

Summary

In given article the author makes an attempt to analyse first steps of German ethnos of Ukraine on national not state formations creation on the territory of this country. The conclusion, that this problem is done, without taking into account empirical material, is still insufficiently studied in a native historiography.

В. В. Мороко

ДРУКОВАНІ ОРГАНИ В ДІЯЛЬНОСТІ ЛІВИХ ТА ЛІВОЦЕНТРИСТСЬКИХ ПАРТІЙ УКРАЇНИ

Питання донесення своїх поглядів до виборців та постійний взаємозв'язок з низовими ланками традиційно вирішується партійними організаціями через власні друковані органи. Газета в атрибутивному ряді стоїть на одному щаблі поруч з прапором, емблемою, партквитком. Показовим є той факт, що, наприклад, СПУ в перших же рішеннях ще в 1992 р. поруч з рекомендацією членам партії обговорити можливість використання в ролі партійної символіки червоного прапора та поєднання в атрибутиці серпа і молота, проголошувала заснування тижневика – газети “Товариш” [1]. КПУ на об'єднаному Пленумі ЦК і ЦКК 17 липня 1993р. приймає постанову “Про заснування друкованого органу Компартії України”, де, декларуючи створення газети “Комуніст” заявляє, що “...розповсюдження газети одне з найважливіших завдань партійного комітету, кожного комуніста” [2, с.61]. На важливість існування газети для комуністів вказує той факт, що свідоцтво про реєстрацію КПУ, як партія, отримує значно пізніше – 3 жовтня 1993 р. В свою чергу, СДПУ(О), заявивши про власне “створення” в жовтні 1998р., вже з квітня 1999р. видає партійний щотижневик “Наша газета +”

Проте розвиток мас-медіа та вихід на перший план телебачення, радіо, інтернету з високим рівнем їх комунікативних можливостей поступово витісняє з інформаційного поля такий традиційний для партій засіб передачі інформації як друковане слово. Мабуть це і є причиною того факту, що дослідженню партійної преси наука приділяє мало уваги. Якщо і йдеться про ці ЗМІ, то лише в контексті дослідження всього масиву сучасної преси. Окремі аспекти розвитку українських ЗМІ представлено в роботах С.А. Гурьєвої, А.А. Заводського, В.Й. Здоровеги, В.Ф. Іванова, І.В. Крупського, Ю.В. Колісника, В.В. Лизанчука, І.Л. Михайлина, А.З. Москаленка, В.В. Різуна, Н.М. Сидоренко, Ю.Е. Фінклера, А.А. Чічановського, В.І. Шкляра.

Робилися спроби аналізу стану справ в секторі партійних ЗМІ і збоку колег по цеху. Але висновки останніх носили песимістичний характер: „не конкурентноздатна, та й не читає її ніхто, і чорно-білими оцінками достає, і паразитує, як студент на гроші батьків, від виборів до виборів. Одним словом, вчорашній день, рудимент історії на тлі вітчизняної інформативно-американської журналістики” [3].

Зазначимо, що низький рівень популярності партійних видань турбував і керівників політичних об'єднань. Тому чи не кожне з засідань Політбюро СДПУ(О) приймало постанови щодо покращення роботи з “Нашою газетою +”. Виносились догани секретарям обкомів за “...безвідповідальне ставлення до виконання завдань по організації передплати” [4, с.34]. Майже тотожні резолюції приймалися і ЦК КПУ, головним лейтмотивом в яких була вимога до ЦК “...вжити заходів до поліпшення змісту та збільшення обсягу і зростання тиражу” [2, с.146]. Пропонувала своє бачення і СПУ, визначаючи завдання організації на перспективу через “розширення мережі партійних друкованих органів в центрі і на місцях, та взаємодію з іншими засобами масової інформації” [5].

Як бачимо шляхи, вирішення проблеми низького рівня комунікативних можливостей партійних видань пропонувалось вирішувати в трьох напрямках: кадровому, створенню мережі, підвищенню накладів.

Кадрове питання вирішувалось в першу чергу в редакціях газет. В який спосіб це робилося пояснює місце головних редакторів в партійній структурі. Так, Статут КПУ закладає принцип повної підпорядкованості редакторів „Комуніста” ЦК КПУ [2, с.615], в СДПУ(О) керівника „Нашої газети + „ затверджує Політбюро [6, с.22], в СПУ Політрада [7, с.45]. Іншими словами, ні про яку творчість з боку редакційної колегії мова йти не може. Покладені в основу діяльності лівих та лівоцентристських партій принципи демократичного централізму це виключають. Що і обумовило часту зміну головних редакторів. Так, в „Товариш” їх було три – А. Мартинюк (1992-1993 рр.), М. Небога (1993) та А. Черніков (1993-2007 рр.), “Комуністом” в різні часи керувало чотири головні редактори: А. Мартинюк (1993-1997 рр.), В. Мішура (1997-2001рр.), М. Небога (2001-2003 рр.), О. Голуб (2003-2007 рр.) І найбільше редакторів бачила “Наша газета +”. В період з 1999 по 2007 їх було одинадцять – В. Кісаров (1999-2000 рр.), О. Петруня (2000 р.) В. Чорний (2001 р.), К. Рязанов (2001-2002 рр.), О. Сарно (2002 р.), В. Панкєєв (2003-2005 рр.), Ю. Тюрдьйо (2005 р.), І. Васильєв (2005-2006 рр.), знов Ю. Тюрдьйо (2006-2007 рр.), М. Ілларіонов та О. Коломийцева в 2007 р.

Як ми вже зазначали, не лише через часту зміну редакторів “шукали” партії шляхів до сердець виборців та потенційних прихильників. Для лівих та лівоцентристських партій притаманне намагання створити розгалужену мережу місцевих партійних ЗМІ. В різні часи СПУ декларувала існування газет

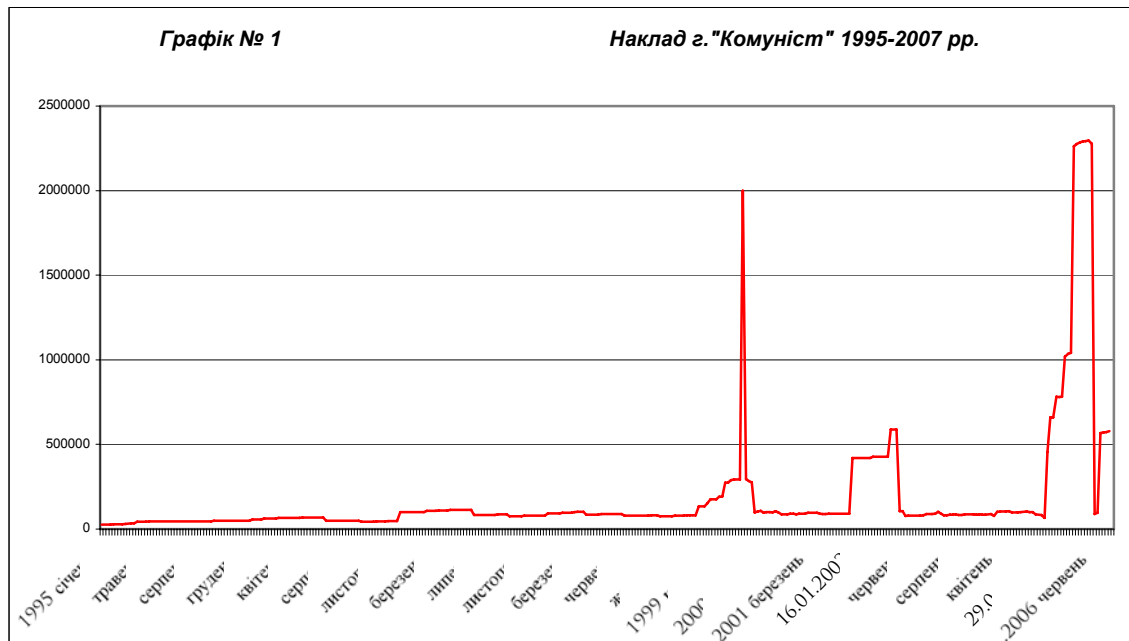
соціалістичного спрямування: „Народна надія” (Глухів Сумської області), „Справедливість” (Кіровоград), „Зірка надії” (Житомир), „Народна правда” (Черкаси), „Відродження” (Суми - Харків), „Позиція” (Суми), „Наше Завтра” (Луганськ), „Красное знамя” (Славянськ Донецької області), „Товариш верь” (Миколаїв), „Трудовое Приднєпровье” (Дніпропетровськ), „Социалистический Донбасс” (Донецьк), „Социалист” (Лозова Харківської області), „Соціаліст України” (Кривий Ріг Дніпропетровської області), „Вільна Україна” та „Галицька правда” (Львів), „Зеркало Запорозжя” (Запоріжжя), „Трудова Полтавщина” (Полтава), „Народовладдя” (Хмельницьке), „Правдивий поступ” (Чернівці), „Діалог” (Рівне), „Рубіж” (Чернігів), „Грані Київщина” тощо.

Крім того, в 90-х рр. СПУ та КПУ видавали спільно ряд регіональних видань – „Патріот Приазов'я”, (Бердянськ), „Голос правди” (Маловиськівський район Кіровоградської області), „Вінницька правда” (Вінниця). КПУ в регіонах України видавала газети й самостійно: „Компас” (Запоріжжя), „Коммунист Кривбасса” (Кривий Ріг Дніпропетровської області), „Карпатська правда” (Ужгород), „Галицький комуніст” та „Комуніст Львівщини” (Львів), „Правда Причорномор'я” (Одеса).

З не меншим розмахом працювала в цьому ж напрямку СДПУ(О). Вона мала в своєму активі дванадцять регіональних видань – „Наш вигляд” (АР Крим), „Об'єднана сила” (Львів), „Соціал-демократ” та „Пограничний социал-демократ” (Ужгород), „Социал-демократія” (Луганськ), „Свобода вибора” (м.Бердянськ, Запорізької області), „Округ” (м.Токмак, Запорізької області), „Пульс недели” (Чернігів), „Альтернатива +” (Одеса), „Житомирщина молода” (Житомир), „Правда і Кривда” (Суми), „Перспектива” (Севастополь).

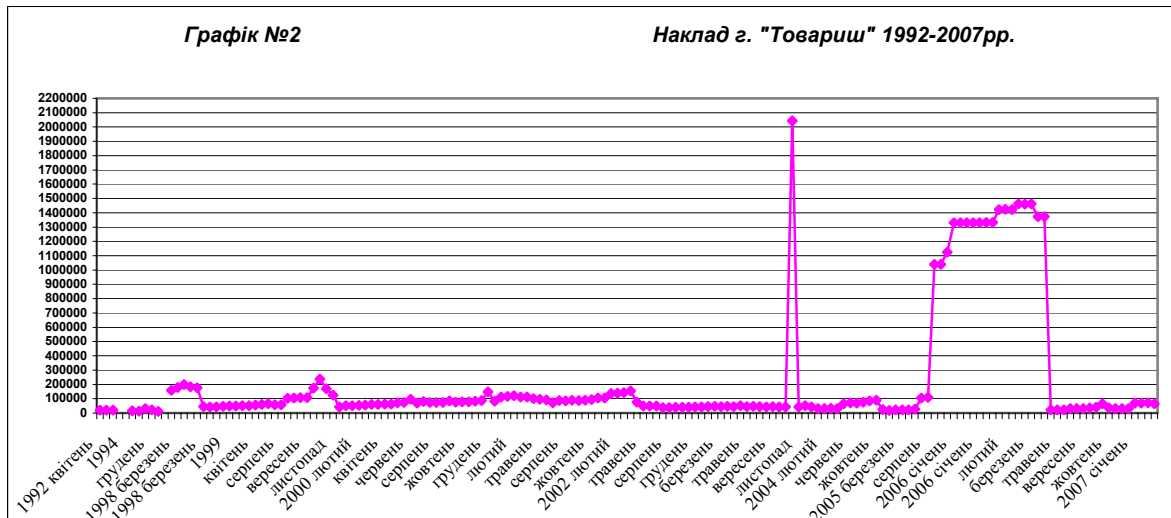
Намагались ліві партії охопити і молодіжну аудиторію. СПУ анонсувала створення видань „Ленінська молодь” в 1995 р. [8]. та „Молодь і час” в 1999 р. [9] КПУ – знов таки газети „Ленінська молодь” в 1996 р. [10] та „Молода гвардія” в 1999 р. [11] Проте ці видання так і не почали виходити.

Повертаючись до аналізу центральних партійних друкованих органів слід зазначити, що в період з 1992 по 2007 рр. найбільш динамічно змінювались їх наклади. І саме розгляд цих коливань дає нам розуміння причин низької уваги з боку громадян до партійних ЗМІ. Найбільш показовим в цьому є „Комуніст”, який мав як накладу в декілька тисяч, так і мільйонні випуски (графік № 1).



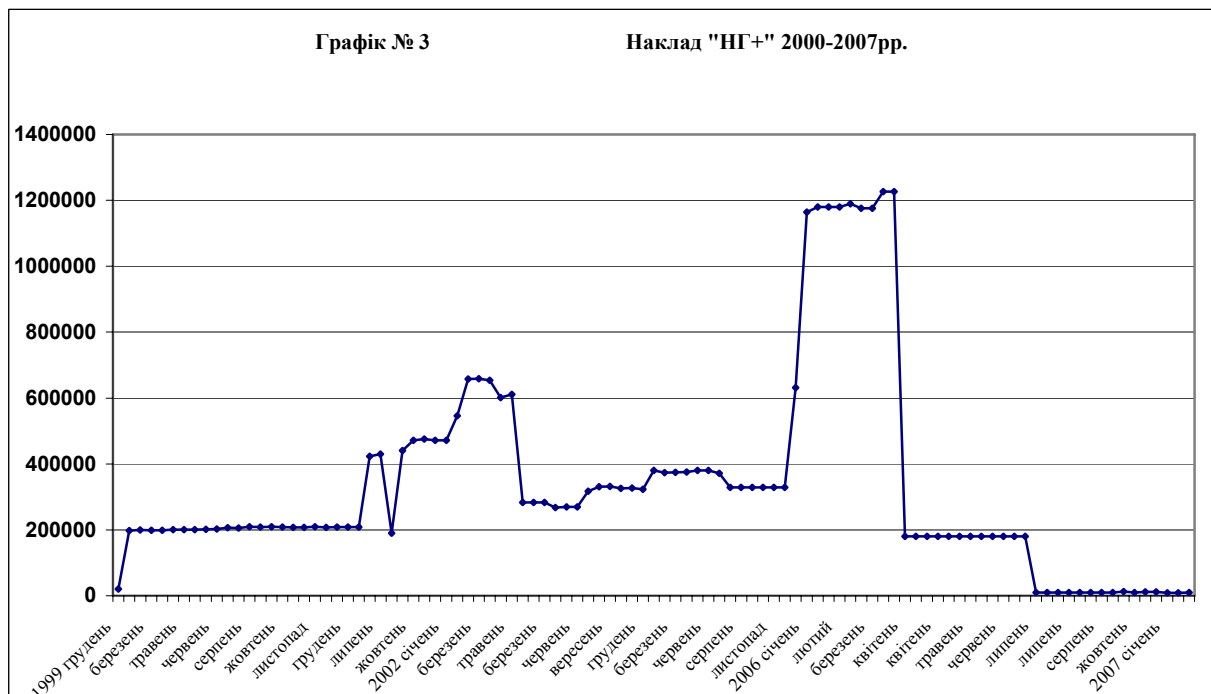
“Вибухи” тиражів видання Компартії носять цілком раціональне пояснення. Вони пов’язані з проведенням передвиборчих кампаній 1999, 2002 та 2006 рр. І якщо в 1998 р. КПУ не досить переймалась донесенням власних ідей до виборців, то з передвиборчої кампанії 1999р., це стає традицією. Відмовити в певному прагматизмі лідерам КПУ ми не можемо. Так, розуміючи власну другорядність під час виборів Президента України в 2004 р., комуністи підняли наклад лише дещо вище ста тисяч [12]. Надалі ж протягом активної фази кампанії задовольнялись 80 тис. примірників [13]. Але вже в квітні 2005 р. рішуче збільшують наклад з 65 тис. [14] одразу до 454 590 [15]. Поступово доводять його до 1 млн. примірників в кінці року [16] і за два дні до виборів 2006 р. видавши на гора 2 296 860 екземплярів газети “Комуніст” [17] отримують 3,66% голосів виборців. На нашу думку, така невідповідність між величезними накладками та відсотками пов’язана з тим, що інші, тотожні за ідеологією партії, також використовували власні друковані ЗМІ за принципом виборчих агіток. Що зрозуміло нівелювало значення останніх як носіїв інформації.

Спільне минуле лідерів СПУ та КПУ, тотожна ідеологія та ідентична організаційна будова робить тенденції в генезі видання “Товариш” аналогічними “Комуністу” (графік № 2).



Впевнене знаходження у владі О.Мороза в період виборчих кампаній 1998, 1999, 2002 рр. робило підвищення тиражів газети соціалістів не таким вже і масштабним. Наклади відносно попередніх періодів зростали вдсятеро у 1998 р., в п'ять разів більшими ставали у 1999р. та вдвічі у 2002 р. Проте вже під час виборчої кампанії 2006 р. наклад „Товариш” зріс майже в 70 разів [18]. І що характерно, по закінченню виборчих кампаній тиражі поверталися на старі рубежі в декілька тисяч примірників. Фактично єдиним випадком, що не вкладається в пропоновану нами схему життєвих циклів партійних ЗМІ є один з випусків у листопаді 2003 р. Вийшовши в рамках акції „Україна без Кучми!” накладом в 2 043 591 екземплярів [19], він містив вкладиш з текстом звернення до громадян під назвою „За чесну владу!”. (До речі, станом на квітень 2007 р. даний номер відсутній на офіційному сайті СПУ. Залишилося лише посилання на те, що його тут було колись розміщено [20].)

Певною мірою аналогічні процеси відбувалися і з „Нашою газетою +” (графік № 3).



Динаміка коливань накладів даного видання аналогічна іншим. В період виборчої кампанії 2002 р. тираж „Нашої газети +” зростає в майже двадцять п'ять разів [21] та зменшується до показників 2000 р. майже одразу після виборів. Проте у випадку з центральним друкованим органом СДПУ(О) чітко відслідковуються і внутріпартійні процеси. Річ в тім, що за рішенням керівництва партії починаючи з літа 2002р. наклад видання прив'язувався до чисельності парторганізації. Передплата поділяється на два види – соціальна (за кошти партії) та за власні і залучені кошти низових організацій. Вважалось, що кожен член партії має бути передплатником партійної газети. Але, як свідчить

Постанова Політбюро СДПУ(О) „Про статистичний звіт СДПУ(О) за 2004 рік”, при анонсованій чисельності партії в 407 028 осіб партійцями передплачено 138 024 примірників „Нашої газети +”, або 33,9% [22, с.35]. Подібні „провали” виправлялися традиційно адміністративним шляхом. Керівники регіональних організацій передплачували газету за власні кошти, роблячи тим самим потрібні показники, а іноді і більші. Як приклад останнього, в цей же період Луганський обком СДПУ(О) при заявленій чисельності в 15 451 звітував про 45 552 екземпляри, передплачені виключно партійцями [22, с.35]. Подібна „показушність” зіграла не останню роль в поразці СДПУ(О) на виборах 2006 р. Але програвши вибори есдеки почали проводити інвентаризацію власних рядів. Вони зробили одним з обов’язкових показників успішності роботи передплату на партійне видання. „Надалі реальна чисельність партійних організацій буде, в тому числі, оцінюватися і виходячи з кількості передплатників на центральний друкований партійний орган” [23] - цитата з директивного листа секретарям місцевих організацій СДПУ(О) в Запорізькій області. Тому показовим щодо стану даної партії є наклад в 2007 р.: 9 – 10 тис. екземплярів.

Таким чином, партійні видання КПУ, СДПУ(О) та СПУ мають певні спільні риси:

- повна залежність редакцій від вищого керівництва партії;
- заради посилення впливу через друковані мас-медіа ліві та лівоцентристські партії створили потужну мережу регіональних видань;
- спроби заснувати молодіжні припартійні видання не мали успіху;
- збільшення тиражів видань в залежності від виборчих кампаній.

Останнє в певній мірі і нівелювало значення партійних ЗМІ. Сумарно під час виборчих кампаній лише ці три партії лавиноподібно збільшували накладі власних газет. Багатомільйонна ліва преса не лише дезорієнтувала виборця, а й викликала стійку недовіру до партійних ЗМІ. Вони стали асоціюватися з передвиборчими агітками.

Аксіоматично - всяка передвиборча продукція твориться з прицілом на те, що вона потрапить саме до того виборця, який проголосує виключно за конкретну політичну силу. А тому газета повинна бути комфортною в сприйнятті і друкована на рідній мові читача. Для лівих та лівоцентристських партій це не стало дилемою. Не дивлячись на те, що вони твердять про власну загальнодержавність, в мовному питанні спостерігається стійка пріоритетність російської.

Для „Комуніста” це 70% російською і 30% українською мовами. Про те, що це не випадковість, свідчить динаміка росту накладів та частки українського тиражу в ньому [24].

рік/ №	українська	російська
2005 р.		
1	15459	50149
33	169483	285107
34	221299	438706
35	221299	438706
42	229130	553260
50	228975	550757
51	228975	550757
52	228950	550713
53	228950	550713
54	228950	550713
55	228950	550713
56	228950	550713
57	228950	550713
58	228950	550713
59	228950	550713
60	228886	552234
61	228886	552234
62	228886	552234

рік/ №	українська	російська
2005 р.		
63	228886	552234
64	228886	552234
65	228886	552234
69	229326	552812
78	290495	728865
95	302804	737902
101	305784	744776
102	302784	737776
2006 р.		
1	673434	1588842
2	676814	1600013
3	673814	1593013
6	676814	1600013
8	676844	1600083
10	670586	1614449
2007 р.		
20	182462	390920
21	182462	390920
28	185015	393270
29	181015	387270

Таблиця наочно ілюструє - немає значення чи то випуск нараховує декілька тисяч примірників, чи мільйони, виборча кампанія чи спокійне „міжсезоння”, пропорція зберігається. Це зайвий раз свідчить – керівництво КПУ раз і назавжди вирішило – її виборець російськомовний.

Подібні процеси відбуваються з мовою видання „Товариш”. Але різниця є – і полягає вона в тому, що в 2007 р. на відміну від попередніх років частка українського тиражу зростає з 33-36% до 49-52% [25]:

рік/№	українська	російська
2006 р. 1	435850	895090
2	435850	895090
3	435850	895090
4	435850	895090
5	429563	900345
6	429563	901365
7	429563	900345
8	429563	901365
9	429563	900345
11	430680	901520
13	520680	902543
18	526770	935239
19	526770	934210

рік/№	українська	російська
24	436770	935239
27	12800	10642
54	11060	20684
64	10930	20659
85	17840	46425
2007 р. 22	37820	34705
23	37820	34705
26	37820	34705
27	37820	34705
31	37820	34705
33	37820	34705
35	31020	32880
38	31020	32880

З одного боку, як і у попереднього партійного друкованого органу, в виборчу кампанію зберігається майже тотожне співвідношення: 32-33% українського тиражу проти 68-67% російського. З іншого, зміни в 2007 р., на нашу думку, спричинила втрата СПУ не лише частини перших осіб партії (О. Вінський, Ю. Луценко), а й україномовного видання „Сільські вісті”. Останнє долучилося до „Народної Самооборони”, і, напевно вже, не буде так відверто „піарити” О. Мороза, як то було під час попередніх виборчих кампаній [26]. Втрата тим болючіша, якщо взяти до уваги те, що в спокійні часи між виборами наклад „Сільських вістей” коливався в межах 400 – 500 тис., в період виборів зростав до 1,5 мільйона [27].

Проте більш яскраво електоральні здобутки демонструють есдеки. Директивна вимога – один член партії - одна передплатена газета, та практика соціальної передплати введені одразу після виборів 2002 р. дали наступні результати:

Найменування регіону	Загальний наклад			Передплатено партійцями			Редакційна передплата		
	грудень 2002	I півріччя 2003	січень 2005 р.	грудень 2002	I півріччя 2003	січень 2005 р.	грудень 2002	I півріччя 2003	січень 2005 р.
Південна та східна Україна	93925	127091	184305	34663	52296	92779	39194	48774	59235
Західна Україна	86124	96048	80581	28995	32153	15678	30730	33406	33703
Центральна та північна Україна	56081	66811	78085	16608	23607	29567	22342	22583	26795

Показово, для даної політичної сили зменшується частка передплатників в західній Україні і збільшується на півдні та сході. Тобто, власним рішенням об'єднані соціал-демократи обмежили географію розповсюдження „Нашої газет +”. Даний процес прямо корелюється до динаміки змін кількості членів регіональних парторганізацій і в певній мірі є об'єктивно закономірним:

Найменування регіону	чисельність на 01.01.02	чисельність на 01.01.03	чисельність на 01.01.04	чисельність на 01.01.05	Приріст
Південна та східна Україна	149836	170848	189303	208032	58196
Західна Україна	114330	105579	114549	116489	2159
Центральна та північна Україна	80987	71295	76634	82507	1520

Таким чином, не лише мова видання, а й географія розповсюдження дає можливість стверджувати, що ліві та лівоцентристські партії впевнені в тому, що їх виборець мешкає на півдні та сході України і є російськомовним.

Тобто, друковні органи лівих та лівоцентристських партій України новітньої доби поруч з традиційними функціями комунікації, виступають в ролі реальних облич партій. Аналіз накладів, мови друку, частоти змін редакторів, мережі та географії дозволяє побачити те, що власне партії не виносять на широкий загал, а саме їхню цілеспрямованість лише в намаганні отримати владу шляхом перемоги на виборах і цілковиту байдужість до проблем виборців в період між виборами.

Джерела та література

1. Товариш. – 01.04.1992. – № 1.
2. Комуністична партія України в резолюціях і рішеннях з'їздів, конференцій і пленумів ЦК, 1992-2005. – К., 2005.
3. Шевченко П. Національні особливості партійних ЗМІ: що маємо? // Дзеркало тижня. – 2004. – № 29. – 24-30 червня.
4. Матеріали засідання Політбюро СДПУ(О) від 13 липня 2002 р. – К., 2002.
5. Резолюція II з'їзду СПУ по звітній доповіді Політради та Контрольної Комісії СПУ // Товариш. – 13 грудня 1992. – № 13.
6. Статут СДПУ(О). – К., 2003.
7. Статут СПУ. – К., 2005.
8. Товариш. – 1995. – № 10. – березень.
9. Товариш. – 1999. – № 32. – серпень.
10. Комуніст. – 1996. – № 42. – жовтень.
11. Комуніст. – 1999. – № 25. – червень.
12. Комуніст. – 2004. – №№ 67-86. – червень-жовтень.
13. Комуніст. – 2004. – №№ 88-105. – жовтень-грудень.
14. Комуніст. – 2005. – № 1. – 05 січня.
15. Комуніст. – 2005. – № 33. – 29 квітня.
16. Комуніст. – 2005. – № 104-104. – 28 грудня.
17. Комуніст. – 2006. – № 26. – 24 березня.
18. Товариш. – 2006. – №№ 1-23. – січень-березень.
19. Товариш. – 2003. – № 45. – листопад.
20. Сайт українських соціалістів «Товариш» // http://tovarish.com.ua/db/raw/24443/45_pdf.PDF
21. Наша газета+. – 2002. – Лютий-березень. – №№ 5-11.
22. Матеріали засідання Політбюро СДПУ(О) від 25 січня 2005 р. – К., 2005.
23. Письмо секретарям городских, районных комитетов ЗОО СДПУ(О). Исх. № 447 от 19.05.2006 // Особистий архів автора.
24. Комуніст. – 2005-2007 рр.
25. Товариш. – 2006-2007 рр.
26. Припинити спекуляції навколо політичної реформи // Сільські вісті. – 2004. – 29 січня; Зупинити провокацію з розпалювання антисемітизму // Сільські вісті. – 2004. – 27 лютого; Зупинити мародерів від влади // Сільські вісті. – 2004. – 30 липня; Галичани вірять Олександр Морозу // Сільські вісті. – 2004. – 27 серпня; Олександр Мороз: разом переможемо // Сільські вісті. – 2004. – 3 вересня.
27. Сільські вісті. – січень 2004 – грудень 2005 рр.

Summary

The article is devoted to the research of creation and activities of the organs of press of left and left centrist parties of Ukraine. The author, analyzing the history of such newspapers as "Tovarish" (SPU), "Kommunist" (KPU), "Nasha gazeta" (SDPU(o)), claims that precisely through these publications one can see the real face of the political parties. The dynamics of circulation, geography of spreading and language of the publications, all point to different tendencies in activities of SPU, KPU, SDPU(o).

В. Л. Семко

УКРАЇНЬСЬКА ДІАСПОРА В РОСІЙСЬКІЙ ФЕДЕРАЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Після проголошення у 1991 році України незалежною та суверенною державою питання вивчення української діаспори вийшло на якісно новий практичний та теоретичний рівень, оскільки мова йшла про діаспору народу, що має власну державу, а звідсиля принципово інші політичні, культурні та духовні цілі та інтереси. У відповідності до світової практики Україна проводить заходи щодо підтримки етнічних українців за кордоном та зміцнення зв'язків з ними. Це зумовлює зміст наукових та практичних завдань вивчення української діаспори: дослідження ступеня збереження української ідентичності в діаспорі; з'ясування ролі етнічних українців у соціально-політичних та економічних процесах країн, де вони мешкають; визначення та аналіз зв'язків української діаспори з історичною батьківщиною; аналіз організаційних форм та ступеня інституціоналізації діаспори (політичні партії та рухи, суспільні, мистецькі та освітні організації) тощо. Дослідження західної української діаспори, як правило, не становить складнощів, оскільки українське населення США, Канади, Австралії та інших країн мало сприятливі можливості для самореалізації та збереження української ідентичності і високий рівень організації. Натомість східна українська діаспора, передусім в