

О.Ю. Гусєва

*Київський національний лінгвістичний
університет*

ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНА ІНДУСТРІЯ ТУРЕЧЧИНИ (70-ті рр. ХХ ст.)

Типологічно турецьку пресу 1970-х рр. можна структурувати за п'ятьма ознаками: 1) за масштабом розповсюдження (загальнонаціональна і провінційна); 2) за періодичністю видання (щоденна, з черговістю кілька разів на тиждень, тижнева, двотижнева, щомісячна); 3) за часом виходу (ранкова та вечірня); 4) за спрямованістю (загальнополітична, професійна, спеціалізована тощо); 5) за широтою охоплення читацької аудиторії (масова і елітарна). Розрізнялися ранкові та вечірні газети, причому за своїм накладом вечірні значно поступалися ранковим. Переважна більшість періодичних видань належала приватним особам або акціонерним товариствам¹.

За даними офіційної статистики в 1970 р. у Турецькій Республіці видавалось 266 газет (у т.ч. 68 загальнонаціональних і 198 вілаєтських) та 175 журналів, а ще через сім років – 313 газет (відповідно – 80 і 233) та 219 журналів², що засвідчує позитивну динаміку розвитку газетно-журнальної індустрії Туреччини. Слід зауважити, що до ці числа включали лише ті періодичні видання, які виходили більш-менш регулярно та були зареєстровані в Товаристві в справах друку та оголошень у пресі (такі видання набували право вміщувати на своїх шпальтах офіційну рекламу та оголошення)³. Проте цю кількість не можна вважати точною – за підрахунками дослідника цього питання А.Гусєйнова, в кінці 70-х – на початку 80-х рр. ХХ ст. у Туреччині виходило друком ще понад 2200 невеликих періодичних видань різних політичних партій та громадських організацій, товариств, відомств і підприємств. Здійснити їх точний обрахунок не видається можливим, бо кожного року сотні газет і журналів припиняли або тимчасово призупиняли свою діяльність і приблизно така ж кількість періодичних видань її розпочинала⁴.

Так, зокрема, щорічно в Ізмірі під час роботи міжнародної ярмарки видавалось тричотири номери газети «*Фуар*» («Ярмарок»), майже в усіх адміністративних центрах вілаєтів час від часу публікувалися газети «*Іхалет*» («Продаж з торгів»), у дні проведення міжнародних кінофестивалів у Анталії й Адані видавалось кілька чисел газет «*Алтин Портокал*» («Золотий апельсин») і «*Алтин коза*» («Золотий кокон»), під час роботи щорічного Стамбульського фестивалю мистецтв – газета «*Санат*» («Мистецтво»). Значну кількість газет і журналів інформаційного характеру час від часу випускали вищі навчальні заклади, публічні бібліотеки, підприємства, торговельні, економічні установи й промислові палати, різні відомства та громадські організації. Крім того, більшість із згаданих установ також видавали щорічники наукового, довідкового, інформаційно-аналітичного або статистичного змісту. До того ж до офіційної статистики не ввійшли періодичні видання десяти турецьких інформаційних агенцій, які щороку видавали близько 100 щоденних, щотижневих або щомісячних бюлетенів, як правило – газетного формату, а також періодичні видання рекламних агенцій. Нарешті, переважна більшість великих газет і журналів публікувала власні щорічники, в яких

¹ Єдиним винятком з цього правила була урядова «*Türkiye Cumhuriyet Resmî gazete*» («Офіційна газета Турецької Республіки») – *авт.*

² У Туреччині була представлена й іншомовна преса – близько 30 газет і журналів видавалися англійською, німецькою, французькою, вірменською, грецькою, курдською мовами.

³ *Basın ilân kurumu. Yönetim kurulu 1978 yılı faaliyet raporu.* – İstanbul, 1976. – P.107-112.

⁴ *Гусєйнов А.А.* Средства массовой информации в общественно-политической жизни Турции. – М., 1981. – С.34.

уміщувалися найважливіші з погляду редакції добірки матеріалів, що в різний час з'являлися на їхніх шпальтах.

У 1977 р. з 80 загальнонаціональних газет 37 видавалися у Стамбулі, 26 – в Анкарі, шість – в Ізмірі, чотири – в Бурсі та Коньї, три – в Адені. Таким чином, майже 80% преси цього типу припадало на два найбільші міста Туреччини, де були скупчені центральні офіси політичних партій, представництва інформаційних та рекламних компаній, зібрані найкращі журналістські кадри. Важливим було й те, що в столичних містах зосереджувалися потужні поліграфічні підприємства, здатні забезпечити виготовлення великих обсягів друкованої продукції за дуже обмежений (кілька годин) час. Разом з тим – з метою максимально швидкої доставки читачам своєї продукції – газети друкувалися в більшості адміністративних центрів властей з матриць, що доставлялися літаками. Основна частина накладу турецьких періодичних видань реалізовувалася спеціалізованими приватними фірмами через власників книжкових магазинів і дрібних кав'ярень, адміністраторів готелів, вуличних торговців та ін.

Для редакцій турецьких газет і журналів вагомим чинником завжди була економічна доцільність, що й визначало обсяги накладів. Вони суттєво різнилися за роками, що зумовлювалося цілою низкою об'єктивних та суб'єктивних факторів. Так, зокрема, наклад найбільших турецьких щоденних газет «*Hürriyet*» («Свобода») і «*Günaydın*» («Добрий день») за даними на 1970 р. були, відповідно, 560,3 і 294,6 тис. примірників, а через вісім років вони обмінялися місцями – 400 і 622,4 тис. Тираж ще одного видання – газети «*Millet*» («Нація») коливався не так суттєво (186,4 тис. примірників у 1970 р., 260 тис. у 1978 р.), демонстрували тенденцію до поступового зростання⁵. Сумарний загальний наклад 80 національних і 233 провінційних (вілаєтських) друкованих органів у 1977 р. становив 2,6 млн. примірників. Проте тільки сім загальнонаціональних газет мали тираж понад 100 тис. примірників кожна (крім трьох вже згадуваних, у цьому контексті слід назвати «*Терджюман*» (376 тис.), а також «*Джумхуріет*», «*Келембек*» і «*Сакламбач*»). Наклад ще шістьох видань не перевищував 50 тис. примірників, переважна більшість інших столичних газет мала тираж до 20 тис., а провінційних – 2-3 тис. примірників⁶.

Для привернення потенційних читачів загальнонаціональні газети використовували різнокольоровий друк на перших та останніх сторінках, короткі повідомлення у дватри рядки про найважливіші події міжнародного та внутрішнього життя також розміщувалися на першій сторінці, а самі статті про анонсовані тут події містилися на наступних шпальтах. Дуже часто редакції турецьких газет публікують літературні твори (переважно з продовженням). У дні мусульманських свят (таких як рамазан) газети обов'язково уміщували на своїх сторінках різноманітні матеріали з релігійної тематики, а з другого дня святкування «Шекер байрам» і «Курбан байрам» об'єднаними зусиллями редакцій в Анкарі, Стамбулі, Ізмірі, Адені та Бурсі випускалася «*Байрам газетеси*» («Святкова газета»). Під час свят значно зростає наклад більшості газет, а також їх обсяг (столичних – у два-три рази).

На газетно-журнальному ринку Туреччини особливе місце завжди посідали недільні видання, які вирізнялись як своїм змістом та формою подання матеріалів, так і своїми обсягами й накладом. Як правило, кожна центральна щоденна газета видавала свій недільний безкоштовний додаток обсягом до 16-20 сторінок (спортивні події, релігійне життя, новини театру і кіно з уміщенням значної кількості фотоілюстрацій) і накладом до 50 тис. примірників. Деякі великі газети, крім додатків, публікували у неділю спеціальні розважальні газети: «*Мілліет*» – «*Мілліет магазин*», «*Дюнья*» – «*Чіві*», «*Ені Асир*» – «*Сормашик*». Недільні видання були зорієнтовані на охоплення читачів з розмаїтими смаками – в них були оповідання для сімейного читання, кулінарні

⁵ *Armağan K.* TV'nun Türk toplumunda etikleri. – İstanbul, 1977. – P.62; див. також: Basın ilân kurumu. Yıllık belleten. – İstanbul, 1979. – № 4616.

⁶ *Гусейнов А.А.* Зазн. праця. – С.38.

рецепти, хроніка світського життя, інтерв'ю із зірками турецької естради й кіно тощо. У всіх цих виданнях ілюстративне наповнення перевищувало змістове, що робилося для привернення читача. До цієї групи видань слід віднести й щоденні розважальні газети – «*Сакламбач*» і «*Келебек*», які за своїм змістом і формою подання матеріалів не відрізнялися від недільних додатків та недільних газет. Щоправда, в них нерідко вміщувалися й політичні огляди і навіть аналітичні статті з різних проблем міжнародного та внутрішнього життя. Обсяг такого типу видань не перевищував 8-12 сторінок, наклад подекуди сягав 200 тис. примірників.

Серед турецьких періодичних видань помітне місце посідали газети підприємств, редакції яких намагалися ув'язувати обговорення виробничої тематики з політичними проблемами, які стояли перед Туреччиною у 70-х рр. ХХ ст. Завданням таких газет був розвиток ініціативи у працівників свого підприємства та формування у них прагнення випускати продукцію високої якості. Як правило, вони виходили один-два рази на тиждень (інколи – раз на місяць), їх поліграфічне виконання залишало бажати кращого, але це робилося свідомо – задля наближення видання до робітника. Їх обсяг становив 4-8 сторінок, а наклад залежав від кількості працівників цього підприємства, але не перевищував тисячі примірників.

Ще одним дуже важливим сегментом інформаційного простору Турецької Республіки були журнали, які справляли потужний вплив на суспільно-політичне життя країни. У 1977 р. в Туреччині регулярно видавалося 219 журналів – у переважній більшості щомісячників (147 назв). Знов-таки – найбільше їх виходило в Анкарі (62 назви) і Стамбулі (154 назви), а сумарний наклад усієї журнальної періодики становив 1750 тис. примірників, проте тільки шість журналів видавалися накладом понад 100 тис., у т.ч.: «*Хаят*» («Життя»), «*Сес*» («Голос»), «*Чарфар*» («Чадра»), «*Акбаба*» («Гриф») та ін. Ще близько 30 журналів мали наклад від 20 до 40 тис., решта – не більше 10 тис. примірників⁷. Тогочасну журнальну періодику Туреччини можна умовно поділити на три групи – політичну, розважальну, спеціальну. Політичні журнали здебільшого були офіційними органами партій і пропагували на своїх шпальтах їх політичні гасла, частина журналів видавалася громадсько-політичними та релігійними організаціями. Інколи навколо журналу, заснованого гуртом однодумців, поступово утворювалися політичні групи, течії або навіть партії.

Значні наклади мали ілюстровані розважальні щотижневики «*Хафта сону*» («Кінець тижня»), «*Гонг*», «*Хей*», «*Саманйолу*» («Чумацький шлях»), «*Шей*» («Річ»), «*Синема 99*», «*Севгі дюньяси*» («Світ кохання»), «*Джеп фотороман*» («Кишеньковий фотороман»), «*Модерн*» («Сучасність»), «*Ресімлі роман*» («Роман в малюнках»); сатирично-гумористичні журнали «*Ені чувал*» («Новий мішок»), «*Папаган*» («Папуга»); жіночі часописи «*Ана*» («Мати»), «*Кадин*» («Жінка»), «*Гюнюн кадини*» («Сучасна жінка») та ін. У Туреччині видаються й спеціалізовані журнали для дітей, молоді, чоловіків, низка видань висвітлює на своїх шпальтах проблеми розвитку літератури і мистецтва, науки і техніки, охорони здоров'я і спорту.

Цей перелік був би не повний, якщо не згадати про спеціалізовані ділові журнали, які поділяються на три групи: 1) торговельно-промислові та економічні, в їх числі «*Іктісат*» («Економіка»), «*Іктісат ве маліе*» («Економіка і фінанси»), «*Ені санайї дюньяси*» («Нова промисловість»), «*Ені тиджарет алемі*» («Нова торгівля»). Вже із самих тільки назв можна зробити висновок про характер їхніх публікацій – проблеми економічного розвитку регіонів і країни в цілому, ситуація на фондових і фінансових ринках, зовнішньоекономічна торговельна діяльність турецьких фірм, експортно-імпорتنі операції. До другої групи – галузевих журналів – належали часописи «*Демір-йол*» («Залізниця»), «*Кьой, тарим ве орман*» («Село, сільське господарство і ліс»), «*Ет ве балик ендюстрісі*» («М'ясна і рибна промисловість»), «*Кооператив дюньяси*» («Кооперативна справа») та ін. На шпальтах цих видань висвітлювалися досягнення та

⁷ Basın ilan kurumu. Yıllık belleten. – Istanbul, 1.I.1978.

проблеми різних галузей національної промисловості, робилися прогнози майбутніх урожаїв, публікувалися статистичні матеріали. Третя група – т.зв. «фахові» видання – «*Кімя мюхендіслігі*» («Інженер-хімік»), «*Електрик мюхендіслігі*» («Інженер-електрик»), «*Іш ве хукук*» («Праця і право»), «*Севк ве ідаре*» («Керівництво та управління»). Ці журнали були покликані допомогти людям у їх професійному зростанні та набутті ділової кваліфікації, а також поширювали знання з організаційної та корпоративної культури⁸.

Специфічним різновидом турецької періодики були відкидні річні календарі, які друкувалися кількома авторитетними газетами й журналами. Найпоширенішим з них був календар видавництва «Хюрріет» (до 500 тис. примірників щорічно). На кожній сторінці (200x130 мм) такого календаря уміщувалися дати за новим та старим мусульманським літочисленням, тривалість дня, час появи і заходу Сонця, невеличка ілюстрація з видами Туреччини, рекомендації імен для народжених цього дня немовлят, можливе меню на день, прислів'я або приказка, визначальні події світової історії, нарешті – стислий матеріал про центральну подію, що сталася цього дня 25 років тому і висвітлювалась на сторінках газети «Хюрріет». На зворотному боці уміщувалась побутова карикатура, поради домогосподаркам і дітям, загадки, цікаві факти з історії Туреччини, фрагменти романів та оповідання з продовженням.

Загальновідомо, що ЗМІ будь-якої держави не в змозі нормально функціонувати без інформаційних агенцій, які надають їм різномірну інформацію про події в країні та за кордоном. Відтак останні чинять помітний вплив на інформаційний простір більшості країн світу, у т.ч. й Туреччини. Однією з найбільших інформаційних агенцій країни стала «*Анадолу ажанси*» («Анатолійська агенція»)⁹, яка мала свої представництва та кореспондентські пункти у всіх великих містах країни. Агенція видавала шість власних інформаційних бюлетенів – територіальні («стамбульський», «ізірський», «аданський») і спеціалізовані («внутрішні новини», «закордонна інформація», парламентський бюлетень). В числі інших – «*Тюрк хаберлер ажанси*» («Турецька інформаційна агенція»), що була заснована у 1950 р. і мала 262 кореспондентських пунктів у Туреччині та з кордоном; з 1976 р. діє «*Акденіз хаберлер ажанси*» («Середземноморська інформаційна агенція») з 430 корпунктами; «*Хюрріет хабер ажанси*» («Інформаційна агенція «Хюрріет»») з 680 корпунктами та ін.

Таким чином, газетно-журнальна індустрія Турецької Республіки у 70-х рр. ХХ ст. мала всі підстави для успішного розвитку, в конкурентній боротьбі за читача турецькі пресові видання сміливо запозичували західний і американський журналістський досвід. За короткий час у Туреччині сформувалася повноцінна система періодичних видань, що включала в себе різноманітні газети і журнали, які повною мірою задовольняли смаки читача. І хоча накладі газет у цей період зростали повільно, а видання газет і журналів було з економічного погляду ризикованою справою, турецькі бізнесмени інвестували кошти у розвиток національної преси і таким чином сприяли формуванню інформаційного поля країни як складової частини загальноєвропейського і світового культурно-цивілізаційного простору.

⁸ Гусейнов А.А. Зазн. праця. – С.46-47.

⁹ Була заснована ще у 1920 р. за ініціативою Мустафи Кемаля та під його безпосереднім керівництвом. До 1925 р. агенція підпорядковувалась Генеральній дирекції в справах друку та інформації Турецької Республіки, після чого її було відділено від державного апарату та трансформовано в акціонерне товариство, більшість акцій в якому до сьогодні належить державі – авт.