

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Міністерство освіти і науки України

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ШУЛІЧЕНКО ТЕТЯНА СЕРГІЇВНА

УДК 821.161.2-3.09“20”

ДИСЕРТАЦІЯ

**МОВНА ОСОБИСТІСТЬ
ПЕРСОНАЖА УКРАЇНСЬКОГО БЕСТСЕЛЕРА
(НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ В. ШКЛЯРА)**

03 Гуманітарні науки

035 Філологія

Подається на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Т. С. Шуліченко

Науковий керівник – **Корольова Валерія Володимирівна**
доктор філологічних наук, професор

Дніпро – 2023

АНОТАЦІЯ

**ШУЛЧЕНКО Т. С. МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖА
УКРАЇНСЬКОГО БЕСТСЕЛЕРА (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ
В. ШКЛЯРА).** На правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 035 – «Філологія» (03 – «Гуманітарні науки»). – Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпро, 2023. 215 с.

Дисертацію присвячено дослідженню колективної та індивідуальної мовної особистості персонажа на матеріалі творів В. Шкляра.

Актуальність дисертаційної роботи зумовлена потребою аналізу мовної особистості персонажа художнього твору як значущого текстового елемента для перетворення його на бестселер; потребою розроблення дефініції та систематизації підходів до вивчення мовної особистості; важливістю нових підходів до аналізу художнього тексту; використанням надбань теоретичної лінгвістики для аналізу ідіостилю В. Шкляра як автора перших вітчизняних бестселерів.

Мета роботи полягає в аналізі особливостей колективної та індивідуальної мовної особистості персонажів у бестселерах Василя Шкляра крізь призму вивчення їхнього мовлення й комунікативної поведінки.

Джерельною базою дослідження стали бестселери В. Шкляра «Характерник», «Чорний Ворон», «Маруся», «Чорне Сонце» загальним обсягом 1210 сторінок.

Наукову новизну дисертаційної роботи визначає те, що в ній уперше в українському мовознавстві комплексно проаналізовано індивідуальну та колективну мовну особистість персонажа на матеріалі українських бестселерів; випрацьовано методику такого дослідження, схарактеризовано риси мовної поведінки, комунікативних тактик і стратегій мовних особистостей персонажів.

Теоретичне значення зумовлене уточненням визначень понять мовної

особистості персонажа, колективної мовної особистості; мовної особистості лідера; доповненням критеріїв класифікації мовної особистості; окресленням ознак національно маркованої колективної мовної особистості персонажа бестселера; поданням комунікативної характеристики мовної особистості лідера художнього твору.

Практичне значення одержаних результатів дослідження зумовлено можливістю їхнього використання під час викладання базових курсів ЗВО із сучасної української мови (лексикологія та фразеологія), стилістики і культури мовлення, риторики, комунікативної лінгвістики, актуальних напрямів філологічної науки, проблем світового мовознавства, методології філологічних досліджень, а також у курсах з лінгвокультурології, наукового мовлення, проблем комунікативного впливу тощо.

Вступ дисертації містить відомості про новизну, актуальність, мету, завдання, практичне й теоретичне значення роботи, про апробацію результатів і методологію дослідження.

У **першому розділі** узагальнено теоретичне підґрунтя дослідження, проаналізовано поняття «мовна особистість», «мовна особистість автора», «мовна особистість персонажа», «ідіостиль», «бестселер». Досліджено мовну особистість персонажа, яка хоч і пов'язана з мовною особистістю автора, однак є автономною мовною особистістю з власною лексичною системою, мовною картиною світу, поведінкою, комунікативними тактиками і стратегіями. Описано поняття колективної та індивідуальної мовних особистостей, їхні види.

У **другому розділі** серед персонажів бестселерів В. Шкляра «Характерник», «Маруся», «Чорне Сонце» і «Чорний Ворон» виділено як національно марковану колективну мовну особистість і проаналізовано мовні явища, які її формують, – прізвиська, характерні для української ментальності звертання, фразеологізми, засоби створення гумору. У такий спосіб В. Шкляр відтворив мовну особистість українців, їхній світогляд, культуру від козацьких часів до сучасності.

У третьому розділі досліджено комунікативні тактики і стратегії персонажів Івана Сірка (роман «Характерник»), Олександри Соколовської (Марусі) (роман «Маруся»), Маляра (повість «Чорне Сонце») і Чорного Ворона з однойменного роману В. Шкляра. Виокремлено спільне і відмінне в їхній комунікації, зміни мовної поведінки залежно від ситуації. Окреслено успішні комунікативні стратегії й тактики персонажів для позиціонування себе як лідера.

Виконане дослідження вможливило такі висновки:

1. Численні спроби потрактування поняття мовної особистості та різні підходи до його вивчення потребують систематизації, що й зроблено в дисертаційній роботі.

2. У дослідженні мовної особистості персонажа важливу роль відіграє художній текст, який трактуємо як комунікативний акт не лише між автором і читачем, але й між персонажем і читачем, бо персонаж виражає певні ідеї, погляди, які доносить до читацької спільноти. Така комунікація присутня у творах В. Шкляра і сприяє їхній популяризації, перетворюючи їх на бестселери.

3. Мовна особистість персонажа й мовна особистість автора не є тотожними поняттями, оскільки вони послуговуються різними лексичними системами, мовною картиною світу, комунікативними тактиками і стратегіями, мовною поведінкою.

4. В. Шкляр є майстром колективної мовної особистості, особливо національно маркованої, адже за допомогою влучних прізвиськ схарактеризовано кожного персонажа, який запам'ятовується читачеві, набуває індивідуальності. Фразеологізми увиразнюють мовлення персонажів, відбивають їхню картину світу, додають неповторного мовного колориту досліджуваним творам. Звертання використано для характеристики й адресата, й адресанта, вони відтворюють також світогляд, устрій українського народу. Народний гумор, який зреалізовано в дотепних порівняннях, навмисному нерозумінні чужої ворожої мови, в ефекті

несподіванки, в інтерпретації відомих істин як чогось незвичайного і, навпаки, в описі трагічних подій як буденних, грі слів, пародії тощо, використано для того, щоб змалювати захисників України як сильних духом воїнів, які вміють жартувати в найскладніших умовах.

5. На противагу колективній мовній особистості персонажів у кожному з досліджуваних творів В. Шкляра є комунікативний лідер, який завдяки успішному використанню різних тактик і стратегій користується пошаною побратимів. Для комунікативних лідерів Марусі та Івана Сірка найосновнішою є комунікативна стратегія переконання, якою вони досконало володіють. Легендарний кошовий активно використовує також екстралінгвальні засоби, щоб надати містицизму своїм висловленням. Комунікація Івана Сірка та Марусі з підлеглими авторитарніша за спілкування Чорного Ворона і Маляра. Останні не протиставляють себе побратимам, використовуючи демократичний стиль спілкування. Для Маляра основною є тактика «свого хлопця», яка робить його духовним лідером полку. Чорний Ворон залежно від ситуації використовує комунікативну тактику залякування, віддає жорсткі накази, вимагаючи негайного їх виконання.

6. Дослідження колективної та індивідуальної мовних особистостей персонажа вможливають глибокий аналіз їхніх особливостей у творах В. Шкляра. Саме докладно розроблена мовна особистість кожного персонажа відіграє важливу роль у тому, що твори цього письменника стають бестселерами. Персонажі В. Шкляра розкрито як особистості через мову і комунікацію, і в цьому постає унікальність його творчого доробку, який надовго залишеться якісним літературним продуктом.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в порівняльному аналізі мовних особистостей персонажів у бестселерах В. Шкляра «Характерник», «Маруся», «Чорний Ворон» і «Чорне Сонце» з мовними особистостями героїв інших художніх творів цього автора для виявлення спільних і відмінних рис. Доцільним вважаємо також вивчення мовних особистостей

персонажів українських бестселерів інших письменників для окреслення етнокультурних, гендерних та комунікативних особливостей художнього тексту, що вможливить краще розуміння механізмів популяризації творів.

Ключові слова: автор, персонаж, текст, бестселер, мовотворчість, мовна особистість, мовна особистість автора, колективна мовна особистість, індивідуальна мовна особистість, фразеологізм, прізвисько, звертання, гумор, комунікація, комунікативний лідер, комунікативна тактика, комунікативна стратегія.

SUMMARY

SHULICHENKO T. S. LINGUISTIC PERSONALITY OF THE CHARACTER OF THE UKRAINIAN BESTSELLER (BASED ON THE MATERIALS OF THE WORKS OF V. SHKLYAR). Copyright of the manuscript.

PhD Thesis for the scientific degree of Philosophy Doctor in specialty 035 – “Philology” (03 – “Humanities”) – Oles Honchar Dnipro National University. Dnipro, 2023. 215 p.

The PhD thesis is devoted to the study of the collective and individual linguistic personality of the character in V. Shklyar's bestsellers.

The relevance of the PhD thesis is determined by the need to analyze the linguistic personality of the character of the artistic work as a significant textual element that turns it into a bestseller; the need to develop a definition and systematize numerous scientific approaches to the study of linguistic personality; the importance of using new approaches to the analysis of artistic text; using the assets of theoretical linguistics to analyze the idiostyle of V. Shklyar as the author of the first modern Ukrainian bestsellers.

The purpose of the research is to analyze the peculiarities of the collective and individual linguistic personality of the characters in Vasyl Shklyar's bestsellers through the prism of studying their communicative behavior.

The source base of the study is such bestsellers of Vasyl Shklyar as «Characternyk», «Black Raven», «Marusya», «Black Sun», the total number of 1210 pages.

The scientific novelty of the PhD thesis is determined by the fact that the individual and collective linguistic personality of the character of Ukrainian bestsellers is analyzed for the first time in Ukrainian linguistics; the methodology of such a study is developed, the features of language behavior, communicative tactics and strategies of the characters are characterized.

The theoretical value of the research lies in the clarification of the

theoretical definitions of the concepts of the linguistic personality of the character; the collective linguistic personality; linguistic personality of the leader; additions to the criteria for the classification of linguistic personality; outlining the features of the nationally marked collective linguistic personality of the characters of the bestseller; representation of the communicative characteristics of the linguistic personality of the leader of the modern bestseller.

The practical application of the obtained results is determined by the possibility of their use during the teaching of basic courses of higher education institutions in the modern Ukrainian language (lexicology and phraseology), stylistics and culture of speech, rhetoric, communicative linguistics, current directions of philological science, problems of world linguistics, methodology of philological research, as well as in courses on linguistic and cultural studies, scientific speech, problems of communicative impact, etc.

The introduction of the PhD thesis contains information about the novelty, relevance, purpose, task, practical and theoretical significance of the work, the approbation of the results and research methodology.

The first chapter summarizes the theoretical basis of the research, analyzes such concepts as «linguistic personality», «linguistic personality of the author», «linguistic personality of the character», «idiostyle», «bestseller». The linguistic personality of the character is studied as an autonomous linguistic personality with its own lexical system, linguistic picture of the world, behavior, communicative tactics, and strategies. The concepts of collective and individual linguistic personalities and their types are analyzed. In **the second chapter**, the characters of V. Shklyar's bestsellers «Characternyk», «Marusya», «Black Sun» and «Black Raven» are named as a nationally marked collective linguistic personality and the linguistic phenomena that form it is analyzed - nicknames, phraseological units, humor etc. V. Shklyar recreated the linguistic personality of Ukrainians, their worldview, culture from Cossacks' times to the present. **The third chapter** examines the communicative tactics and strategies of I. Sirko (the novel «Characternyk»), Oleksandra Sokolovska (the novel «Marusya»), the Painter (the

bestseller «Black Sun») and Black Raven (the novel «Black Raven») by V. Shklyar. Common and different aspects of their communication, changes in language behavior depending on the situation are analyzed. In the study of the linguistic personality of Marusya, the acquisition of gender linguistics was applied, which enabled a deeper analysis of her communication as a leader.

The conducted research enables the following conclusions:

1. Numerous attempts to interpret the concept of linguistic personality and various approaches to its study require systematization, which is done in the PhD thesis.
2. In the study of the linguistic personality of the character, the artistic text plays a significant role. We consider it as a communicative act not only between the author and the reader, but also between the character and the reader, because the character expresses certain ideas, views that he conveys to the readers. Such communication is present in the works of V. Shklyar and contributes to the popularization of his works, turning them into bestsellers.
3. The linguistic personality of the character and the linguistic personality of the author are not identical concepts, because they use different lexical systems, linguistic picture of the world, communicative tactics and strategies, linguistic behaviour.
4. V. Shklyar is a master of a collective linguistic personality, especially a nationally marked one, because with the help of nicknames, each character is characterized and acquires individuality. Phraseologisms highlight the speech of the characters, reflect their worldview, add a unique linguistic peculiarities to the studied works. Appeals are used both to characterize the addressee and the sender, as well as reflect the worldview of Ukrainian people. Folk humor, which is realized in witty comparisons, the deliberate misunderstanding of someone else's hostile language, the effect of surprise, the presentation of well-known truths as something unusual and, on the contrary, the description of creepy things as commonplace, using words in a figurative meanings, exaggerating one's own strengths and devaluing the enemy's , parodies, etc is used to portray the defenders of Ukraine as

strong-minded warriors who know how to joke in the most difficult conditions.

5. In contrast to the collective linguistic personality of the characters in each of the researched works of V. Shklyar, there is a communicative leader who, thanks to the skillful use of various tactics and strategies, enjoys the respect of his brothers in arms. For such characters as Marusya and I. Sirko, the most important is the communicative strategy of persuasion, which they perfectly master. The legendary warrior also actively uses extralingual means to give mysticism to his statements. The communication of I. Sirko and Marusya is more authoritarian than the communication of the Black Raven and the Painter. Black Raven and the Painter do not oppose themselves to others, using a democratic style of communication in their free time from fighting. For Malyar, the main tactic is the tactic of «good guy», which makes him the spiritual leader of his regiment. Black Raven, depending on the situation, uses communication tactics of intimidation, gives strict orders, demanding their immediate implementation.

6. The study of the collective and individual linguistic personality of the character enables a complete analysis of their features in the works of V. Shklyar. It is the detailed linguistic personality of each character that plays an important role and makes the works of this writer bestsellers. V. Shklyar's characters are revealed as individuals through language and communication, and this is the uniqueness of his creative output, because while remaining a high-quality literary product, it can easily turn into an exciting film.

Prospects for further research are seen in the comparative analysis of the linguistic personalities of the characters in V. Shklyar's bestsellers "Characternyk", "Marusya", "Black Raven" and "Black Sun" with the linguistic personalities of the heroes of other works of this author to identify common and distinctive features. We are also interested in studying the linguistic personality of the characters of Ukrainian bestsellers of other writers in order to outline the ethnocultural, gender and communicative features of the artistic text, which will enable a better understanding of the mechanisms which make the works popular.

Keywords: author, character, text, bestseller, language creation, linguistic personality, linguistic personality of the author, linguistic personality of the author, collective linguistic personality, individual linguistic personality, phraseology, nickname, appeal, humor, communication, communicative leader, communicative tactics, communicative strategy.

СПИСОК НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

**Публікації у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань
України з присвоєнням категорії «Б»**

Шуліченко Т. РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНОМУ РОМАНІ. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020, Вип. 27. Т. 5. С. 71–75. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.5/27.204490>

Шуліченко Т. МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖА В РОМАНІ В. ШКЛЯРА «ЧОРНИЙ ВОРОН» *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. Кропивницький. 2019. Вип. 175. С. 641–645. URL: https://www.cuspu.edu.ua/images/files-2019/03/Filolog_nauk175.pdf

Шуліченко Т. НАЦІОНАЛЬНО МАРКОВАНА КОЛЕКТИВНА МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖА (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ В. ШКЛЯРА «ХАРАКТЕРНИК»). *Записки українського мовознавства*. 2021. № 28. С. 220–225. URL: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2021.28.235543>

Шуліченко Т. МОВНА ОСОБИСТІСТЬ АВТОРА VS МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖА: ІДЕНТИЧНІСТЬ ЧИ РОЗРІЗНЕННЯ. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2023. Т. 34 (73). № 3. Ч. 1. С. 66–72. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/3_2023/12.pdf

Шуліченко Т. ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ: ДІАХРОНІЧНИЙ АСПЕКТ. *Український смисл*. 2018. С 291-301. URL: <https://ukrsense.dp.ua/index.php/USENSE/article/view/219>

**Публікації,
у яких додатково відображені результати дослідження
(статті в інших виданнях, матеріали конференції тощо)**

Шуліченко Т. Антропоцентризм як невід’ємна частина сучасної науки. *Сучасні інформаційні та комунікаційні технології на транспорті, в промисловості та освіті: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (Дніпро, 15-16 грудня 2020 р.). 2020. С. 135.

Шуліченко Т. Важливість реконструкції мовних особистостей видатних українців при вивченні гуманітарних дисциплін. *Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту: матеріали науково-практичної конференції* (Дніпро, 20-21 квітня р.). 2023. С. 66.

Шуліченко Т. Особливості мовної особистості персонажа в історичному романі. *Modern Problems of Science, Education and Society: міжнародна наукова конференція* (Київ, 19-21 червня 2023 р.). 2023. С. 742–744.

Шуліченко Т. Колективна мовна особистість в українському бестселері. *Культура мови в українському суспільстві: матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Дніпро, 9–10 квітня 2020 р.). 2020. С. 54–57.

ЗМІСТ

ВСТУП	16
РОЗДІЛ 1. МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖА В АНТРОПОЦЕНТРИЧНІЙ ПАРАДИГМІ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	
	23
1.1. Історія дослідження мовної особистості та проблеми її потрактування.....	23
1.2. Сучасні підходи до дослідження художнього тексту та мовної особистості персонажа	34
1.3. Колективна мовна особистість та її види	47
1.4. Індивідуальна мовна особистість та її види	58
1.5. Методологічна основа дослідження мовної особистості персонажа у бестселерах В. Шкляра.....	68
Висновки до першого розділу	74
РОЗДІЛ 2. НАЦІОНАЛЬНО МАРКОВАНА КОЛЕКТИВНА МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖІВ У БЕСТСЕЛЕРАХ В. ШКЛЯРА	
	77
2.1. Прізвиська персонажів творів В. Шкляра як маркери національної ідентичності.....	77
2.2. Звертання як відбиття картини світу українського народу в бестселерах В. Шкляра	88
2.3. Національний колорит фразеологізмів у мовленні персонажів бестселерів В. Шкляра.....	103
2.4. Мовні засоби репрезентації гумору як національна ознака персонажів бестселерів В. Шкляра	117
Висновки до другого розділу	133
РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ЛІДЕРА В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ В. ШКЛЯРА	
	136

3.1. Комунікативні тактики і стратегії лідера козацтва Івана Сірка в романі В. Шкляра «Характерник»	136
3.2. Особливості тактик і стратегій Марусі як лідерки в романі В. Шкляра «Маруся».....	148
3.3. Особливості комунікації лідера полку «Азов» Маляра в повісті В. Шкляра «Чорне Сонце»	161
3.4. Конституенти тактик і стратегій Чорного Ворона як лідера повстанців Холодного Яру в романі В. Шкляра «Чорний Ворон»	173
Висновки до третього розділу.....	185
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	187
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	196
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ.....	215

ВСТУП

Однією з найпоширеніших тенденцій у лінгвістиці сьогодні є докладне розроблення проблеми людського чинника в мовленнєвій діяльності. Наразі в центрі уваги лінгвістів перебуває людина, носій мови, а не мовні факти і явища. Отже, чітко простежуємо тенденцію до антропоцентризму в лінгвістиці, що зумовлює зацікавлення науковців поняттям «мовна особистість», яке активно стверджують у сучасному мовознавстві. Лінгвісти послідовно досліджують взаємозв'язок мови і мислення, питання структури внутрішнього мовлення, особливості породження та сприйняття тексту тощо. Значущі аспекти мовної особистості теоретично обґрунтовані та практично досліджені українськими мовознавцями й описані у роботах, авторами яких є, зокрема, Ф. Бацевич [7], А. Загнітко [52], В. Ницполь [106], А. Романченко [122], Т. Космеда [72], М. Мозер [97], Л. Мацько [91] та ін.

Унаслідок затребуваності поняття мовної особистості постає потреба його всебічного аналізу, розроблення дефініції та класифікації, однак ці процеси залишаються незавершеними через багатоаспектність об'єкта дослідження. Отже, поняття мовної особистості потребує подальшого осмислення, тому вважаємо доцільним його ретельний аналіз у багатьох аспектах.

В антропоцентричній парадигмі лінгвістичних досліджень важливе місце посідає художній текст, оскільки він уможливорює ґрунтовне дослідження мовної особистості автора та персонажа на зафіксованому матеріалі.

Актуальність дослідження зумовлена потребою аналізу мовної особистості персонажа художнього твору як значущого текстового елемента для перетворення його на бестселер; потребою розроблення дефініції та систематизації підходів до вивчення мовної особистості; важливістю нових підходів до аналізу художнього тексту; використанням надбань теоретичної

лінгвістики для аналізу ідіостилю В. Шкляра як автора перших вітчизняних бестселерів.

Особистий внесок здобувача. Дисертація містить результати власних наукових пошуків, одержаних самостійно.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами. Дисертація зорієнтована на наукову проблематику, яку активно досліджують викладачі кафедри української мови Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара в межах наукової теми «Когнітивні й дискурсивні аспекти лінгвістичних досліджень» (державний реєстраційний номер: 0122U001280, 2022–2024 р.). Тему дисертації затверджено (протокол № 6 від 2019 р.) на засіданні вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Уточнено на засіданні вченої ради факультету української й іноземної філології та мистецтвознавства Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (протокол № 10 від 24 травня 2022 року).

Мета дисертаційної праці полягає в аналізі особливостей колективної та індивідуальної мовної особистості персонажів у бестселерах Василя Шкляра крізь призму вивчення їхньої комунікативної поведінки.

Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) проаналізувати різні підходи до потрактування поняття мовної особистості та систематизувати дослідження цього поняття;
- 2) дослідити поняття колективної та індивідуальної мовних особистостей та їхні види;
- 3) схарактеризувати лінгвальні особливості колективної мовної особистості персонажів (використання прізвиськ, звертань, фразеологічних одиниць, мовних засобів репрезентації національного гумору);
- 4) довести етнокультурну маркованість колективної мовної особистості персонажа в бестселерах В. Шкляра;
- 5) виокремити особливості мовної особистості комунікативного лідера у бестселерах В. Шкляра;

б) виявити прагматичну значущість мовної особистості персонажа для ефективної комунікації автора з потенційним читачем та сприяння популярності художнього твору.

Об'єктом дослідження в дисертації є мовна особистість персонажів бестселерів В. Шкляра «Характерник», «Чорний Ворон», «Маруся» і «Чорне сонце».

Предметом наукового аналізу постають лінгвальні й комунікативні засоби актуалізації мовної особистості персонажа українського бестселера.

Джерельною базою дослідження стали бестселери В. Шкляра «Характерник», «Чорний Ворон», «Маруся», «Чорне Сонце» загальним обсягом 1210 сторінок.

Методологічною основою дисертації є теоретичні напрацювання в галузі лінгвістики тексту, етнолінгвістики, комунікативної лінгвістики, авторами яких є Ф. Бацевич, Н. Бобух, І. Данилюк, Т. Довжикова, Х. Дідух, С. Єрмоленко, А. Загнітко, Л. Засекіна, О. Кухар-Онищенко, О. Мазепова, Н. Майборода, А. Манько, Л. Мацько, Л. Монастирська, І. Морякіна, В. Ницполь, Н. Петлюченко, І. Попова, Л. Струганець, А. Шаповал, Ю. Руснак, О. Сахарова, А. Ситченко, Л. Славова, С. Соколовська, Л. Ставицька, К. Тараненко, А. Шаповал, З. Шевчук, Н. Школяр та ін.

Методи дослідження. Аналіз мовного матеріалу проведено з використанням як загальнонаукових, так і лінгвістичних методів. Основними лінгвістичними методами, використаними в роботі, є дефініційний (для відбору визначення таких лінгвістичних феноменів, які є предметом аналізу в кожному розділі), функційний (під час аналізу функціонування елементів індивідуального мовлення персонажів творів В. Шкляра), семантико-стилістичний (за допомогою цього метода аналізуємо стилістичні прийоми та засоби, які створюють мовну індивідуальність героїв романів) тощо. Висвітлення результатів наукового пошуку в лінгвістичних дослідженнях здійснено із застосуванням описового (дескриптивного) методу.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше в українському мовознавстві комплексно проаналізовано індивідуальну та колективну мовну особистість персонажа на матеріалі українських бестселерів; випрацьовано методику такого дослідження, схарактеризовано риси мовної поведінки, комунікативних тактик і стратегій мовних особливостей персонажів.

Наукову новизну узагальнено в таких положеннях, винесених на захист.

1. Мовна особистість персонажа є невід’ємним чинником створення популярного твору, тобто перетворення його на бестселер.

2. Одним з важливих аспектів актуалізації колективної мовної особистості персонажа у художніх творах В. Шкляра є прізвиська. Герої бестселерів «Характерник», «Чорний Ворон», «Маруся» протиставляють себе ворогу передусім саме прізвиськом, для якого вибирали відповідне колоритне українське слово, актуалізуючи самотність української мови й українського народу.

3. Звертання в романах В. Шкляра відповідають традиціям і світогляду персонажів і переважно виконують оцінно-характеризувальну функцію, водночас маркуючи персонажів єдиним народом з багатовіковою культурою і мовою.

4. Для влучної характеристики того чи того персонажа творів В. Шкляра фіксуємо фразеологічні одиниці, що розкривають героя як особистість, спрямовані на критику негативних рис характеру (нестача здорового глузду, невміння об’єктивно оцінити ситуацію, боягузливість, хитрість, надмірна улесливість, відсутність стійких переконань, впертість, слабкодухість тощо). З погляду походження переважають ті фразеологізми, що створені на власне українському ґрунті, мають прозору для читача етимологією.

5. Бестселери В. Шкляра рясніють численними прикладами народного гумору, увиразнюючи його персонажів як національно марковану колективну мовну особистість. Комічний ефект досягнуто через уміння використовувати

переносне значення слів, пародію, гру слів, широке використання чорного гумору, який властивий персонажам усіх аналізованих творів В. Шкляра.

6. Персонажі Іван Сірко (роман В. Шкляра «Характерник»), Чорний Ворон (одноіменний роман), Маруся (одноіменний твір), Маляр (повість «Чорне Сонце») уміло використовують різні комунікативні тактики і стратегії для утримання статусу лідера, впливу не лише на слухачів, а й на читача. Для глибшого аналізу мовної особистості Марусі, головної героїні однойменного роману В. Шкляра, її комунікативні стратегії і тактики розглядаємо в гендерному аспекті. Опертям для дослідження комунікативних стратегій і тактик Маляра стали комунікативні тактики і стратегії формування позитивного іміджу захисника в сучасному медійному дискурсі.

Теоретичне значення дисертації полягає в уточненні теоретичних визначень понять мовної особистості персонажа, колективної мовної особистості; мовної особистості лідера; доповненні критеріїв класифікації мовної особистості; окресленні ознак національно маркованої колективної мовної особистості персонажа бестселера; поданні комунікативної характеристики мовної особистості лідера художнього твору.

Практичне застосування результатів виконаного дослідження зумовлено можливістю їхнього використання під час викладання базових курсів ЗВО із сучасної української мови (лексикологія та фразеологія), стилістики і культури мовлення, риторики, комунікативної лінгвістики, лінгвокультурології, лінгвопрагматики тощо. Матеріали дослідження можна використати для створення підручників і посібників, наукових розвідок із зазначених дисциплін. Вони стануть у пригоді під час написання кваліфікаційних робіт здобувачів ступеня бакалавра, магістра, а також доктора філософії філологічного напрямку.

Апробація роботи та її результатів. Провідні положення дисертації обговорено на засіданнях кафедри української мови Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Окремі аспекти й проміжні результати дослідження репрезентовано в доповідях на таких конференціях:

Всеукраїнській науково-практичній конференції «Динамічні процеси в лексиці та граматиці слов'янських мов» (Умань, 5–6 квітня 2019 р.; 26–27 листопада 2020 р.; 5–6 квітня 2021 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні інформаційні та комунікаційні технології на транспорті, в промисловості та освіті» (Дніпро, 15–16 грудня 2020 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Культура мови в українському суспільстві» (Дніпро, 9–10 квітня 2020 р.; 21 вересня 2022 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи розвитку залізничного транспорту» (Дніпро, 20-21 квітня 2023 р.); Міжнародній науковій конференції «*Modern Problems of Science, Education and Society*» (Київ, 19–21 червня 2023 р.).

Публікації. Наукові результати дослідницької праці викладено в 9 одноосібних публікаціях, з них 5 статті у фахових виданнях, рекомендованих ДАК України, 3 – у збірниках матеріалів міжнародних конференцій, 1 – збірниках матеріалів всеукраїнських конференцій.

Структуру роботи визначає поставлена мета та завдання. У дисертації наявні вступ, три розділи, висновки, список використаної літератури та джерельної бази. Загальний обсяг праці становить 215 сторінок. Кількість сторінок основного тексту – 179. Список використаної літератури – 177 позицій.

У вступі обґрунтовано актуальність та наукову новизну теми дослідження, сформульовано мету та завдання, окреслено методологію наукового пошуку, висвітлено теоретичне значення та практичну цінність роботи, названо використаний матеріал, зазначено кількість та обсяг публікацій, які відображають основні положення дисертації.

У першому розділі «Мовна особистість персонажа в антропоцентричній парадигмі лінгвістичних досліджень» представлено історію дослідження поняття мовної особистості та проблеми його потрактування. Розглянуто питання розрізнення понять мовної особистості автора та мовної особистості персонажа. Досліджено особливості

колективної особистості та її види а також індивідуальна мовна особистість та її види. Описано методику подальшого дослідження.

У другому розділі «Національно маркована колективна мовна особистість персонажів у бестселерах В. Шкляра» проаналізовано окремі лінгвальні засоби створення національно маркованої колективної мовної особистості персонажів. Зокрема, описано алгоритм створення прізвищ в аналізованих бестселерах. Виокремлено та схарактеризовано типові звертання. Визначено функціонування фразеологізмів і національного гумору як ознак колективної мовної особистості персонажів.

Розділ 3 «Комунікативні стратегії і тактики лідера в художніх творах В. Шкляра» присвячено аналізу мовної особистості лідера. У першому підрозділі визначено комунікативні тактики і стратегії Івана Сірка як лідера козацтва в романі В. Шкляра «Характерник». Мовну особистість лідерки Марусі в однойменному романі розглянуто у другому підрозділі. Наступний підрозділ присвячено комунікативним тактикам і стратегіям головного героя роману «Чорне Сонце» – нашого сучасника Маляра, одного з лідерів полка «Азов». Особливу увагу приділено засобам індивідуалізації мовлення кожного із цих персонажів, відмінностям і схожості їхніх комунікативних тактик і стратегій.

У висновках узагальнено результати дослідження.

РОЗДІЛ 1. МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖА

В АНТРОПОЦЕНТРИЧНІЙ ПАРАДИГМІ

ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Історія дослідження мовної особистості та проблеми

її потрактування

У центрі сучасних лінгвістичних досліджень постає людина, точніше особистість, її внутрішній світ, мислення, психологічний стан, соціальна поведінка та вираження цього в мові, що зумовлює значний науковий інтерес до поняття мовної особистості, яке є дуже багатограним, багатокомпонентним і затребуваним сьогодні. Воно пронизує всі аспекти вивчення мови, стираючи межі між тими дисциплінами, об'єктом дослідження яких є людина. Однак попри свою затребуваність у мовознавстві сьогодні, це поняття пройшло кілька тривалих етапів осмислення, перш ніж його почали всебічно досліджувати, і наразі має певні аспекти, які викликають дискусії. Пропонуємо виділити три умовних етапи дослідження мовної особистості:

- 1) введення цього поняття до наукового кола інтересів лінгвістів;
- 2) розроблення його дефініції та основних моделей;
- 3) додавання до поняття мовної особистості нових смислів і тлумачень відповідно до вимог часу та нових викликів сучасності.

Насамперед мовна особистість зацікавила таких дослідників, як В. фон Гумбольдт, І. Бодуен де Куртене, О. Потебня, В. Виноградов тощо. Зокрема, В. фон Гумбольдт уважав за потрібне вивчати мову індивіда. Згідно з його баченням, «усі люди говорять ніби однією мовою, і в той самий час у кожної людини своя окрема мова. Потрібно вивчати живе розмовне мовлення та мовлення окремого індивіда, оскільки лише в мовленні індивіда мова набуває своєї остаточної визначеності» [40, с. 42]. Отже, науковець уважав

надважливим поставити в центр лінгвістичних досліджень саме людину, особистість, водночас приділяти увагу живому спілкуванню, адже мова є живим організмом і вбирає в себе та зберігає духовний світ мовців. Мовознавець наголошував також на важливості національної культури для формування особистості. Не можна не погодитися з В. фон Гумбольдтом, що матеріальну й духовну культуру втілено в мові; будь-яка культура національна, її національний характер виражений у мові через особливе бачення світу; мові властива специфічна для кожного народу внутрішня форма; внутрішня форма мови – це вираження народного духу, його культури; мова є зв'язною ланкою між людиною й навколишнім світом [40, с. 101].

На особливу увагу заслуговують також дослідження взаємозв'язку мови та культури Е. Сепіра й Б. Уорфа, які вважали, що люди бачать світ по-різному. Їхнє сприйняття реальності безпосередньо залежить від рідної мови, крізь призму якої вони й сприймають те, що відбувається навколо. Саме ці дослідники вплинули на виокремлення поняття мовної картини світу. У гіпотезі Е. Сепіра й Б. Уорфа акцентуємо увагу на таких засадах: 1) мову зумовлює спосіб мислення народу, який нею говорить; 2) спосіб пізнання реального світу залежить від того, якими мовами мислять суб'єкти, що пізнають світ. Ми розчленовуємо природу в напрямі, що підказала наша мова. Ми виділяємо у світі явищ ті або ті категорії та типи зовсім не тому, що вони очевидні, навпаки, світ постає перед нами як калейдоскопічний потік вражень, який має бути організований нашою свідомістю, а це означає в основному мовною системою, що зберігається в нашій свідомості [157].

З плином часу теорія Е. Сепіра й Б. Уорфа неодноразово піддавалася критиці, утім, і сьогодні без неї видаються неможливими осмислення і аналіз взаємозв'язку мови та мислення, формування мовної особистості. Сьогодні абсолютно незаперечним є те, що мова безпосередньо пов'язана з відбиттям рис особистості, зокрема мовця. Цей підхід також фіксуємо в наукових працях інших мовознавців, зокрема І. Бодуена де Куртене, для якого сутність мови полягає в мовній діяльності та мовному функціонуванні. Дослідник

потрактуює мову як комплекс членороздільних і повнозначних звуків і співзвучностей, об'єднаних у єдине ціле чуттям конкретного народу» [20, с. 77].

У цей самий період О. Потебня зазначав, що «...в мові найсильніше, ніж у будь-чому іншому, кожна людина відчуває себе еманациєю (ein Ausfluss) всього людського роду» [117, с. 44]. Лінгвіст убачав тісний зв'язок між мовними явищами та психологічними особливостями мовця.

Цікавився поняттям мовної особистості Л. Вайсгербер. У його науковій праці «Рідна мова та формування духу» фіксуємо думку про те, що мова являє собою найбільш всеохопну культурну спадщину. Ніхто не володіє мовою лише завдяки своїй мовній особистості, навпаки, це володіння мовою виростає в ньому на основі належності до мовного товариства [22]. Лінгвіст розглядає людину в трьох вимірах: як людина-вид, як член лінгвоспільноти та як індивідуум [176, с. 138]. За Л. Вайсгербером, у вербальній комунікації людина виявляє себе як особистість, яка акумулює загальнонаціональні та загальнолюдські якості. Отже, якщо досліджувати мову окремих індивідів, можна, відповідно, визначити специфічні риси національної картини світу народу, мова якого вивчається. Вартим уваги видається те, що мовознавець уважав саме художню літературу важливим матеріалом для дослідження, оскільки в ній, на думку В. Вайсгербера, перед дослідником постають вимальовані автором персонажі з характерами та мовною поведінкою типовими для окремих соціальних груп або ситуативних ролей [там само].

Майже одночасно з Л. Вайсгербером мовну особистість досліджував В. Виноградов. Для нього це поняття мало неабияке значення, адже дослідження індивідуального стилю автора, його місце та функції в системі літератури певного періоду, співвідношення з іншими стилями дає змогу уявити автора як мовну особистість – особистість, виражену в мові та через мову, яку можна відтворити на основі тих мовних засобів, які вона використовує [28].

Загалом Л. Вайсгербер і В. Виноградов заклали засади вивчення мовної

особистості, аналізуючи її як таку, що сформована на основі рідної мови мовця, тобто значну увагу дослідники приділяли симбіозу культурного середовища та мови. Однак, ці науковці не робили серйозних спроб до потрактування поняття мовної особистості, а отже, і ґрунтовного теоретичного осмислення. Саме через це їхні напрацювання уналежнюємо до першого етапу дослідження мовної особистості – введення цього поняття до наукового кола інтересів лінгвістів.

Наступний етап, а саме розроблення дефініцій і моделей мовної особистості, відзначився роботами лінгвістів Г. Богіна та Ю. Караулова, які провели фундаментальні дослідження мовної особистості, розробили її структуру та дефініцію, тобто створили й методологію, і вихідні моделі цього поняття. Уперше визначення мовної особистості запропонував Г. Богін, який розумів під цим людиною, яку розглядають з погляду її готовності продукувати мовленнєві вчинки, створювати та сприймати мовленнєві твори [17, с. 14]. Модель мовної особистості Г. Богіна побудовано на таких засадах:

- 1) мова складається з фонетики, лексики та граматики;
- 2) використовуючи мову, людина або говорить, або слухає, або пише, або читає, або поєднує ці дії в певній послідовності;
- 3) мовленнєва готовність може бути більшою або меншою, кращою або гіршою [там само].

Основною характеристикою мовної особистості Г. Богін уважав здатність до сприйняття та породження тексту та, як наслідок, побудував її параметричну модель, виділивши п'ять рівнів її розвитку:

- 1) рівень правильності;
- 2) рівень інтеріоризації;
- 3) рівень насиченості;
- 4) рівень адекватного вибору;
- 5) рівень адекватного синтезу [17, с. 31]. Окрім зазначених рівнів розвитку цього поняття, Г. Богін до своєї моделі зараховує також усі види

мовної діяльності (аудіювання, говоріння, читання, письмо) і рівні мови (фонетичний, лексичний, граматичний).

Усебічним аналізом мовної особистості займався також Ю. Караулов. Під мовною особистістю дослідник трактує «сукупність здібностей і характеристик людини, які зумовлюють створення та сприйняття нею мовленнєвих творів (текстів), що розрізняються за ступенем структурно-мовної складності; глибиною та точністю відбиття дійсності; певним цільовим спрямуванням» [62, с. 67]. Саме Ю. Караулов, увівши це поняття до широкого наукового обігу, актуалізував поняття мовної картини світу, дослідив вплив етносу на формування мовної особистості, зауваживши, що між формуванням мовної особистості та національним характером наявний глибинний зв'язок. Лінгвіст уважав, що «...національне пронизує всі рівні організації мовної особистості, на кожному з них набуваючи своєрідної форми вираження» [63, с. 42].

Цьому мовознавцю належить також розроблення ієрархічної моделі мовної особистості, що має три структурні рівні. До першого Ю. Караулов уналежнює лексикон, а саме вербально-семантичний рівень, елементами якого є слова, граматичні, семантико-синтаксичні, асоціативні структури, моделі словосполучень і речень. Структурну основу цього рівня становлять лексичні одиниці з відповідними значеннями та смислами. До другого рівня належить тезаурус, когнітивний рівень мовної особистості, що відбиває картину світу, духовні цінності, орієнтири тощо. Цей рівень містить знання людини про навколишній світ, тобто ступінь обізнаності того чи того індивіда про культуру, мистецтво, науку, побут тощо. Отже, тезаурус, за Ю. Карауловим, відбиває світогляд людини, яка говорить. Одиницями цього рівня є узагальнені поняття, концепти, ідеї, що мають відбиття в мові. Цей рівень лінгвіст вважає базовим, оскільки саме він відповідає за свідомість, мислення, пам'ять того чи того індивіда й пов'язаний з особливостями психології особистості. Тезаурус є сукупністю поняттєвих категорій, які лежать в основі функціонування концептуальних систем особистості. До

третього рівня Ю. Караулов уналежнює мотиваційний рівень (прагматикон), який охоплює стійкі комунікативні потреби та риси того чи того індивіда. За Ю. Карауловим, прагматикон є глибинним рівнем мовної особистості, який пронизує попередні рівні. У ньому вміщено інформацію про особисті переконання, уподобання, оцінки дійсності тощо. Прагматикон відбиває суб'єктивне ставлення особистості до навколишнього світу, виражене в мові. Цей рівень координує різні потреби особистості в комунікації, які є структурними одиницями цього рівня – бажання висловитися, вплинути на реципієнта через текст, отримати певну інформацію тощо [62, с. 89].

Саме модель мовної особистості Ю. Караулова є найпоширенішою на сьогодні. Вона слугує основою для дослідження індивідуальних та колективних мовних особистостей. Застосування цієї моделі дає також змогу вивчати мовні, а також позамовні явища людської свідомості, простежити специфіку світосприйняття. Проте вважаємо вартим уваги зауваження В. Шелудько про те, що модель мовної особистості Ю. Караулова все ж не дає відповіді на деякі питання. Сама модель визначення рівня володіння мовою є недосконалою, попри розписані готовності за всіма трьома рівнями. Зрозуміло, що від рівня знань певної мови залежить готовність до сприйняття та репродукування текстів, але наявність такої готовності не зіставна з рівнем її реалізації в різних людей: фахівця з мови, природного носія, емігранта, того, хто вивчає мову як іноземну на території країни її поширення, і того, хто вивчає мову як іноземну в середовищі її пасивного використання [166, с. 37]. І. Голубовська зауважує також, що «наукові потреби сьогоденної лінгвістики висувають необхідність деякого коригування та доповнення класичної схеми» [37].

Очевидним видається те, що поняття мовної особистості занадто багатогранне, щоб мати одне визначення, однак вважаємо дефініцію Ю. Караулова такою, що слугує основою для нашарувань нових смислів цього поняття, яке із плином часу зазнає все більше трансформацій і переосмислень, відкриваючи новітній етап його дослідження.

Наразі дискусія щодо найповнішого потрактування і аналізу мовної особистості триває. Українські мовознавці зробили вагомий внесок у дослідження цього поняття в сучасному світі, де особистість і повага до неї стали основними мірками цінності практично будь-якої діяльності, зокрема й наукової. Вітчизняні лінгвісти запропонували не лише власні дефініції мовної особистості, а й зацентрували увагу на важливих напрямках, основних аспектах її дослідження, міждисциплінарності цього поняття, приділили особливу увагу національно-культурному складнику в ньому, у своїх наукових працях використали це поняття, щоб повніше дослідити особистість українських культурних, громадських, релігійних діячів, відтворити картину світу наших предків і сучасників, по-новому проаналізувавши різні за жанром тексти (релігійні, публіцистичні, художні тощо).

Наприклад, у «Короткому тлумачному словнику лінгвістичних термінів» (2001 р.) за редакцією С. Єрмоленко фіксуємо таке визначення мовної особистості: «Мовна особистість – поєднання в особі мовця його мовної компетенції, прагнення до творчого самовираження, вільного, автоматичного здійснення різнобічної мовної діяльності. Мовна особистість свідомо ставиться до своєї мовної практики, несе на собі відбиток суспільно-соціального, територіального середовища, традицій виховання в національній культурі. Творчий підхід і рівень мовної компетенції стимулюють мовну особистість до вдосконалення мови, розвитку мовного смаку, до постійного відображення в мові світоглядно-суспільних, національно-культурних джерел і пошуків нових, ефективних індивідуально-стильових засобів мовної виразності» [51, с. 93].

Водночас Л. Засекіна вважає мовною особистістю «суб'єкта, мова якого найповніше відтворює культурну спадщину свого народу, що виявляється у вербальних та екстралінгвальних елементах комунікації, мовних стереотипах, правилах етикету» [55, с. 82].

Ф. Бацевич обґрунтовує думку про те, що «мовна особистість – індивід, який володіє сукупністю здатностей і характеристик, які зумовлюють

створення й сприйняття ним текстів, що вирізняються рівнем структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності» [8, с. 212].

Цікаве трактування мовної особистості пропонує А. Сотников: «Під мовною особистістю розуміємо людину, що реалізує свій комунікативний потенціал через мову. У мовленнєвому, комунікативному та дискурсивному середовищах особистість виявляється через мову, мовні засоби, що використовуються в комунікативному акті. Вони вживаються для здійснення мовленнєвого впливу та зміни свідомості адресата та відображають не лише індивідуальні риси мовної особистості, а також особливості й закономірності, притаманні тій чи іншій комунікативній культурі. Під комунікативною культурою розуміється сукупність норм і традицій спілкування, що діють у межах певної національної культури» [142, с. 267–268].

Варто погодитися також з С. Голик, яка визначає мовну особистість як багатокомпонентну парадигму мовленнєвих особистостей, на рівні якої з'являється національно-культурна специфіка мовної [34, с. 262].

За Л. Мацько, мовна особистість – це особистість конкретної людини, виражена в мові й через мову в її дискурсах, текстах. Орієнтовний опис мовної особистості передбачає аналіз таких складників:

- мовна особистість у своєму часі та на тлі доби, її історії і політики;
- мотиви, інтенції, домінанти, особливості світовідчуження, сприйняття явищ, подій;
- реконструкція моделі світу (або фрагмента), відображеної у свідомості мовної особистості: тезаурус, концепти та концептосфери;
- характеристика семантичного рівня, дискурсу, опис відмінностей у семантиці тексту;
- реконструкція асоціативно-вербальної сітки (які поняття і як саме виражені цією особистістю, яким стилем, якими способами та засобами комунікації) [89].

Фіксуємо також таке визначення цієї дослідниці: мовна особистість – це узагальнений образ носія мовної свідомості, національної мовної картини світу, мовних знань, умінь і навичок, мовних здатностей і здібностей, мовної культури та смаку, мовних традицій і мовної моди [91, с. 27].

Деякі дослідники вважають за доцільніше використовувати термін «мовленнєва особистість». Зокрема, М. Вашуленко трактує під цим поняттям того чи того індивіда, якого варто розглядати «з точки зору готовності виконувати мовленнєві дії, той, хто привласнює мову, для кого мова є мовленням. Мовленнєва особистість характеризується не лише тим, що вона знає про мову, а тим, як вона може її використовувати» [23, с. 11].

Проаналізувавши визначення поняття мовної особистості, погоджуємося з думкою А. Шаповала, який пропонує узагальнити потрактування цього поняття в такий спосіб:

- 1) мовна особистість як індивід, персону, суб'єкт, носій мови, людина, особистість;
- 2) мовна особистість як система;
- 3) мовна особистість як «наскрізна» ідея [164, с. 12].

Н. Голуб уводить до наукового обігу поняття «елітарний тип мовно-риторичної особистості», під яким тлумачить «компетентні, національно свідомі й самоактуалізовані в соборному суспільстві носії мови, що володіють риторичними законами, стратегіями й тактиками спілкування, здатні вільно, без особливих зусиль і результативно використовувати в усіх сферах життя функційно-стильові можливості мови» [35, с. 146].

О. Лавриненко обґрунтовує доцільність використання поняття «профіль мовної особистості», під яким трактує специфічний тип функціонального співвідношення між когнітивним, мотиваційним та емоційним компонентами мовної особистості, який зумовлюється ступенем розвитку кожного із цих компонентів і визначає низку психологічних якостей мовної особистості [81].

Л. Струганець акцентує на міждисциплінарності поняття мовної особистості, зазначаючи, що «термін мовна особистість можна назвати

інтердисциплінарним, водночас, це одне з ключових понять у галузі культури мови, лінгвостилістики, комунікативної лінгвістики» [146, с. 133]. С. Голик у своїх наукових працях підтверджує цю тезу, наголошуючи, що «вихідним принципом дослідження мовної особистості є розуміння цього поняття як складного міждисциплінарного терміна, у значенні якого поєднано філософські, соціологічні та психологічні погляди» [34, с. 262]. Дослідниця вивчає це поняття крізь призму суспільної свідомості, стереотипності поведінки суспільства протягом того чи того періоду існування, матеріальної культури тощо. С. Голик неодноразово наголошує на ролі соціалізації індивіда для перетворення його на мовну особистість і саме соціалізацію вважає однією з основних умов цього процесу. За С. Голик, становлення мовної особистості – це насамперед симбіоз засвоєння норм соціальної психології народу, до якого належить та чи та людина, і її мовленнєво-мисленнєва діяльність, сформована в певній етнокультурі [там само].

Формування мовної особистості досліджує також І. Дроздова, яка в цьому процесі виділяє об'єктивні, тобто незалежні від особи мовця, і суб'єктивні чинники. До об'єктивних чинників уналежнюють: стан самої мови, її унормованість і наступну кодифікацію; рівень розвитку та досконалість її підсистем; стилістичну диференціацію; придатність мови для забезпечення всіх мовних потреб громадянина; сприятливу для життя та розвитку певної мови суспільно-політичну ситуацію; традиції суспільного використання мови; повноцінне функціонування мови в усіх сферах життя: державницькій, політичній, правовій, економічній, науковій, освітній, культурно-мистецькій, творчій, виробничій, побутовій та ін. [47, с. 22]. До суб'єктивних чинників, що впливають на формування мовної особистості, належать:

- 1) здатність мовця здобувати мовну освіту й досконало володіти мовою;
- 2) внутрішня готовність мовця здобувати мовну освіту й мовне виховання та досконало оволодівати мовою;

- 3) моральна потреба мовотворчо вдосконалювати та виражати свою особистість;
- 4) розуміння мовних обов'язків громадянина та їхнє виконання;
- 5) активне ставлення до мови, належний рівень мовної культури [47, с. 32–33].

Основним чинником перетворення індивіда на мовну особистість є його соціалізація.

С. Голик, ураховуючи роль тексту в дослідженні мовної особистості, виділяє у структурі цього поняття національно-культурну специфіку як надважливий складник, що актуально для нашого дослідження. На її переконання, аналіз текстів є важливим предметом вивчення для мовознавців, адже тексти є «справжніми сховищами культури», засвоюючи які, людина розвивається як особистість [34, с. 260].

На важливості різнобічного підходу до вивчення мовної особистості наголошує І. Морякіна, зауважуючи, що «вивчення особливостей мовлення людини як представника нації та, водночас, людини, яка належить до певного соціального прошарку чи групи, зумовлює виділення інтеграційних і диференційних ознак» [103, с.10]. Дослідниця акцентує також на потребі застосування саме інтегрованого підходу під час дослідження мовної особистості, за якого аналізують когнітивні особливості дискурсу разом з його емоційним забарвленням і прагматичним спрямуванням [там само].

Т. Довжикова влучно зазначає, що «в самому виборі мовної особистості як об'єкта лінгвопсихологічного дослідження закладено потребу комплексного підходу до її аналізу, можливість і необхідність виявлення її психологічних, філософсько-світоглядних передумов, етнонаціональних особливостей, соціальних характеристик, історико-культурних витоків» [46, с. 4].

Для найповнішого дослідження мовної особистості, услід за І. Данилюк, найактуальнішими вважаємо такі методи: дедуктивний (де центральне місце належить особистості) та індуктивний (де у фокусі

дослідження є мова) підходи [43, с. 63].

Отже, наявні в сучасній лінгвістиці підходи до вивчення мовної особистості можна поділити на такі типи: 1) психологічний аналіз мовної особистості (лінгвістичний аналіз класичних типів характерів); 2) соціологічний аналіз мовної особистості (аналіз мовних маркерів тих чи тих соціальних груп); 3) культурологічний аналіз мовної особистості (моделювання лінгвокультурних типажів – узагальнених відомих представників певних груп суспільства, поведінка яких утілює норми лінгвокультури загалом і впливає на поведінку всіх представників суспільства); 4) лінгвістичний аналіз мовної особистості (аналіз комунікативної поведінки носіїв тієї чи тієї мовної культури, характеристика мовців відповідно до їхньої комунікативної компетенції, дослідження креативної та стандартної мовної свідомості); 5) прагмалінгвістичний аналіз мовної особистості (виділення типів комунікативної тональності, що характеризує певний дискурс).

Отже, численні наукові розвідки, присвячені мовній особистості, доводять, що антропоцентрична парадигма лінгвістичних досліджень змістила фокус уваги лінгвістів з мови на людину, мовця, що повністю відповідає вимогам часу та потребує подальшого осмислення.

1.2. Сучасні підходи до дослідження художнього тексту та мовної особистості персонажа

Проблема людського чинника в мові є однією з найактуальніших у сучасному мовознавстві. Видається очевидним, що всебічно дослідити реальних мовців як мовних особистостей досить складно через значний пласт емпіричного матеріалу. Саме цим можна пояснити цікавість лінгвістів до дослідження художнього тексту як до джерела інформації щодо мовної особистості його автора чи персонажа. Виділяють такі основні характеристики художнього тексту як писемної форми комунікації:

- 1) текст зберігається в часі, тоді як мовлення є тимчасовою подією;
- 2) на написання тексту не впливає реакція читача (відсутній безпосередній зворотний зв'язок);
- 3) текст адресовано загальній аудиторії;
- 4) автор тексту має письмово викласти тему;
- 5) текст є організованішим і спланованішим;
- 6) мова тексту формальніша (офіційніша);
- 7) тема тексту розвивається з більшою кількістю деталей;
- 8) текст може охоплювати більшу кількість складних думок [175].

З другої половини ХХ ст. саме текст стає основним об'єктом дослідження для мовознавців. Ю. Руснак виділяє такі характеристики тексту: «...у ньому функціонують одиниці нижчих рівнів; виконує низку функцій, які традиційно відносять до мови; у тексті реалізується нерозривна єдність мови й мовлення; текст виступає одиницею семіотичного простору; відображає психолінгвістичні особливості носіїв мови; є одиницею культурного універсуму людства, експлікує його креативні потенції; уможлиблює комунікацію та здатність людей до взаєморозуміння» [124, с. 84].

Традиційний підхід до вивчення тексту певний час обмежувався лише граматичним і стилістичним складником. У фокусі досліджень були внутрішні властивості тексту, тобто текстові одиниці, граматичні зв'язки, категорії, стилістичні засоби. Однак антропоцентричне спрямування наукової парадигми дало поштовх до ширшого аналізу тексту, зумовивши появу нових комунікативно орієнтованих теорій, що також важливо для аналізу мовної особистості.

Наразі текст досліджують у таких напрямках: онтологічному (сутність тексту як лінгвістичної реальності, його статус і специфіка серед інших мовних одиниць); когнітивному (відбиття об'єктивної дійсності); прагматичному (ставлення автора до змістового матеріалу тексту, вплив на читача); лінгвістичному (мовне оформлення знань: внутрішньотекстова структура та семантика мовних одиниць), антропоцентричному (мовлення як

вияв особистості мовця, його гуманістичних цінностей, суспільної позиції, загалом ментальності людини й нації), стилістичному (добір мовних засобів), психолінгвістичному (породження та розуміння тексту). З огляду на експансивність сучасної науки аспекти дослідження взаємопов'язані, взаємозумовлені [124, с. 84].

Погоджуємося з думкою Н. Кондратенко про те, що «найактуальнішими сьогодні є лінгвокогнітивний та прагматичний аспекти, оскільки перший залучає до наукового аналізу комплекс відомостей, об'єднаних поняттям «національна картина світу», стосується фундаментальної проблеми взаємозв'язку «мова – мислення – культура», другий же зосереджує увагу на антропоцентризмі мови, концепції тексту як результату комунікативного акту, зумовленого інтенцією автора» [68, с. 7].

Наразі лінгвісти тлумачать текст як акт комунікації, де центральними фігурами постають автор і читач. Зокрема, І. Попова вважає, що текст – це «певне предикативне синтаксичне утворення, яке складається зі слова або синтаксично зв'язаної групи слів і виконує комунікативну функцію» [114, с. 11].

Т. Видайчук розглядає питання взаємозв'язку між мовною особистістю (творцем тексту) і текстом (матеріалом для лінгвістичної ідентифікації творця), яка підпорядковувалася «законам жанру». Ці ідеї вона репрезентує в публікаціях, де найбільший акцент ставить на мовній поведінці особистості під час трансформації мовної свідомості в період поступового занепаду книжно-писемної традиції і формування літературної мови на живомовній основі. У пам'ятках виявлено найістотніші, активно сприйняті та засвоєні елементи трансформованої концептуальної та мовної картини світу. Автори, переписувачі та укладачі, творячи свої тексти, водночас постають як своєрідні мовні особистості епохи [26, с. 67].

Отже, комунікація автора із читачем, реалізована через тексти, має ті самі компоненти – адресанта й адресата. Знайомлячись з текстом, читач, перебуваючи у своєму реальному часі та оточенні, не лише сприймає

написане, а й піддається емоційному впливу від зображеного в тексті, відбувається його власна інтерпретація твору, власний читацький дискурс. Для написання якісного художнього твору письменник має не лише досконало володіти мовою, а й уміти правильно дібрати відповідні мовні засоби для реалізації своїх творчих інтенцій. У такий спосіб автор відбиває власну картину світу, надаючи нових відтінків значень, смислів обраним мовним одиницям, створюючи власну реальність, яка все ж має бути близькою читачу, бо саме його зацікавленість, сприйняття написаного і є стимулом для написання того чи того твору. Саме так працює сучасний український письменник В. Шкляр. Його гостросюжетні твори з яскравими персонажами користуються великою популярністю, а також є об'єктом дослідження науковців. Зокрема, наукові розвідки І. Ільченко, Л. Бачун присвячені антропонімам у романі В. Шкляра «Чорний Ворон». І. Ільченко зауважує, що «в історичних творах власні назви постають історичними та національно-культурними маркерами, підпорядковуються законам правдивого відтворення минувшини та утворюють розгалужене онімне поле» [61, с. 171]. І. Бачун убачає в антропонімах відбиття літературної індивідуальності та художньої майстерності автора. Дослідниця зазначає, що «власна назва завжди надає тексту особливого колориту, може виражати спеціальний зміст, у якому концентровано виражено авторський задум» [10, с. 51]. Уважаємо дослідження омонімів важливим для аналізу творчості як В. Шкляра, так й інших письменників, оскільки вони є потужним виразовим і характерологічним засобом з високим прагматичним потенціалом [113]. Л. Томіленко досліджує експресивну лексику на позначення назв осіб у романі В. Шкляра «Чорний Ворон», виділяючи лайливі, вульгарні, іронічні лексеми як засіб вираження експресії у творах багатьох сучасних письменників [152, с. 77]. О. Горпиниченко та Т. Беценко аналізують структурно-семантичні типи безсполучникових складних речень у бестселері В. Шкляра «Маруся», висновковуючи, що найуживанішими в цьому романі є

складні безсполучникові речення з однотипними частинами зі значенням перелічення [39, с. 67].

Зауважимо, що попри значний інтерес читачів до творчості В. Шкляра, його мовотворчість недостатньо науково опрацьована. Водночас сам письменник постійно взорований на читача, що доводять його численні інтерв'ю. Наприклад: «Українська літературна критика ненавидить стрімкий розвиток подій. Я не збираюся їй догоджати... Головна моя мета в літературі – писати книжки, щоб їх читали» [107, с. 43]. Унаслідок такої стратегії книги В. Шкляра отримали не лише прихильність читачів, а й великі тиражі, що дало змогу говорити про нього як про «батька українського бестселера» у вітчизняних студіях. Сам термін «бестселер» викликає жваві дискусії, оскільки – «це складне поліфункційне явище, що залежить від економічних, соціальних, культурних, маркетингових аспектів. З одного боку, як продукт раціональної видавничої індустрії бестселер можна розробити і створити. З іншого – це літературний твір, поява якого зумовлена суб'єктивними чинниками і є наслідком зазвичай неочікуваного збігу запиту публіки і пропозиції» [83, с. 1]. Відомий український письменник А. Кокотюха вважає, що «бестселер – це така книга, яка має кількість копій, аномально більшу за інші книги, написані та надруковані приблизно в один і той самий час» [66]. Отже, в основу поняття бестселера переважно закладають кількісний показник – наклад, який розкупили читачі. Ширше визначення пропонує В. Панченко, окреслюючи бестселер як «результат поєднання кількох чинників: літературних достоїнств твору; урахування психології й смаків масового читача; промоції, «проштовхування» твору» [107, с. 41]. Уважаємо таке визначення найудалішим для творів В. Шкляра, оскільки поряд з опрацюванням історичних фактів, наданням національного колориту викладеному, докладному розробленню образу кожного персонажа цей автор активно займається презентацією кожної нової книги, ураховуючи запит читача на українського героя або героїв, які діють у надзвичайних обставинах.

Зауважимо, що в кожній країні варіюється бажана кількість проданих примірників для того, аби той чи той твір став бестселером. Василь Шкляр дає таку оцінку цьому процесу: «Поняття „бестселер” до нас прийшло недавно. У поляків, якщо три тисячі накладу продано, – це вже успіх, якщо десять – бестселер. Польські мірки можна перенести і на наш досвід. Якщо йти за цими мірками, то всі мої романи, починаючи від „Ключа», – бестселери. „Ключ” взагалі має безпрецедентну кількість видань – більше десяти» [107, с. 42]. Отже, наявні різні критерії для визначення певного видання як бестселера, що залежить від національних особливостей кожної країни, специфіки уподобань її читачів.

Зауважимо, що, незважаючи на кількість читачів і об’єми накладів, кожний художній текст відзначений авторською індивідуальністю, стилем, що дає змогу говорити про ідіостиль автора. Це явище ще називають також індивідуальним стилем / ідіостилем автора, ідіолектом / діалектом індивіда тощо. Ці терміни мають певні семантичні відтінки та викликають дискусії серед мовознавців. Саме через власний авторський стиль письменник виявляє себе як митець, мовна особистість з власним світобаченням. У своєму художньому творі, автор, творчо використовуючи мову, відбиває актуальний для нього контент. Розуміння мовної особистості будь-якого письменника не здається можливим без глибокого аналізу тих засобів, які були використані ним для втілення власних творчих інтенцій. Зауважимо також, що аналіз ідіостилу того чи того автора та його мовної особистості, відбитої в продюкованих ним текстах, дає змогу не лише розкрити особливості його творчості, але й простежити основні тенденції розвитку мови та культури епохи, у якій він творив, зрозуміти його місце у формуванні національної культури загалом. Саме через це сучасні мовознавці активно досліджують ідіостиль та мовну особистість вітчизняних авторів, хоч і не мають єдиного узгодженого визначення цих понять, що зумовлено їхньою широтою та багатоплановістю. Зокрема, Х. Дідух вважає, що ідіостиль є сукупністю глибинних механізмів створення текстового простору певним автором, які

відрізняють його від інших. У вужчому розумінні ідіостиль пов'язаний із системою мовностилістичних засобів, характерних для творчої манери певної мовної особистості автора [45, с. 2].

Науковець О. Кухар-Онишко формулює поняття ідіостилю як вираження авторського погляду на світ, певної концепції світу й людини, яка не лише об'єднує твір у єдине ціле, а й пронизує кожен елемент твору, надаючи йому системності й художньої цінності [79, с. 33]. У той самий час А. Ситченко вживає термін «авторський стиль», розуміючи під ним «систему образотворчих засобів, яка охоплює як зміст, так і форму літературного твору, виражає життєвий та естетичний досвід кожного письменника, ураховує традиції національної та світової культури [134, с. 34].

Дискусійним є також питання щодо таких понять, як ідіостиль та ідіолект. В енциклопедії «Українська мова» ці терміни подають як синонімічні: «стиль, індивідуальний стиль, ідіолект – це сукупність мовно-виражальних засобів, які виконують естетичну функцію й вирізняють мову окремого письменника з-поміж інших; своєрідність мови окремого індивіда...» [156, с. 458].

Однак, наприклад, О. Селіванова вважає ідіолект індивідуальним різновидом мови, який реалізується в сукупності різних ознак мовлення окремого носія мови, а в писемному мовленні виявляє риси ідіостилю [130, с. 167].

Л. Ставицька тлумачить термін ідіолект як «об'єкт соціолінгвістики особистості, яка вивчає соціально детерміновані особливості мови конкретного суб'єкта як результат його соціалізації» [143, с. 5]. Ідіостиль, на думку дослідниці, є ширшим поняттям за ідіолект: «ідіолект – це сукупність індивідуальних особливостей, що характеризують мовлення окремого індивіда, а ідіостиль – індивідуальний стиль, сукупність основних стильових особливостей, які характеризують твори того чи того автора в певний період або всю його творчість. Ідіостиль письменника, включно з ідіолектом,

виявляється в мовній і комунікативній компетенції, усвідомленому виборі засобів спілкування, мовному чутті та смаку» [143, с. 5].

Утім, попри численні дискусії, мовознавці єдині в розумінні важливості дослідження ідіостилю та мовної особистості видатних письменників, про що свідчить значна кількість праць, присвячених цьому питанню. Застосовуючи різні підходи до вивчення ідіостилю того чи того українського автора, його мовної особистості, вітчизняні лінгвісти об'єднані, на нашу думку, ідеєю визначення ролі досліджуваного митця чи діяча у формуванні національної ідеї, культури та історії нашої країни.

На відміну від мовної особистості автора, мовна особистість персонажа не відразу привернула увагу вітчизняних лінгвістів, однак з появою наукових розвідок таких дослідників, як В. Ницполь [106], О. Сахарова [127], В. Корольова [71], ситуацію змінено.

Питанням аналізу мовної особистості автора займалися В. Виноградов [27], М. Бахтін [6], Ю. Караулов [63] та ін. Зокрема, В. Виноградов зауважує: «Образ автора – це не просто суб'єкт мовлення, найчастіше він навіть не названий у структурі художнього твору. Це – концентроване втілення суті твору, яке об'єднує всю систему мовленнєвих структур персонажів у їх співвідношенні з оповідачем і через них стає ідейно-стилістичним центром, фокусом цілого» [28, с. 92].

Автор того чи того тексту завжди проектує свій образ у творі, можливо навіть не усвідомлюючи цього. Отже, кожний художній текст містить певну інформацію про особистість, яка його створила. Відповідно автора можна розглядати як мовну особистість, оскільки він володіє має властивий йому стиль, спосіб зображати реальність, використовуючи для цього найточніші, на його переконання, мовні засоби. Залежно від обраної тематики, реалістичності зображуваного через деталі, зокрема й мовні, специфіки персонажів, формується індивідуальний мовний колорит письменника, роблячи його творчість унікальною, впізнаною аудиторією навіть без зазначення авторства. Уважаємо, що саме мовний колорит нерідко стає одним

з основних чинників популярності художнього твору. Як уже зазначалося, аналізуючи мову письменника, можемо зробити висновок про його внутрішній світ, оскільки в будь-якому тексті є слова, які містять додатковий смисл, забарвлення, завдяки чому текст набирає більшої виразності, змінює тональність. Зауважимо, що для дослідження мовної особистості письменника важливим є розуміння його власної позиції щодо подій, які зображено в його творі. Ставлення автора втілено в тому, як він зображає зовнішність персонажів, настільки вони живі та чи тісно вплетені в навколишній світ, чи пластичною є дія твору та логічним його завершення [6].

Ю. Караулов, розробляючи принципи аналізу мовної особистості автора, особливу увагу приділяв тій лексиці, яку він використовує. Мовознавець виділяє слова-теми, відповідно до таких критеріїв: часте використання та розгортання довкола них у тексті найбільших семантико-тематичних груп лексики; об'єднальні метафоричні та метонімічні значення, контекстуальні антоніми, які тематично розвивають ту чи ту ідею слова [62, с. 81].

Зауважимо, що, аналізуючи мовну особистість автора та персонажа, Ю. Караулов розвивав ідеї М. Бахтіна, який започаткував розроблення такого складного питання, як відрізнення мовної особистості автора від мовної особистості створеного ним персонажа. Дослідник уважав, що автор здатний відбити у своєму творі навколишній світ, свої враження від нього, але себе відобразити він не в змозі. У кожному художньому творі спостерігаємо систему мовних особистостей, які взаємодіють між собою, а саме – мовну особистість автора та мовні особистості створених ним персонажів. Породження тексту є результатом авторського бачення його ідеї, теми, композиції, а також добору мовних засобів, які щонайкраще імплементують усе це в завершений художній твір. Зрозуміло, що, моделюючи певні ситуації, розкриваючи характер персонажів, автор самостійно обирає їхню комунікативну поведінку, стратегії, тактики тощо, і це породжує дискусії

щодо того, чи може бути мовна особистість персонажа художнього твору відділена від його автора. М. Бахтін уважав, що автор має залишатися дещо осторонь того літературного світу, який він створює, адже його вторгнення туди призведе до руйнації естетичної рівноваги. Дослідник виокремлював такі варіанти взаємодії між автором і його персонажами:

1. Герой заволодіває автором. У цьому разі емоційно-вольова предметна настанова героя, його пізнавально-етична позиція настільки авторитетні для автора, що він не може не бачити предметного світу лише очима героя.

2. Автор заволодіває героєм. У цьому разі ставлення автора до свого персонажа частково стає ставленням героя до самого себе.

3. Герой сам стає автором, він осмислює своє життя естетично, ніби граючи роль [6, с. 46].

За М. Бахтіним, саме персонаж є центральною фігурою у своєму світі, який змодельював автор, і є «самостійним та ідеологічно авторитетним» [6, с. 284]. Також мовознавець зазначав, що «слово героя створене автором, але створене так, що воно до кінця може розвинути свою внутрішню логіку й самостійність, як чуже слово, як слово самого героя» [6, с. 11]. Наголошуючи на самостійності мовної особистості персонажа художнього твору, М. Бахтін виділяє три основних, притаманних йому характеристики:

- 1) слово героя не просто передано в романі, а художньо зображено;
- 2) людина, яка розмовляє в романі, – це соціальна людина, історично конкретна та визначена;
- 3) персонаж, який говорить у романі, – завжди в певний спосіб є ідеологом, а його слова завжди ідеологема, що відбиває особливий погляд на світ [6, с. 9].

Щодо визначення аналізованого поняття, то найповнішим вважаємо дефініцію Л. Гінзбург, яка подає персонажа як серію послідовних появ і нагадувань однієї особи; зображення його слів, дій, зовнішніх рис, розповідь про пов'язані з ним події, авторський аналіз [31, с. 62]

З подальшими дослідженнями мовної особистості персонажа

запропоновано докладну модель для аналізу персонажа, що має три нерівнозначні шари:

1) найзагальніший шар, який складається з немаркованих тематичних груп слів;

2) другий шар – це колоритотворча лексика, представлена словами, функційно пов'язаними з вираженням оцінки героя – позитивної чи негативної;

3) третій, найзначущіший, шар складається з домінантної лексики, яка зумовлює індивідуальність образу й виражає принципово важливі для семантики образу смисли.

Водночас найпоширенішою моделлю для аналізу мовної особистості персонажа є модель мовної особистості Ю. Караулова. Мовознавець пропонував досліджувати персонажа як «корелят рис духовної подоби цілісної особистості, що відбиває її специфічні соціальні, етичні, психологічні складники» [62, с. 71]. Хоч персонаж є втіленням задуму автора, він діє «за принципами некерованої, незалежної істоти в художньому світі тексту, маючи індивідуальну суб'єктну структуру, образну, як і всі інші підструктури художнього тексту» [31, с. 213].

Отже, будь-який персонаж послуговується порівняно незалежною, автономною від авторської, лексичною системою, власним набором ключових слів, частотою їх відтворення, що й маркує його як окрему від автора мовну особистість. Автономність мовної особистості персонажа визначає також те, що його мовлення є складником власне його картини світу, відбиттям реальності, а мовна картина світу автора може мати істотні відмінності або бути зовсім протилежною.

Відповідно до класифікації персонажів В. Халізеєва, кожен персонаж – це або плід чистої уяви письменника, або результат домислювання постаті реальної особистості (історичної особи, або людини, що біографічно близька письменникові, або його самого), або ж, нарешті, результат оброблення та доопрацювання вже відомих літературних героїв [159, с. 197].

Щодо самостійності персонажа художнього твору підтримуємо думку В. Ницполь про те, що, оскільки в сучасному мовознавстві художній текст трактують як частину соціального й психологічно простору суспільства та альтернативний світ, який будують аналогічно до реального, то й персонаж, який живе та спілкується в цьому світі, відповідно виявляє свій характер у мові, чим підтверджує змогу застосування теорії мовної особистості до його вивчення [105, с. 41].

Дослідження мовної особистості персонажа художнього твору певний час відбувалося крізь призму його мовленнєвих характеристик і мовленнєвих портретів. Мовний портрет важливий, бо відтворює мовні особливості середовища, у якому живе персонаж. К. Кусько виділяє такі складники цього поняття: взаємозв'язок мовлення та характеру персонажа; його локальної, професійної та соціальної належності та мовлення; відбиття світогляду, політичних та ідеологічних переконань у мовленні [78, с. 11]. Згідно з В. Ницполь, мовний портрет є загальною категорією та складником мовної особистості, що вербалізується через мовні засоби в поєднанні із соціальною, віковою та психологічною характеристикою індивіда, а мовленнєвий портрет є важливим складником, що його доповнює [105, с. 42].

З. Шевчук розмежовує поняття мовного та мовленнєвого портрета відповідно до термінів «мовний» і «мовленнєвий», вважаючи, що «мовний портрет є загальною родовою категорією, складником мовної особистості й вербалізується мовними засобами за допомогою низки характеристик, які можуть доповнюватися (соціальних, вікових, етнокультурних). Мовленнєвий портрет значною мірою доповнює мовний; він виявляється безпосередньо в мовленнєвій ситуації, яку створюють комуніканти» [165, с. 307]. Мовний портрет є ширшим поняттям – він охоплює мовленнєву характеристику та конкретизується межами мовних здібностей і знань автора тексту.

Отже, проаналізувавши різні підходи до дослідження мовної особистості персонажа художнього твору, а також мовної особистості автора та його індивідуального стилю, ми дійшли висновку, що антропоцентрична

парадигма лінгвістичних досліджень міцно вкорінилася в сучасному мовознавстві й поняття мовної особистості посідає в ній надважливе місце. Для її комплексного аналізу важливо мати зафіксований мовний матеріал, тому вважаємо дослідження мовної особистості персонажа бестселера дуже важливим і таким, що відповідає вимогам часу. Переконані, що вивчення мовної особистості персонажа сучасних бестселерів дуже важливе, адже будь-який твір набуває популярності лише, якщо читач ідентифікує себе з його героями, їхньою поведінкою, світосприйняттям, мовою, мовною поведінкою тощо. Сьогодні аналіз мовної особистості персонажа має особливе значення ще й тому, що ми живемо в часи, коли стрімко розвиваються технології. Технологійний прогрес впливає на спосіб життя людей, їхнє ставлення до себе та інших, а також на літературні вподобання. Підтримуємо думку А. Лозинського, що «в епоху дигіталізації та комерціалізації літератури, а також інтелектуалізації суспільства читач диктує умови гри на книжковому ринку, бо саме на його вивчення і задоволення його потреб спрямовані всі маркетингові стратегії сучасних видавців і авторів» [83, с. 269]. Сучасний автор, пишучи роман, також часто конструює його так, щоб згодом з нього вийшов якісний фільм. Тож сучасні технології, потенційна змога екранізації художнього твору впливають на стиль його написання, де найкращою тактикою для того, щоб дати характеристику персонажа, є його комунікація з іншими героями та його дії. Сучасні письменники, які змогли відчувати це, є найпопулярнішими в Україні сьогодні, і В. Шкляр, безперечно, один з них. Цей автор відверто визнає, що його мета – створення «читабельних книжок», адже, за його словами, «література і кіно – найсильніші чинники українізації» [107, с. 43]. Отже, В. Шкляр пише не для певного кола читачів, а так, аби отримати бестселер, поклавши край дискусіям про неможливість існування масової та елітної літератури. У цьому, на нашу думку, є унікальність його творчості та секрет успіху.

Отже, мовна особистість персонажа – це зафіксоване відбиття мовної особистості певного типу людини, яку автор може доповнювати або ж

спрощувати відповідно до свого бачення твору, але яка залишається автономною від його власної мовної особистості. Докладно розроблені мовні особистості персонажів вважаємо однією з передумов створення бестселера.

1.3. Колективна мовна особистість та її види

У попередніх підрозділах нашого дослідження приділено увагу феномену мовної особистості, зокрема мовної особистості автора та персонажа. Утім, важливим аспектом є аналіз саме колективної мовної особистості. Уважаємо, що українському народові значною мірою притаманна колективна свідомість, отже, і колективна мовна особистість заслуговує на пильну увагу лінгвістів.

За даними різних досліджень, в українській національній культурі співіснують виміри індивідуалізму та колективізму. Українцям, з одного боку, важливо досягати успіху й відрізнятись за статусом від інших та дбати спершу про власні інтереси, з іншого, важливими є збалансоване співіснування та суголосність цілей із членами групи, належність до якої та взаємини з її членами підвищують якість життя. У цьому разі готовність поступатися власними інтересами заради інтересів групи (навіть релевантної) – завжди свідомий, а не «автоматичний» вибір [144].

У цьому підрозділі розглянемо такі питання, як дефініція колективної мовної особистості, її функціонування в лінгвістичному просторі та певні види згідно з різними класифікаціями.

Питання колективної мовної особистості в українському мовознавстві досліджують В. Ницполь [106], О. Сахарова [127], К. Тараненко [149], В. Шелудько [166] та ін. Потраковуємо поняття колективна мовна особистість як узагальнений образ певної спільноти, групи чи нації загалом, що виявлено в мові та за допомогою мови [166, с. 45].

У сучасних дослідженнях, спрямованих на вивчення національних і соціальних мовних типів, об'єкт дослідження укрупнюється: від конкретної

особистості він змінюється на представника певної соціальної групи або етносу. Отже, відбувається реконструкція узагальненого образу мовної особистості – типового представника своєї національної або соціальної групи, який ідентифікується за специфічними характеристиками вербальної та невербальної поведінки, пов'язаної з його ціннісними настановами.

Л. Засєкіна, виокремлюючи три компоненти у структурі мовної особистості (когнітивний, емоційний та мотиваційний), зазначає, що останній «забезпечує закономірності переходу від оцінювання мовленнєвої діяльності суб'єкта до осмислення себе як мовної особистості, що є носієм культури свого народу та виразником його національної ідентичності» [55, с. 83].

Дослідниця І. Морякіна надає конкретне визначення колективної мовної особистості (на матеріал англійської мови): складна ієрархічно організована система національно-культурних, соціокультурних та індивідуальних особливостей когнітивної та комунікативної діяльності носіїв англійської мови, відбитих у їхній мовленнєвій поведінці [103, с. 17].

Лінгвісти приділяють значну увагу ролі національної мови в процесі формування мовної свідомості. Л. Мацько висвітлює поняття української мовної особистості, визначаючи її як узагальнений образ носія мовної свідомості, національної мовної картини світу, мовних знань, умінь і навичок, мовних здатностей і здібностей, мовної культури та смаку, мовних традицій і мовної моди [91, с. 27].

Наведене визначення мовної особистості, на нашу думку, є оптимальним для потрактування саме колективної мовної особистості – це система, яка виникає в суспільстві та розвивається, ґрунтуючись на здатності вираження та закріплення соціальних відносин і взаємодій. Вона умова та продукт культури, зокрема і постмодерної літератури. Адаптація мовної особистості до змін мовного середовища може бути швидше досягнута, коли береться до уваги ментальність нації та національностей, які входять до складу населення країни; поєднуються громадські та приватні інтереси;

враховується єдність соціальної, індивідуальної та мовної характеристик [41, с. 23].

Термін «колективна мовна особистість» постає на противагу ідіолектній мовній особистості, акцентуючи на свідомому невиокремленні «мовної особистості з відповідного мовного середовища» [122, с. 74].

Отже, незважаючи на пильну увагу до мовної особистості загалом та до колективної мовної особистості зокрема, кількість визначень останньої нечисленна та, власне, відсутня її комплексна дефініція. Щоб закрити цю лакуну, розглянемо деякі аспекти колективної мовної особистості та спробуємо запропонувати власне визначення цього комплексного поняття.

Уважаємо, услід за Т. Космедою, що вивчення мовної особистості доцільно вибудувати на основі текстів (дискурсів), у яких зафіксовано мовлення. Через це наступне питання, яке в нас постає, це функційне навантаження, що виконує колективна мовна особистість, а, оскільки вона пов'язана з текстами, застосуємо наявні класифікації функційного навантаження текстів до поняття колективної мовної особистості. Загальновідомо, що поняття мовної функції багатозначне та багатоаспектне. Ю. Карпенко в «Українській енциклопедії» в статті «Функції мови» перелічує комунікативну, мислеоформлювальну, пізнавальну (пізнавально-відображальну, гносеологічну, акумулятивну), експресивну, імпресивну, інформаційну, фактичну, метамовну, магічну, естетичну тощо [155]. Визначимо, за яких саме функційних обставин виявляє себе колективна мовна особистість.

Як відомо, усі класифікації функцій мови й тексту насамперед називають функцію комунікативну. О. Мазепова констатує, що теорія мовної особистості вийшла за межі лінгвістичного аналізу художнього тексту й отримала розвиток в інших напрямках лінгвістичної науки, об'єктом яких є *комунікативна* діяльність людини [84, с. 276]. У здійсненні цієї функції спостерігаємо також важливу роль колективної мовної особистості. Передавання будь-якої інформації наявне в усіх видах спілкування. Як

приклад участі колективної мовної особистості назвемо різноманітні інтернет-жанри, зокрема коментарі до тих чи тих повідомлень. Увесь масив таких коментарів можна тлумачити як колективну мовну особистість, у разі дискусійних або суперечливих коментарів чітко можна розпізнати кілька таких колективних мовних особистостей, які мають певний лексичний набір, особливості граматичної структури, ступінь використання запозичених слів тощо.

Протилежною є функція *приховування* інформації від тих, хто не належить до певної колективної мовної особистості. Узагальненням тут вважаємо звернення до мови аргі, злодіїв тощо. Утім, і в колективних мовних особистостях, наприклад, лікаря або іншого фахівця наявні фрагменти, які не потрібно розуміти тим, хто цією особистістю не є, тому мовна особистість лікаря буде змінюватися під час спілкування з колегами, пацієнтами або їхніми родичами.

Зрозуміло, що *мислеоформлювальна* функція притаманна колективній мовній особистості під час творення будь-якого повідомлення від цієї особистості.

Розглянемо вияв *естетичної* функції, яку в деяких інших класифікаціях називають також художньою. Під час написання художнього твору справжній митець відбиває в словах наявну мовну свідомість як індивідуальну, так і колективну. Її відбиття в тексті може слугувати досягненню різноманітних завдань тексту. Лінгвальне втілення колективної мовної особистості може посилювати згуртованість тієї чи тієї групи персонажів [110].

Під час виконання *аккумулятивної* функції колективна мовна особистість накопичує певний історичний досвід, закріплює його в тих чи тих мовних одиницях. Доцільно згадати про усну народну творчість, яка підсумовує те, чого навчилося людство, через слово, і в такий спосіб колективна мовна особистість спілкується з наступними поколіннями.

Цікавим є поняття сімейної колективної мовної особистості, що можна виокремити в тих родинах, де зберігається пам'ять про попередні покоління,

їхні заняття, місце проживання, стосунки з іншими членами родини тощо, і ці знання через у певний спосіб кодовану лексику наявні лише в членів родини. Наприклад, у монографії Ф. Бацевича розглянуто мовленнєву сімейну взаємодію в межах «старше – молодше покоління, продемонстровано особливості спілкування матері з дітьми та онуками, піклування про яких було найважливішим у її житті» [9, с. 13]. Ще один приклад сімейної колективної мовної особистості, що складається на основі пісень, наводить Л. Іванова, описуючи пісенні традиції своєї родини [57].

Колективна мовна особистість, як зрозуміло із самого терміна, охоплює певний колектив. Ці колективи можуть бути досить різними: від кількох осіб (скажімо, родина) до всієї нації. У лінгвістичній літературі наявна значна кількість теоретичних праць, які аналізують різні типи колективів. Аналітико-синтетичний огляд таких праць є важливим для побудови теоретичного підґрунтя нашого дослідження.

Значна кількість дослідників вивчає колективну мовну особистість в освітньому просторі. Зокрема, В. Махінов у дисертаційній роботі аналізує мовну особистість у контексті культури й висновковує, що відповідно до принципів культурної поведінки сформовано типові ознаки мовної особистості кожної нації: педантизм німців, емоційна стриманість англійців, імпульсивність італійців, українська гостинність тощо. Між моделями культури та сформованою нею мовною поведінкою відбувається постійна та динамічна взаємодія [88].

О. Горошкіна конкретизує носія мовної особистості в освітній сфері як випускника профільної школи, зосереджуючись на володінні українською мовою. Цікавим для дослідження постає особистість науковця, який оперує значною кількістю текстів, опрацьовуючи чи продукуючи їх, стає учасником різних жанрів дистантного й контактного спілкування (консультація, виступ, дискусія тощо). У цьому контексті доречно говорити про мовну особистість дослідника – суб'єкта міжособистісної, інтертекстуальної діяльності, який має високий рівень сформованості культури мовлення, здатний пізнавати,

описувати, оцінювати, ефективно спілкуватися засобами української мови в науковому просторі. Показниками сформованості мовної особистості дослідника є розвинені мовна стійкість, мовне чуття, мовний смак, що сприяють створенню власних текстів різних жанрів наукового стилю [38].

Мовній особистості студента присвячено розвідку А. Адамович, де основним завданням вважається розвиток уміння вільно висловлювати власну позицію [1]. Схожу проблему вивчає О. Лавриненко, звертаючи увагу на зниження мовної культури в сучасному суспільстві і створюючи мовний портрет сучасного студента, удосконалення якого потребує практичних заходів, спрямованих на гармонізацію розвитку мовної особистості в молоді [80]. Та сама тема цікавить В. Микитенко, яка, досліджуючи формування мовної особистості студента, пропонує власну методику в процесі навчання синтаксису в багатoproфільних коледжах із «застосуванням синергетичного підходу до формування мовної особистості, що приведе до розбудови засад педагогічної синергетики у сфері лінгводидактики, удосконалення методології лінгводидактичного дослідження мовної особистості з позицій синергетичного підходу, принципово нового бачення природи складності мовної особистості як синергетичної системи, а отже, сприятиме творчій самореалізації як студентів, так і викладачів, появи нових педагогічних технологій» [94]. Мовна особистість студента постає також у центрі уваги наукової розвідки Х. Щепанської в аспекті вербально-семантичного рівня, де схарактеризовано мовну особистість студента за частиномовною належністю та «ступенем прояву творчого потенціалу» [170].

Мовну особистість прикладника, тобто фахівця з прикладної лінгвістики, докладно досліджує В. Чернега й констатує, що мовна особистість сучасного прикладного лінгвіста – це сукупність усіх мовних здібностей і мовленнєвих реалізацій особистості в різних комунікативно-функційних типах дискурсу, зокрема професійному. Основними кваліфікаційними ознаками мовної особистості є індивідуальність, соціальна зумовленість, структурованість, комунікативність [162, с. 119].

Проблемі мовної особистості вчителя присвячені роботи М. Пентилюк, яка вважає, що сучасне трактування мовної особистості майбутнього вчителя-словесника ґрунтується на суб'єктно-суб'єктних стосунках учасників навчального процесу, які беруть активну участь у ньому, розвивають своє мислення та мовлення, засвоюючи мову та користуючись нею [108, с. 297]. Мовну особистість учителя, зокрема учителя іноземної мови, досліджує також Л. Морська, на думку якої важливим у процесі формування мовної особистості майбутнього вчителя іноземних мов є «розуміння визначення знання мови, яке передбачає мову як соціальне поняття», знання якої зреалізовано не в розумінні правил поєднання лексичних одиниць у певні синтаксичні конструкції (правила граматики, семантика слів) чи того, як мовні одиниці легше запам'ятовувати для утримування в пам'яті індивіда, а в тому соціокультурному контексті, у якому носій мови задіяний щоденно й ефективно функціонує. Отже, особливого значення набувають культурні моделі використання мови, мовний дискурс, елементи культурознавства, безперечно, не применшуючи важливості знання мови як знакової лінгвістичної системи [102, с. 156].

О. Семенов і Л. Базиль окреслюють також свої наукові інтереси в освітньому просторі, зосереджуючи увагу на мовній особистості учителя та поєднуючи її з науковою проблемою дослідження художньої літератури. Вони доходять важливого висновку про те, що «генетичну основу української мовної особистості становлять українські національно-культурні традиції, мовна свідомість і самосвідомість, соціальні, соціолінгвістичні, психологічні характеристики мовного колективу, національний характер. На цьому підґрунті мовець набуває мовної, комунікативної, культурознавчої компетенцій» [131, с. 11].

Серед дослідників, зацікавлених узагальненою характеристикою персонажів художнього твору, є Л. Гінзбург [31], В. Ницполь [106], О. Сахарова [127], А. Шаповал [164] та ін.

А. Шаповал описує лінгвокультурологічну характеристику персонажів і доходить висновку, що дослідження проблеми колективної мовної особистості художнього тексту враховує аспектуальний і рівневий типи аналізу [164].

Усе поширенішим стає вивчення елітарної мовної особистості, яку вважаємо також певною мірою колективною, оскільки коло її представників є досить широким. А. Романченко започатковує новий напрям лінгвоперсонологічних досліджень – лінгвоелітологію, що має на меті систематизацію загального й ідіосинкретичного у світоглядних орієнтирах, культурі, моралі, мовних виявах і вподобаннях елітарної мовної особистості [121, с. 19].

І. Синиця описує мовну особистість автора в науково-гуманітарному тексті XIX ст. (комунікативний, культурологічний, образно-стилістичний аспекти) і визначає його такими основними характеристиками, як діалогічність, відкритість, полікультурність, креативність тощо [133].

Низка дослідників фокусує увагу на художньому втіленні колективної мовної особистості. Т. Радзівська пов'язує мовну особистість і процес текстотворення «крізь призму комунікативної компетенції мовця, його навичками та вміннями, їхньою реалізацією в різноманітних ситуаціях текстотворення» [119, с. 18]. У центрі уваги дослідниці є також і роль суб'єкта в процесі текстотворення, яку вона розглядає, зокрема, крізь призму проблеми вивчення мовної особистості та пов'язує з комунікативною компетенцією мовця, його навичками та вміннями, їхньою реалізацією в різноманітних ситуаціях текстотворення.

Мовна особистість у художній літературі логічно зумовлює потребу вивчати мовну особистість її перекладача, чим займається, зокрема, М. Іваницька, на думку якої «структура мовної особистості перекладача – це багатовимірний неієрархічний та нелінійний системний мовний та екстралінгвістичний елемент, що взаємопов'язаний та взаємозумовлений. Між рівнями цієї системи немає чітких меж, явища, що описані як елементи

одного компонента, можуть так само бути під впливом іншого. Крім того, кожен компонент можна розглядати в різних контекстах» [59, с. 157].

Н. Петлюченко акцентує увагу на такій рисі особистості, як її харизма, і проводить аналогію між мовною особистістю і національним характером, яка полягає в тому, що «носієм національного й у тому, і в іншому випадку виступає відносно стійка в часі, тобто інваріантна в масштабі самої особистості, частина в її структурі, що є продуктом тривалого історичного розвитку й об'єктом передачі досвіду між поколіннями» [110, с. 394].

Разом з колективними мовними особистостями, які групуються за окремими ознаками, зазначимо також деякі аспекти цього явища, якими цікавляться дослідники. Наприклад, епатажний вияв мовної особистості вивчає В. Ницполь – це персонаж серійного вбивці; у дослідженні розглянуто «структурні, онтологічні та просторові концептуальні метафори з метою збагнути світогляд персонажа серійного вбивці та зрозуміти його оцінку навколишнього середовища» [105, с. 6].

Мовлення персонажів української сучасної драми як колективної мовної особистості вивчає О. Сахарова. Зокрема, вона досліджує нестандартні, індивідуальні картини світу персонажів, що вможливорює їхню інтерпретацію як креативних, ігрових мовних особистостей. У мові це відбито в мовній грі, жартах, прийомах комічного тощо [127].

Узагальнену мовну особистість блогера аналізує І. Волосенко. До важливих характеристик блогерської комунікації вналежнено «необмежену кількість учасників (студентів, викладачів, громадських діячів), спонтанне залучення до дискусії в будь-який час, широкі можливості пошуку за гіпертекстової структури електронних документів, вільний доступ до електронних ресурсів» [30, с. 110].

Мовна особистість брехуна, на думку Л. Терещенко, являє собою «когнітивно-дискурсивну сутність, природа якої може бути досліджена лише системно. У конкретній комунікативній події суб'єкт неправдивого мовлення виступає одночасно й суб'єктом саморефлексії, здатним оцінити свою

поведінку, ідентифікувати власне висловлювання як неправду, а наміри як нещирі. Основу механізму саморефлексії становить зіставлення суб'єктом неправдивого мовлення своїх характеристик із наявним у його свідомості концептом БРЕХУН (LIAR). Лише в разі збігу цих характеристик мовець може ідентифікувати себе як брехуна. Усвідомлення себе як брехуна є обов'язковою характеристикою суб'єкта неправдивого мовлення, без якої він переходить до іншого класу мовців: того, хто щиро помиляється, жартівника тощо» [150, с. 298].

О. Попова приділяє увагу колективній мовній особистості міста Миколаєва, зазначаючи, що «тривалі процеси асиміляції, розмивання поняття «рідна мова» через пропаганду двох рідних мов сформували специфічну ментальність мешканців півдня України, у якій російське не усвідомлюється як інше, відокремлене від свого, українського. Ідентичність таких людей розмита, зв'язки зі своєю культурою ослаблені...Мовна свідомість жителів міста може змінитися завдяки домінуванню української мови в усіх сферах суспільного життя (як це зазначено в Конституції України), особливо у засобах масової інформації, оскільки вплив ЗМІ на свідомість людей має неабияке значення» [115, с. 89].

Аналізуючи збірний образ мовної особистості американського журналіста, І. Данильченко звертає увагу на гендерний і віковий аспекти та доходить висновку, що «модель мовної особистості американського журналіста, де гендер і вік авторів розглядаються як визначальні параметри організації мотиваційного, лінгвокогнітивного та вербально-дискурсивного рівнів. Як параметри мотиваційного рівня гендер і вік журналістів зумовлюють актуалізацію структур лінгвокогнітивного рівня, що впливають на вибір номінативних одиниць і синтаксичних конструкцій» [42, с. 18].

Розглянувши потенційне функційне навантаження, яке може виконувати колективна мовна особистість, і різноманітні угруповання, які можна вважати колективними мовними особистостями, пропонуємо деталізоване визначення колективної мовної особистості як узагальнений

образ носіїв мови або кількох мов, представників певної спільноти (учасників освітнього процесу, фахівців, авторів, політиків тощо), об'єднаних різноманітними критеріями (гендер, вік, креативність тощо), чи нації загалом, що виявляється в мові та за допомогою мови, який може розкриватися під час виконання комунікативної, мислеоформлювальної, художньої та акумулятивної функцій мови.

Персонажі того чи того художнього твору є представниками певного народу, соціальної групи, спільноти й можуть бути виділені як окрема колективна мовна особистість, що вможлиблює їхній лінгвістичний аналіз. Водночас національно маркована колективна мовна особистість персонажів художніх творів, на жаль, залишається поза увагою вітчизняних лінгвістів, у чому переконує докладний аналіз новітніх наукових розвідок.

Під національно маркованою колективною мовною особистістю персонажа розуміємо групу представників одного етносу в тому чи тому художньому творі, які мають власну картину світу, відбиту в мові. Важливим для українськомовної особистості є збереження в активному вжитку і передавання наступним поколінням власне української лексики, що є маркером колективної національно маркованої мовної особистості. У цьому процесі, на нашу думку, провідну роль відіграють художні тексти, творчість тих письменників, які через персонажі відтворюють національну свідомість, ідентичність того чи того народу. Переконані, що дослідження національно маркованої колективної мовної особистості персонажів можливе лише через порівняння її з іншими колективними національно маркованими мовними особистостями. Саме на такому протиставленні побудовані бестселери В. Шкляра « Чорний Ворон», «Чорне Сонце», «Маруся» і «Характерник». Уживання національних мовних маркерів, мовних кодів зближує персонажів з потенційним читачем, оскільки він відчуває себе частиною українськомовної спільноти, зображеної в художньому творі. Це сприяє також популяризації національно маркованої лексики, активнішому її вживанню, передаванню від покоління до покоління. Отже, вважаємо дослідження

колективної національної мовної особистості персонажів затребуваним в українському мовознавстві та важливим для збереження нашої національної ідентичності.

1.4. Індивідуальна мовна особистість та її види

У попередньому підрозділі роботи увагу зосереджено на особливостях колективної мовної особистості, оскільки сукупність персонажів того чи того твору в певний спосіб є саме такою особистістю, зокрема у творах В. Шкляра – це українськомовна спільнота певного історичного періоду. Утім, кожна колективна особистість складається з індивідумів, тому в цьому розділі розглядаємо теоретичні засади аналізу індивідуальної мовної особистості загалом та індивідуальної особистості лідера зокрема. На думку А. Богущ, успіх мовленнєвої діяльності, її результативність залежать від рівня розвитку мовної особистості, її культури мовлення та тих, з ким вона спілкується [19, с. 13].

Проблеми мовної особистості вивчає один з наймолодших розділів мовознавства – лінгвоперсонологія, присвячена вивченню мовної особистості, чинників її формування, становлення та розвитку. В україністиці цю галузь розробляють А. Загнітко [54], А. Романченко [122] та ін. За визначенням А. Загнітка, «лінгвоперсонологія – розділ мовознавчої науки, яка вивчає мовну особистість у її цілісності. Мовна особистість – це сукупність усіх мовних здібностей і реалізацій особистості, де мовна особистість має два основних концептуальних виміри – однопersoнологійний і поліpersoнологійний. Перший репрезентує окрему мовну індивідуальність в усьому обширі її виявів – часовому, просторовому, еволюційному, культурно-естетичному, соціумному, лінгвокультурологічному та ін.» [54, с. 10].

А. Загнітко досліджує поняття лінгвоіндивідуації та лінгвоіндивідуалізації мовної особистості: «Лінгвоіндивідуація співвіднесена

з природним процесом розвитку особистості, що свідчить про два основних різновиди лінгвоіндивідуації: зовнішню та внутрішню. Перший ґрунтовано на утвердженні власного мовного «Я», створення мовної маски з її адаптуванням до відповідного мовного середовища. Лінгвоіндивідуалізацію варто розглядати як навмисне виділення суб'єкта, пов'язане з його прагненням набутти мовної самості, впізнаваності, витворити такі прийоми мовного оперування, коли вони набувають статусу діагностичних індикаторів. Граничним виявом лінгвоіндивідуалізації можна вважати okazіonalіstiku» [52, с. 60].

У теоретичних працях запропоновано різні класифікації мовних особистостей. Утім, Ф. Бацевич виділяє такі типи мовних особистостей:

- 1) раціонально-евристичний (демонструє здоровий глузд, іронію);
- 2) авторитарний (тяжіє до взаємин підкорювання, виявляє жорстоку імперативність);
- 3) куртуазний (виявляє тяжіння до етикетності);
- 4) інвективний (схильний до прямої вербальної агресії);
- 5) акцентуований (особистості, які перебувають на межі психічної норми й патології) [7, с. 44].

А. Загнітко класифікує мовні особистості за критерієм етапів їхнього розвитку: «мовна особистість у своєму становленні проходить два основні етапи лінгвоіндивідуаційних виявів:

1) зовнішньоперсонологійний, коли спонтанно формовано потенціал мовних здібностей як самостановлення індивідуальності через зміцнення «Я», виділення власної основної функції та домінувальної настанови, розвиток своєрідної «маски», через яку активізується сам індивід, пристосовується до вимог соціуму;

2) внутрішньоперсонологійний, у який найактивнішою постає «посвята у внутрішню дійсність», функційно навантаженим є поглиблене самопізнання та водночас пізнання людської природи. У цей період піддавано внутрішньому аналізу все раніше пізнане й накопичене, формовано цілісну

картину самоусвідомлення, внутрішнього та зовнішнього зв'язку з Всесвітом, усталеною світобудовою» [54, с. 2].

А. Романченко будує типологію мовних особистостей «на основі членування двох основних типів мовних особистостей (полілектної та ідіолектної), які поділяються на підтипи. Такі підтипи вирізняють за певними ознаками. Скажімо, за професійною чи громадською діяльністю виокремлюють мовну особистість адвоката, журналіста, менеджера, телеведучого, юриста, студента, політика, бізнесмена, громадського діяча, президента тощо; за національністю – українську, німецьку, японську мовну особистість; за часовою ознакою – сучасну чи історичну мовну особистість, наприклад, мовну особистість писаря того чи того століття, мовну особистість пізнього Середньовіччя; за соціальним статусом – мовну особистість інтелігента, міщанина, робітника, селянина; за національно-культурною ознакою – мовну особистість східної і західної культур; за місцем мешкання – міського або сільського жителя; за гендерною ознакою – мовну особистість чоловіка та жінки; за віком – дорослого, дитини; за типом мовленнєвої культури – елітарну, середньолітературну, літературно-розмовну, фамільярно-розмовну, просторічну, діалектну мовну особистість; за мовними рівнями – словникову, орфографічну, синтаксичну; за ставленням до учасників спілкування – конфліктну, центровану та кооперативну [121, с. 75].

Отже, на нашу думку, ця типологія є відкритою, яку можна продовжити та поширити в численних напрямках.

Як представників індивідуальної мовної особистості можна зазначити також такі дещо незвичні індивідууми, як, наприклад, модельна мовна особистість, яку досліджує І. Іванова, зазначаючи, що в українській рекламі для структурування та подальшої експлуатації модельної мовної особистості залучено й багато інших статусно-рольових та особистісних якостей, серед яких можна визначити, наприклад, «спеціаліста-консультанта», «молодь», «спокусницю», «домогосподарку», «дитину», «багатія», низку комічних і казкових персонажів тощо [59].

Досліджуючи мовну особистість журналіста, О. Черниш стверджує, що «саме тезаурусний та прагматичний рівні є тими складниками, у яких можна простежити власне мовну особистість журналіста. На тезаурусному рівні виявляється можливим простежити індивідуальний вибір, особистісну перевагу тих чи інших мовних засобів. На мотиваційному рівні індивідуалізація мовної особистості досягає своєї межі – журналіст під час створення тексту враховує чинник адресата, читача, його пресупозицію, ступінь інформованості, а також намагається досягти перлокутивного ефекту, тобто маніпулювати думкою читача, залучити його на свій бік, змусити думати над порушеною автором проблемою тощо. Зважаючи на сказане, комплексний аналіз усіх трьох рівнів МО може надати повне уявлення про МО журналістів, включно з особливостями стилю, мовну картину світу та світогляд авторів» [163, с. 387].

І. Велика обирає об'єктом свого дослідження віртуальну мовну особистість, яка, «подібно до реальної мовної особистості, має певні індивідуальні риси, виражає своє бачення процесу комунікації у віртуальному просторі, однак партнер по комунікації не ідентифікує її як реальну особистість. Віртуальна мовна особистість являє собою вербалізований образ, що є продуктом віртуальної комунікації, а потім зникає у віртуальному просторі. Проідентифікувати віртуальну мовну особистість не є можливим – вона замінює реальну мовну особистість у процесі комунікації, переслідуючи певні цілі» [24].

Одним з нових напрямів дослідження індивідуальної мовної особистості є гендерний аспект. Його досліджують Г. Бабаш [3], О. Боговик [18], Н. Нера [104], Н. Школяр [167] та ін. На нашу думку, важливими висновками цих досліджень є такі положення: жінки менш прямолінійні та ввічливі в спілкуванні, аніж чоловіки; жіночий стиль спілкування зорієнтований на співпрацю, тоді як чоловічий – на суперництво. Фемінна комунікативна поведінка наповнена різноманітними емоційними станами, що

і є багатим полем для дослідження емотивності, а кожна емоція людини є результатом певного виду оцінки [104, с. 19].

Особливе місце серед інших мовних індивідуумів посідає елітарна особистість. А. Романченко вналежнює до неї відомих особистостей, чия наукова, художня чи інша творчість є національною спадщиною. Це дослідники, які працювали в різних галузях науки – природничих і гуманітарних, творчі особистості. Незалежно від того, яку галузь вони репрезентували, чи брали участь у літературному процесі, чи працювали зі словом, завдяки високому рівню комунікативної компетенції, особливостям мовної свідомості, творчим здібностям названі особистості були носіями елітарного типу мовленнєвої культури [121].

Низка лінгвістів присвячує свої дослідження мовній особистості конкретної людини – письменника, вченого, політичного лідера тощо. Зокрема, мовну особистість Тараса Григоровича Шевченка вивчають Т. Космеда, М. Мозер, Л. Мацько та ін. Т. Космеда наголошує на тому, що особистість Тараса Шевченка репрезентує портретний тип української нації, етнічний характер українця [73]. М. Мозер осмислює мовну біографію Т. Шевченка та її місце в становленні авторського ідіолекту й модерної української мови, зважаючи на говіркову основу та чужомовний (російський, польський) аспект мовно-мовленнєвого портрета поета, що безпосередньо впливає на становлення літературної української мови [97]. Л. Мацько звертає також увагу на роль лінгвокультурної спільноти в становленні мовної особистості Кобзаря, зазначаючи, що лінгвокультурна спільнота впливає на формування усвідомлених знань конкретної практичної мови та сприяє формуванню мовної (лінгвістичної) свідомості як науково осмисленого відбиття концептуальної картини світу та як системи поглядів на мову, репрезентованих у мовній поведінці [92, с. 178]. Дослідниця Л. Мацько вивчає також українську елітарну мовну особистість на прикладі поетичної мовотворчості А. Малишка [90].

Інша мовна особистість, яка є у фокусі уваги Т. Космеди, – Іван Франко як письменник, мовознавець, оратор, викладач, юрист [72]. Авторка наводить таке визначення мовної особистості: «Це репрезентований у мові та мовленні фрагмент свідомості мовця, що містить три рівні: вербально-семантичний, тезаурусний та мотиваційно-прагматичний» і подає опис теоретичних понять, що окреслюють концепти «мовна свідомість», «мовна спроможність», «мовна особистість» (*Homo loquens*) і зазначає, що мовна особистість – це багатогранний феномен, що складається із сукупності *Homo cogitans*, *Homo agens*, *Homo communicans*, *Homo sentiens*, *Homo ethnicus / habitus*, *Homo sentiens* [72, с. 15].

Лінгвіст Т. Должикова, досліджуючи мовну особистість Пантелеймона Куліша, визначає екстра- та інтралінгвальні чинники формування письменника як мовної особистості; описує значення його редакторської і видавничої роботи, мовознавчих студій і перекладацької діяльності для становлення норм літературної мови; висвітлює погляди П. Куліша на проблему мовно-національної єдності [46].

С. Ігнат'єва аналізує мовну особистість О. Гончара на матеріалі «Щоденників» письменника, визначає кореляційні зв'язки між лінгвістичними та психологічними змінними в межах провідного модусу мовної особистості та її аксіологічні параметри, виявлені в мемуарних жанрах О. Гончара [60].

Мовну особистість У. Самчука досліджують Ю. Артемова та В. Стецій. Ю. Артемова вважає, що митець у своїй творчості «реалізує як об'єктивні фонові знання соціуму, до якого належав автор, так і суб'єктивні – притаманні лише його індивідуальності. Творчість письменника позначена новизною й соціальним звучанням порушених ним проблем, вербалізованих актуальними для його доби засобами мови, – це самобутнє явище в мовно-літературному процесі ХХ ст.» [2, с. 156]. В. Стецій приділяє особливу вагу світогляду письменника та зауважує, що «його спосіб мислення та індивідуальний мовний стиль письма був сформований перипетіями багатого

на події життя» [145, с. 15].

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що мовну особистість письменника визначено подіями його життя, як екстралінгвальними, так й інтралінгвальними чинниками.

Іншою елітарною індивідуальною мовною особистістю є особистість дослідника М. Фуко. М. Кратко, аналізуючи мовну особистість науковця, говорить про відбиття в кожному тексті авторського «я», яке виконує різні функції. У сучасних мовознавчих дослідженнях виділяють такі функції, відбиті в мовній поведінці:

- 1) інформативна – передавання певної інформації;
- 2) експресивна – вираження своїх психічних станів;
- 3) імпресивна (або апелятивна) – створювання в реципієнта певних станів;
- 4) перформативна – встановлення певних фактів або зв'язків через мовний матеріал;
- 5) фатична – нав'язування, підтримування або закінчення мовного контакту [75, с. 12].

Н. Майборода дослідила мовну особистість Дмитра Яворницького, базуючись на його художніх творах, і дійшла висновку, що «письменник активно використовує побутову лексику, що позначає реалії народного життя, яка разом зі стилістично забарвленою лексикою різного ступеня експресивності відображає мовний колорит епохи. Як експресивний елемент використана також просторічна лексика, фразеологічні одиниці – як традиційні, так і модифіковані автором. Він був прихильником етнографізму, тому в його творах переважають стійкі поєднання із живої розмовної мови. Найбільш семантично та естетично значущими словами його мовної картини світу є *козак, степ, пісня, Дніпро, Україна, Хортиця, Байда, душа, серце*» [85]. Г. Крохмальна дослідила мовну особистість українського вченого Івана Денисюка на основі його наукових праць у галузях літературознавства і фольклористики, генології, поетики, наратології, інтертекстуальності та

визначила його оригінальний науковий підхід і стиль, що має ознаки взаємовпливу художньо образного й науково точного мислення, орієнтованого на читача [76].

Оскільки матеріал нашого дослідження безпосередньо пов'язаний з особистостями історичних постатей, лідерів, особливий інтерес для нас становлять теоретичні праці, у яких аналізують саме такі мовні особистості.

Зокрема, Л. Славова досліджує лінгвокогнітивні та дискурсивні особливості вияву мовної особистості лідера на матеріалі американського та українського політичних дискурсів, здійсненого крізь призму лінгвоперсонології. Мовознавиця вибудовує різні типології мовних особистостей, аналізуючи їх на трьох рівнях: мотиваційному, лінгвокогнітивному та дискурсивно-вербальному – і пропонує своє власне трактування поняття публічної мовної особистості, що визначається як особистість громадського діяча чи політика, яка має регулярний досвід публічних виступів і своєрідний мовленнєвий імідж, що сприяє її популярності та відіграє важливу соціальну роль у конкретній етнокультурній спільноті [137].

О. Сидоренко фокусує увагу на формуванні мовленнєвої компетентності комунікативного лідера та доходить висновку, що «комунікативне лідерство мовних особистостей передбачає, що його носії при вирішенні актуальних державних і суспільно-фахових завдань посідають у колективі та суспільстві провідне місце серед інших подібних мовних особистостей, вирізняючись серед них вищим рівнем інтелекту, досконалішим професіоналізмом, стійкішою психікою та міцнішою волею до діяльності, вищою моральністю й етичністю та високою культурою поведінки й мовної комунікації. Мовець має постійно працювати над розвитком мислення, запам'ятовуванням, відтворенням, згадуванням інформації, аналізом і синтезуванням матеріалу, володіти багатим лексиконом, комунікативними моделями, мовним слухом, мовним чуттям» [132, с. 161].

Важливу думку щодо комунікативних стратегій переконання лідера

висловлює Л. Монастирська, яка визначає ознаки його мовної особистості, що зумовлюють використання ним тих чи тих стратегій переконання:

- мовні засоби, якими він користується для впливу на формування колективної свідомості в певній дискурсивній спільноті;
- здатність лідера аргументовано та чітко закликати аудиторію до потрібних дій;
- апелювання до емоцій;
- орієнтування на універсальні цінності (об'єднання нації, рівність, гідність, любов до Батьківщини, честь, родина й інші) [99, с. 179].

Політики, які розмовляють різними мовами, стають об'єктом лінгвістичних досліджень. Наприклад, Я. Главсова та О. Євланова вивчають мовну особистість на матеріалі чеської мови. Перша наголошує на лінгвістичному втіленні мовної особистості: «У своїй промові політик використовує широкий спектр різнорівневих мовних засобів для підкреслення найважливішої інформації, у тому числі виділяються синтаксичні та інтонаційні засоби, що складають мовну особистість» [50, с. 76]. О. Євланова зосереджує також увагу на суб'єктивних стратегіях політика як мовної особистості: «Протягом багатьох років на посаді прем'єр-міністра А. Бабіш опанував стратегії політичного мовлення, які полягають у відсутності чіткої відповіді на питання модератора, затягуванні діалогу, повторі вже відомих фактів, скороченні дистанції між оратором та глядачем та ін.» [50, с. 77].

Н. Петлюченко досліджує мовні особистості українських та німецьких лідерів, роблячи акцент на їхній харизмі. Науковиця аналізує мовні особистості Й. Фішера, Г. Шредера, А. Меркель, В. Ющенка, Ю. Тимошенко, В. Януковича та доходить висновку, що «при порівнянні вербального параметра ознаки апелятивності харизматичного лідера у двох лінгвокультурах, тобто поверхневої структури заклику, ми можемо спиратися як на семантико-синтаксичні засоби експліцитних та імпліцитних апелятивів, які притаманні парадигмі заклику взагалі, так і виокремлювати суто

«харизматичні» експліцитні та імпліцитні апелятивні засоби, які ми навели в другому пункті запропонованого *Tertium comparationis*. Вони, зі свого боку, визначаються дискурсивними стратегіями та тактиками кожного окремого харизматичного політичного лідера та відбивають індивідуальні й національні ментально-культурні ознаки в дискурсі кожного з них» [109, с. 179].

А. Манько приділяє також увагу мовній особистості А. Меркель, базуючись на численних роботах, де досліджувалася мовна особистість багатьох лідерів: Н. Саркозі (В. Фенина), Б. Обама (С. Гесслер, К. Трошина, Е. Шустрова), Х. Клінтон (Е. Храброва) і ін.); оцінка в промовах Р. Херцога, Г. Коля (І. Езан), індивідуально-авторський концепт у передвиборній боротьбі Дж. Буша, Дж. Керрі (Н. Ноблок); системи концептуальних метафор (концептуальні метафори У. Черчілля, М. Тетчер, Б. Клінтона, Т. Блера, Буша (Дж. Чартеріс-Блек), Х. Д. Перона (Д. Бехо), Г. Шредера тощо)» [86]. Інтерпретуючи мовну особистість політичного лідера Німеччини Ангели Меркель як абстракцію від результатів використання мови, А. Манько виділяє «в її структурі когнітивну, вербальну та прагматичну системи, що характеризуються набором 69 унікальних особливостей. Результати аналізу мовної особистості цього політика вказують на те, що вербальна система Ангели Меркель характеризується чіткістю, інституціональністю та імпліцитністю, а також вона орієнтована переважно на універсальні й групові цінності» [86].

С. Соколовська вивчає мовну особистість Девіда Кемерона на матеріалі його публічних виступів і характеризує його як мовну особистість, здатну аргументовано та емоційно переконливо закликати народ до дій, що визначають подальші якісні зміни в житті британського суспільства. Когнітивна система політика орієнтована переважно на універсальні цінності (добра, честі, згуртованості, любові до країни тощо), а його комунікативна поведінка сприяє їхньому культивуванню у своїй країні та за її межами, що досягається через вироблену систему стратегій і тактик. Вербальна система

мовної особистості Д. Кемерона характеризується чіткістю, інституційністю та експліцитністю [140].

У дослідженні, авторами якого є О. Полякова, Л. Гастинщикова, А. Щербина, розглянуто відтворення мовної особистості президента України Володимира Зеленського у військово-політичному дискурсі, а саме її «структурно-мовний, прагматичний та когнітивний рівні. Структурно-мовний рівень досліджено окремо на лексичному, стилістичному та синтаксичному рівнях. На когнітивному рівні проаналізовано відтворення в перекладі англійською концептів «захисника України», «країни-терориста», «партнерів» та «українського народу». На прагматичному рівні досліджено специфіку відтворення в перекладі англійською найбільш значущих настанов Президента України до українського народу: настанову на відбудову України в післявоєнний період; настанову на покарання країни-терориста після закінчення війни; настанову на згуртованість українського народу для протидії Росії, настанову на перемогу України у війні проти Росії» [111, с. 230].

Отже, загальний успіх комунікації мовних особистостей залежить від рівня індивідуальної мовної особистості, яку вивчає така наука, як лінгвоперсонологія. Вона спрямована на побудову складної конструкції колективних та індивідуальних мовних особистостей, що перебувають у взаємодії. Індивідуальна мовна особистість може базуватися на об'єктивному процесі розвитку мови (лінгвоіндивідуація) або на суб'єктивному процесі набуття мовної самості (лінгвоіндивідуалізація).

1.5. Методологія основа дослідження мовної особистості персонажа у бестселерах В. Шкляра

Важливим для нашого дослідження є визначення основних принципів методології його реалізації. Вибір тих чи тих методів вивчення особливостей

мовної особистості персонажа в бестселерах В. Шкляра зумовлений специфікою об'єкта та предмета наукової розвідки.

Проблемами методологічного забезпечення філологічних досліджень займаються такі вітчизняні науковці, як Л. Іванова [58], О. Селіванова [128], Ф. Бацевич [7], С. Богдан [16] тощо. Їхні наукові роботи стали теоретико-методологічним опертям для нашої дисертаційної роботи.

Дослідження мовної особистості персонажа бестселерів В. Шкляра в дисертаційній роботі здійснено в двох аспектах: аналіз лінгвальних особливостей національно маркованої колективної мовної особистості персонажа та специфіки комунікативних стратегій мовної особистості лідера, що вможливорює різнобічний підхід до досліджуваних мовних явищ.

Процес дослідження мовної особистості персонажа відбувався в кілька етапів, кожен з яких потребував залучення специфічної окремої системи методик і принципів аналізу: загальнофілософських, стилістичних, культурно-соціальних, психологічних, лінгвістичних тощо.

У дисертації використано такі основні методи: метод суцільного вибирання, синтез, аналіз, аналогія, індукція та дедукція.

На початкових етапах нашої роботи активно залучено метод **суцільного вибирання**, який полягає у виокремленні лінгвістичних одиниць з художніх творів (у дисертації – це бестселери В. Шкляра) для формування фактичного матеріалу дослідження. Найосновніша вимога до вибирання – його репрезентативність, що визначено генеральною сукупністю і однорідністю.

У роботі застосовано метод **аналізу**, що передбачає мисленнєве розкладання досліджуваного об'єкта на основні елементи для вивчення його структури, окремих ознак, властивостей, внутрішніх зв'язків, відношень. Коли за допомогою аналізу окремі явища вивчені, настає наступна стадія пізнання – **синтез**, який полягає в уявному поєднанні складників, елементів, властивостей, зв'язків досліджуваного об'єкта, розкладеного внаслідок аналізу, та вивчення цього об'єкта як єдиного цілого. Результатом синтезу

постає цілковито нове утворення, властивостями якого є не лише зовнішнє поєднання досліджуваних компонентів, але й результат їхнього внутрішнього взаємозв'язку і взаємозалежності. Аналіз фіксує те специфічне, що відрізняє частини одна від одної. Синтезу відкриває істотне, спільне, що пов'язує частини в одне ціле. Ми аналізуємо як теоретичні праці, дотичні до нашого дослідження, так і фактичний мовний матеріал, синтезуючи отримані факти й положення.

Для дослідження національно маркованої колективної мовної особистості в бестселерах В. Шкляра використано **аналогію** – пізнання одних явищ і процесів на основі їхньої схожості з іншими.

У роботі звернулися до методу **індукції** для узагальнення результатів спостережень і **дедукції** для виведення окремих висновків дослідження із загальних положень.

Потрактуюючи художній текст як комунікативний простір, у якому реалізовано взаємодію між автором, персонажем і читачем, у дослідженні застосовуємо метод **діалогічної інтерпретації** тексту. У цьому разі актуальним вважаємо теорію О. Селіванової, яка виділила сім етапів цього процесу. Першим етапом є встановлення діалогічних відношень аналізованого тексту із системою інших текстів у текстовій синтагматичній і парадигматичній, що передбачає визначення мовленнєвого жанру, типу текстами, їхніх стилістичних, структурних, змістовних, прагматичних і функціональних ознак. Другий етап методу діалогічної інтерпретації зумовлено діалогічністю тексту як знака з особистістю адресанта в соціокультурному контексті творення і передбачає вияв місця тексту у творчості автора, інтерпретацію авторського задуму й інтенцій, реконструкцію відбиття в текстовій моделі уявної дійсності авторського світогляду, структури свідомості, зокрема й ментального лексикону мовної особистості. Третім етапом методу діалогічної інтерпретації є вияв діалогічних відношень тексту з особистістю адресата, його свідомістю, настановами, інтерпретантою; це характеристика значущості тексту для

епохи його рецепції, оцінка ефективності й функції тексту щодо інтерпретатора. Цей етап ґрунтовано на реконструкції вбудованої в текст програми адресованості, закладеної автором орієнтовно на уявного ідеального читача. Четвертий етап методу діалогічної інтерпретації являє собою опис діалогічних відношень тексту та комунікантів з інтеріоризованим буттям через вияв співвідношення можливого світу описаних у тексті подій з реальними подіями, фактами біографії адресанта, а також з огляду на значущість тексту для епохи його творення й рецепції. На п'ятому етапі методу діалогічної інтерпретації здійснюють дослідження діалогічності тексту із семіотичним універсумом культури на підставі рекурсивно-прокурсивних зв'язків тексту з іншими текстами й продуктами культури етносу чи цивілізації, а також відстеження метаобразів тексту, що відбивають архетипи як праформи свідомості та забезпечують єдність, цілісність і закономірності текстового сприйняття. Шостий етап методу діалогічної інтерпретації потребує від дослідників звернення до діалогічності внутрішнього семіотичного простору тексту з огляду на реконструкцію текстового концепту, опис тематичних макроструктур, вияв значимості їхнього поєднання й чергування в тексті, характеристики концептуального простору тексту, мовних засобів концептуалізації, глибинних смислів, підтексту. Сьомий етап методу діалогічної інтерпретації є обґрунтуванням головних текстових категорій і мовних засобів їхньої репрезентації. Аналіз певних образних засобів, стилістичних фігур, принципів висування здійснюється одночасно з характеристикою семіотичного простору тексту, описом діалогічності тексту з іншими складниками дискурсу.

Іншим важливим для нашого дослідження є *контекстуально-інтерпретаційний* метод, під яким трактуємо сукупність процедур, спрямованих на встановлення статусу тексту щодо інших текстів, його значущості в соціокультурному контексті, а також на реконструкцію авторського (комунікативного) задуму, мотивів і цілей, загального змісту, рецептивного спрямування тексту. Контекстуально-інтерпретаційний метод

передбачає два етапи: контекстуалізацію та інтерпретацію. Контекстуалізацію спрямовано на вияв жорсткої системи безперервного контексту, у межах якого здійснюється розвиток відповідної теми й розкриття концепту тексту. У цьому разі враховують контексти породження (світогляд, індивідуальна свідомість, лексикон автора, індивідуальна свідомість, лексикон читача, їхнє занурення до універсуму культури, відповідного світу дійсності), комунікативний контекст, макроконтекст цілого текстового масиву та мікроконтексти (операційні контексти) фрагментів тексту.

Важливими лінгвістичними методами, які використано в нашому дослідженні, є *описовий, дефініційний, функційний і семантико-стилістичний*.

Висвітлення результатів нашого наукового дослідження здійснювалося із застосуванням *описового (deskриптивного)* методу, під яким тлумачимо сукупність дослідницьких прийомів, що використовують для характеристики мовних явищ на певному етапі розвитку мови, тобто мову вивчають у синхронному зрізі. У нашій роботі описовий метод використано для характеристики особливостей функціонування різноманітних лінгвальних одиниць, пов'язаних з індивідуальним та колективним мовленням персонажів.

Дефініційний метод слугує для відбору тих лінгвістичних феноменів, які є предметом аналізу в кожному розділі, наприклад, *прізвисько, звертання, фразеологізм, гумор* тощо. Дефініційний аналіз – це логічна операція, спрямована на розкриття змісту певного поняття, однак у цьому разі дослідницьку увагу загострено лише на істотних ознаках, що мають бути достатніми для з'ясування його властивостей та відмежування від інших суміжних понять. Дефініційний аналіз належить до традиційних методів семантичних досліджень. Він дає змогу співвідносити значення певних лексичних одиниць, використовуючи словникові тлумачення.

Функційний метод передбачає аналіз одиниць різних рівнів мови, передусім їхнє комунікативно-системне, а не структурно-системне

дослідження. Цей метод використано для встановлення значущості певних закономірностей функціонування мовних засобів для специфіки мовленнєвої системності стилю; пов'язано з ідеєю єдності лінгвального й екстралінгвального аспектів мовлення. Це визначає особливу важливість принципу системності, що дає змогу кожну мовну одиницю аналізувати в контексті подібних й у співвідношенні з екстралінгвальними чинниками, тобто у функційній стилістиці лінгвістичні явища трактують в аспекті їхньої текстотвірної ролі. Цей метод має особливе значення для антропоцентричного підходу до вивчення мовних явищ; водночас потрібний і комплексний – міждисциплінарний метод, що передбачає врахування знань суміжних дисциплін (гносеології, психології, психолінгвістики, етнолінгвістики тощо), врахування базових екстралінгвальних чинників, які впливають на закономірності функціонування мовних засобів, формуючи специфіку стилю і його мовленнєву організацію на рівні мікро- і макротексту. Принципи функційного методу використано під час аналізу функціонування елементів індивідуального мовлення персонажів творів В. Шкляра.

Метод *семантико-стилістичного* аналізу (його нерідко називають ще стилістичним аналізом), що полягає у виявленні співвідношення мовних засобів, якими експресивно виражається інтелектуальний, емоційний чи естетичний зміст мовлення (або тексту) до змісту інформації, також використано в нашому дослідженні. За допомогою цього метода проаналізовано мовні особливості, які створюють індивідуальність героїв бестселерів В. Шкляра.

Лінгвокультурологічний аналіз художнього тексту широко використано у дисертаційній роботі, оскільки докладно проаналізовано національно марковану колективну мовну особистість. Цей метод полягає у виявленні різнорівневих мовних одиниць, що безпосередньо зазначають народномовне, лінгвоетнічне, країнознавче середовище/джерело, слугують засобами позначення етнічної дійсності, мають чітко виражене національне забарвлення, орієнтують на етноідентифікацію відтворюваних реалій,

служать маркерами національної картини світу; у встановленні культурної (народознавчої) семантики різнорівневих лінгвоодиниць та їхнього співвіднесення з певним етносом; у з'ясуванні народознавчого характеру повідомлюваної в тексті інформації; у пошуку та описові особливостей реалізації в тексті ментальності автора. Актуальними для нашого дослідження завданнями цього методу є такі: схарактеризувати загальний культурний фон, представлений у тексті, встановити співвіднесення тексту з певною культурою, етносоціумом, що реалізує культурну дійсність, виявити мовнокультурний феномен тексту з позицій ментальності автора, у контексті доби; пізнати мовнокультурну своєрідність тексту з урахуванням та на основі сфери спілкування й ситуації, на яку орієнтований текст, функцій тексту, чинника адресата; встановити мовні одиниці, що пов'язані з певним культурним, лінгвокультурним, народознавчим контекстом і забезпечуть відтворення етнодійсності в тексті.

Під час аналізу мовної особистості Марусі в одноіменному бестселері В. Шкляра звернулися до *гендерного методу лінгвістики*. Особливістю гендерного аналізу є імпліцитне припущення щодо соціальної зумовленості більшості явищ у мовленні, що відбивають взаємозв'язок мови і статі.

Висновки до першого розділу

Наразі вчення про мовну особистість є актуальним, затребуваним, оскільки дає змогу досліджувати комунікативну сутність мови. Сучасна лінгвістика перейшла в площину антропоцентричних наук, змінивши вектор наукових досліджень від статичного, системно-структурного опису мовних явищ до досліджень того, як та чи та особистість виражає себе в мові. Крім цього, сучасні лінгвісти, не обмежуючись суто мовним матеріалом, активно послуговуються досягненнями суміжних наук, центром дослідження яких є людина: логіки, психології, філософії, соціології, літературознавства тощо.

Важливими поняттями сучасної лінгвістики є мовна особистість і текст, де відбувається фіксація висловлень того чи того індивіда. Для докладного аналізу цих понять важливим є розроблення теоретичної бази, систематизація вже наявних знань. Для цього в розділі проаналізовано історію виникнення та дослідження поняття мовної особистості й запропоновано три умовні періоди розвитку цього процесу. Закцентовано увагу на внескові українських лінгвістів у витлумачення дефініції цього поняття, його міждисциплінарності, особливостей формування тощо. Проаналізувавши різні підходи до формування мовної особистості, висновковуємо, що вона формується як продукт власної культури, належності до того чи того етносу, де закладено основи її світосприйняття і, відповідно, вираження цього в мові.

Визначено сучасні підходи до вивчення художнього тексту як акту комунікації між автором і читачем. Ми розширили такий підхід, оскільки вважаємо, що персонаж того чи того твору є також учасником цієї комунікації, оскільки виражає певні настанови, погляди, думки, впливаючи на читача, заохочуючи до дискусії.

Отже, вдалу комунікацію між автором, персонажем і читачем розглядаємо як потрібну передумову для того, щоб той чи той твір став бестселером. Проаналізувавши різні підходи до розуміння цього поняття, виділяємо такі особливості творів В. Шкляра, що зробили їх бестселерами: 1) створення їх з орієнтуванням на комунікацію із читачем; 2) докладне розроблення мовної особистості кожного персонажа та його незалежність від авторських оцінок чи характеристик; 3) урахування технологійного прогресу й реклами під час написання твору.

Створюючи той чи той художній твір, автор вигадує власну реальність через використання властивих йому мовних засобів. Ця реальність має бути близькою читачеві, так само як і персонажі, які є її невід'ємним складником. Проаналізувавши персонажі творів В. Шкляра, висновковуємо, що вони нетипові для української літератури, оскільки всю інформацію про них знаходимо, досліджуючи їхнє мовлення, комунікацію. Саме це дає змогу

класифікувати їх як мовних особистостей у наступних розділах. Для цього розглянуто численні дефініції та підходи до вивчення колективної та індивідуальної мовної особистості. Уважаємо, що індивідуальна мовна особистість певний час була затребуваною в українському мовознавстві, оскільки актуальними були дослідження мовної особистості того чи того письменника, видатного діяча культури, політики тощо. Наразі українські лінгвісти все частіше аналізують певні групи людей, об'єднані за певними критеріями, тобто колективну мовну особистість, що дало поштовх для вивчення мовної особистості персонажів вітчизняних художніх творів.

Урахувавши кореляцію лексиконів між автором і персонажем, відмінну мовну поведінку, картину світу тощо, у нашому дослідженні виокремлено мовну особистість автора й персонажа як пов'язані між собою, однак автономні мовні особистості.

РОЗДІЛ 2. НАЦІОНАЛЬНО МАРКОВАНА КОЛЕКТИВНА МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖІВ У БЕСТСЕЛЕРАХ В. ШКЛЯРА

2.1. Прізвиська персонажів творів В. Шкляра як маркери національної ідентичності

Глибоке розуміння мовної особистості наразі не здається можливим без докладного вивчення та аналізу особливостей національно-культурного світосприйняття, бачення свого місця у світі, що дає змогу простежити взаємозв'язок мови та культури, те, як мова впливає на національну ідентичність і навпаки. Уважаємо будь-яку мову етноцентричною, адже в процесі вивчення і свідомого використання рідної мови мовна особистість засвоює не лише лексико-граматичну структуру та тезаурус, але й типові для тієї чи тієї мови способи сприйняття, поділу, ієрархізації навколишнього світу та соціуму, роль і місце кожного елемента в системі цінностей своєї етнічної групи, формуючись уже як національно маркована мовна особистість.

Сьогодні дослідження мовної особистості саме в цьому аспекті видається важливим через усе більший вплив глобалізації як на світосприйняття, поведінку, культуру людини, так і на мову, яка відбиває всі ці зміни. Наразі, коли активно йде процес нівелювання етнокультурних відмінностей, постає питання про збереження національної ідентичності в глобалізованому світі. Важливу роль у цьому, безперечно, відіграє художня література. У ній відбувається певне консервування притаманних лише тій чи тій мові понять, мовних одиниць, сталих конструкцій тощо. У сучасній українській літературі одним з авторів, кому вдається яскраво й точно створити художній персонаж, який стає відбиттям історичної епохи, у якій живе В. Шкляр. Особливо це стосується його бестселерів на національно-патріотичну тематику, де дуже докладно відтворено колективну національно

марковану мовну особистість захисника України.

У його творах «Характерник», «Чорний Ворон», «Маруся», «Чорне Сонце» персонажі об'єднані не лише ідеєю боротьби за незалежність своєї держави, а й мовою, яка маркує їх як представників єдиного народу. Саме через мову, а точніше через використання національно маркованої лексики, у них відбувається зв'язок поколінь від часів існування Запорізької Січі (роман «Характерник») до наших днів (повість «Чорне Сонце»).

Під національною лексикою розуміємо групи слів, що відбивають мовну картину світу окремої нації, а також особливості економіки, географії, суспільного ладу, фольклору, літератури, усіх видів мистецтва, науки, побуту, звичаїв носіїв відповідної мови [21, с. 33]. Для кращого сприйняття цього пласту лексики вважаємо за потрібне звернутися до досліджень Л. Дяченко. На її думку, «ці слова є не що інше, як джерело знань про певний етнос: менталітет, звичаї, традиції, побут, надбання духовної культури народу. З одного боку, вони служать для позначення не наявних в інших національних культурах предметів чи понять, з ними пов'язаних, з іншого, називають денотати, які були або є типовими, характерними, такими, що становлять невід'ємний атрибут духовної або матеріальної культури того чи іншого народу» [48, с. 9].

Мовна особистість на генетичному рівні зберігає відбиті в мові знання про навколишній світ, зокрема міфологеми, обрядовість. Саме цей пласт лексики увиразнює національну ідентичність головних героїв бестселерів В. Шкляра, стає основою для створення їхніх прізвиськ, відрізняючи українців від представників інших зображених у творі народів. Під прізвиськом тлумачимо найменування, яке подекуди дають людині (крім справжнього прізвища та імені) і яке фіксує певну рису її характеру, зовнішності, діяльності, звичок; конспіративна кличка або псевдонім [139, т. 8, с. 108].

Л. Томіленко, аналізуючи традицію давати прізвиська, зазначає: «з історії ми добре знаємо, що за часів Запорозької Січі в козаків існував

звичай давати прізвиська новоприбулим побратимам. Це були переважно експресивні, емоційно-оцінні назви. Із плином часу вигадані козацькі прізвиська перетворюються на повноцінні прізвища» [152, с. 4]. На думку дослідників, в основу кожного прізвиська лягала якась особлива ознака кожного козака, обставини, що були тісно пов'язані з його особою, особливості поведінки, зовнішність, функції в козацькому війську тощо. Прізвиська допомагали козакам здійснювати комунікацію у ворожому оточенні, під час здійснення шпигунських або розвідувальних доручень, диверсій [112, с. 13].

Дослідженням індивідуальних прізвищ займався М. Тимінський, який серед найпоширеніших в українській мові називав такі, що зазначають певні ознаки носіїв, зокрема а) фіксують зовнішні ознаки людини, б) розкривають внутрішні ознаки людини – інтелект, особливості характеру, темпераменту тощо, в) розповідають про звички їхніх носіїв [151, с. 67–68]. Таку класифікацію вважаємо актуальною для аналізу найменування героїв бестселерів В. Шкляра, однак пропонуємо деталізувати її та розширити. У виборі прізвищ персонажі досліджуваних творів виявляють спостережливість, кмітливість, гумор, знання історії, розуміння свого місця в ній, що уможлиблює таку їхню класифікацію:

- назви за зовнішньою схожістю з кимось або чимось: *Голобля, Тхорик, Перепелиця, Лантух, Покотьола, Бик, Бугай, Їжак, Вовчун, Вовчура, Вовкулака, Сіроманець, Голуб, Кіт, Вовк, Бобер, Черв'як, Бізон, Кріт, Буба, Сокіл;*

- назви за фізіологічними особливостями: *Криворучко, Вовкотруб, Гиря, Костогриз, Зуб, Лизогуб, Гризло, В'юн, Вовкодав, Тол, Рижий, Лисий, Криволап, Мокрий, Блондин, Борода;*

- назви за характером і способом життя: *Хитрик, Туркало, Кваша, Перепічка, «Дикий» Гриць, Чучупака, Невіруючий Хома, Негідник, Ангел, Шум, Сліп, Буйний, Закусило, Печибори, Лихо, Неїжкаша, Зірвиголова, Злий, Солдат, Футболіст, Ковбой, Хімік, Ліфтер, Турист, Бендер, Босяк, Глядач,*

Біжу, Маковій, Дерзкий, Добри вечір;

- самоназви: *Маруся, Чорний Ворон, Маляр;*

- назви для вшанування історичних осіб: *Гризло, Гонта-Лютий, Гамалій, Сократ, Борман, Шухевич, Моцарт.*

У сучасній лінгвістиці виокремлюють такі основні ознаки прізвиськ:

- неофіційність;
- необов'язковість;
- можливість зникати із часом і бути неактуальними;
- корпоративність;
- інформативність.

На думку М. Тимінського, жодна із цих ознак не є надійним диференціатором прізвиська, тому доречно говорити лише про їхнє комплексне використання [151, с. 76-78]. Водночас для персонажів творів В. Шкляра подані характеристики мають неоднакову значущість.

Наприклад, у романі «Характерник» козацтво на чолі з легендарним кошовим Іваном Сірком є прикладом чітко вимальованої колективної національно маркованої мовної особистості. І найперше, що вирізняє козаків, – це своєрідне міжособистісне спілкування саме через дотепні прізвиська. Цікаво, що для запорожців прізвиська є відбиттям того, як вони сприймають один одного – це виражене в мові бачення своїх побратимів у реаліях життя, що їх оточують. У зв'язку із цим для створення того чи того прізвиська герої використовують переважно зовнішню схожість із чимось чи кимось, фізичні особливості людини, рід занять. Утім, ми не фіксуємо жодного прикладу, де прізвисько було б способом самовираження самого козака чи вшановувало б певну історичну особу.

Для прізвиська обирають питомо українське слово або поєднання слів, у чому вбачаємо прагнення вияскравити автентичність свого народу. Зокрема, фіксуємо такі прізвиська козаків за фізичними особливостями: «*Хоч **Кирик**, **Гиря** і **Костогриз** були тими бестіями, яким не треба дозволяти чи забороняти кудись виходити і заходити, вони, ці Сіркові любленці, могли*

невидимо пройти де хотіли...» (2, с. 14). За зовнішніми характеристиками спостерігаємо також такі прізвиська: «... і гетьманський посланець **Зуб**, примруживши зизе око та підсмикнувши рукави киреї, звернувся до Симеона...» (2, с. 34). Далі фіксуємо: «Де? – **Криволап** так подивився на Вишеньку, наче той наплював йому в борщ» (2, с. 85). Відповідно до уміння голосно кричати постає прізвисько Вовкотруб: «Егей, товариство! – затрубив-завив на всю горлянку **Вовкотруб**» (2, с. 24); «найпершими призвідцями в таких бешикетах були кальниболотці – Іваник, Тхорик і **Вовкотруб**» (2, с. 99); «Чув я, що деякі міста з правого боку попросилися під руку Самойловича, серед них і лис **Лизогуб** підлизався» (2, с. 197).

Козак міг також дістати прізвисько відповідно до зовнішньої схожості з елементами побуту, які були у вжитку, та не обов'язково використовуються в наш час, однак цікаві тим, що дають нам докладну картину козацьких часів. Підтвердженням цього є такий ряд прізвиськ: «Після заутрені отець Петро взяв із собою курінних Добривечора, Туркала, **Квашу**, **Лантуха**, **Криворучка**, **Покотьола**, **Голоблю**, **Сорочанського**, **Чичиркозу**, а також **Хитрика**» (2, с. 183). Тут спостерігаємо прізвиська за зовнішньою схожістю і характером, уподобаннями, на позначення понять, як вийшли з ужитку.

За способом життя, діяльністю фіксуємо такі прізвиська: «Високославний січовий кравець **Пришийкобиліхвіст** викроїв із дорогої тафти полотнище...» (2, с. 26). Далі в описі зустрічі кошового читаємо: «Натомість кухарі **Печиборщ** та **Неїжкаша** насмажили тлустих диких качок – крижнів, огарів, кречетів, нирків, крячків, яких козаки настріляли на Базавлуку» (2, с. 32). За вроджену ввічливість один з курінних отримав прізвисько Добривечір: «Козаки ще й Степана Білого хотіли покарати, забрати в нього печатку, щоб не був таким розумним, і настановити суддею **Добривечора**. Кальниболотський курінний теж був ще тим отаманом» (2, с. 100).

Отож, у романі В. Шкляра «Характерник» є численні козацькі прізвиська, які різняться етимологічно, приправлені гумором, але жодне з них

не є зневажливим чи принизливим, що доводить мовну креативність, кмітливість, спостережливість козаків як колективної мовної особистості в цьому творі. Значення прізвищ не пояснені, бо вони є очевидними для учасників комунікації. Що ж до їхніх характеристик, то найважливішою вважаємо інформативність, оскільки вони покликані лаконізувати текст і водночас надати найповніший опис кожного персонажа. Прізвиська є найпомітнішим національним маркером у романі В. Шкляра «Характерник», оскільки нічим подібним представники царської Росії, як інша національно маркована колективна мовна особистість, представлена в романі, не послуговуються загалом. У романі багато епізодичних персонажів, опис яких відсутній, але лише завдяки прізвишкам, отриманим від побратимів, маємо інформацію про їхню належність до козацтва, а також уявлення про зовнішність, вдачу, рід занять тощо. Прізвиська використовують у чітко окресленому колективі, тому вони мають ознаку корпоративності. Зміни ж того чи того прізвища не фіксуємо, що доводить їхню влучність.

Від запорізьких козаків традиція маскування під прізвищем передається їхнім нащадкам, героям романів «Чорний Ворон», «Маруся», які боронять свою самобутність уже на початку ХХ ст. У досліджених текстах помічаємо трансформацію колективної національно маркованої особистості відповідно до інших історичних реалій. Якщо козаки в романі В. Шкляра «Характерник» давали одне одному прізвиська насамперед задля спрощення комунікації, то прізвиська воїнів у романах «Чорний Ворон» і «Маруся» покликані захистити рідних і близьких тих, хто є їхнім власником. Свідченням цього є діалог двох отаманів у Холодному Яру: *«І ще одну пораду дав Гризло: якщо Чорновус ступив на повстанську стежку, то мусить узяти нове ім'я, інакше москалі помстяться його родині»* (3, с. 48). Далекі від розуміння української мови, а отже, і бачення світу холодноярцями, представники НКВС нерідко плутають ватажків повстанців, не розуміючи значення їхніх прізвищ. Це ще раз доводить, що в романі «Чорний Ворон»

перед нами постають не лише дві ворожі сторони, але й дві різні мовні картини світу.

Отож, разом із жартівливими прізвиськами ще козацьких часів серед повстанців активно використано такі, які мають налякати або ж насторожити ворога. Можна сказати, що прізвиська в романах «Чорний Ворон» і «Маруся» набувають агресивнішого характеру та мають певне послання супротивникам, відбиваючи душевний стан їхніх власників.

Відмінністю прізвиськ у романах В. Шкляра «Чорний Ворон» і «Маруся» від прізвиськ роману «Характерник» є й те, що персонажі дають прізвисько самі собі, обирають його для себе. Тож прізвиська для них – це відбиття того, як вони бачать самі себе в навколишньому світі, із чим або ким асоціюють, і виражають це в мові найвлучнішим словом. Уважаємо самотійний вибір прізвиськ свідченням готовності брати на себе відповідальність, незалежності та волелюбності. Особливо це стосується ватажків, які з перших сторінок романів дотримуються цієї традиції. Наприклад, у романі «Чорний Ворон» фіксуємо: *«Чорновус поглянув у синє-синюще небо. І побачив на вершечку граба великого хижого птаха, такого чорного, аж синій відлиск пробігав по ньому. – Чорний Ворон, – сказав він. – Як почувеш, батьку, щось про **Чорного Ворона** – то буду я»* (3, с. 48). Зауважимо, що в цьому найменуванні інформативність дещо знижено, оскільки прізвисько не надає відомостей щодо характеру чи зовнішності його власника, але, безперечно, вирізняє з-поміж інших персонажів твору. Водночас інформативними є прізвиська таких побратимів, як Вовкулака, Чорновус, Гризло тощо. Неофіційність прізвиськ (відмінність від задокументованих персональних даних) відіграє надважливу роль для повстанців. Відповідно, порівняно з романом «Характерник», змінено й мету добору прізвиська, оскільки основною його функцією стає маскування власника. Прізвиська як повстанців, так і їхніх отаманів знали далеко за межами Холодного Яру, тому не можна характеризувати їх як корпоративні.

Головна героїня роману «Маруся» Олександра Соколовська називає

себе Марусею від імені Маріамна – «та, що чинить опір» (1, с. 111). У цьому прізвиську відбито як характер, так і високий рівень інтелекту дівчини. Фіксуємо:

- Чому **Маруся**? – спитав Мирон.
- Вам не подобається? – сказала вона.
- Им'я красиве, а що в ньому?
- Це найупертіше жіноче ім'я (1, с. 111).

Водночас у романах В. Шкляра «Чорний Ворон» і «Маруся» трапляються й прізвиська, які даються повстанцю побратимами за козацьким звичаєм. Деякі прізвиська пояснюються, як от Чучупака, чого не траплялося в інших романах. Про походження цього прізвиська дізнаємося від його носія: «Чу-чу! – повторив **Чучупака**. – Це ж у нас так до свиней погукують, коли вони шкоду роблять. То дід чи то пак прадід отак-о до них і звертався: «Чу-чу, пакосна!» Через те ми всі **Чучупаки**» (3, с. 84). Фіксуємо також пояснення найменування повстанця Біжу: «Насправді **Біжу** був наймолодший із братиків Момотів, який дуже любив це слово «біжу» – що не поросиш його, куди не покличеш, куди не пошлеш, у нього на язиці одне лиш «біжу» (3, с. 201). Вовкулака, один із центральних персонажів роману В. Шкляра «Чорний Ворон», має також таке прізвисько відповідно до зовнішньої схожості, як і його побратими:

- Послухай, братику, а поклич-но мені **Вовкулаку**!
- Це отого, що зуби не вміщаються в роті? – спитав братик-гупалівець, який ще добре не знав усіх Воронових козаків.
- А що, у вас теж є **Вовкулака**?
- Ні, у нас є **Вовкодав, Вовгура, Вовчун...** (3, с. 198).

А ще власник цього прізвиська волів здійснювати воєнні дії вночі: «Цей любить воювати тіки вночі, – поблажливо осміхнувся Гризло. – Через те й назвали його **Вовкулакою**» (3, с. 43).

Прізвисько, на думку багатьох повстанців, мало сіяти страх, тому власники прізвиськ ними тішилися, асоціюючи себе більше з такими назвами,

ніж із власними іменами, даними від народження. Для них ім'я – це мирне життя в колі сім'ї, а прізвисько вже покликано відобразити їхню суть як воїнів, захисників, які у своїй боротьбі опираються не лише на власні сили, а й на сили природи їхньої рідної землі. Саме через це вони нерідко вбачають у собі схожість із птахами або тваринами, обираючи прізвисько, надаючи йому певного містицизму, лякаючи ще більше цим своїх ворогів. Зокрема Вовкулака, окрім характерної зовнішності, мав особливі стосунки з лісовим вовком, а загинувши, повернувся до свого загону в тілі цього звіра, подавши знак з того світу, як і обіцяв.

Про традицію називатися на честь того чи того птаха розповідає червоноармієць Птіцин, розглядаючи агітаційний плакат: *«На заклик висміяти бандитів-отаманів, котрі полюбляли брати собі такі наймення, як **Орел, Кібець, Ворон, Яструб**, якийсь художник-пришелепок ославив червоноармійців...»* (3, с. 100). Нещадність до ворогів покладено в основу прізвиська одного з отаманів – Зірвиголови. Масмо згадку про цього суворого, безжального отамана під час подорожі Чорного Ворона, щоб врятувати дитину одного з повстанців: *«Отаман **Зірвиголова** і собі під'їхав ближче до воза, вип'яв на ярка свої налиті синькою очиська, ніби він теж знав Єремія і хотів переконатися, чи йому не брешуть»* (3, с. 290).

У Романі «Маруся» є також приклад того, коли прізвиська давав сам отаман за зовнішньою схожістю: *«...подякувавши вуханеві за поміч, запитала як його звуть.*

*– **Сіроманець**, – відповів він.*

– Гарно! Це хто тебе так охрестив?

– Батько!

– Батько-отаман.

*– Він, – широко, аж до вух, усміхнувся **Сіроманець*** (1, с. 266).

У романі «Чорний Ворон», ніби реінкарнація одного з курінних роману «Характерник», з'являється повстанець Добривечір. Фіксуємо: *«Сам бачив, як упав підкошений кулеметною чергою Маковій, потім Їжак, за ним*

Добри вечір» (3, с. 57). Варто зауважити, що інші два прізвиська відповідають також саме козацьким традиціям і постають прикладом національно маркованої лексики. Добровольчий загін головної героїні роману В. Шкляра «Маруся» також послуговується прізвиськами. Наприклад: *«До Несміянова їх під'їхало троє: Ангел, П'ята й Маруся. На зустріч були ще запрошені Лихо, Бугай, Шум і Голуб, але отамани вирішили, що проведуть переговори двома групами нарізно»* (1, с. 287).

Прізвиська в романі «Маруся» характеризуємо такою ознакою, як корпоративність, оскільки вони відомі лише побратимам. У спілкуванні поза межами загону вони зникають, оскільки немає потреби в їхньому використанні. Кожне прізвисько увиразнює персонажа, надає йому додаткових характеристик, отже, є інформативним. Прізвиська необовязкові у спілкуванні Марусі та її побратимів, однак використовуються передусім для самовираження, лаконічної характеристики того чи того персонажа.

Традиція брати собі прізвисько або ж позивний є і в бестселері В. Шкляра «Чорне сонце», де з перших сторінок перед нами, наче з роману «Маруся», постає військовий Сіроманець, але боронить рідну землю він уже у ХХІ ст. Фіксуємо: *«Ми втрюх – Єгер, Сіроманець і я – заскочили на це господарство перевірити, чи все тут чисто»* (4, с. 11). Один з персонажів свідомо обрав також собі позивний Гризло на честь отамана з Холодного Яру: *«...і ми почули голос нашого чатового Гризла (от хто взяв собі позивний із розумом – за прізвиськом холодноряського отамана Гризла)»* (4, с. 16).

Однак персонажі повісті В. Шкляра «Чорне Сонце» нерідко обирають собі прізвиська, відмінні від прізвиськ козацьких чи часів визвольних змагань, про що пише сам оповідач: *«...у нас із цими позивними справжнісінька чехарда. Замість того, щоб назватися Байдою, Нечаєм, Кривоносом чи Гонтою – немає числа таким іменам – хлопці, немов для приколу, раптом стали хто Фрицом, хто Маршалом, хто Кротом...»* (4, с. 10).

Варто зауважити, що попри невеликий обсяг твору В. Шкляра «Чорне

сонце», він рясніє прізвиськами різного характеру. Як і в попередніх бестселерах, актуальним залишається маскування від ворога, гумор, використання зовнішньої схожості з кимось чи чимось, фізичних особливостей, характеру та роду занять того чи того воїна, самовираження певних персонажів у власному прізвиську та вшанування в ньому пам'яті інших героїв. Водночас простежуємо певний відхід від національного колориту, вживання національно маркованої лексики. Тут більшість прізвиськ, які обрали для себе бійці полку «Азов», могли б використати і їхні вороги, а отже, на відміну від прізвиськ у романах «Характерник», «Чорний Ворон» і «Маруся», немає змоги ідентифікувати національність за позивним, і розуміємо це лише за сюжетом. Підтверджуємо цю тезу таким розмаїттям позивних у романі В. Шкляра «Чорне сонце»: *«пішла перша чота першої сотні – Змій, Джигун, Петюня, Молдаван, Босяк, Лисий, Редіс, Кліма, Ліс, пішли Тол, Мокрий, Картман, Рижий, Колізей, Солдат і Ліфтер, пішов Апостол... пішов Футболіст, поруч із ним – чистокровний Кельт і Метро...»* (4, с. 15); *«ще йшли Гал, Хімік, Ковбой, Сокира, йшли Бендер, Ярик, Глядач, Руна, йшли Піт, Борода, Муха, Леший, Бонов, вирушав у похід Турист»* (4, с. 40).

Отже, попри вірність ідеалам як козаків, так і повстанців Холодного Яру, учасників визвольних змагань, персонажі твору В. Шкляра «Чорне сонце» майже не виражають цього в мові, зокрема у власних прізвиськах, зосереджуючись більше на атрибутиці (патріотичні наколки, прапори, наклейки на транспорт, графіті тощо). Саме цим вони протиставляють себе ворогові, а не позивним. Герої ж романів «Характерник», «Чорний Ворон», «Маруся» намагалися протиставити себе насамперед саме прізвиськом, для якого обирали відповідне колоритне українське слово, наголошуючи найменуванням єдності самобутнього народу з власною багатою мовою. Водночас зауважимо, що герої твору «Чорне сонце» діють у наші дні, коли мають більше можливостей для самовираження, і цим, на нашу думку, і спричинена відсутність у них фокусу на національно маркованій лексиці та

мовних засобах ідентифікації. Основними характеристиками прізвиськ цієї повісті вважаємо неофіційність, необов'язковість, корпоративність і непостійність.

2.2. Звертання як відбиття картини світу українського народу в бестселерах В. Шкляра

Звертання є невід'ємним структурним елементом будь-якої мови та важливою частиною комунікативного акту. Звертатися до себе чи до іншого учасника комунікації природно для кожного мовця, незважаючи на його походження, культуру, національність, мову тощо. Отож, вважаємо звертання загальнолюдською комунікативною потребою, мовне оформлення якого відбувається залежно від мовних і культурних норм того чи того народу.

Актуальним у межах нашого дослідження вважаємо також таке визначення О. Селіванової: звертання – слово або сполука, що позначають особу чи персоніфікований предмет, явище, до яких звергається мовець, привертаючи увагу адресата до повідомлення, іноді надаючи предмету звернення оцінно-емотивної характеристики, експресивності; і здебільшого характеризуються граматичною незалежністю й інтонаційною та пунктуаційною відокремленістю [130, с. 160].

Як поліфункційна одиниця, воно передусім виконує апелятивну (власне «кличну») та, оформлене закличною, вставною чи питальною інтонацією, контактовстановлювальну функції. І. Слинько, Н. Гуйванюк та М. Кобилянська пропонують терміноназви «кличні комунікати» й «кличні модифікації» [138, с. 407]. Звертання тісно пов'язане з правилами поведінки, яких обов'язково чи бажано дотримуватися всім членам певної спільноти. Воно має національну специфіку, адже формується як елемент національної культури і відповідно закріплене в мовних формулах того чи того народу, хоч може змінюватися із плином часу, зміною історичних обставин.

Нерідко звертання пов'язане з певними традиціями мови, етикетом.

Уживаючи ту чи ту його форму, мовець виражає певне ставлення до свого співрозмовника, використовуючи засоби рідної мови. Отже, звертання має власні суспільні функції – задоволення комунікативних потреб мовця, налагодження соціальних відносин, привертання уваги до сказаного або ж вияв певних почуттів до співрозмовника – поваги, пошани тощо. Вибір звертання мовцем засвідчує вплив того, до кого звертаються, оскільки варіант звертання може експлікувати ставлення до адресата, бути показником передбачуваної моделі мовленнєвої взаємодії, виявляти особистісні якості мовця [70].

Можемо зробити висновок, що звертання не лише називає адресата, а надає також певну характеристику адресанту, відбиваючи його знання правил етикету чи, навпаки, нетактовність; уміння використовувати комунікативні стратегії задля підтримання рівня уваги співрозмовника або ж невміння підтримувати належну увагу аудиторії тощо.

Звертання та його функціям присвячено велику кількість наукових розвідок, найактуальнішими серед яких є дослідження І. Вихованця [29], Н. Дем'янової [44], В. Райлянової [120], М. Скаба [135], О. Селіванової [129] тощо.

І. Вихованець зазначає, що здебільшого звертання поєднують дві функції: апелятивну й експресивну. Неускладнена апелятивна функція звертання домінує в офіційних сферах спілкування (заклики, розпорядження, приписи тощо). У розмовно-побутовому й художньому мовленні звертання виражає не лише звернення до адресата, а й ставлення мовця до нього [29, с. 184-185]. В. Райлянова виділяє також дві основні комунікативні функції звертань: ідентифікація предметів, про які йдеться, і предикація, яка формує повідомлюване [120, с. 6].

Усі функції звертання Н. Дем'янова поділяє за чотирма стратумами. Порівнявши функційне навантаження номінацій адресата мовлення в українській і французькій мовах, дослідниця дійшла висновку, що в обох мовах базисною є вокативна функція, яка опосередковує адресацію

висловлення конкретного адресата (адресатів). Над нею в умовах конкретної соціально-інтерактивної та комунікативної події можуть вибудовуватися й інші функції, модифікуючи та доповнюючи її. Серед них вирізняємо: фактичну (встановлення та підтримання контакту з адресатом), статусно-регламентувальну (відбиття статусно-рольової відповідності комунікантів і ввічливе оформлення мовлення) і модально-емоційну (характеристика адресата та вираження ставлення до нього мовця). Завдання цих функцій – забезпечення адресного спрямування висловлення. Ці функції і формують, на думку Н. Дем'янової, функційне поле звертань [44, с. 7].

М. Скаб запропонував одну з найширших і найповніших класифікацій функцій звертання:

- дейктично-контактна функція;
- номінативно-контактна функція;
- номінативно-вирізняльна функція;
- номінативно-ідентифікувальна функція;
- соціально-регулювальна функція;
- оцінно-характеризувальна функція;
- спонукальна функція;
- власне контактна функція;
- етикетна функція [135, с. 74].

О. Селіванова виокремлює апелятивну, тематичну, перформативну, фактичну, риторичну, експресивну та стилістичну функції звертання [129].

Зауважимо, що дослідження звертань І. Вихованцем, О. Дем'яновою, М. Скабом, В. Райляною, О. Селівановою є важливими, оскільки звертання широко використовують персонажі творів В. Шкляра. Як і прізвиська, вони є також своєрідними національними маркерами та об'єднують головних героїв в один народ, націю, виражаючи на мовному рівні традиційні, усталені відносини між її представниками. Звертання в цих творах дуже рідко мають на меті привертання уваги адресата й відповідно виконують вокативну функцію. Здебільшого персонажі використовують їх у численних діалогах, де

цілком зрозуміло, хто до кого звертається, і без них, звертань, те чи те висловлення не втратило б змісту та дійшло до адресата, однак мало б зовсім інше емоційно-експресивне забарвлення.

Отже, звертання в бестселерах В. Шкляра покликані насамперед відобразити ставлення мовців одне до одного. Саме такими звертаннями рясніють твори В. Шкляра «Характерник», «Чорний Ворон», «Маруся», «Чорне Сонце». Зауважимо, що персонажі цих бестселерів перебувають у важких умовах, вони є бувалими воїнами, тому їхня мовна поведінка поєднує як агресію, конфліктність, готовність боротися за свої переконання, так і ввічливість, душевність, тяжіння до лицарських ідеалів. Усе це відбито в їхній комунікації, зокрема у звертаннях.

Ставлення до своїх опонентів виражено такими звертаннями з негативною конотацією: «животина продажна», «москалі», «сонні мухи», «свиняче рило», «плюгавці», «комуна», «шайтан», «йолоп», «рило немите», «вата» тощо. Наведені лексеми слугують для вираження гнівного осуду опонента, несхвалення його дій, різкої критики.

Наприклад, Іван Сірко так зневажливо звертається до гетьмана Самойловича: *«Мені б твою булаву хоч на рік, **животина продажна**...»* (2, с. 29). Козацькі старшини намір убити послів підкріплюють відповідним звертанням до них: *«На коліна, **плюгавці**»* (2, с. 92); *«**Боягузи**, виходьте!»* (2, с. 132). Подекуди лайливе звертання використовують у спілкуванні осіб різних соціальних статусів. Наприклад, дяк відповідає на питання головного героя щодо того, навіщо вчити латину: *«Щоб, ти, **йолопе**, був одукований»* (2, с. 55).

Якщо козаки роману «Характерник» послуговуються народною, фольклорною лексикою, то у воїнів романів «Маруся» і «Чорний Ворон» спостерігаємо політичний підтекст: *«Ти, **комуна**, вибач, але нам треба **поснідати**»* (3, с. 408), *«Ти, **контра**!»* (1, с. 134). Водночас фіксуємо і традиційніші звертання: *«Ти як з отаманом розмовляєш, **рило невмите**?»* (3, с. 225); *«Захлинився ти своїми помиями, **свиняче рило**»* (3, с. 11).

Для вираження негативного ставлення до людини представники іншої національності, представлені в романі, використовують свої, традиційні для їхньої ментальності та мови лексеми (наприклад, *каналья, прідуркі, бандіти*): «*Зашибу, ізувєчу, **каналью!***» (2, с. 186); «*Ти, Кукушкін, **каналья**, с ним панєжнєй*» (3, с. 417); «*Давольно, **прідуркі!***» (3, с. 11). Зауважимо, що так ці персонажі звертаються не до тих, з ким воюють, а між собою. Відповідно до ворогів переважають також негативно-оцінні звертання: «*Что вєзєшь, **спекулянт?***» (3, с. 291); «*Здавайтесь, **бандіти!***» (3, с. 270).

Звертання з позитивною конотацією також представлені у бестселерах В. Шкляра. Персонажі дуже багато спілкуються, адже перебувають разом як у бою, так і у вільний час, мають теплі стосунки, що виражають у спілкуванні, зокрема й через звертання.

Позитивне ставлення до царя фіксуємо в низці звертань до нього Івана Сірка, який у листі називає його «*щедротним небесним світилом, Божим посланником, Диханням війська Запорозького*» (2, с. 245). Такі звертання прямо протилежні діям кошового, що характеризує його як сильну мовну особистість, що вміло добирає комунікативні тактики для успішного спілкування.

Уживаються також численні звертання до колективу, групи осіб. У ролі звертань використовують іменники в множині (*панове, браття, хлопці* тощо) і збірні назви (*панство, товариство* тощо). Функцію таких звертань убачаємо в створенні ефекту масовості, атмосфери рівності та взаємоповаги. Вони відрізняють захисників України від інших персонажів, посилюючи їхню самотність на ментальному та мовному рівнях. Наприклад, Іван Сірко так звертається до дідів-райців: «*Панове, давайте дослухаємо до кінця*» (2, с. 40). Таке саме звертання спостерігаємо між козацькою старшиною: «*Я, панове, ночував у раю*», «*Ворушімося, панове, бо зимовий день куций...*» (2, с. 72). Названий царевичем І. Міюський також з пошаною звертається до старшин: «*Чи здогадуєтесь, панове, хто то був?*» (2, с. 49), «*Цікавість ваша зрозуміла, панове*» (2, с. 20), «*Це чиста правда, панове!*» (2, с. 19). До

І. Сірка ж він звертається так: «*А ти, **пане отамане**, вислухай до кінця*» (2, с. 31), «*А що, **пане наказний**, чи то правда, що джума вже покинула Січ?*» (2, с. 18). Цю саму форму звертання використовують і до І. Сірка: «***Пане кошовий**... – неспіливо озвався писар*» (2, с. 28).

Старшини ж, зокрема наказний Пелех, до звичайних козаків добирають низку звертань, які покликані продемонструвати найвищий рівень поваги: «***Братіє моя люба, товариство поважне низове, панове-молодці!***» (2, с. 25). Таке саме звертання фіксуємо й до Чорного Ворона в однойменному романі В. Шкляра: «*...і ближче до вас, **пане отамане!***» (3, с. 70), так звертається до Чорного Ворона не пов'язана з повстанцями дівчина, отже, воно є типовим і для холодноярців, і для мирного населення. Це саме звертання використовується і найближчим побратимом Чорного Ворона: «*А ти не перебивай, **пане отамане!***» (3, с. 215).

Найяскравіше звертання до отамана фіксуємо в розпал суперечки між побратимами, де перед цим усі відпочивали в дружній атмосфері, однак коли назрів конфлікт одного спокійного зауваження Чорного Ворона було досить, щоб остудити гарячі голови: «*А ти не рипайся, – сказав Ворон Козубові. – У самого рило в пір'ї. – Так, **пане отамане!***». На цьому конфлікт було вичерпано, а на мовному рівні продемонстровано абсолютне визнання авторитету ватажка. Між собою ватажки повстанців вживають також цю лексему: «*Бачу, **пане отамане**, ви не дуже поспішаєте виконувати накази штабу*» (3, с. 208). Це звертання фіксуємо в листах до ватажків: «***Пане отамане**, маймо терпіння, не впадайте в зневіру...*» (3, с. 220); «*Вибачте, **пане отамане**, вибачте, не подумав*» (3, с. 221) – так отаман Гупало перепрошує в отамана Загороднього.

Така сама форма звертання використовується і в романі «Маруся»: «*Давайте до справи, **панове!***» (1, с. 47) – говорить Маруся до своїх воїнів. Сотник Станімір звертається до підлеглого: «*Придумайте що-небудь, **пане поручнику***» (1, с. 21), «*Вибачайте, **пане поручнику**, що не сідаю ближче*» (1, с. 197).

До Марусі звертаються також «пані отаманшо»: *«Пані отаманшо, тепер без вас я до Несміянова не поїду»* (1, с. 216), *«А то правда, пані отаманшо, що в селі Брицькому ви зарубали сімдесятьох продармійців?»* (1, с. 213), *«Може, хоч губи вмочили б, пані отаманшо?»* (1, с. 208).

У творі В. Шкляра «Чорне Сонце» такі звертання фіксуємо не часто, однак вони також присутні: *«А тепер скажіть мені, панове ідеологи, панове астрологи, панове мінери-сапери, та й ви, панове генерали, ну ж бо, скажіть мені, чия рука і чия воля провела нас через оте поле-полечко»* (4, с. 47).

Аналізована форма звертання не лише покликана показати шанобливе ставлення українців одне до одного, а й вирізняє героїв усіх згаданих бестселерів В. Шкляра від їхніх ворогів, які є представниками іншої національності та мають власну культуру спілкування. Персонажі бестселерів В. Шкляра (і козаки, і повстанці, і герої АТО) мають устрій, де панує своєрідна ієрархія, основою якої є сімейні цінності, коли ватажок того чи того військового угруповання постає як батько, якого кожен поважає та слухає, а воїни є братами, і саме так вони звертаються один до одного. У мові це відбито через звертання «батьку» та «брате».

У романі В. Шкляра «Характерник» постають дві колективні мовні особистості – козацтво та послі й піддані царя. Автор змальовує козаків-запорожців, загартованих у боях і вимуштруваних непереможним кошовим Іваном Сірком. Мовлення цих бувалих вояк нерідко марковане агресією, а мовна поведінка – конфліктністю, однак лише до ворогів Батьківщини. Кошового ж вони вважають батьком і звертаються відповідно, повністю підкоряючись йому, а між собою підтримують братерські стосунки. Наприклад, козак Тхорик після того, як отримав нагайки промовляє: *«Простіть, батьку, я більше не буду»* (2, с. 101). А кальниболотці після покарання дякують Іванові Сірку: *«Спасибі, батьку, за науку»* (2, с. 102). Таке саме звертання бачимо й у такому діалозі:

- Це ти, Лук'яне?

- Я, батьку!

- *А що це з тобою? На граблі наступив?*

- *Наступив, **батьку**!* (2, с. 62).

У наведених репліках звертання «батьку» виконує функцію вираження шанобливого ставлення до адресата та покірності, адже йде після досить суворих фізичних покарань. Така сама тенденція зберігається і під час козацької ради, де в натовпі чути: *«Вели, **батьку**, вже зараз писати листа до кума Дорошенка»* (2, с. 174). Козак Тхорик запитує: *«Ну добре, **батьку**, – почав обережно Тхорик. – Бити, грабувати не можна. Це зрозуміло. Лоскотати, торкати, лапати теж не можна. А полякати?»* (2, с. 102).

Під час ухвалення важливих рішень звертання «батьку» маркує кошового як незаперечного лідера серед козацького товариства, відбиває соціальний і військовий устрій. Це слово використовують козаки навіть тоді, коли кошового немає поряд, що є свідченням не підлабузництва, а частини світогляду, зафіксованого в мові. Тхорик говорить: *«Я знаю, що треба зробити, щоб потішити **батька**»* (2, с. 174). А розмірковуючи про долю послів, козаки передрікають їхню долю: *«Скажи, що **батько** їх застрелить ще на порозі»* (2, с. 174).

Зауважимо, що слово «батько» на позначення кошового є характерним, звичним для мови запорожців, адже всім зрозуміло, про кого йдеться без будь-яких роз'яснень, тому запорожці тут дотримуються усталених мовних традицій, що маркує їх як національно марковану колективну мовну особистість. Зауважимо, що такої комунікації зовсім не спостерігаємо серед послів царя та їхніх підданих як представників іншої колективної мовної особистості, змальованої на протиположному заповіднику запорожцям. Між послами панує сувора ієрархія, спілкуються вони лише між собою, до ратних людей не звертаються жодного разу протягом усього роману. На протиположному козакам так звані «ратні люди» не є носіями жодної репліки в романі, що унеможливорює їх аналіз як особистості будь-якого типу. Право голосу мають лише послы як представники царя. Аналіз їхніх діалогів засвідчує повну відмінність їхнього світогляду від козацького, що ілюструє такий діалог:

- *А ви вірите в Бога? – спитав їх перевізник.*

- *Шибка, – відповіли Чадуєв і Щоголєв.*

- *Я вас не за шибку, не за вікна питаю, а чи вірите ви в Господа- Бога?*

- *Веруєм в Бога, і в мати єво, Матушку Богородицу, і царя (2, с. 78).*

Примітною також видається рабська форма звертання до царя його підданих: *«Государ-батюшка, милостивий самодержавець наш всемогутній! Не вели карати, а вели помилувати» (2, с. 45).*

Отже, відбувається протиставлення персонажів на когнітивному, ментальному рівні та, як наслідок, різних моделей світу цих героїв, виражених у мові. Для послів цар – це Бог, у якого треба саме вірити, служити йому й у всьому коритися. У козаків же зовсім відсутній такий рабський світогляд, адже вони сповідують принципи братерства та рівності, а Іван Сірко користувався пошаною, яку мав спершу заслужити, не програвши жодного бою і в такий спосіб виборовши собі почесне звання «батько», яке стало мовною традицією.

Саме цю форму звертання до отамана, ватажка фіксуємо й у романах В. Шкляра «Чорний Ворон» і «Маруся». Вона слугує для продовження козацьких традицій, є пов'язувальним елементом між поколіннями. Головний герой Чорновус так звертається до отамана Гризла, як до більш досвідченого та загартованого воїна: *«Добре, **батьку!** – крикнув йому Чорновус, завертаючи коня у виярок...» (3, с. 46).* І потім, виражаючи згоду з порадами отамана Гризла та повагу до нього, Чорновус говорить: *« – Як почуєш, **батьку**, щось про Чорного Ворона – то буду я» (3, с. 48).* Далі фіксуємо це звертання вже до самого Чорного Ворона як визнання його авторитету від побратимів: *«Спасибі, **Батьку**, – сказав він. – Та якщо можна, налийте чарку» (3, с. 335).*

«Батьком» називають побратими й отамана Шуліку в романі В. Шкляра «Маруся», наприклад:

- *Як скажеш, **батьку!** – хором відповіли «полковники».*

- *А яка ваша воля? – спитав уже теплішим голосом Шуліка.*

–*Наших голів багато, а твоя, **батьку**, одна розумніша!* – знов гуртом в один голос проказали «полковники» (1, с. 26).

У цьому уривку проілюстроване загальне визнання отамана як «батька», адже так його називає не окремий воїн, а всі разом. Уважаємо це підтвердженням того, що така форма звертання була поширеним, традиційним для українців явищем, а не поодиноким прикладом міжособистісної комунікації між отаманом і наближеними до нього людьми.

Далі в цьому романі фіксуємо: *«Мирон нахилився над пораненим, і **батько** Шуліка його впізнав»* (1, с. 28). Тут бачимо внутрішній монолог одного з головних героїв, де на рівні підсвідомості отамана знову названо «батьком».

У романі В. Шкляра «Маруся» фіксуємо також прикладку – батько-отаман. Наприклад: *«Він спершу сам зайшов у землянку, щоб пересвідчитися, чи «вдома» **батько-отаман**... **Батьку**, чи дозволите?»* (1, с. 264). Зауважимо, що звертання «батьку» до ватажків національно-визвольних змагань – це насамперед дотримання давніх, ще козацьких мовних традицій, також ставлення персонажів одне до одного, а в цьому разі визнання авторитету, переваги воєнного досвіду, витримки того чи того повстанця, адже за віком отамани не надто відрізнялися від решти своїх побратимів. Про це свідчить такий уривок: *«Ех, **батьку-батьку**», – тяжко журилися козаки, які йшли за труною з рушницями за плечима, жінки всі плакали, бо який же він батько, як йому 24 годочки»* (1, с. 64).

Отож, у мові, зокрема у звертаннях, бестселерів «Чорний Ворон» і «Маруся» В. Шкляра відбито тяжіння до сімейних, загальнолюдських цінностей навіть у часи війни, коли особливо значущим стає єднання різних поколінь українців через мову. Звертання «батьку» до ватажків повстань відбиває також уклінність перед їхнім досвідом, служить елементом визнання їх як героїв, непереможних, бувалих воїнів.

Водночас такого звертання не фіксуємо в бестселері В. Шкляра «Чорне Сонце», хоч він пов'язаний тематично з романами «Характерник», «Чорний

Ворон», «Маруся». Персонажі повісті «Чорне Сонце» не є досвідченими воїнами, відповідно ніхто не відповідає почесному звертання «батько», отож, у цьому творі простежуємо, як мова відбиває реалії тих, хто нею користується.

Ще однією національно-інтимізованою формою звертання, яка притаманна героям бестселерів В. Шкляра, що маркує їх як народ з єдиною мовою та історією, є лексема «брате» між побратимами. У романі «Характерник» фіксуємо таку форму звертання серед козацтва. Вона доповнює звертання «батьку», є логічним продовженням відбитого в мові світосприйняття, де українці є єдиною родиною. Таке звертання виконує також функцію вираження поваги та рівності козаків між собою, підкреслює сповідування принципів свободи та демократії, що панували на Січі. Примітним є також те, що цим словом послуговується козацька старшина, наголошуючи на рівності кожного. На козацькій раді сам Іван Сірко говорить: *«**Братія** моя люба, отамани-молодці і все Військо Запорозьке Низове від славного старого вояки до молодого козачини!»* (2, с. 169). Так само отаман Іван Сірко звертається до козаків і далі: *«**Братіє** моя мила та люба! Це ж таке діло, що тільки почни»* (2, с. 169); *«**Братіє** моя люба, славне Військо Запорозьке! Я поділяю ваш справедливий гнів і також обома руками за те, щоб наклепників царевича покарати найлютішою смертю»* (2, с. 173). Така форма звертання повністю відповідає атмосфері змальованого в романі козацького віча, аби вербально передати найосновнішу ідею – ідею свободи та поваги до думки кожного, незалежно від статусу.

Зауважимо, що ідею братерства фіксуємо й серед московських послів, про що свідчить такий діалог між ними:

– *Студно мнє прѣд тобой, Василій, – сказав розчулений Семен Щоголев.*
– *Поклябнувся маленько, од пуц. Слова государева не брусні.*

– *Тому глаз вон, кто давіише помяня, – поблажливо відповів сотник Чадуєв. – Чай я не **брат** твой, поді?* (2, с. 219).

На противагу представленим у романі діалогам між козацтвом, ця розмова ілюструє єднання, ґрунтоване на однаковому становищі, статусі. Протягом усього роману послі характеризуються пихатістю, зверхністю до ратних людей, тому про братерство між ними й військовими не може бути мови, і відповідно, немає жодного діалогу між цими персонажами. Для них світ побудовано як ієрархію, де нижчий за посадою, званням має підкорятися вищому та братерство можливе лише серед тих, хто перебуває на одному соціальному щаблі. Отже, фіксуємо протилежність світоглядів козаків і представників московського царя.

Ідея рівності та згуртованості навколо спільної мети, виражена у звертанні «брате», продовжує функціонувати у творах В. Шкляра «Чорний Ворон», «Маруся» і «Чорне Сонце».

У творі «Чорний Ворон» отаман Загородній так звертається до головного героя: *«Здається, **брате**, і тут правда за Гамалієм: ми з тобою одвикли від розумних наказів з-за кордону, так само, як розучилися комусь підлягати»* (3, с. 211). Сам Чорний Ворон використовує також таку форму звертання до інших повстанців: *«Але найдужче вражали очі цього вікінґа-волиняки...Та замість того, щоб усміхнутися дружньо, вони дивилися на мене зловтішно (браво, отамане, браво!) і навіть глумливо (дай я тебе обніму, пане-**брате**!)»* (3, с. 288). Сповідуючи єднання між усіма представниками українського народу, Чорний Ворон звертається до них у маніфесті: *«**Брати** селяни! Російська потолоч вчинила наругу...»* (3, с. 100).

У романі «Маруся» фіксуємо: *«Козаки шаблями розрили землю, пригорщами викопали неглибоку могилу, і – прощавай, друже-**брате**, колись усі там будемо, тільки не в один час»* (1, с. 358); *«Усі подивилися на хорунжого Романа Зеленого, мовляв, кому ж, як не тобі, **брате**, іти до батька-отамана з такою чолобитною: Зелений Зеленому не відмовить»* (1, с. 199); *«Все, **братику**, лишаємо тебе в Калинівці»* (1, с. 313).

Звертання «брате» спостерігаємо й у повісті В. Шкляра «Чорне Сонце». Його використовує головний герой твору на прізвище Маляр: *«і тоді я*

сказав, що, **брате**, ніхто з нас не носить запасних касок, це було б просто смішно, якби ми за плечима носили запасні каски чи бронники» (4, с. 10). У цьому уривку лексему «брате» використано як своєрідну посвяту до лав полку Азов, що адресована юнаку Вовчику, який вперше вступає в бій. Далі Маляр продовжує: «І навіщо, Вовчику-**братику**, тобі позивний, якщо твоє ще дитяче ім'я само по собі є найкращим для тебе псевдонімом і позивним, не треба більше нічого шукати, Вовчику-**братику**» (4, с. 10). Тут використано пестливу форму як вияв піклування про недосвідчених, молодих побратимів. У побутовому спілкуванні персонажі використовують також звертання «брате», що ілюструє така промова: «**Брат**... Вибач, якщо я щось не так сказав. Ти ж розумієш...» (4, с. 94), «Да, да, **брат**, ти не віриш, а воно стакан заковтне і слухає алиє рози...Біда, **брат**, біда... Вата, **брат**, вата. Куди не кинь оком... Якщо треба – скажи, **брат**, я перекину якусь копійку»(4, с. 95). У цьому уривку звертання «брат» використано як найуживаніше й відповідно найпростіше з тих, які можна дібрати для довірливої розмови.

Зауважимо, що подекуди для міжособистісної комунікації персонажі В. Шкляра використовують також товариські звертання «хлопці», «мужики», «пацани», але вони нечисельні порівняно з формою звертання «брате», мають нейтральніше забарвлення та використовується для зменшення емоційності висловлювання. Фіксуємо: «**Хлопці**, сьогодні ми дали справжній бій комуні» – говорить Чорний Ворон, навмисно обираючи нейтральне звертання до побратимів, щоб не поглиблювати біль від втрати одного з них. Отаман звертається також до своїх воїнів: «**Хлопці**, подякуймо ж Богові за те, що ми з вами живі, не зломилась і досі воюємо» (3, с. 330), а в безпеці: «Ну що, **хлопці**, може, свої ушкваримо?» (3, с. 145); «Туди, **хлопці**! Біжіть туди!» – кричить до своїх один з вояків роману В. Шкляра «Маруся», «**Хлопці**, якби ви знали, як я сі тішу» (1, с. 139); «**Мужики**, зробимо! Раптом що – ніхто не буде забутий» (4, с. 39). У звертанні до менш знайомих людей використовують просторічна форма звертання «пацани»: «**Пацани**, в кого є гітара?» (4, с. 85).

Зауважимо, що колективна мовна особистість, представниками якої є послы царя в романі «Характерник» або ж поборники радянської влади в романах «Чорний Ворон» і «Маруся», не послуговується наведеними звертаннями, чим підкреслено різницю менталітету та мови. Наприклад, послы, бажаючи висловити прихильність, використовують зовсім не звичні для козацтва лексеми «мілок» і «касатік». Представники царя Чадуєв і Щоголев улесливо звертаються до свого провідника Вишеньки: «*Чай, іспужался шибко, **касатік**?*» (2, с. 96). До козака в шинку вони також демонструють лояльність, оскільки перебувають на чужій території: «*Ведь ми, **касатік**, із Москви*» (2, с. 76).

У романах «Маруся» та «Чорний Ворон» на зміну таким дещо інтимізованим звертанням приходять нейтральні та офіційні «таваріщ» або ж збірний іменник «гражданє», покликані формалізувати відносини між державою та людьми, а також засвідчити нібито соціальну рівність. Читаємо: «*Нет таких людей, **товаріщ** Кукушкін, у каторих не развязивается язык...*» (3, с. 518). «***Таваріщі** арловци! Надеюсь, ви не посраміте честь нашева атряда*» (3, с. 418), «***Гражданє** Холодноярской округи!*» (3, с. 147) – так зверталися до селян в оголошеннях про амністію. «*К какому каню, **таваріщ** командір?*» (1, с. 364) – запитує солдат, отримавши наказ прив'язати полонену Марусю.

Як козаків, змальованих у романі «Характерник», так і їхніх нащадків із творів «Маруся», «Чорний Ворон», «Чорне сонце» об'єднує повага до жінок, яку простежуємо не лише в їхніх вчинках, а й у звертаннях. Фіксуємо шанобливе, дещо офіційне звертання «пані»: «*Все буде добре, **пані** Христино!*» (2, с. 298), «*Здорові були, **пані** Марусю*» (1, с. 166), «*Коли ж, коли, панно Марусю?*» (1, с. 166), «*Чим же ми вам віддячимо, **пані** Єво*» (3, с. 309), «*Ми, **пані** Єво, в дорозі*» (3, с. 309), «*Я, **паняanko**, давно це помітив, але комісари теж носять бороди*» (3, с. 289).

Разом з ввічливим офіційним звертанням «пані» персонажі романів В. Шкляра використовують більш емоційно-забарвлене «сестро», що фіксує

тяжіння до сімейних або релігійних цінностей. Зауважимо, що всіх українців зображено як набожних у мирному житті людей. «Спасибі, *сестро*...», – дякує Чорний Ворон своїй рятувальниці Зосі; «*А ти, сестро моя найдорожча, Марусенько моя золота*» (3, с. 350). Його побратими так само звертаються до жінок: «Дякую тобі, *сестро*, за добрість і душу правдиву» (3, с. 222), «*Це, матусю, не ми...*» (3, с. 204), «*Не побивайтеся, матусю*» (3, с. 204). Старші люди використовують звертання «дочко»: «*Хай краще я візьму, дочко!*» (3, с. 286).

Найпестливіші звертання фіксуємо на адресу коханих: «*Спочинь, моя пташко!*» (3, с. 173), «*За тебе, моя пташко*» (3, с. 176), «Дякую тобі, *моя пташко!*» (3, с. 177), «*Усе гаразд, моя пташко!*» (3, с. 427), «*Я не хочу, щоб вони тебе вбили, зайчєня!*» (1, с. 330), «*Мама тебе, зайчєня, сховає у пазуху*» (1, с. 230), «*Не перебивай мене, зайчєня*» (1, с. 230), «*Обіцяй мені, зайчєня*» (1, с. 230), «*Ангеле, хочу тебе щось попросити*» (4, с. 79), «*Треба, золотце!*» (3, с. 79).

Доходимо висновку, що звертання до коханої жінки слугує для індивідуалізації персонажа. Лицарське ставлення до жінок серед персонажів бестселерів мають лише представники українського народу, що фіксують відповідні звертання. По іншу сторону спостерігаємо геть протилежну поведінку й мову, що виражено численними пейоративними звертаннями: «*Врьош, блядіна!*» (3, с. 202), «*Гаварі, тварь!*» (3, с. 203), «*Тагда пускай и тебя сейчас украдут, вєдьмкоє атродьє!*» (3, с. 203), «*Ну так каво ти апазнала, сука?*» (3, с. 153), «*Дайдьот і твая очєредь, старая вєдьма!*» (3, с. 153).

Отож, звертання у творах В. Шкляра відповідають традиціям і світогляду персонажів і переважно виконують оцінно-характеризувальну функцію, водночас маркуючи персонажів як єдиний народ з багатовіковою культурою та мовою. Звертання є не лише засобом для відтворення духу, колориту зображуваної епохи, а й індивідуалізації персонажів як мовних особистостей. Використання семантичних відтінків значень тих чи тих

лексем як звертань слугує урочистості, офіційності, інтимності або ж нейтральності спілкування.

2.3. Національний колорит фразеологізмів у мовленні персонажів бестселерів В. Шкляра

Фразеологічні одиниці є дуже важливими для мовознавчих студій, оскільки в них відтворено досвід, мораль, спостережливість, гумор, ментальність нашого народу і вони мають потужні виражальні можливості. Завдяки фразеологізмам збагачується мовлення, воно стає емоційнішим, виразнішим, образнішим і набуває неповторного національного колориту. Фразеологізми використовуються в мові разом з лексичними одиницями, але з різною частотою, оскільки на відміну від слова, яке має насамперед номінативну функцію, слугують для образно-емоційних оцінок того чи того явища, предмета, події або людини. Особливістю фразеологічних одиниць є й те, що вони не називають поняття чи об'єкт первинно, а переосмислюють його значення та номінують повторно [123, с. 33].

Саме емоційність, а також образність вважаємо такими самими важливими ознаками фразеологізмів, як і цілісність значення, відтворюваність, постійність компонентного складу та структури. Дослідження фразеологізмів у мовознавстві тривають досить довгий час, про що свідчать різні підходи до їхнього потрактування та класифікацій. Традиційно фразеологічною одиницею називають лексико-граматичну єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яку, маючи цілісне значення, відтворено в мові автоматично. Фразеологічними одиницями вважають стійкі словосполучення, які сприймаються як одне ціле, як єдиний вислів або мовний зворот, неподільний на окремі частини без втрати його значення.

На думку Л. Скрипник, фразеологізмами є «стійкі словосполучення двох і більше слів, що створюють семантичну цілісність і відтворюються у процесі мовлення як готові словесні формули» [136, с. 7]. Фразеологізми належать до категорії мовних знаків, що виникають із семантичного поєднання слів, які є окремими номінативними одиницями [5, с. 42].

Одну з найповніших, на нашу думку, дефініцій пропонує О. Селіванова, трактуючи фразеологізми як «стійкі, пов'язані єдністю змісту, постійно відтворювані в мовленні словосполуки або висловлення, які ґрунтуються на стереотипах етносвідомості, є репрезентантами культури народу й характеризуються образністю й експресивністю» [130, с. 641].

Щодо періодів розвитку фразеології уважаємо найповнішим опис Ю. Прадіда, який виділяє три періоди:

1) підготовчий (50–60-і роки XX ст.) – обґрунтування нових понять фразеології, стилістичного використання фразеологізмів у художніх текстах тощо;

2) структурно-семантичного опису фразеології (70–80-і роки XX ст.) – систематизація фразеологічного матеріалу за структурою, семантикою, граматичними та стилістичними параметрами;

3) функційного вивчення фразеології (90-і роки XX ст. – поч. XXI ст.) – комплексне дослідження фразеології в прагматичному, культурологічному, ідеографічному та інших аспектах із залученням досягнень наук, які досліджують людський феномен [118, с. 12].

Наведені дефініції фразеологізмів стисло ілюструють усі ці періоди. Є різні підходи до класифікації фразеологізмів, зокрема виокремлюють:

- семантичний;
- етимологічний;
- функційно-стилістичний;
- граматичний;
- ідеографічний.

Фразеологізми тієї чи тієї мови віддзеркалюють духовну та матеріальну культуру народу, його побут, національно-культурну неповторність. Вони є унікальними, своєрідними за своєю внутрішньою формою. Їхня унікальність полягає в тому, що вони поєднують як власне лінгвістичні чинники, які пов'язані із специфікою лексико-семантичної та граматичної системи тієї чи тієї мови, так і екстралінгвальні чинники, пов'язані із життям нації, – особливості національного характеру, духовного складу, культури, своєрідності етнічного побуту, традицій, звичаїв, специфіка історичного розвитку народу. Н. Хома зазначає, що фразеологія кожного народу виражає його ментальність, образність і спосіб мислення, а тому вона характеризується значною стабільністю [160]. Такої ж думки дотримується Н. Бобух. Досліджуючи фраземи з антонімічними компонентами, вона зазначає, що «фраземи як специфічні мовні одиниці репрезентують різноманітність матеріального й духовного життя етносу, є засобом зберігання та передачі культурної інформації про людину й навколишній світ» [15, с. 78]

На думку Л. Савченко, фразеологія – це відбиток картин реальності, у якій містяться фрагменти культури, історії, етнографії, психології, світогляду, релігії, менталітету, відтворюється національний характер народу, це своєрідний зразок ретельного та пильного кодування його духовної культури [125, с. 522]. Способом утворення фразеологічної одиниці є метафоризація як когнітивний процес, пов'язаний з діяльністю підсвідомості. Цікавість до цього питання збільшилася у зв'язку зі зверненням лінгвістів до вивчення мовної картини світу та виникненням лінгвокультурології як науки синтезувального характеру. Крім того, метафора має важливу властивість «нав'язувати» тим, хто розмовляє якою-небудь мовою, специфічний погляд на світ. Метафори характеризовано національною специфічністю та навіть антропоцентричністю, оскільки людина постійно намагається порівнювати конкретне й абстрактне, досяжне й недосяжне [173, с. 440]. У новому метафоризованому значенні можуть залишатися сліди і буквального

значення, яке ґрунтується на підставі подібності, схожості двох або більше сутностей, що перебувають в центрі уваги [25, с. 113].

В. Ужченко ширше розглядає фразеологізми, зазначаючи, що «формування фразеології – це відбиття процесів різної часової глибини, згасання й оновлення образності, безперервне становлення ідіом, де активно виявляють себе метафора, метонімія, евфемізм, каламбур, а домінуючу роль відіграє антропоцентризм, яким пронизана вся система переносів» [154, с. 28].

Одним із джерел збагачення національної фразеології є художні твори того чи того письменника. Протягом усієї історії розвитку національної культури зі сторінок видатних майстрів слова в літературну мову входили подібні вислови або ж набували там нових значень. Водночас фразеологізми в художньому творі мають низку важливих функцій: разом з експресивно-оцінною виконують образно-виразову, еліптичну (лаконізують мову), термінологічну (забезпечують її точність) функції [136, с. 19], а також полегшують висловлення думки, фіксуючи індивідуальний авторський стиль, вдихають життя в персонажа, індивідуалізують його.

На думку А. Мойсієнка, індивідуально-художній стиль письменника становить систему мовних засобів, яка постає в результаті відбору та творчого використання насамперед лексичних реалій національної мови не лише для вираження певного змісту, але й для естетичного впливу на читача. Категорію індивідуального сформовано сукупністю мовних одиниць, які мають значне смислове навантаження (культурологічне, історіософське, філософське тощо), зумовлене контекстним оточенням, сюжетними лініями, емоційно-експресивним наповненням. До таких одиниць належать фразеологізми [98].

Г. Морараш акцентує увагу на тому, що фразеологізми здавна вважаються одним з найяскравіших і найвиразніших знаків мови. Маючи значну кількість експресії та емоційної наснаги, вони є потужним засобом підсилення зображуваного в певному тексті [101, с. 2]. У мовленні

фразеологізми виконують функцію образної характеристики конкретного об'єкта, суб'єкта, дії, ситуації. Саме тому, на думку Н. Бобух, останнім часом лінгвісти дедалі більше уваги приділяють функційному аспекту фразеологічних одиниць, тобто вживанню їх у різних ситуаціях спілкування з різними комунікативно-прагматичними цілями, а також у мові творів письменників [15, с. 78].

Отже, аналіз використовуваних у тому чи тому художньому творі фразеологічних одиниць допомагає дослідженню мовної особистості його автора, а також створених ним персонажів. Герої бестселерів В. Шкляра активно використовують фразеологізми у своєму мовленні, що маркує їхню належність до українського народу та протиставляє на мовному рівні ворогам, мовлення яких значно бідніше.

В основному українські воїни використовують фразеологічні багатства нашої мови для надання характеристики людині, її здібностям та умінням, а також окреслення складних життєвих ситуацій. Наприклад, неможливість потрапити до царя через його підданих описано так: «*Викотять, як бджоли муху*» (2, с. 35). Щоб правильно оцінити ситуацію з появою на Січі царевича, отаман Іван Сірко дає короткий наказ: «*Зуб нехай мотає на вус*» (2, с. 29). Радіючи, що гетьман Самойлович не приймає листів, Іван Сірко висловлює полегшення:

– *Щось будемо одписувати гетьманові?*

– *Ні, – сказав Сірко. – Він уже знає, що Січ зачепила чума, і наказав не приймати наших листів. Баба з воза* (2, с. 28).

Так само реагує і отаман Чорний Ворон на зменшення кількості повстанців у своїх лавах:

– *І ми тут знудилися без роботи. Може, тому дехто й пішов.*

– *Баба з воза, пішов то й пішов. Зима на носі* (3, с. 316).

Таким самим фразеологізмом послуговується і один з бійців загону Марусі, відчуваючи полегшення, що ворога вже знешкоджено без його участі він звертається до побратимів: «*Баба з возу! Я б і сам його прикандичив*» (1,

с. 42).

Фразеологізми створюють атмосферу повного взаєморозуміння між Іваном Сірком і козаками, роблять їх єдиним цілим, бо в непередбачуваних ситуаціях легендарний отаман спілкується дуже лаконічно, але зрозуміло всім, влучно підбираючи той чи той фразеологізм. *«А-а-а, царевич? Государ Симеон Олексійович у нас, – з погордою сказав Пелех. – Сірко, йдучи на морські розливи, наказав шанувати його та берегти, як ока в лобі»* (2, с. 71), – так коротко кошовий озвучив надважливий наказ берегти царевича на час своєї відсутності. Реакція на ситуацію погрози, що Січ сплять царські піддані звучить так: *«Насипете собі на хвіст солі, – подумав Вишенька»* (2, с. 83); на ситуацію, де втратився контроль козак говорить: *«...розумів, що передав куті меду, але зумисне обрав таку хитру методу – залякати і спантеличити кальниболотських гайдамаків, щоб ті не посміли чіпати послів»* (2, с. 113); на означення моменту, коли здається, що виходу немає, але треба не втрачати віри, фіксуємо улюблений вислів Івана Сірка: *«Нічого, – сказав Сірко цареві, йдучи на Сибір. – Ще прилетить зозуля, що мене не забула»* (2, с. 127), а коли невдовзі його було повернуто назад царським указом, Іван Сірко потішився своєю правотою: *«А хіба я не казав, – засміявся Сірко, – що прилетить та зозуля, яка мене не забула»* (2, с. 117).

Щодо напруженої ситуації, яка виникла внаслідок незгоди видати царевича послам і немилості царя, кошовий говорить козакам: *«...ще прийде коза до воза»* (2, с. 128), *«...ще побачимо, чий батько дужчий»* (2, с. 256). Останній вислів вживають як козаки на Січі в романі «Характерник», так і повстанці Холодного Яру в романі «Чорний Ворон», потрапивши в засідку:

– Дурниці! Так лягла карта. Але ще невідомо...

– У чию масть, – докинув Дядюра, однак цього разу ніхто не засміявся.

– Правильно, – сказав Ворон. – Ще невідомо, чий батько дужчий (3, с. 256).

Конфліктна ситуація та погрози козацтва вбити послів за царевича увиразнюється точно дібраним фразеологізмом: *«Тепер уже ні від кого не*

приховаєш, що ви хотіли його застрелити. І якщо царевич накаже козакам покарати душогубців, вас **зітруть на мак**», «Ваше щастя, що ви вчора не вийшли до царевича, бо він би **посік вас на капусту**» (2, с. 158).

Нереальність певного розвитку подій виражається такими висловами: «Буде це, панове запорожці, тоді, коли **рак на горі свисне** голосніше, ніж реве наш поріг Ненаситець!», «**Хай нам пір'я виросте в роті**, якщо візьмемо такий гріх на душу» (2, с. 169).

Один з наведених тут фразеологізмів фіксуємо й у творі «Чорне Сонце»: «Тоді я залишив секретарці номер свого мобільного і сказав, щоб Чекаленко сам мені подзвонив, коли з'явиться, хоч був певен, що швидше **рак засвистить у дві клешні**, ніж той до мене обізветься» (4, с. 50).

У романі «Характерник» один з козаків виражає повну впевненість у тому, що кошовий ніколи не видасть царевича висловом «бачити, як свою потилицю»: «Слухай, Карпе! – по-дружньому звернувся до нього Тхорик. – Передай отим бородатим цапам, що бачитимуть вони царевича, **як свою потилицю**» (2, с. 106). Філософське ставлення до невдач виражає Іван Сірко: «Чоловік міркує, а Бог моцує» (2, с. 254).

Напружену ситуацію, де є наказ не втрачати пильності, описано так: «...становище вимагало **студити й на холодну воду**, бо невідомо ще, хто там, звідки і з чим приїхав» (3, с. 185). У разі несприятливих обставин один з отаманів-холодноряців погрожує: «Ну це вже занадто! Або ми їдемо до загону, або **повертаємо голоблі назад**» (3, с. 185).

Важку ситуацію, яка не залишає вибору, окрім як взяти до рук зброю отаманом Гризлом, змальовано так: «У нас завжди так було – **поки заброда не залле сала за шкуру**, ми нічирк» (3, с. 48); «Але знаю точно, що біль не зважиш міркою сліз. Так само, як і радість нічим не виміряєш. Та хіба нам, козакам, **сушити над цим голови?**» (3, с. 117).

Небезпечна ситуація, коли раптом зникає зв'язок із побратимами, передається у творі «Чорне Сонце» через вислів «бути на голках»: «**Я був увесь на голках**. Ми вже мали сідати в автобус, щоб не запізнитися на

прем'єру, але з Широкиного досі не повернулися Єгер із Сіроманцем» (4, с. 101).

На примус до взаємодії Чорний Ворон реагує так: «Хай не думають, що ми відразу **затанцюємо під їхню дудку**», а пишаючись численними перемогами, Чорний Ворон говорить: «Хоча влітку 1922-го ми ще так давали комуні, що з неї **сипалася тирса**» (3, с. 182).

На позначення чогось, чого не може існувати, як Орден руки Іоанна Хрестителя, у який вірив один з побратимів Чорного Ворона, фіксуємо вислів «рябої кобили сон»:

– Та найцікавіше те, що через багато літ ця рука потрапила до московитів, і вони зберігають її моці десь біля Пскова чи Новгороду.

– **Сон рябої кобили**, – сказала Євдося (3, с. 274).

Змінення становища на краще, бажане, виборене окреслюється так: «Тобі треба радіти, казав він собі, **крига скресла, радій, а воно не раділося**» (3, с. 198). Запал бою борець загону Марусі описує так: «Було б не лізти **під гарячу руку**» (1, с. 51).

Готовність до компромісу виражено цікавим висловом: «Назви хоч і **горищиком, аби не в піч**» (1, с. 183), а от неможливість дійти згоди жартівливо описано так: «Ходя винувато опустил очі, а Чикирда сказав, що пора перекусити, бо натщесерце важко про щось домовлятися: **ситий голодному не товариш**» (3, с. 135).

Неминучі конфліктні ситуації між різними загонами передано через фразеологізм «побити горшки»: «Оскільки ми воюємо проти спільного ворога, – вів далі Кравс, – то я прийшов до вас, щоб визначити демаркаційну лінію між нашими військами. Було б великою помилкою **побити горшки в українській столиці**» (1, с. 178). Цей же вислів фіксуємо в оцінці ситуації Чорним Вороном: «У тій суперечці **побили горшки** Гупало і Завгородній: Денис казав, що треба тимчасово зачатися і не чіпати червоних, аби не підставляти селян під розправу, а Ларіон, навпаки, вважав, що саме настала пора **духопелити продзагони та іншу червону сволоту**» (3, с. 183).

Про сварку читача дізнається через фразеологізм «пробігла кішка»: *«І Добривечір порадував кошового, що між Чадуєвим та Щоголевим пробігла скажена кішка, бо вони вже не думають однаково і не дмуть в одну дудку, як дули раніше»* (3, с. 186). У наведеному уривку бачимо фразеологізми, які є антонімами та лаконічно пояснюють змінення ситуації.

Про потребу реформ та їх надто повільне впровадження через відповідний фразеологізм говорять персонажі твору «Чорне Сонце», коментуючи ток-шоу «Свобода слова»: *«Нам не треба винаходити велосипед, є ж європейські стандарти»* (4, с. 57); а про безкарність той самий Маляр глузує: *«І Гнат не винуват, І Килина не винна, тільки хата винувата, що пустила на ніч Гната»* (4, с. ЧС).

Для характеристики того чи того персонажа бестселерів В. Шкляра часто використовуються також фразеологічні одиниці, які краще розкривають його як особистість. Зауважимо, що для характеристики будь-якої людини важливу роль відіграють її вчинки, а також зовнішні риси та внутрішні, до яких належать особливості психіки, характеру, розумові здібності тощо. Усе це відбито в мовленні персонажів у романах В. Шкляра, аналізуючи яке, ми і можемо дізнатися про моральні якості героя того чи того твору.

Нерідко характер людини змальовано через використання персонажами фразеологічних одиниць, що лаконізує цю інформацію, але в той самий час надає їй яскравості, влучності, образності, не сповільнюючи водночас сюжету, не відволікаючи від основних подій.

У бестселерах В. Шкляра фіксуємо фразеологізми, спрямовані на критику негативних рис характеру тієї чи тієї особистості, зокрема негативній оцінці піддаються такі якості, як нестача здорового глузду, невміння об'єктивно оцінити ситуацію, боягузливість, хитрість, надмірна улесливість, відсутність стійких переконань, впертість, слабкодухість тощо. Наприклад, суддя Білий говорить послам, які через свою зухвалу поведінку ледь не були страчені козацтвом: *«Ви прийшли від царя, але без царя в голові. Чим ви думали, і ти, Василю Чадуєв, і ти, Семене Щоголев, коли вчора на*

очах у всього товариства наважилися застрелити царевича?» (2, с. 156).
Такий самий вислів щодо низьких розумових здібностей оточення С. Петлюри трапляється в романі «Чорний Ворон»:

– У Головного отамана інші завдання, – сказав я.

– Авжеж, – Калюжний долив собі чарку і вже, не запрошуючи мене, випив до дна. – У них там в уряді та штабах у всіх були інші завдання. Бо там зібралися польські підпанки, австрійські фендрикирезерви, кар'єристи й авантюристи... без фаху й **без царя в голові**» (3, с. 283).

Про невдалі перемовини послів, до яких вони не мали хисту, один зі старшин у романі «Характерник» говорить: «Застав дурного Богу молитися, так він і лоба наб'є» (2, с. 157).

Боягузливість послів у цьому самому творі висміяно одним з козаків: «Вони трималися Вишеньки, **як воші кожуха**» (2, с. 72).

Зауважимо, що відсутність страху фізичної розправи є однією з основних рис козацтва, саме тому вони так зневажливо висловлюються про представників царя. У романі «Чорний Ворон» недалуге керівництво з-за кордону один з ватажків повстанців характеризує висловом «дурний піп, дурна і його молитва»:

– Усе це, панове, добре і навіть романтично, – сказав Завірюха. – Але з кровопролиттям треба припиняти. Через дрібні вилазки можемо загубити велику справу...

– Дурне, – сказав Загородній, випльовуючи через губу кавунячі зернята. – **Дурний піп, дурна і його молитва** (3, с. 197).

Недалекоглядність керівництва зображено і в такому діалозі між Чорним Вороном і делегатом з-за кордону:

– Я вже був і в отамана Загороднього, і в Голика-Залізняка, і в Гупала... Усі вони слухали мене з розумінням... – і далі плів нісенітницю емісар.

– Ви їх своїми брехнями **заведете під дурного хату**. А мене – ні! (3, с. 56).

Таким самим фразеологізмом послуговується і Маляр із твору «Чорне

Сонце», характеризуючи непрофесійну розвідку ворога: *«Григорій Олександрович чемно розпитав мене про наші полкові справи, про Широкине, Лебединське, потім сказав, що Путіну ніколи не взяти Маріуполь, бо в цьому місті не те коріння, що він думав. Московська розвідка тут явно прорахувалась і підвела під дурного хату не лише Путіна, але й весь російський народ»* (4, с. 54).

Хитрість та улесливість Чорний Ворон змальовує фразеологізмом «говорили, як шовком шили»: *«І от хто-хто, а Завірюха умів говорити, – всі вони, хто приходив із-за кордону, говорили, як шовком шили, ніби брали там спеціальний вишкіл із ораторського мистецтва»* (3, с. 194).

Постійне змінювання позиції засуджено у такий спосіб: *«У наших урядників, костиль їм у гузно, сім п'ятниць на тиждень»* (3, с. 159).

На тлі важких історичних подій і складних рішень саме відсутність стійких переконань і тверезого бачення ситуації вело повстанців до загибелі, і вони це добре розуміли, однак обговорення свого становища відбувалося майже виключно через наведені фразеологізми, тобто коротко і в той самий час усім зрозуміло.

Про вперту людину знаходимо вислів «уперся, як кілок у тин»: *«Гризло звелів, щоб той їхав негайно, а Куземко знов за своє: уперся, як кілок у тин, не поїду і все»* (3, с. 112); а також «з-під стоячого підошви випоре»: *«Добривечір тречню подякував боярину Матвєєву за довіру, сказав, що тепер і вони, запорожці, вже спізнали, який зух цей Міюска – з-під стоячого підошви випоре»* (2, с. 267).

Про слабкодухого парубка Іван Сірко говорить, що він «розпускає нюні»: *«...ти ще юний, але не такий, щоб розпускати нюні»* (2, с. 30).

Позитивні характеристики людини, виражені фразеологізмами, у романах В. Шкляра переважно використовуються на позначення стійкості, сміливості, воєнного досвіду, готовності виконувати будь-які обов'язки заради перемоги.

Наприклад, у творі «Чорне Сонце» на позначення воєнного досвіду використовується словосполучення «бували в бувальцях»: *«Бували в бувальцях та ідейно підковані патріоти набивають собі на ліктях павутину, яка означає не лише їхню особливу небезпечність, але й фанатичну відданість своїм ідеалам та принципам»* (4, с. 27). У цій повісті подано також позитивну характеристику бійцям через фразеологізми, коли вони жартівливо нагороджують один одного державними посадами: *«До речі, головою Нацбанку буде Микола Вечір. Він чоловік мовчазний, а гроші люблять тишу. Та й саме мовчання – уже золото...»* (4, с. 93). Щодо ж посади президента в цьому ж творі фіксуємо: *«У нас є свій Біл, харків'янин. Він не товктиме воду в ступі, а скаже всього лише два слова: мужики, зробимо!»* (4, с. 93). Отже, наведені фразеологізми говорять про повагу до людини, яка віддає перевагу діям, а не словам.

Такі якості, як стійкість і сміливість, описуються через фразеологізми «є ще порох в порохівниціх»: *«Є ще порох в порохівниці, – похвалив його Сірко і сів на пень, яких тут чимало було розкидано замість ослонів»* (2, с. 238).

Ці самі якості передано через вислів «понюхати пороху», зокрема отаман Дмитро Соколовський говорить: *«Ти зробив те, що годилося зробити мені. Я все-таки прапоририк і вже понюхав пороху»* (1, с. 38).

Для характеристики фізично здорової, дужої людини знаходимо порівняння: *«Та я здоровий, як бик!»* (3, с. 41). Саме так про себе говорить Чорний Ворон після важкого поранення.

Зауважимо, що серед фразеологічних одиниць, які використовують у своєму мовленні персонажі творів В. Шкляра, переважають ті, що створені на власне українському ґрунті та мають прозору етимологією, роблячи сприйняття творів доступними читачам, а героїв – близькими, народними.

Завдяки фразеологізмам більше дізнаємося про кожного окремого героя, обставини, у яких він мав діяти, переконання, які сповідував, отже, так

формується образ цілого народу від козацьких часів до 2014 року (події твору «Чорне сонце»).

Отже, у фразеологізмах міститься інформація про мовну картину світу того чи того народу, що важливо в контексті антропоцентричної парадигми досліджень у галузі мовознавства сьогодні. Поняття мовної картини світу має різні дефініції, що є свідченням його багатоаспектності.

В. Ужченко трактує мовну картину світу як «вербалізовані інтерпретації мовними соціумами навколишнього світу й самих себе в цьому світі». Лінгвіст констатує, що картина світу є власне світобаченням як кожної окремої людини, так і етносу загалом, вона є результатом сприйняття та осмислення навколишнього світу, зафіксованого в мові. Унаслідок процесів взаємодії людини з реальним світом виникає неперервний зв'язок між людиною, всесвітом та її мовою, де всі елементи взаємопов'язані [153, с. 67–68].

Схожу думку має І. Голубовська, яка визначає мовну картину світу як «виражене засобами певної мови світовідчуття та світорозуміння етносу, вербалізовану інтерпретацію мовним соціумом навколишнього світу і себе в цьому світі» [36, с. 6]. Ця дослідниця розрізняє концептуальну та мовну картини світу, наголошуючи на тому, що для останньої характерне повсякденне, наївне відбиття реальності, на противагу науковості та загальнолюдському характеру концептуальної картини світу [36, с. 38]. Спільна картина світу служить своєрідним посередником не лише у взаєморозумінні індивідів, але й у контакті різних сфер людської діяльності, культури, філософії, науки, мистецтва тощо. Взаєморозуміння може бути досягнутим лише за умови спільних вихідних уявлень та образів на основі культури. А продукти культури можна буде звести в єдине значеннєве поле.

Завдяки фразеологізмам, які вживають персонажі бестселерів В. Шкляра, фіксуємо світосприйняття українського народу, де важливими є моральні якості людини, прагнення до вдосконалення. Уважаємо, що саме тому велику кількість фразеологізмів ужито на позначення певних недоліків,

які мають бути подолані. Пропагується спокійне, виважене, з вірою в Бога ставлення до важких часів. Ужиті персонажами фразеологізми змальовують їх як таких, що є сміливими, але й обережними, недовірливими та готовими старанно виконувати свої обов'язки заради перемоги.

В аналізованих бестселерах В. Шкляра фразеологізми відіграють також об'єднавчу функцію як між представниками одного військового угруповання того чи того роману у вузькому розумінні, так і між поколіннями, якщо аналізувати ширше. Вони зрозумілі кожному представнику українського народу, оскільки знайомі з дитинства. Зауважимо, що в романі «Характерник» основною функцією фразеологізмів є еліптична. Тобто завдяки їх вживанню актуалізовано небагатослівність старшин і їхню комунікативну компетентність. Водночас доведено уміле володіння словом, адже влучність кожної фразеологічної одиниці говорить про високе чуття рідної мови та її вправне використання. Фразеологізми вживано як для лаконічності висловлення, так і для підтримки народних традицій, протиставлення себе загарбникам. Отамани та старшини, вживаючи той чи той фразеологізм, наголошуючи на тому, що вони є вихідцями з народу, звичайними людьми, які не думали брати до рук зброю, ставати військовими. Фразеологізми слугують нагадуванням про їхнє походження та мирне минуле. У цих романах вони використовуються рідше, але не менш влучно. А персонажі повісті «Чорне Сонце» вживають фразеологізми заради гумору та збереження національної пам'яті.

2.4. Мовні засоби репрезентації гумору як національна ознака персонажів бестселерів В. Шкляра

Персонажі досліджуваних бестселерів В. Шкляра здатні жартувати у найважчих умовах. Зауважимо, що комічне та його функційні різновиди посідають важливе місце в житті людини. Цей концепт є досить складною для визначення категорією естетики, і він пов'язаний з освоєнням світу через сміх. Комічне завжди відбиває невідповідність між недосконалим та ідеальним, значущим та неважливим, реальністю та задумом. Виявлення цієї невідповідності і породжує комічний ефект, але комічне не лише змушує людей сміятися, воно також виконує соціальні та суспільні функції [32].

Комічне (у всіх його різновидах) є формою оцінного освоєння світу й інструментом руйнування надмірної стереотипності мислення – норми. Його характеризують переважно як результат контрасту, протиріччя: форми – змісту, мети – засобам, дії – обставинам, сутності – її видимості, причини – наслідку, процесу – його результату, реальності – її уявленням про неї і под. Ефект очікування в реципієнта, спричинений передусім самим змістом тексту, під час викладу подій якого спостерігається логічний збій. Реципієнт сміється під час сприйняття такої інформації, до якої він не є підготовленим попереднім змістом або власним досвідом.

Різновидом ефекту несподіванки є різного роду дисонансні явища, за яких автор навмисно порушує логічну, семантичну, синтаксичну сполучуваність. Найуживанішим є прийом, коли в одному ряду однорідних членів стоять різні предмети та явища. Загалом для прийому дисонансу характерним є те, що хоча і сполучаються слова далекі й навіть протилежні за сенсом, утворюється досить цільний і несуперечливий образ. Комічне постає як неочікуваність, що посилює суперечність, дає змогу побачити її в новому світлі, у їхній естетичній формі. Усі зазначені прийоми досягнення комічного ефекту ґрунтуються на маніпуляції зі змістом. Серед мовних засобів репрезентації та посилення комічного ефекту основним є мовна гра

(обігравання полісемії, омонімії, синонімів, паронімів, антонімів, фразеологізмів, хіазму). Дослідниця К. Тараненко також виділяє суржик як засіб для створення комічного ефекту, яким користуються вітчизняні співаки[148]. До стилістичних засобів і прийомів створення комічного ефекту належать стилістичні контрасти, тобто зіткнення різностильових одиниць, стилістична реприза, пародія [14, с. 36].

Дослідники виокремлюють чотири класичні різновиди комічного: іронія, гумор, сатира, сарказм . Гумор – це особливий вид комічного, у якому поєднано зовні комічне трактування предмета зображення з внутрішньою серйозністю; зображення смішного в жартівливому, добродушному тоні [53, с. 181].

Другий різновид комічного – сатира, що являє собою художній прийом, В. Юрчишин визначає як «сучасну персуазивну форму гумористичного дискурсу, яка генерує критичне ставлення до людських та суспільних недоліків» [171, с. 107].

Однією з найпоширеніших форм комічного є іронія. Вона є твердженням, яке поєднує буквальне значення сказаного та ймовірне [13].

Ще однією важливою формою комічного є сарказм. Йому притаманне поєднання гніву, ненависті з гіркою насмішкою.

Основні відмінності між формами комічного полягають у ситуаціях, у яких створюється жарт, а також у мірі дошкульності. Наприклад, гумор, як уже зазначалося, не має уїдливості чи надмірного критицизму, на відміну від іронії чи сарказму. Він супроводжує людство впродовж історії його існування та вирізняє його з-поміж всіх інших живих істот. У процесі спілкування гумор може бути як важливим, об'єднувальним, так і небезпечним явищем, здатним або поліпшити, або погіршити комунікацію. Він може виконувати роль зброї проти публіки, держави, нації, етносу або універсального способу для зняття напруги, покращення настрою тощо.

Зазначимо, що гумор не є універсальним явищем і не переноситься з однієї культури в іншу. Кожний народ має своє бачення того, що він вважає

смішним і як воно має виражатися в мові. Гумор – це явище національне, тож жарти того чи того народу будуть мати різне забарвлення, тональність і спрямування.

Український гумор має також характерні риси. Зважаючи на довгу боротьбу країни за національну ідентичність, жарти допомагали розвивати самоіронію та самозахист у людській свідомості [147]. Гумором наповнений фольклор нашого народу: казки, пісні, байки, приказки. До нього зверталися також письменники й поети у своїх творах. Форми комічного давали змогу людям ставитися до складних життєвих ситуацій простіше та насміхатися з усіх незгод, що доводилося долати.

Народний український гумор широко представлений у бестселерах В. Шкляра, увиразнюючи його персонажів як національно-марковану колективну мовну особистість з особливим світоглядом та умінням бачити смішне та жартувати на фоні трагічних подій. Для створення комічного ефекту персонажі досліджуваних творів використовують дотепні порівняння, навмисне нерозуміння чужої ворожої мови, ефект несподіванки, оприявлення відомих істин як чогось незвичайного і, навпаки, опис моторошних речей як буденних, гру слів, вживання їх у переносному значенні, перебільшення власних сил і знецінення ворожих, пародію тощо.

Персональний гумор у досліджуваних бестселерах за способом репрезентації поділяємо на ситуативний (базований на несподіваності чи нетиповості ситуації) і мовний (базований на двозначному трактуванні значення мовних одиниць різних рівнів). На лексичному рівні гумор реалізується за допомогою омонімії, полісемії, метафори, контамінації фразеологізмів, взаємодії граматичних структур.

Ситуативний гумор зустрічаємо у романі В. Шкляра «Характерник». Наприклад:

– *Будете бити?*

– *А ти як думаєш? – Іваник поклав руку на товстелезного дрюка, що лежав біля нього.*

– *Думаю, що будете.*

– *І ми так думаємо.*

– *Ну, може воно й правильно (2, с. 114).*

Усмішку тут викликає неочікуваність реакції дужого козака на загрозу, неприбутанна йому мовна поведінка, адже він підкоряється волі побратимів, використовує стилістично нейтральну лексику, хоч його мовну особистість характеризує наявність агресії й уживання обценної лексики.

Ефект несподіванки викликає гумор й у сповіді царевича:

– *Три великі гріхи маю, отче!*

– *Які? – аж загорілися очі в ієромонаха. – Почніть із першого.*

– *Мало я **сцяв** боярам у чоботи, коли був дитиною...*

– *Ну мало – то не є гріх (2, с. 178).*

Тут хлопець, що називає себе сином царя, свідомо применшує важливість сповіді, а також використовує просторічну лексику, підкреслюючи близькість з народом і викликаючи усмішку в отця. У тій самій сповіді далі фіксуємо:

– *А другий?*

– *Другий мій гріх у тому, що я боярина Іллю Милославського лише приглушив таріллю. Треба було так **дзизнути** супостата, щоб мізки розлетілися по всіх палатах (2, с. 178).*

Симеон створює ефект неочікуваності і виставляє себе смішним, аби підкреслити свою невинуватість і правдивість. Використання ж розмовної лексики є доказом його культурної, мовної асиміляції

Гумор між чоловіками та жінками заради флірту також присутній у досліджуваних бестселерах. Зокрема, у творі «Чорний Ворон» з головним героєм жартує козачка:

– *А хлопці не можуть вирити для тебе окрему земляночку?*

– *Хіба що на двох із тобою, – засміялася Дося. – Гей, Вороне! Тримай! Це щоб не змерз у Холодному Яру (3, с. 75).*

Так, жартуючи, дівчина віддала свою папаху. Її мовна поведінка є показником упевненості в собі, гідності, уміння жартувати.

Так само впевнено у веденні розмови поводить ся і кохана дівчина Маляра із твору В. Шкляра «Чорне Сонце»:

– *Слухай, ти совість маєш? Є ж якась ротація...Інші їдуть на ротацію, а ти...Що ти за людина!*

– *Може, в червні, – кажу я. – Після тринадцятого.*

– *Бачу, швидше я до тебе приїду! (4, с. 78).*

Жартівливий тон, гра слів присутні й у романі «Маруся»:

– *Яка ваша улюблена страва?*

– *Яка є... (1, с. 94).*

Також ознаки гумору фіксуємо в таких діалогах:

– *Наче приснилося, – сказав Мирон.*

– *Слухай, а ми не на острові часом?*

– *Я що – схожа на п'ятницю? – спитала Маруся (1, с. 251);*

– *Я буду ніжним з тобою. Ти моє зайчєня.*

– *Хочеш сказати, що в мене косі очі? (1, с. 255).*

Отже, у спілкуванні Марусі з її коханим Мироном присутній флірт у поєднанні з кумедними порівняннями, де дівчина очікує на відповідь-комплімент.

Чоловічий флірт також зустрічається у бестселерах В. Шкляра. Чорний Ворон, знайомлячись з дівчатами, фліртує, використовуючи гру слів:

– *Ви Чорний Ворон?*

– *Білих воронів не буває! (2, с. 29).*

Поганий настрій коханої Чорний Ворон обіцяє прогнати дубцем, вживаючи відповідний синонім:

– *Ти в мене дограєшся!*

– *Знову візьмеш дубця?*

– *Візьму добру палицю! (2, с. 176).*

Персонажі бестселерів В. Шкляра «Чорний Ворон» і «Чорне сонце»

займаються пародіюванням заради досягнення власних військових цілей і для покращення настрою у вільний від боїв час. Учасники АТО грають у гру, де вони в ролі політиків та урядовців приходять на знамените ток-шоу Савіка Шустера «Свобода слова»: *«Ми з Єгерем і Сіроманцем спостерігаємо цю картину. Бачимо спітнілі обличчя за столом, бачимо, що ніхто не наважується покласти руки, які не крали, на стіл, бо Андрій стоїть весь у червоному і з сокирою...»* (4, с. 93).

У романі «Маруся» відбувається веселе перевдягання:

– *Цієї ночі будеш моєю подружкою. Мусиш добре поголитися і перевдягнутися в дівчину.*

– *Яка з мене дівка? вдавано образився Санько.*

– *Ще не знаю, сказала Маруся. – Побачимо* (1, с. 321).

Мовний гумор активно представлений у всіх аналізованих бестселерах. Зокрема, у романі «Характерник» фіксуємо дотепне порівняння:

– *Як дошлюбні дівки?*

– *Гірше, – сказав Сірко. – Бо дівку хоч полапати можна, а послів – ні* (2, с. 99).

Далі в цьому самому бестселері щодо пропозиції залучити одного з козаків як перекладача читаємо:

– *Та який Вишенька? – розсердився Добrivечір. – З Вишеньки такий товмач, як із мене батюшка!* (2, с. 160).

У творі «Маруся» присутні яскраві порівняння щодо манери співу комсомольців: *«Так колись на льоду моя коза кричала»* (1, с. 85).

Такий самий гумор знаходимо щодо старенького чоловіка, що бажає воювати:

– *Бач, стара? Уже й діти воюють, а ти мене не пускаєш. Хіба ж я не козак?*

– *А з ким же ти хочеш воювати? – спитала бабуса.*

– *Та мені з ким-небудь, аби за Україну, – сказав білий, як ангел, дід і розправив плечі, мов крильця* (1, с. 246). У цьому діалозі порівняння

стосовно розміру плечей дідуса контрастує з лексемою «козак», викликаючи сміх.

Явище гіперболи використовується у творі «Маруся, щоб у жартівливій формі охарактеризувати побратимів отаманки»: *«Мої козаки, як роззуються, то біжать собачою риссю так само швидко, як коні. А чи прудкі наші гармаші? Побачите. Коли летять через поле, то гарматки стрибають, як жаби»* (1, с. 46).

Спілкуючись з бійцем іншого загону, Маруся дивується:

– *Як це вам удалося?*

– *Шо?*

– *Знайти нас у такій шаліні.*

– *На нюх узяв! – сказав він задоволено. – Я в Гощі, як у себе в кишені.*

Цигаркою хтось задимить, то я за верству почую (1, с. 263).

Далі в цій самій розмові через гіперболу створюється комічний ефект:

– *Якби ви знали, який у нього слух! Він чує, як муха плямкає.*

– *Мені б такі вуха, то я чула б, як трава росте* (1, с. 263).

Зауважимо, що вдалі порівняння в наведених діалогах також посилюють комізм.

Значущість ворога свідомо применшується в цьому самому романі, піддається висміюванню:

– *А то правда, що в тих никонів погони з чистого золота?*

– *Брехня, – сказала Маруся. – У їхніх рядових погони пошиті з червоних жіночих спідниць. А в офіцерів такі само, тіки зверху покриті сухозліткою* (1, с. 247).

У романі «Характерник» запорожці власноруч створюють нерозуміння мови між послами та ними, використовуючи явище міжмовної омонімії. У такий спосіб вони кепкують з намагань послів бути почутими і залякують їх:

– *А ви вірите в Бога? – спитав їх перевізник.*

– *Шібка, – відповіли Чадуєв і Щоголев.*

– Я вас не за **шибку**, не за вікно питаю, а чи вірите ви в Господа-Бога (2, с. 114).

Далі фіксуємо подібну ситуацію, де послі намагаються дорікати запорожцям за погане ставлення до них і відмову видати царевича:

– В Велику **кручину** бросаете де нас напужанієм своїм, а наколь ми щіталі вас своїмі радішими братішками молодшими да верними дондже...

– Ти щось утнув із того, що він белькоче?

– Каже, що їм краще кинутися з великої **кручі** у Чортотлик, – переклав курінний Добrivечір (2, с. 159).

Таке саме нерозуміння змальовано й зі сваркою послів: «І Добrivечір порадував кошового, що між Чадуєвим та Щоголеєвим пробігла скажена кішка...чув із сіней, як Чадуєв закричав до Щоголеєва: «**Зашибу!** Ізувечу, каналью». Тобто я так розумію, що Чадуєв нахвалявся витягти з вікна **шибку** і зарізати нею Щоголеєва» (2, с. 186).

Повстанці Холодного Яру жартують між собою, знаючи всі недоліки, особливості один одного: «А ти **побіжи** їх **піджени**, а тоді **прибігай** назад» (3, с. 256). Так один з повстанців підсміюється з побратима на прізвисько Біжу, вживаючи різні форми дієслова «бігати». Далі ще:

– А я тим часом **біжу**... – знов устроїв свого носа **Біжу**, але Вовкулака гримнув на нього, – Цить! Цить мені, бо я тобі зараз як **побіжу**, то не знатимеш, у який бік **бігти**! (2, с. 216).

Сміх з опонентів фіксуємо і в романі «Характерник», де, вживаючи просторічну лексику і метафору, козаки іронізують над військовим спорядженням супроводу послів:

– Чи це ти, чи не ти, пане осавуле?! Здоровий був! Яких таких **цяць** ведете на Січ, що вслід котиться сорок реєстрових **галушок** Полтавського полку (2, с. 99).

Персонажі романів В. Шкляра використовують слова в переносному значенні для створення комічного ефекту. Зокрема коли повстанці у бестселері В. Шкляра «Чорний Ворон» застали корчмара із дівчиною. Цей

чоловік викрикує гасло, спрямоване проти повстанців:

– *Я за трудовий народ!*

– *Бачу, як ви трудитесь!* (3, с. 408).

Такий самий прийом створення комічного зустрічаємо далі в цьому ж творі:

– *Попрошу вас зарубати курку, бо нам це забороняє віра. Якщо не боїтеся, звичайно.*

– *Та ні, чого ж...– Тут я не стримав посмішки: якби ви, пані Єво, знали, скількох «курей» зарубала ця рученька, то навряд чи пустили б мене до хати* (3, с. 310).

Незважаючи на складні обставини, змальовані в романі «Маруся», гумор користується популярністю серед його персонажів, характеризуючи їх як сильних духом воїнів. Для комічного ефекту також вживаються слова в переносному значенні, наприклад:

– *Багатьох бусурманів поклали? – спитав Станімір.*

– *Звідси не видно, – поважно відповів Шуліка. – А пулімйот «шварцльоз» хороший. Тіко тяга слабенька. – Тяга слабенька, після доброї роботи тріскається* (1, с. 23).

Такий самий прийом ужито в романі «Чорне сонце», коли один з воїнів переконує батьків, що насправді працює на будівництві, але його батько все розуміє:

– *Ну що, синку, багато вже **цеглин** поклав?*

– *Я не лічив.*

– *І правильно робиш, не лічи!* (4, с. 14).

Далі в розмові з коханою фіксуємо заміну лексеми «бій» на «дискотека», що посилює контраст між мирним життям і війною. Маляр свідомо вживає евфемізм «дискотека», оскільки прагне вберегти дівчину від страшної дійсності:

– *Як ти?*

– *Добре, – сказав я.*

– *Вибач, що довго не дзвонив. Був на дискотеці* (4, с. 61).

Гру зі значенням слова слів фіксуємо в такому діалозі:

– *Як там наш Кривий Ріг? – питає Сіроманець в Олега.*

– *А як! Як був Кривим, так і зостався!* (4, с. 32).

Персонажі повісті «Чорне сонце» вирізняються з-поміж інших персонажів аналізованих бестселерів інтелектуальним гумором, адже нерідко згадують відомих особистостей. Наприклад: *«У мене міцна психіка, але уява буває хворобливою. Іноді вона малює таке, що Брейгель з Босхом відпочивають»* (4, с. 36). Також у цьому творі згадується один з американських президентів: *«...Маляре, якщо у вас збереться така могутня і грамотна команда в уряді, то хто ж тоді буде президентом? Відповідаю: Біл! Могли б і самі здогадатися. «Клінтон?» – ще раз перепитає хтось непосвячений»* (4, с. 93).

З країни-агресора у творі «Чорне сонце» глузують, що *«вони тепер і волозьких татар, і мордву, і чудь, і весь, і мерю називають бандерівцями»* (4, с. 109). Тут бійці полку «Азов» демонструють обізнаність з історії. Вони також послуговуються всесвітньовідомими поняттями *«... мариупольська майстриня Ольга Черьомушкіна розмалювала майже півтораста метрів фасадної огорожі петриківським розписом так, що нашу базу вже можна було заносити до Книги Гіннеса»* (4, с. 18).

Персонажі цього твору В. Шкляра жартують з нерозуміння деяких людей такого сучасного виду мистецтва як графіті: *«З мариупольської адміністрації приїжджало два чуваки, то відразу витріщилися на емблему «ідея нації» й запитали – што ета за свастіка у вас нарісована? – Це Гітлер, – сказав я. – Він намальований у манері абстракціонізму. Хіба ви не впізнали Адольфа Гітлера?»* (4, с. 19). У цьому уривку персонаж Маляр постає складною, різноплановою мовною особистістю, оскільки з одного боку, використовує жаргонізм «чуваки», а з іншого – демонструє високий рівень інтелекту, оскільки зіставляє непокдануване – Адольфа Гітлера й абстракціонізм, який той переслідував.

Варто зауважити, що майже всі персонажі творів В. Шкляра «Чорний Ворон», «Характерник», «Маруся» і «Чорне сонце» – це воїни, які живуть своєю справою, але жорстокість боїв, важкі умови існування, втрата побратимів і страх за власне життя формує їх як колективну особистість, відмінну від мирних людей за поведінкою, мовою, світосприйняттям і гумором. Вони здатні сміятися та жартувати зі страшних реалій, які їх оточують, – катувань, насильницької смерті, тіл вбитих тощо. Отже, для цих персонажів характерним є чорний гумор, що не дивно, адже саме цей вид гумору притаманний певним професійним групам, куди переважно зараховують людей таких професій, як рятувальники, лікарі, військові тощо.

Згідно з бостонським «Словником світових літературних термінів», чорний гумор – це «гумор, який виявляє предмет своєї забави в перекиданні моральних цінностей, які викликають похмуру усмішку» [172, с. 42].

Сучасному суспільству іноді потрібно відсторонитися від трагічних подій, складних ситуацій, хвороб тощо. Саме чорний гумор допомагає людині розслабитися, абстрагуватися від викликів сучасного світу, моторошних подій, негативних думок, подолати страхи, відчути себе більш сильною та невразливою. Чорний гумор – явище, знайоме людям у всьому світі, але, як й інші види гумору й сатири, він має свою унікальну специфіку, а його особливості залежать від багатьох чинників і одним із найважливіших є розуміння основних культурних і національних аспектів того чи іншого народу. Чорний гумор відображає нетрадиційне, іноді навіть перевернуте ставлення до усталених норм і цінностей. Він репрезентує незвичне бачення таких важливих і важких для осмислення питань, як смерть, хвороби, фізичні вади, расова належність тощо. Зазвичай таких тем традиційно уникають, а чорний гумор, навпаки, висвітлює їх, надаючи гумористичного забарвлення.

Дослідження чорного гумору в межах військової субкультури, куди уналежнюємо персонажів досліджуваних творів В. Шкляра, ґрунтовано на транзактній теорії стресу та копіngu, яку розробив Р. Лазарус. Центральними в підході Р. Лазаруса є два основних конструкти – когнітивна оцінка та копінг.

У разі зіткнення зі стресовою подією в суб'єкта активізують процеси когнітивної оцінки, переоцінки, копіngu та перероблення емоційної інформації [174, с. 234]. Водночас копінг трактують як динамічний процес, як когнітивні та поведінкові зусилля особистості, спрямовані на зниження впливу стресу. У своїй теорії Р. Лазарус акцентує на специфічності копіngu в кожній окремій ситуації, де багато що залежить від когнітивної інтерпретації стресора [174]. За цих обставин провідний у структурі особистості психологічний захист буде впливати як на когнітивну оцінку стресової події, так і на формування відповідних стратегій щодо подолання наслідків психотравмувальної події, зокрема й мовних.

З позиції когнітивного підходу чорний гумор є однією з форм ціннісної рефлексії, для якої характерне зміщення модально-оцінної спрямованості через несумісність і перебільшення, що значною мірою притаманне всім гумористичним текстам. Отже, когнітивний підхід до розуміння чорного гумору дає змогу вважати його як сприятливу змогу гри з подіями, які сприймаються як травматичні [177, с. 165].

Розглядаючи цей ракурс як прагматичний аспект гумору, стверджуємо, що створення ігрової реальності смерті в чорному гуморі залежить насамперед від механізмів психологічного захисту та копінг-стратегій як найважливіших форм адаптаційних процесів і реагування індивіда на стресову ситуацію.

Наприклад, під час розправи над ворогом фіксуємо такі приклади вживання чорного гумору в аналізованих текстах:

– *Але ви не бійтеся, – хоч і єхидно, але вже тепліше всміхнувся до послів похмурий Голобля. – Тут є для вас і приємна новина.*

– *Яка?*

– *Якщо вас битимуть, то не будуть вішати. А якщо повісять, то вже точно не будуть бити (2, с. 94).*

Щодо ж до покарання козаків, то вони жартують, пояснюючи ситуацію по-своєму, добираючи відповідні контекстуальні антоніми: «...а щодо послів –

то це ж не *пограбування, а засторога*» (2, с. 100), а про покарання біля ганебного стовпа жартують, що *«то не покара, а причастя»* (2, с. 100), оскільки побратими частували їх горілкою та калачами. Комічний ефект виникає також через уживання евфемізмів. Наприклад:

– *Нехай своїх товмачів за собою возять, якщо хочуть, щоб їх розуміли, – обурився загалом тихий і чемний Саливон Гапочка. – А то одне слово не втнеш і гаплик.*

– *Їхніх товмачів наші кальниболотські гайдамаки вже всіх перетопили. – нагадав суддя Білий. – Ото Снетін був останній, той, що його з послом Лодиженським упокоїли* (2, с. 159).

До тих самих послів, ув'язнених козаками, фіксуємо таке звернення-пораду:

– *...Як на мене, вам би годилося постувати. Бо завтра...*

– *Аміль!!! – знов долинув голос згори, посли аж зіщулились* (2, с. 161).

Маруся так звертається до армії: *«Давайте до справи, панове! Ми ж не на прощу йдемо до Києва, правда ж?»* (1, с. 47). Так само вона спілкується з комсомольцями:

– *Тут таке діло, – перевів він подих. – Дозвольте перед смертю заспівать інтернаціонал.*

– *Замість молитви? – спитала Маруся.*

– *Ми в Бога не віримо. – Хлопчина вже цокотів зубами, але намагався тримати фасон.*

Ну якщо ви так себе відспівуєте, то будь ласка (1, с. 84).

Отож, у контексті покарання ворогів, бачимо вживання релігійної лексики на позначення вбивств і покарань, що протилежне релігійним настановам і створює комічний ефект. Щодо такої форми покарання як страта, то фіксуємо також приклади чорного гумору. Зокрема, у розмові Івана Сірка і Кирика, де вдало використовується синекдоха:

– *Ти відрубав його катові голову?*

– *Не пальця ж*, – сказав Кирик, – *Відрубав так, щоб її не впізнали.*
Голову (2, с. 293).

З гумором про страту ворогів розповідає і Маруся:

– *А то правда, пані отаманишо, що в селі Брицькому ви зарубали*
сімдесятьох продармійців?

– *Не я*, – сказала Маруся. – *Ми з козаками.*

– *Так, але ж зарубали?*

– *А що треба було постригти?* – гостро глянула вона на Бугая. – *Я не*
цирульник (1, с. 214).

У ситуації, коли противник просить його добити, повстанець Санько Кулібаба з роману «Маруся» вживає лексичні засоби створення чорного гумору: «*Чим же я тебе доб'ю, як ти своєю макітрою ружжо понівечив.*
Було б не лізти під гарячу руку» (1, с. 51).

Жорстокість до ворогів герої вважають виправданою, про що свідчить такий жартівливий діалог між Марусею та одним з отаманів:

– *Окупанта можна прогнати.*

– *Мітлою?* – з її грудей вирвався глухий сміх, а лице було незворушним.

– *Чи дубцем?* (1, с. 214).

Чорний Ворон також жартує, наказуючи полоненому червоноармійцю вбити своїх же товаришів, отаман глузує:

– *А можна с револьвера?*

– *Ні, не треба лякати горобців. Ти їх зарубаєш* (3, с. 30).

Далі вже його побратим шуткує, кидаючи сірника на мокрі тіла страчених: «*Обсохни, стерво!*» (3, с. 32).

Один з побратимів Чорного Ворона шуткує про грозу під час бою та розстріл полонених: «*Громом убило, чи що*, – *знизав плечима Коляда.* – *Мені*
ще бабуся казали, що не можна бігати в грозу, бо вб'є» (3, с. 69).

Сміються холодноярці також із фото, які роблять, убивши ворога:

– *Командир червоного полку, ще свіжий, тільки позавчора засолив.*

– *Ти диви, – змикнув захоплено Завірюха. – А по ньому й не скажеш, що мертвий! Це ви такі карточки колекціонуєте?*

– *Ні, – сказав Мефодь, – дівчатам дарую!*

– *Навіщо?*

– *А так. Вони потім пишуть на звороті таких карточок «Гані от Вані» і лякають ними місцевих комнезамівців (3, с. 196).*

Вживання слів з переносним значенням фіксуємо в такій ситуації:

– *...А кінь у тебе отаманський!*

– *Прикупив у начальника Знам'янського гарнізону, – Гупало пом'яшав, згадавши, як «купував» жеребця.*

– *А самого начальника спровадив до небесної канцелярії? – весело спитав Лютий.*

– *Там його не прийняли. Віддав звірині на вечерю (3, с. 187).*

Чорний Ворон жартує і тоді, коли мститься ворогові: *«Я висмикнув жердину з його руки.*

– *Пожди, – закричав він. – Ти ще не все знаєш.*

– *Вибач. Якось іншим разом, добре?» (3, с. 384).*

Тут комічний ефект створює вдавана чемність Чорного Ворона, виражена лексемою «вибач», і пропозиція відкласти розмову, коли ворог не має шансів вижити.

Подібну ситуацію бачимо й у романі «Маруся», де з 8 ворогів у полон взято лише двоє:

– *А де ж решта?*

– *Там, – Мирон кивнув на будинок біржі. – Вони відбивалися, але їм не пощастило (1, с. 174).*

У цьому ж романі отаман П'ята весело розповідає про помсту настоятелю монастиря, що намагався виказати їх загін денікінцям:

– *Розстригли ми настоятеля в ченці, сказав він, – пускаючи носом дим.*

– *Обчикрижили наголо.*

– *І все? – спитала Маруся. – Охота було руки бруднити?*

– *Ну це замість нас зробив той чорноризник, що в село бігав. Ми його потім повісили* (1, с. 213). Отаман використовує лексеми «розстригти» й «обчикрижити», які дисонують у згадці про духовну особу, створюючи чорний гумор.

У запеклому бою, дивлячись на відрубані голови, отаман Дмитро Соколовський жартує з побратимом:

– *Я, кажись, кистет загубив, – сказав Матей.*

– *Аби не голову, – гостро подивився на нього Дмитро* (1, с. 59).

Жартівливе ставлення до смерті та фізичних страждань фіксуємо в такому діалозі Чорного Ворона та Досі:

– *А звідки вертаєш?*

– *Та з того світу.*

– *І шапку там загубив, еге?* (3, с. 21).

Так само дивом залишившись живим, жартує Чорний Ворон з недоречного запитання побратима:

– *Пане отамане, ви живі?*

– *А ти як думаєш?*

– *У вас кров на лиці.*

– *Не бійся, – сказав Ворон. – Я твердоголовий* (3, с. 398).

Отже, уміння жартувати навіть у складних ситуаціях уважаємо одним зі складників ментальності українського народу, яку за допомогою персонажів майстерно відтворює В. Шкляр у своїх творах. Основними мовними засоби для створення комічного ефекту, якими вони послуговуються, є вживання слів у переносному значенні, порівняння, гра слів, пародія, гіперболізація, контекстуальні антоніми, синекдоха тощо.

Висновки до другого розділу

У другому розділі дисертаційної роботи проаналізовано персонажів романів В. Шкляра «Характерник», «Маруся», «Чорний Ворон» і «Чорне Сонце» як національно марковану колективну мовну особистість. Попри те, що герої названих романів живуть у різні історичні часи, вони об'єднані боротьбою за майбутнє своєї держави, уналежнюють себе до одного народу, що оприявлено в їхньому мовленні через питомо українські лексеми, звертання, фразеологізми, національний гумор.

Усі вони використовують прізвиська для спрощення комунікації. У романі «Характерник» основною функцією прізвиськ є характеристика персонажами один одного. У творі «Маруся» та «Чорний Ворон» прізвиська створюють ті, хто буде їх носити, що стає ознакою самовираження того чи того персонажа, його власного бачення своєї ролі у війні. Зауважимо, що в романі «Чорний Ворон» прізвиська мають також суто практичне значення, бо використані для маскуванню. Повстанці Холодного Яру лякали також ворогів прізвиськами, послуговуючись ними як психологічним прийомом. У романі «Маруся» фіксуємо приклади, коли прізвисько діставалося воїну від отамана як знак поваги і демонстрування певної організаторської або військової здібностей. Головна героїня обирає собі прізвисько сама, послуговуючись знаннями мов і демонструючи високий рівень інтелекту. У проаналізованих бестселерах прізвиська переважно мають українське походження, маркуючи їхніх носіїв єдиним народом зі своєю мовою та світосприйняттям, а також протиставляючи ворогам на мовному рівні.

Важливими мовними одиницями, що використовують персонажі, є фразеологізми, які відбивають менталітет українського народу, його картину світу та слугують для увиразнення мовлення героїв, надання їм національного колориту, а також виконують функцію лаконізації, оскільки за допомогою їхнього вживання персонажі влучно та коротко характеризують людину або ситуацію, увиразнюють комунікацію. Цей пласт лексики автор

активно залучає в художніх текстах для створення неповторного мовного колориту, народності, що, безперечно, збільшує їхню популярність.

Комунікація персонажів в аналізованих романах насичена звертаннями. Проаналізувавши їхнє вживання, висновковуємо, що вони використані для відбиття ставлення мовців одне до одного, змалювання властивого нашому народові устрою, культурних традицій, де значущими є повага до старших, рівність, братерство, шанобливе ставлення до жінки. Численні звертання, крім апелятивної функції, виконують ще й експресивну, надаючи висловленню емоційно-експресивного забарвлення, увиразнюючи спілкування. Зауважимо, що, оскільки персонажі романів В. Шкляра постійно перебувають в умовах важких боїв, їхня мовна поведінка вдало поєднує як агресію, конфліктність, так і ввічливість, душевність, сентиментальність. Усе це фіксуємо в їхній комунікації, зокрема у звертаннях, які відбивають негативне ставлення до ворогів через образливі слова, пейоративну лексику та позитивне ставлення в інтимізованих формах звертань до побратимів, отаманів, жіноцтва. Важливою функцією звертань є протиставлення персонажів на когнітивному, ментальному та культурному рівнях.

Однією з національних рис українців виділяємо уміння дотепно жартувати, навіть у складних, небезпечних ситуаціях. Почуття гумору характерне персонажам аналізованих творів В. Шкляра. Встановлено основні мовні засоби для створення комічного ефекту, якими вони послуговуються: вживання слів у переносному значенні, гра слів, порівняння, пародія, гіперболізація, контекстуальні антоніми тощо. Особливу увагу приділено чорному гумору, що властивий усім персонажам аналізованих бестселерів і стосується жартівливого ставлення до таких тем, як розправа над ворогом, смерть, небезпека, фізичні страждання. Попри те, що чорний гумор – універсальне явище, знайоме людям у всьому світі, вважаємо, що йому притаманні специфічні риси, і ці особливості залежать від розуміння основних культурних, національних, мовних аспектів того чи того народу. Чорний гумор відбиває нетрадиційне, подекуди навіть перевернуте ставлення

до усталених норм і цінностей, а його використання в художніх творах допомагає зняттю напруги із читача, об'єднує його з мовними особистостями персонажів і в такий спосіб слугує популяризації художнього твору, перетворюючи його на бестселер.

Отже, особливості прізвиськ, звертань, фразеологічних одиниць і гумору маркують мовних особистостей персонажів творів В. Шкляра як єдиний народ із власним баченням світу, традиціями, культурою та надають мовного колориту, який вважаємо значущим для створення бестселера.

РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ЛІДЕРА В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ В. ШКЛЯРА

3.1. Комунікативні тактики і стратегії лідера козацтва Івана Сірка в романі В. Шкляра «Характерник»

Вивчення мовної особистості персонажа художнього твору передбачає дослідження різних видів поведінки, діяльності, комунікації, інтелекту, духовності, менталітету, емоцій тощо, що є суттю самого поняття людина. Доступ до цих характеристик і надає мова [56, с. 162]. Мовна особистість (мовний образ «Я»), на думку Л. Мацько, виростає з послідовного природного, зокрема й цілеспрямованого, нанизування міжособистісних мовленнєвих контактів, зміст яких у процесі повсякденного мовного спілкування розширюється і трансформується в образно-сміслові структури індивідуальної та групової мовосвідомості, когнітивні структури наукового пізнання і знання, формування національної ідентичності та соціально-культурних характеристик, утворення ідеологічних, наукових, літературних, побутово-культурних текстів. Мовну самосвідомість особи, як зауважує Л. Мацько, визначають як результат мовно-соціальної взаємодії – інтеракції, яка через символи – мовні одиниці – надає змогу мовцю побачити себе очима інших співрозмовників, бо в нього з ними одна спільна символічна система бачення і розуміння – мова [90, с. 8]. На думку А. Дякова, лідерство постає як один з базових механізмів диференціації соціальної діяльності та передбачає досягнення особливого положення певною особою (індивідуальне лідерство) або певною частиною групи (групове лідерство) щодо решти членів групи [49]. Комунікативне ж лідерство тієї чи тієї мовної особистості, на наше переконання, можливе лише тоді, коли вона посідає в колективі й суспільстві провідне місце серед інших подібних мовних особистостей, вирізняючись вищим рівнем інтелекту, стійкішою психікою, міцнішою волею до діяльності,

мотивацією досягати поставленої мети, умінням швидко реагувати на виклики, високою культурою поведінки і мовної комунікації. Усе це є актуальним для персонажа роману В. Шкляра «Характерник» кошового Івана Сірка. Він постає беззаперечним лідером, який майстерно комунікує на різних рівнях, – як із простими козаками, так і з царем Олексієм Михайловичем, досягаючи мети, – вправно використовуючи різні комунікативні стратегії і тактики, дотримуючись своєї лінії мовленнєвої поведінки. Уважаємо, що вияв індивідуальної мовленнєвої поведінки – це позбавлений усвідомленого мотивування, автоматизований, індивідуальний, стереотипний вияв мовленнєвої діяльності й дискурсивного мислення конкретної мовної особистості. В актуалізації мовних стратегій і тактик мовленнєвої поведінки виявлено індивідуальні особливості мовної особистості, які забезпечують її неповторність і формують індивідуальний тип. Аналіз лідерських компетентностей Івана Сірка, на нашу думку, не видається можливим без урахування особливостей колективної мовної особистості козаків, адже вони постають у романі конфліктною колективною мовною особистістю, що характеризує кошового як надзвичайно сильну людину та досвідченого оратора, який зумів посісти чільне місце серед них. Зауважимо, що конфліктний тип мовної особистості свідомо чи підсвідомо будує своє спілкування спираючись на конфліктогенні стратегії, згубно впливаючи на творення взаєморозуміння. Саме таким типом мовної особистості представлено козацтво під проводом кошового Івана Сірка в романі В. Шкляра «Характерник». Конфлікти в романі несуть відкритий характер, оскільки це відповідає природі козаків. Бувалі воїни поводяться зухвало й уважають себе єдиним центром влади на Січі. Основні стратегії, у яких віддзеркалюються ієрархія їхніх мотивів і цілей спілкування, проступають у закликах до насилля або розправи над старшинами в разі несхвалення їхніх вчинків. Ілюструємо це таким діалогом:

–...*А чого це старшина приховує від нас, хто прийшов на Січ? Не було ще такого!*

– *Не було!* – закричали козаки. – *Треба **потрусити** ці лукаві душі та **випіпати** з них усю правду! Може, й жалування вже прийшло, а вони відмовчуються! Сірко б не мовчав!*

– *Треба **взяти їх за барки**, насеру їхній матері!* – і далі трубив Вовкотруб. – *Ми не посполиті, щоб нас дурити!*

– *За таке крутіїство їх **повісити** мало!* (2, с. 24).

У наведеному уривку між старшинами й козаками окремо виділяємо лексеми марковані високим рівнем агресії, однак козаки використовують також тактику залякування, яку реалізують через численні погрози, підсилюючи це одностайністю й кількістю, адже значно переважають старшин чисельністю. Вони не дають старшинам схаменутися, використовуючи переважно тактики засудження та погроз, чим і досягають подальшого нагнітання конфліктної ситуації:

– *Бач, що вони собі дозволяють!* – ***Розперезалися**, поки немає батька Сірка. Батько б їх вигнав із Січі, як мене колись вигнав був за те, що я **заїхав** у вухо одному підсудкові.*

– *Яке там **вигнати**!* – закричали кальниболотці. – ***Повісити!***

– ***Втопити!***

– ***Забити киями**, як скажених псів!* (2, с. 24).

Така мовна поведінка приносить результати козацтву, оскільки змушує старшин до відкритості. Уважаємо її також свідченням того, що старшини не мають вагомого авторитету і, відповідно, великої поваги, яка б стримувала козаків як у вчинках, так і у висловленнях. Беззаперечним лідером постає лише кошовий Іван Сірко. Зауважимо, що для Запорізької Січі характерна демократичність управління і право голосу для кожного, що й зображено в аналізованому романі. Представницьким органом на Січі була рада, тобто військова рада, народне віче. За своїм державним устроєм запорожці були також вільні, як і вільні люди родоплемінного суспільства. Вони не вели писемного законодавства і перші часи цілком вдовольнялися законодавством усним, тобто словесною традицією, а якщо виникали непорозуміння, то

зверталися за порадою до бувалих козаків. Запорізька Січ мала своєрідну державну, суспільну і військово-адміністративну організацію, що ввібрала традиції минулих часів. На загальних військових радах козаки щорічно обирали старшину – суддю, обозного, осавул, писар і кошовий [95, с. 114]. У романі В. Шкляра «Характерник» Іван Сірко постає в zenіті слави, очолює кіш – адміністративний орган Запорізької Січі, що поширював свою владу на значну територію півдня України і використовував свої збройні сили для її оборони. У складі Литви та Польщі (після їх об'єднання – Речі Посполитої) Запорізька Січ користувалася фактичною державно-політичною автономією і чинила значний вплив на всі українські землі [69, с. 15]. В аналізованому творі подано його спілкування з козацтвом, коли він виголошує довгі промови, звертається до них за порадою чи роз'ясненням тієї чи тієї ситуації, а також спілкування кошового сам на сам з підлеглими. Основна його комунікативна стратегія, як лідера, – це переконання.

Переконання як комунікативна стратегія є суттєвим компонентом мовленнєвого впливу, кінцева мета якого – змінити, трансформувати, оновити ставлення комуніканта стосовно того чи того питання. За відповідною реакцією опонента можна побачити, було переконання успішним чи ні. Поняття переконання дослідники досить часто пов'язують з поняттям аргументації. Відповідно до цього, якщо розглядати особливості реалізації стратегії переконання як однієї з характеристик мовної особистості лідера, аргументація постає мовним впливом на ментальну сферу реципієнта [100, с. 306].

Іван Сірко, на відміну від старшин, уміло спілкується з натовпом – безструктурним скупченням людей, позбавлених ясно усвідомлюваної спільності цілей, але взаємно пов'язаних подібністю емоційного стану та спільним об'єктом уваги [96, с. 62]. Загалом комунікативну стратегію переконання зреалізовано в мовній особистості лідера з використанням низки комунікативних тактик, як-от: 1) тактика самопрезентації, коли промовець подає себе у вигідному світлі, змушує адресата поважати адресанта, визнати

авторитетну думку промовця; 2) тактика позитивних перспектив – спрямована на вираження стратегічних цілей, позицій і намірів промовця; 3) тактика обіцянки – пов'язана з тактикою позитивних перспектив, де зрештою промовець обіцяє виконати будь-які зобов'язання або реалізувати плани; 4) тактика дистанціювання, тобто протиставлення «ми – вони», спрямована на дистанціювання від «чужих»; 5) тактика заклику, коли промовець звертається до натовпу із закликом до певних дій [99, с. 178]. Іван Сірко у романі «Характерник» найчастіше вдається до тактики дистанціювання, оскільки вона посилює єдність козацтва, а також тактики позитивних перспектив і самопрезентації. Найповнішою ілюстрацією уміння Івана Сірка спілкуватися з натовпом є його промова на козацькому віче, де потрібно було переконати запорожців не віддавати царевича царським послам. Фіксуємо такі уривки з промови кошового:

– ***Ви багато набачилися в цьому світі, добре знаєте звичаї наші козацькі, тож скажіть мені по правді: чи бувало у нас на Січі таке диво, щоб ми когось комусь видавали?***

– *Не бувало, пане кошовий! – загукали козаки.*

– *Хто прийшов на Січ, той наш і більш нічий!*

– *Немає гіршої ганьби, як продати товариша! (2, с. 169).*

Зауважимо, що Іван Сірко почав свою промову оцінним висловленням ***Ви багато набачилися в цьому світі***, яке сприяло ефективній організації діалогової (полілогової) взаємодії, оптимально впливаючи на адресата. Запитання, висловлене ватажком, мало своєю початковою інтенцією «отримання відповіді», а кінцевою – «не видати царевича». Зробивши в такий спосіб козаків активними учасниками комунікації, щоб підкреслити їхню значущість і, відповідно, заручитися підтримкою, а також протиставляє козакам послів і царя з його підданими, маємо тактику «ми» – «вони». З відповідей присутніх на віче можемо зробити висновок, що вона успішна і кошовий досягає поставленої мети. Далі маємо продовження:

– *Це ж таке діло, що тільки почни. Сьогодні ми видамо царевича, а завтра Москва нас усіх розтягне по одному. Їй що не дай, то мало, пащека там дна не має!*

– *Не видамо, не видамо, пане кошовий!*

– *Хай нам пір'я виросте в роті, якщо ми візьмемо такий гріх на душу!*
(2, с. 187).

Бачимо незмінну тактику Івана Сірка репрезентувати Москву як ворога, проти якого варто згуртуватися і не потурати його вимогам. Реакція козаків знову є індикатором успішності виголошеної промови. Далі кошовий на основі того самого протиставлення козацтва всьому московському наголошує на самостійності Січі, не відступаючи від свого глобального мовленнєвого наміру, звертається до послів, використовуючи некооперативні стратегії мовленнєвого спілкування, зокрема залякування та заперечення:

– *Про царевича забудьте, – сказав Сірко. – Якщо не хочете накликати лиха, то йдьте з Богом і більше нікому не кажіть, що тут з'явилися! Бо з вами ще пойдуть і наші люди... А вашим розумом ми жити не будемо! Ми свій маємо!* (2, с. 217).

Утілюючи стратегії некооперативного спілкування, Іван Сірко послідовно використовує докір. Загалом докір вважають неконфронтативною формою спілкування, але, вкладаючи ці елементи висловлення в уста отамана, письменник досягає бажаного ефекту. Подійний зміст того, що оцінено негативно, здебільшого стосується минулого; події, що можуть відбутися в майбутньому можна лише приблизно спрогнозувати, але такий прийом допомагає уявити картини майбутнього, як ті, що вже відбулися, наприклад:

– *Але знайте– і ти, Василю Чадуєв, і ти, Семене Щоголєв, що коли раптом прийдуть сюди бояри з ратними людьми...то й тоді ми не віддамо царевича, бо такий наш звичай і така наша честь. Ви називаєте його шахраєм, лиходієм? Нічого дивного. Москва і нас, козаків, називає шахраями, лиходіями і гультями!*

– Називає! – Закивали головами діди-райці...

– Чули?– найжачив брови Сірко на послів. – Ось ціна вашому слову! А ми добре знаємо, хто ми такі та звідки пішли!

– Знаємо!– загули запорожці. – Кожен із нас відає, де він узявся і ким є насправді! (2, с. 192).

Отож, об'єднавши, згуртувавши людей проти спільного ворога, Іван Сірко грає на емоціях своїх слухачів, а саме: агресивності, конфліктності, злості – та має відповідну підтримку вигуками. Козаки починають вимагати страти послів, але відразу вгамовують свій гнів, коли до них знову звертається кошовий, використовуючи стратегії згоди та порозуміння, конституентами яких часто є тактика раптовості (використання в мовленні невідомої/або забутої слухачам інформації):

–Я поділяю ваш справедливий гнів і також обома руками за те, щоб наклепників царевича покарати найлютішою смертю. Але ви забули про одну вельми поважну причину, через яку ми не можемо цього зробити....гетьман ув'язнив ще кількох моїх посланців, аби всіх цих чесних лицарів стратити, якщо скоїться лихо з московськими послами (2, с. 173).

Зауважимо, що попри досить емоційну атмосферу на віче, ми не фіксуємо жодного прикладу, коли б промова Івана Сірка перебивалася козаками, вигуки схвалення бачимо лише після того, як кошовий замовкає. У тексті роману немає також прикладів, у яких його діям чи словам було б висловлено незгоду. Уважаємо таку мовну поведінку козаків свідченням поваги до «батька» і повним визнанням його лідерства.

Розуміючи, що гнів побратимів може спричинити непередбачуваний розвиток подій, кошовий змінює тактику і використовує докір послам, як засіб для зняття напруги, зміни настрою натовпу. Кошовий апелює до емоцій, акцентуючи на молодості, незахищеності царевича й викликає в побратимів на зміну гніву жаль, співчуття, які є менш деструктивними, ніж злість. Наприклад:

– І на кого ж ви накинулися, як кровожерливі чокалки?– з докором

считав Сірко у послів.— **На оту дитину**, що в неї ще й вус не посіявся під носом, а **воно** сидить тут **бідне** у нас, як **осиротіла пташка** у клітці? **Що ж** такого вам зробила **царева кровинка**, що ви **цькуєте** її, **обзиваєте** лиходієм і самозванцем? (2, с. 170).

Отаман гарно розуміє настрої козаків, добираючи відповідні стратегії і тактики мовленнєвого спілкування. Їх побудова та реалізація значною мірою залежить від прагматичних чинників, зокрема в орієнтації в психічній, емоційній сферах адресата. Як результат його слів «*старі діди-райці зашморгали носами, чухаючи кулаками очі, значні військові товариші заворушили борлаками... У Тхорика від сліз уже хлюпало в чоботях*» (2, с. 170). Аби додати щось приємне до своїх слів, кошовий ділиться подальшими планами щодо процвітання Січі, а отже, використовує тактику позитивних перспектив:

—...*Буде в нас хліб і до хліба. Ми підшукаємо собі іншого царя! Таких лицарів, як запорожці, кожен прийме під своє крило.*

— *Підшукаємо! Підшукаємо!* — потвердили значні товариші.

— *Перед нами кожен розкриє обійми,*— погодилися діди-райці.— *І турок, і лях, і швед.*

— *Кримчаки вже й зараз готові давати нам хліб,*— запевнив усіх Сірко. — *Даватимуть з радістю скільки ми схочемо...* (2, с. 193).

Заохотивши козаків, додавши позитиву до сказаного раніше, кошовий до перспектив додає прямі погрози ворогам, знаючи, що посіпаки як царя, так і гетьманів слухають його і донесуть про сказане:

— *А далі може по-всякому повернути,* — сказав кошовий. — *Я вже знаю дорогу на Сибір, показали, спасибі, то, може, й туди заглянемо. Тоді москалі довідаються, який вояка Сірко.*

— *Заглянемо на Сибір і далі!* — зраділи, як діти, запорожці. — *А по дорозі і в Москву навідаємося* (2, с. 193).

Спілкуючись із запорожцями, Іван Сірко будує комунікацію так, щоб підсилювати свій авторитет. Він нещадно критикує гетьманів за їхній розбрат,

протиставляючи їм себе як єдину людину, що гідна булави і має сили та досвід для розбудови власної держави. У такий спосіб він реалізує комунікативну тактику самопрезентації:

– *А якби мені дали булаву хоч на рік-другий, то побачили б, як треба гетьманувати! ...Ну добре, дідько з ним, з тим гетьманством, та хай би мені Самойлович дав хоча б чотири козацькі полки – Полтавський, Миргородський, Лубенський і Прилуцький, тоді побачили б, що я зробив би!*

– *А що? – по-котячому засвітив очима осавул Черняченко-Чорний.*

– *Що? Спершу весь Крим завоював би, – сказав Сірко. – І приєднав би його до нас. Крим був би наш»* (2, с. 197).

Майстерно використовуючи уміння переконувати, Іван Сірко закінчив віче, досягнувши комунікативної мети спілкування. Отаман не завжди вдається до довгих промов або пояснень. Наприклад, на початку твору старшинам, а не всьому козацтву на Січі, він просто оголосив своє рішення, не питаючи їхньої думки, і застосував погрозу за непослух. Фіксуємо авторитарний вид комунікації кошового. Ця лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямована на одержання бажаного ефекту або запобігання ефекту небажаного. Така комунікативна стратегія послідовно втілена через тактику провокації (на короткий час викликається реакція незгоди з інформацією, яка подається, для використання цього часу з метою підготовки адресата чи адресатів до конструктивних висновків). Наприклад:

– *Казаному ми віримо, – повів він очима на Зуба... – Тому давайте подякуємо царевичу Симеону Олексійовичу за довіру до нашої матінки Січі та всього низового товариства. Нехай його величність зостається у нас скільки треба, всі ми шануємо його як сина нашого государя. А хто оступить у слові чи вчинку лихому супроти царевича, той стане перед козацьким судом* (2, с. 52).

У цьому уривку цікавим видається також те, що Іван Сірко використовує займенник «ми», говорячи від свого імені за всіх козаків, що

вважаємо показником упевненості у своїх силах і умінні наполягати на своєму.

Загалом про мовну особистість Івана Сірка дізнаємося лише з його комунікації з козаками. Основною запорукою авторитету козацького ватажка вважаємо успішне ведення діалогу. Численні діалоги показують велику повагу до отамана. Його накази ніколи не піддаються критиці, а воїни завжди чемні, навіть коли отримують догану. Спосіб поведінки отамана завжди обумовлений його соціальною роллю. Кожна розвинена мова має засоби, які «обслуговують» різні соціальні ролі, або субкоди (наприклад, розмовне мовлення, зазвичай, використовують у родині, офіційне – під час ділового спілкування, «підмову» наказів використовують у війську). Іван Сірко добре знає закони перемикання з «підмови» на «підмову», або з субкоду на субкод. Це проілюстровано в ситуації, коли кошовий наказує найвідчайдушнішим козакам не чіпати московських послів:

– *Хлопці, я вас, як людей, прошу. Не займайте їх. На чорта вони вам здалися?*

– *А що, й полоскотати неможна?* – спитав Тхорик і не встиг кліпнути очима, як Сіркова нагайка оперезала його нижче поперека.

– *Простіть, батьку,* – сказав Тхорик. – *Я більше не буду.*

– *Будеш!* – Сірко знов уперіжив його нагайкою. – *Я ж бачу, що будеш* (2, с. 112).

Отже, на застосування покарання кошовим козаки, як бачимо, відповідають покорою, яку простежуємо як в основних стратегіях скілкування (стратегія підпорядкування чітко маркована мовними засобами), так і в допоміжних прагматичних стратегіях (дотримання статусно-рольових очікувань). Сірко ж вдається до погрози-попередження навіть на адресу так званого царевича, що зображено в такому діалозі:

– *Тільки правду кажи, бо ми тут на Січі уже набачилися всяких пройдисвітів. – З такими в нас розмова коротка. А ти ж іще молодий, жаль буде, коли розгніваєш брехнею і Бога, і наше чесне товариство.*

–...велика кривда мене пропікає, що ти, отамане, не віриш мені та ще й залякуєш. Я прийшов на Січ із щирим серцем і навіть думки не мав, що зустрінуть мене з недовір'ям (2, с. 30). Бачимо, що погрози змушують царевича виправдовуватися, то ж навіть він визнає авторитет кошового.

Спілкуючись з козаками і старшинами сам на сам у побутових справах, отаман вдається до наказів, очікуючи на їхнє негайне виконання. Наприклад, з писарем він спілкується дуже лаконічно, використовуючи імперативні лексеми:

- **Читай!** – велів він Яковині.
- *Пане кошовий...* – несміло озвався писар.
- **Кажу.**
- *Треба поговорити з цим...царевичем*
- **Клич,** – сказав Сірко – *Я вже йду до себе* (2, с. 29).

Так само коротко, не виділяючи його з поміж інших, кошовий звертається за обідом до царевича, котрий досі стояв, скромно опустивши очі». Щоб дещо послабити директивність вислову, отаман вдається до аргументації як складника основної комунікативної стратегії:

- Сядь,** – припросив кошовий. – *Нехай поли не висять* (2, с. 34).

Імперативний стиль комунікації кошовий демонструє й з іншими адресатами (наприклад, з відповідальним за пасіку), маркерами імперативного мовлення переважно є дієслова, вжиті наказовому способі:

- *То ти приїхав дихати чи обкурювати пчулок?* – спитав Соловій
- *Приїхав, бо приїхав,* – сказав Сірко. – **А ти розпали** кабицю та **зготуй** нам якусь юшку (2, с. 239).

Водночас з наближенням до нього козаком Кириком Іван Сірко проводить довірливу бесіду, підкреслюючи розуміння і повагу до хлопця:

- *Заходь! Тільки не наступи мені в сінях на пана Горла.*
- *Кликали?*
- **Чую в тобі неспокій,** – сказав кошовий
- *Який неспокій?*

– *Так хвилює чоловіка дорога. Або жінка. Та, що стоїть у кінці тієї дороги і манить тоненьким пальчиком. Їдь! Тобі треба позбутися цього хвилювання* (2, с. 182).

Співчутливе ставлення кошовий демонструє також у розмові із царевичем, вербальним складником таких повідомлень є прислів'я та приказки, зміст яких пов'язаний з вірою в Бога. Такі сталі звороти вирізняються широтою тематики етичних комунікативних приписів, більшість з яких є мовленнєвими актами-директивами з деонтичною модальністю «Так повинно бути»:

– *Дякую, пане кошовий, – тихо мовив Семен*

– *За що?*

– *За те, що стояв до мене до кінця. Я ж бачив.*

– *Чоловік міркує, а Бог моцує..., – сказав Сірко. – На все його воля.*

Вибачай (2, с. 254).

Отже, у побутовому спілкуванні Іван Сірко поводить себе дещо авторитарно, але використовує в цьому разі екстралінгвальні засоби для того, щоб піддані вірили у його надприродні здібності, вважали характерником, що надає більшої ваги всьому сказаному. Одним з таких прийомів є читання думок співрозмовника і відповіді на невисловлені питання: *«Писар Яковина читав. Він знав, що під такі питання Сіркові добре спиться, а Яковина Сірка любив... Скільки йому – шістдесят? Більше? Не вгадаєш»*.

– *Шістдесят третій пішов, – сказав крізь сон Сірко* (2, с. 28).

За обідом кошовий демонструє також свої вміння: *«...жовте кілечко диму поволеньки покотилося над столом до Андрія Яковини. Писар відхилився убік, однак і кілечко звинулося ближче до нього»* (2, с. 34).

Висновковуємо, що мовна поведінка отамана змінюється залежно від ситуації. У своїй промові на віче Іван Сірко, використовуючи різні комунікативні тактики, виказував повагу до побратимів, до їхніх поглядів, акцентував на єдності, рівності, стійкості перед ворогами. Спілкуючись з козаками сам на сам, без урочистостей, кошовий поводить себе відповідно

до статусу «батька» – мудрого, справедливого, суворого й авторитарного. У міжособистісній комунікації Іван Сірко не вживає улесливих звертань, не витрачає час на доведення власної думки, роз'яснення тощо, а переважно віддає накази, карає за непослух, не маючи жодного спротиву, що характеризує його як справжнього лідера.

3.2. Особливості тактик і стратегій Марусі як лідерки в романі В. Шкляра «Маруся»

У бестселерах В. Шкляра значну увагу приділено мовленню головних героїв. Як зазначає І. Бехта, вивчення мовлення персонажа вможливилює вирішення низки завдань: «по-перше, мовлення персонажа, як і його образ загалом, є у сприйнятті читача певним фактом об'єктивної дійсності, який відображається засобами особливої художньої структури; по-друге, мовленнєва діяльність персонажа, вербалізована системою текстових елементів, слугує відображенню важливих характерологічних засобів персонажів. По-третє, як і сам персонаж, його мовлення зображене в літературному тексті, сприймається читачем як артефакт, що передбачає присутність у змісті та формі мовлення персонажа думок, почуттів, мовного досвіду та смаку автора» [11, с. 26–27]. Мовну особистість головної героїні роману «Маруся» В. Шкляра, її комунікативні стратегії і тактики не вважаємо можливим дослідити без врахування гендерного аспекту, оскільки на цьому наголошує й автор, порівнюючи її тендітну зовнішність і титанічну силу духа з перших сторінок роману і до останньої. На думку Ю. Кравцової, дескрипція мовної особистості письменника в гендерному аспекті передбачає такі характеристики: «1) відображення в художній картині світу автора гендерних стереотипів певного етносу; 2) уявлення письменника про прояви жіночого і чоловічого в соціумі взагалі і літературної діяльності зокрема; 3) ступінь і характер виявлення в творах автора гендерної ідентифікації та самоідентифікації; 4) різні образні мовні засоби, здатні фіксувати гендерні

відмінності» [74, с. 114]. Тобто крізь призму власного світосприйняття та уявлень про маскуліність та фемінність у межах художнього тексту автор, послуговуючись різними мовними засобами, створює художні образи чоловіків та жінок. У попередньому розділі зазначено, що персонаж художнього твору є автономною мовною особистістю, однак все ж вона має зв'язок з автором, оскільки саме він акцентує на особливостях її формування, її унікальності. Щодо Марусі автор змальовує певну контраверсійність цього персонажа через зіставлення її юної зовнішності та мовної поведінки, що властива чоловікам, і нерідко Маруся перевершує навіть бувалих отаманів категоричністю своїх наказів. Щодо зовнішності, то фіксуємо: *«Дівчина скочила з коня, і тепер було видно, що вона невеличкого зросту, зате дуже струнка – либонь інстинктивно тяглася вгору, щоб здаватися вищою»* (1, с. 31). Аналізуючи Марусю як мовну особистість, погоджуємося з думкою Н. Школяр про важливість та доцільність досліджень мовної особистості в художньому тексті з урахуванням гендерного аспекту, оскільки «гендерна ідентичність і мовна особистість містять ряд спільних та суміжних характеристик, заснованих на соціокультурних, національних, психологічних складових, які визначають особливості когнітивної, комунікативної та емотивної поведінки особистості» [167, с. 174]. Оскільки гендерна дихотомія інкорпорована в усі аспекти мови, то вибір тих чи тих мовних засобів перебуває в прямій залежності від гендерних преференцій мовців. Лінгвальними засобами об'єктивації гендерного статусу персонажів художнього тексту постають одиниці різних рівнів, зокрема лексеми, словосполучення, фразеологізми, синтагми, речення, морфологічні, словотвірні та стилістичні засоби, які є маркерами маскуліності і фемінності створених образів. Крім того, важливим є осмислення мовленнєвих актів в аспекті гендерної належності персонажів, адже гендерна маркованість лінгвостилістичних засобів актуалізується також у типово «чоловічих» та «жіночих» комунікативних тактиках персонажів [67, с. 47]. Гендерні особливості статей виникають на різних соціальних рівнях, які формують

комунікативну поведінку індивіда. Під комунікативною поведінкою розуміємо сукупність норм і традицій спілкування народу, вікової, професійної та інших груп [64, с. 232].

Такий підхід дає змогу визначити провідні диференційні ознаки мовленнєвої поведінки чоловічих та жіночих персонажів, що важливо для нашого дослідження. Уважаємо головну героїню Марусю цікавим об'єктом для аналізу, оскільки вона є прикладом свідомого поєднання суто жіночих і чоловічих комунікативних стратегій задля досягнення глобальної комунікативної мети й утримання авторитету серед чоловіків в умовах війни. Комунікативні стратегії – це певний механізм, що забезпечує гнучкість комунікативного процесу та досягнення прагматичної мети учасниками інтеракції: керування поведінкою, діями та свідомістю реципієнта завдяки когнітивній здатності стратегій моделювати картину світу [158, с. 69].

Маруся руйнує гендерні стереотипи про роль жінки під час війни. Під гендерними стереотипами розуміємо набір загальноприйнятих та консервативних норм і суджень, які мають відношення до статусу жінок і чоловіків, норм поведінки, мотивів їхніх вчинків і характеру потреб [33, с. 304]. Утім, не варто забувати про те, що важливість належності людини до тієї чи тієї статі, ступінь сформованості гендерних стереотипів залежать від культурних норм, у яких живе людина, та норм, у яких жили її предки. Варто зазначити, що на поведінку людини, на те, як вона реагує на виклики сучасності, як розмовляє, безперечно, впливає її стать, яку все ж видається неправильним зовсім не брати до уваги. Утім, значно більший вплив на діяльність та мовну поведінку людини має те, скільки уваги приділяється її статі в суспільстві, де вона живе. Далеко не останню роль у цьому відіграють усталені століттями гендерні стереотипи, яких так важко позбутися, адже вони міцно вкорінюються у свідомості не лише чоловіків, а й жінок. Маруся є продуктом суспільства, де віками шанувалася жінка, яка мала права і могла розвиватися. Саме завдяки цьому вона була одноголосно обрана отаманкою, і тут її мовна поведінка є повною протилежністю тендітній зовнішності.

Узагальнено комунікацію Марусі можемо охарактеризувати як таку, що підпорядкована здебільшого стратегії переконання слідувати за нею, вірити їй як лідерці, змінити картину світу, де лише чоловікові відведена роль командувача. Для реалізації цього вона комбінує різні тактики, зокрема самопрезентація, заклик, позитивні перспективи із чоловічим стилем спілкування, а також із суто жіночими тактиками ведення розмови – довірливим тоном, створенням невимушеної атмосфери, активним використанням посмішки, погляду у вічі, постави, вдалого вбрання тощо.

Комунікація Марусі ще до того, як вона стала отаманкою, маркована рішучістю, лаконічністю й безкомпромісністю:

– *Скільки ж тобі років, дитино? – спитав Петлюра*

– *Сімнадцять, – відповіла Саша. – Буде.*

– *І за що ж ти воюєш, Олександро?*

Вона стала до нього боком і розгорнула шлик.

– *«СМЕРТЬ ВОРОГАМ УКРАЇНИ» – прочитав уголос Петлюра. – Ну якщо вже такі дівчата воюють за Україну, то наша візьме (1, с. 99).*

Зауважимо, що на такі дещо принизливі коментарі і тон Олександра не відповідає, оскільки має витримку, такт і будує свої висловлення відповідно до ситуації. Як уже зазначалося, поряд з вдало обраними комунікативними стратегіями Маруся нерідко послуговується невербальними засобами, які відіграють особливу роль у процесі спілкування, оскільки підсилюють та, водночас, дублюють мовну комунікацію. До їхніх функцій належить також підтвердження чи заперечення інформації, доповнення змісту та акцентуація важливої інформації в момент спілкування. Саме вони дають змогу зрозуміти справжні почуття й думки співрозмовника, оскільки їх поява зумовлена імпульсами підсвідомості, і неможливість підробити ці імпульси дає змогу довіряти цій мові більше, ніж вербальному каналу спілкування [141]. Невербальні засоби вираження емоцій виконують експресивно-регулятивну роль у процесі комунікації, яка полягає у створенні психологічного контакту між партнерами, збагаченні значення слів та експресії емоцій. Щодо

психомоторних засобів вираження емоцій (жестів, постав тіла і таке ін.), вони не мають значення поза вербальним висловлюванням, а тому виконують функції супроводу та підсилення [169].

Наприклад: *«Вона приострожила Нарциса й вискочила на схилок Дівич-гори, щоб усі її добре бачили й чули. Подякувала за довіру й сказала, що хай із нею залишаться тільки ті, хто не збирається триматися хатнього припічка»* (1, с. 111). Такою була перша реакція дівчини на вимогу натовпу бачити на чолі лише Олександру Соколовську (Марусю). Тут її походження, те, що була сестрою полеглих трьох отаманів, відіграло для війська важливішу роль, ніж стать й усталені гендерні ролі. Отже, маємо ситуацію, де відтворено повагу до жінки серед українців і підтримку традицій ще козацьких часів, адже отамана обирає народ, вояки, які йдуть за тим, кому довіряють і кого шанують. Маруся поводить себе гідно і відповідно до ситуації: *«Ми не будемо оберігати тільки свої села, ліс і себе в ньому. Ми підемо на велику війну за Україну! Підемо на Київ! Якщо комусь це далеко, нехай чухає матню на печі»* (1, с. 111). У цій промові виразно звучить заклик до негайних сміливих дій, а також суто чоловічий стиль виголошення промови, якому притаманна амбітність, сміливість, важливість лише своєї точки зору і брутальний гумор. Отаманка звертається до воїнів як рівний до рівного, підтримуючи традицію дякувати за довіру, як це робили інші персонажі-лідери бестселерів В. Шкляра, зокрема Іван Сірко у романі «Характерник». Слідування традиціям підсилюється далі тим, що Олександра Соколовська обирає собі прізвисько: *«І ще одне, – насамкінець сказала вона. – Віднині називайте мене Марусею»* (1, с. 111). Окрім слідування традиціям лідерства, фіксуємо у виборі прізвиська й відбиття багатого внутрішнього світу отманки, що надає значущості їй як мовній особистості, оскільки свідчить про високий рівень інтелекту, адже Маруся є Міріамною – та, що чинить спротив (1, с. 111). То ж поряд зі сміливими закликами й брутальним гумором відзначаємо ерудицію дівчини, чуття і знання мов. Маруся уміло користується також позамовними засобами (такими, як вийти наперед, стати

вище тощо). Уважаємо це елементами вдалої самопрезентації. Так само впевнено Маруся, ставши отаманкою, поводить і знайомлячись з іншими підрозділами української армії: *«Здорові були, козаки! – голосно привіталася юнка»*, після радісних вигуків юрби на її адресу Маруся продовжує: *«Я за отамана!»*, далі представлення отаманки продовжується: *«Перекинувши карабін із-за ступи на плече, дівчина стала перед сотником Станіміром. – Мене звуть Маруся»* (1, с. 31).

Розуміючи подив і враховуючи можливе несхвалення сотника Станіміра, отаманка вибудовує свою комунікативну партію так, як це зробив би чоловік. Вона ефективно використовує правильну поставу, зброю для реалізації тактики самопрезентації вже в цих умовах. Її комунікативні стратегії і тактики демонструють чоловічий стиль спілкування – активний і предметний, але водночас змагальний і конфліктний. Маруся тримається впевнено, не опускається до виправдань чи пояснень і стримує емоції, стисло інформуючи, як загинув її брат і своє становище: *«Вона трохи помовчала, потім, дивлячись десь на верховіття сосон, сказала: «Він був моїм братом. Тепер я за нього»* (1, с. 33). Так само Маруся пояснює отаманам загибель братів:

– *Так то правда, що всіх братів Соколовських убили їх ад'ютанти? – подивився на неї міцний, як окоренок, П'ята.*

– *Не кожному щастить загинути в бою, – сказала вона. – Багатьох убивають у спину* (1, с. 210).

Приклад витримки і лаконічності, притаманної більше чоловічій комунікації, ніж жіночій, бачимо, коли Маруся дізнається про смерть близької їй людини в лікарні:

– *А мені так угадується, що ви дівчина. Я не помилився?*

– *Це зараз має значення?*

– *Має. Хоч одного буде кому оплакати.*

– *Я не вмію плакати, - сказала вона (1, с. 336).* Звичайно, саме емоційна стриманість характеризує чоловіче спілкування, жінки вільніше й повніше висловлюють свої почуття й емоції.

Так само стриману у висловленнях Марусю фіксуємо під час розмови зі Станіміром, коли вона на межі від відсутності інформації про коханого: «Станімір подумав, що вона його зараз ударить. Він був не проти. Йому навіть хотілося, щоб вона його вдарила».

– *Прощавайте, пане сотнику! (1, с. 333).*

Психологія чоловіків більшою мірою сконцентрована на ієрархії та домінантних ритуалах, де завжди є переможець і переможений. Чоловічий стиль спілкування фіксуємо, й коли головна героїня озвучує своє ставлення стосовно милосердя щодо ворога, перебуваючи серед отаманів П'яти, Дякова та їх загонів, які сповідують прощення ворогам: *«Ви думаєте, мені подобається проливати кров? Я вчителька. І брати мої були вчителями. Ми не збиралися убивати. Але прийшов завойовник, і тут уже є одна правда: або він тебе, або ти його. Інакше не буває» (1, с. 214).* У цьому монолозі Маруся вдається до пояснень своїх вчинків. Така зміна тональності дискусії про покарання ворогів між отаманами приносить свої результати, вона була використана свідомо для того, аби схилити слухачів на свій бік, привернути їхню увагу до себе і свого бачення ситуації, переконати у своїй правоті, що й вдалося, адже *«усі дивилися на Марусю. П'яту мовби ніхто й не бачив. Навіть Дяков підвів на неї свої байдужі, холодні очі» (1, с. 214).* Загалом же вислови Марусі містять безапелятивність, безкомпромісність і навіть виклик, при цьому дії можуть іти в розріз зі словами, бо вона вдається до хитрощів задля збереження авторитету. Після суперечки отаман П'ята пропонує їй випити:

– *Якщо ти така бідова, то, може, вип'єш з нами нарешті?*

– *А чого ж...Будьмо! (1, с. 215).*

Тут дівчина обдурить усіх і не вип'є по-справжньому запропонований кухоль горілки, однак там, де вона навіть розуміє власну слабкість, отаманка

ніколи не дає цьому виявитися в мовленні. Варто додати, що в цьому епізоді мовна поведінка Марусі спричинена розумінням того, що її зовнішній вигляд не сприяє довірі до неї як до отаманки, оскільки перед отаманами *«була не сувора відунка-язичниця і навіть не дебела войовнича молодиця, якою вони уявляли Марусю, а тендітне веснянкувате дівчисько, таке субтильне, що його, либонь і кінь не чув під собою»* (1, с. 206). Цю саму тактику бачимо і далі в спілкуванні Марусі з галицькою армією, якій допомагає її загін. Зауважимо, що Маруся розкривається як особистість лише у спілкуванні, саме через діалоги можемо проаналізувати її як мовну особистість. У романі зовсім відсутнє внутрішнє мовлення отаманки, є лише діалоги, які майстерно вплетені в дію і підкреслюють динамічність сюжету. Маруся свідомо взяла на себе роль отаманки, тому її комунікація завжди продумана, зважена, без спонтанності та залежить від соціальної ролі, яку дівчина відіграє у той чи той момент. В особистому житті вона спілкується традиційно для молодої дівчини і вміє завдяки жіночності досягти свого. Виконуючи роль отаманки, Маруся не відходить від чоловічої моделі комунікації, демонструючи жорстокість, нетерпимість і безкомпромісність, аби переконати, змусити воїнів слідувати за нею, виконувати її накази. Наприклад:

*- Ворога треба **нищити** скрізь. Руїни храму іноді святіші за його первісну досконалість.*

- Перепрошую, - сказав Станімір і торкнувся правого вуса. – А скільки вам, ясна пані, років?

- Двадцять, не змигнувши оком, сказала Маруся

- А показуєте на молодишу!- сказав Станімір.

- Я родилася на молодий місяць (1, с. 47).

Фіксуємо стійкість переконань, уміння швидко зорієнтуватися й дати влучну відповідь, вправно говорити неправду, якщо того потребує ситуація. Уважаємо це свідченням того, що Маруся твердо переконана в рівності між отаманами та нею. Як рівна серед рівних, вона активна в перемовинах щодо залучення до їх лав нового загону:

– *Що вас особисто штовхнуло на такий ризикований крок? – спитала Маруся.*

– *Звідки ви родом? – спитала Маруся*

– *Ето маєєт значєніє? – здивувався він*

– *Має...*

– *С Черніговской губернії. Вас так устроє? (1, с. 291).*

«Тоді Маруся спитала, як вони таким числом, збираються забезпечувати себе харчами й фуражем. Сядуть на шию селянам?» (1, с. 293).

У небезпечній ситуації манера ведення розмови дає змогу знову побачити хист Марусі до ведення діалогу. Перехоплення ініціативи у спілкуванні з тими, хто полонив її, змушує останніх нервувати й сумніватися в правильності своїх дій. Врешті Маруся досягає бажаного результату і її відводять до отамана:

– *Ми такі шпигуни, як і ви, - сказала Маруся. - Хіба не видно?*

– *Видно! – озвався третій лісовик, який досі мовчав. – Видно, що ви замасковані нюхачі й вас треба розстрілять*

– *Встигнете, – сказала Маруся. – Але ми шукаємо вашого отамана і вимагаємо спершу відвести нас до нього*

– *Ви хочете побачити отамана? – знову зрадів вухань. – Та він повісить вас на першій гілляці*

– *Правильно зробить, – сказала Маруся. – Ведіть, маємо діло до нього (1, с. 261).*

Зрозумівши, що взяла верх, Маруся змінює тон і робить розмову довірливою, репрезентантами обраної стратегії спілкування стають висловлення емоцій (симпатії). Усе це допомагає головній героїні у досягненні основної мети комунікації: відбити в такий спосіб конвоїрам бажання завдати полоненим шкоди дорогою до отамана:

– *Спасибі, що ви нас знайшли, – сказала Маруся так щиро, що вуханеві стало недобре. – Як це вам удалося?*

– *Що? – спитав вухань, наче не знав про що мова.*

– *Знайти нас у такій шалині (1, с. 262).*

Попри зовнішній вияв і декларування щирості поведінки з боку обох учасників спілкування, наявна глибока обопільна недовіра, настороженість, репрезентовані постійним вичитуванням у словах партнера непрямих мовленнєвих смислів, уточненні слів, ситуацій.

У цьому діалозі отаманка вдається також до улесливості, адже її питання провокують конвоїрів вихвалитися, підвищують їхню самооцінку, зменшуючи агресію. Таку саму показну щирість і впевненість вона демонструє в Києві розбурханому натовпові, який вимагає рішучіших дій, а побачивши отаманку, *«всі чоловіки зняли з голів шапки, картузи, капелюхи»:*

– *Здорові були, пані Марусю!*

– *І ви будьте здорові з неділею! – привіталася дівчина*

– *Коли ж, коли, панно Марусю?*

– *Що? – вона так щиро до нього всміхнулася, що Олексі забило подих*

– *Коли ж нарешті засяє українська булава? (1, с. 156).*

Вона дивилася на нього з тією ж теплою усмішкою.

– *Тоді, – сказала поштиво, – як ми підніmemo її до сонця.*

Дівчина з козаками так само повагом виїхала з ринку (1, с. 167).

У цьому уривку фіксуємо виражену мовну поведінку Марусі, яка, розуміючи силу натовпу, протиставляє йому доброзичливість, шанобливе ставлення, уникаючи в такий спосіб конфлікту, що вважаємо свідченням справжньої комунікативної майстерності. Водночас вона тримається гідно, достойно, уміло додаючи до ввічливих слів такі позамовні, але не менш важливі прагматичні елементи спілкування, як-от: посмішку, відповідний тон, відсутність зайвої метушні. Отже, перед натовпом постає зріла, овіяна легендами отаманка, жінка-воїн, а не шістнадцятирічна тендітна дівчина.

Маруся є справжнім лідером не лише в бою, але і в часи зневіри: вона бере на себе відповідальність за подальшу долю своїх побратимів, а також за їхній бойовий дух. Саме до її порад дослухаються воїни в тяжкі часи поразки,

стратегія впевненості у зробленому виборі втілено в мовленнєвій тактиці апеляції до отриманого досвіду. Наприклад:

- *Чує моє серце, що наближається прогар.*
- *Не слухай його.*
- *Кого?*
- *Серця. Якщо воно заяче, то краще його не слухати, – сказала Маруся.*
- *краще вирвати його з грудей.*
- *Це в мене заяче серце?! – образився Матіяш.*
- *Досі було левине, – сказала Маруся. – Не впускай у нього зневіру. Ця гадюка з'їла ще не таких.*
- *То все доля. Від неї не втечеш.*
- *Будь сильнішим за неї (1, с. 309).*

Тут Маруся виражає турботу, повагу до підлеглих, оскільки розуміє важливість морального духу воїнів та свідомо ставиться до своїх обов'язків. Однак її розмови з побратимами містять і конкретику, чіткий план дій, що притаманно чоловічому мовленню:

- *Треба прориватися на з'єднання з нашою армією, – сказала Маруся.*
- *Знову чіплятись за крило галичан? – спитав Матіяш*
- *Чому галичан? Ми пристанемо до армії Петлюри.*
- *Де вона?*
- *Близько (1, с. 310).*

Водночас Маруся вміло використовує жіночу тактику флірту для того, аби заманити ворога в засідку. Фіксуємо приклад флірту-маніпуляції:

- *Ей, салдатік!*

«За три сажні від нього стояла молодесенька дівчина в тоненькій літній сукні й так заклично до нього всміхалася, що можна було здурити» (1, с. 67). Тут знову вважаємо за потрібне зацентрувати на позамовних засобах, які посилюють сказане потім Марусею, – вдало підібраному одягу, посмішці, що маркує дівчину як успішного маніпулятора:

- *Как тебя зовут? – грайливо спитала вона*

– *Меня? – кучерявий ковтнув повітря. – Міхей. А тібя?*

– *Догоніш – узнаєш! – дивлячись йому в очі, дівчина позадувала від нього на кілька кроків.*

«Не вірячи такому щастю, кучерявий теж нерішуче ступив уперед і зупинився» – Ну? Не бойся, Міхейушка! ...Давай, радімий... (1, с. 67). Така тактика заохочування і зваблення була успішною, і Маруся заманила ворога в пастку.

Головна героїня використовує різні комунікативні тактики залежно від того, чи виконує вона роль отаманки, чи є Олександрою Соколовською в колі близьких людей. В особистому житті ми помічаємо жіночу мовну поведінку, з притаманними їй особливостями. Спілкуючись з Мироном, своїм коханим, вона знову ж використовує зізнання для створення інтимної атмосфери: *«Не дивуйтесь, пане поручнику, – сказала вона. – Маю таку слабкість. Іноді зодягаюся...як колись. Я все-таки дівчина» (1, с. 92).* Далі бачимо зміну розмови з офіційної на особисту й демонстрацію невимушеності, типове для жінок бажання краще пізнати співрозмовника:

– *Ви любите яблука? – просто спитала вона*

– *Не знаю, – сказав він. – Ніколи про це не думав.*

– *Тоді частуйтеся!*

– *Хіба з ваших рук!*

«Маруся подала йому велике туге яблуко, що аж світилося наливою стиглістю» (1, с. 93).

Спілкування Марусі в поданому уривку контрастує з її манерою спілкування в польових умовах. Саме цей контраст успішно використано, аби привернути до себе увагу поручника Мирона. Довірливий тон розмови фіксуємо і далі:

– *Вам не страшно?*

– *Буває, – сказала вона. – Одного разу, коли я ночувала в скирті, мені в пазуху залізла миша. Я наробила такого вереску, що підняла на сполох усіх козаків (1, с. 95).*

Надання розмові певної інтимності, щирості, зміна комунікативної поведінки через відхід від звичних для отаманки небагатослівності, стриманості, лаконізму, а також доречні в тій ситуації одяг, посмішка, тон, які виконували ефект підсилення сказаного, посприяли досягненню її цілі, аби зблизитися з хлопцем. Маруся демонструє різні стилі спілкування. Якості лідера час від часу помітні в її розмовах з нареченим: *«Поцілуй мене, – попросила вона. – Ох ти ж горе моє несміле! Якби не вкинула тебе в річку, то й досі не знав би, що робити»* (1, с. 120). Тактики лідерки спостерігаємо й далі:

– *Це ти настелив нам постіль?*

– *Ні, вітер.*

– *Ну, звісно, ти б не наважився. Правда ж?* (1, с. 121).

Мова Марусі є доказом того, що вона є ініціатором стосунків, комунікативна ініціатива майже завжди належить їй. Це демонструє такий діалог:

– *Ні, я знаю, що мій вік недовгий. І ти це знаєш. Тому я хочу кохати.*

– *Чому ти обрала мене?*

– *Хіба я знаю? Це доля, – сказала вона* (1, с. 121).

Цікавим видається те, що Мирон погоджується з тим, що був обраним, а не обирав сам. Маємо відхід від гендерного стереотипу, що чоловік має домогтися уваги жінки. Маруся ж добре відчуває ситуацію й вчасно реагує, пом'якшуючи попередні слова: *«Пробач, я була зухвала, – сказала вона й лягла на отаву. – Іди до мене»* (1, с. 121).

Ніжністю, пестливими словами характеризується спілкування Марусі зі своєю матір'ю. Такий стиль також повністю відрізняється від манери спілкування Марусі-отаманки: *«Немає, матусю, могилок, щоб ви могли оплакати своїх синів, але у вас, моя рідна, вже й сліз немає, виплакали їх давно, і слів немає, бо слова тут нічого не важать, і голос ваш пересох, і вмерло навіть ваше зітхання...»* (1, с. 221). Тут бачимо суто жіночу манеру

спілкування, що має ознаки фольклорних текстів. Так само ніжно Маруся спілкується з братом. «На очах Марусі виступили сльози»:

– Степанцю...

– Сашуню...

– Може, візьмеш мене в загін капеланом? – раптом спитав Степан.

– Ти справді пішов би? – зраділа вона й відразу засоромилася своєї радості. – Ні, Степанцю. Ти в нас один zostався. У тебе має народитися щонайменше троє синів (1, с. 230).

У цьому уривку маємо непідготовлену, непродуману наперед мову Марусі, де вона дозволяє собі показати справжні емоції, які випереджають відповідь. Отже, у колі сім'ї вона послуговується лише щирістю і дбайливим ставленням до рідних. Сльози на очах підтверджують це, але з розмовою про загін повертається і притаманна їй безапеляційність висловлень:

– Не сердься, але до загону я тебе не візьму! Бувай!

– Я знайду тебе, – сказав він (1, с. 230).

Висновковуємо, що Маруся змогла побудувати комунікацію так, що користувалася повагою і відданістю мужніх воїнів, які пишалися своєю отаманкою. Вона постає майстром гнучких, обережних, скерованих на нейтралізацію маніпулятивних комунікативних ходів опонентів комунікативних стратегій, хоча в окремих мовленнєвих ситуаціях сама послідовно демонструє впевнено наступальні, приховано маніпулятивні стратегії міжособистісного спілкування.

3.3. Особливості комунікації лідера полку «Азов» Маляра в повісті В. Шкляра «Чорне Сонце»

У попередніх підрозділах проаналізовано мовні тактики і стратегії персонажів-лідерів творів В. Шкляра «Характерник», «Маруся», які завдяки військовій і комунікативній майстерності утримували свій авторитет. Водночас персонажі останніх двох романів, хоч і є лідерами серед своїх

побратимів, однак не прагнуть цього, як Маруся чи Іван Сірко, і відповідно, це відбивається в їхній мовній поведінці, тактиках і стратегіях.

Далі проаналізуємо комунікативні тактики і стратегії головного героя роману «Чорне Сонце» – Маляра. Цей персонаж є нашим сучасником, військовим, а отже, його комунікація з побратимами – це зафіксоване на папері реальне спілкування наших захисників у лавах ЗСУ. Для аналізу мовної комунікації Маляра, вважаємо доцільним звернути увагу на комунікативні тактики і стратегії конструювання позитивного образу сучасного захисника нашої держави у ЗМІ, а також на особливості міжособистісного спілкування військових. Перше нам потрібне як основа для розповіді, яку веде Маляр, змальовуючи військові події у Донецькій області 2014 року, а друге – для розуміння того, як він знаходить спільну мову з побратимами і чому вони визнають його як лідера.

Як зазначає М. Цюрупа, «необхідність спілкування військовослужбовців зумовлена, по-перше, обов'язком спільної участі у військовій діяльності, оволодінням своєю спеціальністю, засвоєнням норм поведінки у військових колективах; по-друге, потребою у отриманні особистістю соціального досвіду, долучення до культурних цінностей [161, с. 63]. У процесі виконання обов'язків з організації та функціонування військової служби, кожен військовослужбовець постійно вступає у відносини з іншими членами військового колективу, включаючись при цьому у велику систему різних внутрішньо колективних взаємозв'язків. В умовах військової діяльності психологічні, міжособистісні зв'язки й стосунки формуються в процесі службово-бойової, навчальної та спортивної спільної діяльності. У свою чергу, міжособистісні відносини впливають на процес та результат спільної службово-бойової діяльності [93, с. 112].

Очевидно, що спілкування військовослужбовців має специфічні особливості. Причина своєрідності такого спілкування полягає в складних, найчастіше екстремальних та смертельно небезпечних умовах військової служби. Це змушує у мирний та воєнний час суворо регламентувати службові

форми спілкування. Найпомітніша специфіка припадає на керівника та підлеглих, у межах військового колективу. Рівень професіоналізму військового керівника багато в чому визначається як його технічною підготовленістю, так і умінням спілкуватися з підлеглими, тобто особистими якостями та здатністю керувати людьми [77, с. 33].

Військова служба розвивається і зазнає змін разом із суспільством, відбиваючи його історію. Наразі зміст поняття «військова служба» розширюється через залучення до сфери військової діяльності дедалі більшої кількості людей та появи нових реалій, коли до лав армії долучаються люди різних професій, національностей, фізичної та психологічної підготовки. Усе це, без сумніву, змушує шукати нові шляхи комунікації, без якої унеможлиблюється успішне виконання бойових завдань. Новітнє поняття «військова служба» узагальнює уявлення про особливий вид діяльності, що характеризується різними рисами, зумовленими складною взаємодією держави та суспільства, влади та суспільства, особистості та суспільства, особистості та влади. Діяльність військовослужбовців, їхні взаємини будуються відповідно до вимог військовиз статутів, наказів командирів [82, с. 61]. Військовий колектив сучасності – це форма об'єднання військовослужбовців для спільного вирішення службових і бойових завдань. Видається очевидним, що в сучасних умовах успішна комунікація серед військових є запорукою успіху.

Місце і роль ЗСУ в сучасному світі, особливості їхнього функціонування, комунікації, а також висвітлення цього журналістами, письменниками, блогерами активно обговорюється сьогодні. Зауважимо, що «прагнення засобів масової комунікації урізноманітнити виклад інформації, вплинути на емоції читачів чи глядачів, викликавши співчуття, страх, гнів, зневагу тощо має не виходити за межі екології інформаційного простору»[149, с. 172]. Вважаємо вартим уваги дослідження В. Посмітної, яка проаналізувала те, як формується образ військового в сучасних ЗМІ. Мовознавиця наголошує на тому, що потрібно свідомо і відповідально

ставитися до створення образу українського військового й обґрунтовує пріоритетність комунікативної стратегії формування позитивного іміджу захисника в дискурсі військових і правоохоронних видань України, визначає основні мовно-комунікативні тактики, що сприяють реалізації стратегії й забезпечують ефективність мовного впливу на читача [116]. Отже, вважаємо комунікативну стратегію формування позитивного іміджу захисника дієвою, оскільки вона має на меті формування патріотизму, відчуття гордості за себе, згуртування суспільства, що є правильною, адекватною відповіддю на виклики сучасності. Ця стратегія реалізується через такі тактики: моделювання образу захисника; демонстрування професіоналізму сучасного захисника; зближення читача із захисником з опорою на базову категорію «свій / чужий». До першої тактики В. Посмітна уналежнює розповіді про конкретних осіб, які стали втіленням основних рис захисника, асоціативний ряд з історичними героями, фольклорними та художніми персонажами, підкреслення однієї з основних рис захисника – підпорядкованості закону та обов'язку, формування уявлення про високий рівень професіоналізму захисників держави й правопорядку, демонстрування стійкості та витривалості сучасного захисника, його готовності до труднощів, розповіді про яскраві приклади героїзму й звитяги захисників, повідомлення про особисте життя військовиків, їхні інтереси, стосунки, окреслення основних рис, які повинен мати захисник. До другої – пояснення ролі професіоналізму захисника для безпеки суспільства, підтвердження у ЗМІ професіоналізму сучасного захисника. До третьої – розповідь про долю звичайного військовослужбовця, створення образу «свого хлопця», апелювання до загальнолюдських цінностей, до моральних якостей читача [116, с. 115]. Зазначеними комунікативними стратегіями й тактиками саме користується один з лідерів полку «Азов», персонаж роману В. Шкляра «Чорне Сонце» з позивним Маляр. У творі «Чорне Сонце» він, як уже зазначалося, фіксує перебіг АТО у 2014 році. Однак Маляр не просто занотовує все, що відбувається, а прямо звертається до тих, хто має, на його думку, це

прочитати і відповісти на поставлені питання або ж гостру критику – вище військове керівництво, генералітет, що дає нам змогу аналізувати його як мовну особистість, а продукований текст – як комунікативний акт між автором, який одночасно є і центральним персонажем, та його адресатами: *«Ми їхали сюди без ваших наказів, панове генерали, ви ще колупалися в носі, тримаючи нюхало за вітром, щоб змикитити, куди воно далі поверне, а ми, чорні чоловічки, які зодяглися в дешеві спецівки сторожів, уже їхали сюди бусами»* (4, с. 72). Маляр зображає рядових бійців-добровольців справжніми героями, потрібнішими за військове командування, до якого він апелює: *«З тими, хто не пройшов Майдан, складніше: пам'ятаєте, як під час широкінської операції ви прислали нам на підмогу морських левів: мовляв, ось вам елітні війська, вперед...а потім їхні командири сказали: «Ні, ми туди не підемо». І далі ми пішли вже самі, товариші генерали...»* (4, с. 75). Згадуючи початок АТО, Маляр акцентує на високій мотивації кожного добровольця на протигагу генералітету: *«А всього нас було на той час сто дев'ять бійців «чорного корпусу», чи, як дехто казав, сто дев'ять чорних пантер, із яких на сьогодні лишилося сімдесят, а поки я це кажу, то, може, вже й менше, панове генерали»* (4, с. 72). Отже, звертаючись до вищого військового керівництва з метою донести до них важливість кожного бійця, Маляр використовує саме комунікативну стратегію формування позитивного іміджу захисника. Насамперед, він наголошує на тому, що українці – це народ не лише хліборобів, а й мужніх воїнів, згадуючи історичні події, особи й навіть народні символи, реалізуючи тактику асоціативного ряду з історичними героями. Прикладом цього є докладний опис татуювання на тілах азовців: *«Ескізи до цих татуювань я сам-таки й намалював на прохання моїх побратимів, а потім інші майстри вибивали їх на шкірі. У Єгеря на всю спину красується козарлюга з двома схрещеними шаблями, а в Сіроманця на передпліччі – Святослав Хоробрий у кольчугі й шоломі. Багато наших бійців наколюють собі ще тризуби та знак Чорного Сонця, який можна побачити на емблемі «Азову»* (4, с. 72). У цьому уривку вважаємо доцільним

особливу увагу звернути на емблему Чорного Сонця, оскільки вона винесена у заголовок твору і слугує екстралінгвальним засобом для символічного унаочнення того, що азовці – це нащадки багатьох поколінь воїнів з глибоким корінням, культурою і світобаченням. Зокрема, Л. Коваленко зауважує, що є кілька версій походження знака Чорного Сонця: «За однією, Чорне Сонце – це сакральний солярний староруський (давній український) символ, який означає процес знищення всього ворожого, старого і хибного та силу і волю до оновлення та переродження. За іншою версією, Чорне Сонце – це короткий період року у давній українській традиції, коли вода набуває особливих життєдайних якостей. Це відбувається зазвичай вночі, коли сонця немає на небі, але, оскільки живильні властивості завжди асоціювалися із Сонцем, наші предки прозвали цей час Чорним Сонцем. Його унікальна животворча енергетика покликана допомогти людям вистояти в суворі часи. Нині символ Чорного Сонця знаменує силу і волю Українських націоналістів як оборонного щита цілої Української нації до самовідданої боротьби проти дикого і спраглоного до крові московського ворога» [65]. О. Сазонова додає, що знак Чорного Сонця використовувався простими людьми досить рідко, тільки у виняткових ситуаціях. За часів слов'ян це був атрибут виключно магів, волхвів і жерців, які користувалися ним для того, щоб посилити свій зв'язок із потойбічним світом і спілкуватися з ним більш ефективно. Відомо, що він символізує сильний зв'язок з предками, родовим корінням людини. Маються на увазі не тільки покійні члени окремої сім'ї або зміцнення у ній родинних зв'язків. Це – увесь слов'янський народ. Тож як слов'янський оберіг Чорне Сонце посилює, розширює родовий канал того, хто його носить [126, с. 229]. Сам Маляр серйозно ставиться до цього знака, усвідомлюючи, що треба бути гідним його: *«Якщо я коли-небудь робитиму собі тату, то оберу Чорне Сонце. Поки що я не впевнений, чи наблизився до того духовного щабля, який дозволив би мені це зробити. Бо якщо ні, то краще не бавитися в такі ігри – Чорне Сонце не прощає легкодумства й нещирості»* (4, с. 27). З такою самою повагою він ставиться і до ще одного доказу того, що ми маємо давню

історію, – скіфської статуї жінки: *«Не скажу, що я закохався у неї з першого погляду, але вразила мене ця красуня не менше, ніж те мінометне стрільно, що гримнуло біля розвалені стайні на фермерському дворі... Вона стояла серед розбомбленого подвір'я гола-голісінька – сама богиня Лада – і всією собою кликала мене до себе. Не можна сказати, що вона аж так уже сяяла вродою... але її обличчя було загадковішим за усмішку Мони Лізи»* (4, с. 27).

Стосовно історичних і культурних діячів, у творі В. Шкляра «Чорне Сонце» також є згадка про Запорізьку Січ і козака Шевчика, який стояв на чатах, як і Маляр, оберігаючи сон побратимів: *«Вони вмостилися спати, а мені раптом щось темне торкнулося серця. Буває так – ні сіло, ні впало накотиться безпричинна тривога. Пригадалося навіть, як ті козаки – Шевчик і хто там ще – так загралися в карти на чатах, що пропустили турків на Січ»* (4, с. 21). Фіксуємо також згадку ще про одного козака – гетьмана Івана Сагайдачного – у такому діалозі між Малярем і його коханою:

– Я поїду з тобою, – сказала вона

– А якщо то буде чоловіча робота? Не буду ж я возитися з жінкою, – заговорив у мені Сагайдачний (4, с. 62).

А в тяжкому бою Маляр згадує В. Симоненка як одного з найкращих представників української культури. Фіксуємо: *«Але ж диви, як буває – точнісінько наша хата й ті самі тополі... А потім у мені озвалися слова Василя Симоненка, які того дня ще не раз озивалися: І якщо впадеш ти на чужому полі, прийдуть з України верби і тополі...»* (4, с. 37).

У бестселері В. Шкляра «Чорне Сонце» його головний герой на позивний Маляр реалізує тактику формування уявлення про високий рівень професіоналізму захисників держави. Прикладом цього є численні розповіді про ведення боїв азовцями, де вони демонструють свою військову майстерність. Так, на початку твору пояснюється, де бійці пройшли справжній бойовий вишкіл: *«Ми завжди готові до смерті, ми перемогли смерть ще на Майдані, коли пішли на кулі з дерев'яними щитами, коли поруч падали мертві друзі, а ми йшли і йшли до останнього, а потім кожен, хто*

вижив, сказав собі: « Мене вже немає, я вбитий, але Бог ще відвів мені час для війни, тому не треба нічого боятися— коли я впаду, то повернуся туди, звідки прийшов. От і все» (4, с. 74). Далі Маляр зображує реалії бою вже на Донеччині: «Я ще не випустив і ріжок, як Єгер із Сіроманцем зайняли бойові становища, Єгер за напрямком мого вогню шукав у темноті мішень – що там, хто там? – а Сіроманець уже лупив з РПГ...» (4, с. 22). Тут бачимо приклад блискавичної реакції на атаку ворога, вміння злагоджено діяти в екстремальній ситуації та підставляти плече, адже далі: «Десь далеко під лісосмугою ревів БТР, який, без сумніву, рухався до нашого блокпосту. Видно, там чули стрілянину і тепер поспішали з'ясувати, що тут сталося. Хоча допомоги ми не просили» (4, с. 24). Головний герой розуміє приховані наміри противника, комунікативне вміння «читати» ворога послідовно втілено у відповідних стратегіях і тактиках спілкування, які, своєю чергою, вербалізовано в мовленнєвих жанрах, зокрема розповіді та історії. Наприклад: «Підбігли хлопці, щоб винести Хому й Аксьона. Цього чекали два сепари, котрі вихопилися із сусіднього будинку. Зі зведеними до стрільби автоматами, вони були впевнені, що заскочать наших зненацька. Але хлопців прикривав Санітар з ручним кулеметом. Короткою чергою він скошив обох» (4, с. 46). Прикладом героїзму і справжньої відваги, креативності є розповідь про бійця Звіробоя, «який одного разу з кількома хлопцями, знявши із себе шеврони, заїхав на беемпе у тил ворожого блокпосту й закричав: Пацани, ложісь, «Гради» – а коли ті лягли, викосив з «калаша» всіх до ноги» (4, с. 76). У розповіді головний герой, інтерпретуючи певну подію, постає як автор, який з власної точки зору оцінює її: «це був уже не чорний чоловічок, це була чорна пантера, а може, й сам чорний запорожець із в'юнким оселедцем смертника на поголеній голові; він підійшов до сепара і вбив його на очах у всіх одним ударом – не з пістолета, не з автомата і навіть не арматурою, а просто отак – кулаком! Ударив і вбив!» (4, с. 75). Гострий розум командира, його турботу про бійців, а також їхнє усвідомлення реальної воєнної ситуації вербалізовано через гнучкі комунікативні стратегії й тактики, за допомогою

яких головний герой упевнено досягає виконання своїх предметних і комунікативних завдань. Наприклад: *«Наш комбат розкусив ту аферу і дав наказ відійти. Ще далеко було до блокади, а він розгадав підготовлену пастку: мужики, відходимо. Але ми не відходили, ми бігли, бігли, бігли, і в один КамАЗ помістилася вся наша чота, тридцять «мужиків» напхалося в кузов, наче їх туди хто втрамбував, і машина помчала – ми дізналися вже пізніше – через заміноване поле в бік Виноградного»* (4, с. 46). Маляр наголошує на тому, що полк «Азов» вчиться на полі бою, здобуває новий досвід, дивуючи ворога зміною бойових тактик: *«Солдат каже, що в «Азові» менше втрат, ніж у інших батальйонах, бо ми виробили нову і правильну тактику. Ми не сидимо в одних бліндажах, а постійно змінюємо дислокацію. Мобільність, своєчасна зміна становищ – це те, що багато важить у цій війні. Тоді ворог втрачає орієнтацію і, щоб виявити наші розташування та вогневі точки, посилає наосліп сепарів-хронів у наступ»* (4, с. 83).

Змальовуючи події АТО, Маляр комунікує з побратимами як на полі бою, так і на відпочинку. Це дає змогу докладно проаналізувати мовні тактики, які герой використовує. Зауважимо, що основним для нього є досягнення максимальної взаємодії між бійцями полку «Азов», оскільки в умовах війни – це найважливіший складник успіху. Для досягнення цієї комунікативної мети Маляр використовує тактику «свій хлопець». З одного боку, він постає перед нами людиною, яка уміє переконувати, домовлятися з іншими для досягнення мети. Саме тому його посада – це політвиховник, на яку він погоджується неохоче, підкреслюючи, що йому подобається бути рядовим бійцем і він не зацікавлений у посадах чи званнях : *«Ідеолог сказав, щоб я взяв на себе обов'язки замполіта. Я здивувався. По-перше, мені не подобалося це совєцьке слівце, а по-друге, який із мене замполіт? Я йому так і сказав»* (4, с. 43). На своє зауваження Маляр отримує таку відповідь: *«Ти будеш займатися не стільки особовим складом, як зв'язками з громадськістю... Нам треба більше спілкуватися з місцевим населенням, з органами адміністрації, з осередками культури. На цьому полі у нас не*

менше роботи, ніж на війні» (4, с. 44). Із цього прояснення висновковуємо, що Маляр має хист до налагодження комунікації і співпраці. Далі Ідеолог відзначив його вміння залагоджувати різні побутові проблеми, як наприклад, забезпечення полку необхідними речами: «Він мав на увазі мої перемовини з начальником Маріупольської жіночої колонії. Тоді я справді знайшов «педагогічний» підхід до цього суворого чоловіка: як колега з колегою домовилися, що його «підопічні», котрі відробляли норму в швецькій майстерні, пошють чорним чоловічкам зелені уніформи з наметів. Однострої вийшли похватні, їх дехто носить і нині» (4, с. 43). Далі Маляр зізнається, що насправді йому вдалося укласти двосторонню угоду з начальником колонії, бо він «попросив навзаєм зробити одну делікатну послугу. Щоб ми допомогли йому повернути кіоск, який у нього віджали місцеві спритники. Ми так постаралися, що повернули йому три кіоски. Все одно вони були незареєстровані» (4, с. 43). Погодившись на запропоновану посаду, він вдало налагоджує співпрацю з Маріупольським Театром російської драми, де вперше домагається постановки української п'єси. Для цього Маляр задіяв свій хист до перемовин, уміння переконувати, гумор. Фіксуємо його згадку про діалог із директором театру:

– У Маріуполі є чимало людей, які хочуть дивитися вистави українською мовою.

– Ні, – заперечив я. – Маріуполь розмовляє південно-східним наріччям української мови. Так, лексика переважно російська, але фонетика, синтаксис український із деякими грецькими впливами.

– Молодий чоловіче, дайте мені доробити до пенсії.

– Доробите, – сказав я. – Тільки подумайте над тим, про що ми тут говорили

Я підвівся, кинув автомат на ліве плече й зодягнув мазепинку

– Приємно було познайомитися, Григорію Олександровичу, – подав йому руку. – З вашого дозволу я ще навідаюся. До зустрічі (4, с. 49).

Зауважимо, що в наведеному уривку з метою якомога швидшого переконання опонента Маляр вдало застосовує завуальовану погрозу, тримаючи автомат із собою в кабінеті, що підсилює його обіцянку навідатися ще раз. Однак, цей учасник АТО користується повагою не лише за вміння комунікувати, а й за ерудицію, високий рівень інтелекту. Про це говорить його керівництво, на що Маляр відповідає у стилі «свого хлопця»:

– ...ти добре знаєш історію, гарно співаєш, знаєш напам'ять усю «Енеїду», легкий у спілкуванні

– Ну, масовиком-розважальником я не збираюся бути (4, с. 43).

Так само він реагує і на ще одну похвалу:

– То як, – спитав Ідеолог. – Згода?

– Не знаю, – знизав я плечима.

– Маляр! – підвищив він голос. – Ти пройшов Маріуполь, Мар'їнку, Іловайськ... Ти бачив тих людей?

– Бачив.

– Це ж глина. Не дуже піддатлива, але глина. З неї можна ліпити. А ти ж не тільки маляр, а й скульптор.

Зі скульптором він, звичайно, загнув, та я починав розуміти, що Одноріг не лишає для мене вибору (4, с. 44).

Отже, високий інтелект Маляра, обізнаність з багатьох питань дає змогу бути лідером серед побратимів, тим, до кого можна звернутися за роз'ясненням того чи того питання, подискутувати тощо. Прикладом цього є уривок стосовно обговорення скіфської скульптури, де Єгер незадоволений тим, що скіфські скульптури не схожі на грецькі:

– Ти подивись, які досконалі скульптури на той час були у греків. Навіть тепер таких ніхто не витеше. А це якась одоробла.

– То зовсім інший стиль, – сказав я. – Давні греки робили скульптури для краси, а ці мали інше призначення.

– Яке? – спитав він.

– Їх ставили біля святилищ у місцях особливої енергетики. Тобто такі кам'яні фігури позначали місця, де можна було набратися енергії.

– Гм... – сказав Єгер

– І не лише фізичної енергії. Там можна було зміцнитися й на силі духовній. Наші предки вміли безпомилково визначати такі місця (4, с. 60).

Бачимо, що в цій розмові Маляр поводить по-дружньому, без будь-яких ознак зверхності чи зневаги, хоч для нього є очевидним те, що не зрозуміло побратиму. Головний герой уміло застосовує мовленнєву тактику апеляції до авторитетів (для підтримування власної позиції дано посилення на відомих людей чи професіоналів у своїй справі, які є авторитетом для слухача). Наприклад:

– І ще одне, – продовжив я виховну годину для мого друга. – Скульптори кажуть, що для створення досконалої статуї треба всього-на-всього прибрати з кам'яної брили зайве. Розумієш? А наші пращури робили скульптури з таким прицілом, щоб кожен сам у власній уяві міг відкинути зайвий камінь і побачити свою дружину, чи матір, чи богиню, чи кохану. А ти кажеш одоробла (4, с. 60).

Таке роз'яснення досягло мети, оскільки пізніше Єгер і Сіроманець зуміли вивезти скіфську скульптуру з-під обстрілів, аби порадувати Маляра. Фіксуємо: «Тепер мені стало зрозуміло, де пропадали ці чорти – Єгер із Сіроманцем, – вони, знаючи про мій рішенець забрати скіф'янку з-під обстрілів, десь домовилися про КамАЗа, попросили ще хлопців, щоб допомогли їм висадити її на кузов, а потім зсадити...» (4, с. 107). Подібну ситуацію бачимо з ще одним незвичайним подарунком: «Єгер привіз мені звідти подарунок. Він заскочив до бібліотеки, яка зсередини вигоріла дотла, і знайшов там одним-одну вцілілу книжку. Це був «Кобзар» Тараса Шевченка» (4, с. 64). У наведених уривках показовим є спільна діяльність, координація бійців заради побратима, що маркує їх позитивними персонажами і водночас доводить їхню повагу до Маляра як до лідера, але лідера сучасного, який водночас є «своїм хлопцем». Цим Маляр відрізняється

від інших аналізованих лідерів. Він не намагається бути «батьком» бійцям, його тактики спілкування зорієнтовані на протилежне – якнайменше вирізнятися з-поміж побратимів, бути одним з них, і саме на це спрямована його комунікація.

Отже, комунікативна особистість персонажа роману В. Шкляра «Чорне Сонце» на позивний Маляр має високий рівень комунікативної компетентності, його комунікативні стратегії й тактики гнучкі й різноманітні (зокрема, тактика прямого запитання, прохання, посилення на авторитет, аргументування, конкретизації, сумніву та ін.). Стратегії завжди чітко співвіднесені з комунікативною метою: головному героєві вдається у звертанні до генералів змодельовати позитивний образ захисника України, підкреслити професійність ЗСУ, їхній зв'язок з минулими поколіннями, а також керувати своєю мовною поведінкою у надскладних обставинах, запобігаючи у такий спосіб конфліктам, організовувати ефективну комунікацію з побратимами та мирними людьми, заохочувати їх дізнаватися нове, поглиблювати знання з історії, літератури, культури нашої країни тощо, залишаючись рівним серед рівних.

3.4. Конституенти тактик і стратегій Чорного Ворона як лідера повстанців Холодного Яру в романі В. Шкляра «Чорний Ворон»

Без лідера успіх у будь-якій діяльності не видається можливим, оскільки має бути той, хто несе найбільшу відповідальність, приймає найскладніші рішення. Ці якості притаманні головному герою роману В. Шкляра «Чорний Ворон». Він відрізняється від інших лідерів у досліджуваних бестселерах тим, що діє в умовах очевидної поразки, коли мова не йде про перемогу, а лише про те, щоб протриматися довше. Відповідно, це впливає на його мовну поведінку, особливості комунікації, вибір комунікативних тактик і стратегій.

У бестселері В. Шкляра «Чорний Ворон» зафіксовано як внутрішнє мовлення головного героя, так і зовнішнє, що уможливорює його глибокий аналіз як мовної особистості. Погоджуємося з думкою Л. Шитник й А. Акімової про те, що «в основі художнього твору лежить писемна мова автора, яка містить власне авторську й чужу мову в різних варіаціях. Традиційно, в лінгвістиці поняття чужої мови охоплює різноманітні синтаксичні конструкції, здатні найефективніше відтворити мовлення чи думки героя в авторському тексті. Глибина й багатоплановість зображення персонажів художнього твору можлива завдяки розкриттю їхніх внутрішніх думок, переживань і прагнень. Такий спосіб репрезентації діалектики душі персонажа найвиразніше втілено у внутрішньому мовленні» [168, с. 365] З погляду психології, внутрішнє мовлення є особливим видом психічної діяльності, що охоплює такі елементи, як сприйняття, мислення, пам'ять, почуття, волю тощо [87, с. 329]. За Б. Баєвим, внутрішнє мовлення не виконує комунікативної функції, а слугує для підготування до зовнішнього мовлення на основі глибинних лексико-семантичних структур, отже, є моделлю потенційної комунікації [4, с. 12]. Дослідник вважає, що функціями внутрішнього мовлення є обдумування, планування, регуляція діяльності, внутрішня підготовка до процесу спілкування та обміну думками. Б. Баєв акцентує на зв'язках між зовнішнім і внутрішнім мовленням, визнаючи вторинність внутрішнього мовлення, трактуючи його як похідне від зовнішнього. За допомогою різних способів передавання внутрішнього мовлення в художньому творі відтворюється внутрішній світ персонажа, його психологічний портрет, а також підсилюється емоційність викладу подій. На думку М. Матковської, прийом зображення «очима героя» допомагає наблизити авторський описовий виклад до мови героїв, є засобом «досягнення поліфонічності зображеного в літературному творі; через внутрішній монолог персонаж розкриває перед читачем свої приховані емоції, сумніви, переживання [87, с. 329].

Роман «Чорний Ворон» побудований так, що в ньому наявна значна кількість діалогів між повстанцями, що є особливістю ідіостилю В. Шкляра. Утім, значну частину твору унаочнює мова автора і спогади головного героя, які відкривають перед читачем переживання, емоції, внутрішній світ персонажів, наближаючи їх до читача, забезпечуючи успішність комунікації із читачем та вмотивовуючи популярність роману. Конституентами комунікативних стратегій головного героя переважно є аргументація, мотивація, оцінка, висловлення емоцій (симпатій чи антипатій), міркування вголос, виправдання, підбурювання тощо.

В. Шкляр зображає не загальну картину поразки, а максимально її персоніфікує, показуючи трагедію кожної окремої людини, увиразнюючи образ отамана через його спілкування сам на сам із собою. На самоті, згадуючи боротьбу холодноярців, Чорний Ворон виражає ненависть, зневагу до ворогів через уживання стилістично зниженої лексики для їхньої характеристики. Негативно оцінними в романі В. Шкляра є назви осіб «кацап» і «москаль». Наприклад: *«**Кацапчуки** нам трапились ялові, не опиналися, відразу повіддавали зброю»* (3, с. 203). Згадуючи про одну з розправ над ворогом, отаман використовує лексему «кацап'юга»: *«А тоді, правда, з одного подвір'я, де купчилося чимало червоних, таки вибіг розхристаний **кацап'юга** і прямо до мене»* (3, с. 271). Для номінації зрадників Чорний Ворон використовує лексеми «покручі», «мухомори», «ренегати», «чекістська покидь» тощо, наприклад: *«**Покручі**, знаючи нашу мову і гасла, нарobili чимало біди, поки ми їх не вистежили в Мурзинському лісі»* (3, с. 209); *«Поранило його серед ночі: спершу вони з Ларіоном Загороднім наскочили на червону залозу в селі Федвар, — дізналися, що окупанти роздали зброю місцевим **мухоморам**, аби ті боролися з бандитами»* (3, с. 172); *«У мене не лишалось найменшого сумніву, що це вишколені з наших колишніх вояків **ренегати**, настільки законспіровані, що навіть ті, хто в'язав лісовиків, не знали, котрий серед них «бандит», а котрий чекіст»* (3, с. 221). Отаман використовує також словосполучення «іродів лакиза», «горлорізи»,

«несосвітенна кара», «сучі тельбухи» тощо. Про зустріч з ворогом і перевірку документів Чорний Ворон згадує так: « — Єзжайте, всьо в акуратності, — сказав **іродів лакиза**, віддаючи документ» (3, с. 262). Стосовно розправи над зрадниками фіксуємо: «Ми повели загін Дерези до Тікича, і я вже вкотре подивувався, як зухвалі, нахраписті **горлорізи** покірно ідуть на страту» (3, с. 118). Однак, не кожен зустрічав смерть достойно, про що дізнаємося зі слів Чорного Ворона: «**Несосвітенна кара** вилупила до мене великі баньки, белькотіла якесь безглуздя (3, с. 28). Отаман так згадує про поповнення свого загону братами Момотами: «Після того всі Момоти заворушилися, жваво запрацювали шатунами, — хапаючи **сучих тельбухів** за в'язи, по черзі тягли їх у воду й топили» (3, с. 118-119). Коли загін зрадника Дерези було взято в полон, Чорний Ворон згадує свої ж слова: «— А тепер спешитесь ! — гаркнув я і, коли вся та **чекітська покидь** позлазила з коней, сказав уже нашому: — А зараз, таваріці самозванці, ми поведемо вас для повного з'ясування обставин!»(129). Лють до ворога фіксуємо як у внутрішніх монологів Чорного Ворона, так і в його зовнішній комунікації, зокрема у наказах до жорстоких страт. Наприклад:

— З нами? — перепитав я. — Ні, хлопці, до нас отак легко не пристають. Спершу треба показати на що ви здатні.

— Дайте нам зброю! — вигукнув ще один Момот, мабуть, їхній середульший брат.

— Зі зброєю і дурний з ними впорається! А ти спробуй так, голіруч! (3, с. 130). Для активізації відсутності будь-якого жалю до ворога, використано тактики прямого запитання, прямої відповіді, уточнення інформації, інструктажу, ствердження, наприклад:

— Для початку ти сам зліквідуєш своїх. **Зарубаєш їх шаблею!**

— А можна с револьвера? — облизав він сухі губи.

— Ні, не треба лякати горобців! **Ти їх зарубаєш!**

— Я, знаєте, кавалеріст, не умію арудавать саблей.

– *А ти бий тупим боком, – порадив я. – Поміж вуха. Як кролів* (3, с. 30).

Далі отаман віддає жорстокий наказ уже своїм побратимам:

– *Ну как?*

– *Не хочу об тебе навіть руки поганити. **Повісити його!*** (3, с. 31).

Заради особистої помсти Чорний Ворон дає чіткі й зрозумілі накази своїм побратимів знайти і вбити кривдників своєї коханої, використовуючи тактику :

– *Вовкулако, він мені кров із носа потрібен.*

– *Живий?*

– *Ні, мертвий. Я не хочу, щоб ви з ним морочилися. Коло цього виродка повинні крутитися щонайменше ще два босяки. Цих також **спровадь на той світ.***

– *Убити – і все? – розчаровано спитав Вовкулака.*

– *Ні, – сказав Чорний Ворон.– **Зроби те, що ми робимо з гвалтівниками.***

–*Зрозуміло* (3, с. 199).

Внутрішні монологи Чорного Ворона є тлом, на якому відбуваються події. Тональність його монологів-спогадів і розмов з побратимами дуже різниться. Отже, маємо протиставлення його внутрішньої та зовнішньої комунікації. Сам на сам він чесний із собою і розуміє неминучий програш. Про це ми дізнаємося з перших сторінок роману: *«Ні, не було у нас зовсім страху, він звітрився разом із надією, бо коли у чоловіка вже й надія пощезла, то який може бути страх?»* (3, с. 12). Далі сам отаман у своїх спогадах розкриває історичні події, які передували зневірі, та озвучує власну позицію, якою не ділиться із жодним побратимом: *«Ніщо так не придушує чоловіка, як безнадія. Уперше вона заглянула до нас в очі восени двадцятого року після замирення поляків із росіянами. Українська армія, яку ми так виглядали і з якою збиралися вимести москаля з рідного краю, перейшла Збруч, де поляки, колишні наші союзники, кинули її в табори з повним*

завішенням зброї...Нас годували легендами, а потім дехто з нас і сам почав їх вигадувати. Так було легше. Я ж вірив в одну легенду... Що довше протримаємося проти окупанта, то більша надія на майбутні сходи нашої боротьби. А якщо зараз складемо зброю – то це вже на віки вічні (3, с. 53).

Із цього висновковуємо, що протриматися якнайдовше було основною метою отамана, саме вона й вплинула на значну кількість складників процесу комунікації, передусім засобів мови, які добирає персонаж. Одним з тактичних ходів, який допомагає головному героєві в досягненні комунікативної мети, є використання жанру розповіді. Наприклад: *«Наші лави маліли, поповнення не було, та ми про нього вже й не думали. Остерігалися підісланих провокаторів, боялися зрад, які обступали нас дедалі щільніше. Що вже казати про сексотів, завербованих із колишніх наших вояків, якщо з'являлися цілі більшовицькі загони, котрі видавали себе за повстанців»* (3, с. 128). Характерною рисою розповіді є цілісність інформації, яку забезпечено завдяки цілісності та зв'язності окремих фрагментів. Внутрішній стан Чорного Ворона в цих обставинах найповніше описує він сам: *«Не диво, що всяк, хто мав змогу, тепер шукав рятівної стежки з лісу. Я ставився до цього з розумінням, допомагав хлопцям документами й грішми, однак розпуску загону не оголошував...А щодо мене самого, то я справді скреготав зубами і міг би схибнутися від розпачу й докорів сумління, якби не мав купу навальних гризот»* (3, с. 246). Однак жодного натяку на розпач, зневіру, розчарування не фіксуємо в його зовнішній комунікації. Водночас, навіть для підняття бойового духу, Чорний Ворон не дозволяє занадто обнадіювати побратимів. Будучи чесним із собою, він не говорив неправду й побратимам, саме тому ми не натрапляємо на натхненні промови, де б Чорний Ворон показав себе як справжній, традиційний лідер. Натомість маємо іншу стратегію: переконання в тому, що він буде зі своїми бійцями до кінця. Фіксуємо: *«Ще раз повторюю вам, що нікому не боронитиму явитися на амнестію. Це приватна справа кожного. І так само присягаюся вам, що особисто я залишатимуся в лісі доти, поки зі*

мною буде хоч один козак. А там як Бог дасть» (3, с. 33). Про його правило бути чесним із підлеглими підтверджує наступний діалог-згадка між отаманом і одним із посланців з-за кордону, що мав піднімати бойовий дух холодноярців:

– В серпні над Україною кружлятимуть літаки, робитимуть мертві петлі, і то буде гасло – сигнал до початку загального повстання.

– Слухайте, ви! – перебив я його. – Ваші байки й підбадьорки нам не потрібні. Ми вже три роки воюємо без вашої допомоги і, слава Богу, тримаємося.

– Та як же ви так можете, отамане? Ви ж сієте серед повстанців зневіру!

– Зате я ніколи їм не брешу (3, с. 56).

Отже, чесність і витримка, уміння не впадати у відчай навіть у складній ситуації сприяли тому, що Чорний Ворон користувався пошаною серед побратимів. Використовуючи свою комунікативну компетенцію, він уміло застосовує тактику схвалення дій підлеглих, мотивації, висловлення емоцій (симпатій, антипатій), оцінок, підбадьорювання. Наприклад:

– Молодці, – похвалив Чорний Ворон, – добра робота. Тільки занесіть це стерво чимдалі, щоб не смерділо.

– Біжу! – вискочив наперед Біжу, вхопив якусь ломаку й закотив довбешку назад у мішок.

– Біжи та вертайся, будемо полуднувати, – сказав Ворон. – Там на чавунці ми прикупили в'яленої риби до картоплі.

У Ході на шиї заїздив борлак.

– Либа халясо, – ковтнув він слину.

– Іди вже, йди, всміхнувся до нього Ворон. – Там вона тебе жде не діждеться, твоя либа (3, с. 217).

Отже, у побуті отаман демонструє щирість, відкритість, позитивне ставлення до підлеглих, скромність і стриманий оптимізм:

– У мене, отамане, вселилася така байдужість, наче отут, – Вовкулака ткнув себе в груди, – я грубезну каменюку ношу. Часом і хотів би заплакати, та не виходить. Може, ти мені поясниш? Ти ж чоловік грамотний, видно, що неабияку науку пройшов...Я не брешу?

– Та яка там наука, – знизав плечима Ворон. – Після земської школи батечко послав мене аж до Москви на математичні курси. Але до чого вона тепер, та наука?

– А до того, що я хотів ось що спитатися в тебе: звідки в людини беруться сльози? Чому в одного вони течуть, як горох, а в іншого їх мовби і немає.

– Цього я тобі не скажу, – Але точно знаю, що біль не зважиш міркою сліз. Так само як і радість нічим не виміряєш. Та хіба нам, козакам, сушити над цим голови? (3, с. 117).

Наведений уривок демонструє, що Чорний Ворон, як справжній лідер, комунікує зі своїми підлеглими для підтримування їхнього морального стану, створює довірливу атмосферу під час розмови, уміє вислухати про найпотаємніші переживання чи сумніви, не дає порожніх обіцянок чи порад, уміло тримаючи баланс між тим, щоб бути чесним, однак не сіяти відчай, триматися і боротися далі. Наприклад:

– Не можна людям знати всього. Мусить бути велика тайна життя і смерті. Інакше все втратить смисл.

– Ні, неправильно, – заперечив Вовкулака. Я, наприклад, хочу знати...тому запам'ятай, отамане. Якщо ти, звичайно, не проти. Коли я загину, коли помру...

– А чого це ти вмирати зібрався?

– Ну, наприклад. Якщо так станеться. Так от, коли мене вже не буде, я тобі обіцяю, якщо ти, звичайно, не проти...

– Та кажи вже, не обіцяйся, – всміхнувся Ворон.

– Я тобі подам знак з того світу (3, с. 119).

Однак створення довірливої атмосфери в розмові, відкритість до дискусії отаман не використовує, коли треба тримати дисципліну. Через непослух і сварку бійців під час гри в карти Чорний Ворон відразу змінює тон спілкування і його комунікація в цій ситуації – це приклад жорстокості та авторитаризму. Він використовує комунікативну тактику залякування:

– ...ніхто з нас не має права торгувати зброєю

– Ми не торгували, – пошепки мовив В'юн.

– Міняли, закладали, перепродували – це одне й те саме. І замість того, щоб вчасно схаменутися, він ще й виправдовується! Ви обоє заслуговуєте розстрілу! Та якщо програний револьвер один, то зробимо вам поблажку. Нехай помре хтось один із вас! (3, с. 333).

Тут на окрему увагу заслуговує реакція повстанця В'юна, який не сміє говорити голосно, що доводить пошану і навіть страх перед отаманом, а також успішність його комунікативної тактики: *«Приголомшені козаки мовчали. Кожен відчував, що присуд отамана вкрай суворий...»* (3, с. 333). Отже, бувалі воїни не наслідуються заперечувати Чорному Ворону, не намагаються конфліктувати з ним, натомість бачимо мовчання, яке переривається дуже обречно:

– Отамане...– **тихо** озвався Сутяга. – Хлопці погарячкували.

– Погарячкували, – в один голос проказали Ладим і Карпусь

– Погаляцккували, – **жалісно** мовив Ходя

– Що ж, тоді можна пом'якшити вирок, – «похитнувся» Ворон. – Оскільки винуватці покаялись, не рятували свою шкуру, а ставили вище за все козацьку товарицькість, постановляю: всипати їм для очищення совісті по двадцять шомполів.

– «Ху-у-у-у», – полегшено видихнули козаки, і їхні натягнуті, як бубони, лиця розпружилися (3, с. 334).

Головний герой вдало використовує також тактику мовчання, до того ж з різними функціями: задля зниження ризиків конфліктного спілкування; як

сигнал згоди з адресатом, його словами, аргументами; як риторичний і маніпулятивний прийом (спосіб покарати співрозмовника) тощо.

У своєму спілкуванні з побратимами або іншими отаманами Чорний Ворон завжди демонструє здоровий глузд, логіку. Наприклад, лист-подяка від уряду УНР відразу викликає у нього підозри:

– *Ти, Ларику, нічого не бачиш тут дивного?*

– *А що там дивного може бути?*

– *Хоча б те, що декого за непослух убивають, а нам з тобою Денисові й Мехтодю полковник Гамалій виносить подяку.*

– *А чого він вартий без нас? – задер носа Загородній. – З ким же тоді йти на повстання?*

– *Не знаю, щось мені тут не до шмиги (3, с. 139).*

Логіка і витримка присутня також у його переговорах з ворогами:

– *Бачите, – почав я, справа в тому, що Росія розв'язала проти нас війну після того, як було проголошено нашу незалежну державу, яку на міжнародному рівні визнали Німеччина, Австро-Угорщина, Туреччина, Болгарія...*

– *...а тепер ви мені – у моєму краї! – диктуєте свої вимоги.*

Дибенко нахилився до вуха Кузякіна й забубонів як перекладач, але той відмахнувся.

– *Не нада, я всьо панімаю.*

– *А якщо розумієте, – підвищив я голос, – то дайте відповідь на моє пряме запитання: чи був де-небудь у світі хоч один окупант, який приходив на чужу землю робити добро? (3, с. 139).*

Зауважимо, що наведений діалог ілюструє комунікацію не лише між персонажами, а й між Чорним Вороном і читачем, адже змушує його задуматися, проаналізувати сказане. Таку саму комунікацію фіксуємо і в розмові Чорного Ворона з коханою:

– *Може, не все ще так безнадійно, як нам здається. Адже вони дозволили українські школи, погодились на автокефалію нашої церкви! Виходять українські книжки, газети...*

– *Нема нічого підступнішого за подачку з рук ворога. Лише наївний бевзь може покладатися на їхню добрість.*

– *Але ж це не тільки обіцянки. Багато чого вже робиться, ти просто не знаєш.*

– *Що більше ласки в диявола, то хитрішу пастку він готує. Хіба ж це не зрозуміло? (3, с. 140).*

Чорний Ворон завжди поводить себе стримано, запобігаючи конфліктам, коли сваряться інші отамани:

– *...одного не можу второпати: якщо Петлюра з Тютюнником уже не збиралися вертатися в Україну, то чому ж вони, такі розумні, не передали свої повноваження комусь іншому? Я вважаю, це злочин!*

– *Тпр-р-ру! – перебив його Гупало. – Ми далеко заїхали.*

– *Це я далеко заїхав? – і далі паленів Загородній.*

– *Годі вам, – втрутився я в суперечку. – Спершу наведемо лад між собою. Аби менше сваритися, нам потрібне підпорядкування одному отаманові.*

– *Навіщо? – здивувався Гупало. – Зараз доведеться діяти невеличкими групами.*

– *Все 'дно мусимо мати єдиного зверхника, – сказав я. – Для дисципліни й узгодження дій (3, с. 184).*

Раптова зміна мовленнєвих стратегій мовця може стосуватися не лише змісту висловлення, інформації, а і її аксіологічних аспектів, це потенційне джерело спантеличення адресата, перешкода інтерпретаційній діяльності. Лише під час переговорів із червоними комісарами, які красномовно обіцяли амністію усім без винятку повстанцям, Чорний Ворон дозволив вербалізувати емоції в мові:

– Схаменіться! – нарешті не витримав Чорний Ворон. – Кого ви слухаєте?

Він схопився з лави, випростався на повний зріст, ледь не вдарившись тім'ям об дубову балку, і втупився в Деркача.

– Ти забув, що ти в Холодному Яру?

Деркач, ховаючи очі, мовчав.

– А ти й за брата забув? – Ворон перевів олов'яний погляд на Чучупаку.

– Мертвих не чіпаймо, – тихо сказав Семен.

– Он як. Тоді залишайтеся здорові! (З, с. 86).

Отже, на нашу думку, роман В. Шкляра «Чорний Ворон» став бестселером завдяки яскравим персонажам, особистість яких розкривається через їхню комунікацію. Найбільшу увагу автор приділив розробленню мовної особистості Чорного Ворона, відтворивши його внутрішнє і зовнішнє мовлення. Спогади отамана дають змогу краще проаналізувати його мовну поведінку, пояснюють її. Висновковуємо, що Чорному Ворону притаманна чесність, лаконічність, ненависть і зневага до ворогів, що виражено в його мовленні, а також здоровий глузд. З побратимами він користується демократичним стилем спілкування, успішно використовує різні комунікативні тактики для досягнення поставлених цілей.

Висновки до третього розділу

Певний колектив, група людей, зокрема козацтво у творі «Характерник», повстанці в романах «Маруся», «Чорний Ворон» чи учасники АТО на Донеччині у творі «Чорне Сонце», обов'язково має людину, яка вміє вести за собою, отже, лідера. Така мовна особистість лідера присутня в усіх досліджуваних бестселерах В. Шкляра. Яскраві промови Івана Сірка в романі «Характерник», Олександри Соколовської (Марусі) у творі «Маруся» ословлено так, що вони несуть ідею гордості за свій народ не лише їхнім побратимам, а й читачам. Отже, вважаємо, що персонажі є яскравим прикладом комунікації через текст персонажа та читача.

Беззаперечним військовим і комунікативним лідером у романі В. Шкляра «Характерник» є кошовий Іван Сірко. Аналіз комунікативних стратегій і тактик кошового, які допомогли йому впливати на козаків, доводить те, що основною комунікативною стратегією Івана Сірка є стратегія переконання, яка втілена через такі комунікативні тактики: самопрезентація, протиставлення, позитивні перспективи, заклик. Ці тактики кошовий успішно використовує в публічній комунікації, де виявляє себе не лише справжнім лідером, а й сильною мовною особистістю. Ми розмежували його ораторське мовлення і спілкування сам на сам з підлеглими, оскільки мовна поведінка кошового в цих ситуаціях є різною. Спілкуючись з тим чи тим козаком, Іван Сірко поводить авторитарно, що виражено в його мовленні у формі наказів. Герой активно послуговується також екстралінгвальними засобами для створення образу не просто кошового, а кошового-характерника, який говорить менше, ніж знає, підтримуючи в такий спосіб свій авторитет.

Комунікативну стратегію переконання використовує також отаманка Олександра Соколовська з роману В. Шкляра «Маруся». Ми визначаємо передусім контраверсійність цього персонажа, оскільки, будучи юною дівчиною, фізично слабшою за загартованих повстанців-чоловіків, вона постає сильною особистістю, яка підкоряє їх своїй волі через успішне

використання комунікативної стратегії переконання, реалізованої тактиками самопрезентації, заклику, позитивних перспектив у поєднанні з гендерно маркованим стилем мовної поведінки (створенням невимушеної атмосфери, усмішкою, довірливим тоном, улесливістю тощо).

Проаналізувавши комунікацію головного героя повісті В. Шкляра «Чорне Сонце» Маляра, висновковуємо, що головний герой використовує комунікативну стратегію, яка наразі превалює в українських ЗМІ, – стратегію конструювання позитивного образу сучасного захисника України. Для її реалізації Маляр використовує комунікативні тактики асоціативного ряду з історичними героями, формування позиції про високий рівень професіоналізму військових. Основою спілкування Маляра з побратимами визначаємо тактику «свого хлопця». Саме вона в поєднанні з високим рівнем інтелекту, невимушеністю в спілкуванні, умінням домовлятися перетворила його на лідера полку «Азов».

З-поміж лідерів аналізованих бестселерів окремо виділяємо Чорного Ворона, оскільки лише в цього персонажа представлене внутрішнє мовлення, яке сприяє глибшому аналізу його як мовної особистості. Чорного Ворона, лідера повстанців Холодного Яру з однойменного роману В. Шкляра, проаналізовано у двох площинах – спілкування отамана з побратимами та його внутрішні монологи-спогади про зображувані події. У міжособистісній комунікації герой вирізняється демократичністю, умінням швидко віддавати накази в небезпечних ситуаціях, лаконізмом. Його внутрішні діалоги слугують для увиразнення образу отамана на тлі програшу повстанців, нерідко стають контрастом до зовнішнього мовлення.

Отже, вдало обрані комунікативні тактики та стратегії впливу на слухачів, своїх побратимів, відіграли ключову роль у становленні Івана Сірка, Марусі, Маляра та Чорного Ворона як комунікативних лідерів, що справляє глибоке враження на читача, перетворюючи, на нашу думку, аналізовані твори на бестселери.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У центрі лінгвістичних досліджень сьогодні перебуває людина, її мовна особистість. Попри свою затребуваність і тривалу історію дослідження це поняття не має єдиного трактування, що зумовлено його багатоаспектністю, багатогранністю. У дисертації для системного підходу до вивчення мовної особистості запропоновано виділити такі етапи її дослідження: 1) введення поняття до наукового обігу лінгвістів; 2) розроблення дефініції поняття «мовна особистість» та її основних моделей; 3) додавання до поняття мовної особистості нових смислів і тлумачень сучасними мовознавцями відповідно до вимог часу та нових викликів сучасності.

Мовну особистість тлумачимо як багаторівневе, багатоаспектне поняття, що дає змогу всебічно проаналізувати особистість людини, яка є і продуктом, і носієм мовної картини світу свого етносу.

Антропоцентричний ракурс лінгвістичних досліджень дав поштовх до ширшого аналізу художнього тексту, зумовивши появу нових комунікативно орієнтованих теорій, що також важливо для аналізу мовної особистості. Наразі в дослідженні мовної особистості персонажа особливе місце посідає художній текст, який надає змогу проаналізувати її на зафіксованому матеріалі. Сам художній текст трактуємо як акт комунікації не лише між автором і читачем, але й між персонажем і читачем, адже персонаж є виразником певних ідей, принципів, переконань, які він оприявлює потенційному читачеві. Уважаємо, що така комунікація набуває надважливого значення, є основою для створення бестселера. Пропонуємо трактувати сучасний бестселер як художній текст, у якому мовні особистості автора й персонажа є світоглядно близькими читачеві, що вможливорює успішність їхньої комунікації, робить динамічнішим сюжет, у такий спосіб сприяючи популяризації твору.

Художні твори В. Шкляра – це бестселери, які унікальні тим, що не

створені випадково, як наслідок лише творчого генія автора, а свідомо сконструйовані так, щоб бути популярними. Цей автор став першим у вітчизняній літературі, хто вдало використав такий підхід. Будучи сучасним письменником і розуміючи значення творчих технологій, В. Шкляр пише свої твори так, щоб вони могли трансформуватися в захопливий фільм і водночас бути якісним літературним продуктом. З огляду на це задля напруженості, динамічності сюжету письменник відмовляється від власних, авторських, характеристик, описів своїх персонажів, уможливлюючи презентацію їх як особистостей через відбиття власних переживань, емоцій, світогляду в комунікації, внутрішньому мовленні. Отже, досліджувана мовна особистість персонажа сучасного бестселера дає змогу зрозуміти популярність й унікальність творчого доробку В. Шкляра, є одним з тих чинників, що вмотивовує статус бестселера для його художніх творів.

Художній текст завжди відзначений авторською індивідуальністю, стилем, що дає змогу говорити про ідіостиль автора. Особливість ідіостилу В. Шкляра в аналізованих бестселерах убачаємо в докладному розробленні й колективної, й індивідуальної мовної особистості персонажів, у протиставленні на мовному рівні різних етносів для увиразнення відмінності їхніх світоглядів.

У дисертаційній роботі художній текст аналізуємо на матеріалі бестселерів В. Шкляра, розрізняючи поняття мовної особистості персонажа від поняття мовної особистості автора. Створюючи художній текст, письменник відбиває в ньому власну картину світу, надаючи нових відтінків значень, смислів обраним мовним одиницям, створюючи власну реальність, яка має бути зрозумілою, цікавою, близькою читачеві, бо саме його зацікавленість і є стимулом для написання того чи того твору, а особливо бестселера. Отже, автора трактуємо як мовну особистість, оскільки він має лише йому властивий стиль, спосіб зображення реальності, використання найточніших, на його думку, мовних засобів. Однак мовна особистість автора не тотожна мовній особистості створеного персонажа. На основі

аналізованих бестселерів виділяємо такі відмінності між мовною особистістю персонажа та мовною особистістю автора:

- лексична система персонажа може мати значні відмінності від авторської, що особливо актуально для історичних творів, де персонаж постає представником певного історичного проміжку часу, означеного і відповідною лексикою;
- персонаж має власну картину світу, що відбито в його мовленні;
- персонаж характеризується своєю мовною поведінкою, зумовленою сюжетом;
- персонаж використовує власні комунікативні тактики і стратегії відповідно до його образу в творі.

Отже, мовну особистість персонажа трактуємо як автономну мовну особистість, яка послуговується власною лексичною системою, мовною поведінкою, комунікативними тактиками і стратегіями, а також є носієм окремішньої мовної картини світу.

У проаналізованих творах фіксуємо перевагу персонажів, об'єднаних спільними інтересами, цілями, боротьбою, а основне – усвідомленням себе єдиним народом із власним світобаченням, правом жити самостійно у власній державі, вільно спілкуватися рідною мовою, користуватися її багатствами. На основі цього виділяємо персонажів аналізованих бестселерів В. Шкляра в національно марковану колективну мовну особистість, виокремивши ті мовні засоби, які це зумовлюють: національну лексику у формі прізвиськ, характерних для української ментальності звертань, фразеологізмів і вербалізаторів національного гумору. Ці мовні засоби постають елементами неповторного мовного колориту аналізованих творів, що сприяє їхній популярності.

Національна обрядовість, фольклор, символіка, особливості флори і фауни створюють певні національні образи в уявленні людей і відбиваються в мові, зокрема стають основою для створення прізвиськ серед персонажів аналізованих бестселерів В. Шкляра і характеризують їх як орієнтованих на

власну культуру, міфологію, історію мовних особистостей. Проаналізувавши походження та функції прізвиськ героїв творів В. Шкляра «Характерник», «Маруся», «Чорний Ворон» і «Чорне Сонце», розділяємо їх на такі лексичні групи: за зовнішньою схожістю з кимось або чимось; за фізіологічними особливостями; за характером та способом життя; самоназва; ушанування певних історичних осіб.

У романі «Характерник» зафіксовано широке використання прізвиськ. Національно маркована лексика, яка слугує для їх створення, занурює читача в атмосферу козацьких часів, активізує уявлення. Водночас прізвиська увиразнюють кожного персонажа, відбиваючи ту чи ту його особливість. У романі автор створює немало епізодичних персонажів, зовнішність, вдачу, характер, рід занять яких читачі уявляють завдяки прізвиськам, отриманим від побратимів. Прізвиська персонажів таких бестселерів В. Шкляра, як «Чорний Ворон», «Маруся» і «Чорне Сонце» дещо відрізняються від козацьких, що пояснюємо зміною історичного простору. У них нерідко персонажі самі обирають собі прізвисько, і отже, у такий спосіб відбувається їхнє самовираження, бачення себе і своєї ролі у світі. У творах «Чорний Ворон» і «Маруся» для прізвиськ персонажі обирають національно марковану лексику з експресивним забарвленням та прагматичною настановою. Персонажі бестселера «Чорне Сонце» у власному прізвиську нерідко вшановують інших національних героїв, однак частіше використовують для його створення іншомовні слова, терміни, поняття тощо. Через це не ідентифікуємо національність за прізвиськом і лише за сюжетом розуміємо етнічну належність героїв.

Прізвиська – це найпомітніший національний маркер у бестселерах В. Шкляра. Персонажі, які є представниками царської, радянської чи сучасної Росії, як інша колективна мовна особистість не послуговуються прізвиськами і не розуміють їхнє значення, оскільки вербалізують іншу картину світу, культурні надбання та духовні цінності.

Звертання вважаємо невід’ємним структурним елементом будь-якої

мови і важливою частиною комунікативного акту. Воно тісно пов'язане із правилами поведінки, має національну специфіку, формується як елемент національної культури і, відповідно, закріплюється в мові того чи того народу, однак може видозмінюватися із часом. У бестселерах В. Шкляра звертання виконує не апелятивну чи контактовстановлювальну функцію, а передусім покликане надати характеристику тій чи тій мовній особистості персонажа, отже, має оцінно-характеризувальну функцію. Ще однією функцією звертань є зображення соціального устрою, у якому живуть персонажі. Персонажам творів В. Шкляра (і козакам, і повстанцям чи героям АТО) властива своєрідна ієрархія, основою якої є сімейні цінності в поєднанні з повагою до особистості незалежно від її статусу. У цій системі цінностей ватажка того чи того військового угруповування називають «батьком», і в такий спосіб у звертанні зафіксовано повагу до нього. Воїни є братами, і саме так вони звертаються один до одного. Ці звертання слугують для інтимізації спілкування, маркують отаманів як незаперечних лідерів, а їхніх підлеглих як міцну спільноту.

Як для козаків, змальованих у романі «Характерник», так і для їхніх нащадків із творів «Маруся», «Чорний Ворон», «Чорне Сонце» характерною рисою є повага до жінок, яку виражено в інтимізованих, пестливих, шанобливих звертаннях до них. Звертання до коханої жінки є засобом індивідуалізації мовної особистості персонажів. Отже, звертання в бестселерах В. Шкляра відповідають традиціям і світогляду персонажів, а використання семантичних відтінків значень тих чи тих лексем як звертань слугує урочистості, офіційності, інтимності або ж нейтральності спілкування і вирізняє українців з-поміж інших національностей.

Ментальність нашого народу в бестселерах В. Шкляра відтворено й у фразеологічних одиницях. Саме вживання фразеологізмів протиставляє українських воїнів ворогам, мовлення яких значно бідніше. Виділяємо фразеологізми у такі функційні групи: 1) для опису складних життєвих ситуацій та шляхів виходу з них; 2) для характеристики того чи того

персонажа.

Використання фразеологізмів об'єднує мовні особистості як представників одного військового угруповання того чи того твору у вузькому розумінні, так і поколінь українців у ширшому. Завдяки їхньому еліптичному потенціалу акцентовано небагатослівність українських воїнів та їхнє уміння чітко сформулювати те чи те завдання, влучно надати характеристику.

Серед фразеологічних одиниць, які використовують у своєму мовленні персонажі бестселерів В. Шкляра, переважають ті, що створені на питоми українському ґрунті та мають зрозумілу етимологію, роблячи сприйняття творів доступними читачеві, а героїв – близькими, справжніми представниками свого народу. За структурою фразеологічні одиниці побудовані як словосполучення і речення. У фразеологізмах міститься інформація про мовну картину світу народу, що важливо в контексті антропоцентричної парадигми досліджень у галузі мовознавства сьогодні. Аналіз фразеологічних одиниць засвідчує, що героям властива картина світу, де шанують моральні якості людини, прагнення до вдосконалення. Саме через це велику кількість фразеологізмів ужито на позначення тих чи тих недоліків людини, які мають бути подолані.

Народний український гумор широко представлений у бестселерах В. Шкляра, увиразнюючи персонажів як національно марковану колективну мовну особистість з особливим світосприйняттям, умінням сміятися і жартувати на тлі трагічних подій. Частотна кількість жартів і комічних ситуацій, на нашу думку, є також важливим складником успіху творів В. Шкляра. Гумор не лише маркує персонажів як сильних особистостей, а й слугує для зняття напруги із читача. Для створення комічного ефекту персонажі досліджуваних бестселерів використовують дотепні порівняння, навмисне нерозуміння чужої ворожої мови, ефект несподіванки, вербалізацію відомих істин як чогось незвичайного і, навпаки, опис моторошних речей як буденних, гру слів, переносне вживання слів, пародію тощо.

Отже, що національно маркована колективна мовна особистість персонажів у творах В. Шкляра через використання прізвиськ, звертань, фразеологізмів, засобів створення гумору є дуже близькою українським читачам, викликає в них симпатію, ототожнення себе з героями і, як наслідок, сприяє зростанню популярності цих творів.

В. Шкляра найбільше уваги приділяє колективній мовній особистості своїх персонажів. Водночас на противагу тій чи тій колективній мовній особистості в кожному творі автор протиставляє сильного лідера, який упевнено контролює колектив завдяки умінню комунікувати. Отже, мовну особистість лідера розглянуто на прикладі таких персонажів, як Іван Сірко, Маруся (Олександра Соколовська), Чорний Ворон та Маляр.

Яскравою мовною особистістю є персонаж роману В. Шкляра «Характерник» кошовий Іван Сірко – беззаперечний лідер, який майстерно комунікує на різних рівнях – від козака до царя Олексія Михайловича. Його основною комунікативною стратегією, завдяки якій він завжди досягає поставлених комунікативних цілей, є комунікативна стратегія переконання, без якої, на нашу думку, не може бути реалізовано лідерство. Цю стратегію оприявлено такими комунікативними тактиками, як самопрезентація, дистанціювання, тактика позитивних перспектив, заклик тощо, які є основою для всіх промов кошового перед козацтвом, що в поєднанні з улесливими звертаннями забезпечує йому успіх. У побутовому спілкуванні виділяємо зміну мовної поведінки Івана Сірка. Спілкуючись з козаками наодинці, він поводить себе дещо авторитарно, що відбито в мовленні численними імперативами. Елементом мовлення, яке індивідуалізує кошового, дає змогу зрозуміти його навіть без зазначення того, що говорить саме він, є, зокрема, фразеологізм «ще прилетить зозуля, що мене не забула», який вербалізує світогляд цього персонажа. Отже, комунікативні тактики і стратегії Івана Сірка змінюються залежно від ситуації, закріплюючи за ним статус лідера.

Мовну особистість Марусі, головної героїні однойменного роману В. Шкляра, її комунікативні стратегії і тактики проаналізовано в гендерному

аспекті. Маруся є зразком свідомого поєднання жіночих і чоловічих комунікативних стратегій для досягнення мети й утримання авторитету серед чоловіків в умовах війни. Залежно від соціальної ролі змінюються і комунікативні стратегії героїні. Перед військом Маруся виявляє мовну поведінку, яка по суті не відрізняється від чоловічої. Як і персонаж роману «Характерник» Іван Сірко, вона послуговується також комунікативною стратегією переконання, використовуючи тактику самопрезентації, заклику, позитивних перспектив тощо. Мовлення її марковане лаконічністю, безкомпромісністю, брутальним і чорним гумором. Маруся нерідко послуговується невербальними засобами, які відіграють особливу роль у процесі спілкування, оскільки підсилюють та дублюють мовну комунікацію. Водночас мовлення Марусі у спілкуванні з рідними, близькими людьми помітно змінюється, вона використовує пестливі, інтимізовані звертання, демонструє емоційність, щирість, пошану до старших.

Мовну особистість Чорного Ворона досліджено через зіставлення його внутрішнього і зовнішнього мовлення. Серед досліджуваних індивідуальних мовних особистостей персонажів лише Чорний Ворон веде внутрішній діалог як спогади, які доповнюють інформацію про події твору. Внутрішнє мовлення персонажа дає змогу глибше проаналізувати його як мовну особистість, уможлиблює докладний аналіз його комунікативних стратегій і тактик, однак дещо сповільнює сюжет. У внутрішніх монологів Чорного Ворона виділяємо чесність, ненависть до ворогів, розуміння неминучості поразки, що створює атмосферу трагізму у творі. Його мовлення марковане лаконічністю, чіткістю, простотою висловлень, гіркою іронією.

Головним героєм твору «Чорне Сонце» є Маляр. Його комунікація з побратимами – це зафіксоване на папері спілкування військовослужбовців у добровольчому батальйоні «Азов», що має специфічні особливості, зумовлені складними, найчастіше екстремальними та смертельно небезпечними умовами військової служби. Маляр занотовує все, що відбувається, а також прямо звертається до тих, хто має, на його думку, це

прочитати і відповісти на поставлені питання або ж гостру критику, що дає змогу розглядати його як мовну особистість, а продюкований текст – як комунікативний акт між автором, який одночасно є і центральним персонажем, та його адресатами. Маляр використовує комунікативну стратегію формування позитивного іміджу захисника, реалізує тактику формування уявлення про високий рівень професійності захисників держави. У звертанні до генералів йому вдається змодельовати позитивний образ захисника України, підкреслити професійність ЗСУ, їхній зв'язок з минулими поколіннями, а також керувати своєю мовною поведінкою в надскладних обставинах, запобігаючи у такий спосіб конфліктам, організовувати спільну діяльність з побратимами, виконувати просвітницьку діяльність, залишаючись рівним серед рівних.

Отже, як колективні, так і індивідуальні мовні особистості в аналізованих бестселерах В. Шкляра докладно продумано. За допомогою прізвиськ, звертань, гумору, фразеологічного багатства нашої мови відтворено колективну мовну особистість українців, їхній світогляд, культуру від козацьких часів до сучасності. Індивідуальні мовні особистості розроблено так, щоб донести ідею служіння власній державі не лише до своїх слухачів, а й до читача. Яскраві постаті отаманів й отаманки покликані заінтригувати читацьку аудиторію, а їхні промови надихають, додають оптимізму, що відповідає авторській концепції створення бестселера.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в порівняльному аналізі мовних особистостей персонажів у бестселерах В. Шкляра «Характерник», «Маруся», «Чорний Ворон» і «Чорне Сонце» з мовними особистостями героїв інших художніх творів цього автора для виявлення спільних і відмінних рис. Доцільним вважаємо також вивчення мовних особистостей персонажів українських бестселерів інших письменників для окреслення етнокультурних, гендерних та комунікативних особливостей художнього тексту, що вможливить краще розуміння механізмів створення популярного літературного продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адамович А. Є. Формування і розвиток мовної особистості студента при вивченні дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)». *Українська література: проблеми і перспективи: матеріали I Всеукраїнської заочної науково-практичної Інтернет-конференції*. Мелітополь: Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, 2020. С. 7–10.
2. Артемова Ю. І. Мовна особистість Уласа Самчука на тлі епохи. *Література та культура Полісся. Серія «Філологічні науки»*. № 93. С. 153–162.
3. Бабаш Г. А. Мовна особистість та гендерні стереотипи. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов*. 2007. Вип. 2. С. 27–30. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3472/Babash.pdf?sequence=1> (дата звернення: 19.11.2021).
4. Баєв Б. Ф. Психологія внутрішнього мовлення. Київ. 1966. 433 с.
5. Баран Я., Зимомря М. Теоретичні основи фразеології. Ужгород: Ужгородський державний університет, 1999. 176 с.
6. Бахтин М. М. Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. Санкт-Петербург: Азбука, 2000. 336 с.
7. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики. Львів: ПАІС, 2010. 336 с.
8. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: ВЦ «Академія», 2009. 376 с.
9. Бацевич Ф., Чернуха В. Мовна особистість у сімейному спілкуванні: лексико-семантичні виміри. Львів: ПАІС, 2014. 182 с.
10. Бачун Л. І. Історичний аспект творення назв осіб у романя В. Шкляра «Чорний Ворон». *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія:*

Літературознавство. 2016. № 44. С. 51–54.

11. Бехта І. Персональний дискурс у наративній структурі художнього тексту. *Мова і культура. Серія «Філологія»*. 2002. Вип. 5. Ч. 1. С. 22–29.

12. Беценко Т. П. Лінгвокультурологічний аналіз художнього тексту в парадигмі сучасних наукових студій: базові поняття. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. № 38. Том 3. С. 14–16.

13. Бичко І. Іронія. Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (голова редколегії) та ін. Київ: Абрис, 2002. 742 с.

14. Блинова І. А. Гумор як різновид комічного: критерії виокремлення, теорії реалізації і засоби вираження. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 2 (71). № 1. Ч. 2. С. 35–43.

15. Бобух Н. М. Фраземи з антонімічними компонентами (на матеріалі поетичних текстів). *Лінгвістика*. 2021. № 2 (44). С. 77–84.

16. Богдан С. К. Методи й методика лінгвостилістичних досліджень: методичні рекомендації для слухачів і керівників секції української мови. Луцьк, 2011. 28 с.

17. Богин Г. И. Типология понимания текста. Калинин: КГУ, 1986. 84 с.

18. Боговик О., Безруков А. Репрезентація гендерно маркованої лексики через соціокультурні трансформації мовної особистості. *Філологічний часопис*. 2022. Вип. 1. С. 18–27. URL: <https://doi.org/10.31499/2415-8828.1.2022.257910> (дата звернення: 07.11.2022).

19. Богуш А. М. Мовленнєвий розвиток дітей (від народження до 7 років). Київ: Видавничий Дім «Слово», 2004. 374 с.

20. Бодуэн де Куртенэ И. А. Избранные труды по общему языкознанию: в 2-х томах. Москва, 1963. Т. 1. 384 с.

21. Бондар М. Класифікація національно маркованих одиниць. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету*. 2015. Вип. 30. С. 31–36.

22. Вайсгербер Й. Г. Родной язык и формирование духа. Москва: Эдиториал, 1995. 232 с.
23. Вашуленко М. Формування мовної особистості молодшого школяра в умовах переходу до 4-річного початкового навчання. *Початкова школа*. 2001. № 1. С. 11–14.
24. Велика І. О. Особливості віртуальної мовної особистості в Інтернет-дискурсі. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2017. Vol. 28. Issue 115. Р. 58–61. URL: www.seanewdim.com (дата звернення: 09.08.2019).
25. Венжинович Н. Ф. Лингвокультурологические особенности фразеологизмов в русском и украинском языках. *Материалы XXXIX международной филологической конференции (15–19 марта 2010 года)*. Вып. 22. Фразеология и языковая динамика. Санкт-Петербург: Лема, 2011. С. 113–117.
26. Видайчук Т. Л. Мовні аспекти особистості автора (за житійноповістевими і діловими пам'ятками кінця XVI–XVII ст.). *Мовознавчі студії: зб. наук. праць міжнар. наук. конф. «Мова як світ світів. Граматика і поетика української мови»*. Київ, 2007. С. 67–70.
27. Виноградов В. В. Проблема авторства и теория стилей. Москва: Художественная литература, 1961. 612 с.
28. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. Москва: АН ССР, 1963. 255 с.
29. Вихованець І. Р. Звертання. *Українська мова. Енциклопедія*. Київ: Українська енциклопедія, 2000. С. 184–185.
30. Волосенко І. В. Мовні особливості молодіжних блогів у німецькомовному Інтернет-дискурсі. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2011. Вип. 20. С. 109–115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psptkl_2011_20_15 (дата звернення: 05.11.2020).
31. Гинзбург Л. Я. О литературном герое. Ленинград: Советский писатель, 1979. 221 с.
32. Глинка К. Теория Юмора. *Бостонский Альманах «Лебедь»*. 2004. № 388.

URL: <http://www.lebed.com/2004/art3865.htm> (дата звернення: 14.08.2019).

33. Говорун Т. В., Кікінежді О. М. Гендерна психологія. Київ: ВЦ «Академія», 2004. 304 с.

34. Голик С. Мовна особистість як об'єкт лінгвокультурологічних досліджень. *Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні мови*. 2013. Вип. 21. С. 258–264.

35. Голуб Н. Б. Риторика у вищій школі: монографія. Черкаси: Брама-Україна, 2008. 400 с.

36. Голубовская И. А. Этнические особенности языковых картин мира. Киев: ВПЦ «Київський ун-т», 2002. 293 с.

37. Голубовська І. Мовна особистість як лінгвокультурний феномен. *Studia Linguistica*. 2008. Вип. 1. С. 25–33. URL: http://www.philology.kiev.ua/library/zagal/Studia_Linguistica (дата звернення: 22.11.2019).

38. Горошкіна О. М. Напрями формування мовної особистості дослідника. *Академічна культура дослідника в освітньому просторі: європейський та національний досвід: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Суми, 12-13 травня 2022 року)*. Суми: Видавництво СумДПУ імені А. Макаренка. 2022. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/730790/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%90%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%202022-42-44.pdf> (дата звернення: 05.04.2020).

39. Горпиниченко О., Беценко Т. Структурно-сментичні типи без сполучникових складних речень у романі В.Шкляра «Маруся». *Актуальні питання філології та методики викладання мов. Збірник матеріалів Всеукраїнської інтернет конференції*. 2018. С. 66–70.

40. Гумбольдт В. Фон. Язык и философия культуры. Москва, 1985. 448 с.

41. Даниліна О. В., Єрмоленко С. І. Мовна особистість у контексті сучасної літератури: монографія. Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2013. 211 с.
42. Данильченко І. В. Мовна особистість американського журналіста: гендерний і віковий аспекти: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови». Одеса, 2014. 21 с.
43. Данилюк І. Г. Теоретичні засади і методи лінгвоперсонології. *Лінгвістичні студії: збірник наукових праць*. Вінниця: ДонНУ, 2016. Вип. 31. С. 63–66.
44. Дем'янова Н. О. Лінгвістична структура та гендерні особливості звертань в українській та французькій мовах: автореф. ... канд. філол. наук: 10.02.15 «Загальне мовознавство». Одеса, 2012. 19 с.
45. Дідух Х. І. Ідіостиль як відображення авторської картини світу. *Філологічні науки: Риторика і стилістика*. URL: http://www.Rusnauka.com/15_NNM_2012/Philologiya/2_111114.doc.htm (дата звернення: 09.11.2019).
46. Должикова Т. І. Мовна особистість Пантелеймона Куліша: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2003. 21 с.
47. Дроздова І. Взаємозв'язок формування мовної особистості студента ВНЗ нефілологічного профілю з розвитком професійного мовлення. URL: http://library.udpu.org.ua/library_files/zbirnuk_nayk_praz/20_15/2/15.pdf (дата звернення: 05.02.2021).
48. Дяченко Л. Функціонально-семантична характеристика безеквівалентної та фонової лексики сучасної української літературної мови: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Київ, 1997. 18 с.
49. Дяків О. Виховання лідера. Київ: Наукова думка, 2011. 231 с.
50. Євланова О. О. Мовна особистість політика на чеськомовному матеріалі промов Андрея Бабіша. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. № 11. 2022. С. 76–79.

51. Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Тодор О. Г. Українська мова: Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С. Я. Єрмоленко. Київ, 2001. 222 с.
52. Загнітко А. Мовна особистість в епістолярному дискурсі: типологія лінгвоіндивідуацій і лінгвоіндивідуалізацій. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2016. № 33. С. 58–71.
53. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. У 4 т. Донецьк: ДонДУ. 2012. Т. 1. 401 с.
54. Загнітко А. Сучасна лінгвоперсонологія: рівні, одиниці і категорії. *Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і здобувачів наукового ступеня за підсумками науково-дослідної роботи за період 2015–2016 рр.* (15–18 травня 2017 р.). Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2017. Т. 1. С. 1–3.
55. Засєкіна Л. В. Мовна особистість у сучасному соціальному просторі. *Соціальна психологія*. 2007. № 5 (25). С. 82–90. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=76&c=1839> (дата звернення: 09.07.2020).
56. Застровська С. О. Загальне поняття мовної особистості. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2011. № 6. С. 159–163.
57. Иванова Л. П. Концепты морально-этических ценностей семьи (на материале воспитательного потенциала любимых песен). *Система і структура східнослов'янських мов*. 2012. Вип. 4. С. 104–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sissm_2012_4_13 (дата звернення: 06.11.2022).
58. Иванова Л. П. Методы и методики лингвистического исследования. Киев: Изд-во НПУ имени М. П. Драгоманова, 2022. 108 с.
59. Иванова І. Б. Модельна мовна особистість у сучасній українській рекламі. *Науковий часопис. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство та літературознавство)*. Вип. 5. С. 163–167. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/>

bitstream/handle/123456789/6998/%20vanova.pdf;jsessionid=647E886B7EA7F773D15928F0E5175B94?sequence=1 (дата звернення: 05.01.2020).

60. Ігнат'єва С. Є. Мовна особистість Олеся Гончара в аспекті психолінгвістичних характеристик. *Психолінгвістика*. 2010. Вип. 6. С. 139–145.
61. Ільченко І. Антропоніми в художньому просторі романів В. Шкляра («Чорний Ворон», «Маруся»). *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33. № 6. Ч. 1. С. 171–175.
62. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва: Наука, 1987. 264 с.
63. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
64. Ключова О. Є. Мовлення чоловіків і жінок у соціолінгвістичному аспекті. *Лінгвістика: зб. наук. праць ЛНУ ім. Тараса Шевченка*. Луганськ, 2011. № 3 (24). Ч. 2. С. 32–35.
65. Коваленко Л. Чорне Сонце. *Народний оглядач*. 2015. URL: <http://www.ar25.org/article/chorne-sonce.html> (дата звернення: 03.10.2020).
66. Кокотюха А. Що таке «український бестселер»? *Буквоїд*. URL: <http://bukvoid.com.ua/column /2010 /08 /25/082719.html> (дата звернення: 05.11.2019).
67. Коломієць С. С., Кравчук Н. В. Гендерна маркованість гіперболи та літоти (на прикладах комунікативних тактик персонажей серії романів «Гаррі Поттер»). *Вісник Національного технічного університету України «КПІ імені Ігоря Сікорського». Серія Філологія. Педагогіка*. 2017. № 9. С. 45–49.
68. Кондратенко Н. В. Синтаксис українського модерністського і постмодерністського художнього дискурсу: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 328 с.
69. Кондратюк В. О., Гапонюк Н. В. Феномен українського козацтва та його роль в історії державотворення українського народу. *Історичні студії*

- Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2010. Вип. 4. С. 11–17.
70. Корновенко Л. В. Звертання у прагмалінгвістичному аспекті: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02 «Російська мова». Київ, 2001. 21 с.
71. Корольова В. В. Мовна особистість персонажа сучасної української драми абсурду. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2015. Вип. 73. С. 44–47.
72. Космеда Т. А. Комунікативна компетенція Івана Франка: міжкультурні, інтерперсональні, риторичні виміри: монографія. Львів: ПАІС, 2006. 328 с.
73. Космеда Т. А. Мовна особистість Тараса Шевченка: новий погляд. *Слов'янський збірник*. 2013. Вип. 17. С. 83–93.
74. Кравцова Ю. В. Проблеми і перспективи дослідження мовної особистості письменника. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов*. 2015. № 12. С. 109–116.
75. Кратко М. Проблеми української наукової мови. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2002. № 453. С. 12–13.
76. Крохмальна Г. Деякі аспекти мовної особистості вченого. *У вимірах слова: збірник наукових праць на пошану професора Ірини Кочан*. Дрогобич: Посвіт, 2019. URL: https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/Stattia_Krokhmal-na-2.pdf (дата звернення: 11.09.2019).
77. Культура відносин у військовому колективі. *Порадник командирів / за заг. ред. Н. А. Агаєва*. Київ: Видавничий дім «Освіта України», ФОП Маслаков Р. О., 2021. 121 с.
78. Кусько Е. Я. Лексико-синтаксические средства языковой характеристики персонажей в романах А. Шаррера: автореф. дисс. ... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германские языки». Львов, 1969. 18 с.
79. Кухар-Онищенко О. С. Індивідуальний стиль письменника: генезис, структура, типологія. Київ: Вища школа, 1985. 175 с.

80. Лавриненко О. Л. Структурно-функціональні особливості мовної особистості студентів: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології». Луцьк, 2011. 19 с.
81. Лавриненко О. Профілі мовної особистості. *Психолінгвістика*. 2010. Вип. 6. С. 56–63. URL: <http://oaji.net/articles/2015/1551-1421344247.pdf> (дата звернення: 05.11.2019).
82. Лисенко Д. Соціально-психологічні особливості відносин довіри у військових підрозділах за умов субординації. *Вісник Національного університету оборони України*. 2019. №1 (51). С. 61–65.
83. Лозинський А. Бренд автора в епоху цифрових комунікаційних технологій. *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*. 2016. Вип. 6. С. 267–276.
84. Мазепова О. В. Еволюція поняття «мовна особистість» у сучасних лінгвістичних дослідженнях. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 48. С. 274–285.
85. Майборода Н. Г. Мовна особистість Дмитра Яворницького в аспекті психолінгвістики. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2021. Вип. (88). С. 26–30. URL: <https://doi.org/10.26565/2227-1864-2021-88-03> (дата звернення: 10.11.2019).
86. Манько А. П. Мовна особистість політичного лідера на матеріалі промов А. Меркель. *Актуальні питання філології та методології: збірник наукових праць студентів*. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2017. С. 65–71. URL: https://repository.sspu.edu.ua/bitstream/123456789/7527/1/Manko_Movna_osobystist.pdf (дата звернення: 09.11.2020).
87. Матковська Г. А. Композиційно-мовленнєві форми фіксації внутрішнього мовлення в художніх творах В. Вульф. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія*. Вип. 19. С. 328–333.

88. Махінов В. М. Становлення мовної особистості в історії розвитку європейського соціокультурного освітнього простору: монографія. Київ: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. 427 с.
89. Мацько Л. І. Мовна особистість Тараса Шевченка як чинник формування національної ідентичності. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. Вип. 50. С. 8–15.
90. Мацько Л. Мовна особистість А. Малишка як лінгвокультурологічний феномен. *Культура слова*. 2013. № 78. С. 7–11.
91. Мацько Л. Українська мова в освітньому просторі. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. 607 с.
92. Мацько Л. Мовна особистість Тараса Григоровича Шевченка як чинник формування українських філологів. *Волинь філологічна: текст і контекст*. 2013. Вип. 15. С. 174–190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vftk_2013_15_22 (дата звернення: 11.07.2020).
93. Менеджмент: навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, Н. Т. Мала, О. Г. Мельник, О. Р. Саніна. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2012. 240 с.
94. Микитенко В. Формування мовної особистості студентів багатoproфільних коледжів під час вивчення синтаксису. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*. 2015. Вип. 2(2). С. 293–298. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpudpu_2015_2\(2\)_37](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpudpu_2015_2(2)_37) (дата звернення: 01.04.2020).
95. Михайлова О. Специфіка військової комунікативної культури в порівнянні з цивільною. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Філологічні науки*. 2015. Вип. 138. С. 114–118.
96. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядку. Теоретичні засади галузевої комунікації / за ред. Л. Пелепейченко. Харків: АВВ МВС України, 2009. 272 с.

97. Мозер М. Тарас Шевченко і сучасна українська мова: спроба гідної оцінки. Львів: НТШ, 2012. 327 с.
98. Мойсієнко А. К. Актуалізація фразеологічних одиниць у художньому тексті. *Українська лексикографія в загальнослов'янському контексті: теорія, практика, типологія*. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. С. 115–121.
99. Монастирська Л. В. Комунікативні стратегії переконання як одна з характеристик мовної особистості лідера. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. 2020. Т. 31. № 4. Ч. 1. С. 176–180.
100. Монастирська Л. Комунікативні стратегії переконання, як одна з характеристик мовної особистості адвоката (на матеріалі художніх фільмів США). *Філологія. Соціальні комунікації*. Сімферополь: ТНУ, 2013. Т. 26 (65). № 4. Ч. 2. С. 305–310.
101. Морараш Г. В. Фразеологічне багатство мови творів Євгенії Ярошинської. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка : Філологічні науки*. Вип. 28. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2011. С. 312–315.
102. Морська Л. Мовна особистість учителя іноземних мов та проблеми методики її формування. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Педагогічні науки*. 2010. Вип. 91. С. 155–158. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2010_91_36 (дата звернення: 07.10.2019).
103. Морякіна І. А. Мовна особистість у художній прозі Дж. Голсуорсі: лінгвокогнітивний та прагматичний аспекти (на матеріалі романів форсайтівського циклу): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2005. 20 с.
104. Нера Н. Я. Гендерний аспект невластиве-прямого мовлення в англomовному художньому дискурсі (на матеріалі жіночої прози першої

- половини XX століття): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови». Львів, 2017. 25 с.
105. Ницполь В. І. Мовна особистість персонажа серійного вбивці (на матеріалі американської прози XX століття): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови». Івано-Франківськ, 2018. 233 с.
106. Ницполь В. І. Мовна особистість персонажа серійного вбивці (на матеріалі американської прози XX століття): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови». Львів, 2019. 23 с.
107. Панченко В., Даниленко В., Шкляр В., Яровий О., Сивокінь Г. Що таке український бестселер? *Слово і час*. 2003. № 2. С. 41–44.
108. Пентиліук М. І. Мовна особистість майбутнього вчителя-словесника в контексті професійної підготовки. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*. Умань: ФОП Жовтий О. О., 2014. Ч. 2. С. 290–297.
109. Петлюченко Н. В. Мовна особистість харизматичного політичного лідера в німецькому та українському апелятивному дискурсі (зіставний аспект). *Записки з романо-германської філології*. 2009. Вип. 23. С. 171–180.
110. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 464 с.
111. Полякова О. В., Гастинщикова Л. О., Щербина А. В. Відтворення мовної особистості президента України Володимира Зеленського у військово-політичному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 26. Т. 1. С. 226–231.
112. Пономарьов А. П. Українська етнографія. Київ : Либідь, 1994. 315 с.
113. Попова І. С. Структурна організація онімів у щоденниковому дискурсі Олеся Гончара. *Вісник науки та освіти*. 2023. № 5 (11). С. 216–233.
114. Попова І. С. Фундаментальні категорії синтаксису української мови у формально-граматичному та метамовному аспектах: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Чернівці, 2012. 40 с.

115. Попова О. В. Мовна свідомість та мовно-національна ідентифікація мешканців міста Миколаїв. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Серія: Філологія. Мовознавство*. 2012. Т. 195. Вип. 183. С. 87–90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdufm_2012_195_183_20 (дата звернення: 07.11.2019).
116. Посмітна В. В. Комунікативні стратегії та тактики українських військових ЗМІ в протидії інформаційній агресії. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2019. Т. 3. № 40. С. 114–118.
117. Потебня А. А. Из записок по русской грамматике. Харків, 1988. Т. 1–2.
118. Прадид Ю. Развитие фразеологической науки в Украине (II пол. XXст. – начало XXI ст.). *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серія: Филология. Социальные коммуникации*. 2012. Т. 25 (64). № 2 (1). С. 11–42.
119. Радзівська Т. В. Комунікативно-прагматичні аспекти текстотворення: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.15 «Загальне мовознавство». Київ, 1999. 33 с.
120. Райлянова В. Е. Семантичний простір звертання в сучасній російській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук.: 10.02.02 «Російська мова». Дніпропетровськ, 2001. 16 с.
121. Романченко А. П. Елітарна мовна особистість у просторі наукового дискурсу: комунікативні аспекти: монографія. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2019. 541 с.
122. Романченко А. Проблема типології мовних особистостей. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Мовознавство*. 2016. Вип. II (26). С. 73–77.
123. Руснак В. І. Зоосемічні фразеологічні одиниці як носії національно маркованої вторинної номінації. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*.

Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2011. Вип. 19. С. 329–336.

124. Руснак Ю. Когнітивно-прагматична концепція художнього дискурсу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2020. Вип. 87. С. 83–89.

125. Савченко Л. В. Феномен етнокодів духовної культури у фразеології української мови: етимологічний та етнолінгвістичний аспекти: монографія. Сімферополь: Доля, 2013. 600 с.

126. Сазонова О., Янкова Н. Від самознищення до самопорятунку (екологія духу у творі В. Шкляра «Чорне Сонце»). *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. 2016. Вип. 2 (36). С. 227–231.

127. Сахарова О. Лексико-граматичні інновації в мовленні персонажів сучасної української драматургії. *Матеріали XI Міжнародної наукової конференції «Лексико-граматичні інновації в сучасних слов'янських мовах»* (20-21 квітня 2023 р., м. Дніпро). 2023. С. 152–145.

128. Селіванова О. О. Актуальні напрямки сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). Київ: Фітосоціоцентр, 1999. 148 с.

129. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 711 с.

130. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.

131. Семенов О., Базиль Л. Мовна особистість учителя в художній літературі. Київ: Фенікс, 2008. 288 с.

132. Сидоренко О., Мацько Л. Мовна особистість і формування мовленнєвої компетентності комунікативного лідера. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство)*. 2015. Вип. 22. С. 160–164. URL:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_filol_2015_22_35 (дата звернення: 10.11.2021).

133. Синиця І. А. Мовна особистість автора у науково-гуманітарному тексті XIX ст. (комунікативний, культурологічний, образно-стилістичний аспекти): автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.02 «Українська мова». Київ, 2007. 36 с.
134. Ситченко А. Л. Визначення індивідуального стилю письменника на основі структурування поняття. *Дивослово*. 2002. № 5. С. 48–50.
135. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові. Чернівці: Рута, 2002. 272 с.
136. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ: Наукова думка, 1973. 270 с.
137. Славова Л. Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсонології: США – Україна. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. 360 с.
138. Слинько І. І., Гуйванюк Н. В., Кобилянська М. Ф. Синтаксис сучасної української мови: Проблемні питання. Київ: Вища школа, 1994. 670 с.
139. Словник української мови: в 11 т. / гол. ред. І. Білодід. Київ: Наукова думка. 1970–1980.
140. Соколовська С. В. Мовна особистість політичного лідера: на матеріалі дискурсу Девіда Кемерона. *Studia Philologica*. 2014. № 3. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/8184/3/S_Sokolovska_St%20Ph_3_BGKU.pdf (дата звернення: 22.01.2020).
141. Солощук Л. В. Невербальні компоненти комунікації як засоби створення комічного ефекту у сучасному англomовному дискурсі. *Science and education a new dimension. Philology*. 2017. Vol. 29. Is.116. P. 59–62.
142. Сотников А. В. Складові компоненти мовної особистості в контексті міжкультурної комунікації. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. Київ, 2012. С. 267–271.
143. Ставицька Л. О. Про термін ідіолект. *Українська мова*. 2009. № 4. С. 3–15.

144. Стародубська М. Хитросплетіння індивідуалізму та колективізму: Чому Росія розуміє лише силу і не є «братським» народом Україні. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/03/27/7334943/> (дата звернення: 05.11.2019).
145. Стецій В. Ф. Мовна особистість Уласа Самчука (світоглядна орієнтація і мовотворчість): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Донецьк, 2003. 18 с.
146. Струганець Л. В. Поняття «мовна особистість» в україністиці. *Культура слова*. 2012. № 7. С. 127–133.
147. Сурай Ю. Гумор в історії української культури. *День*. 2004. № 44. URL: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/ukrayinaincognita/gumor-v-istoriyiukrayinskoyi-kulturi> (дата звернення: 14.08.2019).
148. Тараненко К. В. Суржик як елемент вербального іміджу українського виконавця. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72). № 2 (1). С. 39–44.
149. Тараненко К. В. Принципи екологічної медіакомунікації під час пандемії. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 33. Т. 2. С. 168–173.
150. Терещенко Л. Я. Мовна особистість брехуна: на перехресті когніції та комунікації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Сер.: Філологічна. 2010. Вип. 16. С. 295–303. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2010_16_49 (дата звернення: 21.08.2020).
151. Тимінський М. В. До проблеми мотиваційної класифікації сучасних індивідуальних прізвиськ. *Мовознавство*. 1987. № 3. С. 64–65.
152. Томіленко Л. Експресивна лексика на позначення назв осіб у романі Василя Шкляра «Залишенець», «Чорний Ворон». *Культура слова*. 2013. Вип. 78. С. 77–81.
153. Ужченко В. Д. Актуальні питання розвитку української мови: посібник для магістрантів. Луганськ: Альма-матер, 2005. 146 с.

154. Ужченко В. Д. Історико-лінгвістичний аспект формування української фразеології: автореф. дис. ... доктора філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Дніпропетровськ, 1994. 34 с.
155. Українська енциклопедія. URL:
[http://litopys.org.ua/ukrmova/um140.htm#:~:text=%D0%95%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D1%96%D1%8F.&text=%D0%A4%D0%A3%D0%9D%D0%9A%D0%A6%D0%86%D0%87%20%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%98%20\(%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D0%BB%D0%B0%D1%82.,%D0%B2%D0%B6%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83](http://litopys.org.ua/ukrmova/um140.htm#:~:text=%D0%95%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D1%96%D1%8F.&text=%D0%A4%D0%A3%D0%9D%D0%9A%D0%A6%D0%86%D0%87%20%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%98%20(%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D0%BB%D0%B0%D1%82.,%D0%B2%D0%B6%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83) (дата звернення: 25.11.2020).
156. Українська мова: енциклопедія / редкол. В. М. Русанівський (голова), О. О. Тараненко (співголова); 2-є вид., зі змінами і доповн. Київ: Укр. енцикл. ім. М. П. Бажана, 2004. 824 с.
157. Уорф Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку. *Новое в лингвистике*. Вып. 1. Москва, 1960. С. 135–168.
158. Фролова І. Є. Конфронтація як різновид міжособистісної взаємодії. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2010. № 928. С. 68–74.
159. Хализеев В. Е. Теория литературы. Москва: Высшая школа, 2002. 405 с.
160. Хома Н. Ономастичний простір в українських фразеологізмах (прислів'ях, приказках). *Вісник Прикарпатського національного університету. Філологія*. 2011. Вип. 29 (31). С. 411–413.
161. Цюрупа М. В. Військовий керівник і політичний лідер: аспекти взаємозв'язку і трансформації. *Політичний менеджмент*. 2006. № 8. С. 63–72.
162. Чернега В., Загнітко А. Структурування тезауруса мовної особистості сучасного прикладника. *ЛЮГОΣ*. Листопад 2020. С. 118–200.
163. Черниш О. А. Структура мовної особистості як основа дослідження проявів індивідуально-авторського стилю журналіста. *Наукові записки*

Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство). 2018. С. 385–389.

164. Шаповал А. С. Лінгвокультурологічна характеристика мовної особистості персонажа художнього твору (на матеріалі романів Перл Бак «Імператриця» та Павла Загребельного «Роксолана»): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 «Загальне мовознавство». Одеса, 2015. 192 с.

165. Шевчук З. С. Понятійно-термінологічне поле дослідження ієрархії «мовна особистість – мовний портрет». *Одеський лінгвістичний вісник*, 2014. Вип. 4. С. 305–308.

166. Шелудько В. Л. Мовна особистість сучасного українського державного службовця в професійному дискурсі: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2018. 20 с.

167. Школяр Н. Гендерна ідентичність мовної особистості (на матеріалі американських жіночих прозових творів кінця ХІХ ст.). *Науковий вісник Чернівецького університету: Германська філологія*. 2011. Вип. 532. С. 170–179. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchnugf_2011_532_20 (дата звернення: 05.12.2021).

168. Шитик Л., Акімова А. Способи передавання внутрішнього мовлення персонажів. *Збірник наукових праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький Державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди*. 2020. Вип. 27 (2). С. 375–388.

169. Шумейко О. В. Невербальні засоби вираження емоцій в сучасній англійській мові. *Филологические науки: речь, коммуникация*. 2012. URL: http://www.rusnauka.com/26_SSN_2010/Philologia/71523.doc.htm (дата звернення: 05.11.2019).

170. Щепанська Х. Мовна особистість студента: вербально-семантичний рівень реалізації. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2018. С. 221–230.

171. Юрчишин В. М. Характеризація контекстуальної інформації та її роль під час інтерпретації сатири. *Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації*: матеріали Всеукраїнської

- науково-практичної конференції ELLIC 2020. Івано-Франківськ, 2020. С. 107–109.
172. Dictionary of world literary terms. Boston, United States : Basic Books, 2015. 358 p.
173. Kravets L., Siuta G., Semashko T., Bobukh N. Cognitive-Assessment Content of Zoomorphic Metaphors in Contemporary Ukrainian and English Language Culture a Comparative Aspect. *World Journal of English Language*. 2023.Vol. 13. № 6. P. 439–448. URL: <https://www.sciedupress.com/journal/index.php/wjel/article/view/23993> (дата звернення: 05.10.2023).
174. Lazarus S. Coping Theory and Research: Past, Present, and Future. *Psychosomatic Medicine*. 1993. Issue 55. P. 234–247.
175. Renkema J. Discourse Studies. Amsterdam, Philadelphia : John Benjumin's Publishing Company, 1993. 224 p.
176. Weisgerberg. Leo das Menschheitsgesetz der Sprache/-2. Auflage. Heidelberg: Quelle& Meyer, 1964. 202 s.
177. Willinger U., Hergovich A., Schmoeger M. et al. Cognitive and emotional demands of black humour processing: the role of intelligence, aggressiveness and mood. *Cognitive Processing*. 2017. Issue 18. P. 159–167.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Шкляр В. М. Маруся: роман. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2014. 315 с.
2. Шкляр В. М. Характерник: роман. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2019. 300 с.
3. Шкляр В. М. Чорний Ворон. Залишенець: роман. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2014. 427 с.
4. Шкляр В. М. Чорне Сонце: збірка. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2015. 298 с.