

Роман Горбик,  
аспірант

УДК 007: 304: 070"19"

## Мовна ситуація на сторінках української розважальної преси другої половини 20-х рр. ХХ ст.

*У статті розглянуто проблему оцінювання політики українізації в матеріалах розважальної ілюстрованої періодики другої половини 20-х рр. ХХ ст. Результати дослідження вказують на усвідомлення неефективності українізації авторами видань, документовані факти спротиву цій політиці, домінування російської в рекламних текстах, численні приклади українсько-російського койне в стилізації розмовної мови, проблеми невисокого рівня кодифікації мови та редакторського стандарту видань. Усе це ставить під сумнів уявлення про успішну політику українізації протягом її пікового періоду.*

**Ключові слова:** розважальна преса, українізація, мовна політика, білінгвізм.

**Постановка проблеми.** Проблему оцінки українізації з погляду соціолінгвистики ще й досі не можна вважати розв'язаною ані в синхронному, ані в діахронному аспектах. З одного боку, побутує уявлення про неї як проєкт, завдяки якому націонал-комуністичній меншині в КІП(б)У вдалося змінити мовну ситуацію на користь етнічних українців та інспірувати розвиток національної культури. Не применшуючи неоднозначності й поверховості цього процесу, Я. Верменич зауважує, що «справа утвердження незалежної України зустрілася б із значно більшими ускладненнями, якби в рамках українізації не було створено фундамент національного самоусвідомлення і самоствердження» [1, с. 44]. В іншій праці дослідниця стверджує: «Політика українізації дала можливість українському народові усвідомити себе національною спільністю, відчуття значення мови, культури, традицій як чинників духовного розвитку нації» [2, с. 213]. З другого боку, як зауважив С. Єкельчик, «нові дослідження в Україні та за кордоном ставлять під сумнів традиційне бачення українізації – будцімто внаслідок успішної політики в містах, на заводах і в установах почали переважати носії української мови. Українські історики застерігають від перебільшення реальних результатів цієї політики. Як стверджують їхні зарубіжні колеги, українські міста стали радше двомовними, ніж українськомовними, а російська культура й надалі переважала серед робітничого класу та службовців, хоч з-поміж них тепер було більше етнічних українців» [1, с. 140]. Очевидець і дослідник цих процесів Ю. Шевельов додає ще скептичнішу оцінку: «Вив-

чаючи події в хронологічному порядку, не можна позбутися враження, що за кожен здобуток українізації довелося платити втратою української сили або потенціальної української сили. <...> Отож, українізація була процесом двобічним. Рівнобіжно до заходів, спрямованих на поширення української мови, робилося зусилля знизити українську культуру, а з нею й мову. Ці зусилля, окрім прямих наслідків, породжували страх. Розмовляти по-українському на людях – хоч це офіційно заохочувалося – вважалося серед міського населення ризикованим, хіба що при спеціальних okazіях, які офіційно проголошувалося українськими» [3, с. 160, 162–163].

З огляду на сьогоденній драматизм мовного протистояння в українському суспільстві та нагальну потребу адекватного розуміння українського білінгвізму в минулому і в наш час, необхідність здійснення осмисленої та раціональної мовної політики *актуальність* цієї доповіді визначають нові дані, що можуть доповнити розуміння політики українізації та її перебігу.

*Метою* дослідження було з'ясувати, як ілюстровані журнали, що виходили в 1928–1930 рр., висвітлювали питання українізації та яким чином мовна ситуація і конфлікти навколо розширення сфери вжитку української мови знаходили вияв безпосередньо на їх шпальтах. Матеріалом наукового аналізу стали публікації часописів «Універсальний журнал», «Всесвіт», «Глобус», «Нова громада», «Декада», «Нова генерація» (далі в посиланнях – відповідно УЖ, В, Г, НГ, Д, НГ) за вказаний період. Основою методології дослідження став метод обґрунтованої теорії (англ. grounded theory) – за визначенням німецького вченого Ф. Кротца, «цілеспрямований, проблемно мотивований, систематичний і обґрунтований даними метод, за допомоги якого можна досягнути від початкового питання чи проблеми до теорії як частини науки, дати відповідь на вихідне питання і з якого можна вивести практичне [brauchbare] рішення початкової проблеми» [4, с. 11]. Дослідження на засадах обґрунтованої теорії є атеоретичним, спрямованим радше на створення нової гіпотези, ніж на підтвердження уже наявної, і на практиці знаходить реалізацію в евристичному кодуванні – організації даних шляхом виявлення в них смислових категорій.

**Аналіз досліджень і публікацій.** На початку ХХ ст. українська преса перебувала в складних обставинах цензурних заборон, тож її наклади ледве сягали кількох тисяч примірників. З листування нечисленних видавців тогочасної української преси відомо про повсякчасні труднощі з коштами та байдужість аудиторії. До того ж мова була настільки невироблена, що до багатьох слів доводилося наводити в



дужках російські відповідники (приміром, єдине число «Слобожанщини» Миколи Міхновського додавало пояснення до «інтелігенти» – «освічені», дату в шапці газети визначено як «25 березня (марта)», а в рекламі «млини» пояснено як «мельниці»). Якщо найбільша берлінська газета ще 1900 р. мала 200 тис. примірників накладу [5], то сукупний тираж усіх українських видань сягав приблизно 100 тис. після лютневої революції 1917 р. [3, с. 69], що зробила можливою на теренах Росії доти нечувану свободу слова: 1908 р. наклад таких видань становив усього 20 тис. [3, с. 109].

Відповіддю більшовицького уряду на зростання національної свідомості та мовних потреб вважають пізнішу політику коренізації. Панівним в історіографії проблеми є водночас уявлення про українізацію як про політику, що її провадила і просувала націонал-комуністична меншина в партії, яка складалася насамперед з колишніх боротьбистів. Отже, ішлося про синтез української ідентичності та лівої ідеології: для «покоління двадцятих років <...> побудова соціалізму і творення української нації були поєднуваними проектами» [6, с. 23]. Я. Верменич вважає, що «терміном «українізація» об'єднуються два протилежні за своїм спрямуванням потоки – директивний, ініційований згори процес пристосування апарату до вимог життя і рух за відновлення у правах української мови, розвиток української культури, що йшов знизу» [2, с. 212]. При цьому розбіжність між оцінками результатів істотна: якщо одні твердять, нібито «міста поступово ставали осередками української, а не російської ідентичності» [2, с. 215], а результатом політики стала поява української національної еліти (хоча це була радше її причина), очевидці зберегли інші свідчення: «...По великих містах і промислових центрах українську мову здебільша використовували як димову завісу. Коли доходило до дійсно важливих справ, незмінно вживали російської. За таких обставин зневажливе ставлення до української мови буяло. <...> Успіх українізації, якщо такий був, слід шукати в іншому. Хоч пасивне знання української мови не стало загальним, але його набули значно ширші кола, ніж доти» [3, с. 165–166]. Симптоматично, що автори деяких системних досліджень про українізацію в окремих регіонах узагалі уникають згадувань про пресу [7], хоча результати українізації слід вважати найефективнішими саме в цій сфері: до 1931–1932 рр. українською мовою виходили 88 % періодичних видань, в тому числі більшість значних газет республіки, і 77 % книжок [8, с. 140].

Українізація відбувалася на збиток російськомовній продукції і мала не тільки кількісний вимір. «На 1930 рік лише три великі га-

зети ще виходили російською мовою: «Вечерние известия» в Одесі та газети в Сталіному (тепер Донецьк) і Маріюполі, – пише Ю. Шевельов. – ...Швидко зростала кількість журналів, і ставали вони різноманітніші. <...> Почали виходити журнали політичні, технічні, наукові, ілюстровані, театральні, музичні; журнали, присвячені літературній критиці, кіну, гумористичні. Загальне число в 1929 році сягнуло 326 назв» [3, с. 153]. Для порівняння варто навести різні дані (бо в них є розбіжності) за 1918 р., який той-таки Ю. Шевельов називає найкращим дорадянським роком за співвідношенням на користь українських газет. За даними Книжкової палати УРСР, українськомовних видань було всього 127 назв, тимчасом як російськомовних в Україні – 227. За іншими даними («Бібліографія української преси» В. Ігнатієнка), найкращим роком для української преси в проміжку 1917–1922 рр. став так само 1918: 218 українськомовних видань проти 321 російськомовного [3, с. 130–132].

Попри наведену цікаву концептуалізацію культурної політики керівної партії в 20-х рр. як процесу, що відбувався одночасно знизу вгору і згори вниз, преса на практиці залишалася в державній монополії (органом цензури був Головліт): «Більшовики замінювали національну пресу новим типом видання – спільним органом партійного комітету та виконавчої влади відповідних рівнів... Становлення партійно-радянської преси в Україні хронологічно збігається з часом її українізації, тому ці процеси були взаємозалежними та тісно переплетеними» [9, с. 15]. Як зазначає О. Коляструк, «мову українізованих газет формували, з одного боку, представники національної небільшовицької публіцистики, та, з другого, радянські службовці, які не мали спеціальної журналістської освіти, перебували під впливом русифікаторських наслідків. Українські друковані видання були залежні від російськомовних джерел інформації. Частим явищем на початковому етапі було створення двомовних газет, що насправді незрідка оберталось переважанням у них російських текстів. Така практика найбільш типова для робітничої преси. Серед газетярів і журналістів у 20-і рр. сформувалися дві течії щодо мовної культури періодики: традиціоналісти, які обстоювали збереження сталих норм мовотворення, та механіцисти – прихильники стандартизації та технізації мови» [9, с. 23].

Попри невдачу програми-максимум українізації, вона, як вважає С. Єскельчик, стала завершенням формування повноцінної нації з власною культурою, шкільництвом та урядуванням. Тимчасом преса залишалася інструментом активного нав'язування ідеології, що й заважають журналістикознавці. Б. Потятиник зазначає, що для мови



газетних матеріалів були характерні табування окремих слів, тяжіння до абревіатур, повторювання штампів «героїчного», а в часи застою «маразматичного» стилю, «безконечно повторювана інформація про повну підтримку ідеології та політики панівного режиму <...>, своєрідна ритуальна перекличка вірнопідданства» [10, с. 97]. На думку дослідника, в тоталітарних текстах надмірно представлений затекстовий простір, що робить тексти тавтологічними і примітивними, сповненими загальників та аксіом [10, с. 99]. Учений також вказав на сугестивність впливу монотонних, але масово тиражованих текстів [10, с. 101]. Але як розважальна преса, передусім ілюстрована, відображала мовну ситуацію доби на своїх сторінках? Яким було висвітлення українізації та яке значення у цій політиці мала мова самих часописів?

**Результати й обговорення.** Усі досліджені ілюстровані журнали видавала держава як додатки до газет, крім кооперативної «Нової громади», що виходила у видавництві Вукоопспілки (фактично – органу державного контролю над споживчою кооперацією) до 1929 р., коли до її видання приєднався Держвидав. Тоді наклад зріс із 6 до 60 тис., а з ним помітно зросла й мобілізаційно-ідеологічна спрямованість видання. Другим найтиражованішим і найбільш заідеологізованим із часописів став двотижневик «Декада» (38–45 тис. прим.), який публікував здебільшого агітаційно-пропагандистські матеріали та мав найменший обсяг. Наклад двотижневого «Глобусу» коливався в межах 6,5–12 тис. прим., тижневик «Всесвіт» теж мав 10–11 тис. накладу, майже так само, як і сатиричний двотижневик «Червоний перець» (10–12 тис.).

Хоч усі видання послуговувалися українською мовою, соціальний статус російської видно з того, що саме вона протягом усього періоду зостається мовою реклами. Видавці вочевидь не бажали давати рекламу українською чи то з міркувань соціального престижу, чи не розраховуючи на українськомовну аудиторію (можливо, вважаючи її менш платоспроможною або незацікавленою в товарі, призначеному для городян, наприклад, такому, як пральний порошок «Українка» чи продукція фабрики «Красный зеркальщик»). Українською друкували рекламу, що їй надавали органи влади та державні установи, наприклад, видавництва – хоча в цьому випадку українська найчастіше була також мовою рекламованих книжок. Комерційні дистрибутори популярної літератури (довідкової, медичної тощо) користалися в рекламі російською – врешті, це також були трести, які перебували здебільшого під державним контролем. Що це не завжди добре сприймалося серед українських лівих інтелектуалів – редакторів видань,



свідчить колізія, до якої дійшло принаймні одного разу. Рекламу харчової добавки «Фітоферин», яку московські рекламодавці подали російською мовою, редакція переклала українською і надрукувала з такою іронічною післямовою: «Широка популярність Універсального Журналу дає, звичайно, не менш широкі перспективи для торговельної та промислової реклами на його шпальтах. <...> Але, дбаючи про те, щоб реклама ця досягла своєї мети, дійшла до українського радянського споживача і була йому зрозуміла, поданий в рекламі текст (що його рекламодавці категорично і всупереч здоровому глузду вимагають друкувати тільки російською мовою) перекладаємо своїм коштом мовою українською» (УЖ. – 1929. – № 4. – С. 34).

Інших спроб українізувати рекламу не робилося, в жодному разі – з боку влади. Утім сама російськомовність реклами могла бути не більш як виявом інерції з 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» [11, с. 77]. Дослідниці дійшли висновку, що, попри значний рівень розвитку рекламно-довідкової преси, українською мовою не виходило жодного видання цього жанру, а в українськомовній пресі українською друкувалися окремі оголошення про «малоросійські» та галицькі книжки і часописи, приватні та сільськогосподарські оголошення, окремі зразки реклами товарів і послуг масового вжитку. Порівняння цих даних із практикою кінця 20-х рр. свідчить навіть про певний відступ: асортимент рекламованих товарів скоротився і, втративши споживчі товари для міської аудиторії, орієнтувався на селян або на міську гуманітарну інтелігенцію.

Тема українізації час від часу впливає в публікованих в «УЖі» нарисах, зокрема подорожніх, коли, відвідавши якийсь куточок України, автор нарікає на слабкий поступ української культури в регіоні. Видається доречним зацитувати разуючий фрагмент із тексту Дмитра Бузька та Гео Шкурупія «Старим Дніпром в останній раз» як цілком відповідний за стилістикою нарисам «УЖа», але значно сконденсованіший і яскравіший: «Нас трохи вразив ще один момент – це абсолютна відсутність культурної роботи. Вже зовсім не говорячи про будь-яку українізацію, яка, можливо, й непотрібна, бо тут працює, за даними старшого інженера Дніпрельстану Ковгуна, 60 % українців, тут неможливо знайти українську газету, а тим більше українську книжку. <...> Незважаючи на те, що тут більшість робітників – українці, все написано російською мовою. Ми



старанно шукали слово Дніпрельстан, що всім подобається своєю звучністю, але ніде його не знайшли. Це є лише прикра зовнішність, бо Дніпрельстан є в глибинах тієї робітничої маси, що так напружено здобуває електричну енергію. Зовнішність завше, звичайно, залежить од культурної верхушки. Верхушка на Дніпрельстані складається з інженерів та спеців. <...> Першою нашою сутичкою з ними 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 пеглюрівців. І, нарешті, сам старший інспектор Дніпрельстану, інженер Ковгун, заявив, що українців привезено з Галичини. <...> З другого боку, коли йде розмова про Дніпрельстан, ця публіка стає надзвичайно шовіністичною. Вони всі обурливо заявляють: «Ми – запорожці, наші предки звідси, ми – українці, а нас звільняють з Дніпрельстану й виписують людей із Москви. Москва все захопила в свої руки й не дає нам ходу» (НГ. – 1927. – № 1. – С. 21–36). Розлога цитата охоплює одночасно кілька «тіньових» аспектів офіційно бравурної українізації: і розрив між сільськими та міськими українцями, і механізми, за допомогою яких індустріалізація і виштовхування з колективізованого села потрібної на підприємствах робочої сили оберталася стихійною русифікацією українськомовних селян, і процеси розвитку подвійних ідентичностей серед міської технічної інтелігенції, своєрідного «човникування» між різними національними дискурсами залежно від конкретних обставин та особистої вигоди.

При тому прикметно, як мало текстів розважальної преси до початку індустріалізації присвячено Москві та Росії взагалі. Коли ж вони трапляються, то в них автори часто наголошують на українському чиннику, а Москву взагалі презентують як столицю радше світову, ніж національну, в усьому іншому рівноправну з Харковом: «Червона столиця світового пролетаріату, Москва, поміж багатонаціональним складом своєї людности має чимало українців. Насамперед, у Москві є постійне представництво У.Р.С.Р. при уряді С.Р.С.Р., далі – багато контор та представництв, а також сила молоді, що вчиться по московських ВИШ'ах». В останньому числі за 1928 р. «Глобус» повідомляв і про курси української мови, що діяли в столиці РСФСР, як про «українізацію в Москві» (Г. – 1928. – № 20. – С. 316, 383).

Українізацію на дуже практичних прикладах висвітлено в статті «Що говорить вивіска» (Г. – 1928. – № 19. – С. 302–303). Автор атакував одночасно небажання українізувати вивіски, орієнтацію на се-

лянський малограмотний вжиток («даю уроки музики») та написи з помилками, що дискредитують саму мову. Згадано аргументи «чорносотенної фабрикації» проти «життьовости української» – вочевидь із числа анекдотів, що їх згадує Ю. Шевельов: «мордопис», «пер самопер». Толерантніше автор поставився до українізації з кон'юктурних мотивів, наводячи вислів перукаря, котрий сам не тямив жодного слова українською: «Нужно было новую вывеску делать (старая поржавела совсем), но тут вот в чем вопрос: маляр 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). Водночас на фото з обкладинки ч. 21 «Глобуса» за 1928 р. вивіску на споруді нової київської електростанції – поза сумнівом, радянського індустріалізаційного проекту – зроблено російською: «КРЭС».

Не дивно, що українізація часто навіть ставала приводом до літературної пародії і серед власних adeptів, авторів стривожених статей та творців українськомовної масової культури, – в одному з журналів відомий вірш О. Пушкіна було подано із заміною російських реалій українськими під назвою «Наступ зими» та підзаголовком «авторизований переклад «УЖа»: *«Зима. Яка для дядька розкіш / Наярювати у санках! / І шкапа бадьориться трошки, / На сніговий ступивши шлях. / В снігу купаючись, як в милі, / Пани у три-конь полетіли. / Над гривами свистить батіг. / Рипить під полозами сніг. / Хлопчак ганяє коло хати, / Сам запрягшися за коня, – / В гринджолі посадив щеня. / З вікна уже свариться мати. / Йому і холодно і сміх – / По самі вуха вбрався в сніг»* (УЖ. – 1929. – № 7. – С. 44).

Мовна практика самих часописів, яка потребує ширшого систематичного дослідження, була позначена браком систематичності та незрідка недоглядами. У ній часто траплялися 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), *требуется* (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), *підвипивши* (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 пірож-



ное» (підкреслюючи «одно»)), «аддай, аддай трубу» (Г. – 1928. – № 15. – С. 233). Стилізація російської вчувається у репліці: «Навізьми гривеник та пом'яни родителів...» (ЧП. – 1928. – № 2. – С. 5). У журналі «Декада» було опубліковано цікавий знімок гасла: «Експедиція чистаго белья об'являєт себя Ударниками» (1930. – № 33–34. – С. 14), причому «т» в дієслові явно дописане пізніше – цікаве свідчення про фрагментарну грамотність серед тогочасних робітників, яка поєднувала елементи російського дореволюційного та українського правописів для запису того, що насправді було суржиком, тодішнім міським койне.

До 1929 р. всі журнали загалом виходили за «Найголовнішими правилами українського правопису» І. Огієнка (1919, з перевиданнями). Водночас давалося взнаки несистематичне дотримання цього правопису, яке часто-густо 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), також *кров'ю* (Г. – 1928. – № 19. – С. 298), *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 *Горький* (В. – 1928. – № 14. – С. 7), різнобій у вживанні крапки в кінці заголовків, хаос в оформленні прямої мови. Більш-менш узгодженим був правопис г/г (*Гвалт* (Г. – 1928. – № 23. – С. 360), *гросмайстер* (Г. – 1928. – № 23. – С. 368), замість етимологічного «и» часто писалося «і»: *піяцтво* (Г. – 1928. – № 21. – Обкл.) – певне, свідчення зближеної вимови звуків, результат плутанини навколо написання «и» на початку слів тощо. Траплявся явний вихід за межі норм «Найголовніших правил...»: *зрозуміло* (ЧП. – 1928. – № 2. – С. 10), *ескадрилля* (Г. – 1928. – № 18. – С. 281), *Цвайг* (Г. – 1928. – № 18. – С. 283). Очевидно, саме ці проблеми низького рівня як кодифікації мови, так і грамотності чи й володіння нею, загодили потребу в новому систематичному правописові. З його запровадженням від 1928 р. мова, а найбільше орфографія розважальних часописів уніфікується, але говорити про цілковите устандартнення та відсутність недоглядів було б перебільшенням.

Мовне обличчя часописів визначає також специфічна лексика, згодом вилучена з ужитку шляхом прийняття пуристичної настанови,

стилістичної диференціації чи й прямих репресій: *касарня* (Г. – 1928. – № 24. – С. 388), театральна *постава*, *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), *провинці* (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).

Окремого дослідження вимагають синтаксичні особливості мови часописів доби українізації. Варто зауважити, що в заголовках широко були вживані називні та неповні речення з пропущеним присудком: «*Жовтневий призов*» (В. – 1928. – № 2. – С. 4), «*Комсомол в боротьбі за культуру*», «*Стара пісня, якій покладемо край*», «*Кооперативні загони – на протиалкогольний фронт*» (НГ. – 1928. – № 22. – С. 563, 566, 567); речення з пропущеним підметом: «*Розкачались*» (НГ. – 1928. – № 22. – С. 554); імператив: «*Не перекручуймо нового побуту*», «*Організовуймо колективні досвіди*» (НГ. – 1928. – № 22. – С. 554, 563, 566, 567, 568, 570), «*Ремонтуймо людину*» (НГ. – 1929. – С. 259), «*Індустріалізуймо СРСР*» (Г. – 1928. – № 22. – С. 336–337). Це споріднювало мову самих часописів зі стилем гасел, що явно вказує на їх роль як агентів модернізації, політичної та соціальної мобілізації, а отже, й політики українізації.

**Висновки.** Оцінка успішності українізації залежить від критеріїв оцінювання. Якщо виставляти кількісні параметри та офіційну статистику як мету політики, вона, поза сумнівами, мала успіх. Але якщо йдеться про розширення використання української в широких колах суспільства, успіх далеко не такий однозначний, а місцями можна говорити й про русифікацію. «Вплив українізації на становище української мови і ставлення до неї був складний і не раз унутрішньо суперечливий, – зауважував Ю. Шевельов. – ...Започаткована в Москві, підхоплена і впроваджувана комуністичною партією звичними для партії методами, українізація викликала прихильність і підтримку одних прошарків населення та сторожке вичікування других. <...> З одного боку, більше, ніж будь-коли, людей опанувало українську мову, ознайомилося до певної міри з українською літературою й культурою, дехто навіть почав розмовляти по-українському. На вулицях великих міст українська мова лунала частіше, ніж перед тим, хоч і не заступила російську як засіб щоденного спілкування. З другого боку, притаманний політиці елемент примусовості й штучності збуджував почуття ворожості до



української мови. З'явилася маса анекдот, на жаль, не зібраних і не виданих, що брали українську мову на глум. Міцної соціальної основи українізація під собою не мала. Фактично вона спиралася тільки на українську інтелігенцію комуністичної орієнтації, дуже тонкий прошарок суспільства. Робітництво й середня кляса були в кращому випадку байдужі. Не збереглося жадних відомостей про якийсь ентузіазм селянства» [3, с. 157–158].

Дослідження мови розважальної преси підтверджує ці значною мірою особисті спостереження. Оскільки партійні документи й заклики проникали в розважальну пресу рідше, ніж в інформаційну, вкрай рідко можна знайти в ній прями гасла на підтримку українізації; може, їх уникали як надмірних для аудиторії українськомовних журналів, які й самі були частиною націонал-комуністичного проекту. Натомість картину, що постає зі шпальт цих часописів, визначають часті нарікання на недостатність українізації, документуючи суміш спротиву, сарказму й пристосуванства серед російськомовного населення міст (селяни, як влучно зазначають дослідники, не мали потреби українізуватися і зоставалися осторонь процесу). Ці гіркі міркування українських журналістів і письменників супроводжувала здебільшого російськомовна реклама, яка не подобалася самим працівникам редакцій і могла навіть викликати епізодичний спротив, що не призводив до яких-небудь глибших наслідків, принаймні для реклами, – вона й надалі безсоромно апелювала до споживача російською, як переважно й вивіски, інколи навіть офіційні. Фотознімки, нариси, оповідання та фейлетони з розважальних часописів дають уявлення про розмовну мову міста – малограмотну російську, місцями суржик, та вже активно засмічувану русизмами мову села. Мовлення самих журналів потерпало від недостатньої кодифікації правопису, водночас навіть цих правил не завжди вдавалося дотримуватися. Правописний хаос почав зменшуватися з 1929–1930 рр., проте подальше ігнорування правопису, помітне в чималій кількості слів, які вийшли з ужитку, і підвело ризику під тим, що сьогодні можна визначити як напівполітику напівукраїнізації.

1. *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.

2. *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.

3. *Шевельов Ю.* Українська мова у ХХ столітті (1900–1941). Стан і статус // *Вибрані праці* : у 2 кн. Кн. I. *Мовознавство* ; [упоряд. Л. Масенко; 2-ге вид.] / Юрій Шевельов. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – С. 26–280.



4. *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 Ss.

5. *Collins R.* *The Rise of Western Journalism, 1815–1914* / Ross F. Collins, E. M. Palmegiano. – Jefferson – London : McFarland & Company, 2007. – 214 pp.

6. *Єкельчик С.* Імперія пам'яті: російсько-українські стосунки в радянській історичній уяві ; [авториз. пер. з англ.] / Сергій Єкельчик. – К. : Критика, 2008. – 304 с.

7. *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.

8. *Єкельчик С.* *История Украины: становление современной нации* / Сергей Екельчик ; [авторизов. пер. с англ. Н. Климука]. – К. : К.И.С., 2010. – 400 с.

9. *Коляструк О.* Преса УСРР в контексті політики українізації [Текст] : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / О. А. Коляструк ; Нац. акад. наук України, Ін-т історії України. – К., 2003. – 33 с.

10. *Потятиник Б.* Медіа: ключі до розуміння / Борис Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с. – Сер.: Медіакритика.

11. *Георгієвська В.* Реклама – рушій розквіту: рекламно-довідкова преса на території Східної України (XIX – початок ХХ ст.) : монографія / Вікторія Георгієвська, Наталя Сидоренко. – К. : АДЕФ-Україна, 2010. – 320 с.

Подано до редакції 25. 10. 2013 р.

**Horbyk Roman.**

**The Ukrainian entertaining press and the language situation in the late 1920s.**

The article considers the problem of estimation of the Ukrainization policy on the materials of the illustrated press in the late 1920s. The research results point out the ineffectiveness of the Ukrainization as perceived by the authors of the magazines, the documented facts of resistance to this policy, the domination of Russian in advertisement, numerous examples of the Russian-Ukrainian contact vernacular in stylization of everyday language, the problems of poor codification of the Ukrainian language and editing standards of the magazines. All this questions put in doubt the success of the Ukrainization policy during its peak period.

**Keywords:** entertaining press, Ukrainization, language policy, bilingualism.

**Горбик Роман.**

**Языковая ситуация на страницах украинской развлекательной прессы второй половины 20-х гг. ХХ в.**

В статье рассмотрена проблема оценивания политики украинизации в материалах развлекательной иллюстрированной периодики второй половины 20-х гг. ХХ в. Результаты исследования указывают на осознание неэффективности украинизации авторами изданий, документированные факты сопротивления этой политике, доминирование русского языка в рекламных текстах, многочисленные примеры русско-украинского койне в стилизации разговорного языка, проблемы невысокого уровня кодификации украинского языка и редакторского стандарта изданий. Все это ставит под сомнение представление об успешности политики украинизации во время её пикового периода.

**Ключевые слова:** развлекательная пресса, украинизация, языковая политика, билингвизм.

