

анализ по эффективности, удобству и целесообразности использования буклетов различных видов фальцовки, способы выполнения которого играют важную роль в формировании целостного «образа» рекламно-информационного издания: обеспечивают не только удобное, выгодное расположение информации на листе, но и привлекают внимание потенциального потребителя с помощью нестандартной (иногда наоборот – практической и простой) формы. Кроме того, подано сравнительную характеристику отдельных разновидностей буклетных изданий, поскольку выделение некоторых из них имеет противоречивый характер. Исследования имеет комплексный характер, рассматривает многие аспекты, касающиеся представления качественного буклетного продукта на коммерческом и издательском рынках.

Ключевые слова: имиджевые буклеты, массовые буклеты, брошюра, евробуклет, лифлет, фальц.

Boyko A S. Modern booklet edition: classification aspect. The article considers the modern classification system booklets which are separated by several criteria: a model of the external form, formally - one aspect characteristics, distribution method, etc. Traced the relationship between the purpose of the booklet and the way it is printing performance and features of the internal (textual and illustrative) filling. Overall analysis was done on the efficiency, convenience and feasibility of various kinds of folding brochures, how to perform that play an important role in the formation of a holistic «image» advertising and informational publications: not only provide a comfortable, convenient location information on the sheet, but also attract the attention of potential customers with using non-standard (and sometimes vice versa – a practical and simple) form. In addition, a comparative description filed separate species booklet publications as the allocation of some of them is controversial. Research is complex, considering many aspects relating to the submission booklet quality product on the commercial and publishing markets.

Keywords: branding brochures, mass booklets, brochures, evrobuklet, leaflet, rebate

Адреса для листування: anyaaab@ukr.net

УДК 007 : 304 : 070

Роман Горбик – аспірант Інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Соціолінгвістична ситуація на сторінках української та німецької розважальної преси другої половини 20-х рр. XX ст.

У статті розглянуто проблеми соціолінгвістичної ситуації в УСРР та Ваймарській республіці на матеріалах розважальної ілюстрованої періодики другої половини 20-х рр. XX ст. Результати дослідження вказують на вищу стандартизацію мови німецької преси порівняно з українською, що поєднувалося з прагненням письменників та журналістів відтворювати живе мовлення; цього німецькі часописи досягали при допомозі залучення діалектів, українські – переважно суржику. Тоді як окремі аспекти мови журналів зазнавали політизації в Німеччині, дослідження українських часописів виявило усвідомлення неефективності українізації, що існувало серед авторів видань, документовані факти спротиву цій політиці, домінування російської в рекламних текстах, численні приклади українсько-російського койне в стилізації розмовної мови. Все це ставить під сумнів уявлення про успішність політики українізації протягом її пікового періоду.

Ключові слова: розважальна преса, УСРР, Ваймарська республіка, мовна політика.

Постановка проблеми та її значення. Преса кожної країни є багатим джерелом даних про її мовну ситуацію в кожен даний момент часу. Не можуть бути винятком і українські журнальні видання доби українізації 20 – поч. 30-х рр. XX ст. Наукове уявлення про цю політику неоднозначне. З одного боку, завдяки їй «українському народові [вдалося] усвідомити себе національною спільністю, відчутти значення мови, культури, традицій як факторів духовного розвитку нації» [3, с. 213]. З іншого, як відзначив С. Єкельчик, «українські міста стали радше двомовними, ніж українськомовними, а російська культура й надалі переважала поміж робітництва й службовців, хоч серед них тепер було більше етнічних українців» [4, с. 140]. Очевидець і дослідник цих процесів Ю. Шевельов додає ще скептичнішу оцінку: «Розмовляти по-українському на людях – хоч це офіційно заохочувалося – вважалося серед міського населення ризикованим...». [11, с. 162–163].

Тим цікавішим видається порівняти тодішню ситуацію в Україні з мовною ситуацією в пресі Ваймарської республіки. Становлення німецької нації почалося раніше й відбувалося ефективніше, порівняно з українською. На міжвоєнний час німецька мова була єдиною національною мовою народу, що посідав панівне становище у межах власної держави. Однак діалектна роздробленість залишалася істотним фактором.

З огляду на нинішній драматизм мовного протистояння в українському суспільстві та нагальну потребу адекватного і поставленого в європейський контекст розуміння українського білінгвізму в минулому та сучасності заради раціональної мовної політики, **актуальність** цієї доповіді визначають нові дані, що можуть доповнити оцінку політики українізації та її перебігу.

Мета і завдання. Метою дослідження було з'ясувати, як соціолінгвістична ситуація знаходила вияв у ілюстрованих журналах, що виходили 1928 – 1930 рр. в УСРР та Ваймарській республіці. Це зумовило два завдання: 1) встановити, як ці видання висвітлювали мовну ситуацію в суспільстві; 2) з'ясувати, як вона знаходила вияв у мові їхніх публікацій. Матеріалом дослідження стали тексти українських часописів «Універсальний журнал», «Всесвіт», «Глобус», «Нова громада», «Декада», «Нова генерація», німецьких «Simplicissimus», «Das Illustrierte Blatt» («Frankfurter Illustrierte»), «Die Gartenlaube», «Illustrierter Beobachter» (у посиланнях – УЖ, В, Г, НГ, Д, НГ; S, FI, G, IB) за вказаний період. Методологією дослідження став підхід обґрунтованої теорії (англ. «grounded theory»). Дослідження на засадах цього методу є атеоретичним, спрямованим на створення нової гіпотези і на практиці знаходить реалізацію в евристичному кодуванні – організації даних шляхом виявлення в них смислових категорій [Див. : 17].

Аналіз дослідження. Хоч німецька преса у вказаний період стала об'єктом кількох значних досліджень [7; 8; 10], її соціолінгвістичний контекст залишається маловивченим. Українські вчені дискутують про значення українізації [2; 3; 6], звертаючи увагу на окремі мовні особливості тогочасної преси [4; 5].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Досліджувані німецькі тижневики походили з приватної ініціативи, що мала комерційні чи ідеологічні імплікації. У їхній мові домінує літературна німецька на високому рівні кодифікації й редакторського стандарту. Тільки вкрай рідко траплялися випадкові недогляди й мимодруки. Водночас характерною рисою було використання морфологічних, фонетичних та лексичних особливостей діалектів з чітким гумористичним забарвленням і навіть прив'язкою до сатиричних жанрів. Селяни, їхні культура й звички особливо часто ставали об'єктом жартів, і тут мова виступала не тільки в ролі соціального маркера, а й створювала комічний ефект: «*Packe Se mer den Schirm fei gut ei, dann es regnet drauße!*» (FI, 1929, 11, с. 279) – тільки 4 слова з 12 вжито в нормативній формі, решту – з елізіями; у невластивому значенні вжито сполучник, діалектну форму має займенник *mir*. Широко вживалося діалектизмів швабського походження: *tumm, awer, halden* (FI, 1930, 48, с. 1323); *dees müent, Nochmittag* (S, 1929, 09, с. 107). Можна подібати й характерні зразки нижньонімецької говірки: «*Un ick segg di, dä Dokter is keen Minschenkenner*» (S, 1928, 40, с. 549), австрійський діалект: *i* замість *ich*, *dös is* замість *das ist* (S, 1929, 50, с. 612). На позначення міської розмовної мови побутували елізії, позначені апострофом (відсутнім в імітації селянської говірки) на місці пропущених голосних і цілих складів, але ніколи – окремих приголосних, як це було в сільському мовленні: *aufs G'sicht schaut 's Fräulein nie* (FI, 1929, 17, с. 463), *hab'* (FI, 1929, 18, с. 494), *n'en, 'n* (FI, 1929, 19, с. 527), *brauch', hab'n, reiß'* (FI, 1929, 6, с. 144), *gnä' Frau, schneit's, regnet's* (FI, 1930, 9, с. 230). Популярним було вживання берлінського метролекту в прямій мові: *jut* (S, 1928, 40, с. 550), *jejenüber, Jefühl* (S, 1930, 21, с. 252), *mitjehst, kieke, nä* (S, 1929, 09, с. 104), *nee, koofe, weeß, nich* (FI, 1929, 18, с. 494), *keener* (FI, 1930, 9, с. 230), також і в журналістських текстах задля берлінського колориту: *für eenen Groschen* (FI, 1929, 6, с. 144). В мюнхенському «Simplicissimus» ціла рубрика «Лист із Берліна», присвячена оглядові знакових подій тижня чи останніх тенденцій у столиці, була побудована на прийомі використання берлінської говірки. Варто відзначити ширення запозичень із англійської мови: *Lady, Girls, legs, old* (FI, 1929, 11, с. 259), подекуди навіть творення власних слів від англійських основ: *Girlismus* (FI, 1929, 16, с. 432).

Як видно навіть із прикладів, систематично вдавався до наслідування колоквиального й селянського мовлення та берлінського діалекту в рубриці анекдотів комерційний часопис ліберального напрямку «Das Illustrierte Blatt»; ще більше географічне розмаїття, що охоплювало

практично весь німецький діалектний континуум, демонстрував сатиричний «Simplicissimus» з його лівими симпатіями. Водночас цікаво, що уникання як запозичених слів, так і власне німецьких діалектизмів характерне для політично консервативної «Die Gartenlaube» та партійного видання НСДАП «Illustrierter Beobachter». Тоді як ліволіберальний спектр був відкритішим до позанормативних і чужомовних елементів, вписуючи їх на відповідні місця соціальної ієрархії (нижчі для діалектизмів; вищі, хоч і обнижені іронією, для запозичень), консервативні й праворадикальні видання фактично сповідували принципи мовної евгеніки. Американізація, між іншим і мовна, уже тоді сприймалася коли не як загроза, то як прикрий, хоч і незворотний процес (FI, 1930, 33, с. 911). У «Das Illustrierte Blatt» імпліцитно, а в «Die Gartenlaube» цілком осмислено утвердження німецькості через зображення національної культури, розкиданих по світах діаспор, позитивного впливу німців на інші народи розгортається в програму репрезентації німецькості як найкращого способу буття: «Die Gartenlaube» <...> виконала велику службу батьківщині та німецькому народові [Deutschtum] і зміною сторінок пульс національного розвитку не тільки відстежила, а й указувала йому шлях...» (G, 1928, 1, с. 7). Вжиток слова *Deutschtum* показовий. Збірний іменник із суфіксом, що відповідає українському «-ство», – той-таки, що й у слові *Judentum*, яке використовували нацисти на позначення євреїв; в сучасній німецькій обидва слова залишаються табуйованими. Як видно з кореспонденції, консервативні мовно журнали сигніфікували для багатьох дитинство і світ нескаламученої німецькості: «І коли я сьогодні знову розгортаю похмурого осіннього дня один із тих старих томів <...>, і через вікно дивлюся на країну мого дитинства, тоді мене огортає знову <...> та любов до німецької Батьківщини, що її «Die Gartenlaube» пробудила була в дитині й плакала, і тонуть думки про американізацію, націоналізацію нашого життя, про короткі жіночі зачіски, про джаз-банди» (G, 1928, 9, с. 199).

Політично значущим аспектом був шрифт. З середини XIX ст. німецькомовні землі жили в умовах т. зв. «шрифтової війни» між прихильниками гарнітур фрактура (відомої і як «готика») та антиква. Якщо перша уособлювала цінності німецької культури, друга асоціювалася з відкритістю до світу. Це питання також ускладнювала нормативність особливого рукописного письма «курент» у шкільництві та повсякденній практиці носіїв німецької мови. Протягом першої третини XX ст. фрактура зберігала панівні позиції. Якщо зацікавлений сучасною тематикою «Das Illustrierte Blatt» виходив антиквою, то саме фрактуру використовувала «Die Gartenlaube», що втілювало орієнтацію на традиційність і виняткову культурну місію. Фрактурою послуговувався і «Der Illustrierte Beobachter», як усі нацистські видання до 1941 р., коли її заборонено указом Гітлера (нацисти змінили ставлення до гарнітури). Цікавий приклад становить «Simplicissimus»: на початку 1928 р. він ще виходить фрактурою, та вже в № 2 за 9 квітня переходить на гарнітуру акцидент-гротеск із родини антиква. Редакція ніяк не пояснила зміни дизайну. Взнаки могли датися як загальна тенденція, так і зміна естетичних уявлень та небажання асоціюватися з консервативними колами, які дедалі більше апропріювали фрактуру.

На відміну від німецьких, всі аналізовані українські журнали видавала держава. Виняток становила тільки кооперативна «Нова громада», що виходила у видавництві «Книгоспілка» до 1929 р., коли до її видання приєдналася «Вукоопспілка» (фактично орган державного контролю над кооперацією), наклад зріс із 6 до 60 тис., а з ним помітно зросла й мобілізаційно-ідеологічна спрямованість видання. Другим найтиражнішим був ще один дуже заідеологізований часопис – двотижневик «Декада» (38–45 тис. прим.), який переважно містив агітаційно-пропагандистські матеріали і мав найменший обсяг. Наклад інших коливався в межах 6,5–12 тис. Мовна практика часописів, на відміну від німецьких видань, була позначена браком систематичності та незрідка недоглядами. У ній стало траплятися русизми, як у листах читачів, так і в редакційних матеріалах (і не завжди для стилізації мови персонажів): *приговор* (НГ, 1928, 23, с. 599), *похоже* (Г, 1928, 18, с. 280), *участки* (ЧП, 1928, 2, с. 2), *парнишка* (ЧП, 1928, 2, с. 10), *сахар* (ЧП, 1928, 1, с. 3), *требується* (ЧП, 1928, 1, с. 5), *почта* (Д, 1930, 31-32, с. 14), *страдальники* (В, 1928, 1, с. 16), *доклад*, *водворено* (В, 1928, 2, с. 16), *підвигивили* (В, 1928, 3, с. 15), *на коньках* (В, 1928, 6, с. 13). Простонародну мову можна почути в оповіданнях і нарисах: «*Та воно конешно – погоджується колишній каптенармус. Я тільки про те, що коли «цеп» іде, то для ока вдобніше*» (Г, 1928, 18, с. 280); «*дайте одно пірожное» (підкреслюючи «одно»)*», «*адай, адай трубу*» (Г, 1928, 15, с. 233). Стилізація російської вчувається у репліці: «*На – візьми гривеник та пом'яни родителів...*» (ЧП,

1928, 2, с. 5). В журналі «Декада» був опублікований цікавий знімок гасла: «*Експедиція чистого бєлья об'являєт себя Ударниками*» (1930, 33–34, с. 14), причому «т» в дієслові явно дописане пізніше – цікаве свідчення про грамотність робітників, яка поєднувала елементи російського дореволюційного, пореволюційного та, ймовірно, українського правописів для запису того, що реально було суржигом, тогочасним міським койне.

До 1929 р. журнали виходили за «Найголовнішими правилами українського правопису» І. Огієнка (1919, з перевиданнями). Але давалося взнаки їхнє несистематичне дотримання, яке частогусто саме було спричинене несистематичністю або неповнотою самих «Найголовніших правил...»: *хроника* (Г, 1928, 18, с. 272) і *хроніка* (Г, 1928, 16, с. 240), *розв'язати* (Г, 1928, 20, с. 325) і *зав'язалися* (ЧП, 1928, 2, с. 2), *пролетаріят* (Г, 1928, 20, с. 316) і *проблеміст* (Г, 1928, 23, с. 360), у *Києві* (Г, 1928, 22, обкл.) і у *Київі* (В, 1928, 5, с. 13; Г, 1928, 15, с. 239), *міжнародній* (Г, 1928, 18, с. 276) і *народне* (Г, 1928, 19, с. 300), *хінський* (В, 1928, 3, с. 7) і *китайський* (Г, 1928, 13, с. 195), *почта* (Д, 1930, 31–32, с. 14) і *поштарі* (В, 1928, 4, с. 5), *Горький* і *Горкий* (В, 1928, 14, с. 7). Привертає увагу різнобій у вживанні крапки в кінці заголовків, хаос в оформленні прямої мови. Траплявся явний вихід за межі «Найголовніших правил...»: *зрозуміло* (ЧП, 1928, 2, с. 10), *ескадрилля* (Г, 1928, 18, с. 281), *Цвайг* (Г, 1928, 18, с. 283). Саме ці проблеми низького рівня як кодифікації мови, так і грамотності чи й володіння нею і загострювали потребу в новому систематичному правописі. З його запровадженням від 1928 р. мова і особливо орфографія видань уніфікуються, але уявляти цілковите устандартнення і відсутність недоглядів було б перебільшенням. Поза тим, мовне обличчя часописів визначає специфічна лексика, згодом виключена з ужитку порядком юристичної настанови, стилістичної диференціації або й прямих репресій: *касарня* (Г, 1928, 24, с. 388), театральна *поставка*, *виймок* як «виняток» (Г, 1928, 20, с. 325), *личкувати*, *архітект* (Г, 1928, 17, с. 266), *товаровий* (ЧП, 1928, 2, с. 2), *людність* (Д, 1930, 31–32, с. 8), *хороба* (Д, 1930, 29–30, с. 8), *Хіна* (В, 1928, 10, с. 11), *хінський* (В, 1928, 3, с. 7), *побільшений* (Г, 1928, 19, с. 305), *провінці* (Г, 1928, 16, с. 251), *позем* як поверх (Г, 1928, 13, с. 200), *квартира* (Г, 1928, 12, с. 185), *негайна допомога* (Г, 1928, 14, с. 225).

Хоч усі видання послідовно публікувалося українською, соціальний статус російської видно з того, що саме вона протягом усього періоду зостається мовою реклами. Видавці вочевидь не бажали надавати рекламу українською або з міркувань соціального престижу, або не розраховуючи на українськомовну аудиторію. Можливо, її вважали менш платоспроможною чи незацікавленою в товарі, призначеному для городян, наприклад, такому як пральний порошок «Украинка» чи продукція фабрики «Красный зеркальщик». Українською друкувалося рекламу від органів влади і державних установ, видавництв, але дистрибутори популярної літератури (довідкової, медичної тощо) користалися з російської. Що це не завжди сприймалося за нормальне серед українських лівих інтелектуалів – редакторів видань, свідчить колізія, до якої дійшло принаймні одного разу. Рекламу засобу «Фітоферин», яку московські рекламодавці надали російською, редакція переклала українською, супроводивши іронічною післямовою: «...Дбаючи про те, щоб рекляма ця досягла своєї мети, дійшла до українського радянського споживача і була йому зрозуміла, поданий в реклямі текст (що його рекламодавці категорично і всупереч здоровому глузду вимагають друкувати тільки російською мовою) перекладаємо своїм коштом мовою українською» (УЖ, 1929, 4, с. 34). Втім, сама російськомовність реклами могла бути не більш як інерцією дореволюційних часів. Як зазначають В. Георгієвська та Н. Сидоренко, «з огляду на те, що вся рекламно-довідкова періодика видавалася на території Східної України до 1917 р. російською мовою, ми не знайшли жодного видання, де були б істотні вкраплення в тексти українською мовою» [1, с. 77]. Українською друкувалося окремі оголошення про «малоросійські» й галицькі книжки та часописи, приватні та сільськогосподарські оголошення, та окремі товари й послуги масового вжитку. Порівняння цих даних із практикою кінця 20-х рр. свідчить навіть про певний відступ української: асортимент рекламаних товарів скоротився, і, втративши споживчі товари для міської аудиторії, орієнтувався лише на селян або міську гуманітарну інтелігенцію.

Тема українізації час від часу впливає в нарисах, коли, відвідавши якийсь куточок України, автор нарікає на слабкий поступ української культури в регіоні. Дмитро Бузько і Гео Шкурупій у нарисі «Старим Дніпром в останній раз» (НІ, 1927, 1, с. 21–36) писали: «Вже зовсім не говорячи про будь-яку українізацію, яка, можливо, й непотрібна, бо тут працює, за даними старшого інженера

Дніпрельстану інженера Ковгуна, 60% українців, тут неможливо знайти українську газету, а тим більше українську книжку. <...> Все написано тут російською мовою. Ми старанно тут шукали слова Дніпрельстан, що всім подобається своєю звучністю, але ніде його не знайшли. <...> Першою нашою сутичкою з ними (інженерами та спецами. – Р. Г.) було питання про українізацію. Треба було б чути всім, як ці вигодовані на радянських хлібах люди міркують про українізацію. Українізація – це насильство. Українські селяни всі говорять російською зіпсованою мовою. Українська мова – це суржик, це вигадка петлюрівців. І, нарешті, сам старший інспектор Дніпрельстану, інженер Ковгун, заявив, що українців привезено з Галичини» (с. 34–35). Розлога цитата охоплює водночас кілька «тіньових» аспектів офіційно бравурної українізації: і розрив між сільськими й міськими українцями, і механізми, за допомогою яких індустріалізація і виштовхування з колективізованого села потрібної на підприємствах робочої сили оберталася русифікацією стихійно українськомовних селян.

Українізацію на дуже практичних прикладах показала стаття «Що говорить вивіска» (Г, 1928, 19, с. 302–303). Автор атакував одночасно небажання українізувати вивіски та орієнтацію на селянську малограмотність («даю уроки музики»), що дискредитує саму мову. Згадано аргументи «чорносотенної фабрикації» проти «життєвості української»: «мордопис», «тер самопер». Толерантніше автор поставився до українізації з кон'юнктурних мотивів, цитуючи перукаря, що сам не тямив жодного слова українською: «Нужно было новую вывеску делать <...>, но тут вот в чем вопрос: маляру платится за каждую букву, ну а теперь считайте – г-о-л-я-р-н-я – семь букв, а п-а-р-и-к-м-а-х-е-р-с-к-а-я – четырнадцать. Вдвое дороже! Арифметика простая, а насчет того, чтобы понимать вывеску, так – кому надо это – поймет...» (с. 302).

Висновки та перспективи. Хоч німецькі видання послуговувалися усталенішою літературною мовою і вищим редакторським стандартом, з їхніх сторінок постає картина діалектно фрагментованого живого мовлення. За ним застерігалось чітко окреслене місце в гумористичних жанрах, його роллю було маркувати мовців соціально і територіально, створюючи при цьому комічний ефект. Відбувається і певне проникнення англломовних запозичень. Праві й нацистські видання політизували ці запозичення, відмовляючися вживати їх у своїй практиці. Політизованим було навіть використання тієї чи іншої шрифтової гарнітури. Українські видання так само прагнули відтворювати живе просторіччя, однак діалекти прислужилися в цій справі менше, ніж суржик і запозичення з російської (вони склали основу міського мовлення і вже активно контамінували мову села). Натомість картину соціолінгвістичної ситуації, що постає зі шпальт, визначають часті нарікання на недостатність українізації, документуючи суміш спротиву, сарказму й пристосуванства серед російськомовного населення міст. Ці гіркі міркування українських журналістів і письменників оточувала здебільшого російськомовна реклама, яка не подобалася самим членам редакцій і могла навіть викликати епізодичний спротив, що не призводив до глибших наслідків, принаймні, для реклами – вона й надалі апелювала до споживача російською. Мовлення самих журналів потерпало від недостатньої кодифікації правопису, водночас – навіть цих правил не завжди вдавалося дотриматися. Перспективи дослідження вимагають комплексного вивчення мови українських та німецьких міжвоєнних часописів в різних її аспектах (лексика, морфологія, граматики, синтаксис, орфографія). Корисним може бути кількісне дослідження, що допомогло б встановити частотність тих чи інших форм. Такі результати висвітлили б цілий пласт непростого історії української та німецької мов у ХХ ст.

Література

1. Георгієвська В. Реклама – рушій розквіту: рекламно-довідкова преса на території Східної України (XIX – початок ХХ ст.) : моногр. / Вікторія Георгієвська, Наталя Сидоренко. – К. : АДЕФ-Україна, 2010. – 320 с.
2. Верменич Я. Національна політика більшовиків і опозиція : підґрунтя маневрів навколо українізації 20-30-х рр. ХХ ст. / Я. В. Верменич // Історія України: маловідомі імена, події, факти. – 2005. – Вип. 31. – С. 34–45.
3. Верменич Я. Національна реформа 20-30-х рр. в Україні : підсумки, політичні наслідки, уроки / Я. Верменич // Проблеми історії України : факти, судження, пошуки. – 2004. – №11. – С.210 – 224.
4. Екельчик С. История Украины : становление современной нации / Сергей Екельчик ; [авторизов. Пер. с англ. Н. Климчука] – К. : К.И.С., 2010. – 400 с.

5. Єкельчик С. Імперія пам'яті : російсько-українські стосунки в радянській історичній уяві ; [авториз. пер. з англ.] / Сергій Єкельчик. – К. : Критика, 2008. – 304 с.
6. Колісник К. Проведення політики українізації на Харківщині в 1923–1932 рр. [Текст] : автореф. дис. канд. Іст. Наук : 07.00.01 / К.Е. Колісник ; Харк. Нац. ун-т імені В.Н. Каразіна. – Х., 2001. – 31 с.
7. Коляструк О. Преса УСРР в контексті політики українізації [Текст] : автореф. дис. канд. іст. наук : 07.00.01 / О.А. Коляструк ; НАН України, Ін-т історії України. – К., 2003. – 33 с.
8. Найголовніші правила українського правопису : нове видання / [І. Огієнко, А. Кримський]. – Б. м. : ДВУ, 1925. – 16 с.
9. Потятинник Б. Медіа : ключі до розуміння. Серія : Медіакритика / Борис Потятинник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.
10. Український правопис / Народній комісаріят освіти, Державна комісія для впорядкування українського правопису. – Б. м. : ДВУ, 1928. – 101 с.
11. Шевельов Ю. Українська мова у ХХ столітті (1900 – 1941). Стан і статус // Вибрані праці : У 2 кн. Кн. I. Мовознавство ; [Упоря. Л. Масенко; 2-ге вид.] / Юрій Шевельов. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – С. 26–280.
12. Barnhurst K. The Form of News : A History / Kevin G. Barnhurst, John Nerone. – New York, London: The Guilford Press, 2001. – 326 pp.
13. Bullivant K. Culture and Society in the Weimar Republic / Keith Bullivant. – Manchester: University Press, 1977. – 206 p.
14. Collins R. The Rise of Western Journalism, 1815 – 1914 / Ross F. Collins, E.M. Palmegiano. – Jefferson – London : McFarland & Company, 2007. – 214 p.
15. te Heesen A. Zeitungsausschnitt : ein Papierobjekt der Moderne / Anke te Heesen. – Frankfurt am Main : Fischer Verlag, 2006. – 384 s.
16. Koszyk K. Deutsche Presse 1914 – 1945: Geschichte der deutschen Presse. Teil III / Kurt Koszyk. – Berlin: Colloquium Verlag, 1972. – 567 s.
17. Krotz F. Neue Theorien entwickeln : Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung / Friedrich Krotz. – Köln : Herbet von Halem Verlag, 2005. – 309 s.
18. de Mendelssohn P. Zeitungsstadt Berlin / Peter de Mendelssohn. – Berlin: Ullstein, 1956. – 450 s.

Горбик Р. О. Социолінгвістическа ситуація на сторінках української і германської розважальної преси другої половини 20-х гг. ХХ в. В статті розглянуті проблеми соціолінгвістическої ситуації в УСРР і Веймарській республіці на матеріалах розважальної ілюстрованої періодики другої половини 20-х гг. ХХ в. Результати дослідження вказують на більш високий рівень стандартизації мови германської порівняно з українською, що співіснувало зі стремлінням письменників і журналістів зображати живу мову; ця мета досягалася за допомогою привертання діалектів в германських журналах, в українських – переважно з допомогою суржика. В той час як окремі аспекти журнального мови претерпували політизацію в Німеччині, дослідження української періодики виявило усвідомлення неефективності українізації, існувало серед авторів видань, документовані факти опору цій політиці, домінування російської мови в рекламних текстах, численні приклади русо-українського койне в стилізації розмовної мови. Все це ставить під сумнів представлення про успішність політики українізації в час її пікового періоду.

Ключові слова: розважальна преса, УСРР, Веймарська республіка, мовна політика.

Horbyk R. O. The Sociolinguistic Situation in the Ukrainian and German Entertaining Press in the Late 1920 s. The article considers the problem of the sociolinguistic situation in the Soviet Ukraine and Weimar Republic on the material of illustrated press in the late 1920s. The research results point out a higher level of standardization in the German language compared to the Ukrainian, which co-existed with the inclination of writers and journalists to reflect the living speech; this task was accomplished with the help of dialects in the German magazines, while the Ukrainian ones preferred a mixture of Ukrainian and Russian. Whereas certain aspects of the magazine language were facing growing politicization, the research of the Ukrainian publications exposed the ineffectiveness of the Ukrainianization as perceived by the authors writing in the magazines, the documented facts of resistance to the policy, the domination of Russian in advertisement, numerous examples of Russo-Ukrainian koine in the stylization of colloquial speech. All this questions the success of the policy of Ukrainianization during its peak.

Keywords: entertaining press, Soviet Ukraine, Weimar Republic, language policy.

Адреса для листування: fuscina@gmail.com