

Вплив народнорозмовної стилістики на українські рекламні тексти кінця XIX – першої половини XX ст.

Розвиток української реклами та формування і становлення рекламного стилю української мови припадає на кінець XIX. – першу половину XX ст. [1; 2]. Цей період характеризується значним зростанням кількості періодичних видань, у яких подавали численні рекламні оголошення. Стилiстика друкованої реклами кінця XIX – першої третини XX ст., особливо у виданнях української діаспори в США, виявляє тісні зв'язки з народнорозмовним мовленням, особливо – в таких текстах, де провідним мотиваційним аргументом є заклик до національної солідарності – «*Свій до свого, а не до чужого*». Для рекламних оголошень газети „Свобода” характерні такі ознаки розмовної стилістики:

1) загальна логічна побудова тексту, в якій розмовна манера повідомлення поєднується з питальними чи спонукальними конструкціями, напр.: *Ану Русини! Чижъ будете все ходити по чужихъ людяхъ и за свои грошъ по кутахъ стояти?* (С., 1897); «Одинока руска бучерня на цѣле мѣсто на Second str. <...> *Ану газдынъ не волочѣть ся по чужихъ – маєте своїхъ!*» (С., 1897); *Гей Русини! Чи знаєте вы дорогу до дешевого и доброго купна?* Она веде просто до **Юрія Хиляка** въ Olyphant, Pa. / Вы его певно добре знаєте. Въ него найдете одинокій, найдешевшій, найлучшій и наймоднѣйшій сторъ зъ убраниями” (С., 1903); «*Хочете мати виставовий фонограф у своїй хаті?* Добре. *Купуйте* електричний або звичайний **ПАНАТРОП БРОНСВИКА**. Ось подивіться на модель на образку» (С., 1929);

2) констатація корисної пропозиції в поєднанні зі спонукальними конструкціями та риторичними питаннями: «Якъ хочешъ мати *красне*, модне, *добре*, а *тане убрание*, иди головною улицею, а тамъ коло телеграфічного офісу знайдешъ кравця Міллера .. *Як* вѣдъ тебе *красно вбере*, то не повстыдаешъ ся передъ першимъ *джентельменомъ* американскимъ. – *Пошукай тѣлько* Міллера, а не пожалуешъ!» (С., 1897); „Вѣдъ теперъ Русини зъ Simpson, Pa. Въ околицѣ *не потребують вже ходити до чужихъ, котри*

ихъ обдєрали и туманили, визискували и сміяли ся зъ ихъ легковѣрности. Най лишъ они затямлять слѣдуюче: **ЯКИМЪ ГАВРАНЪ**, грєсерникъ въ SIMPSON, PA. / *Се правдивый Русинъ, чоловікъ чесный и статочный* (що потвердить кождый єго знакомый) .. Идѣтъ до него, *най чужій не розпыхають черева нашою працею* (С., 1903); *«Родимці! От вже й весна прийшла. А Ви чого чекаєте?* Роботи годі дістати, часи для робітників заповідають ся щораз гірші. *Чи ж не стати Вам власним паном на власнім господарстві? Лукає ся Вам до сєго дуже добра нагода <...> З невеличким капіталом можете доробитись з часом красного маєтку»* (С., 1914, ч. 17);

3) уживання народнорозмовних словосполук та порівняльних зворотів: *чоловік чесний; чоловік статочний; совісний чоловік; правдивий, щирий Русин; братя Русини*; «[Юрій Хиляк] має ще найпараднѣйшій салунъ въ мѣстѣ підъ назвою Anthracite Hotel. // Тамъ доперва *погостите ся, якъ въ рѣднои бабки на вєстлюю*» (С., 1903); *«ПАНАТРОП БРОНСВИКА .. Грає, як живий. Провмляє до Вас рідним словом. Пєстить, як мати дитину»* (С., 1929);

4) уживання експресивної лексики з розмовними конотаціями (*обдирати, туманити, оциганити, затуманити*) у реченнях-засторогах, напр.: *«УВАГА І РАДА ДЛЯ КУПУЮЧИХ ФАРМИ! <...> Не дайте себе звести намовам ріжних покутних агентів, які лише шукають за жертвою, щоби її оциганити і затуманити»* (С., 1914, ч. 17).

За змістом та мовно-стилістичними особливостями тексти української реклами кінця XIX – першої половини XX ст. становлять цінне джерело для лінгвістичних та історико-культурологічних досліджень.

Список літератури

1. Ткач Л. Лексико-стилістичні особливості української реклами кінця XIX – початку XX ст. (за текстами чернівецької газети «Буковина» (1885–1910). *Вісник Луганського державного педагогічного університету імені Тараса Шевченка. Науковий журнал: Філологічні науки.* № 4 (24). Луганськ, 2000. С. 184–190.

2. Ткач Л. Українська літературна мова на Буковині в кінці XIX – на початку XX ст. Частина 2: Джерела і соціокультурні чинники розвитку / Чернівецький національний ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці: Рута, 2007. 704 с.