

- постаті «жінки» та «жінки-змагунки» не залишали байдужими галицьких публіцистів-чоловіків, які із зацікавленням, іноді з захопленням чи гумором (здоровим) спостерігали за становленням жіночого спортивного руху (національного і світового), аналізували, радили, критикували, використовували образ жінки при творенні тексту;

- журналістська увага до жіночої фізкультури розгорталася у багатовекторну панораму: 1) акцентувалися різні масові спортивні заходи за участі слабкої статі, розкривалося значення змагань, фіксувалися успіхи і негаразди, обговорювалися перспективи; 2) висвітлювалося і аналізувалося життя окремих жіночих товариств, гуртків та секцій; 3) читачів регулярно ознайомлювали з досягненнями провідних спортсменок Галичини, підкреслюючи їхній внесок у фізкультурний поступ та презентуючи реципієнтам (зокрема чинним та майбутнім змагунам і чемпіонам) гідні приклади до наслідування.

1. Вацеба О. Нариси з історії спортивного руху в Західній Україні / О. Вацеба. — Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1997. — С. 51—59.
2. Ковпак В. О. Українська спортивна періодика Галичини 20—30-х рр. ХХ ст. : монографія / В. О. Ковпак ; відп. ред. Л. В. Сніцарчук. — Львів, 2008. — 236 с.
3. Кость С. А. Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини ХХ ст. (Структура. Частина друга) / С. А. Кость. — Львів, 2002. — 216 с.
4. Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853—1939 рр.) : анот. кат. / уклад. В. А. Передирій. — Вид. 2-ге, доповн. — Львів : Мета, 1996. — 192 с.

Аліна Тимошик-Сударикова

ПРОМОЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КНИГИ І ПРЕСИ
НА СТОРІНКАХ ПАРИЗЬКОГО ЖУРНАЛУ «ТРИЗУБ»
(1925—1940 рр.)

У статті йдеться про одну із складових тематичної проблематики часопису «Тризуб» — промоцію в еміграції української книги і преси.

Ключові слова: часопис «Тризуб», редакційна політика, тематика публікацій, промоція, українська преса, книга, видавнича діяльність.

В статье исследовано одну из составляющих тематической проблематики издания «Тризуб» — промоцию в эмиграции украинской книги и прессы.

Ключевые слова: издание «Тризуб», редакционная политика, тематика публикаций, промоция, украинская пресса, книга, издательская деятельность.

In article deals with one of the constituents of the magazine «Trident» thematic problems, the promotion of Ukrainian book and press in emigration in particular.

Key words: magazine «Trident», the subject matter of publications, Ukrainian press, book, editorial matter.

Проблемно-тематичний аспект часопису «Тризуб» досі не став предметом окремого комплексного дослідження учених — філологів, істориків, політологів — як в Україні, так і в діаспорі. Відсутні також публікації, в яких би докладно висвітлювалася багатогранна тематична проблематика часопису.

Одним із програмних пунктів редакційної політики «Тризуба» було всебічне обґрунтування і ствердження ідеї української державності у свідомості якнайбільшої кількості еміграції засобами друкованого слова. В умовах розпорошеності еміграції на великих географічних просторах і фактичної відсутності можливості користуватися українцям рідною мовою таким поширеним на той час у Європі та Америці засобу комунікації, як радіо, саме українське друковане слово залишалося найбільш ефективним і доступним для емігрантів засобом комунікації. У всі часи воно не тільки несло необхідну інформацію, знання, а й ставало чинником соціалізації, гуманізації, професіоналізації особистості. Воно об'єднувало людей, спонукало думати, а відтак — і діяти. Шукаючи таке друковане слово, постійно спілкуючись із ним, людина навіть у чужому суспільстві, навіть у найвіддаленішому закутку не могла загубитися, зневіритися у житті, морально й духовно деградувати.

Таку силу друкованого слова рідною мовою глибоко усвідомлювали творці «Тризуба». Заснування періодичного друкованого органу вони розцінювали як початок непростой і тривалої в часі просвітницької, організаційної, об'єднувальної роботи зі своїми розкиданими по світах земляками. Саме тому після розв'язання перших організаційних проблем із становленням тижневика в редакції виріває задум організувати власну, «тризубівську», книгарню.

Перше повідомлення читачам про цей задум з'являється на шпальтах тижневика через чотири місяці від часу виходу першого числа. Воно було коротким, але багатообіцяючим: «Контора «Тризуба» доводить до відома українського громадянства у Франції, що вона незабаром улаштує склад українських книг, нот, листівок і т. п. на продаж, а також почне приймати від бажаючих доручення щодо виписання тих видань, яких не буде на складі» (1926. — Ч. 19).

Варто підкреслити, що ідея заснування при редакції українського періодичного друкованого органу книгарні, де б не лише можна було придбати наявну літературу, а й замовити будь-яку книгу, журнал чи газету, надруковану в іншому місті чи в іншій країні (саме за таким принципом уже тоді працювали книгарні в європейських країнах), виникла у редакції «Тризуба» не в найкращий для цієї справи час. Від другої половини 20-х рр. минулого століття в середовищі української еміграції намітилися тенденції до спаду інтересу до читання. Причини лежали на поверхні: матеріальні злидні, часті переїзди в пошуках роботи, тривожна невизначеність щодо долі таборів для інтернованих, поступове зменшення, а то й припинення надання допомоги українським політичним, науковим та просвітнім організаціям урядами зарубіжних країн; непевненість у майбутньому, відсутність широкого вибору книг.

Про наявність такої тривожної тенденції йшлося і в низці публікацій, вміщених у тогочасних діаспорних періодичних виданнях. Показовою у цьому плані є аналітична стаття Г. Куценка «Нечитальники» [7], у ній зроблено спробу проаналізувати проблему збайдужіння, передусім молоді, до читання українських книг і загострити на цьому увагу не лише видавців, а й передусім самих читачів. Із ностальгією автор змальовує портрет українського студента дореволюційної пори: він був насамперед великим другом друкованого слова, бо купував і читав усе підряд, що потрапляло на його очі, позаяк готувався стати високоосвіченим, інтелігентним, духовно багатим. На цьому тлі зовсім іншим виглядало студентство вищих українських шкіл на еміграції, яке поступово переставало купувати не лише українські книжки, а й українську пресу.

Підтвердження цієї думки знаходимо в повідомленнях того ж «Тризуба» тієї пори: колись потужний львівський «Літературно-Науковий Вісник» змушений оголошувати збірку «На пресовий

фонд», що означало різке зменшення передплатників; варшавська «Трибуна», яка донедавна стояла в рівні з «ЛНВ», передчасно «упокоїлася»; єдина на всю Західну Україну та Європу україномовна львівська щоденна газета «Діло» ледве ниділа, чеське «Українське життя» мало коштів лише на десять чисел; подібний фінансовий портфель і в «Тризубі»...

Тема, порушена Г. Кущенком у статті «Нечитальники», виявилася вкрай актуальною. Вона мала продовження: відгукнувся на неї, зокрема, читач за підписом А. Б., що представляв інтереси саме такої молоді, своїми роздумами, озаглавленими «До питання нашого «Нечитальника» [1]. Вказавши на причини зменшення зацікавленості молоді друкованим словом (громадянська війна та загальна деморалізація викривили душу молоді; економічна криза спрямувала інтереси молоді на задоволення перших потреб існування; поразка в боротьбі за самостійність посіяла зневіру), молодий дописувач до «Тризуба» називає два найвиразніші типи представників його покоління: молоді дикунки і розслаблені: «Коли фанатична некультурність молоді може лякати, то відсутність стремління до цієї культурності може привести до розпуки».

Погоджуючись із думкою своїх авторів, що це явище зумовлене не лише об'єктивними, а й суб'єктивними причинами, редакція як одну з найпоширеніших виокремлює збайдужіння і розчарування молоді. Саме з такими явищами й вирішено було в «Тризубі» боротися методом налагодженням широкої мережі поширення українських книжок і преси. Ставка робилася передусім на Францію.

Українська книгарня при «Тризубі» відкрилася у квітні 1926 р. Перший перелік книг, обнародований редакцією по відкритті книгарні, був невеликим — усього 22 назви. Це насамперед твори В. Винниченка, М. Грушевського, Д. Дорошенка, О. Кашенка, В. Короліва-Старого, І. Крип'якевича, Олександра Олеса. З часом асортимент книгарні ставав більш різноманітним, і вже через місяць кількісно потроївся. У продажу з'являються журнали та газети — «Літературно-Науковий Вісник» зі Львова, «Українська Нива» та «Український Голос» із Вінніпега, «Свобода» із США, «Українське життя» із Праги. Окрім книг, журналів та газет, у книгарні можна було придбати й інші види видавничої продукції — нотні видання (народні та січові пісні, партитури опер і оперет), листівки, портрети,

календарі, альбоми, гравюри, каталоги, а також супутні в просвітницькій праці товари — значки, грамплатівки, витинанки, вишиванки.

Збільшувалася і кількість послуг, які книгарня надавала і відвідувачам, і тим, хто сюди звертався письмово. В рекламному оголошенні у квітні 1927 р. — через рік після відкриття — повідомлялося, що книгарня «Тризуба» допомагає культурно-просвітницькій праці організованої української еміграції, висилає все, що пропонується у каталогах, надає різні відомості й поради, дотичні до культурно-просвітньої справи. Каталоги видань, що пропонувалися для реалізації, почали готуватися за тематичним принципом, книги групувалися в окремі серії. Періодичність оновлення таких каталогів стала частішою. Це свідчило про те, що книгарня за короткий час набула статусу важливого культурно-просвітнього центру для українців не лише Франції, а й інших країн Європи.

Окрім того, книгарня почала виконувати замовлення чужоземних державних установ та бібліотек щодо пошуку й доставляння тієї чи іншої української книги, газети чи журналу. Цей напрям роботи українських наукових і просвітніх інституцій в еміграції був особливо важливий для інформування європейської спільноти про духовні, культурні й наукові набутки українців. Однак від середини 20-х рр. він став украй занедбаний. Як зазначає у листі до редакції професор І. Мірчук, «досить оглянути наукові бібліотеки на Заході, щоб в тім переконатись: коли старі українські наукові праці, що друкувались в російських чи польських виданнях, ще часто можна подекуди знайти, то нових українських видань до останнього часу майже зовсім не було» [10]. Причина полягала в тому, що зазвичай наукові бібліотеки в європейській країнах поповнювали свої фонди чужомовною літературою за рахунок обмінів виданнями. Українські ж видавці, що фінансово стояли не так упевнено, в цьому не були зацікавлені. Ось чому значення місії тризубівської книгарні в цьому плані важко переоцінити. Така форма просування української книги до чужинських бібліотек диктувалася потребами часу, про що свідчить і заснування у червні 1931 р. при Українському науковому інституті в Берліні «Бюро для розсилання українських книжок». Суть роботи цієї громадської організації полягала в тому, що за рахунок пожертвуваних українськими видавцями і книгарнями чи закуплених у них за зниженими цінами книжок воно поповнювало українські відділи найголовніших наукових бібліотек Німеччини.

Тривалий час українська книгарня «Гризуба» була єдиною на всю Францію. Лише через вісім років від часу її заснування, 1934 р., у Парижі постав ще один подібний культурологічний і просвітній осередок, заснований емігрантами з України, — Українська книжкова агенція під орудою І. Хмелюка. Треба віддати належне редакції тижневика, що вона не розцінила це як появу небажаного конкурента, а радо повідомила про добре починання небайдужого земляка своїх читачів [17]. Судячи зі змісту поданої інформації про цілі нової книжкової агенції, вона більше спеціалізувалася на продажу букіністичної, т. зв. okazійної, літератури української тематики, виданої ще в дореволюційній Росії. Скажімо, у переліку видань, що пропонувалися для придбання, — «Історія возз'єднання Русі» П. Куліша (Санкт-Петербург, 1876), «Марко Проклятий» М. Стороженка (Одеса, 1879), «Нарис історії малоросійського наріччя» в XVII ст.» П. Житецького (Київ, 1889). За такої спеціалізації ці українські книгарські осередки в столиці Франції не конкурували, а взаємно доповнювали один одного.

Після відкриття такої потужної книгарні, до якої надходили майже всі друкарські новинки з тих міст і країн, де діяли українські видавництва, важливо було подбати про організацію різних промоційних заходів, спрямованих на просування цього широкого пласту друкованих видань до конкретного покупця. Серед найголовніших форм промоції книжкових і періодичних видань, які застосовувала редакція «Гризуба», виділимо такі:

- рецензування новинок друку в рубриці «Бібліографія»;
- коротке анонсування видань, що надходили до редакції безкоштовно і вміщувалися під рубрикою «Надійшли до редакції»;
- публікація каталогу видань на сторінках часопису за тематичним або серійним принципами;
- підготовка прес-релізів видавців про заснування нового періодичного друкованого органу чи вихід у світ чергового випуску календаря-альманаху;
- друк коротких витягів із рецензій або відгуків відомих діячів про нове видання;
- влаштування передсвяткових або передсезонних акцій на продаж друкованих видань.

Коротко зупинимось на особливостях використання кожної із форм промоції.

Що стосується рецензій або коротких анонсів на нові надходження до друкарні, то добірки рубрик «Бібліографія» та «Надійшли до редакції» вміщувалися майже в кожному числі «Тризуба». Увага читача приверталася шрифтовими виділеннями назв видань чи їх авторів. Інформація про видання подавалася у популярному викладі, зверталася увага на найголовніше у змісті. Нерідко замість переказу змісту твору невідомого автора коротко викладалася якась інтригуюча історія. Починаючи з 1926 р. на сторінках «Тризуба» під рубрикою «Бібліографія» була постійно присутньою інформація про ті книжкові видання іноземною мовою, у яких тією чи іншою мірою йшлося про Україну.

Визначальна особливість публікацій рецензійних рубрик — оцінка новинки друку не лише зі змістового, а й технічного боку, аналіз культури видання загалом. Нерідко аналіз саме цих аспектів роботи видавництва виходив досить критичним і гострим. Тому різноманітні технічні неполадності, смислові чи граматичні помилки, а тим більше випадки перекручення фактів на газетних чи книжкових шпальтах не проходили повз увагу рецензентів «Тризуба». Характерним у цьому випадку є ставлення редакції до випущеної 1932 р. ужгородським видавництвом із численними помилками фактологічного й редакторського характеру книги поважного історика Д. Дорошенка «Історія України. 1917—1923». Більшу частину рецензії її автор С. Сірополко присвятив аналізу саме таких помилок: «Коректуру книги переведено зовсім недбало. Так, на с. 300 після 12 рядка згори бракує одного чи кількох рядків. На с. 4 і 324 переплутано рядки, а на с. 411 знаходимо «32 січня». На с. 348 згадується штаб-капітан Путник-Гребенчук, а на с. 349 — він уже йде під прізвиськом Путник-Гребенюк. На с. 9: П. Христюк служив «за кордоном в газеті «Рада» (може, за конторника)». Однією із серйозних вад випущеної книги, на думку редакції, є недотримання автором і видавництвом певних хронологічних дат (то за новим, то за старим стилем), чимало фактів перекручено чи подається неправильно: С. Петлюра приїхав до Москви на початку 1911 р., а не у 1909-го; Туган-Барановський народився на Харківщині, а не у Лохвицькому повіті на Полтавщині. Ці та інші подібні приклади авторського та редакторського недоопрацювання у роботі над книгою виявилися для редакції «Тризуба» аж ніяк не дріб'язковими чи дру-

горядними. Адже йшлося про книгу як засіб самоосвіти, як один із способів самостійного вивчення української літературної мови, формування певних естетичних смаків читачів.

Підготовку каталогів нових видань редакція вважала однією з найважливіших форм їх промоції. Оновлені каталоги друкувалися періодично на сторінках тижневика, в кожному числі подавалося не більше 20 назв новинок, нерідко переліки книг, журналів, газет вміщувалися окремо. Каталоги можна було безкоштовно взяти із собою у книгарні або отримати поштою, попередньо надіславши замовлення. Фраза «Жадайте безплатного каталогу за такою-то адресою» вміщувалася у публікаціях, присвячених розповідям про українські видавництва на еміграції. Для цього в журналі була заведена рубрика «Наші видавництва». За структурою каталоги ставали чимраз детальнішими і конкретнішими. Для прикладу: відповідно до каталогу видань, випущеного на початку 1928 р., в серії «Франкіана» вже значилося 11 назв видань творів І. Франка, 5 назв науково-популярних розвідок про нього. Подібна кількість була і в серіях «Шевченкіана», «Дитяча література», «Репертуар діточого театру».

Прес-релізи про заснування нових газет та журналів, вихід альманахів і тематичних річників готували до друку самі видавці. Вміщувалися вони, як правило, на останній сторінці обкладинки або на її внутрішніх шпальтах. Головним в інформації про нове періодичне видання було наголошення на його безпартійності або зазначення відомих прізвищ із середовища засновників чи майбутніх постійних авторів. Це пояснюється тим, що переважна більшість емігрантів як з інтернованих вояків УНР, так і пересічних громадян, хто вимушено покинув терени України, вже стомилися від безкінечних політичних дискусій розсварених лідерів партій, що виникли з поділеного національно-визвольного руху. Для прикладу: в інформації про вихід у світ із львівської друкарні календаря-альманаху «Дніпро» на 1930 р. було виділено «півжиром» та шрифтом більшої гарнітури такі фрази: «Річник безпартійний, літературно-громадський»; «Видання товариства допомоги емігрантам з Великої України»; «В календарі на цей рік взяли участь: В. Дорошенко, Д. Донцов, Е. Маланюк, С. Русова, В. Самійленко (посмертні вірші), С. Сірополко, С. Черкасенко» (1929. — Ч. 43). А в матеріалі «Новий український часопис у

Празі» (йшлося про заснування тижневої, а в перспективі — щоденної газети «Українська Справа») окремо виділено речення: «Для участі в часопису запрошено видатніших українських політиків, журналістів, письменників та учених» (1931. — Ч. 2—3).

Рекламних матеріалів або промоційних публікацій із таборів своїх опонентів «Тризуб» не вмщував, хоча й не обходив увагою появу таких видань. Аби інформувати читачів щодо справжніх намірів засновників нових газет такого характеру, редакція вдавалася до жанру репліки. Промовистою у цьому плані була реакція «Тризуба» на появу в Парижі за фінансової підтримки Москви при сприянні французької компартії нового періодичного україномовного видання з претензійною назвою «Українські Вісти»: «Розпочалося в Парижі видання нової більшовицької газети, цього разу українською мовою. Мета — розклад української еміграції і реклама совіцького раю. Редактором звичайно — І. Борщак. Нема чого й казати, що вся газета перейнята наскрізь брехнею та інсинуаціями».

Запозиченою із практики зарубіжних видань була досить ефективна така форма промоції української книжки, як представлення її через короткі витяги з кількох рецензій або перших вражень від читання відомих діячів. До такої форми вдався «Тризуб», презентуючи окремою шпальтою «перше повне народне видання, в одному томі, з поясненнями й примітками д-ра В. Симовича, з портретом і біографіями поета» (1929. — Ч. 51—52). Далі під спільною шапкою «Голоси критики» вміщуються короткі фрази відомих діячів із посиланням на першодрук рецензій) — Л. Білецького з «Української Трибуни», М. Возняка з «Письма з Просвіти», Б. Лепкого з «Українського Слова», Д. Дорошенка з «Хліборобської України». Для підвищення престижності саме такого видання подається також думка чужинця — професора славістики Мюнхенського університету Е. Бернекера — з його листа до видавництва: «Я знаю це видання як дуже добру роботу, яка однаково годиться і для студій, і для навчання. Воно дійсно спопуляризує Вашого великого поета й головно спричиниться до того, що його читатимуть і зрозуміють і поза Україною». Досить інтригуючим і ненав'язливо закличним сприймається поданий у рамці й набраний особним шрифтом витяг із газетної рецензії на книгу Д. Донцова «Націоналізм», що її випустило 1926 р. львівське видавництво «Нове життя»: «Книжка Донцова

може зробити епоху в нашому житті. Мовчати про таку книжку — непростимий гріх перед нашою історією, перед дітьми і дітьми дітей наших» (1926. — Ч. 45).

Часто «Тризуб» разом із своїми партнерами-видавцями вдався до влаштування передсвяткових або передсезонних акцій на продаж друкованих видань. Привертає увагу своїм незвичним закликом ось таке звернення до читача п. н. «На зимові вечори»: «Треба вже тепер зробити запас з потрібних українських книжок. Українська Книгарня Теодора Савули у Відні — одинока центральна книгарня за кордоном поповнила свій склад всіма ровиками зо всіх українських земель і продає їх по оригінальним цінам. Великий склад картин, мап, листівок, портретів і відзнак» (1929. — Ч. 43). Продаж «Збірника пам'яті Симона Петлюри» на 260 сторінок «з факсиміле і портретом з року 1917 та 16 світлинами», виданого Міжорганізаційним комітетом для вшанування пам'яті героя, редакція «Тризуба» організувала на підтримку Бібліотеки ім. С. Петлюри в Парижі, що зазначалося в анонсі акції. Для небайдужого читача автори анонсованого матеріалу обсягом на цілу сторінку вмістили перелік основних публікацій збірника та їх авторів: «Симон Петлюра» М. Славінського, «Творена Держава» Ісаака Мазепи, «З моїх спогадів про С. Петлюру» В. Короліва-Старого, «Петлюра на Кубані» Ф. Щербини, «Освітня політика за часів Директорії» С. Сірополка, «Симон Петлюра та українська закордонна політика» О. Шульгина.

Звернемо увагу ще на чотири форми промоції українських видань, до яких часто звертався «Тризуб» і які з погляду практики сучасних ЗМІ та видавництва виглядають незвичними.

1. До «Тризуба» звернулася редакція газети «Українське Слово» (Подоєради, Чехія) з проханням помістити на сторінках популярного тижневика акт ревізійної комісії щодо використання коштів, зібраних як пожертви на видання газети. Редакція вважала за потрібне виконати це прохання. Адже саме в такий спосіб можна було поінформувати численних жертводавців про те, наскільки відповідально й чесно видавці газети використали зібрані благодійні внески (1928. — Ч. 42).

2. Перед початком якогось аналітичного матеріалу подавалися короткі закличні або просто інформаційні фрази, набрані крупнішим шрифтом чи виділені рамками на кшталт: «Кожний українець на

чужині повинен мати у себе портрети Тараса Шевченка, Івана Франка, Симона Петлюри» (1927. — Ч. 23); «Православний Молитовник мовами церковнослов'янською та українською в перекладі І. Огієнка можна набувати в книгарні «Тризуба» (1928. — Ч. 17). Інколи спонука придбати ту чи іншу, на погляд редакції, украї важливу книжку робилася не прямо, а опосередковано, не заклично, а з переконливою порадою чи побажанням авторитетного автора. Ось як ненав'язливо було запропоновано читачеві звернути увагу на щойно випущену у світ книгу Є. Чикаленка «Спогади. 1861—1897»: «Кожному з наших українців, хто по засвоєному нами здавна звичаю, мавпуючи росіян, ремствує на революцію, я б дуже радив уважно прочитати «Спогади» Є. Чикаленка. Порівнюючи те, що було так ще недавно і що є тепер... вони б набралися ще більшої віри в остаточну перемогу української ідеї» [9].

3. Зважаючи на соціальну значущість якогось конкретного видання, редакція публікувала на нього ґрунтовну рецензію, подаючи у кінці публікації звернення до редакцій інших українських часописів переддрукувати цю рецензію на своїх шпальтах і надіслати передрук на адресу «Тризуба». До такої форми промоції редакція вдалася, зокрема, після виходу у Варшаві 1936 р. книги професора Р. Смаль-Стоцького «Українська мова в совітській Україні». Аби привернути увагу не лише української, а й світової спільноти до процесів нищення українства, звуження сфери вживання української мови, розправи над національною інтелігенцією після згортання Кремлем процесів українізації, редакція мала намір зібрати такі публікації й надіслати до відповідних міжнародних правових організацій для інформації (1936. — Ч. 9—10).

4. Ознайомлюючи з програмою і основними тематичними напрямками діяльності тієї чи іншої, щойно заснованої будь-де українцями, газети чи журналу й не приховуючи своєї симпатії до такого видання, редакція у кінці такої презентаційної публікації зверталася до читачів із подібним до цього гаслом: «Вважаємо своїм обов'язком закликати наше громадянство до активної підтримки «Українського життя». Наше щире — «Щасти, Боже!» (1926. — Ч. 57). У цьому випадку йшлося про засновану в Подєбрадах газету «Українське життя», появу якої на ринку вільної європейської преси саме в такий спосіб привітав «Тризуб».

Усіляко підтримуючи українську пресу і книгу, постійно дбаючи про те, аби у зневіреного через житейські обставини земляка-емігранта не пропадав інтерес до читання рідною мовою, редакція «Тризуба» цю проблематику прагнула висвітлювати в історичному контексті, в плані закономірного, об'єктивного розвитку українського рукописання пресо- і книгодрукування як важливий чинник ствердження української національної ідеї. У цьому плані тижневик можна розглядати як авторитетне джерело вивчення історії національної журналістики і видавничої справи.

Авторами публікацій часто виступали відомі дослідники зазначеної проблематики — О. Ільницький, О. Лотоцький, І. Огієнко, С. Сірополко, П. Стебницький та ін. Зазвичай предметом дослідження визначалися маловідомі навіть фахівцям або зовсім не досліджені періоди з наявними «білими плямами», які треба було починати чимось заповнювати. Такими є, зокрема, розвідки про першу українську друкарню у Західній Європі, створену 1881 р. М. Драгомановим та його однодумцями у Женеві [12], драматичні колізії заснування та діяльності в умовах суворої цензури українського друкованого слова Санкт-Петербурзького «Благодійного товариства видання загальнокорисних і дешевих книжок» [16], про історію перекладу й видання українською мовою гуртком киево-печерських учених і друкарів символу «Вірую» [11]. Редакція підтримала й докладно розповіла своїм читачам про ініційований Українською книжковою палатою у Харкові початок реалізації великого видавничого проекту, пов'язаного із створенням багатотомного історико-бібліографічного дослідження про шлях української книги в царській Росії, і з нетерпінням чекала його завершення [4]. Можна лише уявити, яким могло бути це видання, адже до його створення були залучені українські дослідники на еміграції, включаючи авторів «Тризуба». Проте, як відомо, через згортання у радянській Україні процесів українізації цьому видавничому проекту не судилося здійснитися.

Надзвичайну цінність для сучасних дослідників історії української журналістики має стаття В. Короліва-Старого «Перший редактор», приурочена 25-літтю виходу в Києві першого числа першої щоденної української газети «Громадська Думка» [5]. Це не лише збагачені документальними деталями спогади безпосереднього

учасника тих подій про першого редактора цієї газети Ф. Матушевського, а й публіцистичні роздуми про високу місію і відповідальність українського редактора, коли ще не існувало унормованої української літературної мови, коли ніхто й ніде не готував українських журналістів, коректорів, коли кожне речення, кожне слово, надруковане українською мовою, викликало «падання Дамоклового меча, удар на видавництво з боку цензури та адміністрації, що з-за рогу підстерігала появу кожного числа «мазепинської» газети...». Оцінюючи внесок Ф. Матушевського у становлення національної журналістики, автор наголошує на важливості вивчення тогочасними керівниками українських часописів досвіду своїх попередників, які з ентузіазмом творили українську журналістику в несприятливих економічних, політичних і організаційних умовах: «Жодний із сьогоднішніх редакторів чи журналістів й увияти собі не може тих умовин і атмосфери, в яких тоді доводилося працювати Ф. Матушевському. Досить сказати, що жодного рукопису не міг він залишити невинуватим, бо ж тоді ще не було журнальної мови. Її треба було творити, й це випадало найбільшою мірою першому редакторові першої газети [5].

Від початку 30-х рр. на сторінках тижневика збільшилася кількість публікацій, присвячених аналізу друкарської справи в радянській Україні. Така посилена увага до цієї проблематики була викликана проведеною радянським урядом наприкінці 20-х рр. реформою у видавничо-книгарській справі, що привело до її концентрації, встановлення повного і жорсткого контролю компартією цієї важливої ділянки ідеологічної роботи, остаточного знищення старих кооперативних видавництв та збільшення кількості російськомовних видань порівняно з україномовними. Серія аналітичних статей відомих у Європі книгознавців П. Зленка, С. Сірополка — «Відкупна система в поширенню російських видань» (1930. — Ч. 49—50), «План і дійсність у видавничо-книгарській справ на совітській Україні» (1931. — Ч. 26), «В чому виявилася «реорганізація» Українського Науково-Дослідного Інституту Книгознавства в Києві» (1932. — Ч. 41), «Тернистий шлях української книги» (1932. — Ч. 44) — побудована на ретельному аналізі офіційних радянських статистичних даних, заяв партійно-радянських керівників, публікацій різних радянських видань та порівнянні з тенденціями розвитку друкарства в

європейських країнах, представила читачеві справжню, а не декларовану радянською пропагандою картину. Заяви Москви про «успішну боротьбу з неписьменністю в Україні» розбиваються наведеними у статті такими порівняльними даними випуску друкованої продукції в Україні та світі за 1929 р.: «Тоді в Норвегії одна книга припадала на 315 осіб, в Чехословаччині на 1814, в Польщі на 2171, в Німеччині на 2339, в Росії на 2771... а на Україні припадало на 30 мільйонів населення 4625 українських книг, тобто одна книга на 6565 осіб» [2]. Окрім ретельного аналізу статичних даних, С. Сірополко звертає увагу на відчутне ускладнення процесу підготовки і друкування газет і книг у СРСР, викликане появою у видавничій справі низки цензурних і контролюючих зміст будь-якого призначеного для друку тексту посад: «Зараз цей процес є такий складний і довгий, що навряд чи перший-ліпший із видавничих робітників може відразу визначити всі стадії виробництва книжки. Через вісімнадцять виконавців проходить книжка, підлягаючи шістьдесяти шістьом операціям. Графічне відображення цього процесу... дає враження температурної кривої у хворого на сипний тиф: вісім разів повертається рукопис до головного редактора, по декілька разів — майже до кожного з виконавців» [14].

Стаття С. Сірополка «В чому виявилася «реорганізація» Українського Науково-Дослідного Інституту Книгознавства в Києві» (УНІК) була чи не першою реакцією у західній пресі про розгром більшовицькою владою утвореної 1922 р. в Києві поважної установи, головними завданнями якої були наукова розробка питань книгознавства та підготовка підручників для працівників книговидавничої, бібліотечної та бібліографічної праці. За ухилення його працівників від завдань марксистсько-ленінського книгознавства 1929 р. цей інститут був реорганізований. Запроваджені владою зміни призвели до звільнення директора Ю. Меженка за «відверті національно-демократичні концепції», припинення видання часопису «Бібліологічні вісти», утворення бригад для виконання нових тем: «Ленінська спадщина і проблеми книгознавства», «Ленін у боротьбі з буржуазним книгознавством», «Шляхами формалізму і націоналізму» — методологічні засади Ю. Меженка». «Як бачимо, — наголошує у висновках до цієї статті «Тризуб», — праці «реорганізованого» УНІКу не мають спільного з науковим книгознавством. Замість УНІКу

утворено новий Інститут Книгознавства — з іншими завданнями, іншою структурою, іншим характером праці. Новий Інститут Книгознавства з повним правом міг би називатися марксистсько-ленінським, бо це якраз відповідало б тому завданню, яке покладено на реорганізований Інститут Книгознавства» [15].

Зрозуміло, що найбільша кількість публікацій за темою «Історія національної журналістики і видавничої справи» присвячена проблемам становлення і розвитку української преси та книги на еміграції. Проблематику таких публікацій умовно можна згрупувати за такими тематичними напрямками:

- висвітлення завдань і перспектив українських видавців та журналістів на еміграції;
- перші підсумки історії еміграційного пресо- і книговидавництва;
- сучасні тенденції пресо- і книговидавничого руху.

Щодо першого тематичного напрямку, то варто наголосити ось на чому. У керівництва Проводу УНР до кінця 20-х рр. ХХ ст. було глибоке переконання в тому, що поразка Української революції є тимчасовою, що незабаром може розпочатися новий етап боротьби за українську державність. І поки для цього складуться сприятливі обставини, необхідно активно розвивати пропагандистську роботу в усіх центрах української еміграції. Необхідність налагодження потужного видавничого українського руху за кордоном, спрямованого на переправлення легальним чи нелегальним чином значної кількості друкованих видань у Велику Україну, С. Петлюра обґрунтував так: «Большевики задушили вільну пресу, всяке громадське життя, всяку ініціативу, щоб за допомогою пропаганди зашепити нашому народові думку про комуністичну державність, як єдину відповідаючу інтересам українського народу... Ясна річ, що з огляду на небезпеку для життя тих однодумців, що хотіли б друкувати таку літературу нелегально в Совдепії, — вся справа з друкуванням брошур і книжок повинна бути скупчена за кордоном України. Зрозуміло також, що для всього цього потрібні гроші, а також і спеціальна технічно-революційна організація для перетранспортування літератури на Україну та для вмілого розповсюдження її серед народу» [8]. Для виконання такої значної за обсягом роботи й потрібна, на думку Головного отамана, допомога тих, завдяки яким ця література може бути: а) утворена, тобто написана, б) надрукована і в) переправлена таємно за призначенням у різні регіони України.

Діапазон завдання українських видавців на еміграції розширює у спеціально підготовленій статті до «Тризуба» один із діячів уряду УНР О. Шульгин: «З чужого і свого досвіду знаємо, що найкращих результатів дає пропаганда живим словом, публічними викладами тощо. Але цим шляхом можна зацікавити тільки невелику кількість представників даного народу. Отже, ніщо не замінить друкованого слова. Потрібні статті і замітки в чужомовних газетах та журналах, свої журнали, газети, бюлетені і, нарешті, брошури і книжки чужинців про Україну і наші власні публікації» [18].

Для того, аби осягнути обшири зробленого в друкарській справі в історичній ретроспективі, редакція вирішила започаткувати підготовку оглядових матеріалів за окремими тематичними напрямками: преса, книга, друкарство. Такі теми замовлялися фахівцям — постійним авторам журналу. Так на шпальтах «Тризуба» з'являються ґрунтовні огляди: видавничої діяльності Української православної автокефальної церкви [6], видавничої діяльності в таборах для інтернованих вояків УНР на теренах Польщі (Каліш, Щипйорно, Тарнів) [3], української студентської преси на еміграції за останнє десятиліття [13]. Такі розвідки, написані на аналізі доступних тоді авторам матеріалів, що на сьогодні переважно безповоротно втрачені, вартують їх передруку, наприклад, у хрестоматії з історії української еміграційної журналістики та видавничої справи.

Різноманітною за жанрами, автурою і географією є серія публікацій про тогочасні тенденції пресо- і книговидавничого руху на еміграції. Інформації, замітки, аналітичні статті, огляди вміщувалися під рубриками «Наші видавництва», «Нові видавничі товариства», «Виставки української книги». З таких публікацій постає різноманітна і насичена панорама діяльності великих і малих, відомих і щойно заснованих українцями друкарських осередків у Чехословаччині й Польщі, Німеччині й Франції, Австрії і Бельгії. Червоною лінією у цих матеріалах проходить думка про те, що друковане слово, інтенсивність його появи у світ, з одного боку, є показником культурності народу, а з іншого — дає змогу скласти уявлення про перспективи його поступу.

Отже, огляд таких публікацій засвідчує, що журнал «Тризуб» протягом усього часу свого існування підтверджував репутацію серйозного і скрупульозного літописця українського друкованого слова на чужині.

1. *А. Б.* До питання нашого «Нечитальника» / *А. Б.* // Тризуб. — Ч. 51. — С. 12—13.
2. *Зленко П.* Тернистий шлях української книги / *П. Зленко* // Тризуб. — 1932. — Ч. 44. — С. 22.
3. *Ільницький О.* Українська друкарська справа на еміграції / *О. Ільницький* // Тризуб. — 1926. — С. 18—19.
4. Історія українського видавництва в царській Росії // Тризуб. — 1933. — Ч. 8. — С. 31.
5. *Королів-Старий В.* Перший редактор / *В. Королів-Старий* // Тризуб. — 1931. — Ч. 5. — С. 3—6.
6. *Кур М.* Про видавничу діяльність української православної автокефальної церкви / *М. Кур* // Тризуб. — 1925. — Ч. 2. — С. 14—16.
7. *Кущенко Г.* Нечитальники / *Г. Кущенко* // Тризуб. — 1926. — Ч. 27. — С. 14—20.
8. Лист *С. Пеглюри* до *Ю. Гуменюка* від 10 травня 1926 р // *Симон Петлюра* : Статті, листи, документи. — Нью-Йорк, 1956. — С. 449—450.
9. *Мацієвич К.* З нашого недавнього минулого / *К. Мацієвич* // Тризуб. — 1926. — Ч. 20. — С. 12.
10. *Мірчук І.* Бюро для розсилання книжок при Українським Науковим Інституті в Берліні / *І. Мірчук* // Тризуб. — 1932. — Ч. 6. — С. 27.
11. *Огієнко І.* «Переклад «Вірую» на українську мову 1619 року / *І. Огієнко* // Тризуб. — 1926. — Ч. 18. — С. 6—8.
12. Свято Драгоманова в Женеві // Тризуб. — 1930. — Ч. 26. — С. 15—19.
13. *Сірополко С.* Студентська українська преса за останнє десятиліття / *С. Сірополко* // Тризуб. — 1928. — Ч. 32. — С. 5—7.
14. *Сірополко С.* План і дійсність у видавничо-книгарській справі на совітській Україні / *С. Сірополко* // Тризуб. — 1931. — Ч. 26. — С. 14.
15. *Сірополко С.* В чому виявилася «реорганізація» Українського Науково-Дослідного Інституту Книгознавства в Києві / *С. Сірополко* // Тризуб. — 1932. — Ч. 41. — С. 8.
16. *Стебницький П.* Благодійне товариство видання загальнокорисних і дешевих книжок / *П. Стебницький* // Тризуб. — 1933. — Ч. 12. — С. 3—11.
17. Українська книжкова агенція в Парижі // Тризуб. — 1934. — Ч. 23. — С. 32.
18. *Шульгин О.* Завдання еміграції / *О. Шульгин* // Тризуб. — 1930. — Ч. 10. — С. 10.