

СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЯК ЕЛЕМЕНТИ МОВНОГО ВПЛИВУ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТІВ НІНИ ЦАРУК (ГУЙВАНЮК))

STYLISTIC TOOLS AS ELEMENTS OF LINGUISTIC INFLUENCE (BASED ON EXAMPLES OF POETRY BY NINA TSARUK (GUYVANYUK))

Даскалюк О.Л.,

orcid.org/0000-0002-6977-6961

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри історії та культури української мови

Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Поетичний твір відрізняється від інших текстів ірраціональним сприйняттям, зануренням у внутрішній світ людини, вибудовою картини більш мальовничої, чутливої, психоемоційної, ніж у прозових художніх творах. Ефект сугестії в поезії підсилює метрика: ритмізований текст має здатність впливати на підсвідомість, уподібнюючись до музики, саме тому в цьому тексті на читача більше діятимуть мовні одиниці, які створюють образи, аніж ті, що несуть в собі раціональність, логічність. Вважаємо, що це є причиною, чому граматичні засоби спонукання до дії читач сприймає більш відсторонено, аніж метафори, епітети чи навіть порівняння, хіба що імперативи будуть йти один за одним, окремими реченнями, створюючи ефект нагромадження дії.

У віршованих текстах Ніни Царук знаходимо різні стилістичні засоби, які допомагають передати словами найменші порухи душі, сформувати образки з життя авторки, що тісно переплелися з історією її краю, народу. Національно-мовне світобачення зустрічаємо і в порівняннях, і в епітетах, і в метафорах, і це не лише про народнопоетичні образи, а й про опис невербаліки, яка притаманна комунікативній поведінці українців, а отже, зчитується як свій код. Схожий вплив мають епітети й порівняння, більшість з яких перегукуються з народними за способом творення, ці стилістичні засоби увиразнюють картину, підсилюють, зокрема, зорові ефекти або дію впливу. Саме серед епітетів маємо авторський новотвір – листянозелений. Так само впливають на читача, його ідентифікацію тексту як свого, власні назви, що асоціюються з рідним краєм авторки, подіями, які там відбувалися. Вміло використано й улюблений прийом риторів – протиставлення, через який у вірші «Горизонталь і Вертикаль – Людино!» зображено складний життєвий шлях людини в цьому світі через проекцію хреста Спасителя. Напрочуд багато в текстах порівнянь, що знову ж таки нагадує народнопоетичні твори. Як бачимо, в поетичних текстах більший ефект впливу мають лексичні стилістичні засоби, що задіюють асоціативні зв'язки, працюють з ірраціональним, аніж граматичні, зокрема наказові.

Ключові слова: стилістичний засіб, імператив, поетичний текст, сугестивний вплив, мовні засоби впливу.

Special features of poetry include irrational perception, immersion in the inner world of a person, building more scenic, sensitive, psycho-emotional pictures compared to those produced in prose writing. The effect of covert persuasion in poetry is enhanced by a poetry metrics: a rhythmic text has the ability to influence the subconscious, being likened to music, which is why in this text the reader will be more influenced by linguistic means that create images than those that carry rationality and logic. We believe that this is the reason why the reader is more responsive to metaphors, epithets, or even comparisons than to grammatical means of incitement to action except, perhaps, for the cases when the imperatives follow each other, in separate sentences, creating the effect of an accumulation of action. In poetry by Nina Tsaruk we find various stylistic tools that help to convey in words the slightest movements of the soul, to form images from the author's life, which are closely intertwined with the history of her land and people. Both the national and linguistic worldview of the author can be found in comparisons, epithets, and metaphors, and this is not only about folk culture poetic images, but also about the description of non-verbal communication, which is hidden in the communicative behaviour of Ukrainians, and therefore is read as its own code. Epithets and comparisons have a similar influence, most of which echo those found in folk culture in the way they are created. These stylistic devices express the picture, emphasize, in particular, visual effects or the effect of influence. It is among the epithets that we find the novel words, such as «leaf-like-green» created by the author. The reader is also influenced by proper names associated with the author's native land, and the events that took place there, making the reader perceiving the text as his own. The favourite technique of the rhetorians is also skilfully used – opposition, through which the poem "Horizontal and Vertical – Human Being!" depicts the difficult life path of a person in this world through the projection of the Christ the Saviour. There are surprisingly many comparisons in the texts, which again resembles folk culture poetic works. As we can see, in poetic texts, lexical stylistic means that involve associative connections, work with the irrational, have a greater effect of influence than those grammatical, in particular the imperative.

Key words: stylistic tools, imperative, poetic text, covert persuasion, linguistic means of influence.

Мовний вплив напрочуд активно працює з уявою читача, а тому закономірно буде розглядати мовні засоби, які використовують мовники для спонукання читача до певних дій – від окремих реакцій до діяльності – з ракурсу стилістичного ресурсу мови. Варто зауважити, що мовний вплив здійснюють як

на лексичному, так і на граматичному рівнях, а тому в межах нашого дослідження перебуватимуть різні мовні одиниці (не братимемо до уваги фонетичний аспект, хоча він теж має певний ефект впливу), які в тексті виконують певні стилістичні функції: від привертання уваги до конкретних дій.

Поетичний текст – особлива форма комунікації з найрізноманітнішою аудиторією (спектр комунікативної характеристики читача визначає популярність автора, тематика текстів, співзвучність з віковими, соціальними та іншими проблемами спільноти, психотипом адресата), а тому підбір мовних засобів впливу буде значною мірою продиктований вподобанням автора, його стилем, специфікою тексту, аніж потребами реципієнта. За характером фіксації мети комунікації поетичний текст більше містить перлокуції, аніж ілокуції, він сильніше відбивається на емоційній сфері, ніж прагматичній, хоча зона впливу перебуває в уподобаннях автора та його стилі: чи то надання переваги ліричній поезії, чи наративній, чи епічній тощо. Зрозуміло, що мовне наповнення таких текстів потребує різної не лише лексики, бо десь ми акцентуємо на візуалізації, десь зосереджуємося на звучанні, а десь викладаємо розповідь, просто підганяючи її під ритмізовані рядки, а й граматики, акцентуючи на предметності чи карбуючи крок в дії, що неодмінно відіб'ється на синтаксисі. І все це різноманіття має свій вплив на читача, по-своєму працює з його уявою, а відтак підсвідомістю.

Матеріалом для дослідження стали віршовані рядки Ніни Царук, відомої української мовознавиці Ніни Василівни Гуйванюк, яка не лише досліджувала мову як систему, її граматичні аспекти, особливості досягнення комунікативної мети, а й використовувала її для передання себе як авторки, залюбленої в материнську землю, втілюючи пошуки художнього слова в збірку поезій «Душі моєї білий птах...».

Постановка проблеми. Поетичний текст – концентрований засіб комунікації між автором та читачем, причому змістову перенасиченість створюють різноманітні стилістичні засоби (прийоми, фігури і тропи), які, окрім інформаційного складника, несуть в собі елементи впливу, як емоційного, так й інформаційно-соціального, з певними ретроспекціями в культурний національний код автора. Мовний вплив, здійснюваний поетичним текстом, дещо схожий до текстів реклами за своєю ритмікою, зосередженістю на образах, змістовою перенасиченістю. Про останню характеристику вдало підмітила Приходько І. В.: «Поезія є особливим типом організації художнього мовлення, яка завдяки своїй складній структурі може передавати такий обсяг інформації, який неможливо передати засобами власне мовної структури» [3, с. 49]. Єдине, що реклама має чітко окреслену комунікативну мету, тоді як поезія, окрім агітаційної чи соціальної за призначенням, містить

лише обриси: розповісти, викликати певні емоції, зрештою звільнити власну душу від надміру почуттів, психоемоційного стану. У поезії первинним є мотив створення тексту, відтак іде інтенція – втілення інтуїтивного задуму мовця, а вже потім мета, яку окреслює намір породження твору. Поетичні тексти завжди сприймали як засіб впливу передусім на емоції, а вже відтак на самого читача / реципієнта, поезія безпосередньо «спілкується» з підсвідомим, задіюючи образи, щоб проникнути через бар'єри свідомості, тут її ефект схожий на замовляння, молитву. І все це виконують зазвичай стилістичні засоби, створюючи в уяві реципієнта певні картини (на відміну від прозового тексту, поезія – це щільний відеоряд з образів, до якого додано нотатки про суттєві для сприйняття тексту доповнення з життя ліричного героя, моделювання комунікативних ситуацій чи навіть легкі акценти на невербальності), у який читач має поринути повністю (а тут все залежить від майстерності автора та співзвучності його вміння передавати почуття і враження від світу реального / вигаданого образами й символами з читацьким дешифруванням).

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Поетичний текст як об'єкт мовознавства вивчають насамперед з погляду реалізації в ньому особливого відтворення дійсності, що відображено в специфіці підбору мовних засобів, які по-перше, створюють відповідну структуру тексту (навіть білий вірш має чітку композицію, створену ритмом), по-друге, вибудовують через образи та символи концептуальну систему з розгалуженим глибинним змістом, втіленим через мовні одиниці. Зокрема стилістичні засоби як елементи впливу в поетичних текстах вивчали Н. Бабич, С. Єрмоленко, Ж. Колоїз, Л. Мацько, Т. Онопрієнко та інші; віршований текст став об'єктом дослідження праць С. Андреевої, Т. Берест, Л. Белехової, Н. Варич, М. Голянич, Л. Ставицької, З. Торчинської, Н. Ходаковської тощо. Дослідники зосереджують свою увагу на особливостях побудови поетичного тексту, аналізують змістову роль стилістичних троп та фігур, вивчають естетичне значення слова та його внутрішню форму. Мовний вплив також є напрочуд популярним предметом вивчення, зважаючи на його роль в політичному житті, в розвитку уподобань спільноти, в мінливості суспільної думки сучасного світу, особливо активні такі впливи в публіцистиці (реклама, формування суспільної думки, маніпулятивні можливості тексту). Зокрема цю галузь розвивають в межах психолінгвістики, прагмалінгвістики, дискурс-аналізу

(Ю. Пирогова, Л. Федорова), теорії комунікації, формули впливу, вивченні інформаційних воєн (Ф. Бацевич, Н. Кутуза, Т. Ковалевська, Г. Почепцов) тощо.

Постановка завдання. Мета нашої лінгвістичної розвідки – проаналізувати, як формується мовний вплив різними стилістичними засобами, як відбивається на сприйнятті поетичного тексту вживання граматичних засобів спонукання адресата до комунікації чи зміни стану, виконання бажаної мовцеві чи адресатові дії. Яким чином автор може вплинути на читача, використовуючи порівняння, епітети, метафори, антитези, паронімію чи тавтологію. Які види мовного впливу є прямими, а які приховані за грою зі значеннями слів, їх звучанням, що напрочуд помітно саме в поезії.

Виклад основного матеріалу. З погляду універсального значення комунікації, будь-яке спілкування містить в собі елементи впливу, навіть проста відповідь на запитання закритого типу відбивається у свідомості реципієнта: мого співрозмовника цікавив такий-то факт, запускаючи таким чином низку певних роздумів. Отож у широкому значенні мовний вплив – це довільне передання інформації адресатові (чи групі адресатів), здійснюване за допомогою лінгвістичних, паралінгвістичних і нелінгвістичних символів [6, с. 84]. У вузькому значенні йдеться про зумисний вплив адресанта на адресата з метою отримання певного ефекту (зокрема йдеться про маніпуляцію). Отож поетичні тексти несуть в собі мовний вплив у широкому смислі, коли автор незумисне провокує в читача певні зміни, зазвичай психоемоційного стану, не дарма віршовані рядки передусім виконують естетичну функцію мови.

До прямих засобів впливу належать граматичні маркери, а саме акцент на особі адресата: йдеться про другоособовість форм займенників або дієслів. Безпосередньо спонукати до певної дії мовець може через використання імператива або його функційно-семантичних еквівалентів. Наказовий спосіб дієслова через свою компактність (поєднання в одній формі спонукання до дії, назви очікуваної / бажаної дії, зверненість мовлення, передану другою особою однини чи множини або першою особою множини) часто трапляється у віршованих текстах як засіб передання волевиявлення автора: – *Саиуню, мій брате... не йди, не лишай, Без тебе не буде нам щастя повік («Пам'яті брата Олександра»); Зупинись. Підійди. Скажи. І розрадь. І прости. І подай. Не розтрать. Подаруй. Збережи. Не забудь. Дорожжи. Пам'ятай («Заповіти. Доньці»).*

Процитовані рядки мають конкретних адресатів, близьких авторові людей, такі спонукання читач сприймає опосередковано, як спостереження за комунікацією між мовцем та його співрозмовником. Так само опосередковано здійснюють мовний вплив конструкції з волевиявленням до ліричного героя: *Ти мене не вертай. Не вернися до тебе я більш. Але вір: я тебе докохаю у мріях («Я тебе докохаю у мріях»); Вона здивована на мить, Троянду жовту гладить ніжно: «Чарівна росянко, омий Мої надії безнадійні...» («Моя троянда паперова...»).* Проте іноді наказові конструкції в поезії читач може сприйняти як заклик до дії через аллюзію до застережних вигуків або приказок: *Ви не ламайте пролісків... («Пролісок»).* Такий ефект можливий, якщо весь текст поезії подано в третій особі, про яку йде розповідь, а спонукання йде як мораль до сказаного. Схожий вплив має наказовий спосіб дієслова в першій особі множини: *Прислухайтесь, в цвітінні веснянім Враз оживає серця мужній голос («Степану Будному»)* (наприкінці короткої оповіді про долю поета авторка апелює до своєї аудиторії через дієслова першої особи множини дійсного способу: *цінуємо на завше, не помічаєм,* таким чином залучаючи читачів до спільної дії). Схожу до імператива дію чинять його функційно-семантичні еквіваленти. В аналізованих текстах таку функцію виконують модальні прислівники: *Треба буде лиш купити «Гамму», Зафарбуєш коси, не біда... Ні, дитинко, не потрібно «Гамми», Я горджуся тим, що сива стала («Свята сивина»)* та перформатив: – *Сестро, я хочу жити, хочу жити («Сестра-жалібниця»).*

Отож речення з імперативом, його функційно-семантичним еквівалентом, перформативом маю чітко виражену ілюктивну силу – спонукати до дії, причому акцент саме на апеляції до ліричного героя, а тому читач сприймає такі заклики опосередковано, схожий ефект мають прозові художні тексти. Проте, варто зауважити, що вживання імператива в односкладних означено-особових реченнях, які йдуть одне за одним, підсилюючи власну експресію, а відтак і прохання, можна сприйняти як категоричну вимогу: *Сотвори. Побудуй. Посади. І не зрадь. Не зганьби. Повертай. Зрозумій. Збережи. Захисти. Не забудь. Дорожжи. Пам'ятай («Заповіти. Онукові»)* – наявний ефект гіперболізації.

Ще одним засобом прямого впливу є звертання, яке містить в собі експресивну оцінку ставлення мовця до свого співрозмовника. І ми погоджуємося з І. Шкіцькою, що звертання активно співпрацює з адресатом, не лише привертаючи його

увагу, а й змінюючи його ментальний та емоційний стан, поведінку, тобто чинячи перлокутивний вплив [7, с. 180]. Поети часто використовують звертання як до ліричного героя, так і до читача, підбираючи ті лексеми, які не так називають адресата, як передають ставлення до нього автора: *Душі моєї білий птах... Мій поранковий друже милий ... Моїх чуттів і дум стороже... (Душі моєї білий птах...); Дні-метелики, сонця-квіти! Я з проханням до вас іду. Любі дниночки, принесіте Лист жаданий, якого жду («Прохання»); Трояндо, велично-самотня, Любове моя остання («Кохання з гірчинкою смутку»)*. В поетичних текстах такий спосіб впливу знову ж таки читач сприймає відсторонено, ніби збоку, зчитуючи зі способу називання ліричного героя ставлення до нього самого автора і таким чином формуючи свою думку щодо названого адресата, а відповідно й почуття до нього. Поєднання звертання з імперативом – це моделювання комунікативної ситуації, що в поетичному тексті має таку саму будову, як і в прозовому: *Сніжинко, ти не дивуйся, Своєї схожості дай мені («Я хочу бути сніжинкою»); Скаже: «Доню, пора!» Ніколи Не забуду я мамин голос («Мамин голос»); Гей, літа, заходьте на весілля, Вже й столи накриті є для вас («Срібне весілля»); Відведи-но мене, осене, додому («Випадково так зустріла мене осінь»)*. Єдине, що в поезії автор легко може звертатися до всього, що його оточує, в прозі таке можливе хіба що в казках.

Стилістичні засоби в будь-якому тексті виступають своєрідними «мотиваторами», які стимулюють адресата читати певний текст [4, с. 162]. Спершу вони допомагають поетові впіймати швидкоплинні думки, породжені певним емоційним станом, передати їх відповідно до його відчуттів, надати форму глибоким душевним переживанням, адже прості, логічно побудовані фрази не зафіксують химерності підсвідомості, а саме вона проривається через різні переносні значення. Найпродуктивнішим засобом збагачення мови, з ефектом мовної економії, семіотичною закономірністю, за якої використовують знаки однієї концептуальної сфери на позначення іншої, є метафора [5, с. 97]. «Метафори – епіцентр згущення думок автора, виразники його психологічного стану» [4, с. 163]. Звісно, що метафори – рушійна сила поетичного тексту, це той місток між пізнаним і неявилим, витвореним уявою автора і переданого через відомі образи чи дії, часто створеного на основі уподібнення гештальтів і синестезії [5, с. 99]: *Сонце червоною ниткою гаптує зимовий світанок («Я хочу*

бути сніжинкою») маємо тут взірць національно-мовного світобачення, підсилене словом *гаптує*, яке перехресчує образ сонця з жінкою, яка схилилася над вишиванням. Саме прикладів персоніфікації в проаналізованій поезії найбільше: *Вогненні зіниці поїзда Прорізали темряву ночі («Прощання»); Сумує вечір в самоті німій («А поїзди проходять мимо...»); Та тільки лютої хвороби п'ядь Без жалю поламала веснам крила («Степану Будному»); Пісня розгойдує небо («Пісня»); А із мрій той вечір килим згадок витче («Берізка»)*. Прикладами номінативних метафор, які також чинять мовленнєвий вплив (розрізняємо мовний вплив як вивчення можливостей мовних одиниць впливати на реципієнта (теорія) і мовленнєвий вплив як приклади мовного, його реалізація, його ще називають комунікативним), можуть бути вже згадані вище звертання. Вплив за допомогою метафори відбувається через збільшення сенсорного навантаження і міри унаочнення [7, с. 219]. Отож за допомогою метафоризації мовлення мовець впливає на уяву адресата, створюючи асоціативні зв'язки між різними реаліями / явищами нашої дійсності, така багатогранність подання інформації допомагає читачеві глибше зрозуміти намір автора, розібратися в акцентах, переосмислити свій мовний і життєвий досвід.

В аналізованому матеріалі використано багато епітетів, які також чинять вплив на читача, акумулюючи його увагу на тих рисах / ознаках, які важливі для мовця: *Лишень серця і руки золоті, І діти золоті повиростали. Оце, мабуть, і всі набутки ті, Що з золота за все життя надбали («...Під дзвін церковний стих весільний хміль...»)* навколо значення слова *золото*, як щось цінне, вибудовано сюжет цілої строфи, де використано фразеологізм, епітет і пряме значення. Також маємо *ялина зеленюкрила, світла юність, сонцесяйна мрія...* – як бачимо за допомогою епітетів автор зосереджується на позитивних моментах, візуалізуючи барвистість і яскравість світу його поезії. Вважаємо, що з аналізу епітетів варто починати характеристику художнього тексту, адже саме вони сигналізують про загальний настрій твору, про його приналежність до «світлого» чи «темного». Хотілося б звернути увагу й на наявність так званих алітераційних епітетів, які увиразнюють «прикмети людського існування в світі об'єктивної реальності – невпевненість, стан постійних тривожних передчуттів, виснажливих очікувань» [1, с. 48]: *Багато див земних є на землі, Та найдивніше з див, мабуть, – Людина (це весь віри); Трембітали*

трембіти лунко – В Кобилянського син народивсь («Колезі Івану Юрійовичу Кобилянському»). Звісно, що на сприйняття тексту, підсилення його впливу сприяють і вдало підібрані порівняння, деякі перегукуються з народним фольклором: *Жили дівчата, як червоні ружі, Прекрасні, хоч з лиця їх воду пить* («А через тиждень річка висихала...») та авторські: *Життя біжить, мов лань зеленим полем (така сама назва вірша); Життя людське – немов гірський потік (така сама назва вірша); Шлях – мов сіра полатана свита* («Вітер»). Подекуди порівняння мають структуру афоризму, відповідно й сприймаються читачем, поповнюючи скарбницю його життєвого досвіду, порівняймо з ефектом, який мають твердження: *Квіти – це символ кохання. Квіти – це серця слова* («Квіти»). Трапляються і символи, які мають неабиякий вплив на представників тієї самої національно-культурної спільноти: *І був завжди той образ у кутку, Що ми квітчали рудою й барвінком* («...Під дзвін церковний стих весільний хміль...»); *Я у спогад вирушаю птахом синім* («Білим проліском кохання проростатиме»). Схожу із символами роль відіграє опис невербаліки, де йдеться про ритуальну комунікативну поведінку: *Я вам вклоняюся доземно, низько. І вам, мої країни, земляки* («А через тиждень річка висихала...»). Хоча сама згадка невербаліки не є стилістичним засобом, але вона має певний вплив на сприйняття інформації, передає не лише візуалізацію образу, а й ставлення автора до того, про що йдеться. Також напрочуд дієво працює з уявою читача протиставлення, де поляризація значень збільшує емотивну силу впливу, недарма це улюблений прийом риторів: *Горизонталь – твого життя ріка. І плин її швидкий – не схаменешся... Душа ж людська – то тільки вертикаль, То шлях у вічне й тихе піднебесся ... Ти За і Проти, радісне й сумне, Любов і гнів, і каюття, й провини. Ти Я і Всі, небесне і земне, Горизонталь і Вертикаль – Людино* («Горизонталь і Вертикаль – Людино!»).

На думку О. Кушнерової, під час написання віршу автор переживає стан зміненої свідомості, а форму, відповідно й лексико-граматичне наповнення тексту визначає «ритміко-інтонаційна тканина», під час вербалізації глибинного змісту слова використовують у «незвичних асоціаціях», також вони отримують нові значення [2]. Мовленнєвій організації віршованого мовлення властивий специфічний відбір слів або ж творення нових і форм їхнього синтаксичного сполучення [там само]. У невеличкій збірці Ніни Царук ми теж знайшли авторські новотвори: *Дні золоті*

вижнивовує серпень («Наречений»); *Заплуталось бабині літо в листянозелений вирій...* («Дика вишня»), які можна сприймати в тексті як акцент на дії або ознаці, авторські слова завжди звертають на себе увагу як щось незвичне в тексті, це швидше вплив на розум ніж на емоції. Схожу роль відіграють й алюзії, які мозок сприймає як мовну гру: *І втома заблудить в карпатських смерекових горах, Як вийде Марічка і поглядом лиш поведе* («Пісня з України»); *Серед квіток, що сіялись в морози, Цвіте калина і в мороз не в'яне, Бо має в серці те, що не вмирає* («Триптих»). Таким чином створюється натяк на інші тексти, відомі в певному мовно-культурному середовищі, це вплив через впізнавання й асоціації з іншими творами, але такий ефект можливий лише за умови знання читачем цитованого імені чи вислову.

Власні назви також несуть певне смислове і стилістичне навантаження в тексті, а тому можуть чинити вплив на читача як алюзія, про що вже згадували, або як нова інформація, ретроспекція: *Старенький млин і липи ще Липинського... Ростили хліб і Власюки, й Брезіцькі, І Польові, мої поліщуки...* («На цих родючих берегах вздовж річки...»). Також маємо власну назву в грі слів як омофони: *Це він – граматик, обранець, Її слуга і вихованець* («Членові-кореспонденту НАН України Івану Романовичу Вихованцю»). Як бачимо, власні назви доволі вдячний мовний матеріал для творення асоціативних зв'язків та різного роду ретроспекцій.

Висновки. Як бачимо, навіть у невеликому поетичному доробку використано багато стилістичних засобів, які допомогли вербалізувати складні душевні порухи, уявні картини, глибокі почуття і передати їх читачеві через метафоризацію, порівняння, епітети. Проведене дослідження допомогло з'ясувати, що прямі способи вольового впливу, як імператив, його функційно-семантичні еквіваленти не мають такого ефекту безпосереднього спонукання до дії саме читача (в нашому фактажі не було текстів, де б наказовий спосіб стосувався безпосередньо читача, хіба що згаданий прохібітив *не ламайте пролісків*, вплив якого підсилено займенником, який виконує функції підмета, *ви*), оскільки стосувався ліричних героїв або згаданих у назві рідних людей. Звертання, які теж через свою апелятивну функцію мають спонукальний ефект, в тексті поезій більше впливають через своє оформлення (як-то наявність епітетів), аніж як елементи заклику (знову ж таки це не стосується поезій, в яких звертання безпосередньо стосуються читача, але тут мовець швидше використовує другоособові займенники).

Отож найбільший ефект впливу в поетичному тексті створюють лексичні засоби, які автор використовує в переносному значенні або як елементи гри слів. Це відповідає природі віршованого тексту, що працює з увагою читача через глибинні образи, несподівані порівняння, аналогії, алузії. Таким

чином стилістичні засоби в поетичному тексті – це основні одиниці впливу, на відміну від граматичних, для яких спонукальна функція є однією з основних характеристик, але сутність вірша, яка працює через заглибленість у світ образів, впливає на читача значною мірою через лексико-стилістичні засоби.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Волковинський О. С. Алітераційні епітети в ранній ліриці В. Кобилянського. Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. 2012. Вип. 30. С. 47–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nrkrnu_fil_2012_30_13 (дата звернення 28.12.2024)
2. Кушнерова О. А. Віршований текст як результат зміненого стану свідомості автора. URL: <https://naub.oa.edu.ua/virshovanyj-tekst-yak-rezultat-zminenoho-stanu-svidomosti-avtora/> (дата звернення 27.12.2024).
3. Приходько І. В. Поетичний текст як особлива форма комунікації (на матеріалі англійськомовної канадської поезії XVIII–XXI століть). Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Т. 29 (68). № 1. 2018. С. 48–53.
4. Савчук Р. Стилістичні засоби у заголовках сучасних медіатекстів: психолінгвістичний аспект. Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 34. Т. 4. 2020. С. 161–170. URL: http://www.apfn-journal.in.ua/archive/34_2020/part_4/26.pdf (дата доступу 28.12.2024).
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля – Київ, 2008. 711 с.
6. Стасюк Т. Технології мовного впливу як компонент сучасної комунікації. Українська мова. 2010. № 1. С. 82–87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2010_1_10 (дата звернення 28.12.2024)
7. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву : лінгвістичний аспект : монографія. Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2012. 440 с.