризького "Temps", нью-йорських "New York Times", "New York Sunday" і ін. Концерн Rothermere /це є прізвисько спадкоємця лорда Норткліфа/ видає, між іншим, ілюстровані часописи "Daily Mirror", "Evening News", з яких кожний має тираж поперек одного мільйона примірників. Багато з тих часописів призначають різні премії. Напр., не так давно в чеському місячнику "Tisk a politika" /ч. 7, 1937 р./ була згадка про те, що "Daily Mail" пожертвував 1500 фунтів стерлінгів, як премію, переможцеві в конкурсі картярської гри "бридж". Не дивлячись на великі витрати, звязані з ріжного роду преміями, "Daily Mail", напр., приносить концерну, за твердженням Я. Коуделки, 60% дивіденду. Пригадую тут також, що лорд Норткліф був основником першої журналістичної школи в Лондоні.

3. Концерн Harrison; головним органом його є лондонський ліберальний щоденник "News Chronicle". Між іншим, цей щоденник забезпечує своїх передплатників від нещастя при спорті, крадіжки зо зломом і навіть від народин близнят /див. "Tisk a politika", ч. 9, 1937 р./ уряджує курси плавання і т. п. Тираж щоденника "News Chronicle" досягає 1 мільйона 400 тисяч примірників.

4. Концерн Astor. Цей концерн є співвласником часопису "Times" а також видає тижневик "Observer" /тираж поперек 200 тисяч примірників/.

5. Концерн Beaverbrook; головним органом є щоденник консервативного напрямку "Daily Express", який 30 червня 1933 р. досяг денного накладу 2-х мільйонів примірників. Кількома днями перед тим такого самого накладу досяг його супротивник - щоденник "Daily Herald", орган робітничої партії. З приводу того факту "Daily Express" вмістив тоді у своєму недільному тижневику "Sunday Express" статтю, де, між іншим, писав: "Остання фаза бою велася зброєю, яку не може схвалити "Daily Express". Він вітав би, коли б між видавництвами повстала спільна згода про те, щоб надалі часописи не уділяли різних вигод та дарів своїм передплатникам". /Див. Ludvik Jehl. "Podnikatelská konkurence novinářů v Anglii". "Časopis svobodné školy politických nauk v Praze", ч. 4-5, лютий 1934 р./.

6. Концерн Odham видає низку спортових, мсдних, фільмових і інших часописів, а також взяв на себе комерційну частину видання тількищо згаданого часопису "Daily Herald". Робітнича партія залишила за собою значний вплив у редагуванні часопису, а також більшу частину акцій. Перед днем тої згоди /17 березня 1930/ тираж "Daily Herald" досягає 250-300 тис. примірників денно, а уже 1934 р. денний тираж був поперек 2-х мільйонів примірників.

"Daily Herald", як і інші великі часописи, зразково поставив свою рекламну і взагалі комерційну організацію: організує ріжноманітні змагання з нагородами, уряджує всілякі збірки з громадською метою - на шпиталі і т. п., забезпечує своїх передплатників, організував у березні клуб читачів "дитячого кутка", який уже в кінці того року мав поперек 350 тис. членів, уряджує змагання аматорів фотографії з грошевиими преміями, і т. п.

Розмір капіталу, що його вміщено в англійських часописних підприємствах, досягає десятків мільйонів фунтів стерлінгів.

Головний прибуток англійських часописних підприємств складається з плати за інсерати. Так, напр., концерн лорда Ротерміра в останній час дістав річно за інсерати по 3 міль. ф. ст. Більше 40% цілого обсягу великого англійського часопису займають інсерати, а пересічний обсяг такого часопису є поверх 20 сторінок великого формату.

Скомерціалізована англійська преса, як уже згадувалося, будує свою фінансову політику на збільшенні тиражу, бо в залежності від тиражу стоїть приплив інсератів і розмір плати за них. Треба мати на увазі, що в Англії та Америці наклад тамешніх часописів не заховується в тайні, як це звичайно буває з накладом часописів у Європі: видавці англійських і американських часописів добровільно підлягають урядовій контролі і оголошують відомості про тираж своїх часописів, бо такі відомості впливають на притягнення нових читачів, так і на приплив інсератів.

Для притягнення читачів часописи вживають, як про це побіжно згадувалося, різні засоби. Справа з винаходом засобів для притягнення читачів набирала подекуди такого характеру, який мало чим різнився від звичайного шахрайства. Так, напр., деякі часописи на своїх сторінках друкували купони, що давали власникові його право участі у заповідженій лотерії. На цьому ґрунті повстала газардова гра: значна частина покупців часопису вирізувала купони і продавала їх ласим на лотерію; на тому і обмежувала вона своє ставлення до часопису. Повстали навіть контори, що займалися купівлею та перепродажем купонів. Дійшло до того, що справа з купонами вступила на розгляд англійського суду, який заборонив часописам лотерію, як газардову гру, що в Англії є заборонена законом. І справді, на таких часописних лотеріях найбільше вигравав власне лише один видавець часопису за рахунок нерозважних покупців купонів, а головне ці лотерії створили тяжку проблему "нечитаних часописів", що одразу при купівлі ставали макулятурою.

Чималі прибутки дістають концерни також завдяки тому, що мають можливість скупити в своїх руках продукцію паперу, фарб і інших сировин, потрібних при друкуванні часописів, а також відкрити власні агентури. Так, деякі концерни мають власні папірні, вугільні копальні і т. д.

Завдяки надзвичайним прибуткам скомерціалізована преса має можливість сипати грошима, щоб здобути від популярної фільмової артистки чи іншої улюбленої широкою публікою особи підпис під статтею, яку виготовив для них професійний журналіст, або винагородити нечуванним гонораром автора "детективного" роману, який обіцяє негайний зріст тиражу часопису на якийсь десяток тисяч примірників.

Матеріальний добробут великих англійських часописів дозволяє видавцям їх поставити технічну частину часописів на таку височінь, яка є недосяжною для звичайних видавців.

Скомерціалізована преса, що живе лише сензаціями, має невеликий вплив на організацію суспільної думки, як це констатовано, напр., вислідами виборів до англійського парламенту. Скомерціалізована англійська преса брукового типу шкідливо впливає на читача тим, що вона не дбає про поширення його світогляду, а старается прищепити йому байдужість до питань, що виходять поза межі інтересів його буденного життя.

Справедливість вимагає констатувати, що серед скомерціалізованої англійської преси є також часописи, що в мільйонах примірників

несуть щоденно до широких верств громадянства добрий матеріал до читання, який розвиває розум і серце читача.

Перехожу тепер до Америки.

Перший концерн у Америці повстав у 90-х роках минулого століття. Заложив його James E. Scripps, що почав свою кар'єру, як репортер одної чикагської газети. Концерн Scripps-Howard 1931 р. мав 27 часописів, а також власну пресову агентуру. Всі часописи цього концерну є дешеві вечірні видання, що мають обслуговувати головним чином простий люд.

Королем американського часописного концерну є газетярський магнат William Hearst. 1930 р. цей концерн видавав 31 часопис у 18 містах та крім того, 11 журналів, присвячених домашньому господарству, вишиванню, шиттю, огородництву, спорту, техніці і т. п. Вплив Гарстової преси є досить великий, бо часто є рішачим чинником в справах внутрішньої і зовнішньої політики Сполучених Держав Америки. Так, напр., теперішній президент Рузвелт мав значно полегшену боротьбу при минулих президентських виборах завдяки тому, що Гарстова преса підтримувала його кандидатуру.

Гарстова преса старанно веде репортаж про всілякі злочини, пробуджує расову ворожнечу, а також веде гарячу боротьбу проти проґібіції /закону про заборону виробляти, привозити і продавати алкогольні напої/. Зі вміщеної в курсі О. Бочковського графіки змісту часопису "New York Daily News", що його видає концерн Гарста, можна бачити, як багато місця уділяється особистим справам, убивствам та різним злочинствам, сексуальним справам, авантурам і т. п.

Про фінансову могутність концерну Гарста може свідчити факт, що генеральний управитель Гарстових часописних підприємств Artur Brisbane /номер 5 грудня 1936 р./ діставав річно 250 тис. дол. Він вважався за найкраще оплаченого журналіста на цілому світі. /"Task a politika", ч. 6, 1937, див 191-у стор./ Сам В. Гарст є найбагатшим громадянином Сполучених Держав.

Преса концерну В. Гарста належить до типу бульварної або жовтої преси, - вона притягає до себе велику силу читачів не стільки своїми сенсаціями, скільки галасливими їх заголовками.

Американська окоммерціалізована преса бульварного типу керується одним зверхнім принципом - бізнесом.

Але і в Америці є преса, яка бореться проти газетярського бізнесу, як принципу, і взагалі проти морального підупаду часописів. Перше місце серед тої преси займає бостонський часопис "The Christian Science Monitor", що поруч з часописом "New York Times" є найкращим часописом Америки.

Програм часопису "Monitor" /заложила його 1908 р. пані Mary Baker Eddy/ ґрунтується на гуманності та космополітизмі. В одному з чисел "Monitor'a" вміщено, так мовити, його кредо: "Monitor" ніколи не буде обмежуватися самим описом злочину, але буде з'ясовувати обставини, що були його причиною. "Monitor" ніколи не буде ставити своєю метою зворушувати читача, але служити його розуму. Часопис має допомогати читачам в придбанні знання та в розумінні соціальних явищ з тим, щоб усі могли віднайти конструктивний вплив на усунення злочинів і інших соціальних вад та на підтримку закону і порядку. "Monitor" хоче вживати "універсальної мови сміху", але так, щоб сміятися разом з іншими, а ніколи сміятися з когось".

"Monitor" є часописом більш міжнародним, ніж місцевим: більша частина передплатників його проживає далі, ніж дві тисячі миль від Бостону. Досить сказати, що часопис йде до 109 земель, що у В. Британії є 1235 місцевостей, куди надсилається часопис. Кореспондентів

має "Monitor" по цілому світу. У Лондоні він має спеціальну канцелярію, яка збирає для "Monitor'a" звістки не лише з В. Британії і цілої Європи, але й з Близького Сходу, Африки й Азії, крім Китаю і Японії, де є своя канцелярія. Збирання оголошень і передплати провадиться також по всьому світу. Так, напр., в 1934 р. "Monitor" мав 24.000 інсерентів з 34 земель. Бостонський "Monitor" /є ще редакція його у Вашингтоні/ з технічного боку є устаткований як наймодерніше.

1933 р. "Monitor", з нагоди 25-літнього існування часопису, дістав привітання від державних діячів і журналістів цілого світу. Між іншим, президент Сполучених Держав Америки Рузвелт надіслав редакції телеграму, в якій писав так: "В такій добі, як теперішня, потрібуємо конструктивного і відповідального журналізму. Мене цікавить підtitул вашого часопису: "Міжнародний щоденник", бо кожний часопис, який вияснює мотиви і взаємовідносини одного народу до другого, допомагає в теперішній час вирішити важливі проблеми світу".

"Monitor" має порівнюючи невеликий тираж: на початку 30-х років денний тираж його був у кількості 130 тисяч примірників.

Комерціалізація преси потроху прокладає собі дорогу з Англії й Америки до інших земель, не тільки великих, але й малих. Так, напр., в Чехії є концерн "Мелантрих", який видає п'ять щоденників, - з них головний "České Slovo", - декілька тижневиків і місячників, а за Чехословацької республіки часописний концерн "Orbis" видавав у Празі 1/ щоденник "Prager Presse", да український журналіст Максим Гехтер старанно інформував про українське культурне життя; 2/ французький тижневик "L'Europe Centrale"; 3/ англійський тижневик "The Central European Observer"; 4/ російський місячник "Центральная Европа"; місячник німецькою мовою "Prager Rundschau"; 6/ місячник чеською мовою "Zahranicni politika"; 7/ місячник чеською мовою - "Veřejná Správa"; 8/ місячник чеською мовою "Měsíční zpravy Společnosti Narodů"; 9/ тижневик "Radiojournal" та 10/ місячник "Radioamator" /обидва останні чеською мовою/.

Не так давно українська журналістика мала єдиний великий часописний концерн "Українська Преса", власником якого був Іван Тиктор. "Українська Преса" видавала у Львові такі часописи: 1. "Новий Час", що від 1 січня 1932 р. став щоденником. При "Новому Часі" вийшло 30 томів книжок, а від 1934 р. передплатники діставали за доплату поштових витрат місячними випусками прилогу, в якій появились такі праці: "Велика історія України", "Історія українського війська", "Історія української культури" та "Всесвітня історія" /вийшло її всього 20 випусків, а мало бути 22/; 2. ілюстрований тижневик для селянства - "Народня справа"; почав виходити від 21 жовтня 1928 р. і мав останній час понад 30 тисяч передплатників. Точні передплатники "Народньої справи" користувались допомогою за згиблу худобу /це дало привід до жартовливої назви "Народньої справи" - "корова-ча газета"/. До жовтня 1937 р. виплачено такої допомоги 367.231 злотих. Крім того передплатники-посередники діставали першу грошеву поміч, - до жовтня 1937 р. виплачено 3.050 злотих; 3. щомісячний часопис для дітей - "Дзвіночок", який почав виходити від 1 листопада 1931 р. "Дзвіночок" мав останній час поверх 25 тисяч передплатників; 4. ілюстрований часопис "Наш Прапор", спочатку був дводенником, а від 1 січня 1936 р. виходив щодругого дня. Від 1 січня 1933 р. при "Нашому Прапорі" виходила "Українська Бібліотека" щомісячними книжками; всього появилoся по жовтень 1937 р. 57 томів повістей, оповідань і споминів. При "Нашому Прапорі" виходив кварталник "Аматорський Театр" та "Музична Бібліотека"; 5. гумористично-сатиричний часопис "Комар", - від 1935 р. виходить щотижня.

Слід також згадати, що часопис "Новий Час" в останніх роках перекладав низку кмітливих громадських характеру, "св. Микола українській дітвора", "на паску Гуцульщині" і ін., а під кінець 1936 р. започаткував збірку на "Рідну Школу", уділяючи один грош від кожного примірника "Н.Ч.". Протягом перших 10 місяців адміністрація "Н.Ч." передала Товариству "Рідна Школа" у Львові понад 5 тисяч злотих. /Всі подані тут відомості про концерн "Українська Преса" вміщено в статті М. Струтинського - "Вчора і нині української преси в Галичині". Див. Альманах "Нового Часу" на рік 1938/.

Треба признати, що часописний концерн "Українська Преса", запозичуючи від англійської і американської комерціалізованої преси методи поширення часописів, не пішов слідом за тими часописами, що свій добробут ґрунтують лише на "бізнесі", а свої часописи зводять до рівня бруньової преси. "Українська Преса" зробила добру прислугу широким колам українського громадянства, дарчи в прилозі до "Нового Часу" передплатникам його три цінні праці, що будуть доброю лектурою для поглиблення національної свідомості читачів.

Підводячи підсумок додатних і відємних рис комерціалізації преси, не можна не приєднатися до висновку чеського журналіста д-ра К. Гоха^х, що, назагал кажучи, комерціалізована преса, або новий журналізм, творить і пропонує публіці дешеві і приємні їй часописи, які приваблюють, бавлять і якнайменше вимагають зусилля.

В журналізмі, як і в інших галузях суспільного життя, модернізація техніки не завжди йде в парі зі зростом культурних цінностей.

Запити.

1. Чим пояснити зв'язок між комерціалізацією преси і розвитком техніки?
2. Якими засобами користується англійська і американська преса для збільшення тиражу?
3. Які додатні риси комерціалізації преси?

Лекція третя.

ВИМОГИ, ЯКИМ МАЄ ВІДПОВІДАТИ ЖУРНАЛІСТ.

1. Обдарованість. 2. Патріотизм. 3. Правдивість. 4. Аккуратність.
5. Готовість до праці. 6. Спритність. 7. Чуткість. 8. Памятли-
вість. 9. Довірність. - Жінка в журналістиці.

Поняття "журналіст" охоплює собою різні категорії працівників над виготовленням редакційної частини часопису. Сюди належать: шеф-редактор, редактори окремих відділів часопису, публіцисти, критики, фейлетоністи, репортери, хронікери, кореспонденти та референти спеціальних рубрик часопису: судової, фільмової, спортової й інших.

Різні функції журналістів вимагають, зрозуміла річ, деяких спеціальних властивостей від виконавців тої чи іншої функції, але є низка властивостей, що має бути спільною для всіх журналістів саме в інтересах найбільшого успіху колективної праці.

Кожний журналіст насамперед мусить почувати в собі нахил до журналістичної праці, бо інакше стане він звичайним канцеляристом, що висиджує певні години в редакції чи у себе вдома за писемним столом або машинкою для писання.

Журналістичну обдарованість необхідно розвинути самодисципліною, студіями і досвідом.

Ні один фах, як справедливо зауважує директор Журналістичного Інституту в Берліні проф. др. Е. Дофіфат, не потребує більшої особистої посвяти, як журналістичний фах, що вимагає у великій мірі жертовного ідеалізму і високих моральних засад. Тільки людина сильної волі може бути паном своїх почувань і настроїв, а цього саме потребує журналістична праця, що знає найбільшого можновладця - час. Виробити в собі здібність завжди бути готовим до праці - це є одна з важливих властивостей справжнього журналіста.

Інтелект журналіста потребує також постійної вправи не тільки для придбання фахових знань, але й для поглиблення загальних відомостей. Кожний журналіст мусить бути спеціалістом хоча в одній якійсь галузі науки чи мистецтва, а також набути технічний вишкіл з журналістичного фаху чи попередньою підготовкою в журналістичних школах або на журналістичних курсах, чи практикою й читанням відповідної літератури. Кожний журналіст мусить бути добре ознайомлений з технікою друкарської справи, а в цьому йому може прислужитися не стільки теоретичний опис друкарської техніки, скільки відвідина друкарні, словолитні, цинкографії і т. п. Від модерного журналіста вимагається також знання стенографії і бодай одної чужої мови та вміння писати на машинці.

Ще в більшій мірі потребує журналіст поглиблення своєї загальної освіти, бо біжуче життя ставить перед ним нові питання, на які має він відгукнутися. Минули часи, коли можна було бути енциклопедистом, і в свій час були журналісти-енциклопедисти, але тепер ні один журналіст не може обійтись без низки енциклопедичних словників та різних інформаційних підручних книжок, щоб вистудіювати те чи інше питання. Хто не оволодів ту справу, про яку збирається писати, той приносить шкоду справі, а себе самого може виставити на сміх, бо відсутність знання не може не може компенсувати хвацькі пера та добір хвиських слів. Але, з другого боку, хто не опанував журналістичної

форми вислову, той і при найліпшому ознайомленню зі справою не досягне успіху. Відповідня форма вислову разом з ясністю думки й силою переконання є передумовою журналістичної праці для досягнення найбільшого успіху.

Далі, кожний журналіст, виконуючи свою працю, мусить завжди мати на оці високу ідею служення своєму народові та культурі людства. Журналіст обдарований, але хисткий у своїх патріотичних почуваннях, не є придбанням для журналістики.

Накінець, третьою вимогою, що її можна ставити до кожного журналіста, слід визнати - правдивість.

Тут не йде мова про досягнення абсолютної правди, - нам, смертним, дано лише домагатися наближення до неї. Підходом до абсолютної правди є шукання об'єктивної правди, вільної від суб'єктивного упередження і тенденційності.

Про те, з якими труднощами й перешкодами відбувається в щоденній журналістичній праці процес відшукування об'єктивної правди, яскраво нам свідчить приклад з журналістичної практики, що його подає чеський редактор др. Ф. Бауер у своїй статті - "Pravda v poučnash" /Див. збірник "Politika a věda", вид. Вільної школи політичних наук у Празі. Прага, 1938 р./.

В січні 1938 р. сталася катастрофа на Вітезній площі в Празі: один трамвай наїхав на другий, в наслідок чого було декілька раних пасажирів, а одну пасажирку забито. Хтось з читачів одної газети, після 6-ої години вечера, протелефонував до редакції тої газети про нещастя. Репортер негайно запитав по телефону про це пожежну централю; звідти відповіли йому, що пожежна команда справді виїхала на місце нещастя. Репортер запитав телефонічно найближчий до місце нещастя поліцейний комісаріят, але вартовий поліціант відповів, що подробиць не знає, а знає лише, що комісар з поліціантами вирудився на місце нещастя. Інші спроби репортера телефонічно довідатися про подробиці нещастя були марні. Тоді він разом з фотографом виїхав на місце катастрофи, а до газети, яка саме в той час мала йти до друкарської машини, редакція дала грубим шрифтом лише коротку голу звістку про катастрофу.

Приїхавши на місце катастрофи, репортер спинився в натовпі, де саме йшов обмін думок з приводу катастрофи. Дехто з натовпу обвинувачував магістрат, що не дбає про життя пасажирів трамваю, бо катастрофу можна було б уникнути, наколиб магістрат на площі перед спуском установив зупинку. Від того натовпу репортер перейшов до купи людей, що скупчилася біля жертв катастрофи. Кондуктори трамваю боронять свого колегу, провідника трамваю, бо він мовляв, поклав усі зусилля, щоб загальмувати трамвай. Діставши вражіння від усіх тих розмов та картин нещастя, репортер склав для редакції замітку, яка містить в собі лише с у б'є к т и в н у правду, творцем якої був не лише репортер, але й той натовп з його вигуками і пересудами, серед якого крутився репортер.

Замітка репортера йде до шеф-редактора, який або змягчує деякі фарби, або загострює. Це залежить від того, хто є власником газети. Якщо серед власників газети є особа, що бере участь в управі електричного підприємства, то шеф-редактор постарается викреслити або змягчити в репортерській замітці натяк на вину міського електричного підприємства. І, навпаки, коли серед власників газети є особа близька до жертви катастрофи, то шеф-редактор загострить тон репортерської замітки. Коли ж часопис видається соціалістичною партією, то шеф-редактор постарается виправдати за всяку ціну провідника трамваю, вказуючи на те, що електричне підприємство експлуатує робітників трамваю надсильною працею, і т. п. Так виходить у

світ репортерська замітка, підсилена, з цього боку, суб'єктивізмом шеф-редактора.

При таких умовах ведення часопису об'єктивну правду - в більшій чи меншій мірі - здобуде читач тоді, коли прочитає про ту саму катастрофу в різних часописах і зведе різні погляди до купи. Отож, об'єктивна правда вимагає не тільки від репортера великої моральної сили, щоб зуміти здобути правду і відстояти її, але й відповідних правних і соціальних умов, що творять придатний ґрунт для розквіту правди.

У всякому разі кожний журналіст мусить сумлінно описувати факти, а не перекручувати їх, - лише оцінка їх, зрозуміла річ, носить суб'єктивний характер.

Перехожу тепер до визначення тих спеціальних вимог, яким мають відповідати лише окремі категорії журналістів, - головне, хронікери, репортери та кореспонденти, як внутрішні, так і закордонні.

а/ Швидке спостереження, бистра думка та негайний чин, - все це в супроводі критичного розуму.

Журналіст мусить вправити свій зір і слух так, щоб швидко і з можливо більшою вірністю, міг запам'ятати те, що він бачив і чув, а критичний дух допоможе йому відрізнити другорядні прикмети від головних та не піддатися першому вражінню.

б/ Постійна готовість до праці, небоязкість та самовідречення.

Журналіст має бути готовий до праці не лише вдень, але і вночі, навіть у несприятливу погоду, наражаючи себе на всілякі небезпеки. В редакціях деяких американських часописів на почесному місці написані імена тих журналістів, що впали жертвою своєї журналістичної праці. Історія англійської преси знає також зворушливі приклади самовідречення англійських журналістів. Так, напр., цікаві спогади O'Shea кореспондента лондонського часопису "Standart", про свої переживання під час облоги Парижу за німецько-французької війни 1870-71 р. Редакція "Standart'у" наказала йому залишатися в Парижі на час облоги та забезпечила його необмеженим кредитом в банку, щоб він міг собі зробити запас харчів на добу облоги. O'Shea рішив жадних запасів не робити, а пережити облогу так, як і всі парижани, щоб якнайближче і якнайправдивіше відчувати страждання французького громадянства та оцінити силу його спротиву. O'Shea пробув у Парижі чотири місяці, до самого кінця облоги і вийшов відтіль зовсім знесиленим. Облога Парижу, як він пише у своїх спогадах, взяла у нього великий шмат життя, але він мав те задоволення, що його зухий щоденник про страшну зиму був строго вірний.

Лондонський "Times" в своєму ювілейному числі з дня 1 січня 1935 р. присвячує теплі згадки своїм співробітникам з нової доби, а саме, кореспондентові Frank Riley, що 1927 р. загинув у Китаю під час революційних заколотів, та іншому кореспондентові в Токіо, що залишався під час землетрусу 1927 р. на вулиці міста та, держачи на коліні писальну машинку, складав телеграму до Лондону про перебіг землетрусу. Надіслати особисто телеграму йому не судилося, бо тоді ж і загинув, але японський військовий аероплан доставив його телеграму до найближчої телеграфної станції.

в/ Спритність.

Журналіст мусить мати здібність орієнтуватися швидко в кожному положенні та дати собі раду, щоб і при таких обставинах досягнути своєї мети. Один англійський журналіст у своїх спогадах розповідає про таку історію. Якось відбувалась дуже важлива політична конференція, на яку не пустили журналістів. Знаючи, що ні один з учасників тої конференції не уділить журналістові інформації про перебіг конференції, журналісти пустилися на таку хитрість: кожний

кожний з них мав звернутися телефоном до певного учасника учасника конференції лише з одним запитанням /журналісти наперед поділили між собою учасників конференції і запитання/, а потім, діставши відповіді, звели їх до купи, так що в цілому склалася повна картина про перебіг конференції, про що, на велике здивування учасників конференції, другого дня й побився докладний звіт в англійських часописах.

На одного французького журналіста, що одночасно був рисівником накинувся натовп простого люду. Журналіст звернувся до натовпу з такими словами: "Панове, раніш, ніж ви мене побете, дозвольте мені зарисувати вас". Цим дотепом він придбав собі натовп.

Ще один приклад. Якоїсь однієї черної п'ятниці /так звать чехи ту п'ятницю, що припадає на 13 число будь-якого місяця/ виникла в Моравській Оставі демонстрація проти дрібних крамарів, що, мовляв, завинили в дорожнечі краму. Натовп витяг декількох крамарів і вів їх спереду разом з шибеницями, на яких готувався повісити їх. Коли натовп дійшов до визначеного місця, то редактор часопису "Duch casu" звернувся до натовпу з такими словами: "Товариші, ви рішили повістити крамарів. Якщо вішати, то вішати. Але ми не є якась невідповідальна партія. Отож прошу, щоб кожний, хто стоїть за виконання кари, виказався партійною легітимацією". Одразу натовп знеохотився до вішання крамарів, бо редакторові пощастило знищити психологію натовпу і заступити її психологією відповідальних одиниць. Так знання психології натовпу допомогло журналістові ліквідувати безглузде рішення мирних мешканців Молавської Острави.

б/ Чуткість.

Журналіст сам мусить перейнятися тою справою, яку описує, а тому опис його не може бути сухим, протоколярним, але живим описом, який примусить читача пережити те чи інше почуття, або дасть читачеві матеріал для міркування.

г/ Памятливність.

Журналіст мусить розвинути свою пам'ять в такій мірі, щоб міг удержати в ній перебіг тої чи іншої події, подробиці розмови при інтерв'ю і т.п., бо не завжди матиме він можливість одразу удатися до свого записника. В спогадах визначних журналістів знаходимо приклади зразкових інтерв'ю, що їх записали вони з пам'яті.

д/ Довірність.

Журналіст мусить дбати про те, щоб заслужити довіря до себе з боку тих осіб, з якими доводиться йому мати діло в журналістичних справах. А довіря те він заслужить тоді, коли буде стійкий в своєму слові, коли не буде зраджувати інформаторів. Може бути, що інформатор подасть журналістові звістку, як довірочну. Як би не була принадна думка пустити в обіг ту довірочну звістку, журналіст мусить побороти в собі ту спокусу, бо інакше журналіст ризикує втратити надалі приступ до того інформатора. Але, коли б журналіст почув ту саму звістку ще від іншого інформатора без застереження "довірочности", то журналіст має право оголосити "довірочну звістку", попередивши першого інформатора, що та звістка дійшла до нього ще з іншого джерела і не як "довірочна". Не рідко буває, що інформатор надає характер довірочности звичайнісінькій звістці в надії, що саме тому спонукає журналіста пустити в обіг його звіску.

Якщо журналіст не хоче або не може зберегти дискретности, то нехай він зробить так, як вчинив колись Бловіц, відомий англійський кореспондент, в розмові з одним дипломатом, що хотів поділитися з ним довірочною звісткою. Бловіц попередив його такими словами: "Ваша ексцеленція, я не сповідник, а журналіст".

Треба також мати на увазі, що в редакції можуть бути свої таємниці, які не сміє зраджувати журналіст навіть і тоді, коли він працюватиме в іншій редакції, бо таємниці редакції треба зберігати так, як таємниці сповідника чи лікаря.

Досі йшла мова про ті вимоги, яким має відповідати журналіст взагалі. Залишається тепер сказати декілька слів про ті вимоги, яким має відповідати шеф-редактор.

Шеф-редактор - це є аранжер всього часописного підприємства. Він не мусить багато писати в своєму часопису, навіть може зовсім не писати в ньому, але він мусить мати рішальний вплив при обсадженні різних посад у редакції та при виборі усіх співробітників часопису. Шеф-редактор є посередником між редакцією і видавцем часопису, є представником редакції перед урядом і громадянством. Отож шеф-редактор має відповідати таким вимогам: бути всебічно освіченою людиною, знати людей і обставини життя, бути тактовним в поводженні з людьми, а головне, бути людиною небуденної енергії, організаційного хисту, ініціативи й сильного характеру.

Як бачимо, вимоги, яким має відповідати журналіст, є дуже високі. Чи багато є журналістів, які в дійсності відповідають тим вимогам, - це є інше питання, але історія журналістики кожного народу знає і зберігає на своїх сторінках імена визначних своїх журналістів. Історія порівнюючи молодій українській журналістиці, - минуло лише 52 роки з дня появи українського щоденника "Діло", що був першим щоденником на всіх українських землях, - знає чимало скромних робітників пера, що, живучи надболодь, віддавали журналістичній праці увесь свій вільний час поза урядовою чи приватною службою, яка давала їм шматок хліба. Журналістична праця виснажувала всі їхні сили, а до того дошкуляли їх часті труси та висиджування у в'язниці.

Не місце тут подавати їхні імена та біографії: це діло історії української журналістики, на жаль, досі ще не написаної. Все ж дозволю собі згадати тут лише одно ім'я, а саме, Федора Матушевського, першого редактора "Ради", першого українського щоденника на В. Україні. В своїх "Спогадах" видавець "Ради" Є. Чикаленко висловився, що "ім'я Ф. П. Матушевського повинно нашою пресою возвеличитися на вічні времена, яко нашого першого мученика преси, що не шкодував свого здоров'я, можна сказати, свого життя для її існування".

Говорячи тут увесь час про журналістів, я розумію під ними осіб як чоловічого, так і жіночого роду.

Вступ жінок до журналістичної праці датується уже від першої половини 18 ст. Поле їхньої діяльності зосереджується переважно на веденні спеціальних жіночих і дитячих часописів, або на веденні в звичайних часописах тих рубрик, що їх присвячено хатньому господарству, модам, дитячим куткам, порадам матерям щодо виховання дітей, і т. п. Проте є чимало жінок, що уже визначилися в ділянках публіцистики, репортажу, фейлетонів у такій мірі, що займають рівнорядне місце з колегами чоловічої статі. Найбільше встигли прокласти собі дорогу до журналістичної праці англійські та американські жінки. Так, напр., уже 1925 р. в Америці з числа 34.197 журналістів взагалі було 5.730 жінок, себто 16,7%.

Слід додати, що наша молода журналістика знає також декількох жінок, як, напр., Наталію Кобринську, Олену Ніцілку і ін., що залишили на її сторінках своє славне ім'я.

Запити.

1. В яких напрямках слід розвивати журналістичну обдарованість?
2. Чи можуть і як саме впливати інтереси видавців часопису на правдивість інформацій?
3. Які обов'язки шеф-редактора і які вимоги ставляться до нього?

x За порушення пресового закону і розпоряджень цензури відповідає перед судом і адміністрацією відповідальний редактор.

Лекція четверта.

МАТЕРІАЛЬНЕ І ПРАВНЕ СТАНОВИЩЕ ЖУРНАЛІСТІВ.

Платня. Забезпечення на випадок хвороби і смерті. Робочі години. Відпустки. Право на зривання договору при зміні напрямку часопису. Матеріальне й правне становище українського журналіста.

Поняття "журналіст" досі не знаємо однозначного визначення в правознавстві. Так, напр., в Югославії за журналіста вважається особа, яка стало працює в редакції, як редактор, репортер або рисівник. Чехословацький закон з дня 3 липня 1936 р. про робітні умови редакторів дає таку дефініцію редактора /назва "редактор" прикладається тут до кожного сталого журналіста аж до хронікера включно/: "редактори це є ті працівники часописного або кореспонденційного підприємства, які мають своїм головним покликанням провадити духову чинність з тою метою, щоб думки - свої чи чужі, - виявлені в слові або ілюстрації, вийшли друком в редакційній частині часопису". Отже згідно з тою дефініцією, за журналістів не вважаються секретарі редакцій, сторонні співробітники, перекладачі, стенографи та переписувачі на машинці.

В деяких державах законом встановлено, хто саме може бути журналістом. Так, в Німеччині законом з дня 4 жовтня 1933 р. встановлено, що журналістом може бути, хто 1. має німецьке громадянство; 2. не є позбавлений громадянських прав; 3. є арійського походження і не є одружений з особою неарійського походження; 4. досяг 21 року життя; 5. є правоздатний; 6. має фахову практику; 7. має властивості, яких вимагає завдання духового впливу на громадянство. Допущення до журналістичного фаху уділяється на прохання записом до списку журналістів. Списки ті ведуться у краєвих союзах преси. Про запис вирішує провідник краєвого союзу, але він не сміє уводити до списку того кандидата, проти якого має заперечення міністр пропаганди.

В Італії королівським декретом з дня 28 лютого 1928 р. встановлено, що до виконання журналістичних функцій допускається той, хто є внесений до списку журналістів. Список складає кожний повітовий фашистівський синдикат журналістів. Список має три розділи. До першого розділу вносяться ті, хто бодай 18 місяців виконував журналістичну працю. Вони є звичайні журналісти /професіонали/. До другого розділу списку вносяться практиканти, себто ті, що не мають 21 року життя та не мають 18-місячної журналістичної практики. Накінець, до третього розділу належать ті, хто поруч з плачевою журналістичною працею, мають ще інший заробіток.

Щодо Союзу Східно-західних Соціалістичних Республік, то там існує пресовий монополія; політична преса є уніформована, бо статті до всіх часописів диктуються радіотелефонічно з Москви, а ідеологічно преса підлягає центральному комітетові комуністичної партії.

Матеріальне становище журналістів у старовину було не дуже за-видним. Поліпшення того становища почалося від того часу, як журналісти почали об'єднуватися в професійних організаціях, що ставили своїм завданням домогтися від видавців часописів більшої винагороди за журналістичну працю та урегулювання умов самої праці. Завдяки колективним договорам між професійними організаціями журна-

дістів і видавців пощастило журналістам багатьох держав значно підвищити свій матеріальний добробут. Згодом повстала Міжнародна Федерація Журналістів, яка теж дбає про поліпшення матеріально-го і правового становища журналістів, що входять до її складу за посередництвом своїх центральних організацій, як членів тої Федерації. 1927 р. Міжнародна Федерація Журналістів перевела анкету серед своїх членів щодо колективних договорів і висліди тої анкети оголосила спеціальною публікацією.

Як видно з тої публікації, система місячної платні, все більше поширюється, але все ще зберігається в деяких редакціях система оплати журналістичної праці від кількості рядків або кількості статей, замовлених редакцією, не менше 12 сант. В більшості договорів мінімальна місячна платня визначається в прилозі до самого договору, бо розмір платні може підлягати змінам від часу до часу, тоді як інші умови договору мають сталий характер. В деяких державах встановлено періодичне підвищення платні журналістів у залежності від років служби в редакції, - напр., в Італії є три додатки через кожні п'ять років.

Найбільшу платню дістають американські журналісти, але й вони стоять лише на середньому щаблі в порівнянні з платнею інших категорій інтелектуальних робітників. Так, напр., журналіст, що 4 роки студював журналізм на одній з журналістичних шкіл, дістає після 5 років служби в редакції 50-60 доларів тижнево.

В Англії найбільше плаченими є лондонські журналісти. На провінції англійський журналіст не рідко дістає платню меншу за ту, яку дістає складач, що саме складає в друкарні його рукопис.

Маже в усіх договорах журналіст забезпечується - звичайно через каси хворих та пенсійні установи - на випадок хвороби чи якого нещастя, старости, а також смерті. Визначені вкладки до каси хворих і пенсійних установ виплачують почасти журналісти, а почасти видавці часописів. Щодо забезпечення на випадок хвороби, те, напр., в Італії журналіст має право діставати повне утримання протягом 3-х місяців, а надалі в половинній частині також протягом 3-х місяців, після чого збільнюється з посади, але дістає певне відшкодування.

Вкажу до речі, що чехословацький закон про робітні умови редакторів передбачує виплату журналістові утримання найдалі протягом 6 місяців у тому випадку, коли журналіст є позбавлений свободи за переступ, приводом якого був зміст часопису.

Розмір пенсії журналістам залежить як від розміру останньої його платні, так і від кількості років служби. Напр., в Крославії після 10-літньої служби пенсія є рівна 40% платні, а за кожний дальший рік служби додається 3% платні, так що після 30-х років служби пенсія є рівна повній платні журналіста.

Переходячі до інших умов колективних договорів, зупинюся насамперед на визначенні годин праці для журналістів. Напр., в Англії вимагається від журналіста не більше 44-х годин тижнево. В австрійському договорі встановлюється максимум 42 години тижнево для журналіста, що працює в редакції ранішнього часопису, і 36 годин - для журналіста, що працює в редакції вечірнього часопису. Нічна праця оплачується вище, ніж денна. За нічну працю вважається час між 8 год. вечора і 6 год. ранку.

Всі договори забезпечують журналіста відпочинком впродовж одного цілого дня тижнево. В Англії, а також в інших державах, журналіст дістає ще, крім одного цілого дня /звичайно це буває неділя/, південний відпочинок тижнево. Якщо журналіст має в суботу збільшену кількість годин у зв'язку з випуском недільного числа часопису,

то він дістає ще один вільний цілий день. Взагалі в більшості договорів згадується про те, що праця поверх визначених годин має компенсуватися або грошима, або вільними годинами.

Кожний журналіст має раз на рік відпустку на час від 2-х до 6-ти тижнів - в залежності від того, як довго він працює в редакції. Так, напр., в Австрії журналіст після 6-ти місяців служби має право на місячну відпустку, а після 10 років служби - на 6 тижнів. Чехословацький закон про робітні умови редакторів встановлює, що журналіст який працює в редакції щоденника 6 місяців, має право на 2-тижневу відпустку, а після року служби відпустка триває 4 тижні.

Правне положення журналіста забезпечується тим, що звільня його з посади може статися лише тоді, коли він дістав попередження бодай за 3 місяці. В Югославії видавець може зірвати договір без попередження і без виплати журналістові відшкодування в тому випадку, коли журналіст зробив шкоду інтересам і престижу часопису, але, з другого боку, журналіст також може зірвати договір без попередження, якщо видавець примушує його до праці, яка понижує його особисту чи професійну честь.

Кожна сторона - журналіст і видавець - має право, якщо вона пошкоджена зриванням договору, на відшкодування. В Югославії журналіст має право в таких випадках на 3-місячну платню і відшкодування, яке рівняється стількиразовій місячній платні, скільки років служив він поверх 10 років.

Взаємні права журналістів і видавців забезпечуються договором в той спосіб, що видавець гарантує журналістові свободу сумління, а журналіст гарантує видавцеві збереження традиції часопису.

Коллективні договори, як бачимо, зачіпають надзвичайно важливе питання про охорону сумління журналіста. Справді, праця журналіста часто йде за його підписом і взагалі стоїть в найтіснішому зв'язку з його особистістю. Отже зміна напрямку часопису може цілковито розійтися з сумлінням журналіста, який дотепер працював у тому часопису. Коллективний договір передбачає право журналіста зірвати договір, коли журналіст не уявляє для себе можливим продовжувати надалі свою участь в часопису через зміну ідейного напрямку часопису. Напр., югославський договір в такому випадку визнає за журналістом право негайно залишити працю в редакції. Чехословацький закон про робітні умови редакторів також визнає за важливий привід для журналіста зірвати договір, якщо сталася така зміна в засадничому напрямку часопису, при якій він не визнає гідним для своєї честі далі працювати в тому часопису. Так само журналіст не може бути передчасно звільнений за те, що відмовився задовольнити вимогу видавця, якщо вона загрожувала честі журналіста.

Всі суперечки, які виникають на тлі колективного договору, мають вирішуватися паритетною комісією, яка може бути постійною або утворюватися для даного випадку. В Англії паритетна комісія складається з 3-х делегатів кожної сторони.

Про матеріальне становище українських журналістів не доводиться багато говорити: український журналіст завжди оплачувався эле, насамперед тому, що часописи не мали великого тиражу, так що назагал не давали їхнім видавцям особливих прибутків; навпаки, часто густо видавці багато докладали з своєї кишені на покриття дефіциту, а, по-друге, українські журналісти працювали більше з ідейних, ніж матеріальних міркувань. Пригадалилише, що навіть Сергій Бфремов, що жив виключно літературною працею, заробляв 1909 р., як пише про це Б. Чикаленко в своїйому "Щоденнику" - 50-75 карбованців на місяць, не більше: "Добре, - пише Б. Чикаленко, - що він /С. Бфремов/ нежонатий, живе аскетом, а чоловікові з родиною на такі гроші прожити не можна".

Правда, так було 30 років тому, але й до останнього часу матеріальне забезпечення українського журналіста було значно нижче екзистенц-мінімуму для пересічного українського інтелектуального робітника. Ілюстрацією бідолашної долі українського журналіста наших днів може служити - безперечно, автобіографічний - фейлетон Галактіона Чіпеи "Виїзд на свята" /див. різдвяне число "Діла" за 1937 р./ про те, як Г. Чіпка збирався виїхати з своєю родиною на пару днів зі Львова на провінцію до приятеля, що дуже гаряче запрошував їх всіх до себе. Коли з'ясувалося після підрахунків, що подоріж та коштуватиме якихось 60 золотих, то Г. Чіпка відклав свою мрію про відпочинок і написав приятелеві, що занедужав і, здається, проведе свята в ліжку. Єдиною втіхою Г. Чіпці було те, що всеж Різдво відбудеться дома не по-буденному: є кава і чоколядки, що їх збирався він повезти в подарунок приятелеві, який так принадно запрошував його до себе.

І вже зовсім нема чого говорити про правне становище українського журналіста, бо не мав він жадних прав, крім одного: права на державний харч у в'язницях, де особливо частенько доводилося висиджувати редакторам українських часописів у царській Росії.

Запити.

1. Хто може бути в Німеччині журналістом і який там порядок про вступ до журналістичного фаху?
2. Як забезпечує колективний договір журналіста на випадок хвороби, старости і смерті?
3. Як забезпечує колективний договір сумління журналіста?

Лекція п'ята.

ПРОФЕСІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ І КЛУБИ ЖУРНАЛІСТІВ.

Професійні організації журналістів і різних країнах.
Міжнародна Федерация Журналістів. Клуби журналістів.
ПЕН-клуб. Світовий Пресовий Конгрес в Кельні. Профе-
сійні організації українських журналістів.

Журналістичні професійні організації, що існують тепер, здається у всіх країнах, різняться між собою не лише завданнями і внутрішньою своєю структурою, але й тим, що в одних країнах участь журналістів у певній професійній організації є обов'язковою, тоді як в інших країнах участь журналіста в професійній організації залежить від його доброї волі.

В даній лекції маю намір подати короткі відомості про професійні організації журналістів у деяких країнах, - як у великих, так і малих.

В А м е р и ц і є декілька журналістичних професійних організацій, але нема організації, яка об'єднувала б їх до купи, - бодай так справа стояла до 1935 р., як твердить про це J. Kouzelka в своїй праці "Anglosasky tisk". Деякі організації американських журналістів входять до складу Американської Федерації Праці, де їх залучено до друкарської секції.

Найбільше професійною організацією американських журналістів є "The American Society of Newspaper Editors"; це товариство повстало 1922 р. До того товариства можуть вступати лише шеф-редактори і політичні журналісти тих часописів, що видаються в містах з населенням понад 50 тисяч мешканців. Згадана організація ухвалила сім правил журналізму, які визначають відповідальність журналіста, застерігають пресову свободу, вимагають незалежності журналіста, а від нього самого широти, правдолюбності, точности, діловитости, пристойности й чесности. Хоч те Товариство не може похвалитися кількістю своїх членів, щоб було органом професійного авторитету, все ж воно сприяло, як свідчить Я. Куделка, виробленню певних основ американського журналіста.

В А н г л і ї уже в другій половині 18 ст. існували журналістичні професійні організації. Англійські журналісти в більшості своїй об'єднуються тепер в "Національній Унії Журналістів" ("National Union of Journalists"), що повстала в Лондоні 1906 р. В 1906 р. Унія мала поверх 6 тисяч членів, себто об'єднувала в собі понад 90% всієї кількості англійських журналістів. Органом Унії є місячник "The Journalist". Незначна кількість англійських журналістів об'єднується в організації "Інститут Журналістів" ("The Institut of Journalists"), який вважається за зовту організацію.

Національна Унія Журналістів 1921 р. прийшла до згоди з центральними професійними організаціями видавців часописів щодо встановлення певних умов праці і винагороди журналістів. Унія також бореться за незалежність сумління журналіста, про що уже була згадка в першій лекції, де мова йшла про виступ Унії проти сенсаційної преси.

В Б о л г а р і ї перша спроба заложити професійну організацію журналістів припадає на 1905 рік, але засновання організації сталося лише 1907 р. Балканська, а потім світова війна тяжко від-

билися на розвитку діяльності журналістичної організації, і тільки від 1922 р. вона змогла як слід розпочати свою діяльність та виступити з домаганням свободи преси.

Професійна організація болгарських журналістів видає декілька разів на рік свій орган "Часопис часописів", який виходить у світ лише тоді, коли підряд збігаються два свята, - напр., на Новий рік, П'яздво, Великдень. Тираж його - обсягом від 8 до 48 сторінок - вносить 15-50 тисяч примірників, ціною 2-5 левів за примірник. Спеціальний закон встановив, що ніякий інший часопис не може виходити в ті дні, коли виходить у світ "Часопис часописів".

Організація болгарських журналістів розпоряджає двома фондами - пенсійним і на випадок будь-якого нещастя. Фонди ті поповнюються прибутками як з видання свого органу, так і з свого підприємства - єдиної експедиційної фірми в Болгарії - "Стрела". Законом встановлено, що жадне інше товариство не сміє в Болгарії займатись поширенням часописів. Той, хто хоче заснувати новий часопис, мусить стати членом товариства "Стрела".

Слід також вказати, що болгарські журналісти здобули недільний відпочинок та видачу двічі на рік винагороди в розмірі місячної платні щоразу.

В І т а л і ї журналісти були об'єднані в повітових синдикатах журналістів. На чолі синдикату стоїть управа, яку іменує міністр справедливости за згодою міністра корпорацій, але перед тим синдикат подає міністрові справедливости два кандидатські списки на членів управи синдикату. Журналісти підлягають синдикатам в дисциплінарному відношенні. Якщо управа синдикату викреслить журналіста за певну його провину зі списку журналістів, то той журналіст позбавляється права займатись журналістичною працею на території цілої Італії.

Видавці часописів також об'єднуються у синдикати видавців. Між синдикатом журналістів і синдикатом видавців 1928 р. складено колективну умову, яка має публічноправну силу. Договори, в яких визначено гірші умови за тих, що їх встановили обидва синдикати 1928 р., не вважаються за дійсні.

Італійські журналісти мають різні матеріальні вигоди, - напр., для них створено в Римі посередницьке бюро праці, визначено 75% знижки на залізницях і пароплавах, і т. п.

В Н і м е ч ч и н і журналісти законом з дня 4 жовтня 1933 р. були підпорядковані Державному Союзові німецької преси, який був корпоративною публічною установою; місцем осідку Союзу - Берлін. Міністр пропаганди іменує провідника Союзу, а провідник призначає собі довідчий збір. Державний Союз німецької преси має на меті: 1. відкривати для журналістів заклади, які допомагали б їм у фаховій підготовці і дальшій освіті та дбали б про їх соціальний добробут; 2. подавати урядам свої думки; 3. брати участь при виготовленні договірних умов між журналістами і видавцями часописів; 4. посередничати в погодженні суперечок між журналістами на бажання одної сторони та виносити мирові присуди, якщо приступлять до мирового суду обидві сторони; 5. удержувати журналістичні суди.

Журналістичні суди мають своїм завданням стояти на охороні журналістичної професії. Першою інстанцією журналістичного суду є повітовий суд, другою інстанцією є судова пресова палата в Берліні. Журналістичні суди покликані вирішувати справи, що їх визначено в параграфах 13-15 вище згаданого закону. В тих параграфах /13-15/ вказано, що саме не сміє журналіст містити в часопису, а власне: 1. те, що змішує еґоїстичні цілі з загально-корисними в такий спосіб, який може звести публічність в облуду; 2. те, що мо-

гло б ослабити силу німецької держави назовні чи всередині, спільну волю німецького народу, німецьку міць, культуру чи господарство, або могло б образити релігійні почуття інших; 3. те, що порушує честь або гідність німців; 4. те, що протизаконно порушує честь або добро іншого, шкідить його репутації, ставить його на сміх чи зневагу; 5. те, що є з інших міркувань проти добрих звичаїв.

Журналісти повинні виконувати своє покликання сумлінно, а своєю поведінкою доказувати, що вони є гідні тої поваги, якої вимагають. Отож мусять вони уникати, напр., газардової гри, піяцтва, бешкетів і т. п.

Журналістичний суд може визначити три карі: 1. пересторогу, 2. пеню аж до височини місячної платні, 3. скреслення зі списку журналістів, що позбавляє покараного журналіста права виконувати надалі журналістичну працю та називатися журналістом.

Журналістичні суди складаються з голови /ним може бути лише правник/ і засідателів, - всіх їх іменує міністр пропаганди.

В Ш в а й ц а р і ї центральною професійною організацією є "Association de la Presse Suisse", заснована в Женеві 60 років тому. В тій Асоціації є коло 800 членів. Ріжними договорами Асоціації зі Союзом видавців преси досягнуто з бігом часу сприятливих умов журналістичної праці.

Крім феєдеральної організації, журналісти Швайцарії мають ще кантональні і міські організації. В Женеві є також організація, що об'єднує в собі швайцарських і чужих журналістів, - це є "Cercle de la Presse" /"Клуб преси"/, а при Союзі Народів є акредитована організація журналістів - "Association Internationale des Journalistes accrédités apres la Société des Nation". Некінець, там же, в Женеві постійні кореспонденти закордонних часописів заклали організацію "Association de la Presse Etrangere". Всі ці організації мають на цілі захищати професійні інтереси та плекати між журналістами взаємні зносини.

В кол. Ч е х о с л о в а ч ч и н і за останній час було декілька центральних журналістичних професійних організацій: чехи і словаки мали "Syndikat ceskoslovenskych novinaru", "Spolek ceskych žurnalistu", "Jednota ceskoslovenskych novinaru", німці - "Reichsgewerkschaft", а мадяри - "Унію мадярських журналістів". Найбільшою організацією був "Синдикат чехословацьких журналістів", що був заснований 8 квітня 1911 р. Отож синдикат чехословацьких журналістів має право святкувати 1936 р. свій 25-літній ювілей. Кількість членів Синдикату 1938 р. доходила до 1000 осіб. Зі звіту Синдикату за 1936 р. видно, що членських вкладок вступило 146.349,40 к., інших поступлень - 100.422,34 к., а залишилося в касі на 1 січня 1937 р. 215.438,40 к. Синдикат був членом Міжнародної Федерації Журналістів, видавав свій орган, розпоряджав фондом для допомоги безробітним журналістам та благодійним фондом ім. Масарика. Члени Синдикату користувалися ріжними вигодами, - напр., знижкою на залізницях, в багатьох крамницях одягу, взуття і т. п., мали право на безплатне приміщення в деяких курортах Чехословаччини, і т. д. Синдикат робив спробу скликати в Празі зїзд словянських журналістів для створення Союзу словянських журналістів, але спроба та була безуспішна.

В Чехословаччині, як і в деяких інших державах, - напр., в Польщі, - не було такої установи, яка мала б своїм завданням контролювати, оскільки та особа, що вступає в коло журналістів, має відповідну кваліфікацію з морального боку. Отож Синдикат і інші професійні організації журналістів у Чехословаччині не раз піднімали

клопотання перед урядом про створення Журналістичної Палати ("Novinarska komora"). Це питання гостро повстало в останніх роках в зв'язу з скандальним судовим процесом, героєм якого був редактор москвофільського гумористичного часопису "Ку-ку" /виходив у Мукачеві російською мовою/: редактор вимагав від одного професора мукачівської гімназії 600 корон в нагороду за те, що не пустить до друку статті, скерованої проти нього... Але Журналістичної Палати і досі нема.

На початку березня 1939 р. всі чеські журналістичні професійні організації злучились в одну - "Narodni svaz novinaru" /"національний Союз Журналістів"/.

Слід також вказати, що в Празі за добу Чехословацької республіки була ще одна професійна організація, яка об'єднувала закордонних кореспондентів, - це була - "Association de la Presse Etrangere a Prague".

Щоб покінчити огляд професійних організацій в кол. Чехословаччині, згадаю, що в 1923 р. була спроба утворити в Ужгороді "Товариство слов'янських журналістів", як місцеву професійну організацію журналістів-співробітників чеських, українських і російських часописів; але з тої спроби також нічого не вийшло.

Уже була згадка про Міжнародну Федерацію Журналістів. Повстала вона 1926 р. в Парижі. До складу Федерації входять центральні журналістичні професійні організації багатьох країн. Федерація на своїх з'їздах обговорює такі важливі питання, як питання про свободу преси, колективні договори, авторське право журналіста та співпрацю преси з радіо і т. п.

Досі була мова про участь журналістів у професійних організаціях, що ставлять своїм завданням сприяти поліпшенню головного матеріального, правного і соціального становища журналістів. Але журналісти об'єднуються ще в інших організаціях товариського характеру. Там вони сходяться для товариських розмов і забав. Так повстали в багатьох країнах журналістичні клуби, що зуміли подекуди зайняти поважне місце серед культурно-суспільних установ. Особливи Катерини А. Скотт. Метою того клубу було створити спочатку в Лондоні, а потім і в інших осередках суспільний центр письменників усіх національностей. Клуб об'єднує в собі поетів, есеїстів^x і новелістів, відсіль і назва того клубу в скороченні за першими літерами тих груп, які він об'єднує, - П.Е.Н., крім того англійське слово "pen" означає перо, так що ПЕН-клуб є клуб робітників пера. ПЕН-клуб скоро знайшов загальне признание і в останній час він мав 52 філії в 40 країнах. Щорічно ПЕН-клуб відбуває свій з'їзд, поразу в іншій країні. Головою ПЕН-клубу від 1936 р. є французький письменник Жюль Ромен.

Накінєць, згадаю ще, що в днях 8-10 серпня 1928 р. відбувся в Кельні I-й Міжнародний Пресовий Конгрес, в якому брали участь представники науки журналізму, видавці часописів, журналісти і взагалі знавці часописної справи. Конгрес той обговорив, між іншим, такі доповіді: "Державний устрій та газета", "Роля видавця в газетній справі", "До питання про психологію читача газети", "Газета та бібліотека". На тому Конгресі було висловлено побажання, щоб щорічно відбувався Міжнародний Пресовий Конгрес, по можливості, в країні, де наука про журналізм уже добре стоїть, але, на жаль те побажання не переведено в життя.

Щодо українських журналістів поза межами Сов. України, то лише після світової війни триморглись вони на створення професійних організацій і то не стільки для боротьби за свої права /в Галичині під Польщею ця справа була безнадійна, а на еміграції - не ак-

^x/Есеїст - журналіст, що поперується нової літературної форми, саме, короткої статті, яка є на межі оповідання і філософічного нарису.

туальна/, скільки в інтересах товариського зближення, взаємної матеріальної допомоги та полагодження мирним шляхом суперечок, що виникають поміж товаришами по перу.

Перша професійна організація українських журналістів повстала на еміграції 1920 р., а саме - "Союз Українських Журналістів і Письменників на чужині" з осідком у Відні. Великою заслугою Союзу є те, що він був фундатором у Відні Українського Вільного Університету, який 1921 р. перенісся до Праги. Згодом і Союз переніс місце свого осідку до Праги /1925 р./, але незадовго припинив свою діяльність. 1932 р. повстала в Празі нова професійна організація українських журналістів, що поклала в основу свого статуту попереднього Союзу і залишила також його назву.

Діяльність відновленого Союзу Українських Журналістів і Письменників на чужині виявилася в організації низки публічних рефератів на громадсько-політичні і літературно-мистецькі теми, а також у виступах в чужій пресі - в різних справах загально-українського значення. До складу Союзу входили не лише ті українські журналісти і письменники, що перебували в кол. ЧСР, але й з інших країн, - Англії, Бельгії, Литви, Польщі, Румунії, Франції та Швейцарії.

Там же, в Празі, 1929 р. повстало "Товариство Українських Журналістів і Письменників", яке за час свого існування урядило декілька ювілеїв на честь своїх членів та влаштувало низку публічних рефератів на різні теми.

На українській землі, а саме в Галичині, вперше повстала професійна організація українських журналістів 1925 р., - це було "Товариство Письменників та Журналістів ім. Івана Франка" у Львові. Товариство особливо розвинуло свою допомогову діяльність на користь безробітних товаришів, вживаючи для цього тих прибутків, які воно діставало від улаштування щороку у Львові журналістичного балю. Заслугою Товариства було щорічне урядження конкурсу нових літературних творів, при чому авторам кращих творів, за оцінкою спеціальною журі, уділяло грошеві нагороди з тих пожертв, що їх збирало Товариство від українського громадянства спеціально для тої мети.

Крім згаданих тут організацій, були ще професійні організації українських журналістів у Парижі та в Ужгороді, але до публічного відома докладних відомостей про їхню діяльність не доходило, а тому й обмежуємося тут лише голою реєстрацією двох останніх організацій.

Залишається додати, що на сьогодні не існує ні у Львові, ні в Празі, ні в Ужгороді тих українських журналістичних організацій, про які тут була мова.

Запити.

1. На яких засадах збудовано професійну організацію журналістів у Німеччині та яка компетенція німецьких журналістичних судів?
2. В чому виявляється діяльність Синдикату чехословацьких журналістів?
3. Що таке є ПЕН-клуб та де й коли він повстав?

Лекція пошта.

ЕТИКА ЧАСОПISУ І ЖУРНАЛІСТА.

Приписи етики часопису, як витвору колективу. Приписи етики журналіста. "Шмок", як тип журналіста. Криптоніми і псевдоніми. Приклади порушення українською пресою приписів журналістичної етики.

Ми вже знаємо, як скомерціалізована преса намагається підпорядкувати усю журналістичну працю одному зверхньому принципу - бізнесу, та як цей стимул тяжку відбивається на характері журналістичної праці. Все ж дух і тут перемагає матерію, бо скомерціалізована преса, використовуючи усі модерні технічні засоби, ставлячи видання часопису, як комерційне підприємство, не може не рахуватися з тим, що читач вимагає від часопису не лише звісток про події, але й освітлення тих подій. Отож виступає на кін друге, більш важливе завдання часопису - впливати на створення суспільної думки, щоб тим самим впливати й на хід суспільного життя.

Вплив часописів на читачів, як ми знаємо, може бути добрий і може бути злий, - це залежить, головне, від індивідуальності журналіста, а не лише від його таланту, здібностей і пильності. Журналіст мусить вірити в те, що пише, мусить усвідомити собі моральну відповідальність за кожне слово, за кожную думку, а не жонглювати думками, як той журналіст Шмок, що його обезсмертив німецький письменник Густав Фрайтаг /1816-1895/ в своїй комедії "Журналіст". Шмок пише на всі боки, не маючи жадного переконання: сьогодні з великим патосом буде відстоювати думку, яку завтра з неменшим патосом буде заперечувати і навіть ганьбити. Таким "Шмоком" може стати кожний журналіст, якщо не має в собі тої внутрішньої сили, якою мусить перейнятися уся його журналістична праця. Тою силою є високі моральні засади та прагнення наблизитися до абсолютної правди.

Нерідко доводиться чути, що журналіст не має часу заглиблюватися в справу, яку обговорює на сторінках часопису, до тої міри, щоб розбиратися в тому, яка саме з численних релятивних правд найбільше наближується до абсолютної правди: на перешкоді стоїть, мовляв, самий характер журналістичної праці, - вічний поспіх і надмірне напруження нервів. Так, це є правда, але теж релятивна. Не треба забувати, що до послуг сучасного журналіста є більше добрих і надійних помішників, ніж їх мав давній його колега: до послуг сучасного журналіста є телеграф, телефон, радіо, енциклопедичні словники, різні підручники книжки і т. п., але часто-густо бракує йому тої внутрішньої сили, про яку було мова, бракує свідомості того, що слово має служити правді і лише правді, а не бути об'єктом продажу "гуртом і вроздріб", бракує йому волі додержувати певних приписів журналістичної етики.

Як кожна ліберальна професія в процесі своєї щоденної праці утворює звичаєві моральні приписи, які з бігом часу складають те неписане право, що *facito consensu* /за мовчазною згодою/ переходить від одного покоління до другого та бережно зберігається кожним членом тієї ж професії, - так і всесвітня практика журналістів виробила цілу низку етичних приписів, які служать неписаним законом для журналіста.

Не треба забувати, що модерний часопис все більше стає витвором анонімного колективу, а тому, на мій погляд, повстає потреба обгово-

рвати нарізно етику часопису, як витвору колективної волі, і етику журналіста. Зрозуміла річ, що етика часопису покладає відповідальність за порушення її принципів не цілий колектив, для якого єдиною карою є моральний осуд, тоді як етика журналіста знає, крім морального осуду, інші карі, що їх має право накладати на винного професійна організація журналістів.

Тут роблю спробу, на основі приступного мені матеріялу і деякого досвіду в журналістичній справі, подати короткий огляд моральних принципів, що уже більш-менш увійшли в традицію світової журналістичної етики, при чому зауважую, що сама класифікація принципів - в порядку їх важливості - носить чисто суб'єктивний характер.

Е т и к а ч а с о п и с у вимагає:

1. Служити інтересам свого народу, якщо часопис не в організмі космополітичної чи міжнародної організації.

Отже перший принцип засуджує, т. зв., рептильні часописи, що за гроші служать чужим інтересам.

Як уже згадувалося раніш, і наша журналістика прогрішила в цьому відношенні, бо мала декілька "хрунівських" часописів.

2. Не замовчувати правди.

Бувають часи, коли не чути голосу парламенту, коли не сміють забирати голос політики, - тоді преса мусить говорити за тих, хто говорити не може, не сміє або не хоче.

Українська преса назагал стійко додержувалася цього принципу, наражаючи себе на всілякі репресії з боку влади - чи то російської, чи то польської, чи то румунської, чи якої іншої. Досить згадати тут сміливий виступ "Нової Ради" в Києві зі статтею С. Бфремова в день приходу до Києва муравйовських військ.

3. Мати сталу програму, перейняту певною ідеєю, а не міняти з дня на день свої погляди на ту саму справу, бо така екілібристична думка лише дезорієнтує читальницьку масу.

4. Не притягати передплатників такими засобами, як лотерія, асекурація і т. п.

За прикладом англійських і американських часописів почали були просовуватися ті засоби і в нашу пресу, але, на щастя, то були лише одиничні випадки.

5. Бути чесним в боротьбі зі своїм партійним противником чи конкурентом.

На жаль і цей принцип порушувався нашою пресою. Деякі органи не гідували жадним засобом в боротьбі зі своїм політичним противником. Немає, здається, в нашому лексиконі того лайливого слова, якого не було б ужито в полеміці одного часопису проти другого, йому ворожого. І деякі з тих органів настільки удосконалилися в цій галузі "літератури", що здобули собі дійсно невмирущу славу.

Словесна боротьба часописів іноді стояла на межі карного злочину. Досить згадати тут про те, як одна українська газета вмістила у себе провокаційну статтю на адресу "Українського Вісника" /у Львові/, наслідком чого сталося те, що "Український Вісник" було заборонено видавати. Або - декілька українських газет солідаризувалося з наказом львівської поліції у виступі проти збірки в день 1 листопада /1923 р./ на українську пресу...

6. Не передруковувати статей чи заміток з іншого часопису без позначення його назви.

В цьому грішать безліч часописів багатьох країн. Ось цікавий приклад. Якось чеський часопис "A-Zet" навмисне надрукував вигадану звістку, але другого дня ту звістку передрукували її часописи та ще й до того більшість з них з своїми прикрасами, не подаючи першого джерела.

В зв'язку з цим питанням повстає також питання про авторське право журналістів, але це питання залишається досі не вирішеним.

Наша преса також залюбки передруковує статті без зазначення джерела і, зрозуміла річ, без жадної винагороди авторів тих статей.

7. Не розкривати за життя автора його криптоніму чи псевдоніму, якщо вони не набули, так мовити, прав громадянства нарівні з дійсним прізвиськом автора.

Як відомо, криптоніми і псевдоніми особливо часто вживаються в пресі, як у чужій, так і в нашій. В умовах царської російської цензури багато українських журналістів мусіли прикривати свої прізвиська криптонімами чи псевдонімами. І хоч часто ті криптоніми й псевдоніми були секретом полішинеля, все ж розкривати їх за життя автора вважалось за негідний вчинок, так що навіть Головне Управління в справах друку не мало права домагатися розкриття псевдонімів, і тільки міністр внутрішніх справ мав сумнівний привілей домагатися розкриття псевдоніму, але тоді - така вже встановилась практика як в українських, так і в російських часописах, - авторство інкримінованих статей приймав на себе відповідальний редактор.

Розкриття псевдонімів за життя автора може бути ділом бібліографів, але оголошення своїх розвідок мусять вони відкласти до того часу, коли розшифрований автор покінчить усі свої земні рахунки... На жаль, і в цьому відношенні прогрішили деякі українські періодичні органи.

8. Не містити в часописі рецензій на власні видання того самого часопису.

Зрідка були випадки порушення цього припису і в нашій пресі.

9. Не давати в редакційній частині часопису місця таким статтям і заміткам, які носять рекламний характер в інтересах будь-якої особи, установи чи торговельної фірми.

Справедливо зауважує автор одної чеської газети, що хто хоче собі робити рекламу, нехай за неї заплатить, як за інсерат. Передплата на часопис також не дає права передплатникові на вміщення особистого тексту в редакційній частині часопису.

Е т и к а ж у р н а л і с т а в и м а г а є :

1. Не жонглювати своїми переконаннями та поглядами.

Журналіст зростає з своїми переконаннями, його праця занадто зв'язана з його особистим "я", щоб він міг легко переходити від одного часопису до другого, що заступає інший напрям. Тільки журналіст типу Імока є готовий кожної хвилини пристати туди, де він сподівається дістати більші матеріальні вигоди та задовольнити свою низькопробну чванливість.

Наша преса, на жаль, знає також українських Імоків, що перекидалися з одної партії до другої, цілковито протилежної, з безбожників ставали редакторами органів греко-католицького єпископа.

2. Комбінувати факти, себто збирати факти у цілість, а не вигадувати їх, хоча б вигадка й була корисна для часопису з комерційного боку.

Як відомо, журналісти чужої преси особливо часто порушують цей припис, може, тому, щоб догодити своїм видавцям, бо, як висловився один віденський видавець, про вигадану справу можна писати двічі: вперше, коли часопис подає вигадку, а вдруге, коли її споростовує.

3. Не вживати аноніму, криптоніму чи псевдоніму у тих випадках, коли мова йде про критику тої чи іншої особи.

Справді, хто має відвагу іншого критикувати, - а нерідко навіть ганьбити, - той нехай має сміливість взяти на себе самого відпові-

дальність за ту критику чи зганыблення, а не прикриватися крипто-німом чи псевдонімом та ховатися за спину відповідального редактора, якщо справа доходить до суду.

Отож не може бути місця анонімам, криптонімам і псевдонімам в таких відділах часопису, як кореспонденції, рецензії, критика літературна і мистецька, бо кореспондент і критик говорять у своїх статтях і замітках від свого імени, а не ймям колективу.

В останній час все більше дебатуються в пресі питання про те, чи не слід ліквідувати, де тільки можна, оте "анонімство", під охороною якого журналіст не почуває себе особисто відповідальним перед громадянством за те, що пише і як пише, бо, мовляв, папір усе знесе. Прихильники думки про необхідність скасування "анонімства" вказують на те, що модерний часопис і без того має багато суто анонімного матеріалу, - телеграми і звістки різних агентур, інформації радіостанції і т. п. Скасування "анонімства" статей і заміток, на їх думку, спричиниться до індивідуалізації журналістичної праці, підніме її рівень, а, головне, спонукає журналіста відчувати себе відповідальним за свою працю.

Всі ці міркування є досить переконуючі, але, з другого боку, мають подекуди рацію і ті опоненти, які твердять, що часопис все більше стає виразником думки колективу його співробітників, а тому стаття чи замітка з підписом автора могла б вважатися за плягіят, якщо вона є підсумком думок цілого колективу.

В кожному разі залишається незаперечним, що анонімна критика, рецензія, а в деяких випадках і кореспонденція, є недопустима річ.

Наша преса також іноді порушувала і порушує цей припис, а також зне випадок, коли анонімний кореспондент, що допустився в своїй кореспонденції свідомої неправди, не мав відваги з'явитися на суд, щоб взяти на себе вину за пасквіль, а мусів за нього прийняти на себе вину Богові духом винний відповідальний редактор, як про це пише Б. Чикаленко в своїому "Щоденнику".

4. Не подавати того самого матеріалу чужій редакції, бо це утворює небажану конкуренцію між часописами.

Колективні договори звичайно зазначають окремим параграфом, що журналіст може виконувати в іншій редакції працю аналогічну тій, яку виконує в даній редакції, лише за дозволом свого підприємця.

В таких головних рисах можна встановити приписи журналістичної етики.

З поданих тут прикладів порушення українською пресою приписів журналістичної етики видно, що й наша молода преса не убереглася піддатися впливу гіршої частини чужої преси.

На мій погляд, було б помилкою вбачати причину прогріхів нашої преси саме в її молодості, бо, як знаємо, і на старші чужі часописи не є бездоганні в цьому відношенні. Безперечно традиція є важливий чинник у створенні моральної атмосфери часопису, але ніщо не перешкоджає молодій пресі, що ще не має власної традиції, запозичити собі те, що уже зробила традиція кращої частини чужої преси. Думаю також, що одною з причин прогріхів нашої преси є відсутність авторитетної професійної організації журналістів, що стояла б на охороні етичних принципів журналістичної праці. Створити авторитетну професійну організацію журналістів міг би, на мій погляд, з'їзд українських журналістів, про необхідність скликання якого у Львові чи деінде я не раз забирав голос на сторінках "Діла". На жаль, різні обставини не сприяли реалізації тої пекучої потреби.

В кожному разі українська преса не сміє провадити свою працю "без стерня і без вітрил", памятаючи, що пресова справа, за висловом відомого англійського журналіста В. Стіда, "має діло з людською

душею і торгує людським цінностями". Отож повинність українського громадянства і насамперед українських журналістів є - подбати про те, щоб українська преса могла якнайповніше здійснювати якнайповніше здійснювати своє велике призначення.

Про те, що можуть зробити в цьому відношенні українські журналісти, була уже мова в попередніх лекціях, а про повинність українського громадянства щодо своєї преси буду говорити в одній з дальших своїх лекцій.

Запити.

1. Які можна встановити приписи етики часопису?
2. Які можна встановити приписи етики журналіста?
3. Чому не етично за життя автора розкривати його криптоніми і псевдоніми та в яких випадках журналіст не сміє прикриватися анонімом, криптонімом чи псевдонімом?

Лекція сьома

РЕДАКЦІЯ ТА ПОМІЧНІ ПРИ НІЇ УСТАНОВИ.

Шеф-редактор. Редакційні конференції. Вільні співробітники. Помічні установи: бібліотека, архів, музей, склад книг, фотографічне ательє. Редакційний апарат "Ради" і "Діла".

Редакція часопису є той апарат, який упорядковує зібраний для часопису матеріал та зводить його до цілості ще раніш, ніж пускає його для складання до друкарні.

Редакція часопису може бути одноособова і колективна; той, хто очолює редакцію, називається шеф-редактором, або, як у нас, головним редактором.

Кожна редакція має при собі певний контингент журналістів, що за свою працю дістають звичайно певну місячну платню на основі спеціального договору з видавцем. Зпоміж тих журналістів шеф-редактор вибирає собі декількох осіб, які стають відповідальними за той чи інший відділ часопису, - відділ закордонної політики, відділ внутрішньої політики, літературний, критичний і т. д. Завідуючі відділів називаються за кордоном звичайно редакторами, у нас - завідувачами відділів або референтами таких-то справ /референт закордонних справ і т. п./.

Другу категорію співробітників часопису складають вільні співробітники, - сталі і випадкові, - що дістають за свою працю звичайно гонорар з видрукованого рядка. Деякі часописи забезпечують своїх сталих вільних співробітників місячним фіксом, накладаючи на них обов'язок постачати редакції щомісячно чи тижнево умовлену мінімальну кількість статей.

В журналістичній літературі не так давно виринуло питання, чи не слід молодим журналістам відкрити доступ на посаду шеф-редактора, а не робити її монополією журналістів поважного віку. Не може бути заперечень проти твердження, що бувають випадки, коли молодий журналіст за декілька років здобуде стільки фахового і життєвого досвіду, скільки не здобуде старший за нього журналіст і за десятки років. Однак не треба забувати, що для шеф-редакторства мало одного фахового і життєвого досвіду: шеф-редактор мусить імпонувати цілою своєю індивідуальністю не лише редакційному колективу, але й громадянству, мусить бути розважним і тактовним, а всі ці властивості звичайно не є прикметою осіб молодого віку.

Так само недавно дебатувалося в журналістичній пресі питання про те, чи не є посада шеф-редактора задовою, - так мовити, п'ятим колесом до воза, - коли є колектив журналістів, з яких кожен відповідає за свій відділ часопису. Ми уже знаємо /див. 3-ю лекцію/, що обов'язки шеф-редактора не обмежуються зведенням до ладу редакційного матеріалу: шеф-редактор є аранжер часопису, себто, він один відповідає за однозгідний напрям часопису, подібно тому, як режисер вистави відповідає за суголосну гру артистів.

Але тут повстає питання, що слід розуміти під однозгідністю чи суголосністю часопису та яким засобом може досягнути її шеф-редактор при великій кількості співробітників часопису.

Суголосність часопису зовсім не виключає розбіжності думок в освітленні тої чи іншої справи, якщо тільки ті думки є цікаві і прямують до встановлення об'єктивної правди. Часопис може деколи

стаття на невирній шлях в оцінці певної особи чи явища, але часопис ніколи не сміє збочувати з тої основної лінії, яка мусить бути напрямною для всіх його співробітників.

З числа засобів до досягнення суголосности часопису все більшого признання знаходять в останній час такі два засоби: 1 - признання за журналістом права на свободу сумління; 2 - участь відповідальних журналістів у редакційних конференціях. Про перший засіб була уже мова в 4-ій лекції, а тому переходжу до визначення компетенції і порядку організації редакційних конференцій.

Редакційні конференції звичайно відбуваються щодня з участю шеф-редактора, його заступника /якщо він є/ і всіх завідувачів відділів. Звичайною програмою щоденних редакційних конференцій є: обговорення найголовніших подій біжучого дня, освітлення прогріхив останнього числа часопису та намічення плану чергового числа. Як справедливо зауважує проф. др. Е. Дюфіат, такі конференції усувають властивий кожному журналістові "ресортовий партикуляризм", себто, бажання захопити для свого ресорту по можливості усю газету. Тут завдання шеф-редактора є вирівняти претензії поодиноких журналістів, встановити взаємовідношення окремих ресортів у суцільній журналістичній праці та привести до однозгідного рішення. Такі щоденні конференції, хоч і відбуваються похалцем, дають почин новим ідеям, поборюють природну вузкість і егоїзм окремого ресорту, а натомість уможливають тимчасове сконцентрування уваги навколо справи, що є пекучим питанням дня.

На таких редакційних конференціях мають обговорюватися також господарські і технічні справи часопису з участю видавця чи його представника; у висліді таких спільних нарад може бути досягнуто бажаної внутрішньої єдности цілого часописного підприємства. Накінець на редакційних конференціях може провадитися обмін думок щодо читальницької маси, в наслідок чого кожний журналіст зможе використати досвід своїх колег у пізнанні читачів і їхньої психології.

Зрозуміла річ, що шеф-редактор не сміє на редакційних конференціях владним тоном накидати свої погляди і упередження підлеглому персоналу, але мусить залишитися, за висловом В. Стіда, "проводирем чотири ротів до послуг і лояльних друзів". Не можна оминати також важливого питання про взаємовідношення між редакцією і видавцем. Там, де поміж ними є певна однозгідність, редакція не знає, так мовити, перебоїв у своїй праці. На жаль, сучасна скомерціалізована преса не рідко звязує волю редакції в такій мірі, що редакція стає за іграшку усім примхам видавця. Так, напр., в деяких американських часописах заведено внутрішню цензуру, що складається з найдовірніших осіб видавця часопису. Ті довірники, з правилами зовсім невідомі ширькому загалу, щовечора появляються в редакції, де вони проглядають увесь матеріал, призначений до чергового числа, і безапеляційно вирішують його долю. Так другого дня виходить у світ "незалежний часопис", що містить в собі те, що проїшло через сито внутрішньої цензури.

В кожній редакції є ціла низка помічних установ, які виконують для редакції ріжну канцелярську і технічну працю. До таких установ належать: секретаріат редакції, бібліотека, склад кліш, фотографічне ательє, а при більших редакціях - архів і музей.

До складу секретаріату редакції входять секретар редакції, переписувачі на машинці, бухгалтер і т. д.

Секретар редакції не конче мусить бути журналістом, але мусить добре знати усю техніку журналістичної праці. Він знайомиться з поштою, яка надходить до редакції, веде листування в справах редакції та керує працею усіх службовців секретаріату редакції.

Про обов'язки кожного з них доповідається в курсі "Практичне часописознавство"; тут дозволю собі тільки додати, що в зв'язку з секретаріату редакції, між іншими численними завданнями, входить - щорічно складати історичний календар на наступний рік /ювілей визначних осіб і подій/, підбирати заздалегідь матеріал, потрібний для опрацювання статей на теми історичного календаря, а також складати бібліографічний покажчик статей і заміток, що їх розміщено в річниках власного часопису.

Склад кліш веде реєстрація кліш та дбає про збереження їх від іржі та інших ушкоджень.

Фотографічне ательє виконує для редакції потрібні їй знімки різних осіб, свят, вуличних маніфестацій і подій, робить репродукції і т. п.

Редакційна бібліотека насамперед мусить мати добре укомплектовану збірку підручних книжок, - різні енциклопедичні словники, інформаційні книжки, атласи, альбоми і т. п. В числі інформаційних книжок редакційна бібліотека звичайно має низку словників, що подають головні відомості про є у ч а с н и х визначних діячів на полі політики, науки, літератури, мистецтва, торгівлі, промисловості і т. п. Такі словники під назвою - "Хто то є" вперше вийшли в Англії та Америці, а тепер майже кожна європейська країна щорічно видає аналогічні словники щодо своєї країни. Так, є англійський і американський словник - "Who's who?", німецький - "Wer ist's?", італійський - "Chi è?", чехословацький - "Biografie" і т. д. В цих словниках подаються не лише біографічні відомості про дану особу, але й список літературних чи наукових праць, нерідко навіть відомості про те, в яких товариствах і клубах бере участь, чи займається спортом і яким саме, і т. п.

Деякі редакційні бібліотеки англійських і американських часописів налічують десятки тисяч томів книжок з різних галузів науки, літератури і мистецтва. Так, напр., редакція американського часопису дбає про те, щоб у редакційній бібліотеці була найголовніша література по кожному предмету, який тільки обговорює часопис. При будові і урядженні тої бібліотеки працювали найкращі бібліотечні спеціалісти. На поповнення бібліотек редакції вносять щорічно певну суму у свій кошторис, нерідко не меншу за ту, яку асигнують університети для своїх бібліотек.

Для поповнення бібліотек служать також ті книжки, що їх надсилають редакціям на рецензію автори та видавництва, при чому деякі редакції встановили такий порядок, що кожна книжка для рецензії має надсилатися в двох примірниках, з яких один іде на поповнення редакційної бібліотеки, а другий стає власністю рецензента.

Редакційні бібліотеки мають також великі збірки вирізок з різних газет і журналів; вирізки систематизуються за предметами і переховуються в окремих обгортках або салевих скриньках, при чому нерідко вирізки мають декілька дублікатів, які сортуються під різними гаслами. Увесь цей зібраний матеріал так упорядковано, що бібліотекар май можливість в декілька хвилин підшукати для журналіста потрібний йому матеріал.

Якщо редакція не дістає в обмін на свій часопис великої кількості інших часописів або не має коштів, щоб передплачувати їх, то вона може абонувати вирізки газет і журналів на бажані їй теми в одному з спеціальних бюро вирізок /такі бюро тепер є в головних центрах усього світу/. Вперше дійшов до думки робити ці вирізки з часописів і постачати їх зацікавленим в тому особам і установам француз Emile Boneau.

Спочатку він відкрив бюро вирізок під назвою "Lynx", у Парижі в 70-х роках минулого століття, а пізніше в Лондоні. Винаходець системи вирізок для абонаменту помер у Парижі 2 листопада 1936 р. в бідності, як і безліч інших винаходців.

Архів редакції зберігає від певного року листування редакції з співробітниками і різними особами та установами, фотографії визначних осіб зі всього світу, фотонегативи і т. п., а також протоколи редакційних конференцій і інші матеріали історичного значіння.

Музей редакції зберігає рукописи і автографи визначних співробітників часопису, їхні автобіографії та фотографії, портрети і фотографії головних редакторів часопису, групові фотографії редакції, унікати своєї і чужої преси, стародавні часописи, повні річники власного часопису за минулі роки і взагалі всі пам'ятки, які стосуються часописної справи.

В багатьох редакціях музей сполучується з архівом.

До речі згадаю тут про Міжнародний Пресовий Музей в Аахені. Заснував той Музей 1886 р. Oskar von Forckenbeck, який почав збирати пресу цілого світу /від половини 18-го століття/. Серед 165.000 чисел того Музею є надзвичайно рідкі примірники. Так, напр., після страшного вибуху вулькану Кракотоа 26 серпня 1883 р. вийшло єдине число часопису під назвою "Кракотоа" з закликом до всього світу про допомогу жертвам нещастя. Є також примірники часопису паризьких жебраків - "Journal de Medingots", що його редагує колишній нотаріальний урядовець, - до півдня займається редагуванням часопису, а після полудня віддається своєму фаху - жебрацтву.

Недавно заснований в Будапешті клуб оптимістів почав видавати свій орган лише для членів клубу /число членів дійшло уже до 300/. Той часопис /також є в Аахенському Музею/ замовчує усе те, що могло б засмутити радість життя.

Переходячи до опису внутрішнього устрою редакційного апарату українських часописів, мушу сказати, що покищо маємо дуже мало матеріалу для освітлення того питання. Найбільш цінний матеріал в цьому відношенні дають "Спогади" /3. частина/ і "Щоденник" Б. Чикаленка та ювілейні числа "Діла" /ч.10, 1928 р., ч.9, 1930 р. і ч.9, 1938 р./.

Зі "Спогадів" Б. Чикаленка дізнаємося, що перший рік видання "Ради" був "республіканський": її редагували гуртом. До складу редакційного комітету входили, крім видавця, редактор, усі завідувачі відділів, секретар редакції та найближчі постійні співробітники. Той рік, за свідомством Б. Чикаленка, був повний гризні, сварок, клопоту й страху за існування газети. Далі настав "освічений абсолютизм": до редакції входили видавець, редактор, його помічник, секретар редакції та п'ять завідувачів відділів. "Тоді" - каже Б. Чикаленко, - "настав у редакції спокій, тиша і мирна праця".

Щодо "діла", то редактор того І. Редрин в ч. 9 за 1938 р. свідчить, що управа Видавничої Спільки "Діло" залишає редакції велику свободу рухів, стрічаючи, очевидно, в редакції ту лояльність, яка вимагає того, щоб узгоджувати погляди на засадничі політичні чи суспільні справи. З моментом, коли кінчається свобода, що її надає управа Спільки редакції, або лояльність, яка необхідна у відношенні редакції до управи, мусить шутильгати весь апарат, який кінчається з правилами - редакційною кризою, здебільша сполученою з кризою політичною. Таких моментів в історії "Діла" було вже декілька". З тої самої статті дізнаємося, між іншим, що в історії "Діла" був момент, коли ціла редакція оголосила страйк проти головного редактора В. Панейка, при чому управа Спільки зсолідаризувалася з редакцією.

Останній час редакція "Діла" складалася з двох редакторів, сімох референтів та коректора.

До речі згадаю, що редакція "Діла" займала дві кімнати: в одній маленькій - працювали редактори, а в другій - більшій кімнаті працювали інші члени редакції серед гомону і диму від тютюну, за яким не видно було світу Божого. Однак та збірна кімната, за свідомством одного з референтів "Діла" /див. статтю М. Рудницького - "Кілька шрубок у машині "Діла", ч. 9, 1938 р./, мала свою доцільність: всім їм доводилося писати серед сумнівів і запитів; не маючи під рукою придатних українських словників, кожний з них мусів вигадувати хоча б приблизний термін, який міг би відповідати терміну в польській, німецькій, французькій чи якій іншій чужій мові. Отож кожний з журналістів, що працював і тій збірній кімнаті, потребував увесь час взаємної поради.

Запити

1. В чому полягає компетенція редакційних конференцій?
2. Що має зберігати в собі редакційний музей-архів?
3. Хто, де і коли заснував Міжнародний Пресовий Музей?

Лекція восьма.

ПРЕСА ТА ЇЇ ВИДАВЕЦЬ.

Поділ преси за ознакою її видавця. Приватні часописи. Партиїні часописи. Урядові часописи.

В процесі творення часопису беруть безпосередню участь три сили: духові, господарські і технічні. Про духові сили, - творців часописного матеріалу, що має бути духовою поживою для читачів часопису, - була вже мова в обох частинах "Основ журналізму". Тепер коротко зупинюся на другому важливому чиннику в житті часопису - на його господарських силах.

Якщо часопис хоче подавати широкому загалу найновіші звістки про події сучасності і при тому швидко та в найкоротших правильних перервах часу / всі ці ознаки, як ми знаємо, входять у дефініцію поняття "часопис" /, то часопис мусить бути забезпечений матеріальними засобами та доцільним веденням його господарства. Піклування про те й друге бере на себе видавець часопису / деколи видавець часопису одночасно є і його редактором /.

Видавцем часопису може бути одна особа або колектив. Колектив може складатися або з групи осіб, близько споріднених між собою чи об'єднаних між собою на певній політичній чи громадській платформі, або з групи осіб, які вкладають свої кошти в часописне підприємство, головне, з комерційних інтересів. Отже до категорії колективних видавців можна віднести видавничі спілки з приватних осіб, партійні організації, уряди та акційні товариства.

В журналістичній літературі не раз обговорювалося питання про те, який тип видання часопису є найкорисніший в інтересах громадянства. Розглянемо тут ті аргументи, які висловлюють прихильники і противники кожного з існуючих типів часописів за ознакою їх видавців.

Проти часописів, видаваних приватними особами, - одинцем чи колективом, - висуваються ті міркування, що приватний видавець завжди зможе ставити свої особисті інтереси понад інтерес громадський; що він може почувати себе цілковито безвідповідальним перед громадянством чи будь-якою політичною партією; що він може раз-у-раз міняти напрям свого часопису, а це веде до дезорієнтації читача; що громадянство в разі потреби в боротьбі з приватним видавцем не має в своєму розпорядженні жадних засобів, крім припинення передплати на його часопис. Ще більше зла може принести приватний часопис, що понад усе ставить прибуток часописного підприємства, хоча б для того довелось йому потурати низьким інтересам читачів, притягати нових читачів різними приманами, як асекурація, грошові премії і т. п.

Не заперечуючи теоретичної правдивості наведених тут міркувань, все ж мушу вказати, що приватний часопис в дійсності не завжди обов'язково потягає за собою ті шкідливі наслідки, які йому приписуються. В багато приватних часописів, які чесно служать інтересам громадянства, не звязуючи себе тою чи іншою партійною програмою, які не женуться за прибутками, а, навпаки, нерідко йдуть на великі втрати, щоб зберегти свій часопис, як незалежний орган, де до слова допускаються люди різних поглядів і таборів, але одної віри - служення добру свого народу. Слід також вказати, що приватні часописи знають таку форму колективу видавців, яка ставить той колектив під відповідальність громадянства в особі його найкращих представників. Так, напр.,

Видавнича Спілка "Діла" мала контрольний орган - Надзірну Раду, до складу якої входили репрезентанти української громадської еліти в Галичині. Накінець, є багато солідних приватних часописів, що видаються спілкою видавців, де поважне місце відводиться журналістам, які стало співробітничать в тих часописах. Такі часописи з правилами визначаються не тільки своєю незалежністю від партійних програм, але і своєю індивідуальністю, чого не можна сказати про пересічні партійні органи.

Партійні часописи можуть бути двох родів: одні з них видаються керуючими органами партії, інші - видаються окремими членами чи прихильниками тої чи іншої партії. Партійні часописи мають своїм завданням пропагувати програму відповідної партії з метою підкріплення її новими членами й прихильниками та інформувати своїх членів про діяльність партії.

Зрозуміла річ, що партійний часопис багато місця уділяє виступам партійних послів у парламенті, промовам провідників партії на різних зборах, обговорює всі справи зі становища партії, хоча б воно не цілком поділялося редакцією часопису, нерідко замовчує справи або освітлює їх однобічно, коли того вимагає партійна тактика в боротьбі з противною партією, і т. д. Але партійні часописи мають ту вигоду, що вони не можуть ігнорувати інтереси цілого громадянства, бо політична партія постійно підлягає критиці з боку своїх противників, а в певний момент має відповідати перед своїми і цілим громадянством при нових виборах до парламенту, магістрату і інших установ.

Більш незалежними з числа партійних часописів є ті часописи, які видаються окремими членами чи прихильниками партії. Такі часописи, стоячи на засадах певної партії, можуть в окремих випадках не поділяти її тактики або критично ставитися до поодиноких представників тої партії.

Урядові часописи можуть бути трьох родів: 1 - урядові в чистому своєму вигляді, себто, такі, які одверто видаються, як органи влади; 2 - офіційні часописи, себто, такі часописи, які видаються приватними особами чи колективами під впливом влади, а деколи і за її фінансовою допомогою; 3 - потайно урядові; саме своєю потайністю такі часописи можуть приносити велику шкоду читачам.

До урядових часописів слід віднести також ті часописи, які видаються в авторитативних державах, бо всі вони, а не лише формально урядові, мусять стояти на ґрунті єдиної дозволеної урядом партії.

Щодо часописів акційних товариств, то серед них знаходимо безпартійні, партійні і офіційні часописи.

Як уже згадувалося, повстання акційних часописних підприємств зв'язано з надзвичайним поступом друкарської техніки і зростом конкуренційної боротьби між видавцями великих часописів, головне, в Англії і Сполучених Державах Америки.

Скомерціалізована преса переважно є безпартійна, бо завдання її полягає в тому, щоб притягти до себе якнайбільшу масу читачів, а тому не висловлює одразу свого остаточного погляду на те чи інше пекуче питання біжучого дня: сьогодні вона пускає в обіг, як пробний бальончик, один погляд, завтра - інший, щоб потім обстоювати той погляд, який знаходить ніби найбільше признання серед читачів. Така преса зживає обережного тону проти влади, чужої держави і т. п., добре знаючи, що на цьому вона може щоденно придбати собі нових політично незаангажованих читачів. Та й взагалі вона більше догоджає інтересам читачів, ніж дбає про підвищення рівня їхніх інтересів.

Зрозуміла річ, що в інтересах журналістичної справи є бажаною можливо більша однозгідність між редакцією і видавцем: обидва чинники мусять служити одній вищій ідеї - добру свого народу. З при-

воду цього проф. др. Е. Дофіфат встановлює таку тезу: "чим тісніша їхня спільнота, тим більший є результат самого часопису".

Сприяття тій спільноті може тоді видавець, який не тільки має підготовку і обдарованість до ведення господарських справ часопису, але й поділяє ті духові інтереси, якими має керуватися редакція кожного часопису.

Якщо окинути загальним оглядом історію української журналістики, то можна констатувати, що українська преса знає усі згадані вище типи часописів за ознакою їх видавців.

Українська преса як Галичини, так і Наддніпрянщини повстала не з волі урядових кол, а виключно завдяки громадській ініціативі: в Галичині першим українським часописом була "Зоря Галицька", видавцем якої був Антін Павенцький /"Зоря Галицька" була органом Головної Української Ради у Львові; перше число її вийшло 15 травня 1848 р./, а на Наддніпрянщині першим українським часописом був тиждень "Хлібороб", що вийшов "явочним порядком" /без попереднього дозволу/ 12 грудня 1905 р. в Лубнях на Полтавщині.

Хоч незабаром після революції 1848 р. австрійсько-угорська влада приступила до видання урядових часописів українською мовою для царства Австрії /у Відні/, для коронного краю Угорщини /в Будапешті/, для королівства Галиції і Володимерії /у Львові/ та для коронного краю Буковини /в Чернівцях/ але то були органи, що містили в собі лише закони та розпорядження влади для відповідних земель. Влада царської Росії і на те не спромоглася, бо увесь час переслідувала українську мову, і тільки завдяки революції 1905 р. український нарід здобув собі право - і то на короткий час - засновувати українські часописи, так що перед війною 1914 р. на Наддніпрянщині було 16 часописів і журналів, у тім числі лише один щоденник "Рада"; і майже всі ті часописи з проголошенням війни 1914 р. підпали заборони.

Тільки після революції 1917 р. повстали українські загально-політичні часописи, як урядові органи с в о е ї в л а д и, - то були "Відродження" в Києві і "Республіка" у Станиславові.

Щодо легальних українських партійних часописів, то повстання їх у Галичині можна віднести до 1890 р., коли почав виходити у Львові орган української радикальної партії - "Народ", а на Наддніпрянщині - до 1906 р., коли в Києві почав виходити часопис соціал-демократичного напрямку - "Боротьба".

Окреме місце в українській журналістиці слід відвести нелегальним українським часописам, розвиток яких особливо позначився на Наддніпрянщині з початком війни 1914 р., коли майже всі українські часописи в царській Росії були придушені російським урядом, а також часописам, що повстали по таборах полонених та на еміграції.

Залити.

1. Які є аргументи за і проти приватних часописів?
2. Які є аргументи за і проти партійних часописів?
3. Які були перші українські часописи - приватні, партійні і урядові?

Лекція дев'ята.АДМІНІСТРАЦІЯ ЧАСОПISУ.

Адміністрація часопису та її поділ на відділи:
1 - загальний, 2 - експедиція, 3 - інсертний,
4 - бухгалтерія, 5 - каса. Головні прибутки
і видатки часописного підприємства. З минуло-
го адміністрації "Ради" і "Діла".

Адміністрація часопису є той апарат, який з доручення видавця, провадить усі господарські справи часописного підприємства.

На чолі адміністрації часопису звичайно стоїть, з призначення видавця чи з вибору колективу видавців, директор або дирекція. Зверхнє керування адміністрацією часопису належить його видавцеві.

Адміністрація часопису складається з таких відділів: 1 - загального, 2 - експедиції, 3 - інсертного, 4 - бухгалтерії та 5 - каси.

Загальний відділ складає умови з друкернею, папірнею та іншими підприємствами, які мають постачати друкарні матеріал, потрібний для видання часопису; складає договори зо всіма особами, що працюють в редакції та в адміністрації часопису; веде листування з різними особами й установами в справах адміністрації часопису.

Експедиція займається надсиленням часопису абонентам та упорядкуванням продажу на-роздріб.

Інсертний відділ приймає інсерати для вміщення їх в часопису та взагалі дбає про приплив інсертів.

Бухгалтерія веде запис поступлень і витрат, як матеріальних, так і грошових.

Каса приймає гроші та провадить, на розпорядження директора чи дирекції, грошові витрати.

Головними прибутками часопису є: 1 - передплата, 2 - прибуток за продаж поодиноких чисел часопису, 3 - поступлення за інсерати.

Є багато часописів, особливо ілюстрованих тижневиків, які мають значно меншу кількість абонентів, ніж покупців поодиноких чисел. Для збільшення кількості таких покупців адміністрація старається організувати можливо ширшу сітку спеціальних агентур і агентів, які моглиб взяти на себе комісійний продаж певної кількості примірників кожного числа часопису. Це завдання покладається на експедиційний відділ часопису.

Експедиція заздалегідь підготовляє адреси абонентів і надсилає їм часопис негайно по виході його в світ поштою, а в місці осідку адміністрації деколи доставляє їм через спеціальних носіїв. При надсиленні часопису поштою експедиція звичайно користується зниженим тарифом. Сама техніка надсилення часопису поштою відбувається так: всі підготовлені для надсилення абонентам часописи пакуються в окремі пакунки за ознакою лінії залізниці /ці відомості експедиція дістає від поштового уряду/; так само експедиція підготовляє і ті пакунки, які призначаються для надсилення агентурам і окремим агентам. Всі ті пакунки експедиція доставляє на залізницю, де здає їх за реєстром, що його виготовляє експедиція, згідно з поштовими правилами, урядовцеві поштового вагону.

Для роздрібного продажу часопису в місці осідку адміністрації експедиція використовує часописні кіоски та, т.зв., камельотів, себто, осіб, що займаються продажем часописів на вулиці. Експедиція доставляє /звичайно автам/ часописним кіоскам визначну кількість примірників на комісію. Деякі камельоти дістають місячну платню, а, крім того, певний відсоток від кожного проданого числа; інші камельоти дістають лише відсоток /від 15% до 30%/. Камельоти мають право повернути експедиції непродані примірники, але деякі експедиції обмежують те право певним відсотком від загальної кількості комісійних примірників /звичайно не більше 10%/.

Камельоти також мають приписи звичаєвого права, порушення яких вважається за зневагу професійної честі. Так, одним з найважливіших приписів звичаєвого права камельотів є припис, що забороняє камельотові займати на вулиці те місце, яке уже раніш "вистояв" інший камельот. Через те кожний камельот уже добре знає свого сталого покупця і заспадливо обслуговує його ще раніш, ніж той скаже, що йому потрібно.

Деякі англійські часописи мають по декілька тисяч камельотів, а в Америці нерідко продажем часописів на вулиці в пізні вечірні години займаються діти, хоч це й суворо заборонено законом... Але слід вказати, що в деяких американських містах, напр., у Вашингтоні раціоналізація роздрібного продажу часописів цілковито усунула камельотів. А саме, на вулицях є автомати з написом "Honour-System" /"чесна система"/: покупець може взяти собі бажаний часопис і виплатити його вартість, опускаючи відповідну монету в проріз автомату. Ця система розраховує на чесність покупця, бо нечесний може взяти часопис і спокійно піти собі далі...

Одним з головних прибутків часопису звичайно є поступлення за інсерати.

Як відомо, в давнину часописи подавали лише звістки і не містили в собі інсератів. Згодом часописи почали друкувати оголошення, і ця новинка щоразу давала все більший прибуток видавцеві часопису. Тоді уряди відібрали у видавців часописів право друкувати інсерати і признали це право за державну монополію. Напр., в Прусії державна монополія на інсерати існувала до 1850 р. Тепер ця монополія впала, і часописи знов набули права містити інсерати.

Деякі часописи дістають за інсерати більший прибуток, ніж з передплати і продажу часописів. Так, напр., в Англії є часописи, які від передплати і продажу дістають 35-40%, а решту за інсерати.

Великі прибутки від інсератів дозволяють адміністрації часопису зменшити продажну ціну часопису. Таким чином покупець часопису дістає, так мовити подарунок за рахунок інсератів. Зниження продажної ціни часопису сприяє збільшенню його тиражу, а це, в свою чергу, впливає на приплив інсератів. Але не завжди збільшений тираж часопису має у висліді збільшення зиску видавця: є певна межа, за яку не може переходити тираж часопису, якщо видавець не хоче наражатися на зменшення зиску, і це тому, що вартість паперу на додаткові сторінки з новими інсератами при мільйонових тиражах часопису перевищує поступлення за нові інсерати. Отож не дурно видавець одного віденського масового часопису August Zang якось висловився: "Кожний новий абонент з мій ворог".

Беручи на увагу своєрідність часопису, як краму, німецький теоретик журналізму O. Groth висовує вимогу, що слід виховувати абонентів часопису в тому напрямі, щоб вони могли взяти на себе певну частку в покритті витрат часопису.

Американський часопис "New York Times" перевів 1936 р. анкету серед 110 інсерентів автомобілевих фабрик, запитуючи їх, що саме спонукує їх містити свої інсерати в тому часопису. Інсеренти на-

звали чотири обставини в такому порядку: 1 - покупна спроможність читачів /88%/ , 2 - поширення часопису /73%/ , 3 - його престиж і вплив /72%/ , 4 - редакційна частина часопису /42%/ .

Якщо для власників автомобілевих фабрик при вирішенні питання про те, в якому саме часопису містити свої інсерати, найголовнішу роль грає покупна спроможність читачів часопису, то для інсерентів, що шукають лекцій і взагалі праці, вільних помешкань і т. д., найголовнішу роль грає поширення часопису. Оголошення інсерентів такого роду звичайно бувають дуже короткі - на декілька рядків, - і для них в більшості часописів існує спеціальний тариф, значно знижений проти торговельних інсератів. Однак ці малі оголошення в своїй сукупності займають в деяких часописах 32 і більше сторінок і приносять великі прибутки часописам. Особливо багато дрібних оголошень містить на своїх сторінках англійський часопис "Daily Telegraph", який хвалився, що 1936 р. надрукував у розділі "Дрібні оголошення" 282,000 більше оголошень, ніж будь-який інший англійський часопис. /"Risk a politika, ч. 6, 1937 р./ . /гатором

Часописи і взагалі періодичні органи, безперечно, є найбільшим проа-промислових, торговельних і приватних оголошень. Про це можуть свідчити, напр., дані про те, яка частка в загальних витратах на рекламу всякого роду по цілій Німеччині за 1934 р. припадає на часописи і взагалі періодичні органи:

газети і взагалі періодичні органи	83,0%
адресні книжки і календарі	3,7%
плакати різних підприємств	3,7%
комунікаційні засоби /залізниця, пароплави і т.п.	3,5%
світляні реклами	1,1%
вистави	2,4%
інші	2,6%

100,0

Однак гонитва деяких часописів скомерціалізованої преси за інсера-тами йде так далеко, що адміністрація тих часописів не відмовляється приймати оголошення не зовсім бездоганні з морального боку, а та-кож містить деякі оголошення в текстовій частині часописів.

Нема чого доводити тут, що засада "гроші не смердять" не сміє зна-ходити собі признання там, де завжди мусить зберігатися у своїй чи-стоті висока ідея часопису - служити добру свого народу. Якщо в іме-ні "служби громадянству" повстали в Америці й інших державах спеці-альні контрольні установи, що переглядають торговельні інсерати і навіть перевіряють хемічний склад харчів, які рекламуються в інсера-тах, раніш, ніж пустити такі інсерати до друку, то чи не більша є по-треба в контролі тих інсератів, які можуть отруувати душі читачів?

Головні видатки часописного підприємства є такі: 1 - папір і друк часопису, 2 - експедиція і кольпортаж, 3 - гонорар редакції та співробітникам, 4 - утримання адміністрації часопису.

Якщо часопис має власну друкарню, то може повстати питання, чи не є доцільним поставити друкарню так, щоб вона друкувала не лише вла-сний часопис, але й обслуговувала сторонніх замовців. Така утилиза-ція друкарні може диктуватися тим міркуванням, що друкарня без сто-ронніх замовлень не зможе в повній мірі використати робочі сили та друкарські машини, а також тим міркуванням, що на сторонніх замовлен-нях адміністрація зможе мати деякий зиск. При вирішенні цього пи-тання необхідно рахуватися з одною передмовою: обслуговування сто-ронніх замовлень не сміє відбиватися зле на своєчасності виходу свого часопису в світ.

Гонорар редакції і співробітникам у великих і поширених часописах складає пересічно 6-8% загальної суми витрат на видання часопису. Так, в англійській підручній книжці "The British Press" подано, як приклад, баланс одного англійського часопису-щоденника обсягом в 32 сторінки з 2-мільоновим тиражем:

	Видатки /у фунтах стерлінг./
за папір	1.700.000
експедиція /залізниця і пошта/	400.000
друк	700.000
гонорар редакції і співробітникам	200.000
гонорар адміністрації	150.000
гонорар експедиції	75.000
платня за помешкання й ін.	175.000
чистий зиск	<u>1.150.000</u>
	4.550.000
	Прибутки /у фунтах стерлінг./
за продаж	1.550.000
за інсерати	<u>3.000.000</u>
	4.550.000

Отже можна признати, що навіть великі часописи з мільйоновим тиражем своєму головному чиннику - творцеві їхньої фінансової могутності, - редакторам і співробітникам, - уділяють лише кришки зі своїх прибутків.

Якщо в нашій літературі все ж знаходимо хоч невеличкий матеріал про редакційне життя українських часописів, то уже зовсім мало можна знайти в ній матеріалу про життя адміністрації українських часописів у минулому.

З "Щоденника" Є. Чикаленка можна довідатися, що господарська політика адміністрації "Ради" була досить ліберальна: адміністрація легко давала співробітникам аванси, "яких багато з них не виробило, покидаючи редакцію по скінченні науки по вищих школах і виїздячи на службу в провінцію". Декілька років адміністрація "Ради" дурно друкувала оголошення про нові книжки і лише з 1910 р. вирішила, щоб видавці хоч щонебудь платили за оголошення: "то й на цьому набіжить якась сотня рублів".

З того самого "Щоденника" довідуємося, що "Рада" мала у своїх видатках такі позиції, яких не знають закордонні часописи: це насамперед - щомісячний хабар цензору Сидорову, а, подруге, нечисленні штрафи, що їх накладали на "Раду" як не Цензурний Комітет, то київський губернатор: "ну, просто, як експропріатори: "Руки вверх" і край! Ніякі виправдування, прохання не допомагають, а скаржитись нікому!"

З цікавих спогадів Андрія Чайковського /"Діло", ч. 10, 1928 р./ дізнаємося, як стояла справа експедиції в перших роках видання "Діла": експедиція провадилася тоді виключно силами студентів і гімназійної молоді під доглядом автора спогадів. Вечір експедиції минав у жартах, дотехах, приказах та при широму сміху української молоді. Всі числа "Діла", призначені до надіслання абонентам, носив на пошту під пахюю служачий експедиції і тільки після настирливих домагань добився він того, що йому справили кіш для

ношення "Діла" - ще кращий за той, який мав носій з експедиції польського часопису "Слово".

В ювілейному числі "Діла" з нагоди 50-ліття його, як щоденника /ч. 9, 1938 р./, знаходимо дві невеличкі статті, які освітлюють працю двох найстарших співробітниць в адміністрації "Діла". Михайлина Косач в статті під красномовним заголовком - "Тільки цифри та адреси" розповідає, в чому полягає її праця: "Зміни адрес, прислання цифри, цифри та адреси, цілими днями, тижнями й роками". А експедиторка Стефанія Нидза в статті - "43 роки в експедиції" згадує, що в перших роках служби "доводилося носити чистий папір перед друком газети до митної комори, де на кожному примірнику прикладали штампель. Крім штампеля треба було ще клеїти марку, здається за одного цента. Але на Львів штампелів не було треба. І газети не фальцували у друкарні, тільки в експедиції - треба було власними руками складати аркуші. Така ціла робота з маркуванням забирала які три години, хоч багато примірників тоді не друкували".

Запити.

1. Які функції виконує експедиція часопису і яким способом?
2. Які є головні прибутки і видатки часописного підприємства?
3. Чому збільшений тираж не завжди є корисний для видавця часопису?

Лекція десята.

ЧАСОПИС, ЧИТАЧ І ГРОМАДЯНСТВО.

Об'єктивізм і суб'єктивізм часопису. Ідеологія часопису. Читачі - друзі часопису. Обов'язки громадянства перед своєю пресою. Українські шовенники та ставлення до них читачів і громадянства.

Часопис, як ми уже знаємо, має подвійне завдання: 1.- своєчасно подавати читачам звістки про світові і місцеві події та 2.- освітлювати ті події.

Перше завдання вимагає від часопису об'єктивності в опису подій, друге - тісно сполучується з оцінкою тих подій. Суб'єктивізм часопису, як про це уже була мова, має спиратися на певну ідеологію часопису.

Кожний часопис встановлює свою ідеологію в залежності від того, чиї інтереси збирається він заступати: інтереси цілого народу, чи окремої його частини, - певної партії або класи громадянства, - селянства, робітництва, буржуазії, інтелігенції і т. п.

Не завжди часопис проголошує на своїх сторінках чи в спеціальних проспектах свою ідеологію, але вдумливий читач легко може з'ясувати ідеологію часопису, аналізуючи ті статті, в яких найповніше виявляється суб'єктивізм часопису, а саме, статті вступні або передові, політичні та публіцистичні. Однак не треба забувати, що суб'єктивізм часопису не лише потребує тої чи іншої форми журналістичного вислову, - він може здійснювати і такими засобами, як вибір місця в часопису або вибір черенків - для видруккування тої чи іншої звістки - і навіть повне замовчання деяких подій.

Відповідно до контингенту читачів, яких обслуговує часопис, редакція його не тільки встановлює свою програму, але й пристосовує свою мову та стиль. Часопис, призначений для інтелігенції, може дозволити собі уживання цитат, чужих слів і термінів, наведення аргументів за і проти певної тези, і т. п., бо такі читачі цінують видиму об'єктивність та залишення їм свободи прийняти чи відкинути висновок, якого дотримується часопис. Часопис, призначений для торгово-промисловців, старатиметься надати своїм статтям більш речевий характер, пам'ятаючи, що його читачі мають в своєму розпорядженні небагато часу для читання часопису. Часопис, призначений для широких верств громадянства, буде уникати чужих слів, а, навпаки, користуватиметься народними приказками, популярними аналогіями та категоричними аргументами.

Безперечно, для успіху часопису є кінцевою потребою найбільша суголосність між ідеологією часопису і інтересами його читачів. Але до тої суголосності можна йти двома шляхами: один шлях є дуже легким, - це потурати низьким інстинктам читачів, годувати їх сенсаційними побрехеньками та кримінальним брудом; другий шлях є значно тяжчий і більш відповідальний, - це дбати не тільки про те, щоб часопис був цікавий змістом, а його інформації були правдиві, але й про те, щоб думки його завжди були щирі і чесні, вільні від будь-яких чужих впливів і сторонніх інтересів та мали на оці одну вищу ідею - служити добру громадянства.

Якось прийнято вважати за аксіому твердження, що кожному нарід має таку пресу, на яку заслуговує. Однак не можна заперечувати того факту, що деяка преса псує смак суспільства, свідомо потураючи низьким

інстинктам читачів та намагаючися збільшити свій тираж приманами різних вигод читачам, щоб тим спонукати їх купувати часописи гірші за ті, які вони інакше купували б. Як справедливо каже В. Стід, всі ті махінації не мають нічого спільного з журналізмом і мали б бути заборонені законом в інтересах громадянства. Отож твердження, що кожний нарід має таку пресу, на яку заслуговує, на мій погляд не є аксіомою, - іноді нарід заслуговує на кращу пресу, ніж та, яка його обслуговує.

Щоб зясувати, оскільки даний часопис задовольняє інтереси читачів, редакція його може від часу до часу ставити своїм читачам запитання, напр., про те, який відділ часопису найбільше їх цікавить, який відділ залишають вони без читання, який новий відділ на їх думку, слід завести, і т. п. Так, напр., югославський щоденник "Політика" 1937 р. перевів серед своїх читачів анкету, в якій взяло участь 47.346 читачів. Ось висліди тієї анкети щодо питання, які відділи "Політики" прочитує читач: на першому місці стоїть відділ - політичні звістки з чужини /32.893 відповіді/, на другому місці - неполітичні звістки з чужини /31.774 відповіді/, на третьому - неполітичні звістки з свого краю /29.209 відповіді/, на четвертому - політичні звістки з свого краю, на девятому місці - спорт, на десятому - судові і кримінальні звістки.

Кожний читач більш-менш звикає до того часопису, який він передплачує чи купує, та нерідко підпадає під його вплив до такої міри, що починає думати категоріями свого часопису, запозичує його аргументацію і навіть не силкується створити свій погляд на ту чи іншу справу, покладаючися на те, що часопис завтра принесе готове рішення, яке його цілковито задовольнить. Так часопис створює з своїх читачів - відданих друзів, що ніби уповноважують його бути виразником їхньої думки, їхніх інтересів.

Але бувають випадки, коли читач покидає свій часопис, втрачаючи до нього інтерес, чи не знаходячи в ньому суголосности між своїм світоглядом і ідологією часопису. Такі випадки найчастіше бувають під час політичної кризи, а також серед читачів партійної преси. Покидаючи свій часопис, читач звичайно переходить до іншого часопису, бо не в силі жити без часопису: ніщо не може заступити часопис, - ні радіо, ні фільм, ні книжка.

Поширення звісток через радіо побуджує слухача звернутися до ранішнього часопису, щоб там на власні очі переглянути ті звістки, які він чув минулого вечора. Отож можна погодитися з думкою В. Стіда, що, як народня школа створила мільйони читачів часописів, так радіо з його все зростаючим науково-популярним-викладовим матеріалом підніме духовий рівень читачів, а також їхні вимоги щодо часописів. Щодо фільму та книжки, то вони не можуть ще угнатися за всіма світовими подіями вчорашнього дня.

Признання преси, як могутнього чинника культурного життя, накладає на громадянство обов'язок підтримувати свою пресу, дбати про її розвиток, піклуватися про працівників пера, що за свою працю платять своїм здоров'ям, своїми нервами, своєю передчасною нездатністю до виконання своєї професії.

Не буду тут докладно розповідати про те, як чесно виконує громадянство в різних країнах світу свій обов'язок щодо преси, обмежуся лише декількома прикладами з країн малих народів.

Так, у Данії з населенням 3,4 міль. 1934 р. виходило у світ 274 періодичні органи. Не було там ані одної хати й родини, які не передплачували б бодай одного періодичного органу. Швеція з 6-ма міль. населення мала 313 періодичних органів, з них половина була щоденники. Між шведськими журналістами нема інтелектуального про-

летаріату, - там оплачуються вони пересічно найкраще, ніж денебудь на світі. Норвегія з населенням 2,8 міл. громадян має 241 періодичний орган.

Знаю також, що, т. зв., редакторський закон, що увійшов у життя 1 серпня 1936 р. в кол. Чехословащині, багато прислужився соціальному забезпеченню чеських журналістів. Наведу тут до речі витяг з промови сенатора Піхля, голови Синдикату чехословацьких журналістів, яку він виголосив у сенаті в липні 1936 р. під час обговорювання проекту редакторського закону: "Забезпечити журналістів матеріально значить: умоливити пресі дальший розвиток, звільнити її від матеріальної журби і дозволити журналістам присвятити всю свою енергію лише продуктивній праці і науці... Здається, що не зроблю помилки, яולי скажу, що в справі соціального забезпечення журналістів значно більше повинна бути зацікавлена публична опінія, як самі журналісти. Публична опінія мусить бут заінтересована в тій справі, бо їй повинно залежати на тому, щоб рівень преси був якнайвищий, вона мусить пресі помагати, мусить дати журналістам можливість в цілості посвятитися праці, що творить основу, на якій спочиває певність, лад і високий рівень усього нашого життя. Соціальноне забезпечення журналістів є лише дрібною сплатою боргу, який мають закондатні установи і уряд супроти журналістів".

Зупинюся коротко тепер на питанні про взаємовідносини між часописом, читачем і громадянством у нас, українців.

Насамперед мушу зазначити, що поза межами Сов. України на всьому просторі українських земель і колоній на початку 1939 р. виходило у світ лише 7 щоденників українською мовою, а саме - "Діло", "Новий Час" і "Українські Вісті" у Львові, "Час" у Чернівцях, "Нова Свобода" в Хусті та "Свобода" і "Українські Щоденні Вісті" /комуністичний орган/ - в Сполучених Державах Америки.

Українські щоденники, що в найкращому випадку мали тираж 10-15 тисяч примірників /"Діло" 1937 р. мало тираж 11.000 примірників, "Новий Час" - 15.800 примірників/, зрозуміла річ, не могли і не можуть конкурувати з чужою пресою щодо своєчасности та повноти інформацій про світові події, але вони виконували те завдання, що його не може виконати за них чужа преса, а саме, освітлювати світові події з погляду інтересів української справи, інформувати своїх читачів про життя на всіх українських землях і в колоніях та бути виразником опінії українського громадянства.

Цим самим, гадаю, вирішується питання, чи можна ствити в обовязок кожного українського громадянина підтримувати свою пресу, хоча б вона й мала деякі хиби щодо своєчасности та повноти інформацій про світові події.

На жаль, такої підтримки українські щоденники не знаходили ні з боку читачів, ні з боку громадянства взагалі. Справді, українська журналістика знає таку категорію читачів, якої не знайдемо деінде, - це, т. зв. підляплатники, які забувають, що часопис є підприємство, яке має постійні готівкові видатки... Українське громадянство байдуже ставилося і ставиться до своїх щоденників тому, що вони, мовляв, не стоять на належній височині, а через те українське громадянство передплачувало і передплачує чужі щоденники, - чи то російські, чи то польські, чи то чеські і т. д., забуваючи, що українська преса й не може стояти на належній височині, бо не має ані матеріальної, ані моральної підтримки з боку громадянства. Так утворюється зачароване коло.

Українські фінансові установи і поодинокі заможні українські громадяне не знайшли для себе можливим підтримувати матеріально, напр., найстарший український щоденник "Діло", бо це, мовляв, "нерен-

робче" підприємство. Розуміється, що, коли б усі українські передплатники чужих щоденників підтримали "Діло" передплатою, то, безперечно, і ми мали б свій часопис, що міг би стати в рівень з пересічним закордонним часописом.

Ще декілька слів про ставлення українського громадянства до українських журналістів. Про це дуже виразно висловився довголітній співробітник і останній редактор "Діла" І. Кедрин у ювілейному числі /ч. 10/ "Діла" за рік 1928. Наведу тут невеличкий уривок із тої статті: "Коли до друкованого слова відношення є легковажне, то не дивниця, що на робітників пера пересічний наш громадянин глядить з висока, іронічно-протекційним прижмуренням очей... Весь культурний світ шанує /дневникарів. С./ . Наші інтелігенти їх - легковажників, конкуруючих з єдиним щоденником /в Галичині 1928 р. був лише один український щоденник "Діло". С./: затирається різниця поміж професіоналами і аматорами, а спеціально характер деяких наших тижневиків каже громадянству забувати про той інтелектуальний, моральний і фаховий стаж, який мусить мати кожний дневникар".

Запити.

1. Як можна дослідити ідеологію часопису?
2. Якими двома шляхами можна досягнути суголосности між ідеологією часопису і інтересами читачів?
3. Які були в останній час українські щоденники і як ставилися до них читачі і українське громадянство?

Лекція одинадцята.

ПРЕСА І КУЛЬТУРА.

Значення преси. Вали сучасної преси. Преса, як чинник духової культури. Завдання української преси.

Перші початки часописів звичайно звязують зі стародавнім республіканським Римом, коли влада виставляла для прилюдного відомо воєнські таблиці з урядовими звітками про нові події, головне про діяльність народнього зібрання. Від того часу розвиток преси йшов безупинно і досяг тепер таких успіхів, що навіть у відсталім Китаю налічувалося 1936 р. 1503 часописів та 1375 журналів ріжного типу. Розвиток преси у великій мірі завдячує свободі преси. За досягнення свободи преси велася велика боротьба майже в кожній країні, але різні були наслідки тої боротьби. За сучасних обставин свободу преси мають дуже мало європейських країн.

Уже в курсі О. Бочковського згадувалося про те, що в теорії журналістики проблема повної свободи преси ще й досі є одним з найбільш дискусійних питань. Можна думати, що дискусія в тій справі не набирала б затяжного характеру, коли б учасники дискусії наперед порозумілися на визначені поняття "повної свободи преси".

Повноту свободи преси не можна розуміти в тому значенню, що преса звільняється при ній від будь-яких обов'язків. Признання за пресою права свободи не може не сполучитися з признанням також і деяких обов'язків, що мають тяжити на пресі. Преса повинна бути виразницею не випадкової поголоски, а суспільної opinio чи приватної думки, що ґрунтується на фактах або логічних аргументах. Вона повинна бути виявницею дійсних зловживань, а не бути знаряддям наклепу. Журналіст, як громадський діяч, підлягає, крім юридичної відповідальності, також моральній перед цілим громадянством. Кожний, хто тільки став жертвою підозріння, на кого упаде пляма, накинута необережним словом журналіста, мусить мати право, не заміряючись на свободу преси, вимагати від журналіста пояснень. І якщо журналіст відмовляється задовольнити ту вимогу, то своєю відмовою підриває довіря до себе і втрачує пошану серед громадянства.

Ще в більшій мірі розвиток преси завдячує тому, що вона задовольняє насущні потреби громадянства, - своїми інформаціями про світові і місцеві події вона не тільки заспокоює допитливість читача, але й допомагає йому визначити своє ставлення до тих подій як в інтересах своєї професії чи заняття, так і в інтересах громадянства.

Значення преси полягає в тому, що преса І - сприяє об'єднанню громадянства на певних ідеях та створенню з розпорошеної аморфної маси національно-свідомого народу, що відчуває солідарну відповідальність за свою майбутню долю; 2 - є одним з чинників, що сприяє читачеві при виробленні ним свого світогляду; 3 - є одним з чинників, що організує суспільну думку; 4 - не тільки впливає на волю читача, але й дає йому нові знання; 5 - давала і дає стимул до винаходів у технічній галузі, які є цінним придбанням матеріальної і духової культури.

Отже нема нічого дивного в тому, що преса знайшла високу оцінку у висловах визначних учених, публіцистів, політичних діячів і т.п. Так, напр., американський президент Томас Джеферсон /1743-1826/ висловився, що він радо жив би в країні, де є часописи, а нема законів, ніж у країні, де є закони, а нема часописів. Англійський журналіст

В. Стід висловив ту думку, що на вироблення світогляду культурної людини однаково впливали університети і часописи. Англійський король Едвард VII якось сказав, що хотів би бути редактором впливового часопису, якщо не був би королем.

Про силу преси може свідчити найновіша історія, яка знає випадки, що деякі держави валилися не так завдяки збройній силі і воєнній перемозі, як скорше наслідком доцільно веденої пресової кампанії впливових публіцистів, що були не раз більш могутні, ніж парламенти.

Уже була згадка про те, що преса придбала собі назву "сьомої великодержави". Все ж треба пам'ятати, що над тою "великодержавою" подекуди звисає цензурна довбня, що не дає їй можливості говорити про деякі справи будь-що або усю правду.

Слід також признати, що в "сьомій великодержаві" не все в гаряд, - є у неї свої вади, які знаходять гостру оцінку з боку громадянства.

Головні вади сучасної преси полягають у тому, що преса 1 - своєю численністю і різноманітністю звісток, заміток і статей не дає читачеві можливості замислитися над визначними подіями, зосередити свою увагу на чомусь важливому, немов підганяє його перебігті очима похапцем увесь часописний матеріал. Таке читання не дає читачеві поживної страви ні для його розуму, ні для серця, а лише ослаблює його пам'ять; 2 - часто-густо подає читачеві готові формули рішення різних питань біжучого дня і таким чином звільняє його від обов'язку самому поміркувати над тими питаннями; 3 - нерідко допускається брутального і нечемного тону супроти своїх конкурентів; 4 - зловживає криптонімами і анонімами там, де їм не може бути місце; 5 - деколи грає на найнижчих інстинктах читачів, годуючи їх доброю сенсацією; 6 - нерідко інсертна частина часопису цілковито розбігається з тими засадами, що їх проголошує редакційна частина того самого часопису.

Не можна заперечувати важливості усіх наведених тут вад сучасної преси, але було б дивовижним радити єдиний лік для оздоровлення сучасної преси - її припинення.

Справді, позбавити сучасне громадянство його преси це значило б, за висловом чеського журналіста П. Коуделки, те саме, що відібрати у громадянства орган, яким воно дихає. Отож тяжко уявити собі, який хаос повстав би на землі, коли б якимсь чином нараз перестали виходити усі газети і журнали. А тому є, безперечно, правий В. Стід, коли твердить, що часописи існуватимуть доти, доки люди будуть жагуче бажати дізнатися інакше, ніж з чуток, про те, що діється на світі.

Багато вад сучасної щоденної преси можна було б усунути при бажанні видавців і журналістів, але не можна домагатися того, щоб часопис позбувся одної з найважливіших ознак своєї істоти - різноманітності змісту. Не всі відділи часопису можуть в рівній мірі цікавити поодинокого читача, але часопис і не може ставити своїм завданням задовольняти у повній мірі індивідуальні інтереси читачів. Для того існують інші роди і типи часописів, - фахові /правничі, медичні, педагогічні, агрономічні і т. д./ і спеціальні /дитячі, для молоді, жіночі, спортові, філателістичні, гумористичні і т. д./.

Якщо преса взагалі є одним з чинників духової культури, то особливо це стосується фахової преси, що має своїм завданням реєструвати нові досягнення у всіх галузях науки, літератури і мистецтва та сприяти об'єднанню фахових сил навколо професійних інтересів.

Говорячи про велитенський зріст преси у всіх країнах світу, оскільки той зріст освітлюється статистичними даними /деякі з тих даних навів я у попередній лекції/, вважаю потрібним зазначити, що той зріст лише в малій мірі стосується українських земель /поза Сов. Україною/ і українських колоній.

Український нарід, як недержавний, не зміг, як слід, розбудувати свою пресу. Коротка доба існування самостійної України позначилася буйним розцвітом української преси /1918 р. виходило в межах України 218 українських часописів/, але з часу большевицької влади на Україні вся тамшня преса стала пресою комуністичної партії.

Вже минуло більше 50 років з часу заснування у Львові першого українського щоденника "Діло", що безперечно, був совісним виразником української національної опінії, але український нарід і досі не осягнув свого ідеалу.

Роздумуючи над тим, яка найбільша хиба нашої вдачі завинила в тому, що український нарід досі не досяг своєї мети - права на вільне, незалежне життя, - акад. проф. др. Степан Смаль-Стоцький писав у ювілейному числі "Діла" /ч. 9, 1930 р./: "На основі глибокого роздумування прийшов я до переконання, що найтяжча наша хиба лежить у нехтуванні всякої нашої традиції. При моїх спостереженнях цілих поколінь нашої молоді завсіди кидалося мені в очі, що здебільшого на все вчорашнє, на все наше минуле, на все наше рідне молоді люди дивилися звисока, а навіть з погордою як на мертвеччину, як на щось відстале, що треба рішучо поборювати як незгідне з поступом; не находили в нім нічого доброго. Ми живемо у вічному нехтуванні минулого, яке для нас нібито не має ніякого значіння... Ми відбилися від рідного ґрунту. Віруємо, що нам чужі до вірування подають. Думаємо по чужому і не помічаючи цього... Правда вироблення свого власного світогляду, своєї ідеології вимагає великої праці, обширних студій, глибоких роздумувань, а чужі, "світові" гасла даються нам так легко, вони готові до нас приходять. А до того легко фразами орудувати і при тім бути поступовцем. Все ж таки ми німи не створимо ні своєї питомої культури, ні своєї великої літератури, ні свого питомого мистецтва, ні свого державного ладу. Все те буде у нас хиба лиш то ліпшим, то гіршим відблиском чужих форм, чужих здобутків духа, в чім ніхто не добачить нашого питомого духа".

Отож на українську пресу покладаються завдання розкривати ті нитки, що можуть звязати усіх українців у одну цілість, створити ідеологію, що базувалася б на тривких підвалинах минулого України, дбайливо реєструвати кожний дорібок української культури, вказувати українському громадянству напрямні для праці на всіх ділянках політичного і громадянського життя для розвитку української культури.

Не місце тут обговорювати усі причини, чому український нарід досі не досяг свого ідеалу, але все ж дозволяю собі вказати ще на одну причину, бо вона стоїть у тісному звязку з темою про завдання української преси. Причина, на мій погляд, полягає в тому, що ми мало прикладаємо зусиль для того, щоб ознайомлювати чужинців з українськими справами. Ми не маємо тепер свого органу чужою мовою на зразок, напр., колишнього журналу "Ukrainische Rundschau", що виходив у Відні в рр. 1906-1914. Не можемо також похвалитися своєю фаховою пресою, яка могла б репрезентувати культурні та наукові сили українського народу на міжнародній арені. Щоб український нарід зміг роздобути собі відповідне місце між великими народами світу,

він мусить подбати про українську фахову пресу. "Належно поставлена фахова преса, - так писав у тому самому звільному числі "Діла" /ч. 9, 1930 р./ др. І. Турин, - зможе переконати тисячі чужинців у тому, що українці ні духово, ні культурно нічим не нижчі від інших народів".

Правда, чималу прислугу для пропаганди української справи серед чужинців робили і роблять приватні українські пресові бюро, що видають чужою мовою бюлетені для надсилання пресі і визначним політичним діячам. На першому місці слід поставити Українське Бюро в Лондоні. Заложив його 1931 р. американський українець Яків Макогін з дружиною. Про діяльність Бюро в Лондоні можуть свідчити дані про зріст зацікавлення англійської преси українським питанням:

Роки:	Число статей і заміток, вміщених в англ. часописах:
1931	200
1932	360
1933	627
1934	750
1935	825
1936	918
1937	672
..... до 31. IX.	

Українське Бюро в Лондоні видає "Bulletin of the Ukrainian Press Bureau".

Крім Українського Бюро в Лондоні, ^{були} ^{що видавали} ще приватні українські бюро, в Берліні /видає "Ukrainische Pressedienst"/, в Парижі /видає "Bulletin du Bureau de Presse Ukrainienne"/, та в Женеві /видає "Bulletin du Bureau de la Presse"/.

Зрозуміла річ, що і на полі пропаганди української справи серед чужинців є ще багато праці для українського громадянства взагалі і для українських журналістів зокрема.

Українські журналісти, росіяни тепер по всьому світі, можуть значно прислужитися тій справі, вміщуючи від часу до часу в чужій пресі статті й замітки про українські справи, беручи участь у складанні українських гасел для енциклопедичного словника тої країни, де вони перебувають, і т. п.

Як бачимо, українських журналістів - теперішніх і тих, що готуються присвятити себе журналістичній праці, - чекає велика праця. Побажати б тільки, щоб відкрилося широке поле для приложення їхньої праці в інтересах українського народу.

Запити.

1. В чому полягає значення преси?
2. Які є головні вади сучасної преси?
3. Які спеціальні завдання покладуться на українську пресу?

Література,
якою користувався автор при складанні цієї праці

- Баран, С. Пр.: "Діло" в минулому і майбутньому. "Діло", ч. 276, 1936.
- Bauer, F.: Pravda v novinách. "Politika a veda". Praha, 1938, 80 стор.
- Bauer, W., Dr.: Die moderne Presse und die öffentliche Meinung. "Č. sv. šk. p. n." X, č. 4, leden 1931.
- Beneš, J., Dr.: Nekala soutěž. "T. a p.", č. 2, listopad, 1935.
- Burton, G.: Veřejné mínění v Anglii. "Masarykův lid", č. 10, 1936.
- " - - - " Tisk a jeho vliv na veřejné mínění v Anglii. "Masarykův lid", č. 2, 1937. Praha.
- Wohryzek, W., Dr.: Zeitungswissenschaft und Berufsausbildung. "Č. sv. šk. p. n.", č. 1, listopad 1928.
- Hoch, K., Dr.: Noviny. Praha, 1913. 118 стор.
- " - - - " Základ novinářského talentu. "Č. sv. šk. p. n. 2, č. 1, říjen 1934.
- " - - - " Studium novinářství a jeho praxe. "Č. sv. šk. p. n.", č. 1, listopad 1928.
- " - - - " Jak kalkuluje anglický tisk. "Č. sv. šk. p. n.", č. 7, květen 1929.
- " - - - " Komercialisace anglického tisku. "T. a p.", č. 8, duben 1937.
- Hrabánek, J.: Svoboda tisku v různých evropských státech. "Č. sv. šk. p. n.", č. 5-6, březen 1935.
- " - - - " Redakčerský zákon. "Č. sv. šk. p. n.", č. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, zari 1936 - březen 1937.
- Grimmichová, M.: Angličtí novináři proti sensačnímu tisku. "T. a p.", č. 8, květen 1936.
- Dovifat, E., Prof. Dr.: Zeitungslehre I. Erster Band. Berlin, 1937, 138 стор. Zweiter Band. Berlin 1937. 140 стор.
- Eisner, P.: Noviny a národ. "Čin", č. 9, 1936. Praha.
- Jehl, L.: Podnikatelská konkurence novinářská v Anglii. "Č. sv. šk. p. n.", č. 4-5, unor 1934.
- Ігнатенко, В.: Українська преса. Київ, 1926. 79 + I пор. стор.
- " - - - " Бібліографія української преси. Харків-Київ, 1930, 238 стор.
- Келрін, І.: Наша преса і громадянство. "Діло", ч. 10, 1928.
- " - - - " Непорозуміння між пресою і читачами. "Діло", ч. 81, 1936.
- " - - - " Часопис, його видавець та редактор. "Діло", ч. 9, 1936.
- Кисілевський, В. Пр.: Зріст зацікавлення українським питанням в Англії. "III Український Статистичний Річник". Львів, 1935. 219 стор.
- Косач, М.: Тільки цифри та адреси. "Діло", ч. 9, 1928.
- Kose, J.: Pracovní podmínky žurnalistů podle jejich kolektivních smluv. "Č. sv. šk. p. n.", č. 1, říjen 1931.
- Koudelka, J.: Noviny, co jsou a jak se dělají. Praha, 1932. 159+1 пор. стор.
- " - - - " Anglosaský tisk. Praha, 1935. 131 стор.
- " - - - " Novinářství a vydavatelé v Anglii odmitají soukromé aferisování. "T. a p.", č. 9, květen 1937.
- Кравченко-Максимейкова, Н.: Аноніми та псевдоніми в загальній і в українській бібліографії. "Методологічний збірник". Вип. I. Київ, 1928. VIII + 248 стор.
- Kučera, A.: Mezinárodní novinové museum v Aachen. "Vyběr". Zlin, č. 8, 1940.
- X/ Скорочення: "Č. sv. šk. p. n." - "Časopis svobodné školy politických nauk" v Praze. "T. a p." - "Tisk a politika". Praha.

- Левицький, П.: Национальна преса - керманич і виховник народу. "Діло", ч. 9, 1930.
- Linhart, J.: Svycarský tisk. "Č. sv. šk. p. n.", č. 7-8, květen 1934.
- Нидза, С.: 43 роки в експедиції. "Діло", ч. 9, 1938.
- Novotny, B.: Dvacet pět roků činořodě práce naši největší novinářské organizace. "Т. а р.", č. 8, květen 1936.
- Penížek, J.: Naše žurnalistika dnes a její úkoly. "Č. sv. šk. p. n.", č. 1, listopad 1929.
- Розенберг, В.: Изъ истории русской печати. Прага, 1924. 259+I пор. стор.
- Рудницький, М.: Нілька шрубок у машині "Діла". "Діло", ч. 9, 1938.
- Rusev-Sen, A.: Vyuvoj a nynější organizace bulharského tisku. "Т. а р.", č. 5, leden 1937.
- S. P.: Noviny a novináři. "Masarykův lid", č. 14, 1936. Praha.
- Schubertová-Tumová, P. E. N. - klub. Dodatky k velkému Ottovu slovníku naučnému. 2-га половина V тому. Praha, 1937. 979-980 стор.
- Сірополко, Ст.: Етика літерата. "Діло", ч. 206, 1923.
- " - - - " Наболілі питання української преси. "Діло", ч. 287, 1934.
- " - - - " Піввікова служба "Діла" українській культурі". "Діло" ч. 9, 1930.
- Slavik, V., Dr.: Propaganda. "Č. sv. šk. p. n.", č. 7, květen, 1929.
- Смаль-Стоцький, С.: Наш шлях. "Діло", ч. 9, 1930.
- Сомов, Ч.: Критическая библиография, Москва, 1928. 87 стор. + I пор. стор.
- Sorokin, P.: Sociologické nauky přítomnosti. Praha, 1936. VIII+718 ст.
- Steed, H. W.: Noviny i novináři. Praha, 1928. 44 стор.
- Струтинський, М.: Втора і нині української преси в Галичині. Альманах "Нового часу" 1938. Львів, 1937. 160 стор.
- Турин, І., Пр.: Чому треба нам фахової преси? "Діло", ч. 9, 1930.
- Fuchs, A., Dr.: Zakulisí novin. Praha, 1931. 177 стор. + I пор. стор.
- Chab, V.: Jak se dělají noviny. Praha. 1932. 136 стор.
- Sekota, A.: Lide a noviny. "Č. sv. šk. p. n.", č. 7, duben 1935.
- " - - - " Zásady pro zpravodaje časopisu "Zlin". "Т. а р.", č. 2, listopad 1935.
- Чайковський, А., Пр.: Як то було при народинах "Діла"? "Діло", ч. 10, 1928.
- Čermák, E.: Novinářské zpravodajství. "Č. sv. šk. p. n.", č. 7, květen 1929, č. 2, listopad 1933, č. 2, listopad 1934.
- Чикаленко, С.: Словади. Частина III. Львів, 1926. 131 I пор. стор.
- " - - - " Щоденник. Львів, 1931. 496 стор.
- Janek, D.: Nutnost novinářské komoxy. "Т. а р.", č. 9-10, červenec 1936.

О г л а в.

Стор.

Передмова.....	1
I. <u>Преса і суспільна думка. Завдання публіциста.</u> Як виникає суспільна думка. Роль преси в організації суспільної думки. Хто є справжній публіцист. Брукова література і боротьба з нею.....	3 - 8
II. <u>Комерціалізація преси. Часописні кнечерни в різних країнах. Додаткові і відемі риси комерціалізації преси.....</u>	9 - 14
III. <u>Вимоги, яким має відповідати журналіст.</u> 1. Обдарованість. 2. Патріотизм. 3. Правдивість. 4. Акуратність. 5. Готовість до праці. 6. Спритність. 7. Чужність. 8. Памятливість. 9. Довірність. Жінка в журналістиці.....	15 - 19
IV. <u>Матеріальне і правне становище журналіста.</u> Платня. Забезпечення на випадок хвороби і смерти. Робочі години. Відпустки. Право на зрвання договору при зміні напрямку часопису. Матеріальне і безправне становище українського журналіста.....	20 - 23
V. <u>Професійні організації і клуби журналістів.</u> Професійні організації журналістів у різних країнах. Міжнародна Федерация Журналістів. Клуби журналістів. ІЕНКлуб. Світовий Пресовий Конгрес в Кельні. Професійні організації українських журналістів.....	24 - 28
VI. <u>Етика часопису і журналіста. Приписи етики часопису, як витвору колективу. Приписи етики журналіста. Криптоніми і псевдоніми. Приклади порушення українською пресою приписів журналістичної етики.....</u>	29 - 33
VII. <u>Редакція та помічні при ній установи.</u> Шеф-редактор. Редакційні конференції. Вільні співробітники. Помічні установи: бібліотека, архив, музей склад кліш, фотографічне ательє. Редакційний апарат "Ради" і "Діла".....	34 - 38
VIII. <u>Преса та її видавець. Поділ преси за ознакою її видавця. Приватні часописи. Партиїні часописи. Урядові часописи.....</u>	39 - 41
IX. <u>Адміністрація часопису. Адміністрація часопису та її поділ на відділи: 1-загальний, 2-експедиція, 3-інсератний, 4-бухгалтерія, 5-каса. Головні прибутки і видатки часописного підприємства. З минулого адміністрації "Ради" і "Діла".....</u>	42 - 46
X. <u>Часопис, читач і громадянство. Об'єктивізм і суб'єктивізм часопису. Ідеологія часопису. Читачі - друзі часопису. Обов'язок громадянства перед своєю пресою. Українські щоденники та ставлення до них читачів і громадянства.....</u>	47 - 50
XI. <u>Преса і культура. Значення преси. Вади сучасної преси. Преса, як чинник духової культури. Завдання української преси.....</u>	51 - 54
Література.....	55 - 56

