

слова, а й інші чинники. Вони модифікують, деформують мову, знецінюють її особливості, розхитують й тим самим роблять не самодостатньою.

Завданням свідомих українців, особливо молоді, якій, порівняно із поколінням, що виросло в колишньому Радянському Союзі, змалку розповідають та прищеплюють знання про красу та значення нашої національної ознаки – нашу чарівну та багату мову, – робити все можливе, щоб зберегти її чистоту. Ми повинні протистояти російському впливові на українську мову. Вона варта того. Ми варті власної дзеркально чистої мови.

Список використаних джерел:

1. Суржик // Словник української мови : в 11 т. – К. : Наукова думка, 1970–1980.
2. Літературна мова, суржик і діалект [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://expres.online/archive/news/2017/05/17/243015-literaturna-mova-surzhyk-dialekt-chim-riznytsya>
3. «Січас» і «канєшно» засмічують мову [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/blogs/ukrainian/ponomariv/2010/10/post-31.html>

Іванченко В.Є.

студентка,

Одеський національний університет

імені І.І. Мечникова

МОВНІ МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ В ПРОМОВАХ ПЕТРА ПОРОШЕНКА

Спілкування між людьми неможливо уявити без застосування різних механізмів впливу, найпоширенішими з яких є мовні. Під час комунікативного акту мовці переслідують певні цілі, для досягнення яких використовуються як вербальні, так і невербальні засоби впливу. Поява ЗМІ дала нове життя процесу комунікації, розширила сферу впливу, тому і посилила роль мови в управлінні людьми. Різноманітні маніпуляції мовних засобів зумовили контроль над реципієнтом як свідомому, так і на підсвідомому рівнях.

Коли ми розмірковуємо про особистісні якості лідера, увага, зазвичай, звертається на його емоційно-вольову сферу, характер, здібності та вміння. Але найбільш повну характеристику політичному лідеру надає все ж таки її мовний портрет, тобто сукупність тих слів та виразів, які переважають у словниковому запасі політика [1, с. 336]. Яким би ми не уявляли лідера, а все ж основна його особливість – це його вміння говорити та впливати на слухача. Кожен, хто хоче мати владу над іншим, повинен стати таким собі ритором, вдаючись до прийомів риторики та поетики.

Російський вчений І.А. Стернін розрізняє наступні способи мовного впливу:

✓ доведення. Доводити – означає наводити аргументи, які підтверджують правильність певного тезису. Доведення – це логічний шлях мовного впливу;

✓ переконання. Переконувати – значить вселяти у співрозмовника впевненість, що істина доведена, що тезис встановлено;

✓ вмовляння. Це емоційне спонукання співрозмовника відмовитися від його точки зору та прийняти істину просто так, тому що комусь цього дуже хочеться. Вмовляння завжди здійснюється дуже емоційно, інтенсивно, з використанням особистісних мотивів, та базується, зазвичай, на багаторазовому повторі прохання чи пропозиції [2, с. 186];

✓ навіювання. Це спонукання співрозмовника просто повірити чи прийняти на віру те, що йому кажуть без обмірковування та критичного осмислення. Воно засноване на сильному психологічному та емоційному тиску, а ще на авторитеті співрозмовника;

✓ примус. Змусити, означає примусити людину зробити щось проти волі. Воно базується на грубому тиску або прямій демонстрації сили, погрозх [3, с. 47].

За основу нашого дослідження було взято промови Петра Порошенка на його офіційному сайті. Враховуючи класифікацію Стерніна, в ході дослідження було виявлено саме такі групи ідей (інтенцій), як:

✓ заспокоєння аудиторії: *«Лютий ворог зазіхнув на наші життя, територію, свободу, незалежність. Та вся країна, від*

мало до старого, стала на захист Батьківщини. Цю вітчизняну війну ми обов'язково виграємо...» Вживанням прислівника **обов'язково** політик вказує на неодмінне виконання поставленої мети, а тому, він ніби заспокоює публіку;

✓ вмовляння: *«У тих, хто хоче підпалити хату зсередини, – слід забирати сірники. А по тих, хто нападатиме на нас ззовні, – навпаки, відкривати вогонь».* Вправний політик повинен не лише гарно і правильно говорити для того, щоб люди його розуміли, але й для того, щоб певним чином вплинути на їхню свідомість. Спонукального відтінку у вище зазначеному прикладі надають інфінітивні дієслова, наприклад: **забирати і відкривати**. Хоча й Порошенко не прямо вказує, що слід робити, але таким чином він спонукає всьому загалу взятися до зброї та захищати кордони України;

✓ переконання: *«Мир і спокій, свобода і незалежність, добробут та єдність – ось головні прагнення кожного українця».* З метою переконати аудиторію з правильності своєї політики, Порошенко називає ключові засади сильної держави та щасливого народу, тому ця фраза і викликає довіру до того, хто її промовляє. Дуже важливою є ще інтонація, з якою політик говорить. Вона повинна бути чіткою, витриманою та впевненою, саме такою, яка була в чинного президента;

✓ доведення: *«Приводів для оптимізму сьогодні більше, ніж рік тому. Ми адаптували наше господарство до нових умов. Нам вдалося відновити економічне зростання. Ми зміцнили нашу обороноздатність».* Політик-оратор, маючи на меті таку інтенцію, передусім хоче, щоб його слова закарбувалися в пам'яті людей, а також, цим самим, показати свою силу. Спочатку політик навів тезу: *«Приводів для оптимізму сьогодні більше, ніж рік тому.»*, а потім почав перераховувати докази попереднього факту за допомогою дієслів доконаного виду **адаптували, вдалося, зміцнили** та займенника **ми** та його форми **нам**;

✓ надання впевненості: *«Чужих помилок – не повторю. Та й іншим – не дам».* Слова **не повторю і не дам** вже самі по собі надають впевненості в промову Петра Олексійовича, а тому неможливо не помітити певних ознак запевнення реципієнта.

Аналізуючи промови Петра Порошенка, можна також виокремити такі групи інтенції, як:

✓ обіцянки: *«2015-й рік не буде легким, та я вірю, що він стане роком старту глибинних реформ, які відкриють нам шлях до членства в ЄС. Це наша мрія, яку ми втілимо в життя»*. Дана інтенція передбачає зміну ставлення та думки слухачів, адже зазвичай після вдалих обіцянок політик-оратор здобуває прихильність. Про «дух» обіцянки, рішучості свідчать такі слова, як: **вірю, стане, відкриють, втілимо;**

✓ критика: *«І неначе під ялинку лягло рішення Стокгольмського арбітражу. Воно захистило нас від вкрай невігідних умов газового контракту дев'ятого року»*. Цими словами Петро Порошенко намагається запалити серця людей, а саме переконати в неправильності дій Юлії Тимошенко, яка в 2009 році підписала газову угоду з Російською Федерацією. Критика підсилюється словами **вкрай невігідних умов**, що дає змогу переконати реципієнта в правильності критики.

Отже, в масовій свідомості кожного народу існує певний ідеальний стереотип політичного лідера з низкою рис, адекватних у кожній політичній ситуації. Такий ідеальний еталон формується в різких соціальних групах і відображає пріоритети і зумовлює груповий вибір того чи іншого політика [4, с. 190]. Ідеальний еталон може бути умовно розкладений на окремі важливі риси, котрі й стануть головними компонентами вибору. Політичний лідер, імідж якого відповідає цьому переліку якостей, має гарні шанси стати відомим.

У дослідженні був проведений лінгвістичний аналіз мовних механізмів на прикладі промов Петра Порошенка, з метою виокремлення певних лексичних одиниць, які в подальшому допомогли нам розібратися з власне намірами та задумами президента України. За допомогою інтент-аналізу ми прослідкували хід думок політичного лідера, а також проаналізували засоби, які він використовував для того, щоб вплинути на свідомість реципієнта.

Список використаних джерел:

1. Вознесенська О.Л. Політична міфологія як засіб пізнання та усвідомлення соціально-політичної реальності / Матеріали Всеукраїнської

науково-практичної конференції, 20 грудня 2002 р. – К.: Видавництво Академії муніципального управління, 2003. – С. 333-342.

2. Егорова-Гантман Е. Имидж лидера / Е. Егорова-Гантман, Е. Абашкина, Ю. Косолапова; под. ред. Е. Егорова-Гантман; общество «Знание» России, Центр политического консультирования «Никколо М». – М.: Мысль, 1994. – 264 с.

3. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения. – М.: Высшая школа, 1988. – 436 с.

4. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и публич- рилейшинз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.

Кокошко Т.Л.

студентка,

Одеський національний університет

імені І.І. Мечникова

РЕЦЕПЦІЯ В. СТЕФАНИКА КРИТИКОЮ ТА ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВОМ

На сучасному етапі одним з основних завдань літературознавчої науки є вивчення питання наукової рецепції творчості письменника у вітчизняному та зарубіжному літературознавстві з урахуванням всіх особливостей сприйняття.

З огляду на це творчість В. Стефаніка розглядалася з різних позицій, зокрема вивчалась і стиль письменника, і проблеми лінгвістики тексту.

Літературна критика виконує роль творчого посередника між письменниками та читачами. Письменникам вона допомагає усвідомити вимоги дійсності до їхньої творчості й певним чином це стимулює творчість, читачам – виробити естетичні смаки та розібратися в необмеженій кількості художніх творів. Іншими словами, літературна критика – спосіб регулювання і корекції літературного процесу.

Літературна критика оцінює не тільки твори сучасного літературного процесу, але й попереднього часу, розглядаючи їх із урахуванням актуальних суспільних потреб. Так і творчість