

Андрій Судин

ГАЗЕТА «ДРУГ ЧИТАЧА» (1960–1993): СЕНСИ ІСТОРИЧНОГО І НЕІСТОРИЧНОГО ХАРАКТЕРУ

Проаналізовано основні функціональні властивості і тематику публікацій тижневика «Друг читача» (1960–1993 рр.) відповідно до історичних реалій тодішнього ринку книги. Здійснено спробу співвіднесення державного, ідеологічного впливу на зміст і завдання, професійне призначення видання і рівня значущості газети для книжкового ринку. Узагальнено позитивний досвід і сформовано пропозиції для сучасності.

Ключові слова: газета, книжковий ринок, державна ідеологія, історія преси, книгознавча журналістика, українська книжкова преса, книготоргівля, бібліотекознавство, видавнича діяльність.

Andrii Sudyn

THE NEWSPAPER «DRUH CHYTACHA» («READER'S FRIEND») (1960–1993): MEANINGS OF HISTORICAL AND NON-HISTORICAL NATURE

The analysis of the main functional properties and themes of the weekly «Reader's Friend» (1960–1993) was performed in accordance to historical realities of the book market at the time. An attempt was made to correlate the state ideological influence on the content and objective, the professional purpose of the publication and the level of significance of the newspaper for the book market. The positive experience was summarised and suggestions for the present were formed.

Key words: *newspaper, book market, state ideology, history of press, bibliographic journalism, Ukrainian book press, book trade, library science, publishing activity*

Інтерес до дослідження одного із українських періодичних видань, присвяченого книзі і книжковій справі (а також і спроб його відродження чи продовження його традицій) існує вже тривалий час. Однак, і відродження, і дослідження ускладнені, кількома причинами соціально-психологічного і ринкового характеру. Наприклад, історично видання не дуже віддалене і наче мало б бути дуже ясным, до того ж проблему створює (у тому числі з боку молодих дослідників) потреба інтерпретації ідеологічного насичення, притаманного радянським газетам, «більшовизованого» характеру публікацій цілого періоду виходу (окрім останніх двох-трьох років). Далі — це, без сумніву, особливості цільового і читацького призначення. Адже вкласти його в рамки якихось чітких цільових груп покупців, передплатників, читачів неможливо. Сама назва «Друг читача» розмиває у зіставленні з тим, що публікувалося на сторінках газети, потенційні (плановані) завдання цього друкованого ЗМІ. З одного боку — це стимулювання продажу, сприяння оптимізації організації розповсюдження книжок, книготоргівлі, з іншого — пропагування читання, розповсюдження знань через просування книги.

Зрештою, і нині ці завдання видання виглядають розмитими, якщо спробувати відтворити таку газету у ринкових умовах. Видання не може бути одночасно ринково корисним, а також і рекламно привабливим — і видавцям, і книготорговцям, і бібліотекам, і «читачам», власне потенційним покупцям книги. Книга в багатьох напрямках продукування — товар не масового вжитку.

Відтак перші дослідницькі публікації про «Друг читача» були початковими, поверховими, короткими і майже безоцінковими, деколи з неточностями і навіть помилками.

Перша дослідницька публікація, 2009 року аспірантки тоді ще існуючої кафедри книгознавства і комерційної діяльності УАД Н. Марціняк [5], а пізніша (2016 р.) — за співавторства Т. Ковальнової, к. н. соц. ком., доцента СумДУ і М. Лагути, студентки 3 курсу СумДУ [4]. У коротких публікаціях охопити всі сторони газети просто неможливо, хоча спроби були саме такі. На сторінках сайту «Читомо» теж було опубліковано (дата публікації від 2013 р.) розвідку історично-популярного характеру, де серед інших «книжкових видань» було згадано і «Друг читача» [3]. Є також і короткі «енциклопедичного характеру» публікації на відповідних сторінках «Вікіпедії» чи «Енциклопедії сучасної України» [2, 6].

З інших (прикладних чи й рекламно-пропагандистських) публікацій можна було б згадати також і ті, що характеризували завдання газети (на початках «газети-бюлетня») на самих сторінках видання для читача, передплатника, або ж публікації на зразок статті тодішнього редактора газети В. Варакова на сторінках журналу «Соціалістична культура», де він пояснював суть видання [1].

Ще одна складність впливає із завдань самого дослідження, адже їх може і повинно бути кілька, цілком різних за пошуковим матеріалом. За 33 роки вийшло 1700 випусків «Друга читача» (формат А2). Від 1965 року газета почала виходити на восьми сторінках, а отже сумарно це близько 12 700 сторінок газетного матеріалу. І от навіть «Вікіпедія» розповідає про це аж неймовірно коротко у двох абзацах, один із яких подає, що в газеті працювали такі «визначні діячі культури, як: Анатолій Погрібний, Микола Сом, В'ячеслав Чорновіл, Микола Гірник». Хоча насправді і серед авторів, і серед тих, про кого писала газета, і редакторів (С. Мішура, О. Гуреїв, В. Гнатовський, М. Гірник, П. Гадзюра, Ю. Чикирисов, Р. Чумак, О. Гижа, В. Вараков, К. Родик), працівників редакції є набагато більша низка цікавих (і з боку історичного, в тому числі) постатей.

Відтак у дослідженні можуть виокреслюватися кілька основних напрямів:

1. Суто історичне — історія видання в сукупності із історією галузі, бо розвиток видання, його видозміни, а також і зміни в публікаціях нерозривно пов'язані зі змінами в галузі. Навіть «шапка» видання мінялася зі змінами в структурі керування тодішньою книжковою справою. Спочатку це було спільне видання таких на той час наявних структур, як «Укркнига», «Укропспілка», «Союздрук», від 1965 року — Державного комітету Ради міністрів УРСР по пресі, від 1973 року — Державного комітету Ради Міністрів Української РСР у справах видавництва, поліграфії і книжкової торгівлі (Держкомвидаву), а від початку 1975 року додається ще й новоутворене тоді Добровільне товариство любителів книги Української РСР (ДТЛК), від № 33 1990 р. — Держкомпреси УРСР і Товариства любителів книги Української РСР (аж поки не зникла абревіатура УРСР, і ДТЛК не перейменували в Товариство книголюбів України).

2. Автори і теми, редакційні працівники, журналісти — це просто неоціненний матеріал про те, які люди і що писали тоді про книжки, які книги були пропаговані у першу чергу. Справді, можна побачити дуже цікаві імена в тому виданні, навіть якщо дивитися його дуже швидко і досить поверхово. Не все було продиктовано тільки відповідними урядовими чи партійними ухвалами. У деяких випусках (особливо ювілейних, підсумкових) висловлюються подяки найактивнішим авторам.

3. Галузеве значення — роль для «просування» книги, книготоргівлі, розповсюдження. Адже газета була своєрідною послідовною піар-кампанією для здобуття не просто читачів, а постійних покупців книги. А відтак і значення для суспільства.

Якщо спробувати прослідкувати шлях розвитку газети, то можна виділити певні етапи:

– **1960-ті роки (приблизно до 1963–1964)**, які ми знаємо як «хрущовську відлигу»;

– **перехідний період** до стагнації зі зменшенням професійного значення і зростанням впливу партійної ідеології;

– **повна стагнація** (якщо казати про галузеве значення) — після початку наростання фальшу в усіх видах пропаганди «брежнєвських» часів;

– **період «перебудови»** — від 1986 року по 1992, із поступовим нівелюванням основних партійних догм і збільшенням національної ідеології, але не галузевої;

– **«оновлений» «Друг читача»** — із цілковитим оновленням редакції, колегії, переходом до національних цінностей, але й переорієнтацією на популярне видання.

Без сумніву, «Друг читача» виник із професійної потреби, як джерело галузевої (максимально для книжкової торгівлі, далі — бібліотечних потреб) інформації. Сподіватися засновникам на те, що передплатниками, покупцями видання стануть читачі книги у масовому вираженні, було тільки доброю вірою, при тому, що в перше десятиліття у нього вкладено дуже багато любові саме до читача, до книги, до авторства, письменництва. Але професійне спрямування було видно і за матеріалами, які там публікували, і за завданнями, які декларувала «газета-бюлетень» від перших своїх випусків.

З огляду на тираж і ціну газети, можна сказати, що газету намагалися зробити масовою (в цілях якраз пропаганди і просування книжки в суспільстві) у межах 40–50 тисяч. Один із років видання було позначено тиражем у сто тисяч примірників. У ті часи передплата була загалом «організовуваною» і, виходячи із загальних цифр, досить виправданою та створювала самоокупність видання.

Наприклад, у №2, 1961 р. с. 4 у матеріалі «Рік 1960, цифри і факти» повідомляється, що «...Зараз населення України обслуговує 1940 книжкових магазинів. З них 659 працюють

безпосередньо в селах. Більше 100 тис. громадських розповсюджувачів літератури пропагують книгу в містах і селах республіки. 1288 книжкових магазинів працюють на Україні з вільним доступом читачів до книг. 235 спеціально обладнаних книжкових автолавок продають літературу на новобудовах, шахтах, у віддалених населених пунктах України. 2579 сільських бібліотек продали читачам нових книг на суму близько мільйона карбованців».

Звичайно, «Друг читача» не був ні науковим, ні навіть науково-популярним виданням, хоча мав таку близьку до того назву. Його завдання були таки набагато «прикладнішими». Це було завдання «просувати» книгу цілком матеріально, «по-рекламному». Тут треба додати, що галузева потреба виникала теж — з ідеології, яка була тоді державницькою з погляду розбудови соціалістичної системи. Але ту ідеологію не можна побачити в цьому випадку однорідною і, тим паче, цілком шкідливою і облудною. Одна сторона, так, — жорстоко ідеалістична і пригноблююча (якщо говорити про однопартійність і авторитаризм нагнітання ідей «побудови матеріальної бази комунізму»), а інша — навпаки — дуже жива і життєдайна — виховання читаючого народу, обізнаного в книжковій тематиці.

Тут і виникає суперечлива підгірчена ностальгія. Адже якщо ставити собі за завдання — виховувати читаючих людей, намагатися дотягтися з книгою до всіх сільських закутків (а повірте, це на сторінках газети постійно) — це ж добре! Пропонувати бібліотекарям, учителям, фахівцям з різних галузей книжки і аналізувати їх для них, — це теж добре. Пропонувати видання різних видавництв, пропагувати самі видавництва, їхні тематичні плани — це ж чудово. Організувати торгівлю і стимулювати її, організувати роботу так званих «книгонош» — хай це буде деколи і штучно — але ж це теж добре.

У шістдесятих — на початку сімдесятих — це правило, це обов'язок.

Врешті-решт, на сторінках газети дуже часто вживані словосполучення «пропаганда книги і читання», яких зараз майже не чутно — удосконалення форм і методів пропаганди, і це теж за завданням основної ідеології.

Мала газета і прикладне значення: її передплачували більшість книгарень (особливо великих) по всій Україні. У книгарнях були так звані кутки покупців, де лежала і свіжа підшивка газети, і тематичні плани видавництва. Можна було не читати усіх ідеологічних матеріалів, зате сторінка «Книжковий тиждень» (пізніше — «Видання тижня», а далі — «Книжкові новинки»). Там були анонси видань тижня, які появляться найближчим часом у книгарнях.

Згідно із тими тодішніми завданнями централізованої організації попередніх замовлень, можна було залишити в книгарні картку із особистим замовленням на книжку, яка вийде в першому, чи другому кварталі року, чи як там було описано. Це було зручно. У газеті можна було побачити адреси магазинів, де здійснюється передплата багатотомних видань, адреси книгарень, де можна замовляти книжки «Книга поштою»...

І тепер найскладніше і «найутопічніше» в практичному застосуванні досвіду таких ось видань: ідеологія. Як на мене, для державницької ідеології — це ж якраз теж дуже важливо. Книжковий бізнес — звичайно ж, бізнес. Але читання книги — це інтерес держави, а тому в державі мала б бути зацікавленість у тій же не тільки пропаганді книги, але і в свого роду координації пропаганди і просування книги. Хай у тому числі й як товару. Як це було, наприклад, у шістдесяті, коли рахували гроші, здобуті продажем різних типів літератури, не тільки ідеологічної.

Випуск такого бюлетеня, може, і не потребував би теж великих затрат із бюджету, але він був би вигідний державі, якщо б ставилося завдання підвищення інтелекту і культурного розвитку населення, від яких залежить прогрес країни.

Я гадаю, «ініціатива Капранових» не мала б бути підприємницькою, бо якраз на тому вона й заглухла. Вона мала б бути якраз, як у ті часи, ідеологічно зарядженою. Держава має бути розумною, а тому й треба їй дбати і про пропаганду книги і читання, і про сприяння організації книготоргівлі, щодо якої досі ностальгують видавці, і про роботу бібліотек.

Якщо вже є Інститут книги, то я би вніс до того пропозицію організувати хоча б на початку щось таке, як тодішній бюлетень. Обіговий листок про нові видання, про надходження до книгарень... тощо. Це не надто складно, якщо хотіти. З одного боку — продаж і просування книги — це ж наче завдання самих виробників і торговців, але з іншого, сприяти розвитку «книгообігу» мала б і держава. І тому в ту бюджетну кишеньку, яка йде на видання соціально значущих видань, потрібно було б класти і трошки на видання галузевої газети.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вараков В., Успіх народжується в колективі // Соціалістична культура № 8, серпень 1973 р., С. 22. URL: <https://elib.nlu.org.ua/view.html?id=9789> (дата звернення: 06.05.2021).

2. Друг читача. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%80%D1%83%D0%B3_%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%87%D0%B0 (дата звернення: 17.02.2021).

3. Дудник І. Книжкові журнали XX ст. URL: <https://archive.chytomo.com/blogs/knizhkovi-zhurnali-xx-st> (дата звернення: 06.05.2021).

4. Ковальова, Т. В. Газета «Друг читача»: історія і сучасність книгознавчого видання // Журналістська освіта на Сумщині: світові професійні стандарти: XII Міжнародна науково-практична конференція (м. Суми, 8–9 червня 2016 р.). Суми : СумДУ, 2016. С. 68–73. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=21880 (дата звернення: 06.05.2021).

5. Марціняк Н. Газета «Друг читача» як джерело інформації про книжкову справу України (1960–1993 рр.) // Національна книжкова та рукописна культура: історія, методологія, джерельна база : матеріали міжнар. наук. конф. (Львів, 29–30 квітня 2009 р.). Львів, 2009. С. 91–94. URL: <http://knyhobachennia.net/?category=10&article=322> (дата звернення: 17.02.2021).

6. Самчинська Т. В. Друг читача // Енциклопедія Сучасної України : електронна версія. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2008. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=21880 (дата звернення: 17.02.2021).