

В.Є.Савчук, С.В.Пушак

ЧАСОПИС «НОВИЙ ЧАС» У СВІТЛІ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

«У дуже важку хвилю поставили ми собі завданням видавати часопис для всіх. Здавалосьби, що український нарід знищений війною, підточений хворобами, умучений грабіжами і теперішньою безголовою господаркою своїх правителів, тратить не лише віру у свою кращу будучність, але й охоту добувати своє право, здавалосьби, що він загубив шлях і не бачить виходу зі страшного положення. Питається: чи теперішня руїна така страшна, лихоліття так нас розбило, щоби ми аж втратили сили, надію і охоту відбудуватись! На то питання не можна дати одної відповіді, бо український нарід живе в кількох займанщинах: між Москалем, Поляком, Румуном і Чехом і не всюди йому однаково. Ми мусимо нарешті зрозуміти, що організація нас самих, широка і глибока аж до самих найдаальших сільських хатин се перше услів'я нашої кращої долі, се фундамент. В отсеи новий час такі думки буде ширити часопис «Новий час» [1].

Ілюстрований популярний часопис «Новий час» виходив з грудня 1923 р. у Львові. Видавав газету Дмитро Паліїв, а через декілька місяців редактором став Іван Тиктор — заслужений видавець і відомий підприємець.

«Для того, щоби засоби масової інформації відігравали у суспільстві або його частині важливу роль, вони повинні взяти участь у інтеграційних процесах культури, до якої належать» [2, с. 28].

«Конкуренція дуже легко викликує кожду з газет на головну ринкову течію, де кожна газета прагне дати споживачеві максимально за його потребою інформацію, чим і змушує останнього купити саме цей продукт масової комунікації» [2, с. 24].

Перші слова належать українцям — видавцям «Нового часу», датуються 1923-м роком, в них сформульована мета утвореного видання. Автором двох наступних думок, датованих 1991-м роком, є норвежець Ландбі — теоретик комунікації з університету Осло. Останній не знав про існування «Нового часу». Тим не менше його

думки про сучасні норвезькі засоби масової інформації можуть слугувати теоретичним обґрунтуванням того, що зробив Іван Тиктор у «Новому часі». З одного боку, газета, існуючи в культурному просторі нації, а отже, оперуючи національними символами, була провідником національної ідеї для широких мас народу, але вона (газета) ніколи не змогла б виконати найблагородніші зобов'язання перед народом, якщо б не подбала про те, як виживати, а радше процвітати, фізично. Поєднання цих двох умов було ненасильницьким способом змусити людину надати перевагу саме цій газеті.

«Новий час» — масове видання, в якому висвітлювалися політичні, економічні і культурні проблеми свого часу. Часопис видавався друкарнею Ставропігійського інституту, а згодом видавництвом «Українська преса». Спочатку виходив двічі на тиждень, потім що другий день, а з 1936 року став щоденником. Обсяг його від 8—12 до 24 сторінок. Розповсюджувався в Україні і за кордоном. Можливо, говорячи мовою сучасних теоретиків комунікації, «Новий час» об'єднав національно-культурну та комерційну умови існування газети?

Уже в першому номері «Нового часу» стверджується: «організація нас самих, широка і глибока <...> це перше услів'я нашої кращої долі, це фундамент». Формулюється мета часопису — «ширити» «такі думки».

«Московська лапа знову простягається по українську землю», «Чому й досі немає пам'ятника Шевченкові в Києві?», «Українська мова для пастухів?», «Українська література в світлі націоналізму», «В справі правопису в наших часописах», «Становище Гоголя в українській літературі», «Гетьман Мазепа й література», «Княжими слідами по Карпатській Україні», «Закарпаття за Володимира Великого», «Вражиня з побуту на Україні», «Театр на великій Україні», «З українського театру ім. Тобілевича», «На Східній Україні», «В обороні молитви в рідній школі», — уже з цих небагатьох перерахованих назв рубрик і публікацій можна зрозуміти, що на сторінках «Нового часу» крізь призму національного робляться політичні висновки, порушуються проблеми широкого громадянського звучання і культурного життя українського народу.

Це характеризує видання як загальнонаціональне. Але, будучи таким, воно все ж таки враховує так звані культурні ідентичності, які формують населення країни. Враховані ідентичності, що розрізняються за територіальною ознакою (у рубриці «З життя краю» разом з підрубриками «Надвірнянська хроніка», «Підгаєцька хроніка»), а також за інтересами (у тижневих додатках «Література і мистецтво», «Літературно-науковий», «У фільмовому царстві»).

При висвітленні питань політики, історії, літератури, мистецтва, театру розкривається їх національно-культурна специфіка, події вводяться в європейський, і більше світовий, контекст. Про це багато говорять такі заголовки рубрик і публікацій, як: «Світове кіно. —

Американська фільмова продукція. — Досягнення німецького кіна. — Перспективи розвитку українського кіна», «Фільми: кіно тепер і в майбутності», «По той бік Атлантику», «Страшна буря пройшла над Європою», «Самогубство англійського генерала», «Криваві арабсько-жидівські сутички в Палестині», «Чесько-мадярський конфлікт», «Повінь у Босні», «У Львові», «В Польщі», «З краю», «Різні вісті», «Що й де?», «Огляд світових подій», «Новинки».

«Новий час» входить у світову газетну сім'ю. У рубриці «Преса», що з'явилася в 1937 році, робиться огляд світової преси («Німеччина і справа польсько-мадярської спільної границі», «Відгомін промови французького посла на терені Данцігу»).

Та які б події не висвітлював «Новий час», він завжди залишався національним за змістом. Оперуючи символами української культури, одним з яких є мова, часопис був і є надалі частиною цієї культури. З одного боку, на сторінках газети піднімається проблема української мови, з другого, і це, на нашу думку, навіть дівіше, світові події, висвітлені на належному рівні, вкладаються в українське слово. Це те, чого бракує сучасній українській пресі, щоб інтегрувати у світову систему засобів масової інформації, — оперувати зрозумілими світові й універсальними принципами комунікації і послуговуватись при цьому національними символами. Українська національна ідея, сплутана провінційними ланцюгами або ж зодягнена у потріпану літературну форму, має лише негативний вплив навіть на патріотів, а от розпізнання української культури в межах європейської культури має магічну силу навернення до української нації.

Уся палітра інформаційних, публіцистичних і художніх жанрів (від огляду, статті і замітки до повідомлення й оголошення), тематичний підбір рубрик, синкретичний характер інформації в часописі та його обсяги роблять «Новий час» ілюстрацією сучасних підходів до національних засобів масової інформації в європейських державах.

Другим «услів'ям» існування часопису, тобто тим, що уможливило вихід у світ кожного його номера, була реклама. Жоден номер не обходився без рекламних оголошень. Вони повністю займали останню сторінку, а то й більше місця. Читачі могли дізнатися з реклами буквально про все. Вона привертала увагу оригінальним зовнішнім оформленням, розташуванням у певному місці газети, формулюванням тексту. Кольорові виділення окремих місць оголошень, а іноді і цілої сторінки газети, вміло застосований графічний матеріал, різного роду ілюстрована та рифмована реклами свідчать про те, що реклама виконувала функцію не лише інформуючу, але й естетичну.

Реклама, і це знову ж таки сучасні реалії, була можливістю існування газети, однак, вписана у видання, вона несла такі ж ідейні, культурні та естетичні цінності, як і видання в цілому. І сучасному видавцеві слід пам'ятати: навіть побутові дрібнички мої на рекламу-

вати так, що цим викликатиметься патріотична буря захоплення рідним словом.

А хіба не заслуговує уваги рубрика «Жіноча сторінка», яка була в газеті протягом майже всіх років її видання? «Жіноча сторінка» складалася з окремих підрубрик («З життя жінок», «Жіночі секрети» тощо), відзначалася цікавими статтями про життя жінок усього світу («Конгрес жінок», «Змінні погляди на жіночу красу»), тут давалися корисні поради і навіть проводилися конкурси краси.

Норми, правила, ідеї, погляди, вірування, почуття, настрої, цінності об'єднуються в особливе утворення — культуру. Газета, як важливий елемент національної системи засобів масової інформації, є рівно важливим елементом культури. І, якщо остання зазнає змін, то їм неодмінно повинні відповідати структурні зміни в засобах масової інформації, а отже, і в кожній конкретній газеті. «Новий час» — це взірць того, як наш попередник Іван Тиктор зумів створити на початку ХХ століття видання, яке відповідало не лише стану українського суспільства і культури того часу, а й європейським культурним процесам.

1. Новий час. 1923. №1. 2. The role of media in a changing society: papers from the Baltic-Norwegian Conference October 1991. Oslo, 1992.

Стаття надійшла до редакції 10.01.95